

LA FRAISE AU STADE DÉTAIL EN 2018

>>> ENQUÊTE SEMAINE 14

La production et la consommation sont perturbées par une météo instable au cours de cette campagne. L'important déficit de luminosité et les températures très basses fin février ralentissent la maturation des fruits. Le démarrage de campagne est moins précoce avec de faibles volumes. La commercialisation s'effectue sur un marché engagé en début de saison, facilitant les écoulements dans un commerce qui se cherche. Les fêtes pascales, traditionnellement propices aux ventes de fraise, coïncident pour cette année avec une offre faible confrontée à une consommation peu enthousiaste. A la mi-avril, la fraise ronde se trouve plébiscitée. Les stations d'expédition travaillent à flux tendu car le produit est sous-approvisionné. Peu à peu, la progression des apports, favorisée par des températures en hausse, commence à alourdir le marché au niveau national. La fraise ronde rentre en pic de production fin mai et voit son marché déséquilibré par l'importance des volumes disponibles. Le commerce retrouve son équilibre début juin, suite à la baisse de l'offre. La moyenne des cours expédition est proche des cinq dernières années en variétés rondes et légèrement supérieure en Gariguette.

Chaque semaine, le Réseau des Nouvelles des Marchés réalise une enquête au stade détail dans un panel de 150 GMS⁽¹⁾ et de 30 magasins HD⁽²⁾ représentatifs de la grande distribution française. La fraise figure parmi les produits enquêtés.

En 2018, des informations spécifiques complémentaires ont été collectées dans ce panel* en semaine 14, du 03 au 06/04/2018. Une enquête du même type avait déjà été réalisée les années passées, la précédente en 2016.

Lors de cette enquête exhaustive, les prix de toutes les références⁽³⁾ présentes sur les étalages sont relevés en fonction du mode de culture, de la variété, de la catégorie, de l'origine et du conditionnement : au total, 686 relevés ont ainsi été effectués en magasins (635 en GMS et 51 en HD).

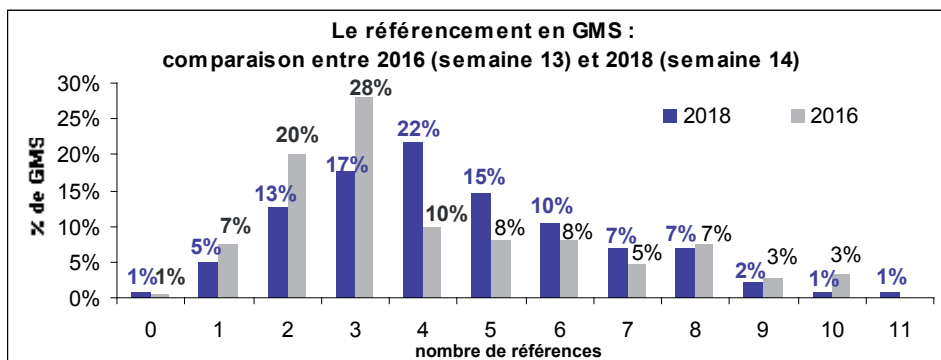
* enquête effective sur 143 GMS et 28 HD en semaine 14 de 2018

(1) GMS : grandes et moyennes surfaces de plus de 1 000 m²

(2) HD : hard-discount

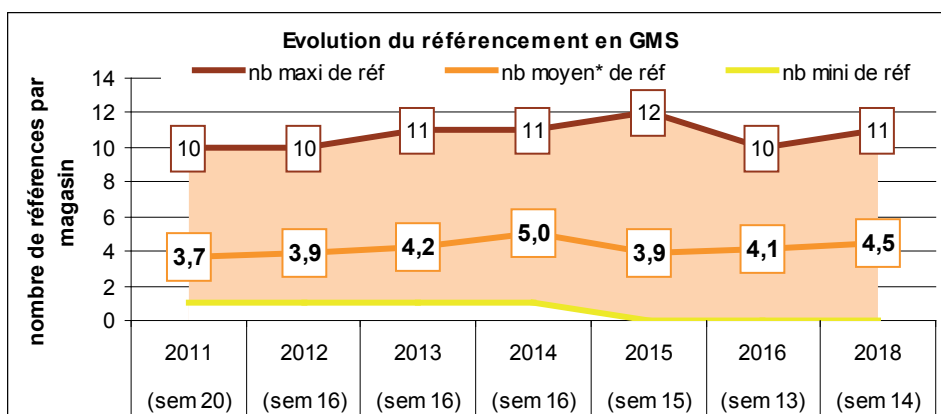
(3) On entend par référence l'ensemble des caractéristiques du produit qui le distinguent des autres dans le magasin.

