

Origine du développement en France

Une niche porteuse

Erreur ou don de la nature, les mini-légumes ne sont plus un artifice du marché. D'ailleurs, les restaurateurs, et demain les consommateurs avertis, en redemandent. Mais pas question de voir trop grand pour autant, le marché y perdrait son âme et surtout sa valeur. **RÉMI MER**

Ce n'est donc pas une légende, les mini-légumes sont, à l'origine, le fruit du hasard. « Notre production a commencé avec la livraison à de grands restaurateurs allemands de carottes à nos yeux trop petites, parce que le printemps avait été particulièrement difficile », raconte François le Lagadec, à la tête de la société Meingwen Armor Services (MAS). L'entreprise, basée à Taulé (29), est très vite devenue la référence en matière de mini-légumes et de produits originaux destinés à la grande restauration, sous la marque Hotgame™. Nous sommes alors en 1983. Ce qui fut un caprice de la nature s'avérera un bon filon pour les maraîchers de la région de Morlaix. À la différence de leurs collègues léonards, spécialisés à l'époque dans les

Au sein de son entreprise (Sales Producteurs), Jean Sales fait aussi partie des pionniers. Il s'est attaqué à ce marché dès 1987, pour progressivement glisser vers l'univers de l'alimentaire, puis de la gastronomie. Juste retour des choses, dans cette quête vertueuse de valeur, chacun y trouve son compte. Pour preuve, la maison Sales regroupe aujourd'hui autour d'elle plusieurs producteurs partenaires, et une société de conditionnement et de commercialisation. Au total, la mini-filière de Perpignan rassemble près de 140 emplois. À Rungis également, le marché était latent : « Nous nous sommes lancés depuis près de quinze ans; cela correspondait alors à une véritable attente non satisfaite », déclare Jean-Claude Cortési, des établissements Butet, un des principaux opérateurs spécialisés.

