

## Valorisation

# Autant de stratégies que d'opérateurs

Il y a les inconditionnels de la botte, les partisans de l'équeuté, ceux qui ne jurent que par le rose et les aventuriers du rouge... sans oublier le noir, le bio et le Zéro résidu de pesticides. **CLAIRE BOUC**

**A**vec 50 000 tonnes produites par an en moyenne ces dernières années, la France conforte sa deuxième place de producteur européen de radis, derrière l'Allemagne qui la devance de loin avec 80 000 tonnes et devant l'Italie qui en produit 32 000 tonnes\*. C'est en Val-de-Loire que se concentre 40 % de la production. Le radis y entre dans les rotations de culture, avec la mâche, comme chez Marais qui commercialise 2 millions de bottes de radis rose

**« Dépendre d'un seul semencier nous fragilise dans nos productions. »**

par an. Le radis trouve aussi dans la région la douceur climatique qui en permet la production toute l'année, sous serre multichapelle en hiver, en plein champ en été et sous tunnel entre deux, avec un pic de production de mars à juillet. Le radis reste en effet associé aux beaux jours dans l'esprit des consommateurs qui en consomment 1,5 kg en moyenne par ménage et par an\*, avec une nette préférence pour le radis rose demi-long à bout blanc. Une spécificité française.

Le radis rose demi-long à bout blanc n'est consommé qu'en France.



© FLEURON D'ANJOU

« À ma connaissance, ce type de radis n'est consommé qu'en France. Le reste du monde consomme du radis rond rouge », explique Alain Fradin, directeur des ventes de Nantial, qui commercialise chaque année, sous la marque Priméale, 13 millions de bottes de radis rose produites par l'OP Nanteurop. Un radis franco-français, produit et consommé en France, qui trouve facilement sa place sur les étals.

## Radis botte vs radis équeuté

C'est au stade de la production que le radis botte connaît ses principales

difficultés, en tête desquelles la main d'œuvre. « Plus aucun travailleur français ne veut cueillir le radis et le mettre en botte. On recrute donc de la main d'œuvre étrangère, qui est motivée pour travailler, mais peu fiable. Il n'est pas rare qu'elle nous plante du jour au lendemain », déplore Patrick Cheminant, responsable de ce produit au sein de la coopérative Océane, qui produit 7 millions de bottes par an. Un problème inquiétant, partagé par tous les opérateurs et qui semble insoluble, d'autant que les tentatives de mécanisation n'ont jusque-là pas

vraiment porté leurs fruits. Fleuron d'Anjou, qui commercialise 5 millions de bottes de radis rose chaque année, en a fait l'expérience il y a dix ans. « Les machines, très chères à l'achat, tombaient sans arrêt en panne : elles avaient été conçues pour le marché hollandais, habitué aux petites bottes d'une quinzaine de radis. En France, les bottes font facilement le double, ce qui les rend très difficile à serrer avec un élastique », précise Brahim el Hasnaoui, responsable commercial de l'opérateur, qui s'est du coup orienté vers du radis rose équeuté, dont la récolte peut être mécanisée, dans la mesure où les fanes n'ont pas besoin d'être préservées. « On a été dans les premiers à en faire. On pense que, progressivement, le marché va se segmenter vers un radis rose 1er prix vrac sachet et vers un radis rose botte qualitatif. »

**« On n'a jamais vraiment besoin d'acheter une botte de radis, on en a juste envie. »**

Une opinion que semble partager Océane, qui a choisi de se différencier avec une gamme premium de radis botte, de qualité supérieure au niveau de la taille de la fane, du bottelage et du radis en lui-même, récolté le jour J et expédié le soir même. « Nous procédons à la sélection des meilleurs radis du jour au sein du groupe, que nous estampillons via une étiquette accrochée à l'élastique de la botte. De novembre à avril, un tiers de notre production passe en premium », souligne Anne-Lise Billant, responsable commerciale d'Océane. Pour le moment, le marché du radis en sachet est tristé par le rond rouge. Planète Végétal en propose depuis 2014 dans sa gamme « snacking sain ». « Croq'radis répond à la demande des consommateurs à la recherche d'alternatives aux chips et biscuits salés pour l'apéro. Il est aussi plébiscité par les enfants qui en apprécient la forme et la saveur douce », affirme Bruno Séverac, directeur marketing. Chez Nantial, on propose les deux. « Cela nous permet de toucher des consommateurs qui, dans tous les cas, n'achèteront pas du radis botte », confie Alain Fradin, qui vend

## Radis de niche

### Des ronds et des longs



Le radis noir est le plus souvent long (15 à 20 cm), même si on peut aussi en trouver des ronds. C'est le radis le plus gustativement relevé. Sa peau noire et rugueuse renferme une chair blanche et croquante à la saveur plus ou moins piquante. Il fait d'ailleurs office de condiment dans la cuisine d'Europe centrale. Le radis noir est particulièrement riche en vitamines B et C, en potassium et en fibres. Il est recommandé dans les régimes détox.

