

LA ZONE EXPÉRIMENTALE POINT DE VENTE DU CTIFL Les réactions du consommateur *in situ*

La Zone expérimentale point de vente (ZEV) reconstitue physiquement un rayon fruits et légumes permettant ainsi de garantir un comportement naturel des acheteurs. Elle apporte une capacité d'analyse et d'expertise nouvelle répondant à des thématiques variées sur les fruits et légumes et les techniques marchandes. Implanté à la Maison des fruits et légumes de Paris, cet espace dispose des derniers outils et techniques de pointe permettant d'analyser les facteurs conduisant au déclenchement de l'acte d'achat. Des expérimentations effectuées dans un environnement reconstitué permettent de tester les potentiels achats de produits au sein de leur univers concurrentiel. Porté par la Direction Prospective et Étude Économiques (DP2E) du CTIFL, ce nouvel outil vient enrichir le spectre méthodologique des études déjà menées (consommateurs et acteurs filière).



GILLES CHRISTY

La zone expérimentale de vente vide dans l'attente de l'installation des mobiliers

- 1 Possibilité d'ajouter ou d'enlever les ponts de présentation des F&L sur l'ensemble du mobilier
- 2 Mobilier équipé de dévidoirs à sac démontables
- 3 Mobilier entièrement positionné sur roulettes facilitant le déplacement des meubles pour offrir des solutions d'agencement multiples
- 4 Zone équipée de caméras pour suivre, étudier et analyser le comportement du consommateur
- 5 Écrans permettant la diffusion de supports visuels



- 6 Enceintes permettant de diffuser des éléments audios
- 7 Système d'éclairage magasin classique permettant de réguler l'intensité, la couleur et la direction du faisceau de lumière des spots
- 8 Meubles adaptés pour recevoir des étiquettes électroniques ou standards (prix, provenance, calibre...)

- 1 Couloir d'observation permettant de circuler et visualiser la scène sous différents angles grâce aux glaces sans tain
- 2 Glaces sans tain
- 3 Salle de réunion, zone de briefieng et débriefing pour les consommateurs
- 4 Espace de simulation du point de vente de 90 m²
- 5 Porte donnant accès au local technique avec retour vidéo/informatique et plan de travail avec arrivée d'eau permettant de préparer/nettoyer les produits



© Someya pour le CTIFL

- 6 Portes qui donnent accès au couloir d'observation
- 7 Puits de lumière
- 8 Poteau central habillé de bois naturel rappelant le choix scénographique autour de 3 couleurs (blanc, noir et bois/cuivre)
- 9 Rideau déroulant matérialisant l'entrée du point de vente et autorisant le passage d'éléments plus encombrants

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

CTIFL, les formations 2021

Information : Christelle Chevreuil
Tél. 01 87 76 04 65/Email : contact.formation@ctifl.fr

Février

Les plantes aromatiques sur le point de vente	1 ^{er} février, Toulouse
Les plantes aromatiques sur le point de vente	8 février, Agen
L'hygiène et la sécurité des F&L : les fondamentaux aux stades de gros et détail	10 février, Rungis
Proposer de la fraîche découpe : la mise en œuvre	15 février, Toulouse
Les épices sur le point de vente	15 février, Bordeaux
Proposer de la fraîche découpe : la mise en œuvre	22 février, Bordeaux

Mars

Appliquer les exigences de la RSE dans les entreprises de fruits et légumes	17 mars, Paris
La confection de corbeilles de fruits et légumes	22 mars, Bordeaux
Proposer de la fraîche découpe : cadre réglementaire	30 au 31 mars, Rungis

Avril

Fruits et légumes biologiques sur le point de vente : construction et mise en avant de l'offre	12 avril, Bordeaux
--	--------------------

Mai

Proposer des jus de fruits et smoothies préparés sur le point de vente	17 mai, Bordeaux
--	------------------

