

## Se perfectionner dans le métier des fruits et légumes

### ORGANISER ET FINANCER SA FORMATION

**G**estion du point de vente, maîtrise des produits et de leur qualité, respect de la réglementation, théâtralisation du rayon, mise en place d'un atelier de découpe... Commercialiser des fruits et légumes est un métier aux multiples facettes dont les exigences évoluent en permanence. De nombreuses connaissances et compétences peuvent être apportées aux chefs d'entreprises et aux salariés par des organismes de formation spécialisés tel que le Ctifl. DFL propose de faire un tour d'horizon des différentes formations du Ctifl et leurs modes de financement...

#### Les différentes formes de formation

Qu'elle s'adresse aux salariés ou aux chefs d'entreprise, une formation, pour être efficace, doit être adaptée au besoin de l'entreprise. Le Ctifl, propose deux types de formations aux différents acteurs de la filière fruits et légumes. Des formations inter-entreprises et des formations intra-entreprises. Les formations inter-entreprises sont généralement prévues à l'avance selon un calendrier précis, avec des thématiques et un programme définis, souvent recensées dans le catalogue (papier ou en ligne) du Ctifl. Comme leur nom l'indique, il s'agit de stages auxquels participent des salariés issus d'entreprises différentes, mais concernés par une même thématique. Outre les informations dispensées par le formateur, ce format de stage permet de nombreux échanges entre stagiaires issus d'horizons divers, partageant ainsi leurs expériences. Il existe aussi des formations dites intra-entreprise qui sont la plupart du temps réalisées « sur-mesure » à la demande d'une entreprise, et s'adressent de ce fait uniquement aux salariés d'une même structure. Ces formations per-



La formation est un outil d'aide indispensable pour répondre aux exigences d'un métier multifacette

mettent par exemple d'approfondir des points correspondant aux orientations stratégiques précises de l'entreprise demandeuse. Une ou plusieurs rencontres sont d'ailleurs souvent organisées en amont de la formation entre l'entreprise et le(s) formateur(s) afin d'identifier les objectifs, de définir les contenus, de choisir les méthodes pédagogiques et de caler l'organisation pratique de la formation

#### Durée et organisation des formations

Selon les sujets abordés, une session de formation peut durer de quelques heures à plusieurs jours. Ainsi un stage sur la connaissance et le soin aux produits peut par exemple être divisés en 4 séquences, afin de couvrir l'ensemble de l'assortiment qui sera proposé sur les 4 saisons. De la même façon, une formation sur la construction de l'assortiment peut être réalisée en salle un premier jour, où les grands

principes sont exposés, puis une seconde journée en magasin, afin de mettre en pratique les enseignements reçus.

#### Des dispositifs d'accompagnement financier dédiés

Avant d'envisager la mise en place d'une formation, il est important de vérifier que l'organisme de formation sollicité a bien procédé à la déclaration obligatoire prévue par le code du travail. Il sera sinon impossible de bénéficier du moindre dispositif d'accompagnement financier. Le Ctifl dispose de cet agrément.

#### Financement de la formation des salariés en activité

Parce que la formation est jugée capitale pour l'évolution des salariés et pour l'amélioration de la compétitivité des entreprises, en France, le financement de la formation professionnelle continue est une obligation légale pour l'ensemble des entreprises. Elles payent donc tous les ans à ce titre une contribution dont le taux de participation et ses modalités diffèrent selon leur masse salariale. Cette contribution est essentiellement collectée par les Organismes Paritaires Collecteurs Agréés (OPCA). En plus de les collecter, leur rôle est aussi de gérer et de mutualiser les sommes ainsi perçues, afin d'en faire bénéficier un maximum d'entreprises souhaitant mettre en place des formations pour ses salariés. Les

OPCA simplifient aussi les démarches pour les entreprises adhérentes en prenant à leur charge une grande partie des aspects administratifs nécessaires à la mise en place de formation.

Dès lors, lorsqu'une entreprise inscrit un ou plusieurs salariés à une formation, l'OPCA prend directement à sa charge une partie ou l'ensemble des coûts inhérents à la formation. Dans la majorité des cas, l'entreprise n'a même pas à avancer les frais, et seule la facture du solde restant éventuellement à payer lui sera adressée par l'organisme de formation.

