



VENDRE MARCHÉ

Marketing

Zéro résidu, sans pesticides : une nouvelle voie pour la filière ?

Pesticides, produits phyto, résidus... Voici des termes qui collent de plus en plus à la peau, non pas des fruits et légumes, mais bien à celle de la filière ! Rappelons-nous du saladegate en 2015... Sans oublier les récents reportages qui pointaient du doigt l'utilisation jugée « massive » de produits phytosanitaires dans les vergers. Depuis peu des tomates sans pesticides ou des fraises sans résidus font leur apparition dans les étals. Alors, coup marketing ou démarche d'avenir ?

• PAR AUDE BRESSOLIER •

Face à des consommateurs de plus en plus méfiants sur la qualité des fruits et légumes qu'ils achètent, certains acteurs ont choisi d'offrir une réponse avec des gammes sans pesticides, à l'image de Savéol, ou « Zéro résidu de pesticides » pour les Paysans de Rougeline. Alors, coup marketing ou réelle démarche constructive ? Gilles Bertrandias, directeur général de Rougeline, tient à mettre les choses au clair : « Si nous n'avons lancé notre nouvelle gamme depuis ce printemps 2017, c'est que nous pouvons nous appuyer sur un historique conséquent sur l'évolution de nos pratiques. Au cours des dernières années, nous avons énormément travaillé sur l'évolution du modèle agricole de nos cultures abritées en développant notamment le concept d'écoserre[®]. » Ces serres

écologiques se réclament de l'agroécologie, en ce sens qu'elle font la part belle aux énergies alternatives, renouvelables ou fatales, à la production biologique intégrée tout en réduisant le recours aux engrais, à l'irrigation ou encore aux pesticides de synthèse.

VALORISER UN TRAVAIL DE FOND

« Dès 2015, nous avons cherché à expliquer cette démarche aux consommateurs en essayant de positionner différemment sur le marché les produits issus des écoserres[®], explique Gilles Bertrandias. Nous avons donc testé différents packagings sur lesquelles nous expliquions ce nouveau concept. Le retour a été globalement positif mais les études consommateurs ont montré que le message était trop technique, trop global... De plus, nous nous sommes



Savéol fait la promesse d'une tomate sans pesticides de la fleur à l'assiette.

rendu compte que l'une des préoccupations majeures des consommateurs, en matière de fruits et légumes, concernait la santé et plus particulièrement les pesticides. Nous avons donc décidé de nous concentrer sur un des

benefices de la production dans nos écoserres. C'est ainsi qu'est née notre gamme « Zéro résidu de pesticides ». Cette nouvelle gamme garantit aux consommateurs l'absence de résidu des substances actives non com-



patibles avec ce programme (plus de 220 au total). Cette liste contient notamment toutes les substances actives homologuées sur tomates et fraises (même celle dont les AMM ont été retirées au cours des dix dernières années), ainsi que des substances non utilisées par la filière à l'image des néonicotinoïdes. L'absence de résidu est déterminée par un résultat inférieur à la limite de quantification qui est d'environ 0,01 mg/kg avec les instruments de mesure actuels. Les analyses sont réalisées par le laboratoire Capinov à Landerneau.

La coopérative Savéol a pour sa part lancé en 2015 sa gamme de tomates Savéol Nature avec l'assurance d'un produit sans pesticide. Le fruit d'un travail de R&D de longue haleine comme l'explique Pierre-Yves Jestin, président de Savéol : « Nous avons investi dès le début des années 1980 dans la production d'insectes auxiliaires pour lutter, dans nos serres, contre les ravageurs des cultures. Dans un souci de transparence, nous avons ouvert notre ferme aux insectes, unique en Europe, au grand public qui a répondu présent (8 000 visiteurs). Depuis quelques années, nous avons sélectionné des variétés qui permettent de nous passer complètement de traitements phytosanitaires, de la floraison à la récolte. Il nous semblait important de valoriser le travail de nos coopérateurs en mettant en avant cette absence de traitements via

une gamme facilement identifiable en rayon. » Savéol a ainsi choisi de jouer la carte « nature » jusqu'au bout avec un packaging 100 % recyclable.

DE LA PLACE POUR TOUTES LES AGRICULTURES

Mais revendre le zéro résidu, n'est-ce pas prendre le risque de jeter le discrédit sur le reste de la filière ? Gilles Bertrandias répond par la négative : « Les consommateurs n'ont pas forcément une attitude aussi analytique que nous sur l'offre. En revanche, il y a des sensibilités différentes dans les profils d'acheteurs : des adeptes du bio, des consommateurs qui arbitrent sur le prix, ou sur une exigence gustative supérieure, et d'autres qui le font sur plus de garanties sur les pesticides. C'est à eux en particulier que s'adresse notre gamme, mais pour nous l'important est que la catégorie fruits et légumes progresse en tenant compte de toutes les composantes des consommateurs. »

Un avis partagé par Pierre-Yves Jestin : « La qualité sanitaire des fruits et légumes produits en France n'est absolument pas remise en question. Il ne faut pas voir la gamme Savéol Nature comme une démarche allant à l'encontre de l'agriculture conventionnelle mais vraiment comme un « plus » qui répond aux attentes d'une catégorie de consommateurs de plus en plus nombreuses. » Tous deux s'accordent à



Pour Rougeline, c'est le « zéro résidu » qui est mis en avant sur les packagings.

penser que cohabitera, demain, une offre conventionnelle, une offre bio qui poursuit son développement et une 3^e voie autour de promesses basées sur les principes agroécologiques en particulier pour le maraîchage sous abris.

DES DISTRIBUTEURS DEMANDEURS

Matthieu Lovery, directeur de marché fruits et légumes chez Carrefour, voit plus loin. Selon lui, les gammes sans pesticides deviendront à l'avenir les standards des rayons. « Deux de nos plateformes ont basculé cette année leur offre équivalente en tomates sur la nouvelle gamme Rougeline avec de beaux résultats commerciaux. Nous sommes persuadés que ces initiatives sans pesticides ou sans résidus répondent complètement à une tendance de fond en matière de consommation qui est en cohérence avec notre politique sur la qualité alimentaire : moins d'impact environnemental, plus de naturalité, plus sain. »

Mais les consommateurs sont-ils prêts à payer plus cher un produit jugé plus sain ? « Le surcoût d'un tel produit reste relativement raisonnable, précise-t-il. C'est aussi à nous distributeurs de communiquer sur ces initiatives. Sans oublier que les consommateurs ont une tendance naturelle à aller vers ce qu'ils jugent positif. Nous avons assez de recul avec nos Filières Qualité Carrefour pour nous en rendre compte. Un des engagements de cette filière concerne la question du recours aux pesticides de synthèse avec un objectif de baisse de 75 %. Nous avons énormément avancé sur la fraise, le kiwi, la pêche, la pomme de terre ou encore la pomme ou le melon. Non pas en augmentant unilatéralement nos exigences mais bien en travaillant sur le long terme avec des agriculteurs partenaires. Si nous ne partageons pas le risque avec eux, c'est voué à l'échec. C'est pourquoi nous essayons au maximum de contractualiser sur des volumes et des prix pour chaque campagne. » ■