Juin

Proposer des jus de fruits et smoothies préparés sur le point de vente	1 ^{er} juin, Toulouse
Proposer des jus de fruits et smoothies préparés sur le point de vente	14 juin, Agen

Septembre

Le conseil client : un atout pour développer ses ventes	16 septembre, Saint-Rémy-de-Provence
---	--------------------------------------

Octobre

Les épices sur le point de vente	4 octobre, Toulouse
La théâtralisation sur le rayon : séduire la clientèle	4 octobre, Paris
Proposer de la fraîche découpe : cadre réglementaire	4 au 5 octobre, Saint-Rémy-de-Provence
Proposer de la fraîche découpe : la mise en œuvre	11 octobre, Rungis
Connaissance de la filière fruits et légumes	Matins du 25 au 26 octobre, à distance

Novembre

La confection de corbeilles de fruits et légumes	8 novembre, Toulouse
Maintenir la fraîcheur des fruits et légumes dans les points de vente	15 novembre, Rungis
La confection de corbeilles de fruits et légumes	29 novembre, Rungis

Assortiment Fruits et Légumes en JANVIER-FÉVRIER

FRUITS

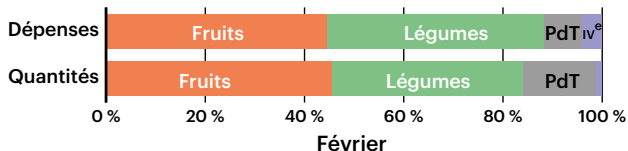
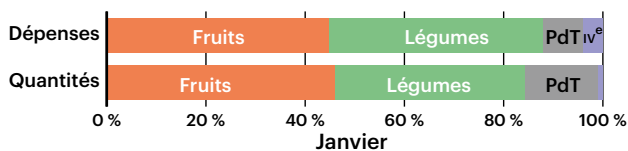
Nombre de références

Assortiments	Janvier				Février			
	A	B	C	D	A	B	C	D
GAMMES « BASIQUES »								
Saisonniers								
Clémentine (D 9,7/7,8 % Q 9,7/7,1 %)	1	2	3	4	1	1	2	2
Clémenvilla	1	1	2	2				
Minneola, Temple, Fortuna, Afourer	1	1	1	1	1	1	2	3
Orange (D 6,0/6,7 % Q 8,9/9,6 %)	2	3	4	7	2	3	4	7
Navel, Naveline, Salustiana, Maltaise, Sanguine								
Pommes (D 8,1/8,6 % Q 9,1/9,7 %)	4	6	8	12	4	6	8	12
Poires (D 2,8/2,9 % Q 2,5/2,6%)	1	2	3	4	1	2	3	4
Conférence, Comice, Abate, Angelys, Rocha								
Bananes (D 5,8/6,3 % Q 7,5/8,1 %)	1	1	2	2	1	1	2	2
Vrac, poids-prix								
Agrumes								
Pomelo (D 1,3/1,4 % Q 1,4/1,4 %)	1	1	2	3	1	1	2	3
Citron	1	2	2	3	1	2	2	3
Kiwi (D 3,5/3,5 % Q 2,0/2,1 %)	1	1	2	3	1	1	2	3
Ananas	1	1	2	2	1	1	2	2
Cayenne, Victoria								
GAMMES « SPÉCIFIQUES »								
Avant-saison								
Fraise			1	1	1	1	2	
Fruits à coque	1	2	3	5	1	2	2	3
Noix, noisette, amande...								
Contre-saison			4	4	1	2	4	6
Abricot, pêche et nectarine, prune, raisin, melon...								
Exotiques & rares	1	3	5	6	1	3	5	6
Mangue, lime, fruit de la passion, litchi, grenade, banane rose, banane figue sucrée, noix de coco...								
TOTAL	16	26	44	59	17	27	41	58
Olives en vrac			8	15			8	15
Fruits secs et à coques	4	6	10	15	4	6	10	15
Pruneau, raisin, abricot, datte, figue...								

