



La région nantaise se dote de deux marques

Avec "Miss Mâche née en Pays de Loire", les maraîchers nantais, après une année sans incident, espèrent gagner de nouvelles parts de marché et redévelopper leur marque IGP "Mâche Nantaise".



Mâche Nantaise

« Une année équilibrée pour la mâche, affirme Marie-Aude Do Rosario, chargée de mission à l'AOP mâche Pays de Loire. Nous constatons ainsi 10 % de progression sur le marché français. » Entre septembre 2012 et fin août 2013, le volume des ventes a atteint plus de 32 000 t, soit 4 % d'augmentation sur la saison précédente. « Aucun incident climatique n'est venu perturber la production, précise-t-elle. L'offre et la demande ont toujours été cohérentes. Ce qui n'a pas été le cas l'exercice précédent où les températures ont été anormalement douces en début de campagne. »

Selon les données de la société de sondage Kantar Worldpanel – qui a été sollicitée par l'AOP pour suivre l'évolution de la consommation de mâche –, la 1^{re} gamme a progressé depuis septembre 2012 sans que la IV^e gamme en pâtisse. « Non seulement le nombre d'acheteurs a progressé, détaille Marie-Aude Do Rosario, mais la fréquence d'achat s'est

aussi accélérée. » Les conditions climatiques favorables ont sans doute participé à l'évolution positive des ventes françaises. La campagne promotionnelle engagée en 2012 aurait-elle, elle aussi, pris part à cette embellie ? Depuis deux ans, les démarches marketing montent en puissance.

Il y a d'abord eu une communication recentrée sur le régional avec la participation aux Foulées du Tram à Nantes ainsi que le marathon nantais avec les 3M de Nantes, la marque commune qui fédère les maraîchers nantais, les viticulteurs et les producteurs de muguet. Puis des messages ont été diffusés sur les ondes des radios nationales. Un "speed dating" adressé à la presse fin novembre à Paris a été une occasion supplémentaire de promouvoir le produit. Cette année, un coup d'accélérateur a été donné sur la communication avec le dévoilement de la marque collective "Miss Mâche née en Pays de Loire" le 12 octobre dernier à Nantes, la veille des Foulées du Tram.



Alors que les volumes potentiels sont orientés à la hausse, les contrats pour la 1^{re} gamme pour les produits en barquette commencent à apparaître.

Plus de 6 500 barquettes de mâche ont été distribuées au cours de cet événement qui a rassemblé plus de 7 500 personnes. Un nouveau site vient d'être créé (miss-mache.fr) où, sous un aspect très ludique, sont expliqués les origines de la mâche, ses qualités gustatives, son mode de consommation, sans oublier les traditionnels jeux qui attirent l'acheteur potentiel.

L'Allemagne, toujours en tête

En quinze ans, les tonnages ont plus que doublé. Mais la production a tendance à

stagner depuis cinq ans. Bon an mal an, la commercialisation française est sensiblement équivalente. Avec une progression des ventes dans l'Hexagone, la vente export qui s'est maintenue est donc passée de 51 % en 2011-2012 à 47 % en 2012-2013. L'Allemagne représente toujours 50 % des volumes dédiés à l'exportation, suivie de ceux de l'Espagne (19 %) et ceux de la Grande-Bretagne (18 %). Par ailleurs, les conditions de commercialisation auraient été plutôt favorables outre-Rhin pour les maraîchers nantais.

« Pour continuer à nous développer, argumente la chargée de mission, nous nous focalisons d'abord sur le marché français. L'export viendra dans un deuxième temps. » Les maraîchers misent donc sur leur savoir-faire et la qualité de leur produit.

Toutes les grandes enseignes ont été visitées pour présenter le plan de campagne et la nouvelle griffe des sept organisations de producteurs (Val Nantais, Océane, Rives de Loire, Nanteurop, Divatte Légumes Primeurs, Les 3 Moulins-Vitaprim et Loire Europe) sur les barquettes vendues. Un suivi régulier est prévu en partenariat avec les enseignes. Contrairement à ce que souhaitent plusieurs d'entre elles, les marques MDD ne sont pas concernées par "Miss Mâche née en Pays de Loire". Cette marque signifie que le maraîcher a respecté scrupuleusement les critères de la charte élaborée pour atteindre un certain niveau de qualité. L'AOP estime qu'environ 80 % de la mâche commercialisée par les sept OP sera vendue sous la marque collective.

