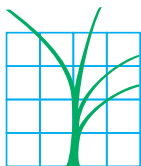


LES RENDEZ-VOUS CTIFL, DISTRIBUTION - DÉTAIL - COMMERCE

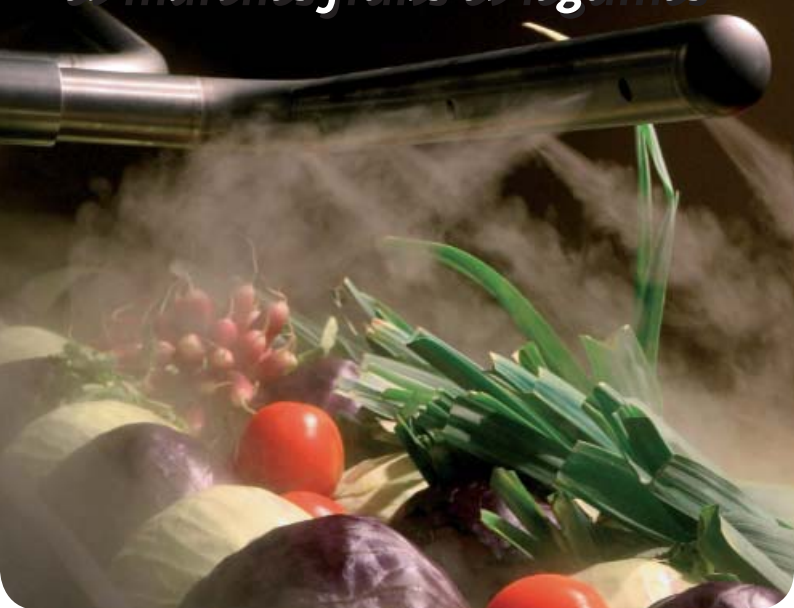
Exposition 2010

Ctifl



*Marché de Gros
Lyon-Corbas*

***Solutions d'agencement
des points de vente
et marchés fruits et légumes***



*du lundi 15 mars au
jeudi 18 mars*

Exposition, ateliers et conférences

Entrée libre
sur inscription

Bulletin d'inscription

Solutions d'agencement des points de vente et marchés fruits et légumes marché de Gros Lyon-Corbas

Lundi 15 mars de	10 h à 18 h
mardi 16 mars de	6 h 30 à 16 h
mercredi 17 mars de	6 h 30 à 16 h
Jeudi 18 mars de	6 h 30 à 16 h

entrée libre sur inscription

À retourner avant le 12 mars 2010 à :

CTIFL, CENTRE DE ST-RÉMY DE PROVENCE
SECRETARIAT DES RENCONTRES
ROUTE DE MOLLÉGÈS
13 210 ST-RÉMY DE PROVENCE

Tél. : 04 90 92 05 82 - Fax : 04 90 92 48 87

E-mail : guillot@ctifl.fr

Nom : _____

Prénom : _____

Société : _____

Adresse : _____

Code postal : _____ Ville : _____

Tél. _____ Fax. _____

E. mail _____

Participera à la journée du (entourez votre choix) _____

■ 15 mars ■ 16 mars ■ 17 mars ■ 18 mars

Participera à la restauration oui ■ non ■

Accompagné de : _____ personnes

M. ou Mme : _____



Vos rendez-vous sur cet événement

Lundi 15 mars: de 8 h à 18h

8 heures à 10h

Visite organisée du marché de Lyon-Corbas.

10h

Ouverture, accueil et présentation des ateliers.
Café de bienvenue offert par le marché de Lyon-Corbas.

Journée: visite libre des stands et des ateliers

12 h 30 - 14 h 30: restauration sur place (payante)

Mardi 16 mars: 6 h 30 à 16h

Journée: visite libre des stands et des ateliers

8h à 10h

Inauguration officielle par Henri Pluvinage,
président du Ctifl et Christian Berthe,
président du Marché de Gros de Lyon-Corbas,
visite commentée de l'exposition.

11h - 12h Conférence

« Les produits biologiques sur le point de vente
fruits et légumes »

► Fruits et légumes biologiques: les tendances de
fond du marché.

Christian Ponsoda, Ctifl

► Les contraintes techniques de l'offre en produc-
tion et conservation.

Alain Garcin, Ctifl - Christian Icard, Ctifl/Sérail
Valérie Mérendet, Ctifl

► La présentation de l'offre bio sur le point de
vente.

