

Les journées Rungis du Ctifl L'innovation au service du commerce de détail

Le Ctifl a organisé la quatrième édition des journées « Solutions d'agencement des points de vente et marchés fruits et légumes » du 21 au 23 novembre 2011 sur le Min de Rungis. Après le succès de ces trois premières éditions, le Ctifl a rassemblé cette année encore plus de 700 visiteurs de toute la France. Ces journées s'axaient autour de trois pôles d'intérêt : des ateliers rencontres avec les ingénieurs du Ctifl, des conférences sur des enjeux du métier, une offre de près de 40 exposants apporteurs de solutions d'agencement des points de vente et marchés. L'enjeu de cet événement fut d'informer les professionnels du commerce de détail sur les innovations et savoir-faire en matière de valorisation des fruits et légumes, d'équipement, d'organisation et de gestion des points de vente et marchés de fruits et légumes.



L'innovation de Larbaletier, froid et nébulisation

Le mobilier, l'écrin des fruits et légumes

Il se doit d'être modulable (Someva) ou sur mesure (AllianzShop), inclinable en profondeur ou en hauteur (Wanzl), lavable, (Frank Etalage). Il doit s'effacer derrière les produits, être personnalisable (Capel), léger (Le Triangle Mobilier), ne pas obstruer la visibilité du rayon (Someva) et s'intégrer dans l'identité globale du point de vente (Pep's Création, Cobra Design). Des solutions économiques (ABagencement, Saurina) permettent des créations de points de vente dans des budgets raisonnables. La réelle nouveauté fut de proposer un meuble totalement dédié à la vente traditionnelle en vente servie. Qu'elle soit faite en GMS, sur marché ou en boutique le meuble développé par Larbaletier intègre du froid et de la nébulisation afin d'optimiser la fraîcheur. Le produit est séparé des clients par une paroi vitrée qui optimise la réfrigération et garantit une hygiène absolue. Le mobilier intègre des accessoires de vente très utiles

(repose paniers, support de dégustation ou de panier). Les systèmes d'humidification se perfectionnent (Brumifrais, Bro System, Larbaletier). À noter l'innovation du salon, des buses pivotantes de part et d'autre des meubles (Areco).

Un affichage dynamique et interactif

Déjà en GMS, les étiquettes électroniques courtisent les rayons fruits et légumes et intègrent les changements de prix et d'origine (Datronic Digi France). Les nouvelles technologies en matière d'affichage dynamique et d'interactivité donne la part belle aux écrans en points de vente, à leur facilité d'utilisation, leur fonction se diversifie : les écrans sont destinés à l'information des clients sur le produit (goût, usage, conservation...), sur le prix (Canon-Netmakers ou Datronic), elle s'enrichit d'autres fonctions comme la commande à distance via Internet (Winning Company-Philips), ou par des applications tactiles avec le



Affichage tactile chez Atawa Interactive

client ou le personnel du point de vente pour la mise à jour des contenus (prix, conseils produits) développés par Atawa Interactive ou Areco. Il n'est donc plus nécessaire de rejoindre son bureau pour accéder au logiciel afin de modifier un contenu. Areco propose une application écran en point de vente doté d'un plan du rayon, à l'usage des personnes implantant les produits avant l'ouverture. Les mises à jours des balances de plusieurs magasins sont possibles à distance (Mettler Toledo). L'affichage papier couleur est mis en valeur à l'aide de caissons lumineux pratiques et abordables (Simodis, FA Expertise).

Sommaire

- Les journées Rungis du Ctifl : l'innovation au service du commerce de détail
- L'assortiment fruits et légumes en Mars
- Les petits agrumes : une famille recomposée

Les équipements et accessoires au service de la vente

La praticité, la modularité sont les maîtres mots du commerce moderne, le process de fabrication est sans cesse amélioré (Kronen), l'hygiène est optimisée par des lave-mains mobiles pour commerçants ambulants (la Corpo), des outils de découpes sont performants (Politec, Robot-Coupe) et permettent des découpes de qualité. Des îlots de théâtralisation sont mobiles, légers, démontables en début de semaine, imprimables et peuvent recevoir des compartiments adaptés aux différentes espèces de produits (Sitour-passolini, Vanneries de Vilaines).

