

LES FRUITS ET LÉGUMES PRÉEMBALLÉS

Un segment de marché à cultiver

Contrairement à l'ensemble de la consommation de fruits et légumes en France qui a tendance à stagner depuis quelques années, le créneau des produits préemballés enregistre une progression. Avec une gamme relativement concentrée autour de quelques espèces leaders (pomme, fraise, carotte, endive...), ce segment attire les faveurs d'une clientèle ciblée, plutôt citadine et jeune. Autour de trois interrogations – Qui ? Quoi ? Combien ? –, DFL se propose d'analyser un marché trop souvent sous-estimé et qui est pourtant susceptible de stimuler l'activité. Et donc le chiffre d'affaires.

Le profil des acheteurs

Géographiquement, le Nord et le Sud-Est de la France sont les deux régions suracheteuses de produits préemballés par rapport à la moyenne des achats de fruits ou de légumes. Globalement pour l'ensemble des fruits et légumes, les quantités achetées par les ménages varient assez peu selon la taille des villes. On remarque cependant que les habitants de l'agglomération parisienne privilégient plutôt le vrac et par conséquent achètent moins de fruits préemballés. Il convient à ce propos, de rappeler la place plus conséquente des circuits traditionnels et des marchés en particulier (donc peu vendeurs de préemballés) dans l'agglomération parisienne que sur le reste du territoire. Enfin, les légumes sont achetés en un peu plus grande quantité dans les plus grosses agglomérations (plus de 200 000 habitants) qu'en milieu rural. La moindre concurrence des potagers des particuliers peut être une explication. D'une façon générale, rappelons que les classes d'âges les plus élevées (au-delà de 50 ans) et les catégories les plus riches surachètent des fruits et légumes frais. De même, les couples et

en particulier les couples seniors sont suracheteurs. À l'inverse, les plus jeunes célibataires ou en couple en achètent dans de moindres quantités. Enfin, c'est traditionnellement parmi les catégories socio-professionnelles modestes (agriculteur, ouvrier, employé) que les ménages achètent le moins de fruits ou légumes frais. À l'opposé, les retraités constituent le groupe de la population française qui en achète le plus.

La répartition des achats de préemballé selon l'âge des ménages se distingue peu de celle rencontrée pour l'ensemble des fruits et légumes. Aussi bien pour les fruits que les légumes, les achats des jeunes générations demeurent inférieurs à la moyenne nationale mais de façon moindre que sur le vrac. Cette classe d'âge se montre ainsi plus intéressée par ces articles en sachet ou sous barquette.

Si le critère âge discrimine, le revenu semble l'être un peu moins. Il n'y a que les ménages les plus aisés qui sous-achètent des fruits ou des légumes préemballés, sauf pour les références les plus chères (cerise, mangue, haricot vert...). Les autres tranches de revenu et notamment les plus modestes achètent dans des quantités équivalentes à la moyenne nationale. Le positionnement 1^{er} prix du préemballé explique vraisemblable-



L'assortiment de produits préemballés est fonction du type de point de vente

ment, l'intérêt relatif plus marqué des bas revenus pour ces références. Rappelons que sur le vrac tant en fruit qu'en légume, l'effet du revenu est fort.

L'assortiment des points de vente

Les assortiments, aussi bien sur le segment préemballé que celui du vrac diffèrent en fonction des points de vente. La grande distribution dispose d'une gamme fruitière préemballée plus diversifiée que dans les circuits traditionnels. Les trois espèces les plus vendues en préemballé réalisent, en effet, 60 % des achats de fruits préemballés en grande distribution contre 70 % sur les points de vente traditionnels. Ce trio est constitué de l'orange, de la clémentine et de la pomme pour les GMS alors que dans les circuits traditionnels la fraise et la pêche et nectarine devançant la pomme. Sur la base des sommes dépensées, la fraise devient la plus importante référence préemballée de fruits des circuits traditionnels. Elle représente ainsi 50 % des achats chez les primeurs et 65 % sur les marchés (contre 20 % ensemble GMS). En revanche, la singularité des assortiments préemballés apparaît de façon moins prononcée dans les légumes que sur les fruits. La part des trois premières espèces s'établit à près de 60 % en grande distribution contre 55 % en circuits traditionnel. Il s'agit dans un ordre décroissant pour les GMS de la carotte, de l'endive et de l'oignon. Dans le cas des circuits traditionnels les trois premières espèces achetées sont l'oignon, la carotte et la tomate.