Christian Ponsoda, Ctifl

12 h 30

Cocktail d'inauguration

7h - 9h et 12 h 30 - 14 h 30: restauration sur place (payante)

Mercredi 17 mars: 6 h 30 à 16h

Journée: visite libre des stands et des ateliers

11h - 12h Conférence

« **Brumisation et nébulisation: quelles utilisations? »**

► Principe et efficacité des différents systèmes.
Benoît Dufresne, Ctifl

► Les préconisations d'utilisation sur le point de vente.
Christian Ponsoda, Ctifl

7h - 9h et 12h30 - 14h30: restauration sur place (payante)

Jeudi 18 mars: 6 h 30 à 16h

Journée: visite libre des stands et des ateliers

11h - 12h Conférence

« **Vente de fruits et légumes sur Internet: comment construire son site? »**

► Objectifs et caractéristiques du marché.
Gilles Christy, Ctifl

► Les étapes clés pour réussir son site.
Christian Ponsoda, Ctifl

7h - 9h et 12h30 - 14h30: restauration sur place (payante)



Au programme de cet événement

Sous la présidence de Francis Van Der Elst, vice-président du Ctifl et président de l'UNFD

Les exposants

Une offre complète pour vos solutions d'agencement:

■ *Qualité et offre produit*

Brumisation - nébulisation, ateliers de découpe de fruits frais, outils de maîtrise des températures, emballages consommateurs.

■ *Communication et information consommateur*

PLV lumineuse, affichage et écrans d'animation tactile, systèmes vidéo, solutions d'étiquetage et d'affichage manuel et informatisé.

■ *Agencement du point de vente*

Eclairages naturels et artificiels, revêtements de sol, mobiliers, stands et remorques de marché, bureau d'étude d'agencement.

■ *Gestion du point de vente*

Terminaux de paiement, caisses enregistreuses et logiciels de pesée, outils de gestion et d'aide à la décision.



Ateliers rencontres

Ateliers animés par des ingénieurs Ctifl

- Le choix d'un système d'éclairage

Patrice Greff, Didier Benac, Ctifl

- Fruits et légumes frais, préparés sur le lieu de vente

Benoît Dufresne - Ctifl

- Etiquetage et information consommateur : les nouvelles obligations réglementaires et environnementales

Marie Hélène Hochedez - Ctifl

- Les métiers des fruits et légumes : valorisation et compétences

Patrick Millot - Ctifl, avec des représentants professionnels

Conférences

- ▶ Les produits biologiques sur le point de vente fruits et légumes

- ▶ Brumisation et nébulisation : quelles utilisations ?

- ▶ Vente de fruits et légumes sur Internet : comment construire son site ?

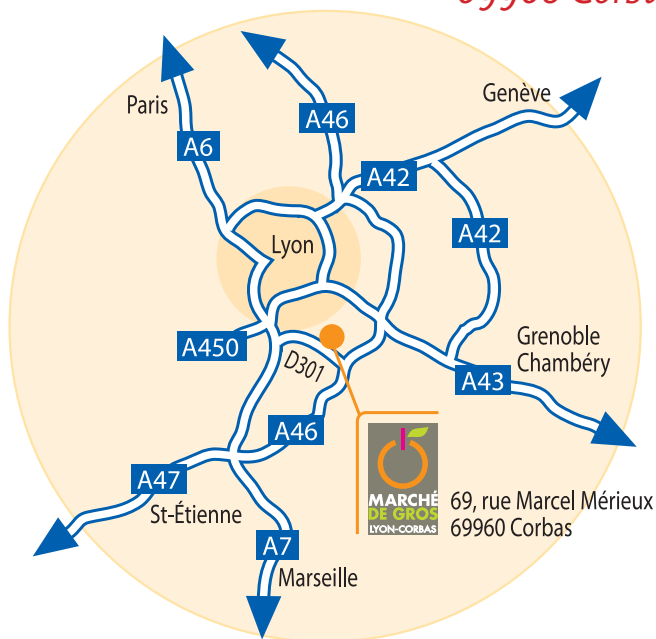
Animations

Visite organisée du marché de Gros de Lyon-Corbas

suite du programme au verso ▶



Plan d'accès au marché de Gros Lyon-Corbas 69 rue Marcel Mérieux 69960 Corbas



Itinéraires pour se rendre au Marché de Gros Lyon-Corbas (Environ 1h)