L'esthétique et le visuel encore trop inexploité

L'éclairage poursuit sa révolution technologique grâce au led qui ne chauffe pas les fruits et légumes mais dont le niveau d'éclairage ne convient pas à toutes les applications. La société Velum propose des audits portant sur la qualité de l'éclairage, la quantité de lumière utilisée et sa consommation, le coût d'exploitation induit. La solution est ensuite personnalisable pour s'intégrer au concept du client (Lorenz light). Les visuels véhiculant les fruits et légumes, l'image de l'entreprise, s'invitent sur les abris des forains avec des couleurs toujours plus gaies (Vitabri) ainsi que sur les vitrines, camions, calicots (Deficom).

Satisfecit général

Une analyse des questionnaires de satisfaction rempli par les visiteurs de l'édition 2011 permet d'être confiant sur l'intérêt de ce type de rencontre puisque le taux de satisfaction atteint les 93 %.

Du côté des exposants c'est la qualité des contacts qui fut très prisée grâce à un profil de visiteurs « très métier », à la fois connaisseurs et exigeants sur leurs attentes. Les ingénieurs DFA Ctifl restent à votre écoute pour répondre à vos demandes d'accompagnement et d'assistance à l'aménagement des points de vente. ■

Benoît Dufresne



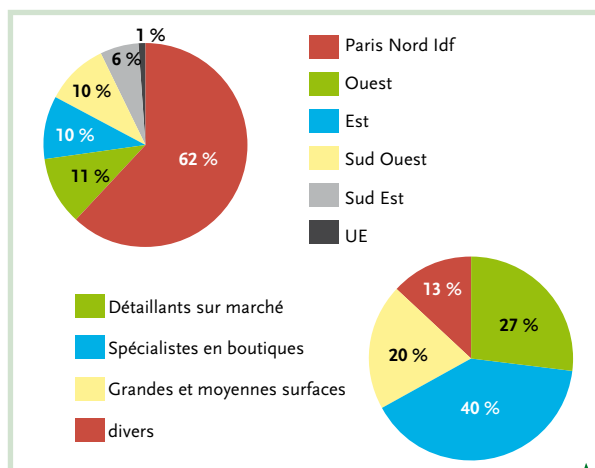
Îlots démontables Sitour



Découpes haut de gamme chez Politec

DES ATELIERS ET CONFÉRENCES AUSSI !

Indispensable complément à ces rencontres « Agencements des points de vente et marchés fruits et légumes », les ateliers rencontres et les conférences. Présentés par des spécialistes du Ctifl et leurs invités, ils ont éclairé les visiteurs sur les enjeux techniques et stratégiques des points de vente. Les diapositives des conférences et les panneaux exposés sur les ateliers sont téléchargeables sur le site du Ctifl : www.fruits-et-legumes.net, rubrique « Dossier du mois ».



Profil des visiteurs

LE DÉVELOPPEMENT DURABLE ENTRE PAR LA PETITE PORTE

Le développement durable s'intègre dans les évolutions : des sacheries en amidon de maïs bio dégradables en 1 à 3 mois, oxiobiofragmentables en 12 à 16 mois ou conçus à partir de matériaux recyclés (Coprима), des dévidoirs à fruits secs en vrac pour limiter les emballages (Sitour).

ASSORTIMENT FRUITS ET LÉGUMES EN MARS

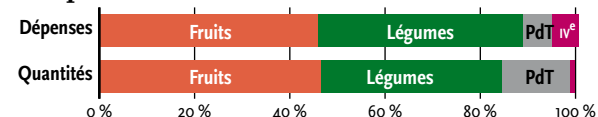
Fruits

Assortiment	Nombre de références			
	A	B	C	D
GAMMES « BASIQUES »				
Saisonniers				
Fraise (D 3,6% Q 1,7%)	1	1	2	4
Fortuna, Afourer, Ortanique	1	1	2	2
Orange (D 6,6% Q 8,9%)	2	3	4	5
Navelate, Valencia late, Maltaise, Sanguine				
Pommes (D 10,0% Q 12,2%)				
Golden, Granny, Rouges, Bicolores	4	6	8	12
Poires (D 3,9% Q 3,4%)	2	2	4	4
Conférence, Angelys, Rocha, Williams, Packham's, Comice				
Bananes (D 6,1% Q 7,3%)	1	1	2	2
Vrac, poids-prix				
Agrumes				
Pomelo (D 1,9% Q 2,3%)	1	1	2	3
Citron (D 1,2% Q 0,9%)	1	2	2	3
Kiwi (D 2,7% Q 2,3%)	1	1	1	2
Ananas	1	1	2	2
Cayenne, Victoria				
GAMMES « SPECIFIQUES »				
Fruits à coque	1	1	2	2
Noix, noisette, amande...				
Contre-saison	1	2	4	6
Raisin, melon, prune				
Exotiques & rares	1	3	5	6
Mangue, lime, fruit de la passion, litchi, grenade, banane rose, banane figue sucrée, noix de coco...				
TOTAL	18	25	40	53
Olives en vrac			8	15
Fruits secs	4	6	8	10
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 5,0% Q 1,2%)				
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				
Jus de fruits réfrigérés		2	6	15
Autres F&L prêts à l'emploi (préparés sur place, bar à salade)				

