

Interfel



Un nouveau président

Au lendemain de l'inauguration de la Maison des fruits et légumes, le 27 novembre, Interfel a réuni en ce même lieu son assemblée générale et son conseil d'administration pour élire son nouveau bureau. C'est Laurent Grandin qui a été élu à l'unanimité pour trois ans. Il succède à Bruno Dupont, qui, conformément aux statuts, a assuré deux mandats à la tête d'Interfel. Laurent Grandin a donc quitté ses fonctions de représentant de l'UNCGFL (Union nationale du commerce de gros en fruits et légumes). Actuellement, il dirige l'établissement Terre Azur Île-de-France restauration du groupe Pomona. Les autres membres élus ou réélus du bureau sont : Jean-Michel Delannoy (Felcoop, Fédération française de la coopération fruitière, légumière et horticole), vice-président ; Daniel Sauvatre (Géfel, association de Gouvernance économique de fruits et légumes), secrétaire général ; Alain Kritchmar (CSIF, Chambre syndicale des importateurs français de fruits et légumes frais), secrétaire général adjoint ; Daniel Corbel (Aneefel, Association professionnelle représentative des entreprises d'expédition-exportation de fruits et légumes), trésorier ; Jean-Louis Ogier (CR, Coordination rurale), trésorier adjoint.

CRESSON

Une production singulière en mal de reconnaissance

On compte aujourd'hui une cinquantaine de cressiculteurs en France, essentiellement répartis dans les Hauts-de-France, l'Île-de-France, le Centre-Val de Loire, La Nouvelle Aquitaine et l'Auvergne-Rhône-Alpes.

Les trois plus grosses exploitations de cresson, réparties sur 25 hectares, réalisent à elles seules la moitié de la production française, estimée à 4 000 tonnes par an. « On peut faire du cresson n'importe où, à partir du moment où l'on a une eau de bonne qualité », explique Raphaël Viot, co-gérant des Cressonniers d'Aquitaine, réparties sur 16 ha. Plante semi-aquatique, le cresson a en effet besoin d'avoir ses racines dans l'eau. Il y puise ses éléments nutritifs. « Toute la difficulté est de recréer de manière artificielle une rivière avec un faible courant d'eau, car on ne peut pas inonder une cressonnière comme une rizière : l'eau doit y être en mouvement perpétuel », détaille Sébastien Simian, président de la Fédération nationale des cressiculteurs (FNC), lui-même producteur dans le Rhône. Culture traditionnelle, le cresson est très intéressant d'un point de vue environnemental, alors même que sa culture peut être qualifiée d'intensive, jusqu'à six récoltes pouvant être effectuées sur un seul hectare. « On n'est pas bio, car pour y prétendre il faudrait que la graine soit bio, mais c'est tout comme : on utilise très peu de produits phytosanitaires et on n'épuise pas les sols », souligne Raphaël Viot. Autrefois, le cresson n'était consommé que l'hiver, en soupe essentiellement. Il était alors vendu en bottes. Depuis quelques années, il est aussi vendu comme une jeuneousse. « On a mécanisé sa récolte afin de pouvoir le conditionner en barquettes 1^{re} gamme et ainsi toucher des consommateurs nouveaux », précise Sébastien Simian. Car le cresson, à la saveur légèrement poivrée, est aussi délicieux en salade, en sandwich, sur une pizza, voire en smoothie. Sans compter que, consommé cru, il conserve son intérêt nutritionnel. « Les Français ne le savent pas, mais le cresson est riche en antioxydants, vitamines et oligo-éléments. Les Anglais le qualifient à juste titre de

superfood. » Et 20 à 25 % de la production française de cresson est expédiée en Angleterre, qui en est un très gros consommateur. « En France, la culture du cresson est en perte de vitesse. Ce n'est pas un problème de rentabilité, car les spécialistes du cresson se portent plutôt bien : il y a bien un marché pour les produits sains ! C'est plutôt un problème de transmission : les exploitants qui



partent à la retraite ne trouvent pas de repreneurs. C'est pourquoi nous travaillons à la valorisation de cette production. » Au niveau européen, un dossier a été déposé il y a quatre ans pour l'obtention d'une STG (Spécialité traditionnelle garantie). « Cela nous permettrait de certifier au consommateur notre manière de faire, avec un cresson produit dans l'eau, et ainsi de combattre le cresson de terre, ce faux frère qui pousse en pleine terre et qui n'a pas les mêmes atouts. » Un dossier devrait par ailleurs être déposé prochainement pour l'obtention d'une IGP pour le cresson de Méréville. **CB**

Campagne d'hiver

Les salades d'hiver en difficulté



Décevante en 2017-2018, la campagne de salades d'hiver s'annonce compliquée cette année encore, dans un contexte de baisse de la production française, de pluies abondantes affectant la qualité et de gilets jaunes impactant le transport, crucial pour cette production si fragile. Mais il y aura toujours des consommateurs de salade !

