

MENTON

Le juteux business autour de la fête du Citron

À partir du 12 février et jusqu'au 3 mars, près de 230 000 visiteurs vont se presser à la 77^e Fête du Citron. Derrière la féerie des corsos qui capitalise sur le citron de Menton ? Enquête sur un business acidulé.

Avec la Fête du Citron, l'agrumementonnais jouit d'une promotion inespérée. Rares sont les produits du terroir qui profitent de telles retombées médiatiques tant en France qu'à l'étranger. Ses qualités gustatives et olfactives sont connues et reconnues par les fins gourmets. Pas étonnant que le fruit noble ait conquis en quelques années les plus grandes tables et non des moindres... Joël Garrault, Alain Ducasse, Anne-Sophie Pic ou encore Pierre Gagnaire ont été séduits par les subtilités du fruit mentonnais. Localement, les étoilés de la ville, Mauro Colagreco (le Mirazur) et Yannick Fauries (le Paris Rome) inventent, innovent et créent des déclinaisons autour des agrumes de Menton, de la mise en bouche jusqu'au dessert. De toute évidence la gastronomie valorise une production locale, encore insuffisante pour structurer la filière. Selon l'Association pour la Promotion du Citron de Menton (APCM), il faudrait doubler la production et atteindre les 200 tonnes. Les volumes actuels sont trop faibles pour approvisionner de façon régulière les MIN de Rungis et toucher ainsi les

restaurateurs et épicerie fine. Pas simple également de convaincre les jeunes à se lancer dans l'agrumiculture. « Le travail n'est pas facile avec la configuration en terrasse des sols », reconnaît-on à l'APCM. Laurent Ganac, l'un des derniers producteurs à s'être installé illustre parfaitement la problématique de l'entrepreneur agricole. Il est à la fois agrumiculteur, pépiniériste, transformateur et dirige une entreprise de jardin...

Produits dérivés

Alors que le dossier sur l'Indication Géographique Protégée devrait être examiné par la Commission Nationale très prochainement, de nouveaux acteurs économiques ont déjà investi un marché en devenir, prêts à grignoter des parts de marché aux entreprises historiques. Récemment, les Apéritifs du Soleil ont vu l'arrivée de challengers sur le marché des vins d'oranges. À Menton, la Confiturerie Herbin est une institution et ses confitures d'agrumes en sont les produits phares. L'entreprise artisanale joue la carte du terroir en proposant des visites de la confiturerie qui se termine par une



dégustation. Dirigée par Jean-Claude Bineau, la maison Herbin écoulait plus de 10 tonnes du fruit mentonnais... Dernière enseigne en date, Au Pays du Citron, dans la rue piétonne, bouscule les codes habituels, dépoussière l'image traditionnelle et positionne le citron de Menton comme un produit résolument haut de gamme.

Un design élégant, des packagings contemporains et novateurs comme le jus de citron en spay, la boutique va même jusqu'à vendre le fruit noble à l'unité ! Quant à l'huilerie Saint-Michel, elle s'est associée à Mauro Colagreco pour donner naissance à une huile d'exception au citron de Menton. Mais le fruit d'or est désormais convoité par des transformateurs venant d'ailleurs...

A Menton et ailleurs

À Nice, Tante Fine commercialise un pitacou au citron de Menton, condiment indispensable pour aromatiser une cuisine subtile et ensoleillée. Dans le Var, l'entreprise artisanale Patboul commercialise une confiture à l'agrume mentonnais auprès des grandes surfaces du Sud-Est de la France. Le produit est déjà référencé chez Marché U, Leclerc ou encore Monoprix. Direction Quiberon en Bretagne, où la conserverie la Belle-Iloise, vénérable maison fondée en 1932 a même intégré le citron de Menton dans sa recette d'émietté de maquereau.

