

LE KIWI DANS LA MOUVANCE DE L'INNOVATION VARIÉTALE

KIWI Fort de sa notoriété dans le secteur de la production du kiwi, la SCAAP Kiwifruits de France s'est engagée dans la voie de l'innovation variétale.

Le groupe SCAAP Kiwifruits de France est installé à Labatut dans les Landes, en plein terroir du kiwi de l'Adour. Cette structure coopérative est constituée de 200 producteurs qui produisent des fruits frais, avec une forte dominance kiwi. La coopérative a également la capacité de conditionner et de stocker. Depuis quelques années, le groupe a multiplié son activité dans le développement de nouvelles variétés de kiwis.

Initiatrice de l'Union Adour kiwi France, qui compte aussi dans ses rangs la coop Landadour kiwi, VDL et Sofruileg, SCAAP Kiwifruits de France dispose de trois stations fruitières basées à Labatut, Amou et Souprosse. Prim'Land est le bureau de vente.

Après une campagne 2007 qualifiée d'atypique à cause du manque de volumes, consécutivement à la grosse récolte de l'année précédente et des accidents climatiques au printemps 2007, le groupe annonce, cette année, une prévision supérieure



Le kiwi à chair verte Hayward reste toujours la variété de base

à 9 000 tonnes de kiwis (au niveau de l'Union), soit 15 % de plus qu'en 2007.

LA PRÉCOCITÉ ET LA QUALITÉ DE SUMMERKIWI

Le kiwi à chair verte Hayward reste toujours la variété de base, mais le groupe s'est engagé dans la voie de l'innovation avec le développement de nouvelles variétés. « Hayward n'est pas mise au placard pour autant, loin de là, puisqu'on a même l'objectif de la développer », remarque Patrick Piquin, directeur de SCAAP Kiwifruits de France.

Au rayon des nouvelles variétés, le groupe s'est intéressé à l'obtention italienne Summerkiwi, dont les premières plantations ont été effectuées dès 2003. Il s'agit d'une variété de club. Dans le but de maîtriser les volumes et la qualité, les plantations sont contingentées et contrôlées. L'organisation du développement de la va-

riété passe également par le conventionnement des producteurs et des opérateurs commerciaux. « Nous avons actuellement 60 hectares de vergers de Summerkiwi. Notre objectif est d'atteindre 100 hectares. Cette variété ressemble à s'y méprendre à Hayward avec la particularité d'une avance de maturité. En effet, les fruits se

récoltent entre 30 à 45 jours avant Hayward, soit sur la deuxième quinzaine de septembre. Cette variété exprime également un bon potentiel à atteindre des valeurs élevées en sucres. Sa date de récolte permet d'avoir très tôt des fruits déjà à maturité physiologique, qui ont atteint un excellent niveau de sucre, ce qui permet de les



Su... .. et ressemble à s'y méprendre à Hayward avec la particularité d'une avance de maturité

AVIS D'EXPERT



Patrick Piquin, directeur de SCAAP Kiwifruits de France

« Et si on parlait de Hayward... »

« Ça fait près de 30 ans qu'on cultive la variété de kiwi Hayward dans la région. Elle reste la base de notre verger de kiwi. Cependant, il faut continuer à être vigilant sur l'itinéraire technique de cette variété, et plus particulièrement pour les postes de taille, d'irrigation et les fumures. En interne, avec les membres de l'Union Adour kiwi France, on valide des informations techniques et on travaille tous les aspects de maîtrise des intrants pour respecter les cahiers des charges liés à la production. Les besoins en alimentation des plantes sont raisonnés en fonction des préoccupations environnementales. On teste des techniques comme la pose de sondes dans les sols pour améliorer l'efficacité des irrigations, etc. »

commercialiser d'octobre à décembre, soit un mois et demi plus tôt que la variété Hayward », explique Patrick Piquin.

JINTAO POUR CAPTER DE NOUVEAUX CONSOMMATEURS

Le kiwi à chair jaune Jintao est plus récent dans le panel des innovations variétales développées par la SCAAP Kiwifruits de France. Les vergers qui ont été plantés il y a deux ans commenceront à produire réellement en 2010. Jintao arrive à maturité vers la deuxième quinzaine d'octobre. « On a testé cette variété. Elle a reçu un bon accueil commercial. Le fruit est plus doux, cela devrait nous permettre de capter de nouveaux consommateurs... comme ceux qui par exemple n'aiment pas l'acidité de Hayward. Jintao entre dans un segment de marché. C'est un produit nouveau pour le consommateur, ce qui n'est pas le cas de Summerkiwi », raconte Patrick Piquin.

