

PAYSAN DU MIDI

La coopérative Cofruid'Oc a choisi un positionnement très qualitatif en tant que metteur en marché de la Célestine® et de la Sauvageonne® et ne bougera pas d'un iota dans les prochaines années.

COFRUID'OC

Une politique de marque différenciante



Caisse en bois vieilli et toile de jute pour la Célestine® pour mettre en avant la spécificité du terroir, soit les sables de Camargue et autour d'Aigues-Mortes.

I va falloir attendre un peu avant de trouver sur les étals des marchés ce légume de printemps qu'est l'asperge. Sa production, qui ne dure que quelques mois, commence, suivant les conditions météorologiques, début ou mi-mars. La patience est donc de mise. "Rien ne dit pour l'heure si nous aurons une grosse ou une petite récolte. Selon les prévisions que nous faisons, nous devrions normalement atteindre les 200 tonnes, asperges vertes et blanches confondues", relève Philippe Jean, directeur commercial de la coopérative Cofruid'Oc.

Plus connue pour ses productions de pommes, la coopérative de Saint-Just (34) a toutefois toujours consacré un segment de son activité à l'asperge. Mettant en marché jusqu'à 2 000 tonnes dans les années 80, grâce à son travail en collaboration avec une coopérative spécialisée dans l'asperge, mais aujourd'hui disparue, son activité s'est réduite au fil des ans à la suite d'un épisode de fusariose qui a attaqué les plantations, ayant entraîné de nombreux arrachages. Il s'en est fallu de peu pour que l'asperge de Camargue passe à la trappe.

Pour éviter cette disparition, la coopérative Cofruid'Oc a décidé de travailler avec les producteurs, afin

de mettre en valeur ce produit d'exception au travers d'une stratégie de marque, à l'instar de ce qu'elle réalise pour ses pommes. C'est ainsi qu'a été portée sur les fonts baptismaux, en 2011, la Célestine®, l'asperge blanche, un produit élaboré dans la légèreté des sables de Camarque et autour d'Aigues-Mortes, tirant son arôme de la salinité, car en zone lagunaire, et avec un goût de noisette.

En complément, un travail similaire a été mené pour l'asperge verte, d'un plus gros calibre, produite sur le terroir de Petite Camargue, aux alentours de Lunel, sous la marque Sauvageonne®. "La stratégie était vraiment de se démarquer avec des produits premium", rappelle Philippe Jean. Une nécessité, au demeurant, car cette culture suscite d'importants investissements, tant en main-d'œuvre que pour lancer une aspergeraie (entre 10 000 et 12 000 €/ha HT), dont la durée de vie est de dix ans, et qui n'atteint sa pleine production qu'à partir de la quatrième année.

Une petite production, mais à forte valeur ajoutée Bon an mal an, la production d'asperges vertes et blanches, tourne





20 hectares en asperge blanche, dont 4,5 ha plantés depuis 2019 et auxquels vont s'ajouter 3 ha de plus en 2022

30 ha en asperge verte, dont 20 ha plantés depuis 2019. De nouvelles plantations sont prévues dans les deux prochaines années

▶80 tonnes d'asperges blanches et 110 t d'asperges vertes ont ete commercialisées en 2021, contre 75 t (blanches) et 110 t (vertes) en 2020, et 130 t (blanches) et 65 t (vertes) en 2019

autour de 200 t. S'il fut un temps où la production d'asperges blanches prédominait sur celle des asperges vertes, la tendance s'est inversée aujourd'hui. "Les asperges blanches ont cédé la place aux vertes. Les premières représentent désormais un tiers de la production totale, et la part des secondes devrait augmenter encore, car de nouveaux hectares ayant été plantés en 2019, les jeunes aspergeraies n'ont pas encore atteint leur plein potentiel", détaille le directeur commercial.

En revanche, le nombre de producteurs collaborant avec Cofruid'Oc s'est, lui, réduit, passant d'une dizaine en 2020 à 6 producteurs (5 coopérateurs et 1 non-adhérent à Cofruid'Oc, mais qui travaille sous ses marques) aujourd'hui, à la suite de la crise sanitaire liée au Covid-19. "Lors du premier confinement, on a eu un tunnel de dix jours, qui s'est traduit par un arrêt total des ventes. Face à la difficulté d'écouler ce produit saisonnier, nombreux ont été les producteurs à réduire leur potentiel de production, et quelques-uns ont même pris la décision d'arrêter totalement", rapporte-t-il.

Après le Covid, le gel

Finalement, le travail entrepris par l'interprofession auprès de la grande distribution pour qu'elle soutienne les producteurs locaux a permis de relancer les ventes. Et les producteurs qui avaient poursuivi leurs efforts ont pu également obtenir des prix intéressants, autour de 6,50 €/kg pour les calibres 16 et 22, grâce à une offre inférieure à la demande. Un prix qui s'est retrouvé, en moyenne, l'année suivante.

Si l'épisode de gel, d'avril dernier, a fait craindre le pire pour la production d'asperges, les volumes ont été cependant lissés entre le début et la fin de la campagne, et aucune incidence sur la qualité n'a été à déplorer. Cette année ne devrait pas déroger à la règle, en termes de qualité et de volumes, si, d'ici là, aucun épisode climatique ne vient perturber le bon déroulé de la campagne ni l'étape suivante, soit la commercialisation des asperges blanches et vertes.

Un marché de niche

Côté commercialisation justement, si, par le passé, une grosse partie de la production était exportée en Allemagne et en Suisse, aujourd'hui, celle-ci se concentre essentiellement sur le marché français (plus de 95 %). Quelques-unes partent encore cependant à destination de la Suisse et du Luxembourg. Les circuits de distribution se répartissent entre les marchés de gros, la grande distribution et Métro, pour un tiers chacun. Pour ce qui est du chiffre d'affaires de l'activité asperge, elle représente un peu plus d'un million sur le chiffre global de la coopérative, soit entre 3 et 4 %. Pas lourd donc de prime abord, mais un produit qui reste cependant à forte valeur ajoutée pour les producteurs, d'autant qu'on le retrouve également dans la restauration haut-de-

Pour poursuivre sur cette lancée, la coopérative a reconsidéré également l'emballage de ses produits. Ainsi, si la marque Sauvageonne® n'a pas beaucoup évolué dans son concept marketing, la marque Célestine® a connu, elle, un vrai "relooking" il y a quelques années, pour mettre en valeur la spécificité du terroir, avec son parcellaire très découpé dans les sables de Camargue, ses méthodes culturales spécifiques, sa récolte quasiment manuelle. Un emballage particulier a donc été conçu avec du bois vieilli et de la toile de jute. "On voulait jouer sur le côté traditionnel et authentique du produit, ainsi que sur sa fraîcheur (l'asperge doit être vendue à peine cueillie, ndlr). C'est la raison pour laquelle nous avons choisi comme signature, pour la Célestine®, L'authentique asperge blanche de Camargue''', détaille Philippe Jean. Face au bel essor de ce produit, pourquoi alors ne pas développer sa production? L'idée aurait pu tenter la coopérative, mais elle s'en est abstenue. D'une part, parce qu'il n'y a pas de potentiel parcellaire pour assurer un développement de la production. D'autre part, parce que la coopérative souhaite rester sur un produit de niche. Small is beautiful, comme on dit dans la langue de Shakespeare.



Caisse en bois pour la Sauvageonne®, la référence premium de l'asperge verte.

Florence Guilhem