Des volumes toujours en progression

Pour la campagne qui s'annonce, les volumes potentiels continuent d'augmenter. Océane annonce une légère progression, vise 7 500 t et espère passer de 25 millions de barquettes à 26 ou 27 millions. La coopérative – qui a fêté ses vingt ans en juin dernier (cf. fld hebdo du 19 juin) – a la particularité, contrairement aux autres adhérents de l'AOP, de conditionner très peu de mâche pour la IV^e gamme. Nanteurop – qui s'est associé à Agrial pour fonder Nantial en novembre 2012 – table sur les mêmes volumes qu'Océane. L'année dernière, l'OP avait commercialisé 6 500 t de mâche. Afin de mieux sécuriser son offre, Nanteurop a multiplié la production sous grands abris pour représenter aujourd'hui plus du tiers des constructions nantaises. Une partie des volumes sera commercialisée en barquette premium sous la marque Priméale, reconnue Saveur de l'année 2014 (cf. pp. 48-49), elle aura la singularité d'indiquer la DLUO (date limite d'utilisation optimale). La marque Nanteurop est, elle aussi, toujours d'actualité. L'OP est présente sur tous les segments de marché. Outre la restauration hors domicile, la IV^e gamme est destinée en majorité à la gamme Florette (Agrial). Au final, les volumes octroyés au frais et à la IV^e gamme s'équilibrent. Val Nantais – qui a précédé Nanteurop l'an passé avec sa mâche reconnue Saveur de l'année 2013 – augmente aussi son potentiel, de 5 % pour espérer 4 500 t. L'organisation de producteurs Les 3 Moulins-Vitaprim reconduit ses volumes à 4 000 t, frais et IV^e gamme étant sensiblement dans les mêmes proportions. Rives de Loire – qui produit plus de

PRODUCTION

"Mâche Nantaise": 600 tonnes

Cette dernière campagne, 600 t de mâche ont été certifiées IGP et ont donc bénéficié de la marque "Mâche Nantaise", gérée par Qualifrais. Un volume qui n'a jamais vraiment décollé pour cette marque créée en 1999 et dont le principal opérateur reste Océane. Aujourd'hui, elle fait partie intégrante de l'offre de la nouvelle marque "Miss Mâche née en Pays de Loire". Elle est considérée comme la marque premium puisque les deux cahiers des charges sont assez similaires. L'auto-contrôle pour "Miss Mâche née en Pays de Loire"

et la certification par un organisme extérieur pour la "Mâche Nantaise" différencient notamment les deux cahiers des charges. « Nous espérons, relève Jean-Pierre Cheminant, président de l'AOP, qu'un maximum de producteurs adhère à la nouvelle marque et que, par voie de conséquence, certains d'entre eux franchissent le pas d'une certification IGP. » À l'avenir, les barquettes en provenance de Nantes pourront être estampillées sous les deux marques en plus de celle de l'organisation des producteurs.

P. V.

70 % pour la IV^e gamme – renouvelle ses prévisions qui oscillent entre 4 500 et 5 500 t. Loire Europe distribue la mâche via le groupe Marais qui annonce cette année 4 000 t au total attribuées à tous les segments de marché. En barquette, le produit a été complètement relooké pour mettre l'accent sur l'origine avec trois slogans : "Made in Marais", "Made in Nantes" et "Made in France". Divatte Légumes Primeurs table sur 2 000 t, dont 40 % en IV^e gamme. Désormais hors AOP depuis le début de l'année, Fleuron d'Anjou mise sur 1 400 t contre 1 200 t l'an passé.

Querelle des anciens et des modernes ?

Comme tous les ans, la signature des contrats pour la IV^e gamme et, dans une moindre mesure, pour la I^{ère} gamme reste un moment délicat pour les producteurs. La concurrence est toujours exacerbée dans le bassin nantais. La campagne précédente, les prix fixés n'avaient jamais été aussi bas. La tendance aujourd'hui est cependant à une légère hausse après cinq ans de baisse.

Certains affirment que cette situation a un impact sur la I^{ère} gamme puisque des contrats commencent à se développer dans ce créneau. La barquette a ainsi un prix sensiblement constant toute l'année

pour une qualité constante. Ils regrettent les périodes où les fluctuations étaient plus importantes. Par grands froids, le prix de la mâche pouvait grimper jusqu'à 15 €/kilo. Ce qui n'est plus le cas évidemment aujourd'hui. Or produire de la IV^e gamme entraînerait un plus fort déchet qu'en I^{ère} gamme, notamment l'été. Il ne serait pas rare que le maraîcher produise le double de volume demandé pour assurer la qualité souhaitée. Bref, la mâche serait devenue un produit totalement banalisé. D'autres vous diront que les contrats sont une bonne chose. Ils ont permis de répondre aux attentes des consommateurs qui ne veulent pas augmenter le prix du contenu de leur chariot et veulent maintenir leur pouvoir d'achat.

Par ailleurs, la demande de la RHD, qui se développe, va dans le même sens : volumes et prix stables. Ainsi, la spéculation se raréfie. Et il est possible de mieux planifier la production et le conditionnement. La main-d'œuvre est ainsi mieux gérée et des économies d'échelles peuvent être réalisées au niveau logistique.

Pauline Vallin



Océane est le principal opérateur de l'IGP "Mâche Nantaise" dont les tonnages restent modestes.



Belle & Fraîche

Savourez la PROVENCE!



Région Provence Alpes Côte d'Azur

CONSEIL GÉNÉRAL

Notre territoire a été classé zone de production de la Région d'Appellation, des Producteurs et des Négociants.

Révélateur de bien-être

04 90 24 41 00

PLUS DE 150 PRODUCTEURS

Du champ à votre rayon 24h max

A NOUVEAUX ENGAGEMENTS

CONTRÔLE TRACABILITÉ garantis

LA VARIÉTÉ EN CONTINU

inégalable GOÛT du FRAIS