

LA CHASSE AUX PESTICIDES ET AUX RÉSIDUS en amont et en aval est amorcée. Le collectif Nouveaux Champs, porte-étendard de ces initiatives, a écoulé plus de 20 M€ de marchandise les dix premiers mois.



Les initiatives tous azimuts autour d'une promesse sans résidus ou sans pesticides s'organisent petit à petit pour gagner en lisibilité auprès du consommateur.

Depuis quelques années, les pesticides sont dans le viseur des consommateurs, sensibilisés par les médias et ONG alarmistes. L'alternative radicale au conventionnel, le bio, ne suffit pas à répondre à la demande et reste encore trop chère. Une troisième voie a donc vu le jour il y a trois ans, insufflée par des producteurs de tomates : une allégation vantant la réduction de l'usage de pesticides. Après un démarrage timide, l'initiative a eu un effet boule de neige ces douze derniers mois. Aussi bien en amont qu'en aval.

De la tomate, les tests se sont étendus à la pomme, à la carotte, au concombre, etc. Aujourd'hui une quarantaine d'espèces sont en mesure de livrer une production répondant à cette promesse, dans des volumes très variables.

UNE AMBIGÜITÉ À LEVER

Source de confusion, deux discours s'affrontent. Entretien une certaine ambiguïté dans l'esprit des consommateurs. À ma gauche, les tenants du zéro résidu de pesticides, qui garantissent l'absence de traces des molécules actives au stade de la consommation, mais ne prévoient pas l'arrêt de l'utilisation des produits phytosanitaires (même si dans les faits c'est souvent la méthode utilisée). À ma droite, l'autre école qui revendique, elle, l'absence de traitement pesticide, généralement de la première fleur jusqu'à la consommation. Une promesse mieux-disante lorsqu'elle est complétée de l'assurance de ne trouver aucun résidu sur le produit (contaminations croisées). Sur la tomate, filière pionnière et apporteuse des plus gros volumes de ce nouveau segment, schématiquement, les trois Bretons (Savéol, Prince de Bretagne et Solarenn) ont fait le choix du « sans pesticides », quand les autres intervenants privilégient le « zéro résidu ». Moins contraignante, la promesse « Zéro résidu » a pris l'ascendant.



PRODUITS RESPONSABLES

En passant les trois codes en zéro résidu de pesticides, nous avons dopé les ventes en valeur de 5 à 10 %.

► CINQUANTE ENTREPRISES FÉDÉRÉES

Ses producteurs, souvent partis en solo, se sont depuis organisés. Une étape nécessaire afin d'harmoniser le message à destination des consommateurs. Le collectif Nouveaux Champs, impulsé par le producteur de tomates du sud de la France Rougeline, a inspiré et fédéré une cinquantaine d'entreprises en à peine un an. Les adhérents répondent au même cahier des charges et communiquent sous le même macaron. L'ensemble des produits commercialisés sous celui-ci a généré plus de 20 M€ de CA en dix mois. L'offre compte déjà une soixantaine

de références et devrait en dénombrer une centaine au premier trimestre 2019. Les trois plus gros opérateurs bretons, ont eux annoncé, il y a un an, travailler à l'homogénéisation de leurs cahiers des charges pour une prise de parole collective courant 2019.

D'AUTRES VÉGÉTAUX CERTIFIÉS

Après une période de questionnement, d'observation, et poussés par la Course zéro pesticide de Greenpeace, les distributeurs se sont également emparés du sujet. Carrefour, précurseur, avait déjà développé plutôt discrètement des

initiatives sur des filières spécifiques (fraise, kiwi, pomme de terre, etc.) sous sa marque Filière Qualité Carrefour. Sans aborder la mention de pesticides toutefois, le distributeur préférant parler d'agroécologie.

Auchan a pris l'avantage en matière de communication. En décembre 2017, il annonçait la sortie de trois codes d'agrumes sans résidus de pesticides à sa marque, présentés comme les prémices d'une offre devant couvrir tous les besoins majeurs d'ici 2020. En février, Casino lui emboîtait le pas, sous sa démarche transversale Agriplus. En fin d'année dernière, le Stéphanois devenait le premier distributeur à cosigner sa gamme du macaron Nouveaux Champs et de son logo Agriplus.