Le référencement



A une exception près, la fraise est présente dans la totalité des GMS enquêtées. Plus de la moitié des magasins proposent de 3 à 5 références à la vente. Jusqu'à 11 références différentes ont pu être observées dans un même magasin.

Les magasins HD disposent le plus souvent de 1 ou 2 références, le maximum n'excède pas 4.



En moyenne, 4,5 références sont proposées à la vente dans les GMS en semaine 14 de 2018.

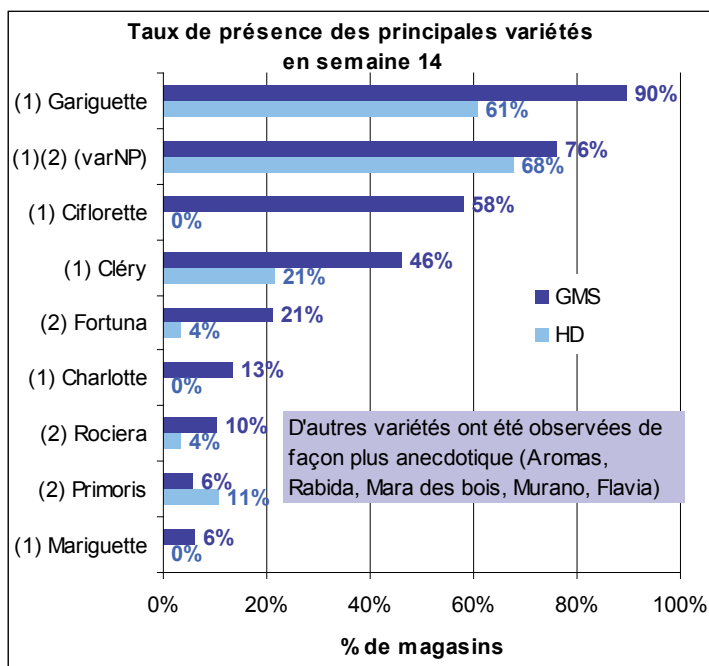
En magasins HD, le nombre moyen de références s'établit à 2,0.

SOMMAIRE

• La segmentation de l'offre	page 2
• La valorisation de l'offre	page 3
• Les prix	page 4
• Le stade détail sur l'ensemble de la campagne 2018	page 4

La segmentation de l'offre

Les variétés



Le trio de tête des variétés les plus présentes en GMS est le même qu'en 2016. Pour chacune d'elles, les taux de couverture progressent. En ce début de saison des fraises de printemps, la Gariguette, observée dans 90 % des GMS, demeure leader (+5 points par rapport à 2016). Elle est suivie de la Ciflorette (58 %, en progression de 15 points par rapport à 2016), puis de la Cléry (46 %, +15 points également).

Dans les magasins HD, la Gariguette arrive aussi en tête (si on exclut les relevés pour lesquels la variété n'a pas pu être identifiée). En revanche, la Ciflorette n'y a pas été observée lors de cette semaine d'enquête.