- De la gare SNCF de Perrache
 - Métro A Direction Vaulx-en-Velin La soie
Descendre à l'arrêt Bellecour
 - Métro D Direction Gare de Vénissieux
Descendre à l'arrêt Gare de Vénissieux
- De la gare SNCF de la Part-Dieu
 - Métro B Direction Stade de Gerland
Descendre à l'arrêt Saxe Gambetta
 - Métro D Direction Gare de Vénissieux
Descendre à l'arrêt Gare de Vénissieux

Ensuite, prendre

- Bus 87 en direction de Mions
Descendre à l'arrêt Pôle Alimentaire

Plan d'accès sur:

www.marchedegros-lyoncorbas.com

Les fruits et légumes issus de l'agriculture biologique


Les produits biologiques font l'objet de publications régulières, présentant l'évolution de la consommation et de la perception de ces produits en France. Dans le dernier baromètre¹ publié par l'Agence Bio, 90 % des personnes enquêtées se disent d'accord avec l'affirmation que les produits biologiques sont « plus naturels car cultivés sans produits chimiques ». Par ailleurs, le nouveau logo européen relatif aux produits bio est sur le point d'être choisi, et pourra figurer, à partir du 1^{er} juillet 2010, sur certains produits. Dans ce contexte, il paraît intéressant de préciser ce que sont exactement les produits biologiques, notamment dans le secteur des fruits et légumes frais, et ce que le distributeur doit savoir pour les commercialiser.

Produits biologiques, de quoi parle-t-on ?

Même si les fondements de l'agriculture biologique remontent au début du XX^e siècle, ce n'est qu'en 1980 que la mention « agriculture biologique » fut reconnue officiellement par les pouvoirs publics en France. Un décret, publié en 1981, donne la définition légale suivante : « agriculture n'utilisant pas de produits chimiques de synthèse ».

L'agriculture biologique veut garantir une qualité attachée à un mode de production respectueux de l'environnement, et du bien être animal. En conséquence, seuls les produits agricoles (et les produits transformés à partir de ces derniers) peuvent prétendre au qualificatif « biologique » ou « bio » ; le sel, qui est un minéral, ainsi que l'eau ne peuvent être certifiés « biologiques ».

Cette agriculture est protégée par un signe officiel de qualité et constitue un des cinq Signes d'identification de la

	Obligation de notification auprès de l'Agence Bio 	Obligation de contrôle par un des organismes certificateurs agréés en France : Aclave - Agrocet - Écocert - Qualité France - SGS ICS
Pour tous les opérateurs de la filière, dont les distributeurs (grossistes, détaillants...)	oui	oui
Pour les distributeurs qui revendent en vrac des produits issus de l'agriculture biologique, avec un montant annuel d'achat de ces produits bio < 10 000 € HT	oui	non
Pour les distributeurs qui achètent des produits bio préemballés et les revendent en l'état	non	non

qualité et de l'origine (SIQO) reconnus en France, aux côtés du Label Rouge, de l'appellation d'origine (AOC et AOP), de l'Indication géographique protégée (IGP) et de la Spécialité traditionnelle garantie (STG)².

En France, l'Agence Bio, créé en 2001, est chargée de contribuer au développement et à la promotion de ce mode de production. Depuis 2003, tout intervenant de la filière bio, qu'il soit producteur, importateur ou préparateur a l'obligation, d'une part, de se faire connaître de l'Agence Bio (par le biais de la « notification ») et, d'autre part, de se faire contrôler par un des cinq organismes certificateurs agréés français, de son choix (Aclave, Agrocet, Ecocert SAS, Qualité France et SGS ICS). L'obligation de notification et de contrôle

a été étendue aux distributeurs, depuis le 1^{er} juillet 2005, sauf dans certains cas de dispense (voir le tableau ci-dessus). En effet, il s'agit d'assurer la traçabilité et la continuité du contrôle à tous les stades, depuis le producteur d'un produit biologique jusqu'au consommateur. Par ailleurs, la notification permet aux acteurs de la filière bio, de figurer sur l'annuaire professionnel des opérateurs en agriculture biologique, disponible sur le site de l'Agence Bio (www.agencebio.org).

