



INDUSTRIE & SERVICES

Pour les tomates Savéol, le choix du haut de gamme

Alors que ses challengers européens se renforcent, la coopérative bretonne opte pour les variétés premium.

Stanislas du Guerny
— Correspondant à Rennes

Les tomates espagnoles, marocaines et même néerlandaises continuent d'occuper une partie importante des étals des primeurs français et de la grande distribution. « C'est difficilement compréhensible sachant que la France est autosuffisante », se désole Pierre-Yves Jestin, le président de la coopérative finistérienne Savéol, qui met chaque année sur le marché de l'ordre de 82.000 tonnes de tomates fraîches.

Face à cette concurrence à bas prix et « de qualité rarement au rendez-vous », le numéro un français de la tomate a choisi depuis plusieurs années de privilégier le haut de gamme. « Celles en vrac ou en grappes ne représentent plus qu'à peine 50 % de nos volumes : nous avons progressivement mis au point une trentaine de variétés nouvelles très goûtées », continue Pierre-Yves Jestin. Il fait référence aux mini-tomates cocktail, aux tomates ananas, cerises jaunes ou noires, cœurs-de-pigeon...



Les nouvelles variétés de Savéol – mini-tomates cocktail, tomates ananas, cerises jaunes ou noires, cœurs-de-pigeon... – lui ont permis de démarrer la saison sur les chapeaux de roue. Photo Fred Tanneau/AFP

qui lui ont permis de démarrer la saison sur les chapeaux de roue. « Les beaux mois du printemps et du début de l'été nous ont été très favorables, puisqu'on a même été parfois en rupture de stock jusqu'à la mi-juillet. »

La coopérative de 175 millions d'euros de revenus arrivait alors à

vendre ses produits en moyenne autour de 1 euro le kilo pour les références les plus communes, comme les grappes, et jusqu'à 2,5 euros pour les petits fruits. « Depuis août, précise le président de la coopérative, l'abondance des produits a fait descendre nos tarifs



parfois jusqu'à 80 cents le kilo. On s'attend à une remontée des cours, car les volumes diminuent partout dans les exploitations. »

Ce repositionnement sur le premium correspond aussi à l'évolution du marché. En recul régulier, les tomates rondes ne représentent plus que 68 % des volumes achetés en France, selon FranceAgriMer, tandis que les variétés allongées, les cœurs-de-bœuf ou les tomates cerises gagnent du terrain.

Positionnement des concurrents

Savéol entend d'autant plus pour-

suivre dans le premium que ses challengers européens se renforcent. « *Notre part export est passée de 17 à 12 % de nos ventes* », insiste le président de Savéol, lui-même producteur dans le Finistère. L'Allemagne reste son premier marché, mais réduit ses commandes. Pierre-Yves Jestin, qui suit de très près la situation européenne du secteur, indique que « *les serres outre-Rhin se développent, portées par une communication de la distribution en faveur des acteurs de proximité* ». Quant aux Néerlandais, ils se mettent à cultiver des tomates toute l'année, même en hiver. ■