### Démarche pour l'entreprise

Après s'être inscrit à une formation et avoir signé une convention de formation (contrat) avec l'organisme formateur, l'entreprise adresse à son OPCA une demande de prise en charge. Ces demandes peuvent désormais toutes être réalisées en ligne sur le site de l'OPCA concerné. L'OPCA notifie ensuite son accord à l'entreprise en précisant l'éventuel solde qui sera à régler à l'organisme de formation après le stage.

De plus en plus d'OPCA ont des accords avec des organismes de formation, leur permettant par exemple de s'inscrire directement en ligne sur le site de l'OPCA. Dès lors, les démarches administratives sont réduites à leur minimum. De plus, ces accords peuvent permettre aux entreprises de bénéficier, en plus de la prise en charge par l'OPCA, de tarifs avantageux, voire de ne rien déboursier.

Les OPCA, très nombreuses avant 2012, ont été regroupés et ont vu leur nombre réduit à compter de cette date pour n'être plus qu'une vingtaine aujourd'hui. Les six principales OPCA pouvant intervenir sur la filière fruits et légumes sont :

- 4 OPCA de branche: Opcalim (agroalimentaire et coopération agricole), Inter-gros (commerce de gros et commerce international), Forco (commerce de détail et distribution), Fafsea (entreprises relevant du secteur agricole);

- 2 OPCA interprofessionnelles dont les adhérents n'appartiennent pas systématiquement à un secteur d'activité précis: Agefos-Pme et Opcalia.

### Financement de la formation des dirigeants

Comme pour leurs salariés, les dirigeants d'entreprise bénéficiant du statut de travailleur non salarié (TNS) participent également au financement de leur propre formation à travers le versement d'une contribution spécifique à un organisme collecteur. Les sommes versées



L'art et la manière de confectionner une corbeille de fruits

sont gérées par l'un des fonds d'assurance formation (FAF). Les entreprises du secteur F & L peuvent dépendre de deux fonds d'assurance formation :

- l'Agefice, qui concerne les dirigeants non-salariés du commerce, de l'industrie et des services;
- Vivea, qui concerne les entrepreneurs du vivant (exploitants agricoles...).

Les FAF permettent de financer partiellement ou totalement la formation suivie, via la mutualisation de l'ensemble des contributions versées. Les conditions de prise en charge sont déterminées par chaque FAF de façon indépendante.

Si le chef d'entreprise peut bénéficier de ces aides, c'est également le cas pour son conjoint (collaborateur ou associé) qui peut également faire financer un stage de formation. De plus, un avantage fiscal est proposé aux entreprises dont le dirigeant suit une formation. En effet, un crédit d'impôt au titre des dépenses de formation ainsi engagées est proposé aux entreprises, à condition qu'elles soient imposées au réel. Petit bémol, ce crédit d'impôt ne s'applique pas aux formations suivies par le conjoint collaborateur et son montant est limité à 40 heures (payées au Smic horaire) de formation par année civile. La démarche à suivre est la même que pour les salariés à la différence près que contrairement au fonctionnement des OPCA, les FAF ne prennent pas directement en charge le paiement des frais de formation. Le dirigeant doit régler à l'organisme de formation le montant de la prestation, qui lui sera remboursé en partie ou totalité dans un second temps par son FAF.

### Autres dispositifs d'accompagnement financier

Outre l'accompagnement via le plan de formation décrit dans les paragraphes précédents, il existe également d'autres dispositifs permettant aux salariés de financer leur formation. Le Congé individuel de formation (CIF) permet aux salariés de suivre en tout ou partie pendant leur temps de travail une formation de leur choix. Une prise en charge financière

totale ou partielle est possible (coût de la formation, rémunération, déplacements, hébergement) via le fonds de formation (FONGECIF, OPACIF) auprès duquel l'entreprise cotise.

Le Droit individuel à la formation (DIF) permet à chaque salarié de capitaliser 20 heures de formation par an, cumulables pendant six ans, dans la limite de 120 heures. Le choix de la formation est arrêté avec l'accord de l'employeur. Le DIF se déroule en principe hors du temps de travail. Il donne droit à une allocation de formation égale à 50 % du salaire net. Si le DIF est organisé sur le temps de travail, le salarié est rémunéré au taux normal. À partir du 1<sup>er</sup> janvier 2015, le DIF sera remplacé par le Compte personnel de formation (CPF). Ce compte est ouvert au salarié tout au long de sa carrière et il en conserve les bénéfices cumulés même en cas de changement d'employeur.

