

## Diversification

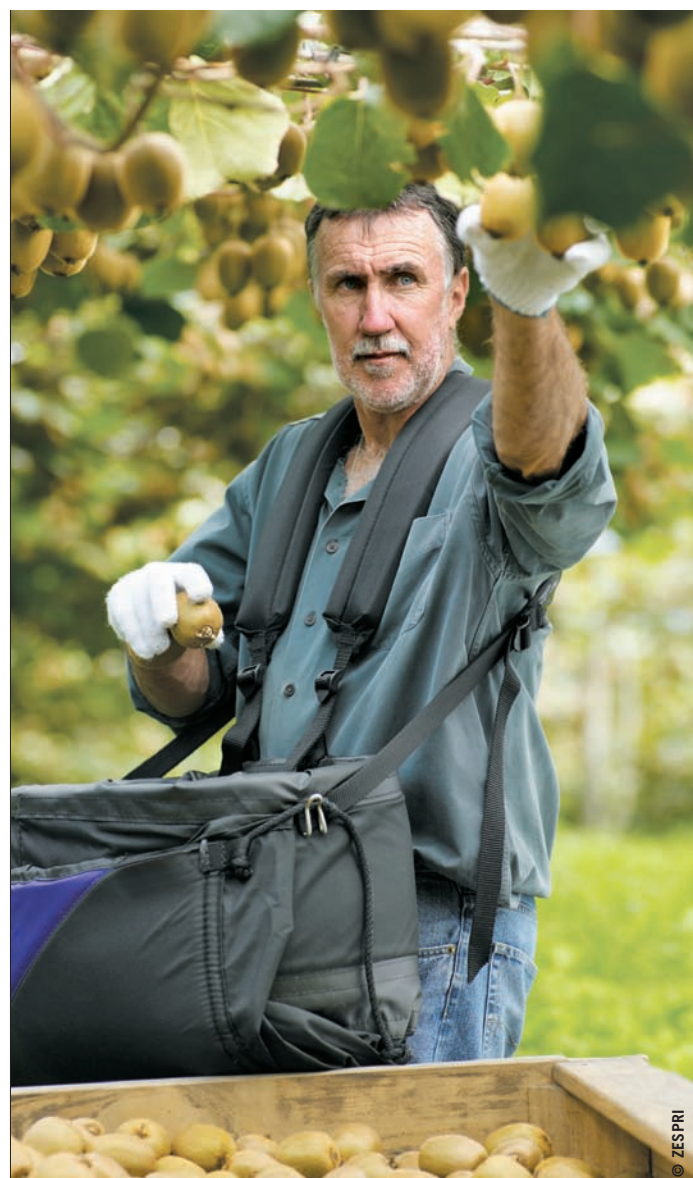
# Toujours un produit d'avenir

Sixième production fruitière en France métropolitaine derrière la pomme, la pêche-nectarine, la poire, la prune et l'abricot, le kiwi français se maintient malgré les aléas climatiques et les attaques de PSA. **CLAIRE BOUC**

**T**erminée précocement, la campagne kiwi vert de l'hémisphère sud (Nouvelle-Zélande, Chili) a permis aux kiwis français de trouver leur place sur un marché vidé depuis près d'un mois. Chez Primland, la commercialisation du kiwi vert a débuté dès la troisième semaine d'octobre avec la variété Summer (500 tonnes), une variété précoce dont les montées en sucre sont rapides à partir de la récolte (trois semaines suffisent par rapport à la variété Hayward qui nécessite un bon mois d'affinage). La succession de divers phénomènes (gel, grêle, vent, fortes chaleurs et PSA) a engendré une baisse de la production du kiwi vert Hayward dans une grande partie de l'hémisphère nord (- 15 % en France, - 40 % en Italie). En France, la plupart des opérateurs ont été impactés, même si certains, comme Primland, ont réussi à limiter la baisse. « *Les protections antigél que nous avons installées dans nos vergers nous ont permis de circonscrire la baisse de production à 10 %, pour atteindre 12 000 tonnes cette année contre près de 14 000 l'an passé* », explique Jean-Baptiste Pinel, DG de Primland. Toujours présente, la bactérie *Pseudomonas Syringae Actinidiae* a fortement

impacté la production de certains vergers en 2017, même si la bactérie semble aujourd'hui à peu près maîtrisée par les producteurs. En effet, nombreux sont ceux à avoir installé des filets paragrêles permettant de limiter sur les végétaux les microfissures dans lesquelles la bactérie aime se propager. À l'instar des vergers de Fruitport, sous filets paragrêles depuis toujours. Pour sa dirigeante, Marie-José Sanz, « *le PSA reste une problématique en cours, qu'il est possible de contenir avec observation, prophylaxie et traitement préventif* ». Même son de cloche chez Sikig : « *Il*

