Vert, rouge, jaune…

Une filière française à construire

En France, la culture du poivron est peu répandue. Pas assez rentable, elle se heurte aussi à un manque d'engouement des consommateurs. **Claire Bouc**

Selon Freshfel, la consommation française de poivron serait de 1,94 kg par personne et par an. Une goutte d'eau comparée à la consommation de tomate (14 kg). Les Français n'ont pas la culture du poivron. Ils ne le consomment qu'associé à d'autres légumes, comme dans la ratatouille, et quasiment toujours cuit. Le poivron présente pourtant des atouts. Ses trois couleurs dominantes permettent de varier les présentations et les saveurs : le vert, cueilli en premier et donc moins mûr, avec un goût plus prononcé, le rouge et le jaune à la saveur plus douce. Il en existerait même du blanc et du noir. Cette double possibilité de consommation (cru ou cuit) aurait pu constituer un avantage, mais le poivron cru a un goût et une texture particuliers et certains imputent à sa peau, plus facile à retirer en version cuite, des problèmes de digestibilité. Autant d'éléments qui n'incitent pas les producteurs à investir dans sa culture.

« La culture du poivron fonctionne par vagues, de gros volumes une semaine, puis rien pendant quinze jours… »

Une production lente peu rentable

Chez Kultive, on fait du poivron depuis 1995. « *Pour autant, ce n'est pas facile de motiver les producteurs à en faire, car c'est une culture agronomiquement compliquée* », explique Alexandre Picault, son directeur commercial. Le poivron pousse très lentement. Il faut compter deux à trois mois entre sa plantation et sa récolte, ce qui est très long comparé à un concombre qui donne ses premiers fruits au bout d'un mois. « *C'est la raison pour laquelle le poivron vert, coupé plus tôt, représente un levier économique plus intéressant pour les producteurs.* » Dans l'Orléanais, 4 ha de serres chauffées ont permis à Kultive de commercialiser 1 000 tonnes de poivron en 2018 : 60 % de rouge, 25 % de vert et 15 % de jaune. C'est encore 1 000 tonnes de moins qu'en 2014. « *En 2015, l'un de nos gros producteurs a pris la grêle, puis un virus. Cela a pas mal échaudé les autres pour prendre le relais. La pente a été longue à remonter.* » Mais le bout du tunnel est proche. En 2019, 5 ha supplémentaires vont entrer en production dans de nouvelles serres. « *Ce qui devrait nous permettre d'atteindre les 2 500 tonnes et ainsi de dépasser nos niveaux de production d'il y a cinq ans.* » Planté fin décembre-début janvier, le poivron vert n'arrive en production que début mars. Il faut ajouter un à deux mois de plus pour les rouges. « *Autant vous dire qu'il est loin d'être évident de convaincre les producteurs d'attendre pour faire du rouge. Or, pour intéresser les clients, il faut avoir du volume* », explique Éric Moussy, dirigeant de Lombard Silvestre, qui commercialise chaque année 400 tonnes de poivron vert produites en serres froides par une douzaine de producteurs répartis sur 12 hectares en Provence. À cela s'ajoutent des problèmes d'uniformité dans la production. « *C'est une culture qui fonctionne par vagues : on peut avoir de gros volumes une semaine, puis plus rien pendant quinze jours. Ce qui est compliqué à gérer vis-à-vis des clients qui demandent une régularité dans les approvisionnements* », explique Alexandre Picault. Un problème que ne connaissent pas les Hollandais, les Belges, ni les Espagnols : à la tête de centaines d'hectares, ils sont en mesure d'alimenter leurs clients de manière régulière, comme le belge Flandria *(voir encadré)*.