Au niveau européen, l'agriculture biologique n'a été encadrée par une réglementation que des années plus tard : 1991 puis 1999 marquent l'adoption de textes officiels sur l'agriculture biologique, respectivement pour les productions végétales puis animales. Toutefois, ces textes ont été abrogés et remplacés par des règlements européens (n° 834/2007 et n° 889/2008 notamment) applicables au 1^{er} janvier 2009, et au 1^{er} juillet 2010 en ce qui concerne l'étiquetage ; l'objectif principal étant d'harmoniser les politiques nationales, puisque ces textes européens s'appliquent tels quels dans tous les pays européens et ne prévoient pas de règles nationales plus strictes (telles que celles qui existaient jusqu'à présent, en France, pour les productions animales).

La réglementation bio repose sur des obligations de moyens, tout au long de la filière (et non de résultats). Le système de contrôle et de certification permet de garantir que le produit est bien issu de l'agriculture biologique.

POUR EN SAVOIR PLUS

www.agencebio.org
www.agriculture.gouv.fr
www.inao.gouv.fr

1 - Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Agence Bio - Octobre 2008.

2 - voir DFL n° 252, juillet-août 2008

Tout ce qu'il faut savoir

Un producteur de fruits ou légumes qui s'engage dans la culture « bio » doit respecter certains délais avant de pouvoir faire référence à l'agriculture biologique sur ses produits; on parle de « période de conversion »:

- pour les cultures annuelles ou semi-pérennes (fraises, artichaut...), la période de conversion est de deux ans, c'est-à-dire qu'il faut respecter un délai de 24 mois entre le semis (ou le repiquage) et la certification « agriculture biologique ». Toutefois, les fruits et légumes récoltés à partir du 13^e mois de conversion de la parcelle, sont certifiables et commercialisables avec l'appellation « produits en conversion vers l'agriculture biologique »;

- pour les cultures pérennes (vergers, framboisiers...), la période de conversion est de trois ans, c'est-à-dire que seuls les produits récoltés au moins trois ans après le début de la période de conversion sont certifiables et commercialisables avec la dénomination « biologique ». Les produits récoltés la 1^{re} année ne peuvent mentionner aucune référence à l'agriculture bio, ceux récoltés à partir de la 2^e année sont commercialisables sous l'appellation « produits en conversion vers l'agriculture biologique ».

Un des principes de l'agriculture biologique est de préserver et développer la vie et la fertilité naturelle des sols; il s'ensuit que les cultures dites « hors sol » (c'est-à-dire les cultures sur substrats) ne peuvent être certifiées bio. Toutefois, les plantes aromatiques (fines herbes) poussant dans des pots et vendues en pot, pour la consommation directe, peuvent être certifiées bio. Un des fondements de l'agriculture biologique est l'utilisation de substances et de procédés naturels: les OGM sont donc interdits. Pour mémoire, à ce jour, les fruits et légumes OGM sont interdits à la commercialisation en France.

Certaines pratiques de la filière fruits et légumes utilisées en agriculture conventionnelle, sont autorisées en bio:

- le recours au CO₂ (gaz carbonique) pour le stockage de longue durée de certains produits (telles les pommes conservées plusieurs mois en atmosphère contrôlée);

- l'éthylène (ce gaz naturellement synthétisé par les fruits et légumes) utilisé en murissier pour le déverdissement des bananes notamment, le déverdissement des agrumes (dans le cas d'une stratégie de lutte contre la mouche des fruits), ainsi que pour l'inhibition de la germination de la pomme de terre et des oignons.

En revanche, l'utilisation de plaquettes de SO₂ (dioxyde de soufre) comme prolongateur de conservation des fruits et légumes (tels dans les colis de raisin de table) est interdit en production biologique, tout comme le traitement par ionisation comme antifongique ou anti-germinatif.

Au stade de la distribution, il n'est pas question de bonnes pratiques agronomiques; les obligations de moyens se traduisant principalement par une mise en œuvre scrupuleuse de la traçabilité (prouver d'où viennent les produits bio en rayon et en resserre et justifier des quantités) et par le respect des recommandations des organismes certificateurs le cas échéant. Dans le cas de vente de produits en vrac, toute éventuelle confusion entre produits bio de ceux qui ne le sont pas est à bannir, mais rien n'impose un stockage dans des chambres froides distinctes.

Par ailleurs, il faut garder en mémoire que les règles de commercialisation (respect des normes spécifiques, de la norme générale) s'appliquent aux fruits et légumes biologiques: ainsi, une pomme bio commercialisée en catégorie I doit-elle être conforme aux critères de qualité visuelle de ladite catégorie (en terme de défauts d'épiderme, de forme et de coloration).

