



GRAINES VOLTZ



Marché des F&L en France

Potentialité des légumes de diversification

Marc-Henri Blarel – 3 octobre 2018 - Angers

Faisons connaissance





qys.fr

le portail de *QuizzYourSelf*

Saisir le code

Voltz

Rejoindre >



Pourquoi ?

Quoi ?

Comment ?



**Le marché français
des fruits et légumes
et attentes consommateurs**



Le marché des Fruits & Légumes en France

11,2
milliards d'€

Univers Ts Circuits – Annuel 2017

100% de foyers
acheteurs 

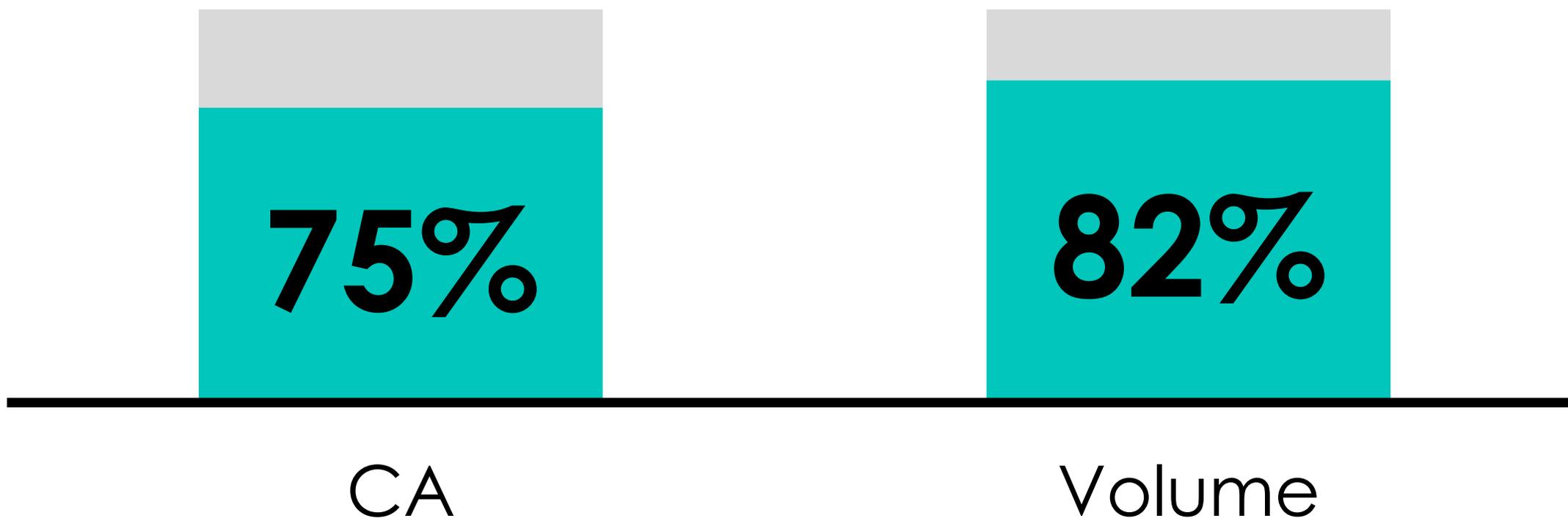
406€ dépenses
annuelles / foyer

64 actes d'achat
dans l'année

6,4 €
dépensés à
chaque visite

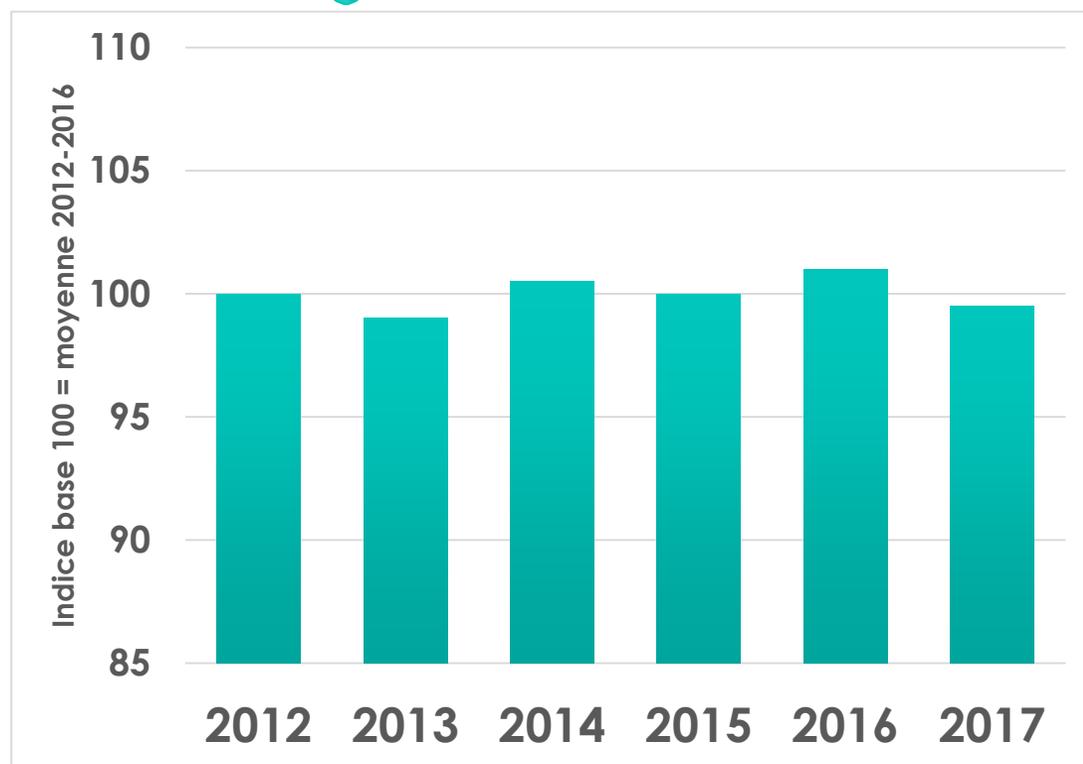
2,6Kg
achetés à
chaque visite