UNIVERS

Assortiment	A	B	C	D	A	B	C	D
LES BIOLOGIQUES								
Fruits	4	7	15		4	7	15	
Pomme, poire, kiwi, noix, châtaigne, banane, ananas, mangue, clémentine, orange, citron, pomelo...								
Légumes	6	12	25		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 2,8/3,1 % Q 0,8/0,9 %)								
Fruits			2	5			2	5
Légumes	5	10	30	40	5	10	30	40
Salades, râpés, à soupe, à poêler								
V^e gamme								
Fruits				5				5
Légumes	2	4	8	12	2	4	8	12
Betterave, pomme de terre, endive, flageolet, lentille...								
Soupes & purées réfrigérées			3	5			3	5
Jus de fruits réfrigérés		2	6	15		2	6	15
Autres F&L prêts à l'emploi				20				20
(préparés sur place, bar à salade)								

Les parts de marché



LÉGUMES

Nombre de références

Assortiments	Janvier				Février			
	A	B	C	D	A	B	C	D
GAMMES « BASIQUES »								
Salades (D 2,7/3,4 % Q 2,4/2,5 %)	4	5	7	9	4	5	7	9
Laitue, batavia, scarole, frisée, feuille de chêne, Iceberg, mâche								
Crudités								
Avocat (D 3,3/3,6 % Q 1,6/1,7 %)	1	1	2	2	1	1	2	2
Betterave rouge	1	1	2	2	1	1	2	2
Chou blanc, rouge	1	2	2	2	1	2	2	2
Céleri-rave	1	1	1	1	1	1	1	1
Concombre	1	1	1	1	1	1	1	1
Radis		1	1	2		1	2	2
Mixtes								
Endive (D 4,6/4,2 % Q 4,2/4,1 %)	1	2	3	4	1	2	3	4
Tomate (D 4,5/5,0 % Q 3,0/3,4 %)	3	3	4	6	3	3	4	6
Carotte (D 3,6/3,5 % Q 6,1/5,8 %)	1	2	3	5	1	2	3	5
Artichaut			1	1			1	1
Céleri-branche			1	1			1	1
Champignon de Paris	1	2	2	4	1	2	3	4
Chou-fleur (D 1,0/1,1 % Q 1,4/1,7 %)	1	1	1	2	1	1	1	2
Fenouil		1	1	1		1	1	1
Oignon blanc en botte			1	1		1	1	1
Poivron	1	2	2	3	1	2	2	3
À cuire								
Blette			1	1			1	1
Brocoli	1	1	2	2	1	1	2	2
Chou frisé	1	1	1	1	1	1	1	1
Chou de Bruxelles	1	1	1	1	1	1	1	1
Épinard		1	1	1		1	1	1
Navet	1	1	2	2	1	1	2	2
Poireau (D 2,5/2,1 % Q 2,6/2,4 %)	1	1	2	3	1	1	2	3
Aubergine	1	1	1	1	1	1	1	1
Courgette (D 2,3/2,4 % Q 2,0/2,3 %)	1	1	1	2	1	1	1	2
Pot-au-feu	1	1	1	2	1	1	1	2
Les indispensables								
Ail	1	2	2	4	1	2	2	4
Échalote	1	1	2	4	1	1	2	4
Oignon (D 2,0/2,0 % Q 2,7/2,6 %)	1	2	3	5	1	2	3	5
Herbes aromatiques								
Persil, ciboulette, menthe, basilic, aneth, cerfeuil, coriandre, estragon, oseille, persil plat, sarriette, sauge	1	4	7	12	1	4	7	12
Thym, laurier, romain, bouquet garni	1	2	3	4	1	2	3	4
Gammes « spécifiques »								
Petites salades	1	2	3	4	1	2	3	4
Trévisé, sucrose, mesclun, cresson, roquette, cœur de laitue, pissenlit, pourpier...								
Mini légumes & fleurs comestibles				10				10
Aubergine, courgette, poivron, chou-fleur, artichaut, carotte, navet, pensée, capucine...								
Avant-saison			2	2		1	3	5
Pomme de terre nouvelle, pois gourmand, asperge								
Contre-saison			2	3				
Haricot vert, plat								
Exotiques & rares		2	3	5		2	3	5
Gingembre, piment, gombo, chayotte, potiron, cardon, patate douce, salsifis, topinambour, crosne, raifort...								
Champignons			2	4			2	4
Lentin, girolle, pied de mouton, truffe, pied bleu, chanterelle								
TOTAL	32	49	77	120	32	51	78	120
Pommes de terre (D 8/0, 7,7 % Q 14,6/14,9 %)								
De consommation	3	4	6	10	3	3	5	7
type Bintje, type chair ferme								
Primeurs					1	1	1	2
Légumes secs	4	6	8	12	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 super-marchés
- 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, pommes de terre et IV^e gamme (Source : Kantar Worldpanel, moyenne 2018/2019/2020) 10 périodes d'assortiments sont proposées :
- Janvier-Février
- Mars
- Avril
- Mai
- Juin
- Juillet-Août
- Septembre
- Octobre
- Novembre
- Décembre