Les parts de marché



Légumes

Assortiment	Nombre de références			
	A	B	C	D
GAMMES « BASIQUES »				
Salades (D 4,1% Q 2,7%)				
Laitue, batavia, scarole, frisée, feuille de chêne, Iceberg, mâche				
Primeurs	2	3	5	7
Carotte, navet, oignon, petit pois, mangetout, gourmand, fève...				
Crudités				
Avocat (D 2,3% Q 1,6%)	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 1,7%)	1	1	1	2
Radis	1	1	2	3
Mixtes				
Endive (D 4,5% Q 5,0%)	1	2	2	4
Tomate (D 6,8% Q 4,9%)	3	4	6	8
Carotte (D 3,1% Q 5,8%)	1	1	2	3
Artichaut (D 0,7% Q 0,4%)	1	1	2	3
Céleri-branche		1	1	2
Champignon de Paris, pleurote (D 1,8% Q 0,8%)	2	2	3	4
Chou-fleur (D 1,1% Q 1,4%)	1	1	1	2
Fenouil		1	1	1
Poivron (D 1,3% Q 0,7%)	1	1	2	3
À cuire				
Asperge (D 0,5% Q 0,1%)	1	1	2	3
Blette			1	1
Brocoli	1	1	2	2
Chou frisé, nouveau	1	1	2	2
Chou de Bruxelles	1	1	1	1
Épinard		1	1	1
Haricot vert, plat		1	2	4
Navet	1	1	1	1
Poireau (D 2,0% Q 1,7%)	1	1	2	3
Aubergine	1	1	1	1
Courgette (D 2,8% Q 2,6%)	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 1,6% Q 2,2%)	1	2	2	4
Herbes aromatiques	1	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 « SPECIFIQUES »				
Petites salades	1	2	3	4
Trévis, sucrine, mesclun, cresson, roquette, cœur de laitue...				
Mini-légumes & fleurs comestibles				
Aubergine, courgette, poivron, chou-fleur, artichaut, carotte, navet, pensée, capucine				
Exotiques & rares		2	3	5
Gingembre, piment, gombo, chayotte, patate douce, rhubarbe...				
Champignons			2	3
Lentin, pied bleu				
TOTAL	38	55	83	130
Pommes de terre (D 6,1% Q 14,3%)				
De consommation	2	2	3	6
Type Bintje, type chair ferme				
Primeurs	1	1	2	3
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 2008/2009/2010)

10 périodes d'assortiments

sont proposées :

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

Les petits agrumes : une famille recomposée

Les premiers petits agrumes ont été cultivés dans les forêts d'Asie du Sud-Est, ce qui en a fait les fruits des mandarins d'où le nom de mandarine. Elle donnera naissance à la clémentine et à de nombreux petits agrumes. On attribue également l'origine et le nom de la clémentine à un croisement effectué par un moine trappiste, le père Clément Rodier, au début du XX^e siècle à Oran. La famille des petits agrumes possède une généalogie complexe et nombre de variétés sont la résultante d'hybridations et de croisements.



La clémentine de Corse a obtenu son signe officiel de qualité en 2007

Mandarine ou clémentine ?

Les mandarines, clémentines et autres hybrides sont les leaders des étals fruits et légumes de novembre à février. Leur diversité en variété permet de proposer à la clientèle un large choix de produit riches en vitamines C.

La clémentine est le résultat d'un croisement entre la mandarine et l'orange amère appelée également bigarade. Elle se différencie de la mandarine par la quasi absence de pépins caractéristique qui en fait un fruit très prisé par les consommateurs. Elle possède une chair douce, sucrée et parfumée, recouverte d'une peau plus facilement pelable que celle de la mandarine ce qui la rend plus pratique à manger. La clémentine marque le début de saison des petits agrumes.

Les variétés précoces marisol, clemenubi, pons, arrufatina, oronules arrivent progressivement sur le marché à partir de fin septembre, début octobre. Ces agrumes de début de saison subissent souvent un déverdissement artificiel. Cette action consiste à éliminer la chlorophylle contenue dans l'épiderme des fruits par l'action de la chaleur ou de l'éthylène. Cette opération s'effectue naturellement lorsque les températures extérieures connaissent une amplitude assez importante. Or, en début d'automne, les nuits ne rafraîchissent pas assez l'atmosphère pour provoquer la dégradation naturelle des pigments chlorophylliens et l'épiderme des agrumes ne se colore pas suffisamment pour répondre aux attentes des consommateurs.