Des préférences régionales

En France, le marché du poivron est historiquement de plein champ. Il y a trente ans, le marché protégé s'est

Un poivron sans graines serait plaisant, mais c'est la graine qui garantit la qualité.

développé dans le Sud de l'Espagne et au Maroc au détriment du marché français. « *Les quelques maraîchers français qui sont toujours là aujourd'hui doivent leur survie d'être passés en tunnels protégés* », explique Hervé Bonich, chef de produit France pour le poivron chez Syngenta. La production française de poivron pour le marché du frais se situerait autour de 19 000 tonnes. Elle se concentre dans le Sud-Est (27 % en Paca), dans le Sud-Ouest (18 % en Aquitaine) et dans le Centre (14 %). « *Le Sud-Est est une région traditionnellement plus consommatrice de poivron vert allongé, alors que, dans le Nord, les consommateurs préfèrent le poivron rouge et la variété carrée de type hollandais* », explique Éric Moussy. Chez Lombard Silvestre, on produit les variétés allongées Clovis et Almuden essentiellement, que l'on commercialise localement. « *Nos poivrons sont typés. On joue sur cette spécificité régionale pour conserver nos parts de marché. Les poivrons allongés sont parfaits pour le barbecue.* » Une stratégie efficace face aux concurrents espagnols et hollandais qui inondent le marché français avec du poivron carré. L'opérateur espagnol Anecoop France & Solagora, qui dispose de deux bassins de production à Almeria et Murcie, a commercialisé 6 300 tonnes de poivron en France en 2017, parmi lesquelles 90 % de variété California (type hollandais carré). « *Si le poivron allongé de type Lamuyo est le plus largement produit en France, la variété carrée de type California connaît un regain d'intérêt auprès des producteurs, notamment dans le Sud-Ouest, car elle offre plus de garanties en terme de qualité et de maintien tout au long du cycle de production* », explique Hervé Bonich.

© ALEPH STUDIO

Diversifier l'offre

Pour Alexandre Picault, « *la filière poivron française reste à construire : plus il y aura d'opérateurs, mieux ce sera. Et cela passe par une diversification de l'offre.* » Avec le mini-poivron par exemple, qui reste un tout petit marché en France : « *On en commercialise un peu en France, mais c'est un marché plus développé dans le Nord de l'Europe et en Angleterre* », explique Jean-Luc Angles, directeur général d'Anecoop France & Solagora. Chez Savéol, le mini-poivron représente un hectare de culture réparti chez quatre producteurs. « *On table sur 150 tonnes cette année. Le mini-poivron présente de vrais atouts : il se consomme aussi bien cru que cuit, est plus doux et sucré que le poivron standard et pose moins de problèmes de digestibilité. Pour émerger en GMS, il faudrait l'accompagner en rayon* », explique Pierre-Yves Jestin, son président, qui en produit depuis quatre ans à Brest sous 2 000 m² de serres chauffées. On trouve plus de réticences chez Kultive et Lombard Silvestre, qui ont du mal à convaincre les producteurs de se lancer dans une production qui engendre un coût de main d'œuvre important.

Quelles innovations pour demain ? Pas de révolution à attendre du côté des conditionnements. Kultive, qui ne fait actuellement que du plateau 5 kg vu ses petits volumes, envisage de revenir au flow pack 500 g de trois fruits de couleurs différentes dès que ses tonnages le permettront. « *Ce type de conditionnements, comme la barquette et l'offre snacking, qui affichent des prix fixes, permettent de rassurer les clients, car le prix du poivron en vrac vendu au kilo autour de 4 € peut faire peur* », explique Alexandre Picault. Anecoop France & Solagora conditionne également en filets mono-couleur pour les premiers prix. Pour ses mini-poivrons de 25 g, fragiles et à la peau fine, Savéol propose trois conditionnements : le plateau vrac de 3 kg avec mélange des trois couleurs, la barquette de 200 g avec fond carton et flowpack et le plateau de 850 g afin de répondre à la demande des restaurateurs.

Côté variétés, les recherches menées jusque-là par les semenciers ont porté sur des variétés résistantes aux maladies fréquentes en poivron : le virus de la mosaïque de la tomate (TMV) et le virus de la maladie bronzée de la tomate (TSWV). « *On sort actuellement en Espagne les premières variétés résistantes aux mouches blanches (aleurodes). D'ici trois ou quatre ans, elles offriront en plus une résistance intermédiaire aux thrips* », explique Matthieu Nicolas, responsable de la sélection pour le poivron doux et le piment piquant chez Syngenta. Le semencier travaille aussi sur des variétés de poivron sans graine sur les trois couleurs rouge, jaune et orange, avec des teneurs en sucre plus élevées et plus de goût. « *Il est certain que, pour le snacking, un poivron sans graine serait plus sympa. Le problème est que c'est la graine qui garantit la qualité.* » Syngenta aimerait enfin développer des variétés plus digestes, mais le semencier se heurte à une autre difficulté : « *On n'a pas encore réussi à déterminer d'où viennent les problèmes de digestion : est-ce un composé intrinsèque au poivron ou à l'humain ? Car certaines personnes n'en rencontrent pas.* » Un mystère qui promet encore quelques belles années de recherche.

