

Distribution



Des légumes moches en conserve chez Intermarché

Après le buzz autour des « fruits et légumes moches » et des « biscuits moches » et des « biscuits moches », Intermarché a proposé dans ses 1 800 magasins des légumes moches en conserve, 30 % moins cher, entre les 25 octobre et 6 novembre. Avec sa conserverie située à Locoal-Mendon dans le Morbihan, Intermarché joue de son statut de producteur-commerçant et met dans ses boîtes de conserve des légumes légèrement abîmés, réalisant au passage une économie de 30 % sur la matière première et de 110 tonnes de matières premières. Étaient concernées par cette opération nationale des conserves de haricots verts avec des défauts d'aspect, de la macédoine avec moins de légumes verts, des petits pois/carottes avec des carottes abîmées et des épinards en branche avec de grandes tiges. En 2014, l'opération « fruits et légumes moches » avait permis de vendre 1 600 tonnes de fruits et légumes frais en 3 jours. 4 tonnes de biscuits moches ont été vendus en novembre 2015, puis 6,5 tonnes en juin 2016. Intermarché observe que ces opérations sont largement plébiscitées par les consommateurs qui « profitent d'une véritable économie tout en achetant des produits français de qualité ».

AOPN FRAISES DE FRANCE

Gariguettes booste la fraise française

Réunie en Assemblée Générale à Duras dans le Lot-et-Garonne le 8 novembre dernier, l'AOPn Fraises de France en a profité pour présenter les résultats de différentes études menées sur les préférences et attentes des consommateurs.

Les années se suivent et définitivement ne se ressemblent pas » s'est exclamé Xavier Mas, président de l'AOPn Fraises de France. Alors que les premières Gariguettes sont arrivées très tardivement sur les étals en 2015, la campagne 2016 a été très précoce avec un mois de mars record en terme de volumes commercialisés. Si les volumes globaux de l'AOPn sont restés stables cette année (20 353 tonnes) par rapport à l'année dernière (20 215 tonnes), ils sont en constante progression depuis la création de l'AOPn en 2009 (13 160 tonnes), avec un panel de variétés dominé par Gariguettes (45 %), même si la gamme



aux mains des professionnels de l'amont » a déclaré Xavier Mas. Pour la commission qualité de l'AOPn, la prochaine campagne verra l'appropriation par les adhérents et par les pépiniéristes de la Charte « Fraises de France » récemment mise en place, dont la finalité est de sécuriser la production, notamment par



De gauche à droite : Dragana Miladinovic, Interfel ; Quitterie Connole, Sopexa ; Caroline Granado et Xavier Mas, AOPn Fraises de France ; Pierre Vaysse, CTIFL.

de variétés rondes se développe. Selon Caroline Granado, directrice de l'AOPn, cette progression est le résultat du travail réalisé par les trois commissions qui structurent l'AOPn. La commission technique, qui cherche à améliorer les pratiques de production, s'est dotée en 2010 d'un logiciel de prévision de récolte afin de limiter à 20 % la marge d'erreur entre le prévisionnel et le réalisé. Utilisé par huit structures adhérentes qui représentent plus de 50 % des volumes commercialisés, il permet de rythmer au mieux la saison, notamment au niveau des actions de promotion et de communication. Côté expérimentation, les bouleversements récents dus au désengagement de l'État dans le financement du CTIFL a plongé l'AOPn dans une période d'incertitudes. « L'année à venir sera une année charnière. L'audit de l'ensemble des centres d'expérimentation nous donnera une vision de l'expérimentation de demain. Une chose est sûre, je me battraï pour que les centres décisionnels restent

la connaissance du matériel variétal, et d'assurer aux consommateurs un produit sain, homogène et de qualité. Quant à la commission économique, dont le but est d'améliorer la commercialisation des produits, elle coordonne toutes les actions de communication mises en place auprès des publics cibles, adultes et enfants qui, selon une étude réalisée par le CTIFL, semblent partager les mêmes préférences gustatives et variétales, Ciflorette, Gariguettes et Charlotte figurant dans leur top 3. Une préférence pour Gariguettes (seule variété française) corroborée par une analyse menée par le service économique d'Interfel sur la base de données de consommation Kantar, qui montre que le poids de la Gariguettes est en constante augmentation dans les achats de fraises par les ménages (de 15 % en 2011 à 17,8 % en 2015), tout comme le poids de l'origine France (de 14,7 % en 2011 à 20,6 % en 2015). À noter qu'en 2016, la commission a également mis en place une veille sociétale afin de suivre et d'analyser les discours sur la fraise des leaders d'opinion et des consommateurs dans la presse en ligne et les médias sociaux entre le 1er février et le 31 juillet. Réalisé par Sopexa avec l'appui du logiciel de veille Radarly, ce travail a permis de dégager de grandes tendances et de montrer que la fraise est avant tout un fruit plaisir, très apprécié lors des fêtes, qui dispose d'une solide image de fruit sain et gustatif.

CB