

tout en nourrissant la planète... Innatis doit proposer les méthodes de demain, élaborer une vision de ce que l'on peut faire de mieux. Nous préparons dans le même temps nos vergers à l'utilisation du big data, de caméras spectrales, de robots et d'automates, la rationalisation et à la localisation des traitements. » Il va falloir progressivement modéliser ce qui est encore empirique, ce qui exigera de former des hommes, non seulement aux mécanismes de la nature, mais aussi au digital. Car la modélisation n'enlèvera pas la nécessité du passage quotidien de l'homme en verger : « Rester paysan est fondamental, il faut que l'agriculteur soit à la fois plus proche de la terre et moins loin des nouveaux outils qui permettront de rationaliser la conduite des vergers. »

Groupe La Blottière : sur tous les fronts !

Avec une activité largement quadruplée depuis 2000 (50 000 tonnes de fruits à pépins commercialisées la saison passée), le groupe La Blottière connaît une des progressions les plus spectaculaires du secteur et démontre s'il était nécessaire les

possibilités de développement conférées par la filière fruits à pépins aux entreprises qui savent concilier ambitions qualitative et quantitatives.

Jusqu'aux années 2000, le Verger de la Blottière, positionné dans les Mauges, dans le sud du Maine-et-Loire, produisait une Golden claire et de bonne conservation, très appréciée du marché britannique. Mais le boycott de la pomme française en 1995, pour des raisons politiques puis sanitaires, amène ses dirigeants à recentrer les ventes sur la France et à repenser leur stratégie en profondeur avec une volonté nouvelle de différenciation. Celle-ci va s'appuyer sur deux axes : différenciation variétale avec le développement exclusif (avec Dalival) de la variété Antarès®, et la mise en valeur de pratiques agronomiques différenciées avec Demain la Terre. Les plantations d'Antarès® débutent en 2003 pour atteindre aujourd'hui 60 hectares et 2 500 tonnes commercialisées annuellement. Antarès® est une pomme d'aspect rustique appréciée en France, commercialisée de mi-septembre à fin mai. C'est le début d'une différenciation variétale

qui s'étendra plus tard à la poire avec le développement de Sweet Sensation® en 2010. Dans le même sens, les démarches « Gourmande », pour les pommes Reine des Reinettes puis Chantecler seront également des succès pour l'affirmation de cette stratégie de différenciation qualitative. Au niveau produit, un autre axe de développement du Verger de la Blottière est le grand retour à la poire, qui se solde à ce jour par une offre annuelle de 7 000 tonnes, et place le groupe parmi les tout premiers acteurs hexagonaux. « Le fait de regrouper une offre génère une dynamique commerciale, car on peut répondre à des demandes d'opérations d'envergure. On enclenche ainsi un cycle vertueux. » L'atelier dédié à la poire a été doté d'une chambre d'affinage, un outil à gérer tout en finesse mais qui contribue nettement à l'accélération des rotations en rayon.

« La participation au lancement de Demain la Terre en 2004 vient d'une prise de conscience, partagée avec d'autres confrères du secteur, qu'il fallait consolider et donner un nom simple à ce que nous faisons en verger, qu'il fallait

aussi en parler avec des gens qui avaient la même orientation. En production, cet engagement pourrait se résumer par la volonté systématisée d'utiliser au mieux les énergies de la nature, ce que la visite des vergers permet de nettement ressentir. Cette certification Demain La Terre s'ajoute naturellement à la gamme des certifications actuellement exigées par les différents acteurs du marché : nous faisons beaucoup de choses que le bio ne fait pas », souligne David Socheleau. En 2006, une étape majeure est franchie avec la création d'une filiale au Chili, avec d'abord un bureau d'achat voué à compléter l'offre commerciale sur la période estivale. Elle se dote d'une station de conditionnement en 2012 et d'une marque spécifique, Apple Bird® qui va trouver son chemin tant en France que sur les marchés du grand export devenus un nouvel axe de développement. Aujourd'hui, Le Verger de la Blottière fédère quelque 140 producteurs en France et au Chili, pour un total de 500 ha dont 200 tenus en propre par la famille Socheleau. Les deux frères David et Quentin Socheleau, le premier à la direction commerciale,

le second à la direction de la production, ont progressivement repris les rênes de la société développée par leurs parents et grands-parents.

Très axé initialement sur l'environnement et le développement durable, le cahier des charges de Demain la Terre s'est progressivement rééquilibré vers le social et l'économique avec une dimension RSE qui englobe les partenaires, les clients ou encore l'ancrage territorial. « Nous travaillons de plus en plus sur les questions de recrutement, d'hygiène, de santé, de conditions de travail », précise David Socheleau.

« Les ressources humaines, leur disponibilité, leurs compétences, sont devenues une question transversale chez tous les adhérents de Demain la terre », ajoute Marc de Nale, directeur de l'organisation. « Nous avons mis en place un groupe de travail impliquant les responsables des ressources humaines de chacun de nos adhérents. » La localisation géographique du siège de l'entreprise est souvent le premier obstacle au recrutement, tant le refus de s'installer dans les zones rurales semble vif chez les jeunes générations. « Sans le recours à la main d'œuvre

étrangère, il nous aurait été impossible de reprendre un verger de poiriers dans le Sud de la Sarthe », observe Quentin Socheleau, qui ne doute pas que le robot d'aide à la cueillette va être un des éléments de réponse au problème dans les cinq à dix ans à venir. Les essais de simplification de la conduite du verger de type mur fruitier n'ont pas été considérés comme concluants en raison du risque de dégradation de la qualité à moyen terme. Sur le plan industriel, outre le renouvellement intégral de la capacité de conditionnement sur trois ans, la mise en place du Lean Management vise à prévoir l'imprévisible, alors que le manque de visibilité chronique du marché français exige une agilité de tous les instants. Il s'agit donc de donner de la fluidité au système et de la visibilité à chacun alors que le flux tendu est toujours plus tendu... Avec le concours d'Informia, un flux permanent d'informations montantes et descendantes permet de répondre au mieux à la demande commerciale tout en préservant les fondamentaux qui font la forte identité du groupe La Blottière. ■