



© D. R.

# De toutes les couleurs

*Prim'land augmente régulièrement ses volumes et diversifie son offre en investissant dans de nouvelles plantations et dans l'innovation variétale.*

**Une centaine d'hectares de nouvelles plantations sont en place.**

**P**rim'land travaille sur une base de collecte de 10 000 t de kiwis français. Sa filiale Sofruileg lui apporte un complément de contre-saison de 3 000 t. Après un chiffre d'affaires de 30 M€ pour 2007-2008 (pour 30 000 t de carottes, asperges, maïs doux frais et kiwi), son président François Lafitte annonce viser un chiffre d'affaires de 40 M€ pour 2008-2009. Cela correspond à la commercialisation de 40 000 t de produits, avec une montée en puissance du kiwi et de la carotte.

## Une phase d'investissement stratégique

Sur le produit kiwi, « on est sur le long terme, dans la phase stratégique d'investissements lourds de l'innovation variétale », explique le président. Cela « à deux niveaux : en faisant alliance avec des entreprises équivalentes à la nôtre et en préservant notre capacité d'autonomie de décision dans ce domaine, notamment en ne passant pas contrat avec Zespri de crainte de ne pas en toucher la valeur ajoutée. »

« Nous sommes une coopérative », rappelle le président de Prim'land, mais aussi de la coopérative SCAAP Kiwifruits de France. Celle-ci compte 350 producteurs pour 500 ha.

Une centaine d'hectares de nouvelles plantations sont

en place. La variété la plus avancée est Summerkiwi, le kiwi précoce qui en est à sa cinquième campagne. Plus d'une dizaine d'hectares ont déjà été plantés avec la variété chinoise jaune Jin Tao. Et la structure débute l'arguta : le baby kiwi, une obtention du centre de recherche néo-zélandais Hort Research. « Toutes sont des variétés protégées », souligne-t-il.

La stratégie de développement de ces variétés s'appuie sur une analyse fine des terroirs et une volonté de les optimiser : les jaunes sont réservés aux vallées où le risque de gel est minime. L'arguta et le Summerkiwi supportent des situations plus à risque.

## Un marché porteur

« Le marché du kiwi est un marché porteur, c'est la raison pour laquelle nous investissons autant », explique François Lafitte pour qui ce fruit offre deux énormes avantages produit. Il correspond bien aux attentes du consommateur : une étude américaine a démontré qu'il était « le plus dense en éléments nutritifs ». Et si l'on ajoute que c'est une culture très peu traitée, « nous sommes un peu exonérés des difficultés occasionnées par la problématique de l'application des phytos. » Autre bonne raison pour investir dans des plantations nouvelles : les zones de culture de kiwi avec profitabilité, c'est-à-dire en conditions de rentabilité, sont peu nombreuses. « C'est ce qui ressort de notre expérience de trente ans. Ce constat donne au kiwi une limite naturelle de capacité de production. L'équilibre de marché est nettement plus aisé que dans d'autres productions. »

En collecte, les 10 000 t de Prim'land proviennent pour 8 000 t de SCAAP et Sofruileg ; VDL (Vallée du Lot) et Landadour représentent un millier de tonnes chacun. Les fruits sont commercialisés sous marque Oscar (sauf le Summerkiwi). Le groupe reste le spécialiste de l'exportation lointaine de kiwis et a été le premier à exporter, dès 1992-1993, au Canada, puis à Taïwan, Singapour... « Nous sommes les seuls à aller jusqu'en Australie », termine François Lafitte.

**Pierrette Castagné**

## INNOVATION

### Les kiwis rouges

Dans la ligne de la diversification de l'offre kiwi, le kiwi rouge fait une entrée sur le marché. Ce kiwi rouge est de variété Hongyang, importée de Chine pour la deuxième année pour la marque Swiki.

Son apparence de kiwi vert cache une auréole rouge qui entoure la partie blanche du fruit. Sa chair est très sucrée. Prim'land commercialise un kiwi rouge sous marque Oscar Red – récolté en septembre – à la peau dure protectrice, un taux de vitamine C qui bat même le taux-record du jaune et « un surprenant goût de groseille ».



© D. R.