

Élargir sa **gamme** de produits transformés

Il est possible de valoriser avantageusement ses fruits déclassés en mettant au point une gamme variée de jus, purées, compotées, confitures...

Au sud d'Arles (Bouches-du-Rhône), en 2009, Stéphane Charmasson a converti ses vergers de pommiers en bio. Aujourd'hui, au Mas Daussan, il cultive en biodynamie quinze variétés de pommes, qui viennent à maturité d'août à novembre. « Dès le début, j'ai intégré la transformation à ce projet, afin de valoriser les pommes déclassées ou trop petites pour être vendues en frais. 25 % de mes pommes sont transformées et valorisées 40 centimes le kilo », explique-t-il. Depuis sept ans, Stéphane invente chaque année près de dix produits à base de pommes : jus, cidre, eau-de-vie, vinaigre, sirop et vin de pommes, purée, compotée, confit, gelée, chutney, quartiers de pommes cuits, lamelles séchées, etc. Il est l'un des rares producteurs de pommes bio en France à disposer en propre d'une gamme d'une cinquantaine de références, qu'il vend en circuits courts. Ses revendeurs sont des boutiques bio de l'arc méditerranéen, situées entre Nice, Béziers et Valence. Il est présent au pavillon bio du marché de Rungis et vend aussi ses produits en ligne, sur son site internet.

A NOTER

Contact

➤ Pour obtenir plus d'informations, consultez le site internet du Mas Daussan : www.pommes-bio.com

INNOVATIONS ET VALEURS SÛRES

« Pour créer un produit, je m'inspire des tendances du marché. Lorsque je me rends dans les boutiques des revendeurs, je regarde ce que font mes concurrents, ce qui se vend bien et ce qui



Cinquante références. Producteur de pommes, Stéphane Charmasson a développé une gamme d'une cinquantaine de références. A.V.

n'existe pas encore en rayon », raconte Stéphane. Ses meilleures ventes sont les classiques : jus, cidres et purées. Il les fait fabriquer en grandes séries chez des transformateurs de Provence et d'Alsace, labellisés bio, et optimise le transport par bennes de 25 tonnes. Les recettes sont testées, puis validées par les organismes certificateurs et la DGCCRF (1). Ces démarches réglementaires occupent une de ses salaires presque à temps plein. L'innovation l'enthousiasme, même si elle est parfois ingrate : « J'étais le seul à mettre sur le marché un jus de pom-

mes concentré, une confiture de pommes à la menthe ou un chutney de pommes à la cannelle. Je n'ai pas réussi à les imposer. Il est difficile de modifier les habitudes alimentaires des consommateurs sans une vraie puissance marketing. » Pour élargir encore sa gamme, Stéphane Charmasson lancera en septembre prochain des jus « santé-bien-être » : pomme-spiruline, pomme-grenade, pomme-goji...

Alexie Valois

(1) Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

CHOISIR LE BON CONDITIONNEMENT

Stéphane Charmasson utilise principalement des bouteilles et des bocaux en verre. « Pour trouver le conditionnement le mieux adapté à chaque produit, j'ai fait parfois quelques erreurs, à mes dépens, confie-t-il. J'ai, par exemple, lancé une gamme de confitures dans des bocaux Le Par-

fait, avec un joint en caoutchouc. Malgré sa réputation et sa qualité, cet emballage coûteux n'a pas favorisé la vente de cette série, que j'ai dû arrêter. J'ai aussi conditionné du sirop de pommes dans des bouteilles en verre, avec un bec verseur en plastique. Même bouché, le bec ver-

seur n'était pas suffisamment étanche. Si bien que, les premiers lots ayant oxydé, les jus ont fermenté et sont devenus invendables. » Stéphane a, par la suite, trouvé la solution avec son transformateur : il ne fallait pas changer de contenant, mais stériliser le produit, pour qu'il soit stable.