CLAIRE BOUC

Sur les quinze dernières années, la production française de salades (laitues et chicorées) n'a cessé de diminuer. Si tous les types de salades sont impactés, les chutes pour certaines variétés sont spectaculaires. L'ensemble laitue (batavia, laitues à couper, autres laitues pommées et romaines) est passé d'une production de l'ordre de 381 000 tonnes en 2000 à moins de 232 000 tonnes en 2016. Pour Alain Ferrier, dirigeant du groupe provençal éponyme, « les volumes sont en baisse car le marché de la salade a beaucoup évolué. Avec la 4^e gamme, le rayon salade s'est considérablement diversifié. Les consommateurs ont désormais beaucoup de choix ». Pas moins de 2 000 sortes de salades existent en effet dans le monde et 275 variétés sont recensées au catalogue officiel en France. Elles sont en général réparties en trois grandes catégories : les laitues ou salades tendres (batavia, romaine, feuille de

chêne), les chicorées ou salades dures (scarole, frisée) et les petites salades (mâche, roquette, cresson, pousses d'épinard). Ce sont ces dernières qui ont particulièrement le vent en poupe. Parmi elles, little gem, une mini-laitue romaine, croquante comme la laitue iceberg, sucrée comme la laitue pommée. Et, bien sûr, la petite sucrine espagnole, très pratique car elle se conserve bien, mais dont le prix de vente est très bas, moins de 1 € les trois têtes. « *Les Espagnols en produisent sur des milliers d'hectares, à des coûts trois à quatre fois inférieurs aux nôtres. On fait un peu de sucrine en local pour des petits magasins, mais on ne peut pas faire plus : nous n'avons ni les surfaces ni les coûts de production adaptés à cette culture* », explique Alain Ferrier. L'exploitation familiale camarguaise Novi exporte 90 % des 4 millions de têtes de salades qu'elle commercialise. « *On fait de l'export depuis trente ans, mais on est en train de s'ouvrir au marché français, pour lequel il va nous falloir plus de surfaces* », souligne Alexandre Novi, son dirigeant. Or celles-ci n'ont cessé de diminuer.

Sous abri dans le Sud-Est

En 2017-2018, les surfaces nationales en laitues d'hiver, estimées à 4 000 ha, étaient en repli de 8 % par rapport à la campagne précédente et de 5 % sur les cinq dernières années. Avec une conséquence directe sur la

production : - 6 % par rapport à l'an passé au plan national. Malgré cela, la laitue reste la quatrième production légumière française en volume derrière la tomate, la carotte et le chou-fleur (hors pomme de terre). Du côté des chicorées (frisée et scarole), la production française a été divisée par deux, passant de 130 000 tonnes en 2000 à 60 000 tonnes en 2011. Elle s'est depuis stabilisée. Les salades d'hiver sont essentiellement produites dans le Sud-Est (50 % de la production nationale de chicorées), en Paca et Languedoc-Roussillon (pour les laitues), où l'on privilégie une culture sous abri. Les salades y sont protégées des aléas climatiques et des ravageurs extérieurs. « *La campagne à venir s'annonce tendue. On va manquer de marchandises. Pas mal de producteurs n'ont pas remis en production, préférant se positionner sur d'autres cultures. Ceux partis à la retraite n'ont pas trouvé de repreneurs. La météo, extrêmement pluvieuse, ne nous est par ailleurs pas favorable, altérant la qualité et posant des problèmes sanitaires. Sans oublier les prix de vente pas assez rémunérateurs, eu égard à nos coûts de production, et des transports pour le moins difficiles en ce début de campagne !* », détaille Alexandre Novi, pour qui le marché est en train de se spécialiser. « *Il va y avoir de moins en moins de généralistes qui font un peu de salade, et de plus en plus de spécialistes qui ne font que de la salade.* »

La laitue reste la quatrième production légumière française en volume.

Ferrier commercialise chaque année entre 12 et 14 millions de têtes de salades tendres (Batavia, feuilles de chêne et laitues), 2 millions de salades dures (frisées et scaroles) et 1 million de salades multifeuilles, sous la marque Aladines. Produites sous serre d'octobre à avril ou mai selon les années, les salades tendres sont conditionnées en production afin de limiter les manipulations.