Les aides comme la Préparation opérationnelle à l'emploi (POE) et l'Action de formation préalable à l'embauche (AFPR) sont accordées par Pôle Emploi. Ces aides permettent à un demandeur d'emploi d'acquérir les compétences nécessaires pour occuper un poste et imposent une obligation d'embauche à l'entreprise. Il existe aussi des aides régionales spécifiques à chaque conseil régional. ■

# ASSORTIMENT FRUITS ET LÉGUMES EN SEPTEMBRE

## Fruits

ASSORTIMENT	Nombre de références			
	A	B	C	D
<b>GAMMES « BASIQUES »</b>				
Saisonniers				
Raisin (D 8,4 % Q 7,4 %)	2	3	4	6
Chasselas, Muscat, Danlas, Lavallée, Italia, Red Globe				
Pêche et nectarine (D 8,0 % Q 6,5 %)				
Pêche blanche, jaune	1	2	2	4
Nectarine blanche, jaune	1	1	2	3
Melon (D 5,7 % Q 6,0 %)	2	2	3	4
Charentais jaune, vert, brodé, Canari, Piel de Sapo				
Pastèque	1	1	2	2
Prune (D 3,4 % Q 2,6 %)	1	2	4	5
Figue	1	1	1	2
Fraise		1	2	2
Framboise, groseille, mûre		1	2	5
Fruit à coque		1	3	3
Noix fraîche, noisette, amande				
Pommes (D 6,2 % Q 7,1 %)	3	5	7	9
Golden, Reine des Reinettes, Gala, Elstar, Bicolores				
Poires (D 2,8 % Q 2,9 %)	1	2	3	4
Williams, Beurré Hardy, Louise Bonne				
Bananes (D 4,3 % Q 6,1 %)	1	1	2	2
Vrac, poids-prix				
Agrumes				
Orange (D 2,1 % Q 2,3 %)	1	1	2	2
Navelate, Valencia late				
Pomelo (D 1,0 % Q 1,2 %)	1	1	2	2
Citron (D 1,4 % Q 0,9 %)	1	1	2	3
Kiwi (D 1,6 % Q 1,0 %)	1	1	2	3
Ananas	1	1	1	2
Cayenne, Victoria				
<b>GAMMES « SPECIFIQUES »</b>				
Contre-saison				
Ellendale (tangor)			1	1
Exotiques & rares				
Mangue, lime, fruit de la passion, litchi, grenade, banane rose, banane figue sucrée, noix de coco...	1	2	4	6
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>30</b>	<b>51</b>	<b>70</b>
Olives en vrac				15
Fruits secs	3	6	8	10
Pruneau, raisin, abricot, datte, figue...				

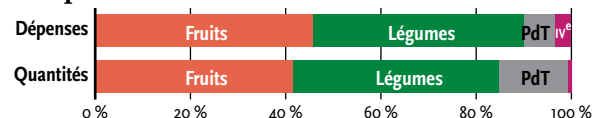
## Univers

ASSORTIMENT	Nombre de références			
	A	B	C	D
<b>LES BIOLOGIQUES</b>				
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...				
<b>LES PRATIQUES</b>				
<b>IV<sup>e</sup> gamme (D 3,5 % Q 0,9 %)</b>				
Fruits			2	5
Légumes	5	10	25	35
salades, râpés, à soupe, à poêler				
<b>V<sup>e</sup> gamme</b>				
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 (préparés sur place, bar à salade)				20