Le positionnement prix des fruits et légumes préemballés

Les prix moyens des références préemballées de fruits et légumes sont globalement moins chers que ceux rencontrés sur le vrac. Cette différence est plus grande sur les fruits (0,30 €/kg) que sur les légumes (0,05 €/kg).

Dans le détail des espèces, le prix moyen du préemballé est effectivement inférieur à la référence vrac chez une très large majorité de fruits. Seules quelques espèces ou présentations font exception : cerise, raisin, pamplemousse, framboise et groseille, mangue et pomme en barquette. L'écart de prix entre le vrac et le préemballé est plus net pour les agrumes que les fruits exotiques et métropolitains (0,70 € contre moins de 0,05 €/kg). Cet « avantage prix » des références préemballées pour le consommateur persiste depuis 2007. En revanche pour les fruits métropolitains, on observe un resserrement des prix moyens entre le vrac et le préemballé dû à une hausse plus forte des prix sur le segment préemballé. La différence de prix entre les deux présentations (vrac ou préemballé) est en moyenne moins importante pour les légumes que pour les fruits. Selon les espèces, le prix d'achat du préemballé coûte moins cher que le vrac. Cet écart varie de moins de 0,05 €/kg à plus 1,50 €/kg à l'exemple de la mâche. Cependant, certains légumes préemballés sont vendus plus chers. Il

en va ainsi du haricot vert, de la tomate toutes variétés confondues, de l'échalote et du poivron. Enfin les prix moyens ne sont guère différents pour les champignons, les aubergines, le concombre et le poireau. L'augmentation des prix des légumes, depuis 2007, est sensiblement plus élevée sur les présentations préemballées que vrac. L'écart de prix se réduit par conséquent (tendance comparable aux fruits métropolitains). À l'inverse, certaines espèces voient leurs prix de vente en préemballé baisser alors que celui sur le vrac progresse (ex. mâche) ou reste stable (ex. carotte).

Le prix révèle un positionnement commercial. Le préemballage contribue depuis longtemps à une segmentation de la gamme. Pour une majorité d'espèces fruitières ou légumières, la référence préemballée représente avant tout une offre économique : on récompense un achat de gros volume par un petit prix. Ce différentiel de prix entre préemballé

et vrac rend compte aussi assez souvent de différences d'origines, de variétés, de calibres voire de catégories. Le prix plus élevé des tomates cerise ou cocktail peut expliquer que la tomate préemballée se vende en moyenne plus cher que le vrac. Enfin d'autres exemples confirment une segmentation « premium », c'est-à-dire pas seulement économique. Ainsi la fraise Gariguet ou la tomate cerise affichent toutes deux des niveaux de prix significativement différents du prix moyen (2010-2011) préemballé (respectivement 9,60 € contre 5,02 €/kg prix moyen de la barquette de fraise et 4,90 au lieu de 3,04 €/kg pour la barquette de tomate). De même pour le poireau, le fût de poireaux vendu en barquette l'été coûte nettement plus cher que le vrac alors que les filets ou bottes de 1 kg constituent les références 1^{er} prix de la gamme de poireau des magasins en hiver. ■

XAVIER VERNIN

EN BREF... EN BREF... EN BREF... EN BREF... EN BREF... EN BREF... EN BREF... EN BREF...

Concours d'étalages d'Ille-et-Vilaine

Les détaillants d'Ille-et-Vilaine ont sortis le grand jeu : palette de couleurs, de formes, de saveurs et même « fruits et légumes musicaux et branchés » ont fêté l'arrivée de l'été et de la fête de la musique lors de la finale le 21 juin. Cette année, c'est l'ensemble du département d'Ille-et-Vilaine qui a servi de cadre au concours du plus bel étalage de fruits et légumes. Du 11 au 21 juin 2013, 122 points de vente du département, répartis en sept catégories se sont ainsi mobilisés pour dynamiser et théâtraliser au mieux leurs linéaires fruits et légumes créant ainsi l'événement dans la région.