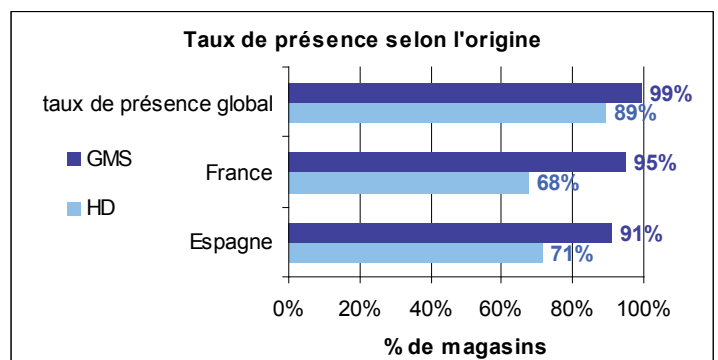
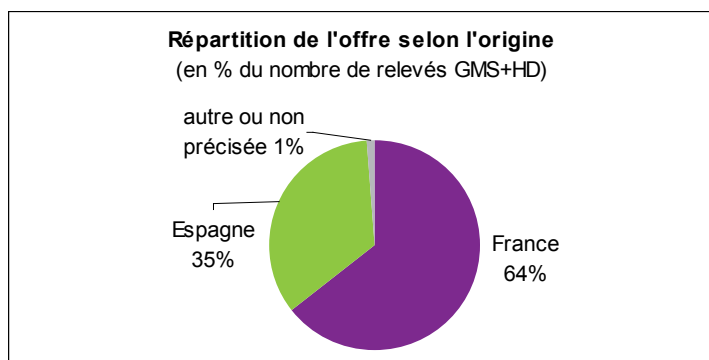
En comparaison avec 2016, la Mariguette fait son entrée dans le classement des principales* variétés (*relevées dans plus de 5 % des GMS). Concernant les variétés espagnoles, la Rociera prend la place de la Candonga.

(1) Les variétés Gariguette, Ciflorette, Cléry, Charlotte et Mariguette sont d'origine française.

(2) Les autres variétés (Fortuna, Rociera, Primoris) sont uniquement espagnoles.

Pour un quart des relevés, la variété n'a pas pu être identifiée (varNP). Et dans 8 cas sur 10, lorsque la variété n'est pas précisée, la fraise est d'origine espagnole.

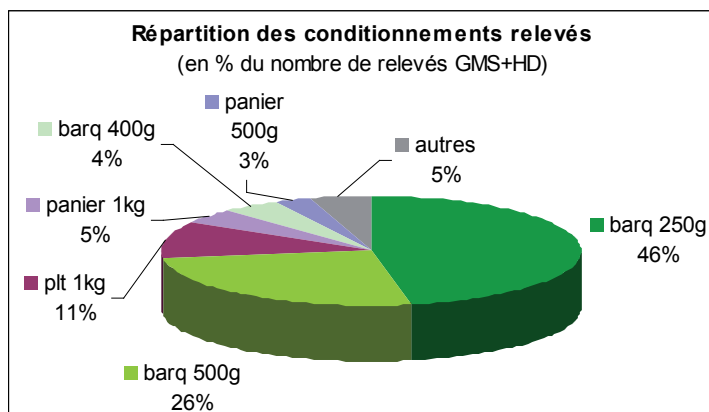
Les origines



La répartition des origines est similaire à celle de 2016 ; l'offre française domine avec 64 % des relevés, l'espagnole représente 35 %. Avec moins de relevés, l'offre espagnole se place cependant dans presque autant de magasins que la française. Cela montre que l'offre française est plus diversifiée que l'espagnole.

Par rapport à 2016, l'origine France progresse en HD : +16 points (68 % contre 52 %), compte tenu notamment d'une baisse globale de l'apport espagnol sur la campagne 2018.

Les conditionnements



Sans surprise, en ce début de saison, c'est la barquette de 250 g qui est la plus souvent observée. La répartition entre les différents conditionnements est relativement stable d'une année sur l'autre. Il est à noter qu'aucun plateau 2kg n'a été relevé (3 % des relevés en 2016).