ENCADRÉ 1 - LES LOGOS EN AGRICULTURE BIOLOGIQUE



Logo français, créé en 1985, nouveau logotype en 1996
Marque collective, propriété du Ministère de l'Agriculture d'usage volontaire

En 2008, connu par 85 % des personnes* et par 96 % des consommateurs acheteurs* de produits bio



Logo européen, créé en 2000, sera abandonné au 01/07/10 d'usage volontaire

En 2008, connu par 28 % des personnes* et par 43 % des consommateurs-acheteurs*



← Un de ces 3 logos devrait être choisi comme nouveau logo européen au 1^{er} juillet 2010

www.ec.europa.eu/organic-logo

* Source : Baromètre de consommation et de perception des produits bio en France – oct. 2008

ENCADRÉ 2 - ÉTIQUETAGE DES FRUITS ET LÉGUMES BIOLOGIQUES JUSQU'AU 30 JUIN 2010

- Mention « biologique » ou « bio » dans la dénomination de vente (ou organic...)
- **nom ou numéro de code de l'organisme certificateur (OC)**

- Logo bio français, marques privées : **usage facultatif**



- Logo bio communautaire : **usage facultatif**



Conformément aux règlements européens (CE) n° 834/2007 et n°889/2008

Identification des fruits et légumes bio

Tant d'un point de vue réglementaire que commercial, un produit bio, doit être reconnu comme tel de par son étiquetage. Ainsi, des logos ont-ils été créés pour permettre au consommateur de les identifier, c'est une reconnaissance officielle (**VOIR ENCADRÉ 1**). Les logos (« AB » et logo communautaire) sont apposés, de façon facultative uniquement sur:

- les fruits et légumes bruts respectant les règles de l'agriculture bio (exemple: pommes bio), quelle que soit l'origine du produit.

- les produits comportant au moins 95 % d'ingrédients d'origine agricole biolo-

gique (exemple: soupe de légumes bio). Le logo communautaire sera modifié à partir du 1^{er} juillet 2010: le nouveau logo choisi se veut « distinctif et attractif pour tous les pays de l'Union européenne, facilement reconnaissable et reproductible ». D'ailleurs la Commission européenne soumet au vote des citoyens européens le choix du logo, parmi trois propositions. En terme d'étiquetage, les produits bio doivent faire apparaître certaines mentions, en plus de celles exigées par les règles de commercialisation (nom du pays d'origine, catégorie...) comme le précise l'encadré 2. ■

ASSORTIMENT FRUITS ET LÉGUMES EN AVRIL

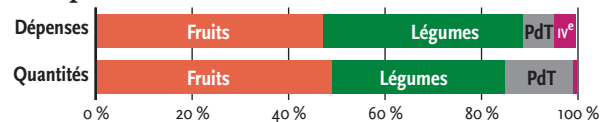
Fruits

Assortiment	Nombre de références			
	A	B	C	D
GAMMES « BASIQUES »				
Saisonniers				
Fraise (D 9,4 % Q 4,8 %)	1	2	3	5
Fortuna, Ortanique (D 0,01 % Q 0,01 %)	1	1	1	1
Pommes (D 8,8 % Q 11,0 %)	4	5	7	10
Golden, Granny, Rouges, Bicolores				
Poires (D 3,5 % Q 3,1 %)	2	2	2	3
Conférence, Angelys, Williams, Forelle...				
Bananes (D 5,8 % Q 7,0 %)	1	1	2	2
Vrac, poids-prix				
Agrumes				
Orange (D 4,7 % Q 7,0 %)	1	2	3	4
Navelate, Valencia late				
Pomelo (D 1,6 % Q 2,1 %)	1	1	2	3
Citron (D 1,0 % Q 0,9 %)	1	2	2	3
Kiwi (D 2,4 % Q 1,9 %)	1	1	1	2
Ananas	1	1	2	2
Cayenne, Victoria				
GAMMES « SPECIFIQUES »				
Avant-saison				
Melon, petits fruits rouges		1	2	4
Contre-saison				
Raisin	1	1	2	3
Exotiques & rares	1	3	5	10
Mangue, lime, fruit de la passion, litchi, grenade, banane rose, banane figue sucrée, noix de coco...				
TOTAL	17	23	35	53
Olives en vrac			8	15
Fruits secs & à coque	3	5	8	10
Pruneau, raisin, abricot, noisette, amande...				

