

**Kiwis** | C'est en octobre 1980 que Guy Poylecot et François Lafitte ont créé la marque de kiwis Oscar. Trois décennies plus tard, elle se classe parmi les leaders du marché français.

# Oscar n'a pas perdu son flair

**L**es pays de l'Adour constituent le plus grand terroir kiwicole de France. Pourtant, il y a trente ans, rares étaient ceux qui croyaient en ce fruit venu d'Orient. À la fin des années 1960, Henri Pédelucq fait figure de pionnier quand il implante un verger au bord de l'Adour... Un verger que François Lafitte visite en 1971. « Quand j'ai vu ces fruits, j'ai eu envie de construire mon projet professionnel là-dessus », raconte-t-il. Ce n'est qu'en 1979 qu'il plantera ses premiers arbres à Peyrehorade mais, immédiatement, il se rend compte que malgré la passion qu'il porte à sa production, le kiwi, venu des antipodes est encore inconnu en Hexagone et n'a pas d'acheteur.

## Du GIE à la coopérative

« Avec Guy Poylecot, un cadre de Paribas qui avait lui-même planté un verger en 1976 dans sa ferme en Dordogne, nous avons réfléchi à la façon de nous organiser pour valoriser le produit. Nous avons créé un GIE (groupement d'intérêt économique) pour regrouper des producteurs, acquérir du matériel (chambre froide, calibreuse) et organiser les ventes. Pour cela, nous nous sommes dit que le meilleur moyen, c'était de créer une marque ». C'est ainsi que naît le kiwi Oscar en octobre 1980. « Nous n'avions pas les moyens de nous payer un cabinet de marketing, alors pour le nom de la marque, nous avons choisi... le nom du chien de M. Poylecot ! » Le logo de la marque est également décliné à l'effigie du toutou. En 1980, le GIE collecte une centaine de tonnes de kiwis. Toute la production est expédiée en Allemagne qui est alors le seul pays européen à connaître le fruit. Mais dès l'année suivante, la marque Oscar participe activement à développer la notoriété du fruit en France. Les premiers outils



François Lafitte (à droite sur notre photo), président de la Scaap Kiwifruits de France, est à l'origine de la création de la marque Oscar, qui commercialise depuis 30 ans les fruits produits sur les bords de l'Adour.

Photo Prim'Land

### zoom

#### Anniversaire

Quelque 300 personnes, clients, producteurs, fournisseurs et salariés de la Scaap Kiwifruits de France et de Prim'Land, ont participé, vendredi dernier, au dîner spectacle qui leur a été offert à l'occasion des 30 ans de la marque Oscar. La soirée festive a aussi permis de visionner un film retraçant l'histoire de la marque, tandis que le président François Lafitte a fait une présentation détaillée de la situation actuelle de l'entreprise. Plus tôt dans la journée, les responsables de la coopérative avaient emmené des clients australiens, chinois, taiwanais, espagnols et français dans les vergers à la veille de leur récolte... leur permettant ainsi de voir les fruits sur les arbres, et pas seulement dans des colis comme ils en ont l'habitude !

de communication sont utilisés dans le cadre de dégustations en magasin. Pour intéresser des producteurs à les rejoindre et continuer à s'équiper, le GIE est transformé en coopérative en 1982. La Scaap Kiwifruits de France voit ainsi le jour. Jusque dans les années 1990, la production augmente et les marchés progressent, notamment vers l'Espagne.

Mais à partir de 1992, une crise européenne se déclenche pour les producteurs de kiwis, du fait d'une surproduction. Les volumes italiens très importants déséquilibrent d'autant plus le marché que la lire italienne est dévaluée. Les prix

chutent, de nombreux vergers sont arrachés. « Voyant l'impossibilité de valoriser le produit en France, nous avons décidé de vendre les produits très loin de chez nous, reprend François Lafitte. D'abord au Canada, puis à Singapour, à Hongkong et à Taïwan à partir de 1993-1994. À l'époque, 60 % de notre production partait à l'export pour échapper au marasme européen. Là-bas, le kiwi se vendait deux fois plus cher qu'en France. C'est ce qui nous a sauvés ».

Des efforts de prospection sont aussi menés vers les États-Unis et l'Amérique du sud. « Nous avons la volonté de nous développer par l'exportation qui

constituait une bouée de sauvetage, une véritable bouffée d'oxygène. »

## Cap sur la diversification

Aujourd'hui, le marché purgé de ses excès redevient rentable en Europe. Pour répondre à la demande, la coopérative soutient financièrement les agriculteurs dans la plantation de nouveaux vergers. Forte de 250 producteurs, Kiwifruits collecte aujourd'hui « 14.000 tonnes de kiwis, soit un quart de la production française » et est « toujours en phase de développement ». Désormais, c'est dans le créneau de la « diversification des produits » qu'elle se place en proposant de nouvelles variétés (voir ci-dessous).

