

Véga soigne la renommée de la mirabelle de Lorraine

by La Tribune - mardi, septembre 13, 2005

<https://www.correspondances.fr/vega-soigne-la-renommee-de-la-mirabelle-de-lorraine/>

La coopérative agricole a récolté 5.000 tonnes de mirabelles cette année. Outre une brève vente sur les étals, le fruit trouve de nouveaux débouchés dans l'industrie agroalimentaire.

Dans un marché des fruits et légumes morose, la mirabelle fait figure d'exception. L'arrivée sur les étals de France et de Navarre du petit fruit doré emblématique de la Lorraine suscite à chaque fin d'été un engouement aussi médiatique que gourmand.

Basée à Saint-Nicolas-de-Port (Meurthe-et-Moselle), la coopérative engrange le fruit d'une décennie d'efforts en matière de qualité, de marketing et de communication. 1.000 hectares. Au début des années 90, la filière a failli succomber à des tempêtes dévastatrices et aux méventes dues à la surproduction. Soutenue par le conseil régional de Lorraine, une nouvelle génération d'arboriculteurs a su régénérer quelque 1.000 hectares de vergers répartis sur les quatre départements lorrains.

Engagée dès ses débuts dans une démarche qualité, la filière a décroché la première indication géographique protégée (IGP) de France en fruits et légumes en 1996, avant d'obtenir un label rouge pour sa marque collective Mirabelles de Lorraine en 1999. La force de la mirabelle consiste tout bonnement à être vendue fraîche et bien mûre.

Cahier des charges

À l'instar des trois autres coopératives vendant des mirabelles, Véga Fruits impose aux producteurs un cahier des charges élaboré avec l'aide de l'Association régionale pour l'expérimentation fruitière de l'Est destiné à garantir la qualité, la teneur en sucre et le calibre requis. La vente de produits frais, qui ne représente que 25 % des débouchés, fait l'objet de toutes les attentions. Les mirabelles les plus haut de gamme, récoltées à la main, sont vendues en barquettes cartonnées de 750 grammes accompagnées de recettes sucrées ou salées. Car Véga mise à présent sur la gastronomie pour encourager la consommation tout au long de l'année. La coopérative, qui écoulait l'essentiel de sa production sous forme de confitures, fruits au sirop et compotes, a investi 2 millions d'euros voici deux ans dans une chambre de surgélation pour accéder au marché des glaciers, des producteurs de yaourts et des produits surgelés. Cette année, la profession a porté le budget de sa communication à 150.000 euros, soit une augmentation de 30 %, essentiellement pour populariser des recettes méconnues. Cuisiné en tagines, accompagnant un mignon de veau ou décliné en sablés ou en caramels, le fruit d'or de Lorraine n'a pas fini de mettre en appétit.