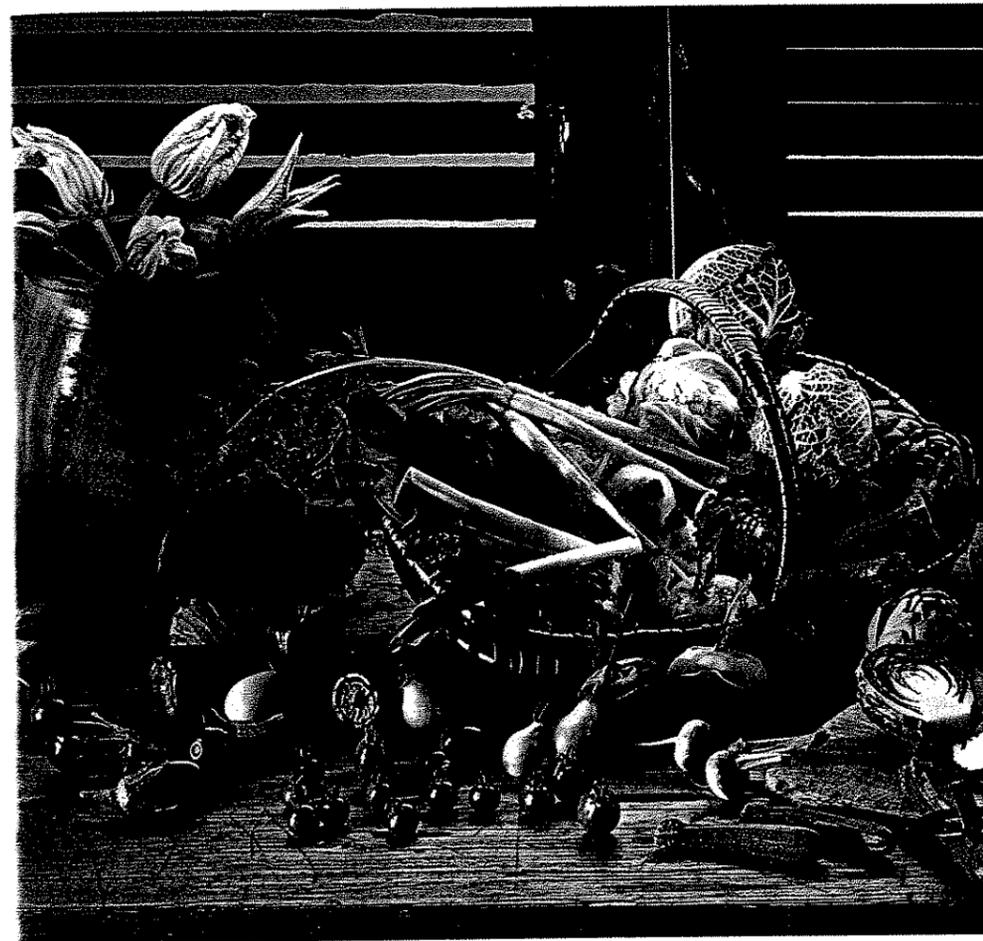
Une gamme très variée

Chez Prince de Bretagne, la production de mini-légumes a démarré plus tard en 1998. Elle entre dans une logique d'élargissement progressif de la gamme. On est loin du panier des années 60 de la Sica de Saint-Pol-de-Léon (choux-fleurs, artichauts, oignons, échalotes, pommes de terre). Aujourd'hui la gamme des mini-légumes comprend 17 produits différents, sur les 25 légumes commercialisés. Mais parmi les mini-légumes, ceux qui sont les moteurs du marché et pèsent dans la balance, et ce, presque 12 mois sur 12, sont d'abord le chou-fleur, la carotte et le poireau. À l'Earl Méchinaud à Nantes, c'est Philippe Méchinaud, l'un des associés, qui s'adonne à la production de mini-légumes, à côté des herbes

aromatiques et des fleurs alimentaires. « Nous produisons toute l'année des carottes, navets, poireaux, fenouils et mini-endives », affirme Delphine Briand, en charge du marketing chez Méchinaud SA. Les autres légumes sont cultivés sur place en période estivale – des produits classiques (aubergines, courgettes, poivrons...), mais aussi des pâtissons (jaune et vert) – ou achetés à d'autres producteurs (choux, mais doux...). Au total, la gamme présentée a de quoi faire rêver les restaurateurs, premiers clients de l'entreprise. Une clientèle fidèle, exclusivement française. Et les traiteurs sont de plus en plus tentés par cette offre originale de cuisine facile et savoureuse... ou de snacking!

Raisonner le développement

Comment produire des mini-légumes ? À la base, il y a trois types de pratiques, différents selon les légumes. « Dans certains cas, on a recours à des variétés spécifiques, comme en poireau et en carotte. Par contre, d'autres légumes, comme les différents choux, sont semés ou plantés à très haute densité », précise Claire Barral, en charge de la diversification à la Sica de Saint-Pol. Enfin, la troisième voie consiste tout simplement à récolter à un stade plus jeune, comme dans le cas des courgettes. Chacun sa voie, donc ! Ainsi démarré en 1983, le développement de la coopérative L'Armorique maraîchère ne devra, par la suite, rien au hasard. Dès le départ, les adhérents du groupement se sont retrouvés pour décider de s'engouffrer dans la niche grande ouverte des mini-légumes. Depuis, l'offre de l'entreprise s'est élargie à près de



Si l'on importe des mini-légumes, on en exporte également. Les deux tiers ou presque du chiffre de Prince de Bretagne sont exportés, y compris jusqu'au Japon.