L'ARGUTA EN BARQUETTE POUR LE SNACKING ET LA RHF

Avec l'Arguta, le kiwi devrait prendre une nouvelle dimension. Cette série de sélections de kiwaï réalisée par Hort research en Nouvelle-Zélande trouve son intérêt dans la production de fruits de calibres moyens de 10 à 12 g (9 à 12 fruits par barquette de 125 g) qui sont supérieurs au kiwaï, et dans

AVIS D'EXPERT



Jean-Baptiste Pinel,
directeur général de Prim'Land
« La consommation est en croissance régulière »

L'analyse de la situation commerciale au niveau du bureau de ventes Prim'Land montre que le kiwi dispose encore d'une bonne marge de manœuvre quant à son développement. « La consommation du kiwi est en croissance régulière. C'est un fruit qui a un taux de pénétration de 55 à 60 %. Les différentes campagnes menées par l'Interprofession ont été positives. Le kiwi, c'est l'image par excellence du fruit vitaminé : la référence vitamine. La consommation du kiwi à chair jaune égale celle du vert dans des pays comme le Japon. C'est loin d'être le cas en France, car nous n'en sommes qu'au début. Cela dit, l'argument de l'acidité comme frein à la consommation du vert pourrait profiter aux types à chair jaune. Il s'agit là d'une complémentarité de Hayward sur le marché. Avec la marque « Oscar », on a réussi dans le développement car nous avons su assurer la qualité des produits vendus sous la marque. Et c'est important pour le client. Nous travaillons avec la grande majorité des enseignes et tout le réseau des grossistes. Le kiwi commercialisé par Prim'Land, c'est un tiers des volumes sur le marché français, un tiers en Europe (Espagne, Belgique, Pays-Bas, Irlande, Portugal, etc.) et le dernier tiers sur le Grand Export (Taiwan, Canada, etc.). »

la conservation plus longue, estimée à 8-12 semaines. « Nous avons la licence européenne de l'Arguta depuis 2005, nous en sommes au stade de la multiplication des plants. Les premières plantations sont prévues au printemps 2009 », reprend Patrick Piquin. Sur un plan commercial, l'Arguta est positionné comme une baie et présenté en barquette. Ce type de produit est parfaitement adapté au grignotage. La SCAAP Kiwifruits de France a validé ces nou-

velles variétés en procédant à des dégustations et à des tests de commercialisation en barquettes. Dans les séries de fruits d'Arguta reçus de Nouvelle-Zélande, deux variétés se distinguent pour leur aspect, leur goût et leur conservabilité.

« D'autres nouveautés variétales sont en instance de développement au sein de SCAAP Kiwifruits de France, mais il est encore un peu tôt pour en parler aujourd'hui », conclut Patrick Piquin. ■

MB

Pêches et de nectarines en ligne

La base de données variétales « Pêches - Nectarines » du Ctiff est en ligne sur www.fruits-et-legumes.net. Celle-ci s'appuie sur la charte nationale d'étude du comportement des variétés fruitières, conclue entre la FNPF, le CEP, l'Inra, le Ctiff et les stations régionales. Les fiches apportent des informations exhaustives sur les variétés de pêches et de nectarines. Chaque fiche répertorie les mêmes critères de description variétale : l'Arbre, le Fruit, les Points clés de la variété, la Conduite, le Potentiel de production, les Sensibilités particulières, l'Appréciation et le Calendrier de maturité. L'ensemble des informations de la base sera actualisé chaque année en tenant compte des influences de la climatologie et du vieillissement des arbres. La plupart des fiches sont en accès libre et gratuit. Seules les fiches des variétés les plus récentes nécessitent un paiement d'1,80 euro TTC par fiche, grâce au système sécurisé Allopas.

www.fruits-et-legumes.net, puis rubrique Techniques de production / Techniques en verger.

Pomme d'Alsace

En octobre, l'Interprofession des Fruits et Légumes d'Alsace a lancé une campagne radio sur les ondes régionales pour la promotion de la « pomme d'Alsace » en vantant les mérites de la saisonnalité, de la diversité mais aussi du bilan carbone de la proximité de ces produits.

www.fruits-legumes-alsace.fr