

## BILAN RÉCOLTE 2024

Une année charnière pour la filière du cornichon français, relancée par Reitzel depuis 2016

**Neuf ans après les premiers semis, la filière poursuit son chemin pour permettre aux Français de profiter de produits locaux à prix accessibles sur un marché où plus de 98 %\* des produits sont importés. Malgré une année marquée par l'inflation et une météo peu favorable, Reitzel continue de se battre aux côtés des agriculteurs, toujours avec les mêmes engagements, pour poursuivre la pérennisation de la filière et sensibiliser les consommateurs aux réalités du marché.**

### Une campagne charnière marquée par une météo défavorable

Habituellement lancée à partir de la fin du mois de juin, la récolte a connu cette année près de deux semaines de retard et s'est achevée avec deux semaines d'avance. Malgré une saison écourtée du fait des conditions climatiques, l'expertise développée par les agriculteurs et Reitzel sur cette culture complexe a permis d'assurer une campagne satisfaisante compte-tenu des conditions climatiques dégradées.



**Le cornichon s'épanouit entre 15 et 35°C, et peut voir sa taille doubler en l'espace d'une journée. La plante a besoin d'un ensoleillement important et d'apports réguliers en eau, mais une saison trop fraîche ou humide peut limiter fortement les rendements.**

À l'inverse, les conditions climatiques optimales des dernières années ainsi que l'expertise croissante des agriculteurs et des cueilleurs ont permis de récolter des volumes records, en particulier sur les cornichons de petits calibres. Afin d'équilibrer la production, Reitzel s'est adaptée cette année en récoltant davantage de gros cornichons, une année de transition pour équilibrer l'offre de calibres avant la 10<sup>e</sup> année de la relance, en 2025.

**2024 en chiffres**  
Conventionnel : 328 T  
Bio (2 producteurs) : 136 T  
Total : 464 T

### La pérennisation de la filière se poursuit, toujours avec les mêmes engagements



« La relance d'une filière demande du temps, toutes les années ne peuvent être égales car l'agriculture reste tributaire des conditions météo. Il reste du chemin à parcourir pour obtenir une filière mature, mais nous poursuivons ce travail passionné, main dans la main avec les agriculteurs en leur garantissant les mêmes engagements que les années précédentes »

**Léopoldine Mathieu, Responsable Filières et Développement Durable**

**Aux côtés des agriculteurs, Reitzel s'engage toujours à :**

- Valoriser le maximum de cornichons qui sortent du champ
- Rembourser les agriculteurs à hauteur de leurs frais d'installation en cas d'aléa météo
- Réaliser un suivi dans les champs par deux ingénieures agronomes pour les assister dans la réussite de leurs cultures

## La transparence indispensable pour soutenir la filière

Les Français s'orientent davantage vers les produits locaux, mais encore faut-il pouvoir les distinguer en rayons !

En France, 98 %\* des cornichons consommés sont importés, une réalité que 75 %\*\* des Français ignorent. Dans ce contexte, il n'est toujours pas obligatoire pour les marques d'afficher la provenance de leurs matières premières. Cette situation permet aux grands acteurs d'entretenir un flou nuisible pour le pouvoir de décision des consommateurs et pour les marques telles que HUGO et ses agriculteurs partenaires, qui travaillent pour proposer des produits locaux.

### Origin'Info bientôt sur les produits HUGO

L'affichage de l'origine sur les bocaux de cornichons est donc indispensable pour soutenir la relance de la filière menée par Reitzel au travers de sa marque HUGO. Déterminée à se battre pour la transparence, aux côtés des agriculteurs, Reitzel prévoit d'adopter le logo Origin'Info sur son site dans un premier temps, puis sur ses bocaux en 2025. En attendant, l'expert du pickle souhaite sensibiliser les Français à la réalité du marché du cornichon en France.

\*80 % Inde, 18 % Europe, 2 % France – Circana CAM P12 2022  
\*\*Étude CSA Jardin d'Orante 2020



## Des projets menés avec les agriculteurs pour poursuivre la relocalisation

Sur le terrain tout au long de l'année, Reitzel et les agriculteurs partenaires préparent l'avenir de la filière. Essais variétaux, partage de bonnes pratiques : chaque campagne permet aux deux ingénieures agronomes de l'entreprise de mettre en œuvre des projets pour rendre la filière plus résiliente et continuer à proposer une offre de cornichons français et locaux en GMS, dans les réseaux bio, et pour les professionnels des métiers de bouches.

Dès la prochaine saison, les expérimentations se poursuivront dans les champs de Centre – Val de Loire, des Pays de la Loire et d'Alsace. De leur côté, les agriculteurs sont d'ores et déjà en train de préparer la 10e campagne du cornichon français !



### A propos de Reitzel

Référence en matière de pickles en France, Reitzel agit partout où elle est implantée pour développer durablement des filières agricoles et valoriser le fruit de la terre en produits sains et savoureux qu'elle commercialise sous ses marques :

- HUGO : les cornichons français en GMS et en Food Service
- Jardin d'Orante : pour les réseaux GMS
- Bravo Hugo : pour les réseaux spécialisés bio
- Hugo Reitzel : pour les professionnels des métiers de bouche

Reitzel est le seul acteur du secteur à travailler en filières, dans la lignée de son fondateur Hugo Reitzel. La PME familiale se donne pour mission de cultiver des cornichons et de les transformer en délicieux pickles, dans le respect des hommes et de la nature partout où elle est implantée. L'entreprise a été fondée il y a 115 ans par un agriculteur, Hugo Reitzel, qui décida de monter une conserverie pour valoriser le fruit de son travail. Depuis, l'entreprise a su perpétuer son savoir-faire avec la même philosophie : celle de tisser des liens privilégiés avec les agriculteurs, au plus près des bassins de culture, et de transformer leurs légumes en produits savoureux, en phase avec les attentes des consommateurs. Autant d'engagements récompensés par le prestigieux label PME+, dont Reitzel est titulaire depuis 2023.