Cécile Agusti

## Un kiwi au nom et à l'effigie du chien de M. Poylecot !

## Des kiwis pour tous les goûts

**Vert, jaune, rouge, petit ou gros... Aujourd'hui, le kiwi se décline en une palette de variétés afin de séduire davantage de consommateurs.**

**Q**uand on parle de kiwi, la plupart des consommateurs pensent à la variété Hayward, le classique kiwi vert au goût légèrement acidulé. C'est en effet le leader du marché. La Scaap Kiwifruits de France en produit 13.000 tonnes par an sur 450 hectares. Mais depuis quelques années, elle développe de nouvelles variétés pour offrir un panel de produits aux consommateurs. La tâche n'est pas aisée. « Il faut dix à quinze ans de préparation avant qu'un produit se fasse sa place », révèle François Lafitte, président de Kiwifruits (notre photo).

Pour autant, la difficulté ne freine pas la volonté de la coopérative. Depuis 2003, elle développe ainsi la variété Summer. Soixante hectares de ce kiwi vert plus précoce et plus sucré produisent actuellement 1.000 tonnes de fruits par an. Le goût légèrement différent du Summer n'est pas son seul avantage.

### Présence permanente sur les étals

Récolté plus tôt que son cousin Hayward, il permet à la coopérative de proposer une offre en kiwi vert tout au long de l'année. De décembre à avril, le Hayward français est sur les étals, relayé de mai à septembre par le Hayward produit au Chili, en contresaison, par des partenaires de Kiwifruits. En octobre et novembre, c'est le Summer qui fait le lien.



© Le Sillon/C.A.

Le kiwi Gold lancé plus récemment répond à une autre problématique. « Seul 60 % des consommateurs aiment le kiwi. Le Gold est une réponse pour les 40 % restants ! » Sucré, sans acidité, le fruit à chair jaune se développe sur une cinquantaine d'hectares. Encore peu connue en France, la majorité de la production part à l'export sur le marché asiatique.

Dernier né de la gamme Oscar, le mini kiwi ou kiwaï a fourni cette année sa première récolte. Les 10 hectares d'arbres plantés en 2007 ont produit 2,5 tonnes de fruits. Ces baies de 10 à 15 grammes se dégustent sans les éplucher. « Nous n'en sommes qu'aux balbutiements, mais nous croyons fortement dans cette nouvelle variété qui répond à la problématique de la praticité. Pas besoin de couteau ni de cuillère, le kiwaï se consomme très facilement en dehors d'un repas, tout en ayant les mêmes qualités nutritionnelles qu'un kiwi classique. »

### Des innovations à confirmer

Les premières ventes semblent donner raison au président. Cueilli début septembre, toute la production a été vendue très rapidement... à telle point qu'il ne restait même plus une seule barquette à faire goûter aux convives du trentième anniversaire de la marque Oscar, le 22 octobre. Déjà bien occupée par ces nouvelles variétés, Kiwifruits pourrait ne pas s'arrêter là. Elle a en effet lancé des expérimentations sur le kiwi rouge. Mais pas sûr que celui-là arrive massivement jusqu'au consommateur. « Nous sommes encore à nous demander s'il s'agit d'un vrai produit ou s'il restera une curiosité... »

C. A.

## échos de la RÉGION

### Origine des viandes

**UNE ÉTUDE MENÉE DANS LA RESTAURATION COLLECTIVE PAR LA FDSEA ET LES JA DU GERS** Les éleveurs du Gers ont décidé, le 14 octobre, via la Fédération départementale des syndicats d'exploitants agricoles (FDSEA) et les Jeunes agriculteurs du département, de connaître l'origine des viandes utilisées dans les restaurations collectives locales. « Un éleveur référent a été nommé par canton afin de couvrir tout le territoire », explique une animatrice de la FDSEA. Écoles, maisons de retraite, etc, seront visitées par les éleveurs dans les quinze jours à venir. Un compte rendu de cette action sera rendu public. Aucune action de cet ordre n'a été menée pour l'instant dans la région, à part une première investigation de la part des éleveurs au marché d'intérêt national (MIN) de Toulouse.

### Concours agricole

**BIÈRES, CHARCUTERIE, CIDRES, MIEL ET TRUITES FUMÉES : INSCRIPTIONS AVANT LE 31 OCTOBRE** Les inscriptions au concours général agricole 2011 des bières, charcuterie, cidres, miel et truites fumées clôtureront le 31 octobre pour l'inscription papier. Un délai de 10 jours est accordé dans le cas d'une inscription sur Internet. Dans ce cas, la date limite est portée au 10 novembre. Une réduction de 10 euros est également appliquée sur les frais de dossier remplis en ligne. Les intéressés doivent se connecter au site du concours général agricole [www.concours-agricole.com](http://www.concours-agricole.com). Pour les producteurs ayant déjà participé au concours, se munir du numéro de candidat et du mot de passe attribué précédemment. À partir de cet espace, il est possible de s'inscrire aux concours 2011, retrouver l'historique de son dossier, vérifier la réception des échantillons à Paris, prendre connaissance des commentaires du jury après la finale. Par la suite, les lauréats pourront commander en ligne des médaillons autocollants directement chez les imprimeurs agréés, déclarer leurs impressions d'étiquettes avec médaillons incorporés, réimprimer les notifications de leurs médailles, réimprimer leurs diplômes.

Pour tous renseignements, contacter Laurence Castagnet à la chambre d'agriculture des Pyrénées-Atlantiques. Tél. : 05 59 80 70 13.