

Le kiwaï, un petit fruit plein d'énergie

Le kiwaï, le mini-kiwi sans noyau ni poil, dernière création de Prim'land a reçu le troisième grand prix Innoçafel au dernier salon Miñfel.

Après le Summerkiwi et les fruits à chair jaune, le groupe coopératif de Labatut Prim'land s'attaque à une nouvelle variété : le kiwaï, petit fruit adapté à une consommation snacking.

Prim'land commercialise cet automne OscarKiwaï, une nouvelle baie de la taille d'une grosse cerise (2 cm de diamètre), sans noyau ni poil, qui se mange telle quelle. Le fruit est récolté en France de septembre à novembre. OscarKiwaï est destiné à la vente en barquette en GMS et magasins spécialisés.

On avait déjà connu des expériences d'*Actinidia arguta*, mini-kiwi originaire de Sibérie, Chine, Japon et Corée. Ses atouts auprès du consommateur : une peau lisse – on n'a pas besoin de le peler –, un goût savoureux « *rappelant la groseille à maquereau* », souligne-t-on chez Adour Kiwi France (AKF), un taux de sucre de l'ordre de 17/18° Brix, une grande richesse en vitamine C (jusqu'à 400 mg par 100 g). Côté producteur, il devrait séduire grâce à sa rusticité et à sa résistance à des températures très basses.

Le programme d'hybridation, lancé en 1980 par le centre de sélection variétale néozélandais HortResearch, a amélioré les points faibles des anciennes variétés : le calibre a grossi sans qu'il soit besoin d'éclaircissage, la cuticule est plus résistante aux manipulations et surtout, la conservation a été allongée pour se situer entre deux et trois mois selon la variété, souligne Fabien Bec qui, après huit années passées au Chili, a rejoint le siège landais pour prendre la responsabilité du développement des nouvelles variétés.

En 2005, SCAAP Kiwifruits a remporté, devant des stations des secteurs du kiwi mais aussi des petits fruits, l'appel d'offres pour le développement européen et quatre variétés : l'entreprise a obtenu « *les droits de multiplication des variétés pour le territoire européen, et donc le contrôle direct total des surfaces plantées, à la différence de Summerkiwi (vert précoce) et de Jintao (jaune), et la licence de vente des fruits.* » En 2009, les vergers expérimentaux des deux variétés retenues dans un premier temps ont donné leurs premiers fruits.

Hortgem Tahi, plus tardive, est une variété rustique qui offre la meilleure conservation. Elle a souvent une forme de mini-pomme qui pourrait s'adapter à la mécanisation. Complémentaire de la précédente, Hortgem Rua se récolte un peu plus tôt.

Elle donne des fruits un peu plus gros (entre 10 et 14 g), ce qui raccourcit son temps de récolte.

Avec une récolte prévue la première semaine de septembre en principe, le kiwaï pourrait ouvrir le ban ; dans la foulée, l'entreprise pourrait décliner le Summerkiwi (1 000 t cette année), puis les variétés Hayward et Jintao.

« *Le produit devrait être développé dans un concept classique de club* », expliquait Fabien Bec en le présentant aux producteurs de l'Adour, début septembre : convention de plantation et travail avec un opérateur commercial. Autre point important, il est prévu de jouer la complémentarité entre zones de production au Nord et au Sud, avec « *une dynamique européenne pour allonger la présence du produit dans les rayons.* » Si les plants étaient prioritairement affectés aux producteurs d'AKF pour l'hiver 2010, des plantations seront donc effectuées en Belgique et Pays-Bas.

Des tests commerciaux ont été réalisés en 2008

Dès 2007, des produits ont été importés de Nouvelle-Zélande « *pour voir* ». Des tests de commercialisation en grande surface ont suivi en 2008 et cette année : pour déterminer le prix de vente, positionner le produit, organiser la future politique marketing et surtout pratiquer des tests consommateurs, car il est évident qu'il faut faire déguster le produit en magasin dans une première phase. Conclusions de ces tests : un positionnement dans le rayon petits fruits, en barquette de 250 g. « *L'objectif de prix de vente au consommateur doit correspondre au prix de petits fruits, entre 1,5 et 3 € la barquette de 125 g.* »

Le message est double : un produit santé et, pour les enfants, un fruit plus sucré qui ne se pèle pas.

Le kiwaï, un produit santé et, pour les enfants, un fruit plus sucré qui ne se pèle pas.



Pierrette Castagné