LA DATTE : L'EXOTIQUE EN PLEINE CROISSANCE

Considérée comme un aliment énergétique et aux nombreux bienfaits nutritionnels, la datte conquiert de plus en plus les consommateurs européens, dont les Français. Les productions et les exportations des différentes origines sont en hausse depuis les dix dernières années, notamment grâce au développement des techniques de cultures et de conservation. La segmentation de l'offre mise en place en réponse à un marché en pleine expansion contribue à cette dynamique. Focus sur ce fruit aux couleurs orientales.

Production et commerce

La production mondiale de dattes est de 8,3 millions de tonnes en 2017, dont seulement dix pays qui en détiennent 90 % des volumes. Ils se situent principalement en Afrique du Nord, au Proche et Moyen-Orient, et en Asie (au Pakistan). Le reste des volumes est produit par des pays émergents qui développent cette culture. En Europe, les importations sont en constante évolution. En 2009, les volumes de dattes importées des différents pays producteurs étaient de l'ordre de 82 000 tonnes. En 2018, ils sont passés à 157 000 tonnes, soit une augmentation de près de 190 % en dix ans. La Tunisie est historiquement le premier fournisseur sur le marché européen et en croissance sur les 30 dernières années, avec 42 000 tonnes en 2017. Depuis plusieurs années, les superficies en conversion vers l'agriculture biologique augmentent également, pour diversifier l'offre et répondre à de nouveaux marchés. L'Algérie est le second fournisseur européen (environ 22 000 tonnes). La production de dattes s'y est fortement développée ces cinq dernières années, notamment grâce à des plans de développement au niveau de la production. Les importations européennes sont complétées par l'Iran (15 000 t), Israël (12 000 t) et le Pakistan (13 000 t), soit 7 fois plus qu'il y a dix ans.

Cette croissance est également observable sur les importations françaises qui sont de l'ordre de 38 000 tonnes (moyenne 2016-2018), soit 35 % de plus que la moyenne 2010-2012. La France est le premier importateur européen de dattes. Les principaux pays fournisseur du marché français sont l'Algérie (17 000 t), la Tunisie (15 600 t) et Israël

(2 600 t). Dans une moindre mesure, des approvisionnements sont issus du territoire palestinien (340 t), de la Jordanie (300 t), de l'Iran (280 t), puis de la Turquie et de l'Arabie saoudite.