Part de marché des F&L Bruts en France

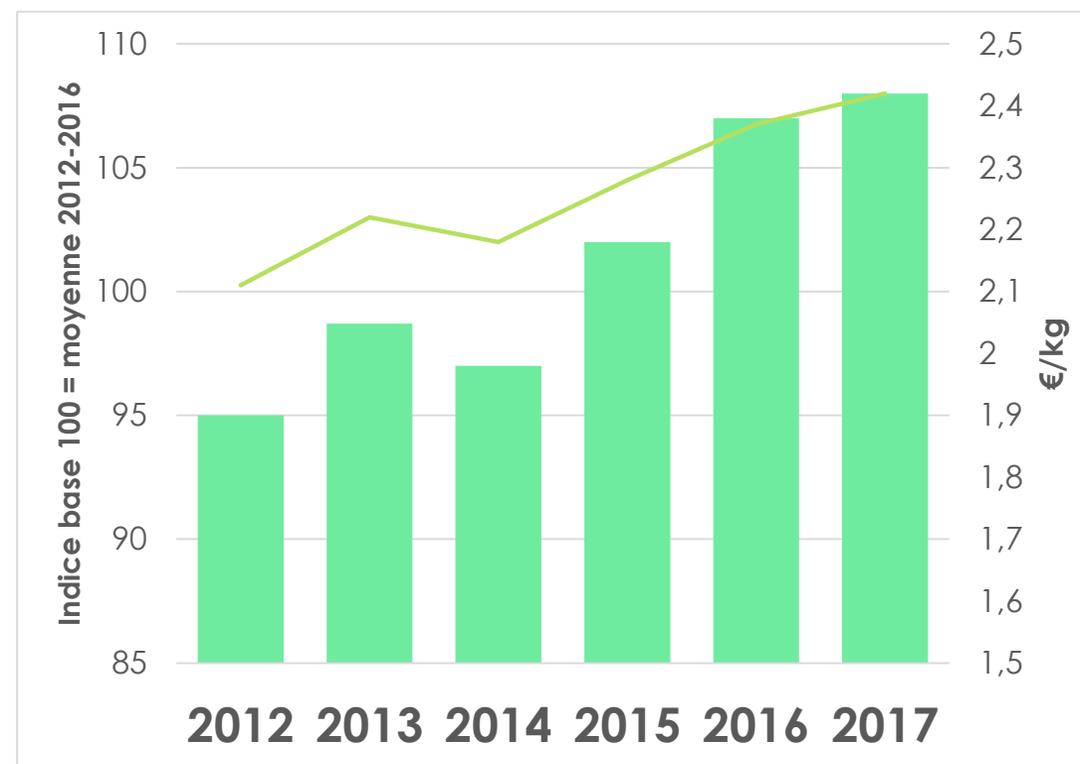


Un marché F&L stable en volume...

et qui se valorise

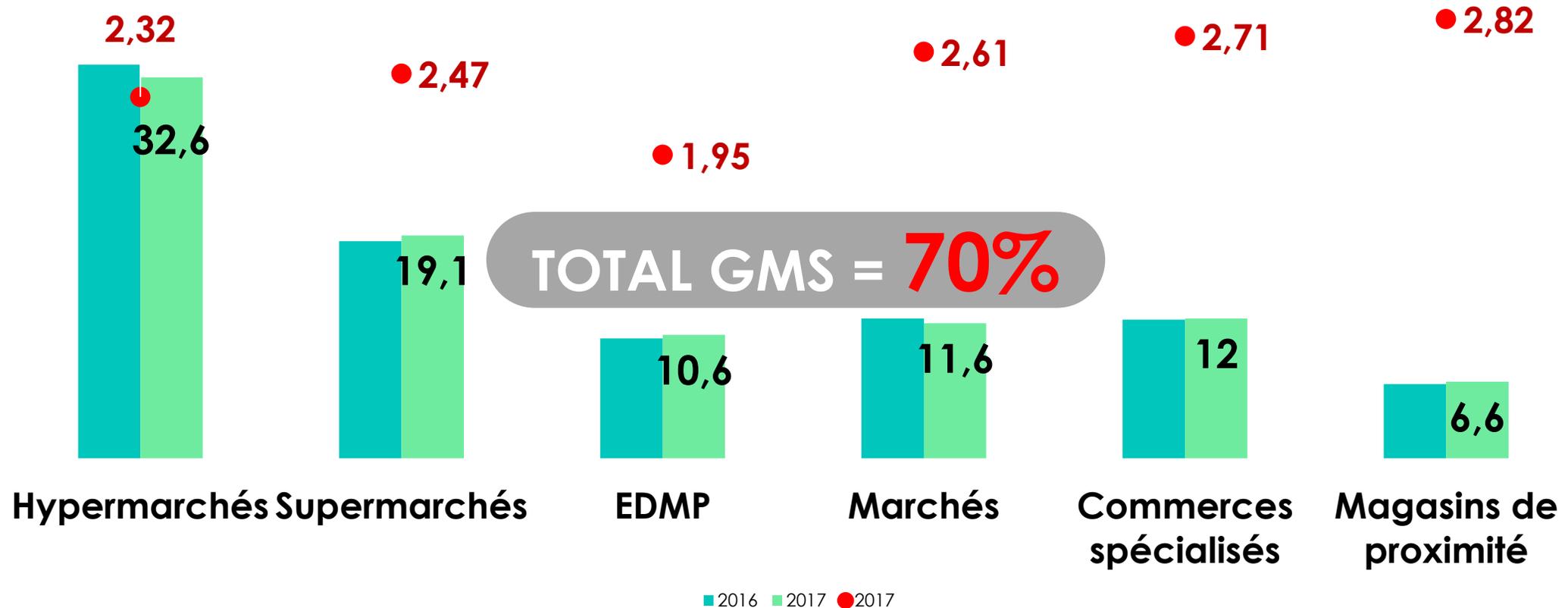


Evolution VOLUME



Evolution VALEUR

Part de marché par Circuit de distribution



Quels sont les déterminants majeurs de la consommation de F&L ?