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 4,0 % Q 1,1 %)				
Fruits				
			2	5
Légumes				
	5	10	25	35
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 (préparés sur place, bar à salade)				
				20

Les parts de marché



Légumes

Assortiment	Nombre de références			
	A	B	C	D
GAMMES « BASIQUES »				
Salades (D 4,0 % Q 3,4 %)				
	4	5	7	9
Laitue, batavia, scarole, frisée, feuille de chêne, Iceberg, mâche				
Primeurs				
	2	3	5	7
Carotte, navet, oignon, petit pois, mangetout, fève...				
Crudités				
Avocat (D 2,0 % Q 1,4 %)	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 1,8 % Q 2,8 %)				
	1	1	1	2
Radis (D 2,1 % Q 1,7 %)				
	1	1	2	3
Mixtes				
Tomate (D 9,7 % Q 7,3 %)	3	4	6	8
Carotte (D 3,0 % Q 4,9 %)				
	1	1	2	3
Artichaut (D 1,2 % Q 0,7 %)				
	1	1	2	3
Céleri-branche				
		1	1	2
Champignon de Paris, pleurote (D 1,5 % Q 0,7 %)				
	2	2	3	4
Chou-fleur (D 0,8 % Q 1,1 %)				
	1	1	1	2
Endive (D 2,4 % Q 3,4 %)				
	1	1	2	3
Fenouil				
		1	1	1
Poivron (D 1,3 % Q 0,8 %)				
	1	1	2	4
À cuire				
Asperge (D 3,5 % Q 1,3 %)	1	2	3	5
Brocoli				
	1	1	2	2
Chou frisé, nouveau				
	1	1	2	2
Épinard				
			1	1
Haricot vert, plat				
			2	3
Navet				
	1	1	1	1
Poireau (D 1,2 % Q 1,2 %)				
	1	1	2	3
Aubergine				
	1	1	1	1
Courgette (D 2,4 % Q 3,5 %)				
	1	1	1	2
Pot-au-feu				
	1	1	1	1
Les indispensables				
Ail	1	2	2	4
Échalote				
	1	1	2	4
Oignon (D 1,5 % Q 2,1 %)				
	1	2	2	4
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	4
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
Gingembre, piment, gombo, chayotte, patate douce, rhubarbe...				
Champignons				
		1	2	3
Lentin, pied bleu				
TOTAL	38	53	83	130
Pommes de terre (D 5,9 % Q 14,1 %)				
De consommation				
	2	2	3	6
Type Bintje, type chair ferme				
Primeurs				
	1	2	2	3
Légumes secs				
	2	4	4	8
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 : TNS panel 2009)

10 périodes d'assortiments sont proposées :

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

DES PARFUMS ET DES COULEURS

LES FRAISES FRANÇAISES CÉLÈBRENT LE PRINTEMPS

Embématique du début du printemps, la fraise commence dès février à colorer nos étals fruits légumes. Ce produit saisonnier se commercialise de février à octobre, soit neuf mois pendant lesquels l'offre variétale française propose des atouts qualitatifs incontestables, un positionnement sur des variétés précoces, mais aussi des stratégies de production qui visent de plus en plus l'étalement du calendrier. À la sortie de l'hiver, les premières fraises proviennent toutefois essentiellement du Maroc et de l'Espagne. En 2003, cette dernière, gros fournisseur en volume, a su faire évoluer son offre traditionnelle Camarosa vers une nouvelle variété appelée Candonga® ou Sabrosa.

Une gamme variétale française complète et diversifiée

Commercialement sur nos étals, pendant les neuf mois de production française, nous pouvons compter sur une bonne vingtaine de variétés différentes, à la fois proches et différenciées par leur goût, leur apparence, leur saisonnalité ou encore leurs prix. La répartition de la gamme variétale française se compose ainsi de 34 % en Gariguette, 18 % pour Darselect, 15 % en Charlotte, 5 % pour Ciflorette, 3 % en Mara des Bois et enfin 25 % pour toutes les autres variétés (source en 2009 : AOPN Fraise).

Les producteurs français combinent différents modes de cultures (sous tunnel plastique, sous serre; en sol ou hors sol...). Associés à l'utilisation de variétés précoces, demi-précoces, de saison, tardives ou remontante, ils leurs permettent d'étalement l'offre sur 9 mois de l'année.