Spécificités du fruit

La plante à l'origine de la datte est le palmier dattier, originaire d'Arabie. Il s'agit d'une « herbe » géante pouvant atteindre 30 mètres de haut. Ses feuilles palmées forment un bouquet au sommet de 2 à 6 mètres. Les premiers fruits font leur apparition à la fin de l'hiver. Ils sont répartis sur une centaine de rameaux qui sont groupés pour former le régime. La récolte ne se fera qu'à la fin de l'été, début de l'automne, selon les variétés et les origines. Les dattes possèdent alors une couleur jaune à ambrée, avec un parfum et une saveur sucrée. Il existe plusieurs variétés qui se différencient par leur forme, leur taille et leur texture (plus ou moins moelleuse). La Deglet Nour (doigt de lumière) est fortement présente sur le marché européen. Elle est appréciée pour sa chair fondante et sa saveur de miel. La Medjoul (de gros calibre) est également réputée pour son goût et sa texture moelleuse et charnue. Il existe également Kenta, Khouat Allig, Allig, Bahri et bien d'autres. Les dattes dites « fraîches » sont cueillies dès leur maturité et ne se conservent que quelques jours. Elles sont surtout consommées en zone de production et sont peu présentes sur le marché français. Elles contiennent encore une quantité d'eau d'environ 70 % et deviennent moelleuses à maturité. La plupart des dattes commercialisées sont des dattes sèches ; sur l'arbre au soleil, en entrepôt, ou placées dans des étuves à air chaud, afin de réduire la teneur en eau et augmenter la conservation. La quantité d'eau alors présente dans le fruit n'est plus que de 20 %, ce qui entraîne une concentration en sucre plus importante. Pour augmenter la conservation, les fruits peuvent aussi être stockés au froid, voir congelés, et dans certains cas, ils sont réhydratés avec une solution de glucose.

La consommation tendance

La majorité des dattes sont consommées dans les pays de production et les écarts de tri sont destinés au bétail. La



© AbbeStock

Le dattier est un grand palmier à fruits exotiques mesurant jusqu'à 30 mètres de haut

France est le premier consommateur européen avec environ 300 g par an et par personne. La datte bénéficie d'une bonne image santé avec la garantie d'une bonne dose d'énergie. En effet, elle est naturellement riche en glucides. Elle présente également des apports en fibre, potassium, fer et magnésium. Les dattes fraîches ont une plus forte concentration en antioxydants que les dattes sèches à cause de la déshydratation partielle du fruit. Les sèches sont en revanche plus faciles à transporter et à déguster, et se conservent longtemps. Elles font partie des fruits secs « tendances » pour les coupe-faim ou les regains d'énergie après une activité physique. Les dattes peuvent être consommées nature, ou accompagner différents plats pour apporter une saveur orientale.

La vie en rayon

Les dattes sont commercialisées en vrac ou conditionnées, avec ou sans branche. Les fraîches sont plus rares en points de vente. Il s'agit donc d'un produit haut de gamme à valoriser au sein du linéaire. Elles peuvent être placées avec les fruits d'automne saisonnier en frais (prune, noix fraîche par exemple). Les dattes séchées nouvelle récolte, au mois d'octobre-novembre, sont à mettre en avant avec les autres fruits et légumes secs du rayon (noisettes, châtaignes, noix, figues, pruneaux). Il est important d'expliquer au consommateur la différence entre les dattes sèches naturelles, et celles qui ont été réhydratées au glucose ou encore celles avec un additif alimentaire (longue conservation). Grâce à des techniques de conservation, les dattes sont présentes toute l'année sur les étals. Les périodes de fêtes religieuses musulmanes, comme le Ramadan, entraînent un pic de consommation très important de ce fruit, ce qui justifie de les mettre largement en avant. Il donne pleine satisfaction au consommateur, aussi bien sur l'aspect culturel, que sur l'aspect nutritionnel. Les fêtes de fin d'année et l'hiver, sont aussi des périodes clés. L'offre peut être segmentée selon la variété, l'approvisionnement en dattes fraîches ou sèches, le mode de production en agriculture biologique ou en label commerce équitable, ou encore selon la présence de produit sous IGP (Indication géographique protégée). ■

AYMERIC BEBIN