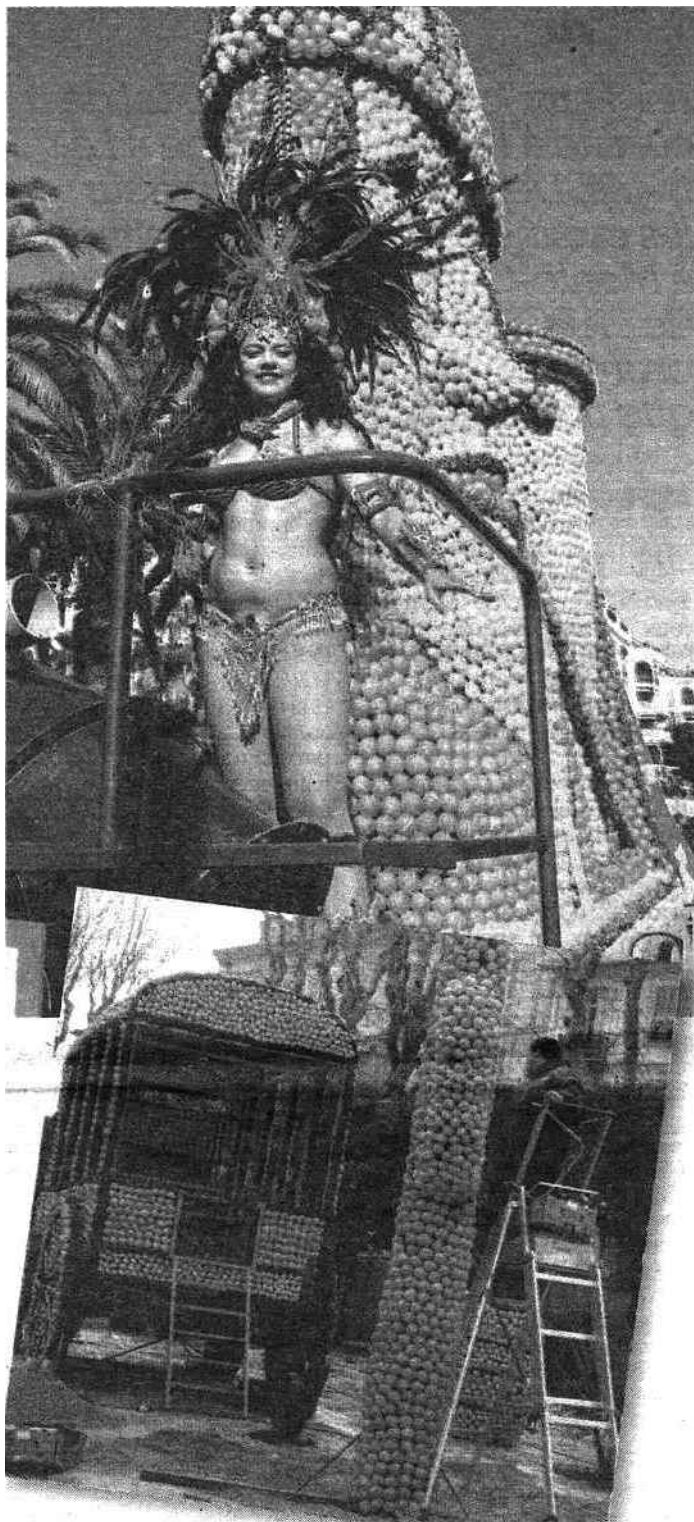
« Par la traçabilité de la production, L'IGP en faveur de l'agrume mentonnais offrira non seulement une protection aux producteurs, mais aussi une garantie aux consommateurs », dit-on à l'APCM. En clair, nous devrions assister à la

disparition des petits vendeurs qui abondent dans les rues mentonnaises pendant la Fête du Citron. « Ils achètent des agrumes en Ligurie à 40 cts le kilo et les revendent 3 € avec l'étiquette citron de Menton. C'est tout simplement scandaleux », peste un petit producteur du marché.

Que dire de certaines boissons aromatisées aux étiquettes pour le moins trompeuses dont la composition ne mentionne aucunement la trace de l'agrume mentonnais ? Un oubli ? Pas sûr... Ce distributeur le mentionne dans la composition de ses boissons alcoolisées... Et la tarte aux citrons ? « Si vous saviez... », s'enflamme un artisan boulanger qui souhaite garder l'anonymat. « La tarte, c'est une histoire de poudre aux yeux... ou plutôt de citron en poudre ! C'est avec ça qu'on prépare le dessert acidulé dans la plupart des pâtisseries... et les restaurateurs la préfèrent congelée ! »

On l'aura compris, le citron de Menton tend s'immiscer dans nos assiettes, nos verres mais échappe à la cosmétique et la parfumerie. Pour combien de temps encore ?