Belgique

La France, une destination qui compte pour Flandria

La France importe près de 150 000 tonnes de poivrons par an, avec un minimum actuel de 8 500 tonnes (octobre) et un maximum de 16 000 tonnes (juin) par mois. Or la Belgique est la 3e source d'importation pour la France. L'offre poivrons sous marque Flandria, rassemble 35 producteurs belges et néerlandais, tous membres des coopératives Belorta et Hoogstraten. Flandria représente 176 ha avec un volume annuel de presque 50 000 tonnes, dont la moitié en poivrons rouges. Car, en Belgique, 95 % de la superficie est dédié aux poivrons communs : rouges, verts, jaunes et oranges. En parallèle, les producteurs développent de plus en plus la culture de poivrons doux allongés, de grands poivrons Lamuyo, ainsi que des mini-poivrons.

La totalité des cultures de poivrons, en Belgique est réalisée sous serre, permettant un respect de l'environnement. Ainsi, les producteurs de poivrons Flandria affirment et affichent leur engagement dans la voie du développement durable : avec la mise en place de nouvelles sources d'énergie (cogénération, pompes à chaleur), la récupération et le recyclage du CO_2 dans les serres, des eaux de pluie et de drainage, l'utilisation des prédateurs et la centralisation du conditionnement (à la station de la Coopérative Hoogstraten). Les poivrons belges sont vendus par l'intermédiaire via les marchés au cadran de légumes. La majorité des poivrons exportés vers la France est vendue aux marchés de gros. Ceux de Flandria sont passés de 1 510 tonnes en 2007 à 9 250 tonnes en 2017 (source : Eurostat) ! **AD**

11e édition

Du végétal au digital

Cette année, le Forum végétable a jeté un pavé dans la mare. La filière des fruits et légumes frais n'a plus le choix : dans un monde toujours plus automatisé, robotisé et digitalisé, elle doit s'adapter, voire se réinventer. Comment ? Avec qui ? Dans quelles directions et dans quels buts ? Professionnels et experts présents ont apporté quelques éléments de réponse.

Claire Bouc

Qu'y a-t-il de commun entre la blockchain, la Journée des célibataires en Chine, le supercalculateur AlphaZero, les extensions physiques d'Amazon et l'assurance "vitality" de Generali ? » a attaqué Vincent Guérin, docteur en histoire contemporaine spécialisé dans les mutations technologiques. « *A priori rien. Pourtant, ces éléments s'inscrivent dans une mutation technologique : un changement rapide, profond et ambivalent. Une mutation qualifiée de "disruptive", au sens d'une bifurcation.* » Les cartes sont rebattues. Pourquoi un champion du e-commerce comme Amazon, qui a révélé avoir honoré 5 milliards de commandes en ligne en 2017, se déploie maintenant physiquement en ouvrant des magasins aux États-Unis ? Ici une librairie, là une épicerie, ailleurs un drive. Le sentir, le goûter et le toucher seraient-ils redevenus importants ? À moins qu'il s'agisse plutôt d'être omniprésent… ou un peu des deux ! « *Vous devez trouver comment vous réapproprier collectivement cette disruptivité* », a conclu Vincent Guérin devant un auditoire médusé, mais conscient d'une chose : il va falloir se bouger !

Le problème des data (données) a suscité bien des débats. Depuis quinze ans, Didier Robert crée et commercialise des solutions technologiques innovantes pour aider à la transformation digitale de l'agriculture. Pour lui, la question des data est un sujet à part entière. Il parle même « d'AgroData », « *car il y a du spécifique dans les données agricoles. On touche au naturel, à des infos de sources et de formats différents. Le "big AgroData", c'est le stockage, l'organisation, la valorisation et la diffusion des multiples données relevant de la pratique agricole ou, plus largement, permettant d'analyser, de comprendre et d'optimiser celle-ci* ».