## Légumes

ASSORTIMENT	Nombre de références			
	A	B	C	D
<b>GAMMES « BASIQUES »</b>				
Salades (D 3,7 % Q 3,0 %)				
Laitue, batavia, scarole, frisée, feuille de chêne, Iceberg, mâche	3	5	7	10
Crudités				
Avocat (D 1,7 % Q 0,9 %)	1	1	2	2
Betterave rouge	1	1	2	2
Chou blanc, rouge	2	2	2	2
Céleri-rave	1	1	1	1
Concombre (D 1,4 % Q 1,9 %)	1	1	2	3
Radis	1	1	2	2
Mixtes				
Tomate (D 8,6 % Q 8,2 %)	4	4	6	10
Carotte (D 2,5 % Q 4,3 %)	1	2	3	4
Artichaut	1	1	1	2
Céleri-branche		1	1	2
Champignon de Paris, pleurote (D 1,5 % Q 0,7 %)	2	3	4	5
Chou-fleur blanc, vert,	1	1	2	4
Romanesco (D 0,8 % Q 1,1 %)				
Endive (D 1,7 % Q 1,6 %)	1	1	1	2
Fenouil		1	1	1
Oignon blanc en botte		1	1	1
Poivron (D 1,5 % Q 1,1 %)	1	2	4	5
À cuire				
Brocoli		1	1	1
Chou frisé	1	1	1	1
Épinard			1	1
Haricot à écosser		1	2	2
Haricot vert, beurre		1	2	3
Navet	1	1	2	2
Poireau (D 1,1 % Q 1,2 %)	1	1	2	3
Aubergine	1	1	1	2
Courgette (D 2,4 % Q 2,9 %)	1	1	2	3
Ratatouille	1	1	1	2
Les indispensables				
Ail (D 1,1 % Q 0,3 %)	1	2	2	4
Échalote	1	1	2	4
Oignon (D 2,3 % Q 3,0 %)	1	2	2	4
Herbes aromatiques				
Persil, ciboulette, menthe, basilic, aneth, cerfeuil, coriandre, estragon, oseille, persil plat, sarriette, sauge	2	4	7	12
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				
Aubergine, courgette, poivron, chou-fleur, artichaut, carotte, navet, pensée, capucine				12
Exotiques & rares				
Gingembre, piment, gombo, chayotte, patate douce, rhubarbe...		2	4	6
Champignons				
Lentin, girolle, cèpe, pied bleu, chanterelle, pied de mouton, trompette		2	4	6
Autres légumes de saison	1	2	2	3
Cornichon, maïs doux, potiron et autres courges				
<b>TOTAL</b>	<b>35</b>	<b>57</b>	<b>87</b>	<b>139</b>
Pommes de terre (D 6,4 % Q 14,3 %)				
De consommation	3	4	6	9
Type Bintje, type chair ferme				
Légumes secs				
Haricot, lentille, fève, pois	2	4	5	8

## Les parts de marché



## 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 2011/2012/2013)

10 périodes d'assortiments sont proposées :

- Janvier-Février
- Mars
- Avril
- Mai
- Juin
- Juillet-Août
- Septembre
- Octobre
- Novembre
- Décembre

# PLATE OU DE VIGNE, LES PÊCHES ET NECTARINES DE LA DIFFÉRENCE

**T**rès attendus par les consommateurs, les pêches et nectarines sont les fruits d'été par excellence. Elles occupent la première place en termes de consommation devant le melon. Présentes sur les étals depuis la fin avril avec les importations marocaines et espagnoles, elles le resteront jusqu'à la fin septembre avec les origines françaises. Ces dernières années est apparue une véritable segmentation qui ne tient pas uniquement compte de la coloration de chair du fruit, blanche ou jaune, ou de son niveau de maturité, mais du développement de variétés moins connues comme la pêche plate ou les pêches et nectarines de vigne.

## Les plates déroulent

La pêche plate, appelée paraguayos en Espagne, a vu ses volumes commercialisés augmenter de façon très significative durant la dernière décennie. La production espagnole ne cesse de se développer. En Catalogne, plus d'un tiers du renouvellement du verger est effectué avec des variétés plates. Les estimations évoquent un potentiel de production de plus de 200 000 tonnes pour cette année avec l'arrivée des vergers plantés entre 2010 et 2012, soit une augmentation de 30 % des volumes proposés en un an (source medfel 2014). Certes le fruit présente des caractéristiques gustatives de bonne facture avec une chair parfumée et sucrée. La pêche plate est pratique à manger de par sa forme et sa faible épaisseur ce qui convient bien aux jeunes consommateurs qui peuvent aisément la croquer. Les variétés à chair blanche dominent le segment. Celles à chair jaune ainsi que les nectarines plates sont beaucoup moins développées. Disponibles dès la mi-mai, les pêches plates sont moins tardives que les variétés rondes.