Marchés, Halles, spécialistes en fruits et légumes, alimentations générales, supérettes, supermarché et hypermarchés..., tous les types de détaillants étaient représentés.

Maître d'œuvre de l'opération, le Ctiff a pu compter sur l'appui de nombreux partenaires professionnels pour mener à bien cette opération : Le Marché d'intérêt régional de Rennes,



Prince de Bretagne, le Syndicat des détaillants de marché, les CCI de Rennes et St-Malo Fougères, les grossistes Subéry, Pomona, Ame Hasle, le concepteur de mobilier Someva, Interfel...

De l'avis général de l'ensemble des jurys, ce concours s'est révélé d'un très bon niveau. Les détaillants nous ont montré tout leur savoir-faire pendant les deux semaines du concours. La remise des prix s'est déroulée le 1^{er} juillet à la CCI de Rennes.

Le palmarès

| Marchés | | | |
|--------------------------|-------------------|--------------------------|----------------------------|
| 1 ^{er} | Papineau Rodolphe | Les Saveurs de Luitre | Fougères |
| 2 ^e | Hervé Nicolas | Les fruits d'or | Rennes St- Thérèse |
| 3 ^e | Luron Hubert | | Janzé |
| Détaillants spécialistes | | | |
| 1 ^{er} | Tourgis Mickaël | Mon Bon Marché | Bréal-sous-Montfort |
| 2 ex-aequo | Renais Grégory | Le Fruitier | Cesson-Sévigné |
| 2 ex-aequo | Blin Isabelle | Artichaut Banane & co | Betton |
| Alimentation générale | | | |
| 1 ^{er} | Dreux Yannick | Utile | Saint-Malo |
| 2 ex-aequo | Harrault Fabrice | Les Fermettes | Vitré |
| 2 ex-aequo | Poiraud Laurence | Un Zeste et deux pincées | Saint-Grégoire |
| Supérettes | | | |
| 1 ^{er} | Rielland Sophie | U Express | Rennes-Beauregard |
| 2 ^e | Dourdain Rémy | Scarabée biocoop | Rennes |
| 3 ^e | Billiard Hervé | Netto | Saint-Malo |
| Supermarché | | | |
| 1 ^{er} | Deshoux Arnaud | Super U | Noyal Chatillon-sur-Seiche |
| 2 ^e | Maurice Cédric | U Express | Rennes |
| 3 ^e | Levasseur Magali | Super U | Rennes-Sarah Bernhard |
| Hypermarché | | | |
| 1 ^{er} | Nicodeme Briec | Super U | Mordelles |
| 2 ^e | Crocq | Géant Casino | Saint-Grégoire |
| 3 ^e | Thibaud Vincent | Carrefour | Cesson-Sévigné |
| Halles | | | |
| 1 ^{er} | Dupont Olivier | L'île aux fruits | Rennes |
| 2 ex-aequo | Garnier Alexandra | Fruits, Légumes & Sens | Rennes |
| 2 ex-aequo | Couapel Patrice | Le Palais du Fruit | Rennes |