200 légumes (oubliés ou non) et autres curiosités comestibles, comme les fleurs alimentaires. « Nous devons être vigilants, car il y a des phénomènes de mode », prévient F. le Lagadec. À charge pour la coopérative de prévoir ses emblavements en conséquence. Présents depuis vingt ans sur ce marché de niche, les pionniers ont vu apparaître des concurrents sur un marché en pleine croissance, avec des taux à faire envie, jusqu'à 30 % certaines années. Chez Prince de Bretagne, la quinzaine de producteurs est spécialisée par produit. « Au début, on s'est pris quelques claques », confirme Marc-Éric Pavillard, chargé de ce segment de marché. Et pour cause, sur des segments aussi étroits et une gamme aussi large, la juste mesure échappe aux meilleures prévisions, surtout en phase de constitution de clientèle. « Aujourd'hui, on ne récolte que lorsque la production est vendue », rajoute C. Barral. « Entre 2004 et 2005, nous avons enregistré une

progression de plus de 25% », précise M.-É. Pavillard. Preuve que le marché reste en croissance, même s'il s'est quelque peu assagi. Revers de la médaille, on assiste à un certain réajustement des prix. Par ailleurs, la concurrence étrangère a aussi refroidi les ardeurs de certains impétrants. « Aujourd'hui, les cartes sont distribuées. Nous importons des pâtissons jaunes et verts, des courgettes et des aubergines d'Afrique du Sud, en complément de nos approvisionnements du sud de la France », affirme J.-C. Cortési. Si l'on importe des mini-légumes, on en exporte également : « Nous sommes très présents à l'export, notamment vers les pays anglo-saxons, sous notre marque Prince de Bretagne », déclare M.-É. Pavillard. De fait, les deux tiers ou presque du chiffre sont exportés, y compris jusqu'au Japon. Sur ces produits très fléchés à l'export, cela conduit la Sica de Saint-Pol à être agréée Eurepgap. Dans un pays comme la Belgique, les mini-légumes font partie de l'offre

courante des GMS, alors qu'en France la présence sur les linéaires est réduite aux périodes festives, comme Noël ou Pâques, qui restent de grosses périodes. Pas toujours facile de convaincre d'abord la centrale d'achat, puis l'acheteur régional et enfin, le chef de rayon. Et quand une enseigne fidèle comme Casino commande 3 000 colis à Prince de Bretagne pour Noël, une enseigne belge, nettement plus petite que sa consœur, en place 4 500. Pourtant, il est vraisemblable que cette offre de mini-légumes ne concurrence pas les autres légumes. Dans la société Hotgame™, la combinaison magique des mini-légumes et de la gamme bio fait tourner les plus grandes tables et toques du monde ! « Notre clientèle est pour plus de la moitié internationale », confirme F. le Lagadec. Même son de cloche du côté de l'entreprise de Jean et Olivier Sales. « Le tiers de la production est exporté vers plus de vingt pays », affirme Sandrine Julio, chargée du développement. Dans le monde des mini-légumes, chacun cherche à se différencier pour cultiver ses créneaux. « Nous faisons toute la gamme des légumes classiques, avec plusieurs originalités comme les betteraves jaunes ou blanches », précise F. le Lagadec. La SA Hotgame™ revendique le statut de créateur de légumes, fondée sur la sélection et l'amélioration des techniques de production. Vu l'étendue de la gamme (près de 200), cela n'est pas usurpé. Côté emballages, les stratégies sont définies en fonction des clients et plus précisément des circuits. M.-É. Pavillard confirme : « Nous proposons des plateaux lités aux grossistes. » La GMS se voit offrir des barquettes flowpack (200 à 250 g) ou polystyrène (380 g). De son côté, l'entreprise Sales Producteurs a déposé ses emballages en polystyrène; elle s'est offert une marque originale, "La souris verte". Les mini-légumes sont prêts à sortir de leur marché de niche. Restaurateurs et traiteurs ont déjà montré la voie pour encourager la consommation de légumes tout court. Signe des temps, de plus en plus de centrales d'achat cherchent à s'informer, avant de se lancer. Même dans une grande surface, les mini-légumes resteront toujours mini. ■

Si le hasard est à l'origine des mini-légumes, ils sont désormais obtenus suivant trois méthodes.

choux-fleurs et l'artichaut, eux sont restés attachés à la variété des légumes disponibles sur les marchés locaux et sont regroupés alors au sein du Groupement de la baie. Bien leur en a pris, car la cinquantaine de producteurs du groupement coopératif (L'Armorique maraîchère) cultive les niches à souhait; elle s'est également spécialisée dans les légumes oubliés et biologiques.