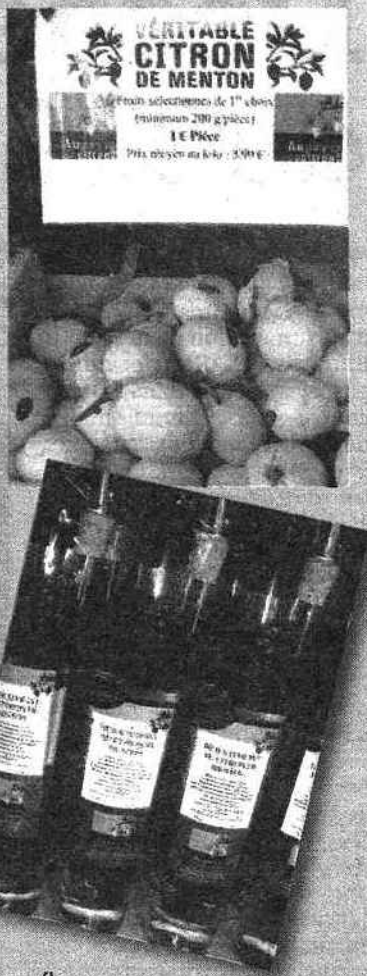
Pierre Tadei



LA FÊTE DU CITRON, UNE CASH MACHINE ?

Au regard des chiffres, on serait tenté de le croire... L'événement engrange plus 2 M€ de recette qui tombent dans les caisses de l'organisateur. Avec un budget de 1,9 M€, l'équilibre est périlleux, compte tenu des aléas météorologiques en cette saison. « Pour une manifestation qui se déroule exclusivement en extérieur, le risque financier n'est pas neutre... on court après la recette », martèle depuis des années Didier Leonetti, directeur général de l'Office de Tourisme. D'autant que la fête défie la météo toujours un peu plus. Ces 5 dernières années, la fête a non seulement retrouvé son deuxième corso nocturne mais s'est enrichie des Jardins de lumières... Passer entre les gouttes ne suffit plus, il faut dorénavant prier pour qu'à la nuit tombée, le thermomètre ne descende pas trop bas ! Certes, la fête ambitionne de se renouveler, certes l'événement cherche à innover, mais pourquoi

prendre autant de risques ? La réponse est ailleurs, plus précisément du côté des acteurs économiques. La fête vise à soutenir l'activité hôtelière et la restauration, génératrices d'emplois. En moins d'une décennie, l'essor d'internet, conjugué aux 35 heures ont radicalement bousculé la consommation touristique. Les séjours sont de plus en plus courts et se réservent à la dernière minute. Face à ces nouveaux comportements, les hôteliers du pays mentonnais ont dû s'adapter, non sans mal. « Il y a 10 ans à peine, on remplissait pendant toute la durée de la fête, mais aujourd'hui, on peine à vendre des séjours de 3 ou 4 nuits », reconnaît amèrement l'un d'eux. D'ailleurs, certains ont préféré jeter l'éponge, comme l'hôtel 4 étoiles "les Ambassadeurs", le



fleuron de l'hôtellerie mentonnaise.

P.T.

UNE SOURCE D'EMPLOIS

Il est 19 heures, dans le centre-ville, les commerces ferment l'un après l'autre et les trottoirs se vident peu à peu. Seule l'avenue Boyer résiste à ce manège. Scooters et voitures cherchent à stationner, tandis que des passants se dirigent vers le Palais de l'Europe. Une foule déjà nombreuse discute devant l'entrée... Une convocation à la main, ce petit monde est venu assister à la réunion de briefing des contrôleurs de la Fête du Citron. L'organisateur reconnaît avoir reçu cette année plus de 500 dossiers pour 290 postes.

Demandeurs d'emploi, retraités, intérimaires attendent l'événement mentonnais avec impatience... « Dès le mois de novembre, je scrute les baies vitrées de l'Office de Tourisme pour être sûr de retirer mon dossier à temps », avoue un jeune travailleur qui enchaîne les petits boulots. « La fête du citron, c'est un petit bonus, reconnaît un retraité à la pension modeste. Ils cherchent du personnel de confiance et quand vous comptez les caisses en fin de journée, vous comprenez pourquoi ! ».

