

Le secteur des fruits et légumes innove

L'achat et la consommation de fruits et légumes sont un plaisir pour la plupart des consommateurs. C'est ce que révèle une étude réalisée par l'institut CSA pour le compte de FranceAgriMer, publi...

L'achat et la consommation de fruits et légumes sont un plaisir pour la plupart des consommateurs. C'est ce que révèle une étude réalisée par l'institut CSA pour le compte de FranceAgriMer, publiée il y a quelques mois. La consommation de cinq fruits et légumes par jour, est bien ancrée dans les esprits. Environ 60 % des personnes interrogées se considèrent comme des consommateurs moyens de fruits et légumes et près de 30 % comme de gros consommateurs. Plus de 7 Français sur 10 considèrent manger suffisamment de fruits et légumes.

Près de 8 personnes sur 10 accordent de l'importance aux circuits de distribution et 6 sur 10 préfèrent l'achat des fruits et légumes en commerce de proximité plutôt qu'en grande surface. Les achats de fruits et légumes ont pourtant lieu essentiellement en hypermarché (60 %), supermarché (51 %) ou sur les marchés (45 %). Les ventes en magasins spécialisés ou circuits courts restent marginales.

Cette étude montre également que les consommateurs prêtent attention à l'origine des produits et aux modes de production. La plupart des consommateurs préfèrent des produits issus d'un mode de production respectueux de l'environnement et des hommes. Par contre, si les personnes interrogées ont bien conscience de la saisonnalité des fruits et légumes, ils avouent consommer des fruits de saison mais acheter les mêmes légumes toute l'année.

Globalement, les consommateurs privilégient le goût et les produits connus à la fantaisie. Pour autant, le secteur de fruits et légumes sait innover.

De nouveaux fruits et légumes

De nouveaux fruits et légumes ont notamment fait leur apparition ces dernières années. Après dix ans de recherche, le groupe Zespri -qui détient environ 30 % du marché mondial de kiwis- a lancé un kiwi avec une chair jaune dorée et une saveur sucrée, un peu acide, rafraîchissant et juteux, baptisé « Zespri SunGlod ».

Ce kiwi a la particularité de contenir davantage de vitamines C que trois oranges (le kiwi vert étant équivalent à une orange). Ce kiwi est également riche en fibres et peu calorique. Zespri a lancé une vaste campagne de communication pour booster la distribution de ce nouveau kiwi. La saison s'annonce d'ailleurs prometteuse puisque les volumes globaux de kiwis Zespri SunGold ont augmenté de 75 % entre 2015 et 2016, pour atteindre 175 000 tonnes.

Mais le kiwi n'est pas le seul à essayer de se faire une place dans les rayons. Terra Natura International, entreprise implantée aux Pays-Bas, a par exemple lancé Enjoja, un poivron unique en son genre, rayé de jaune et de rouge. Toujours aux Pays-Bas, HZPC Holland a commercialisé WOW! Colourful Perupas. Il s'agit de différentes variétés de pommes de terre apparentées aux variétés d'origine que l'on trouve dans les montagnes des Andes. Elles sont très différentes en ce qui concerne le goût, la texture et la couleur.

Northern Greens, basé au Danemark, a mis sur le marché Kitchen Minis Tomato, un plant de tomates cerise qui peut produire jusqu'à 150 fruits sur le rebord d'une fenêtre. On peut également citer Kendras, la première variété commerciale de tomates industrielles assurant une résistance au *Phytophthora infestans*, c'est-à-dire au mildiou. Cette maladie est très dévastatrice quand les conditions climatiques sont optimales (orage, pluie, nuits fraîches), ce qui peut parfois entraîner la destruction de la culture en 7 à 10 jours.

Autre exemple, Osiris, une nouvelle variété de fraise développée par le Ciref (Création de variétés de fraises et fruits rouges), sur le créneau ronde de saison. Elle est caractérisée par sa polyvalence, son fort potentiel de production et la qualité commerciale de ses fruits. Osiris est naturellement rustique et particulièrement tolérante aux maladies fongiques. Autre avantage : il s'agit d'une variété à la fois adaptée aux conditions de culture sol, hors sol froid légèrement chauffé.

Le succès des fruits et légumes élaborés

Les fruits et légumes élaborés ont également la cote auprès des Français. Ce succès tient pour beaucoup aux offensives des industriels pour renouveler leur offre. Compotes allégées en sucre de Charles & Alice, crudités snacking des Crudettes, chips de légumes de Bret's, etc. : la nutrition et la praticité constituent des atouts majeurs pour séduire les consommateurs, selon le spécialiste des études sectorielles Xerfi.

Cette année, le concours d'innovation alimentaire Ecotrophelia a récompensé le projet Senza des écoles ONIRIS Nantes et l'École de Design Nantes Atlantique. Il s'agit d'une gamme de pizzas sans céréales (donc sans gluten), dont la pâte est constituée en majorité de légumes (frais et sous forme de farine ou flocons).

Senza permet ainsi de déguster une pizza saine et gourmande en mangeant, et en faisant manger, des légumes. Présente au rayon frais libre-service des GMS, elle est prête-à-cuire. Elle se décline en trois recettes dont une, sans allergène majeur, avec une garniture 100 % légumes qui convient à tous les régimes alimentaires. Le concours a également primé Volupt'in, dans la catégorie Nutrition. Cette bouchée apéritive gourmande en forme de palet est peu calorique (9 kCal pièce) et 100 % végétale.

Elle se consomme froide ou chaude (1 minute 30 à la poêle). Les étudiants ont imaginé quatre recettes : tomates séchées/basilic, poivrons/herbes de Provence, olives noires/origan, ail/fines herbes. La composition intègre du lait de riz, de la fécule de tapioca et de la purée de sésame.

Toujours lors du concours d'innovation alimentaire Ecotrophelia, Poés'île, imaginé par l'École de Biologie Industrielle de Cergy a reçu le prix spécial « Services Interfel » Cette gamme de desserts exotiques frais est à la fois saine et gourmande. Le produit se décline en deux recettes : mangue banane ou kiwi banane (plus de 80 % de fruits). La présence de manioc et d'amidon de maïs confère au dessert une texture ferme, proche de celle d'un gâteau. Le produit est positionné premium et labellisé équitable.

Fruits et légumes : des innovations sur les emballages et la distribution

Les innovations concernent également l'emballage et la distribution dans le secteur des fruits et légumes. En Belgique, la société Stoffels a notamment lancé Automato, un distributeur de tomates cerise. Celles-ci sont de différentes variétés et roulent directement dans des sacs en plastique.

En France, on peut par exemple citer Parmentine, avec ses Parmentine's Cup. Il s'agit de 250 grammes de petites pommes de terre, qui peuvent passer au micro-onde, directement dans leur emballage. Elles sont disponibles avec deux sauces : tomate & basilic ou fromage blanc & ciboulette.

Autre innovation, en Espagne cette fois, où World's Coconut Trading a lancé Genuine Coconut, une noix de coco biologique avec un système d'ouverture directement intégré. Il suffit de tirer la languette biodégradable, fabriquée en fibre de noix de coco recyclée et en résine naturelle, pour boire l'eau directement dans la noix de coco.

Source : <http://www.agro-media.fr/analyse/secteur-fruits-legumes-innove-21317.html>