ASSORTIMENT FRUITS ET LÉGUMES EN OCTOBRE

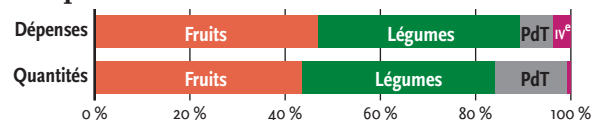
Fruits

| Assortiment | Nombre de références | | | |
|---|----------------------|-----------|-----------|-----------|
| | A | B | C | D |
| GAMMES « BASIQUES » | | | | |
| Saisonniers | | | | |
| Raisin (D 9,4% Q 7,2 %) | 2 | 3 | 4 | 6 |
| Chasselas, Muscat, Danlas, Lavallée, Italia, Red Globe | | | | |
| Melon (D 1,1 % Q 0,9 %) | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Prune (D 1,1 % Q 0,9 %) | | 1 | 1 | 2 |
| Fruit à coque | 2 | 2 | 3 | 5 |
| Noix fraîche et sèche, noisette, amande, châtaigne/marron | | | | |
| Pommes (D 8,0 % Q 9,8 %) | 4 | 6 | 8 | 12 |
| Golden, Granny, Reine des Reinettes, Rouges, Bicolores | | | | |
| Poires (D 4,1 % Q 3,8 %) | 2 | 2 | 4 | 6 |
| Beurré Hardy, Comice, Alexandrine, Abate, Conférence | | | | |
| Bananes (D 4,9 % Q 6,8 %) | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Vrac, poids-prix | | | | |
| Agrumes | | | | |
| Orange (D 3,1 % Q 3,4 %) | 1 | 2 | 2 | 2 |
| Valencia late | | | | |
| Pomelo (D 1,3 % Q 1,5 %) | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Citron (D 1,5 % Q 1,5 %) | 1 | 1 | 2 | 3 |
| Kiwi (D 2,1 % Q 1,3 %) | 1 | 1 | 2 | 3 |
| Ananas | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Cayenne, Victoria | | | | |
| GAMMES « SPÉCIFIQUES » | | | | |
| Arrière-saison | | | | |
| Petits fruits rouges : framboise, mûre... | | 1 | 2 | 4 |
| Figue | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Fraise | | 1 | 1 | 1 |
| Avant-saison | | | | |
| Clémentine (D 4,4 % Q 3,5 %) | | 1 | 1 | 1 |
| Exotiques & rares | 1 | 2 | 4 | 6 |
| Mangue, lime, papaye, fruit de la passion, noix de coco, figue de Barbarie... | | | | |
| TOTAL | 19 | 28 | 41 | 60 |
| Olives en vrac | | | 8 | 15 |
| Fruits secs | 4 | 6 | 10 | 15 |
| Pruneau, raisin, abricot, datte, figue... | | | | |

Univers

| Assortiment | Nombre de références | | | |
|--|----------------------|----|----|----|
| | A | B | C | D |
| LES BIOLOGIQUES | | | | |
| Fruits | | 4 | 7 | 15 |
| Pomme, poire, kiwi, fraise, banane, ananas, mangue, orange, citron, pomelo... | | | | |
| Légumes | | 6 | 12 | 25 |
| Avocat, aubergine, betterave rouge, carotte, chou, courgette, navet, oignon, poireau, poivron, pomme de terre, salades, tomates... | | | | |
| LES PRATIQUES | | | | |
| IV^e gamme (D 3,8 % Q 0,9 %) | | | | |
| Fruits | | | 2 | 5 |
| Légumes | 5 | 10 | 30 | 40 |
| salades, râpés, à soupe, à poêler | | | | |
| V^e gamme | | | | |
| Fruits | | | | 5 |
| Légumes | 2 | 4 | 8 | 12 |
| Betterave, pomme de terre, endive, flageolet, lentille... | | | | |
| Soupes & purées réfrigérées | | | 3 | 5 |
| Jus de fruits réfrigérés | | 2 | 6 | 15 |
| Autres F&L prêts à l'emploi | | | | 20 |
| (préparés sur place, bar à salade) | | | | |