La période s'étalant de novembre à janvier marque la pleine saison. Les variétés nules et clemenules sont originaires d'Espagne; elles se distinguent par leur forme aplatie et leur peau rugueuse. L'équilibre sucre/acidité de leur chair

confère au fruit une bonne qualité gustative. Les fines tiennent leur nom de la finesse de leur écorce. Leurs fruits sont en général de petits calibres, leur saveur est sucrée. L'ambassadeur de cette variété est la fine de Corse qui a obtenu une Identification géographiquement protégée (IGP) en 2007, signe officiel de qualité européen. Les producteurs corses appliquent un cahier des charges strict reposant sur 70 critères dont les plus emblématiques sont la récolte des fruits à la main avec leurs feuilles, l'absence de déverdissement (présentation des fruits dans leur couleur naturelle) et la récolte à maturité optimale. Plus de 80 % de la production corse est commercialisée sous l'IGP qui assure une protection de l'origine et la reconnaissance que la qualité gustative de la clémentine est liée à l'identité du terroir. La clémentine de Corse est commercialisée de novembre à janvier.

Décembre marque l'apparition de la variété Clemenvilla qui est le fruit d'un croisement entre un Tangelo (lui-même issu du croisement de mandarine et pomelo) et de la clémentine. Elle présente un fruit légèrement aplati de calibre moyen. Sa peau est fine et très colorée. La chair du fruit est juteuse, parfumée, avec quelques pépins. La Clemenvilla présente outre ses qualités gustatives l'avantage d'être beaucoup moins fragile que la clémentine. Les variétés tardives Clemenu, Nour originaire du Maroc, Clementard puis Or en provenance d'Israël arrivent sur le marché en janvier-février. Ces variétés sucrées et peu acides côtoient alors sur les linéaires d'autres agrumes hybrides.

Les petits agrumes d'hiver

Minnéola ou Tangelo présente un fruit de calibre moyen, avec un épiderme très

coloré. Il se reconnaît facilement à la prééminence du pédoncule. Sa chair est juteuse, parfumée et acidulée. Il est issu d'un croisement entre Tangerine et Pomelo. Il est principalement cultivé en Israël et en Floride.

Ortanique est un fruit de gros calibre présentant une peau rugueuse avec une chair juteuse. Cet hybride est originaire du Maroc, mais il est aussi appelé Topaz lorsqu'il provient d'Israël ou des États-Unis.

Afourer, résultat du croisement entre la clémentine et le tangor présente un fruit de calibre moyen légèrement aplati principalement originaire du Maroc. Sa peau est fine et de couleur très orangée. On l'appelle également Nadorcott.

Fortuna est un hybride de clémentine et de tangerine de calibre moyen. Sa peau est lisse et adhérente de coloration rouge orangée. Sa chair est acidulée et juteuse, elle ne contient pas de pépins. Cet agrume originaire d'Espagne est présent jusqu'au début du printemps.

Ellendale marque la fin de la saison. Son fruit est de calibre moyen, il possède une peau fine, sa chair est juteuse et parfumée. En provenance d'Espagne en avril-mai, il arrive d'Argentine pendant la contre-saison, ce qui permet de trouver sur les étals des petits agrumes même en été.

Les soins au produit

À la réception, on apprécie la fraîcheur des clémentines et des petits agrumes à leur fermeté et à la brillance de leur épiderme. Il faut être particulièrement attentif en début de saison, car le déverdissement fragilise les produits. Un produit déverdi se reconnaît à son attache pédonculaire brunie, car desséchée par l'opération, qui se détache facilement du fruit. Mieux vaut éviter alors d'entasser les produits qui évoluent rapidement. Les clémentines commercialisées avec feuilles sont un gage de non déverdissement. En fin de saison, attention à la teneur en jus des fruits qui peuvent se révéler pailleux suite à un stockage prolongé.

Conseils merchandising

En magasin, implanter massivement les petits agrumes à partir de novembre, en proposant un assortiment large et profond. C'est le fruit le plus vendu jusqu'au mois de février. À côté des produits vendus en vrac, développer une offre de préemballés en barquettes, filets, ou mini-plateaux. Les mises en avant doivent être massives et permanentes. ■

Alain Roger