Mais où la cultive-t-on? Le Sud-Ouest, de mi-mars à mi-octobre, (44 % des apports nationaux dont 4 % pour Midi-Pyrénées) permet de produire des variétés plus précoces avec ses systèmes de cultures essentiellement sous serre et grands tunnels. Le Sud-Est avec la région PACA de mi-février à mi-juin (14 % de la production française) et Rhône-Alpes (13 %) de mi-avril à mi-octobre. Elles produisent soit des variétés de printemps précoces, soit de saisons, soit encore tardives et remontantes.

Enfin, le Val de Loire est présent de mi-avril à mi-octobre (avec 11 % des apports). Pour les autres régions, citons en particulier la Bretagne, célèbre pour la « La Perle des Fraises » de Plougastel.

Caractéristique des variétés proposées

Dans les variétés précoces et demi-précoces tout d'abord, signalons :

- la Gariguette. De très bonne qualité gustative, juteuse, fondante, elle est aujourd'hui produite dans toutes les régions de France de fin février à juin;
- la Ciflorette, quant à elle, rouge-orangé, fine, juteuse, aux arômes très développés, se conserve mieux que la Gariguette. Elle se cultive surtout de début mars à mai dans le Sud-Est et le Sud-Ouest;
- La Cigaline orangé clair à orangé foncé, ferme et juteuse est notamment produite d'avril à mai en Loir-et-Cher, Val-de-Loire;
- La Clery, variété récente d'origine italienne, est cultivée majoritairement dans le Sud-Est et le Sud-Ouest de mars à mai;
- La Naiad, autre variété récente, au fruit gros et conique, se cultive de mars à mai dans le Sud-Est;
- la Donna, récente elle aussi, se cultive de mars à mai dans le Sud-Est et le Sud-Ouest. Elle est de forme conique allongé très brillante.

Dans les variétés de saison, il y a d'abord la Darselect qui domine le marché, d'avril à juin, en provenance du Sud-Ouest et Rhône-Alpes; puis la Pajaro, en provenance du Sud-Est, est disponible de mai à juin. On trouve ensuite la Manille variété récente de mai à juin dans le Sud-Ouest, le Sud-Est, le Val-de-Loire, et Rhône-Alpes. La Candiss, fraise de saison, offre une qualité gustative avec



En France, l'offre de systèmes de production est diversifiée

un fruit sucré acidulé, de forme conique, long et ferme. Dans les tardives nous noterons la Matis produite en Loir-et-Cher et Rhône-Alpes en juin. Son fruit est rouge brique à rouge sang. Dans les remontantes, la Mara des Bois reste incontournable de mai à novembre. Très fragile, elle est produite dans l'Ouest et le Sud-Ouest. La Cirafine est présente sur le marché de mai à novembre en provenance du Sud-Ouest, du Val-de-Loire, de Rhône-Alpes. La Charlotte, variété récente au très fort développement, se trouve dans le Sud-Ouest, le Val-de-Loire et Rhône-Alpes de mai à novembre. Son fruit au calibre assez gros est de très bonne qualité gustative et de conservation.

Privilégier le pré-emballage

La fraise est un produit idéal pour le pré-emballage. Il permet, d'une part, de bien protéger les fruits évitant ainsi une démarque trop importante et, d'autre part, de communiquer sur l'assortiment en fonction de l'usage du produit (grignotage, salade, pâtisserie, confitures, consommation immédiate ou différée...) et les profils de la clientèle (monoménages, familles nombreuses...). Qu'il soit rectangulaire, carré, rond, hexagonal, en forme de triangle ou de vague, c'est un excellent support ILV de communication/information du client (variétés, caractéristiques gustatives, période optimale de consommation, mode de production...). Ces atouts merchandising pourront être renforcés par des conseils de consommation et l'orientation du client sur les conditionnements adaptés à ces besoins. Il est nécessaire de rester vigilant sur l'état de fraîcheur avec des fruits bien colorés, homogènes, brillants, aux sépales bien verts. Le maintien au froid (5 à 10 °C) est indispensable jusqu'à la vente. Évitez les chocs thermiques, et laissez le produit dans son emballage d'origine. ■

Didier Bénac, Marc Lajeunesse

Calendrier de production

Régions	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Sud-Ouest										remontantes		
Provence-Alpes-Côte d'Azur												
Rhône-Alpes										remontantes		
Val-de-Loire										remontantes		