Les parts de marché



Légumes

| Assortiment | Nombre de références | | | |
|---|----------------------|-----------|-----------|------------|
| | A | B | C | D |
| GAMMES « BASIQUES » | | | | |
| Salades (D 3,5 % Q 2,7 %) | | | | |
| Laitue, batavia, scarole, frisée, feuille de chêne, Iceberg, mâche | 4 | 5 | 7 | 10 |
| Crudités | | | | |
| Avocat (D 1,8 % Q 1,0 %) | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Betterave rouge | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Chou blanc, rouge | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Céleri-rave | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Concombre | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Radis | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Mixtes | | | | |
| Tomate (D 7,7 % Q 6,2 %) | 3 | 4 | 6 | 8 |
| Carotte (D 2,9 % Q 5,6 %) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Artichaut | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Céleri-branche | | 1 | 1 | 1 |
| Champignon de Paris, pleurote (D 1,7 % Q 0,8 %) | 2 | 2 | 2 | 3 |
| Chou-fleur blanc, vert, Romanesco (D 1,2 % Q 1,7 %) | 1 | 1 | 2 | 3 |
| Endive (D 3,3 % Q 3,3 %) | 1 | 2 | 2 | 3 |
| Fenouil | | 1 | 1 | 1 |
| Oignon blanc en botte | | 1 | 1 | 1 |
| Poivron (D 1,1 % Q 0,8 %) | 1 | 2 | 3 | 4 |
| À cuire | | | | |
| Brocoli | 1 | 1 | 2 | 3 |
| Chou frisé | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Épinard | | 1 | 1 | 1 |
| Haricot à écosser | | 1 | 1 | 1 |
| Haricot vert, beurre | | 1 | 2 | 3 |
| Navet | 1 | 1 | 2 | 2 |
| Poireau (D 2,1 % Q 2,5 %) | 1 | 1 | 2 | 3 |
| Aubergine | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Courgette (D 2,3 % Q 2,6 %) | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Ratatouille | | | 1 | 1 |
| Pot-au-feu | 1 | 1 | 1 | 2 |
| Les indispensables (D 3,9 % Q 3,7 %) | | | | |
| Ail | 1 | 2 | 2 | 4 |
| Échalote | 1 | 1 | 2 | 4 |
| Oignon (D 2,0 % Q 3,0 %) | 1 | 2 | 3 | 5 |
| Herbes aromatiques | 2 | 4 | 7 | 12 |
| Persil, ciboulette, menthe, basilic, aneth, cerfeuil, coriandre, estragon, oseille, persil plat, sarriette, sauge | | | | |
| Thym, laurier, romarin, bouquet garni | 1 | 2 | 3 | 4 |
| GAMMES « SPÉCIFIQUES » | | | | |
| Petites salades | 1 | 2 | 3 | 5 |
| Trévis, sucrine, mesclun, cresson, roquette, cœur de laitue... | | | | |
| Mini-légumes & fleurs comestibles | | | | 10 |
| Aubergine, courgette, poivron, chou-fleur, artichaut, carotte, navet, pensée, capucine | | | | |
| Exotiques & rares | | 2 | 4 | 6 |
| Soja, gingembre, piment, chou chinois, chayotte, patate douce... | | | | |
| Champignons | 1 | 2 | 5 | 10 |
| Lentin, girolle, cèpe, pied bleu, chanterelle, pied de mouton, trompette, lactaire, mousseron... | | | | |
| Autres légumes de saison | 1 | 2 | 5 | 8 |
| Mais doux, potiron et autres courges | | | | |
| TOTAL | 37 | 58 | 87 | 139 |
| Pommes de terre (D 6,8 % Q 15,1 %) | | | | |
| De consommation | 3 | 4 | 6 | 9 |
| Type Bintje, type chair ferme | | | | |
| Légumes secs | 4 | 6 | 8 | 12 |
| Haricot, lentille, fève, pois | | | | |

Légende :

L'assortiment est proposé selon le type de magasin :

A étroit : magasins de proximité, hard-discounters

B large & peu profond : spécialistes et supermarchés

C large & moyennement profond : spécialistes, hypers et supers

D large & profond : spécialistes, grands hypermarchés

D = % dépenses

Q = % quantités

Les parts de marché sont exprimées en pourcentage (%) du total des quantités commercialisées et des dépenses des ménages en fruits, légumes et pommes de terre

(Source : Kantar Worldpanel, moyenne 2010/2011/2012)
10 périodes d'assortiments sont proposées :
- Janvier-Février
- Mars
- Avril
- Mai
- Juin
- Juillet-Août
- Septembre
- Octobre
- Novembre
- Décembre

LE RAISIN DE TABLE, ENTRE TRADITION ET INNOVATION

Le raisin de table en France est un fruit de consommation saisonnière qui va sur une période allant du quinze juillet à début novembre. Le Sud-Ouest et le Sud-Est sont les deux principales régions de production. Aujourd'hui, la production nationale propose de multiples variétés. Dans les prochaines années, la production sera de plus en plus segmentée pour répondre aux désirs gustatifs et aux nouvelles tendances de la consommation. Message bien reçu chez les producteurs qui cherchent à se diversifier.