*n'y a pas de remède miracle, les filets et les traitements au cuivre, conjugués à une surveillance attentive des producteurs, permettent de limiter l'impact du PSA sur des variétés par ailleurs plus tolérantes. Aujourd'hui, les rendements sont certes impactés, mais les arbres ne meurent plus* », nuance Julien



« **Après quarante ans avec une seule variété, nous sommes entrés dans une ère de diversification.** »

Pedeluq, PDG de Sikig. La baisse de l'offre française est aussi compensée par une qualité élevée, avec des taux de sucre satisfaisants dus à une belle arrière-saison, et des prix de vente aux consommateurs importants : entre 4 et 5 euros du kilo, contre 3 à 4 euros l'année dernière. Traditionnellement forte en janvier, la demande a par ailleurs été poussée par la campagne de communication promotionnelle lancée sur les ondes par le Bik (Bureau interprofessionnel du kiwi) pour la troisième année consécutive. Encore programmée en février, elle permettra de valoriser le kiwi vert français auprès de 200 millions de contacts. Estimée à 50 000 tonnes cette année, la production française est comme toujours boostée par la production du Sud-Ouest (80 % de la production nationale) et par la très forte part de production labellisée : le kiwi de l'Adour (20 000 tonnes, plus

d'un tiers de la production nationale) bénéficie d'un Label rouge et d'une IGP. Chez Sikig, dont la production de kiwi vert oscille entre 5 000 et 6 000 tonnes, on s'intéresse aussi de plus en plus au bio. « On en a produit 400 tonnes cette année. On aimerait atteindre les 1 000 tonnes », précise Julien Pedelucq. Chez Primland, le kiwi bio représente déjà 5 à 10 % de la production.

### Le kiwi jaune : complémentaire ou concurrent ?

Mille cinq cents tonnes de kiwis Zespri® SunGold (catégorie 1) ont été produites cette saison par les 81 producteurs des trois stations partenaires BlueWhale, Fruitport et Sikig. Malgré les problèmes de grêle, la production a progressé de 1 000 tonnes cette année, l'objectif étant d'atteindre 4 000 tonnes l'année prochaine et 8 000 tonnes d'ici sept à huit ans. Pour y parvenir, les trois opérateurs ont jusqu'à 2019 pour planter 200 ha de kiwi Zespri® SunGold supplémentaires, afin d'atteindre les 450 ha accordés par Zespri en France. « Les producteurs sont extrêmement satisfaits d'avoir parié sur la variété Zespri® SunGold, même si c'est un fruit compliqué à produire. Nos partenaires néo-zélandais sont très exigeants, car ils veulent avoir le kiwi jaune le plus jaune, le plus sucré, le plus goûteux et qui se conserve le mieux, ce qui nous impose des conditions de production drastiques, avec notamment des ramassages à des moments très précis, mais les résultats sont là : dès lors que les consommateurs ont goûté au kiwi jaune, ils en sont fous ! » explique Julien Pedelucq, qui concède qu'il reste encore à éduquer les consommateurs, le kiwi jaune se consommant plus souple que le vert.