« À des niveaux différents, tous les distributeurs sont aujourd'hui impliqués dans cette démarche encore jeune puisque nous sommes en ordre de bataille depuis moins d'un an, explique Gilles Bertrandias, directeur de Rougeline et président du collectif Nouveaux Champs. Le projet est massif et doit être bâti intelligemment. D'autant qu'il

PRODUITS RESPONSABLES



Les fruits et légumes responsables plus sains, plus sûrs, pour tous !



www.demainlaterre.org



ne se limite pas qu'aux fruits et légumes. D'autres déclinaisons sur des végétaux sont à prévoir cette année avec le collectif Nouveaux Champs. »

LES STRATÉGIES NE SE VALENT PAS

Pour Greenpeace, toutes les stratégies des distributeurs ne se valent pas. Sa Course zéro pesticide, qu'elle cherche à imposer depuis 2015, positionne les enseignes suivant leur engagement pour limiter l'usage de ses traitements chimiques. Auchan et Casino font office de lanternes rouges, car privilégiant les démarches zéro résidu qui ne garantissent pas la limitation du recours aux molécules actives. Carrefour (avec Filière Qualité Carrefour) et Monoprix (avec Tous Cultiv'acteurs), en revanche, sont montrés en exemples. Intermarché et Système U les talonnent, suivis de Leclerc.

Indifféremment cette fois, les enseignes s'interrogent sur l'implantation de cette promesse « allégée en pesticides ». Comme pour le bio il y a quelques années, elles mènent leurs tests. Doit-elle être regroupée en îlot comme le bio,

ou intégrée à chaque famille d'appartenance ? Chez Auchan, la décision semble prise : « Dans la mesure du possible, et si l'écart prix reste raisonnable, l'offre zéro résidu de pesticides vient en remplacement du conventionnel, note Antoine Gricourt, category manager fruits et légumes frais du groupe Auchan. Pour se rendre visible du plus grand nombre, elle doit rester au sein de sa catégorie. »

Les premiers chiffres du Nordiste sur les agrumes confirment l'appétit des consommateurs pour ce segment. « En passant les trois codes en zéro résidu de pesticides, nous avons dopé les ventes en valeur de 5 à 10 %, sans toucher au prix de vente, calcule Yannick Rannou, chef de groupe du bureau des achats de fruits et légumes. Les performances semblent plus prometteuses sur les fruits que les légumes, mais les chiffres devront le confirmer. »

4^e CRITÈRE D'ACHAT

Une enquête réalisée par l'enseigne auprès de 700 clients pendant l'été 2018 a permis d'identifier que la recherche de produits rassurants, sans

traitement, apparaît en 4^e position des critères d'achat, derrière le goût, la qualité et la fraîcheur. L'enseigne, comme la plupart de ses concurrents, ne mesure d'ailleurs pas de cannibalisation sur le bio. Enfin, la crainte principale exprimée par les réfractaires à cette nouvelle segmentation semble levée. « Contrairement à des réactions observées sur les réseaux sociaux, nous n'avons pas remarqué de soulèvement des inquiétudes de clients concernant la qualité sanitaire des produits conventionnels », argumente Yannick Rannou. Le distributeur prévoit un nouvel élargissement de son offre de 20 espèces vers une trentaine d'ici la fin 2019. Tous ne sont pas en corrélation avec le collectif Nouveaux Champs. Ce dernier se cantonnant aux producteurs français, Auchan prend les devants sur les produits d'import avec son organisation espagnole. Comme c'est le cas pour les agrumes notamment, la signalétique adoptée sur les produits concernés est un macaron bleu rappelant le programme nutritionnel du distributeur, La vie en bleu. ●

AMAURY BEAURU

PRODUITS RESPONSABLES

COLLECTIF
NOUVEAUX
CHAMPS

Des producteurs engagés !

zéro
résidu de
pesticides

dans les limites de quantification
CAHIER DES CHARGES
CONTRÔLÉ

COLLECTIF NOUVEAUX-CHAMPS.FR

madeinmouse.com

Nous sommes un mouvement
citoyen de producteurs français
engagés dans une démarche de
progrès agricole et environnemental.
Nous défendons le bien-manger, pour tous.
Nous sommes aujourd'hui capables de proposer
de nombreuses espèces végétales qui présentent
"Zéro Résidu de Pesticides".

Rejoignez-nous !

www.nouveaux-champs.fr