Diversification annoncée

Au-delà des traditionnels Chasselas de Moissac et Muscat du Ventoux, l'évolution variétale du raisin de table se développe en France et mérite de se pencher sur d'autres variétés dont certaines sont aujourd'hui familières. D'aspects prometteurs, elles vont dans les prochaines années bouleverser l'implantation du point de vente avec l'apparition d'une gamme de plus en plus riche, segmentée et répondant aux préférences des consommateurs vers des variétés à gros grains, apyrènes et au goût muscaté. Signalons que sur le plan technique, ces variétés vont également changer les systèmes de conduite. Il n'y aura plus le traditionnel plan vertical classique (ou espalier) ou en lyre qui garantit par son inclinaison une meilleure interception lumineuse par le feuillage et qui protège les grappes du rayonnement solaire direct aux heures les plus chaudes de la journée. Les dernières variétés mise en



Chasselas de Moissac



Le Muscat de Hambourg



Centennial

culture répondent à de nouvelles formes de conduite de la vigne. Le « T Bor », par exemple, propose une forme à port retombant, haute verticale qui permet d'avoir les grappes à 1,50 m du sol. Les sarments retombent en port libre ce qui économise de la main-d'œuvre et permet de laisser les grappes à l'abri du feuillage évitant ainsi les brûlures.

Sud-Est et Sud-Ouest surtout

Le Sud-Est (Vaucluse 59 %, Bouches-du-Rhône 6 %, Gard 5 %, Hérault 2 %) produit 70 % du raisin de table destiné au marché de frais et 90 % pour les variétés noires. Ce sont près de 120 producteurs répartis sur 48 communes du Vaucluse qui produisent annuellement environ plus de 1 800 t en AOP Muscat du Ventoux.

Le Sud-Ouest (Tarn-et-Garonne 21 %, Lot-et-Garonne 3 %, Lot 1 %) produit 25 % du raisin de table destiné au marché de frais, mais reste la région la plus prolifique en raisin blanc avec le Chasselas de Moissac AOP et le Quercy avec un tonnage supérieur à 4 500 t/an soit 70 % de la production nationale. Le Chasselas de Moissac en AOP rassemble 275 producteurs sur 530 ha pour un peu plus de 3 500 t.

Soigner la présentation

Sur les étals, il faudra naturellement présenter les deux AOP françaises de raisin

de table : le Chasselas de Moissac dont le taux de sucre est de 17 % Brix et le Muscat de Ventoux AOC avec 18 % Brix. Ces deux variétés de raisins seront proposées dans une gamme de conditionnements (barquettes ou plateaux bien identifiés avec le logo AOP, une bande vignette avec un numéro sur laquelle est apposée l'identification du producteur. Rappelons que le logo AOP est un signe de reconnaissance liée à un savoir-faire traditionnel.

Concernant la segmentation, il est recommandé de présenter le raisin de table selon les différentes couleurs. En noire, les variétés sont : Prima, Cardinal, Lival, Alphonse Lavallée, Muscat de Hambourg, Ribol. Dans la catégorie des variétés blanches, on peut citer : Ora, Danlas, Chasselas, Italia. Signalons le Centennial Seedless (variété apyrène de saison, au grain elliptique, très allongé, épiderme vert-jaune à doré, à la peau fine et chair croquante) et Exalta (raisin blanc à petits grains apyrènes, muscatés) qui a une production encore assez confidentielle mais qui a trouvé une place auprès des producteurs bio grâce à ses aptitudes de résistance à l'oïdium et au botrytis.

Toutes ces différentes variétés de raisins sont présentées à la vente soit en plateau, en barquette, en baby ou en mini-colis, en colis mixtes (deux variétés). Ces conditionnements favorisent les ventes soit pour ses qualités reconnues, soit pour simplifier l'achat des consommateurs par la vente en UVC.

Attention fragile

L'un des principaux critères du maintien de la qualité : c'est la pruine. Ce léger voile, qui recouvre les grains, est une fine pellicule de cire que le fruit fabrique naturellement en grossissant afin de se protéger de la chaleur. Elle est un gage de fraîcheur. Il est donc impératif d'éviter les manipulations inutiles, de déposer au minimum et de limiter le stockage. Tout frottement ou écart de température éliminera ce signe de qualité si précieusement préservé au stade de la production. Ce fruit est incontestablement d'une très grande fragilité. ■

DIDIER BÉNAC