De l'importance des data

Aujourd'hui directeur général adjoint de Smag, éditeur référent de la « Smart Agriculture », Didier Robert a présenté les sept points clés de son programme de réflexion autour des enjeux du « big AgroData », rassemblés dans un manifeste. Le big data agricole est un élément clé de la performance future de l'agriculture et des agriculteurs, dont la dimension technologique et méthodologique est importante. C'est une bataille d'écosystème où la donnée agricole est une donnée d'entreprise qui relève du capital immatériel des exploitations. En échange de cette donnée, la valeur et les garanties proposées

« La course au digital et à l'automatisation devient vitale. »
Jean Harzig

Hervé PILLAUD

« Le numérique n'est pas un enjeu, on peut vivre sans, c'est un moyen de changer les choses dans nos métiers. Pour bien penser son travail, il faut d'abord s'en libérer. Les outils numériques ont beaucoup à nous apporter. Ils améliorent les performances, réduisent la pénibilité, facilitent les échanges, captent de la valeur ajoutée… »

Vincent Guérin est un historien spécialiste des mutations technologiques.

Didier ROBERT

« Aucun acteur ne pourra construire et valoriser seul le Big data agricole. Il se développera réellement à l'initiative d'une ou plusieurs fédérations d'acteurs majeurs à une échelle probablement internationale, proposant et gouvernant un système interopérable et ouvert. »

à l'exploitant sont les principaux critères d'adhésion et cette valeur réside dans les capacités du big data à fournir des modèles, des analyses, des prédictions. L'expérience donne évidemment de l'avance, l'avantage ira aux acteurs qui graviront en premier la courbe d'expérience.

Pour le serriste producteur de tomates Philippe Retière, également président des Maraîchers Nantais, « les données doivent rester notre propriété » : « *C'est incroyable, car c'est nous qui fournissons les données qui permettent de mettre à jour les logiciels… qu'on nous revend !* » De quoi faire bondir Hervé Pillaud, agriculteur-éleveur spécialiste des questions numériques : « *Les agriculteurs sont obsédés par leurs données, ils ont peur qu'on les leur vole. Or ils doivent considérer les intégrateurs de données comme des intégrateurs de conseils.* » Beatrix Esposito, consultante qui accompagne entreprises et organisations agricoles dans la transformation digitale, apporte le regard terrain : « *La résistance au changement des agriculteurs est naturelle. Afin de lever leurs réticences, il faut structurer les data et ne pas les laisser tomber aux mains d'autres acteurs.* » Dans ce contexte de défiance, la Charte des bonnes pratiques contractuelles des données de l'agriculture proposée par la FNSEA semble aller dans le bon sens, car elle garantit la maîtrise par l'agriculteur de l'usage de ses données, la possibilité de se retirer à tout moment et de changer de système et la liberté de les transférer vers un autre. « *Si ces trois éléments essentiels sont respectés, le champ des possibles est immense : la circulation des données sera favorisée, de nouvelles connaissances seront valorisées et d'autres seront générées* », assure Hervé Pillaud.

Marc RAUFFET

« L'index, qui a toujours servi à analyser le changement de temps, sert aujourd'hui à cliquer sur un clavier : on est passé de l'homopaysanus à l'homodigitalus ! »

Penser et agir « collectif »

Pour Beatrix Esposito, l'écosystème est important : « *L'agriculteur ne peut pas faire seul sa révolution.* » Un état de fait dont Bruno Tisseyre est conscient depuis longtemps. Professeur en agriculture de précision à Montpellier SupAgro, il est responsable de l'option AgroTIC dont l'objectif est, depuis 1994, de donner une deuxième compétence aux élèves ingénieurs agronomes dans le domaine des outils et méthodes numériques pour l'agriculture et l'environnement. « *Les évolutions technologiques sont telles que le contenu de notre formation change de 20 % tous les ans. Pour rester à la pointe, nous avons créé AgroTIC services, qui a pour vocation de répondre à des demandes précises de professionnels dans le domaine du numérique appliqué*

Thierry DESFORGES

« Le partage des données est essentiel pour répondre aux enjeux de la planète. Il faut se libérer de la peur de la perte. Pour sécuriser sa donnée, il suffit de la segmenter. »