Taille ménages



Age



Temps dispo pour
préparer repas



Souhait repas
sans conflit



Pourquoi la diversification émerge ?

Contexte concurrentielle de la distribution

Demande stable

- Portée par 65 ans et +

Inflation des surfaces commerciales

- Maturité Hyper+Super
- Développement GSF
- Montée en gamme EDMP
- Points de vente de producteurs, AMAP, vente en ligne, ...
- Nouveaux barbares

Attentes multiples

- Saveur
- Sain
- Local
- Equitable
- « Sans »
- Plaisir
- Naturel

vs Prix

Pourquoi diversifier ?

Exclusivité
Choix
Spécialiste

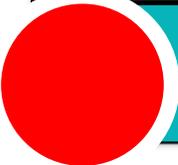


DESTINATION
Image et Fréquentation
Avoir une offre supérieure aux concurrents



SERVICE
Marge
Avoir un niveau de marge > moyenne

Prix supérieur



ROUTINE
Volume
Proposer des achats croisés et PVC + bas



SAISONNIER
Stimuli
Gammes et promotions saisonnières

Nouveauté
Surprise



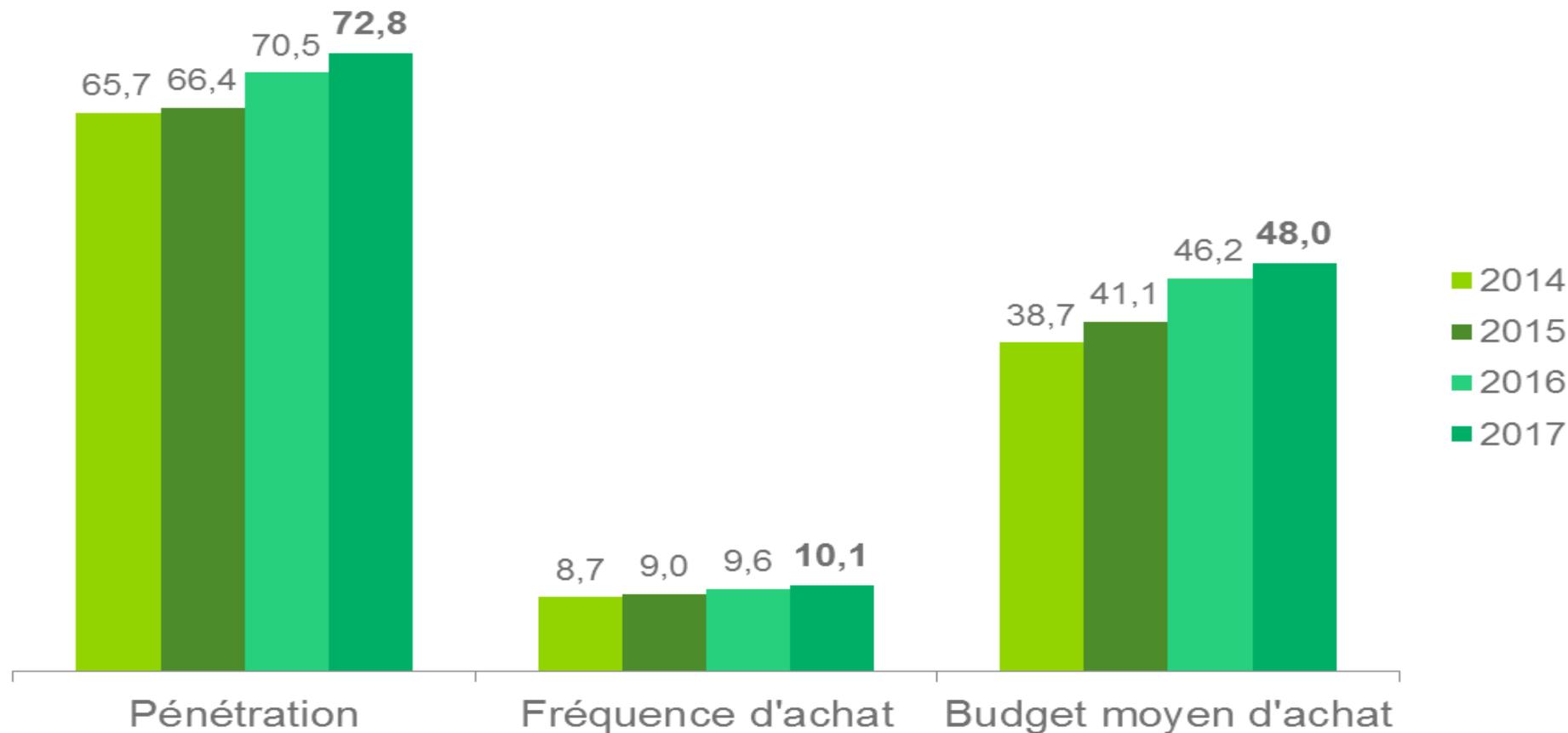
Tendance #1

Le bio continue de se développer

Des acheteurs de fruits & légumes bios qui ne consacrent au bio que

8.7%

de leurs achats de fruits & légumes.



Tendance #2

L'entrée disparaît au profit de l'apéritif

- un individu sur trois
- **1,9 apéritif** / semaine.
- 7 % des repas
- **39 millions** d'occasions de consommation par semaine à domicile
- **+4 %** d'occasions de conso. depuis 2014, soit +1,3 million/semaine.