Depuis trois ans, Zespri œuvre en ce sens avec une campagne télé de trois semaines au mois de mai (correspondant à l'arrivée sur le marché français du kiwi jaune produit en Nouvelle-Zélande). En octobre 2017, elle l'a complétée pour la première fois par une campagne de sponsoring télé sur TF1 et par des opérations de street marketing avec des dégustations assurées pendant une semaine dans les rues de quatre grandes villes françaises : Bordeaux, Nantes, Lyon et Paris. Elle a également assuré des animations en magasins les vendredis et samedis afin de communiquer sur les différences gustatives entre les kiwis verts et jaunes. Pour les producteurs, la satisfaction des consommateurs

### Import export

#### Le kiwi en quelques chiffres

- 2,49 kg de kiwis consommés par ménage chaque année
- 65 000 tonnes de kiwis importées en 2016-2017, dont les deux tiers proviennent d'Italie (20 000 tonnes) et de Nouvelle-Zélande (20 000 tonnes), suivis du Chili, de la Grèce et d'autres origines.
- 20 000 tonnes de kiwis exportées en 2016-2017, dont les trois-quarts vers le Bénélux, l'Espagne et l'Allemagne. À noter l'ouverture du Vietnam sur lequel les opérateurs du Sud-Ouest répondent présents.

Source : FranceAgriMer

s'ajoute aux rendements bien supérieurs du kiwi jaune : 40 tonnes à l'hectare, contre 20 pour le vert en moyenne, même si un beau verger de kiwi vert peut donner 30 tonnes à l'hectare, voire plus. À condition de renouveler les vergers. « La question du renouvellement est essentielle : historiquement, la France a démarré la production du kiwi plus tôt que l'Italie, le Portugal ou l'Espagne. Son verger doit être progressivement renouvelé. Il y a plusieurs options. Chez Fruitport, nous avons fait le choix du Zespri® SunGold, qui représente à ce jour 26 % de notre verger, tout en renouvelant en partie en Hayward », déclare Marie-José Sanz. Dès lors, le kiwi jaune menace-t-il de supplanter le kiwi vert ? Pour Primland, qui commercialise une centaine de tonnes de kiwi jaune Oscar®, le kiwi vert n'est pas menacé par le jaune, d'autant que ce dernier permet de répondre à des consommateurs qui recherchent un goût sucré. Même son de cloche chez Sikig, qui souhaite développer sa production de jaune, tout en maintenant sa production de vert à 6 000 ou 7 000 tonnes. Pour Marie-José Sanz, « le kiwi SunGold est une variété extraordinaire, au goût plébiscité, et dont 90 % de la qualité se fait au verger. Le kiwi jaune a véritablement permis de démarrer une nouvelle aventure autour du kiwi ».

#### Cap vers la diversification

« Après quarante années passées avec une seule variété, nous sommes entrés dans une ère de diversification. Les Italiens, les Chinois et les Néo-zélandais expérimentent de nouvelles variétés : rouges, vertes plus sucrées, sans oublier le kiwaï », explique Julien Pedelucq. Même si ce dernier s'apparente plus à une baie qu'à un kiwi. Primland voit ses ventes de Nergi® augmenter année après année. « Nous en avons



© ADRIAN DORRINGTON

vendu 2,5 millions de barquettes de 125 g entre septembre et novembre 2017. Nous visons les 3,5 millions l'année prochaine », s'enthousiasme Jean-Baptiste Pinel. Pour autant, ce dernier ne voit pas l'avenir d'un point de vue variétal. « Nous cherchons plutôt à segmenter l'offre afin de satisfaire de plus en plus de consommateurs, en proposant des goûts différents et des méthodes de consommation différentes. La couleur est moins importante. Nous avons été les premiers à importer du kiwi rouge en Europe, pour autant je ne sais pas ce que cela amène de plus... » Reste que, pour lui, le kiwi est bien un produit d'avenir, et ce pour plusieurs raisons. « D'un point de vue environnemental, c'est un fruit qui ne nécessite quasiment pas de traitement. Ensuite, c'est un fruit dont la consommation procure beaucoup de plaisir gustatif. Enfin, c'est un produit nutritionnellement très intéressant, qui présente des taux de vitamine C et d'oligo-éléments très élevés, recherchés des consommateurs. » Un point de vue partagé par Marie-José Sanz, pour qui « le kiwi est un produit unique, très différencié dans l'offre fruit, hypocalorique, avec des qualités nutritionnelles très séduisantes dont on n'a pas encore tiré toute la quintessence. Avec un dernier atout majeur : il est parfaitement adapté à nos terroirs ».

Depuis quelques années en France, les vergers de kiwi à chair jaune (ci-dessus) côtoient les vergers de kiwi vert historiquement en place.



Pour la troisième année consécutive, une campagne publicitaire radiophonique est lancée par le BIK.