



Christian Hutin
Chef du département Produits
et Marchés

Anna DUVAL
Chargée de Communication
Ctifl - 22 Rue Bergère - 75009 PARIS
Tel : 01 47 70 45 31 / Fax : 01 42 46 21 13
e-mail : duval@ctifl.fr

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 23 mai 2012

Le Ctifl publie une étude sur la Fraise : « Analyse du marché, perception de la distribution et du détail »

(par Xavier Vernin, département Produits et Marchés du Ctifl, 90 p.)

A la demande de l'AOP nationale fraise, le Ctifl vient de réaliser une étude sur le marché de la fraise, afin de connaître la perception et les attentes des opérateurs de la distribution vis-à-vis de l'approvisionnement du marché de la fraise en France. Son objectif est d'inventorier les possibilités et moyens à mettre en œuvre afin d'inciter les acteurs de l'aval à privilégier plus encore la production nationale. La situation du marché européen, comme du marché français, témoigne d'un marché mature, le potentiel européen étant suffisant pour alimenter une large proportion de son marché intérieur. L'Espagne conserve sa position de leadership alors que la France a accru sa dépendance aux importations. Pratiquement la totalité des fraises françaises dessert le marché intérieur, marché où la consommation progresse en valeur plus qu'en volume. La distribution est satisfaite de la diversité des origines et de la qualité de l'offre, Gariguettes constituant la variété représentative de l'excellence ou de la singularité française. Toutefois les importations réalisent une part incontournable des ventes sur les rayons, leur présence étant une garantie de disponibilité du produit et de prix très compétitifs. Lors de la pleine saison, la préférence est donnée à l'approvisionnement national, voir local, dont les avantages garantissent maturité, fraîcheur et tenue. Ces derniers critères, fraîcheur et tenue, constituent également les axes d'amélioration les plus attendus de la distribution.

Après une première partie orientée sur le marché de la fraise (marché mondial, marché européen, situation française, achats des ménages de fraises et de Gariguettes), cette étude se consacre en deuxième partie à la segmentation de la fraise, au travers de la perception par la distribution :

- ⇒ Connaissance de l'offre
- ⇒ Construction de l'assortiment
- ⇒ Appréciation de la qualité de l'offre
- ⇒ Déterminants des campagnes fraises et dynamique commerciale

Le « barquetage » de la gamme fraise constitue le support principal de la segmentation sur le rayon. Cette présentation autorise une présence simultanée d'origines et de qualités différentes. L'arbitrage entre les origines nationales ou d'importations ne présente pas de difficulté particulière aux acheteurs. L'identification variétale à partir d'un format de barquette ad-hoc est globalement bien accueillie par la distribution. Au niveau de l'amélioration de la qualité et de la tenue en particulier, les moyens à mettre en œuvre concernent autant la production que la distribution dans son ensemble. Des pistes d'amélioration sont proposées dans cette étude, certaines plus organisationnelles, d'autres plus techniques.

Commande :

Cette étude est disponible auprès du Ctifl au prix de 23 euros + 4 euros de frais de port.

Adressez votre commande accompagnée d'un règlement (chèque à l'ordre du Ctifl) à : Mme Marie-France Patry
Ctifl - Centre de Lanxade - 28, route des Nébouts - 24 130 Prignonrieux - Tel. : 05 53 58 00 05.