## Des sanguines dans le vin

Il existe plus de 300 variétés de pêches et parmi elles, il en existe à chair rouge. Très réputées dans le sud de la France ces pêches dites sanguines sont souvent appelées pêches de vigne. Ce terme de pêche de vigne s'applique plus à un type de pêche qu'à une variété en tant que telle. En effet, plus de 120 variétés différentes de pêche de vignes ont été recensées. Par le passé, ces pêchers étaient plantés au milieu des rangs de vignes le plus souvent multipliés par semis. Les viticulteurs les utilisaient



▲  
Pêche plate, pêche de vigne

comme témoin signalant une attaque parasitaire (l'oïdium), le pêcher étant très sensible à ce champignon. Dès les premiers symptômes présents sur les feuilles les techniques de protections des vignes étaient mises en place. Les fruits arrivaient à maturité au moment des vendanges, à la grande joie des vendeurs. Aujourd'hui, ce type de culture a fait place à une culture en verger par greffage. La sélection a permis l'obtention de variétés arrivant à maturité plus tôt. Ils sont récoltés vers la mi-août pour les variétés précoces et ce jusqu'à fin septembre pour les variétés tardives, cependant la majorité des variétés donnent leur fruits début septembre. Pesant entre 40 et 90 g, elles sont de forme sphérique allongée et sont partagées par un sillon très marqué. En fonction des variétés, leur épiderme est de coloration rouge foncé et peuvent présenter un caractère très duveteux. La coloration de la chair du fruit va de blanche striée de rouge autour du noyau à complètement sanguine. Elle est tendre, fondante, très juteuse et aromatique ce qui en fait sa réputation. La pêche de vigne est restée longtemps cantonnée à la distribution locale du fait de sa grande fragilité. En effet, elle nécessitait d'être récoltée quasiment à maturité de consommation et supportait mal le transport, paramètres difficilement conciliables avec une commercialisation massive et étendue. La sélection variétale a permis de remédier à ces problématiques et de pouvoir développer les circuits de commercialisation.

La nectarine de vigne est plus récente que

sa consœur. Créé en France par le croisement de la nectarine et de la pêche de vigne, la nectarine de vigne ou Nectavigne® présente un fruit couleur lie-de-vin comme pour la pêche mais avec une peau lisse sans l'aspect duveteux de cette dernière. Sa chair sucrée et acidulée est pourpre et très aromatique. Sa commercialisation commence fin juillet avec un pic sur la deuxième quinzaine du mois d'août. Lancée au début des années 2000 sur les monts du lyonnais, sa culture s'est étendue par la suite dans les régions de Tain L'Hermitage et de Valence. Sa production est inférieure à 1000 tonnes à comparer aux 123 000 tonnes en nectarines classiques (prévisions 2014).

## Haute sensibilité!

Les pêches et nectarines sont des produits sensibles à la manipulation, à la lumière, à la chaleur et aux variations de températures. Cependant, s'ils sont bien travaillés en magasin, ils contribuent peu à la casse et sont vecteur d'un chiffre d'affaires très important. Veiller à ne pas les exposer trop longtemps sur les linéaires et à bien effectuer les rotations. En cas de dépotage, la manipulation doit être délicate, tout produit choqué verra une évolution rapide au niveau du point de choc ce qui décevra la clientèle. Eviter toute remballe sur le produit. Un retour au frigo sera préjudiciable à la qualité et va amplifier l'évolution du fruit à son retour à température ambiante. Les effets nocifs du choc thermique sont souvent sous-estimés et mal connus. Le critère de la maturité est certainement le plus difficile à maîtriser sur le lieu de vente. Proposer un fruit trop ferme est signe d'immaturité, tandis qu'un fruit trop souple au toucher ne va pas se conserver. Trouver le juste milieu en proposant des fruits « décollés » est tout l'art du vrai professionnel!

Pour le client, la pêche de vigne peut sembler peu attractive selon les critères visuels attendus (coloration foncée et aspect duveteux souvent très mal apprécié). Pour la nectarine, c'est le « pigailage » sur l'épiderme du fruit qui peut être considéré comme un défaut alors que c'est le signe d'une chair sucrée. Ces produits méritent un accompagnement dans la vente et une information spécifique pour communiquer sur leur qualité gustative. ■

ALAIN ROGER