Première gamme versus quatrième

« Nos producteurs sont au plus proche de l'entreprise, à 45 minutes de route maximum, afin de garantir la fraîcheur. Les salades sont cueillies tous les jours. Avec nos producteurs, nous établissons nos prévisionnels d'approvisionnement la veille et réajustons les quantités dans la journée, afin que le produit coupé du jour soit livré le jour même aux clients », continue Alain Ferrier. Les coûts de transport de la salade, qui exige des camions frigorifiques, reviennent chers : environ 10 centimes la pièce pour des salades vendues 30 à 80 centimes pièce. Alors, quand des gilets jaunes se mettent à barrer les routes, l'inquiétude monte chez les opérateurs... Moins fragiles, les salades dures sont conditionnées en station. Chez Ferrier, on ne fait que de la 1^{re} gamme. « Dans notre région, nous avons eu du mal à contractualiser aux prix imposés par les industriels, qui achètent la salade au kilo, alors que la salade en vrac se vend à la pièce. Or il nous est difficile de faire du poids, car la Provence est une région froide l'hiver, où les salades poussent lentement », en 80 à 90 jours l'hiver contre 30 à 35 jours l'été. Afin de prendre moins de risques d'un point de vue sanitaire, il est par ailleurs préférable de couper la salade plus jeune.

Si l'entreprise a subi de plein fouet la concurrence de la 4^e gamme, Alain Ferrier semble optimiste : « Nos principaux concurrents en 4^e gamme et jeunes pousses semblent arrivés à maturité, ce qui devrait apaiser le marché. » Pour le CTIFL, « la dualité de la consommation entre frais et 4^e gamme se poursuivra demain. La 4^e gamme séduit toujours par ses atouts de praticité, de rapidité de préparation et de disponibilité. Les variétés basiques (laitue, batavia) demeurent les incontournables de la gamme »*. « On assiste à une mutation dans la consommation, car les générations changent. Les grosses salades qu'on mettait au frigo et qui duraient plusieurs jours passent de mode. Les gens se tournent vers des

sucrines, des cœurs de laitue, des produits plus typés unités consommateurs », constate Alexandre Novi.

À la base de notre alimentation, la salade compte parmi les 5 légumes les plus consommés en France. Sa consommation toutes variétés confondues y est de l'ordre de 6,4 kg par ménage et par an. La Batavia est la variété la plus consommée : 1 ménage sur 2 en achète au moins une fois dans l'année. 70 % des laitues et 65 % des chicorées consommées par les ménages français sont produites en France. « Les consommateurs sont conscients des difficultés des professionnels du secteur mais se veulent rassurants en précisant qu'ils continueront demain à consommer de la salade française », indique l'étude du CTIFL, qui ajoute que « la création d'un label, d'une marque de reconnaissance fournissant des gages de qualité intéresseraient les consommateurs ».

Animer le rayon

Mais il n'existe pas, en salade, de variété représentative d'une région et l'offre bio est pour le moins absente. « J'en ai fait à la fin des années 90, mais j'ai arrêté car les magasins n'étaient pas prêts à accepter qu'il n'y ait pas de production tous les jours », explique Alain Ferrier qui avoue cependant y réfléchir de nouveau. Pour Novi, le bio n'est pas vraiment un axe de développement en salade, car le différentiel avec le conventionnel n'est pas toujours significatif. Les opérateurs pallient le manque d'innovation en salade 1^{re} gamme avec divers conditionnements permettant d'animer le rayon. « On conditionne à la demande du client, ce qui est un vrai casse-tête logistique. Le bois conserve mieux l'humidité, mais la caisse plastique est plus pratique pour les magasins. Depuis trois ans, on conditionne aussi la petite salade dans un support en carton », poursuit Alain Ferrier. Novi ouvre aussi des lignes de conditionnement en carton afin de répondre à la demande de certains clients qui préfèrent cet emballage pour la réexportation en fret aérien. D'autres souhaitent simplement se détourner du plastique. Pour offrir plus d'hygiène, favoriser une meilleure conservation et manipulation des salades en rayon et permettre les ventes par lots, Ferrier glisse ses salades dans des pochons plastiques individuels. ■

* « Salades : Bilan de l'offre, Perception des distributeurs et des consommateurs », Les études économiques, Gilles Christy, Éditions CTIFL-2015/2016.

Exploitation Novi sas

Provence Production earl

Toute la gamme de salades tendres

FRUITS & LEGUMES DE FRANCE

GLOBALG.A.P. zertifiziert

CERTIFIÉ AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Structures de production 100% Provence

@novi_exploit

contact@exploitation-novi.com

www.exploitation-novi.com

13200 ARLES - France

+33 6 12 93 25 02