Le radis blanc (ou radis japonais Daikon) ressemble à une très grosse carotte blanche d'environ 30 cm de long. Sa chair est douce et raffinée, sa texture à la fois croquante et juteuse. Le radis rose de Chine est un gros radis à la racine allongée rose vif à la chair blanche à légèrement piquante.

De forme sphérique, le radis Red Meat mesure de 6 à 8 cm de diamètre. Son nom (« viande rouge » en français) provient de la couleur rose intense et irisée de sa chair. Les Chinois le nomment « cœur de beauté », les Anglais « pastèque », car son épiderme est blanc et vert. Sa saveur est douce et légèrement sucrée.

De forme allongée, le radis Green Meat mesure 10 à 25 cm. Il a un épiderme de la même couleur que celui du Red Meat : vert au niveau du collet et blanc au niveau de la pointe des racines. Sa chair présente un dégradé de vert. Il est doux et peu piquant. Le radis bleu de forme conique séduit par sa couleur bleu-violacée peu commune. Sa chair, blanche, tendre et croquante, a une saveur très légèrement piquante.

aussi un peu de radis noir. « Mais cela reste à la marge ! »

Fleuron d'Anjou en commercialise deux millions de pièces chaque année. « On en a toujours fait, mais, avec la tendance des produits détox, on recrute de nouveaux consommateurs, même si cela reste un marché de niche », continue Brahim el Hasnaoui. Tout comme les radis de couleur qui se développent ici et là. Ces marchés de niche ne semblent pas être la priorité de ceux qui proposent du radis rose toute l'année, bien plus préoccupés par la fiabilisation de leurs approvisionnements en semence d'hiver, avec une seule variété disponible.

« Au fil des ans, les producteurs ont perdu la main sur les semences de radis rose au profit des semenciers, qui les ont finalement abandonnées, car le radis est un petit marché. Résultat : seul Syngenta propose des semences d'hiver de radis rose. Dépendre d'un seul semencier nous fragilise dans nos productions, d'autant que ces semences sont produites dans un secteur géographique très restreint, en Nouvelle-Zélande : un seul aléa climatique là-bas et on n'a plus de semence. Vilmorin cherche à en développer, mais c'est long », s'inquiète Patrick Cheminant.

### Le ZRP comme troisième voie

Côté valorisation, là encore, autant de problématiques que d'opérateurs ! Planète Végétal propose son Croq'radis (rond rouge équeuté) aussi en version bio car, selon Bruno Séverac, « la promesse Zéro résidu de pesticides, avec tous les investissements qu'elle implique, n'est pas une priorité sur un marché de niche ». Chez Fleuron d'Anjou, on envisage pourtant de passer au ZRP sur le radis équeuté : pour Brahim el Hasnaoui, « le radis produit en conventionnel est de plus en plus proche du radis bio, mais comme on ne peut pas le valoriser, la solution est de passer par le ZRP qui apparaît comme une troisième voie ». Océane aussi travaille depuis deux ans au développement d'une gamme ZRP, car « en radis on ne peut pas fiabiliser la production sans recourir à un minimum de pesticides : c'est possible sur certaines périodes, mais pas toute l'année », d'après Patrick Cheminant.

Thomas Ducamps, qui produit dans le Nord du rond rouge équeuté bio sous la marque « Tom & Gus », aimerait, quant à lui, proposer du botte bio, car on lui demande zéro emballage. « Vu le coût de la main d'œuvre, il faudrait mécaniser, or la mécanisation de ce type de production n'est pas au point pour le moment. » Chez Nantial, deux producteurs vont tenter l'expérience cette année, l'objectif étant d'en avoir trois ou quatre à l'horizon 2022. Reste l'épineuse question de la valorisation du radis botte en magasin. « En tant que producteur, je suis choqué de voir que le radis est si mal traité. Je pense que c'est le produit le plus mal stocké du rayon fruits et légumes. C'est dommage, car on n'a jamais vraiment besoin d'acheter une botte de radis, on en a juste envie. Et l'envie, ça se crée ! » s'exclame Patrick Cheminant. ■

\*Source : CTIFL, [www.lesfruitsetlegumesfrais.com](http://www.lesfruitsetlegumesfrais.com)

\*\*Kantar Worldpanel - Moyenne 2012-2014.