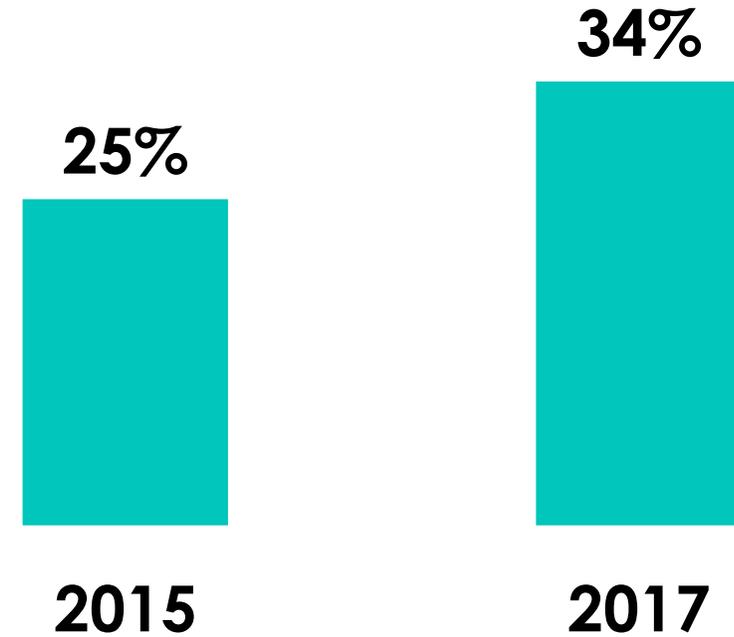


Tendance #3

Flexitarisme et végétalisation assiette



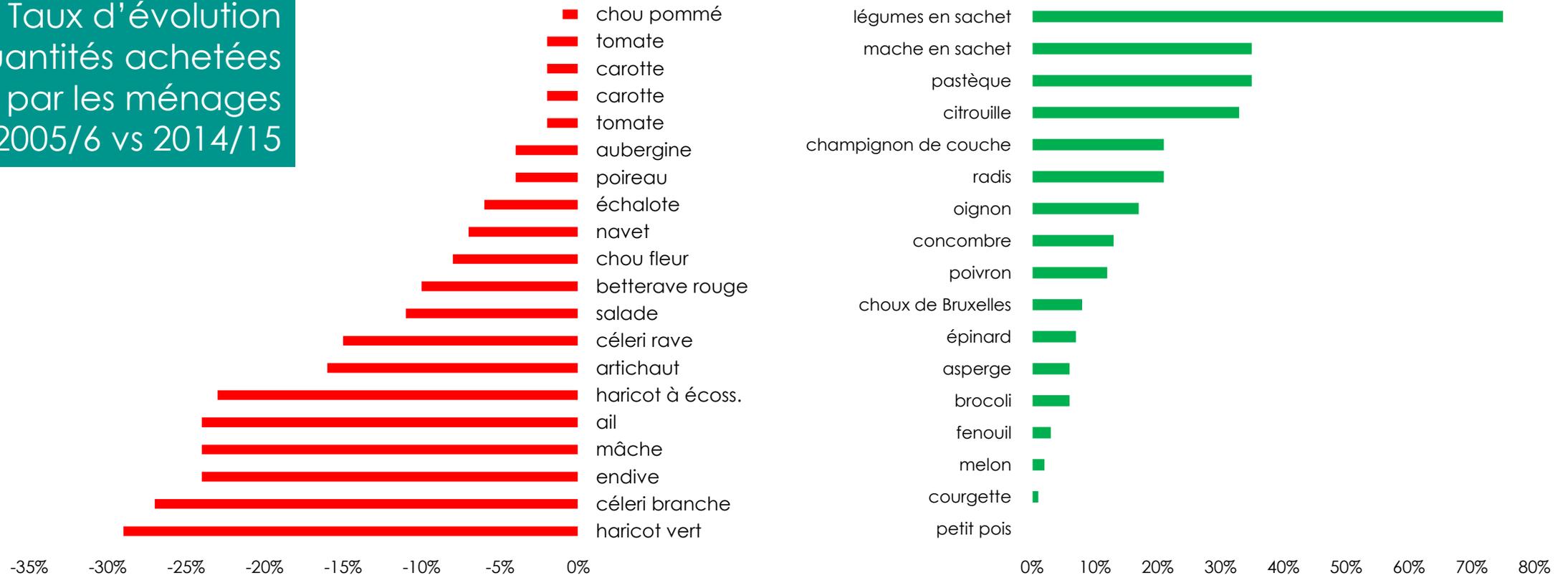
Evolution Taux de flexitariens



Tendance #4

Performance par famille de légumes

Taux d'évolution
quantités achetées
par les ménages
2005/6 vs 2014/15





2



Exemples
de diversification

Aubergine



Ronde



Tigrée



Blanche



Longue

Concombre



Conventionnel ou Bio



x2



Noa



Mini-concombre

Courgette



Jaune



Ronde

À farcir



Blanche

Crudité



Fleur

Friture

Courges



Sans
épluchage

Potimarron



Carotte



Navet



Violet rond



Jaune rond



Poivron



Fraise Charlotte

1
variété



1
parfum



1
pack
400g



1
marque



1 prix
facial





Passer à l'action

Comment diversifier ?

Conditions de réussite



Domination par les coûts

Différenciation

Concentration

Comment diversifier ?

Conditions de réussite

Offre

Valeur
perçue

Qualité
maîtrisée

Produit
identifiable

Maîtrise
volume

Variété
Packaging
Com'

Disponibilité
Plan B.

Distribution

Barrières à
l'entrée

Sélection
Clients

Marque,
Technique,
Variété...

Circuits
Enseignes

Prendre en compte les contraintes des distributeurs

optimisation
de la **logistique**

Place en rayon

Vrac : zéro
démarque inconnue

Casse vs masse
critique de vente
>1 colis/jour/mag

Questions/Réponses



@mhb_twitter



mh.blarel@gmail.com



marc-henri-blarel