

# La ratte du Touquet ne connaît pas la crise.

Elle prouve qu'il y a encore de la place pour les variétés si elles apportent une vraie valeur ajoutée au rayon pommes de terre. Ses producteurs s'y emploient depuis des années.

## Dates clés Une histoire de famille

**1962** : André Hennuyer, producteur dans le Boulonnais, découvre un minuscule tubercule originaire du Lyonnais, où il est en train de disparaître. Il le plante dans ses terres côtières, fertiles et bien ventilées. La ratte du Touquet est lancée.

**1981** : son gendre, Dominique Dequidt qui se passionne, lui aussi, pour la variété, charge une jeune commerciale de parcourir les allées du marché de Rungis au volant d'une R5 peinte aux couleurs de la ratte. **1987** : Amora met en scène la ratte du Touquet dans une publicité télé. De grands chefs (Joël Robuchon, Alain Passard, Guy Savoy) la soutiennent et les médias commencent à s'y intéresser. Touquet Savour est créée pour commercialiser la variété.

**1995** : Dominique Dequidt a l'idée de commercialiser les plus petites rattes dans des bourriches à huîtres. En 2007, la variété s'adapte à la modernité et débarque en sachet micro-ondable.

**2010** : les producteurs mettent en avant leurs efforts en faveur de la protection de l'environnement en créant une charte qualité. Dominique Dequidt s'affiche sur les packs.

Impossible de la rater ! Produite sur six exploitations entre Picardie et côte d'Opale, la ratte du Touquet dont le potentiel ne dépasse guère 4500 tonnes par an, s'est incontestablement fait un nom en rayon. Appréciée des consommateurs pour sa forme de cornichon, son goût de châtaigne, sa fermeté et sa texture très fine, elle l'est tout autant des distributeurs, qui n'hésitent pas à l'afficher sur prospectus. Plusieurs opérations ont été montées, l'an passé, chez Monoprix (3,50 €

ou 4,50 € la bourriche 1 kg), Simply Market et Système U (1,95 € la barquette 1 kg). Pas de doute : les variétés ont encore droit de cité dans le rayon



↳ Dominique Dequidt, le « père » de la ratte du Touquet.



↳ La barquette bois arbore désormais le visage de Dominique Dequidt, ainsi que le logo Charte Qualité. Autre nouveauté de l'année : un sac papier 1,5 kg contenant des pommes de terre non lavées.

pommes de terre. Mais les places sont chères à côté d'un cœur de gamme uniquement bâti autour de la segmentation culinaire. Convaincu des qualités de ce minuscule tubercule biscornu, Dominique Dequidt se démène depuis plus d'une trentaine d'années pour accroître sa notoriété (lire ci-contre). Soutenu par les autres producteurs de rattes, il a même franchi une nouvelle étape, cette saison, en affichant son visage sur les emballages. Objectif : « se rapprocher des consommateurs ». La démarche est complétée par un site internet ([www.larattedutouquet.com](http://www.larattedutouquet.com)), où le public peut retrouver en quelques clics les interviews vidéo des agriculteurs, des photos des parcelles où les pommes de terre ont été pro-

duites, leur localisation, ainsi que des recettes et différentes informations.

Le dispositif est à peu près le même que celui mis en place, l'an dernier, autour de la pomme de terre Pompadour. « Il nous avait permis de capter environ la moitié des plateformes GMS et d'augmenter nos volumes chez tous les distributeurs », affirme Alexis Dequidt, directeur de Touquet Savour, qui commercia-

lise les deux variétés. Des packs spécifiques permettent de distinguer la ratte du Touquet en rayon et d'affirmer son positionnement premium, comme la bourriche 5 kg, la barquette bois (500 g et 1 kg) ou le flow-pack 1 kg. Deux références enrichissent la gamme cet hiver : un sac papier 1,5 kg contenant des pommes de terre non lavées et un sachet 400 g prêt à rissoler (5 minutes au micro-ondes puis 5 minutes à la poêle). Autre innovation cette saison : un logo Charte Qualité ratte du Touquet, figurant sur l'ensemble des conditionnements et mettant en avant les engagements des producteurs en faveur de l'environnement et de la biodiversité. ■

Jacques Bertin