à l'agriculture, ainsi qu'une chaire qui regroupe 23 entreprises de production et de services en agriculture. » Parmi les diverses réalisations menées dans ce cadre figure le « Mas numérique » : « *Son originalité réside dans la concentration, en un seul et même lieu – le domaine viticole du Chapitre, près de Montpellier –, de technologies apportées par 14 entreprises afin de tester leurs complémentarités, leurs synergies et leurs opportunités techniques.* »

Penser et agir collectif, c'est aussi le credo de Thierry Desforges, agriculteur, fondateur de Monpotager.com et co-fondateur de La Ferme Digitale, une association née en 2016 afin de mutualiser les moyens de start-up agricoles souhaitant exposer au Salon de l'agriculture. « *Il y a deux ans, nous étions cinq start-up à unir nos forces autour de valeurs communes pour promouvoir l'innovation dans l'agriculture. Aujourd'hui, nous sommes 24 et une trentaine d'autres frappent à la porte. Il y a environ 2 000 projets d'innovation en agriculture en France. Notre objectif est d'en intégrer une centaine dans notre association.* » Pour cela, La Ferme Digitale a créé un événement récurrent, le LFDay, qui se tiendra le 12 juin à la Cité des Sciences et de l'Industrie (Parc de la Villette, Paris), dont l'objectif est de réunir 150 start-up françaises et internationales, mais aussi des investisseurs. « *Car la question de savoir comment on finance l'innovation en France est importante. Je me suis toujours demandé pourquoi les agriculteurs n'investissaient pas dans les start-up qui représentent leur avenir* », a-t-il lancé, goguenard, pour conclure son intervention.

De l'homopaysanus à l'homodigitalus

La mutation technologique dont on parle sera-t-elle aussi forte que la mécanisation ? Marc Rauffet, président du groupe Innatis, dédié à la production et à la commercialisation de pommes, ne le croit pas : « *Passer du cheval au tracteur a été une révolution, mais ce qui a bouleversé nos campagnes, c'est d'être passé de la polyculture à la monoculture, d'exploitations de petites tailles avec des salariés peu qualifiés à de grandes exploitations gérées par des personnes seules et qualifiées. Je crains que nos agriculteurs deviennent des agronomes incapables d'observer.* »

De son côté, Philippe Retière pense « *qu'il faut apprendre aux ingénieurs agro à ouvrir les yeux, à penser comme un légume* » ! Pour Beatrix Exposito, « *l'agriculteur a peut-être besoin qu'on fasse à sa place ou avec lui, qu'on lui donne des conseils très précis ou qu'on le forme. Quoi qu'il en soit, il faut ajuster les différentes formes d'accompagnement aux besoins des chefs d'entreprises.* »

Béatrix ESPOSITO

« Les nouvelles technologies ont leur place pour amener des performances techniques, économiques, sociales et environnementales. »

Opportunités et nombreux challenges

Michel Berducat, spécialiste de la robotique agricole à l'Irstea (Institut public de recherche pour les sciences et les technologies pour l'environnement et l'agriculture) estime que, « *en 2025, 600 000 robots seront vendus annuellement, mais il reste encore beaucoup de choses à faire* ». Bien présente dans l'élevage, un secteur où les tâches sont fastidieuses et répétitives 7 jours sur 7, la robotique l'est encore peu dans le végétal. « *Les robots sans préhension, qui ont des contacts avec l'environnement (sol et végétation), tels que les robots de binage, commencent à se généraliser. Ceux sans préhension ni contact avec l'environnement, tels que les robots pulvérisateurs, sont encore au stade des essais commerciaux. Enfin, les robots avec contact et préhension, tels que les robots cueilleurs, sont en prototypage.* » De nombreux verrous scientifiques et technologiques restent à lever, sans parler du retour sur investissement, de la robustesse et de la fiabilité, du rendement et de la qualité du travail, de la facilité d'utilisation et du management. « *La robotique agricole ne commence pas dans le champ mais dans la cour de l'exploitation agricole ! Il faut robotiser l'ensemble des fonctions de la mission : la préparation, le transport, l'exécution au champ, la fin de mission.* » Le respect de l'environnement est aussi crucial. « *Les machines, toujours plus performantes, sont aussi toujours plus lourdes. Il faut faire attention à l'affaissement des couches profondes du sol.* »