Les signes de qualité

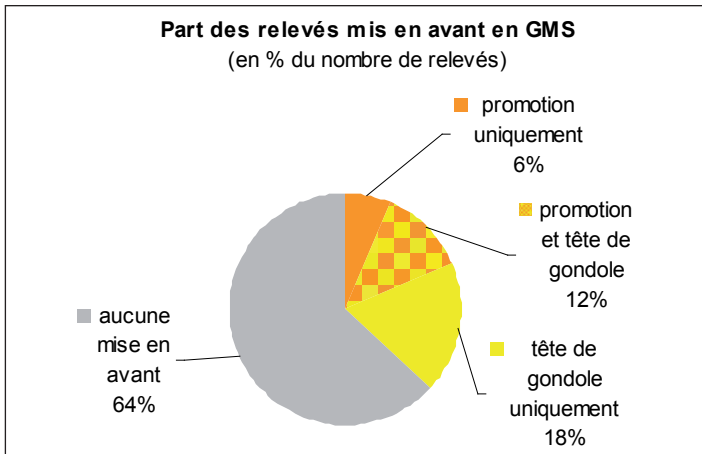
mention particulière	nombre de relevés		
	2018 (sem 14)	2016 (sem 13)	2015 (sem 15)
de Plougastel	43	30	21
de Carpentras	40	27	20
Label rouge	11	10	5
IGP Fraise de Nîmes	1	2	2
IGP Périgord	0	1	0
biologique	22	10	13

Les signes de qualité particuliers représentent une part relativement faible des relevés : 14 % en semaine 14 de 2018. Cependant, les mentions "de Plougastel", "de Carpentras" et le mode de production biologique enregistrent une progression notable par rapport aux années antérieures.

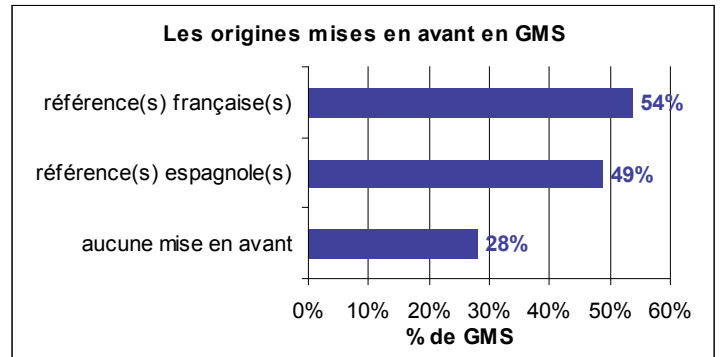
La valorisation de l'offre

Les mises en avant : promotions et têtes de gondole

- 62 % des GMS présentent au moins 1 référence en tête de gondole.
- 51 % des GMS proposent au moins 1 référence en promotion.
- Seulement 28 % des GMS ne mettent en place aucune action pour promouvoir la fraise.



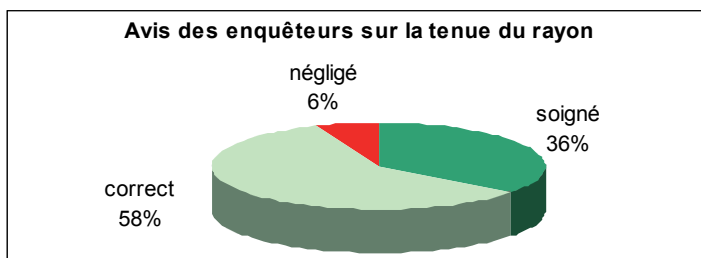
Sur les 635 relevés effectués en GMS, 36 % font l'objet d'une mise en avant, par le biais d'une promotion et/ou d'un placement en tête de gondole. Parfois, dans un même magasin, plusieurs références peuvent être privilégiées conjointement sur les étals.



La fraise française devance l'origine espagnole pour le taux de mise en avant : dans 54 % des GMS pour la première, dans 49 % pour la seconde.

Dans 31 % des magasins, les deux origines sont mises en avant simultanément. Certains magasins choisissent au contraire de ne mettre à l'honneur qu'une seule origine : la France dans 21 % des GMS, l'Espagne dans 17 % des GMS.

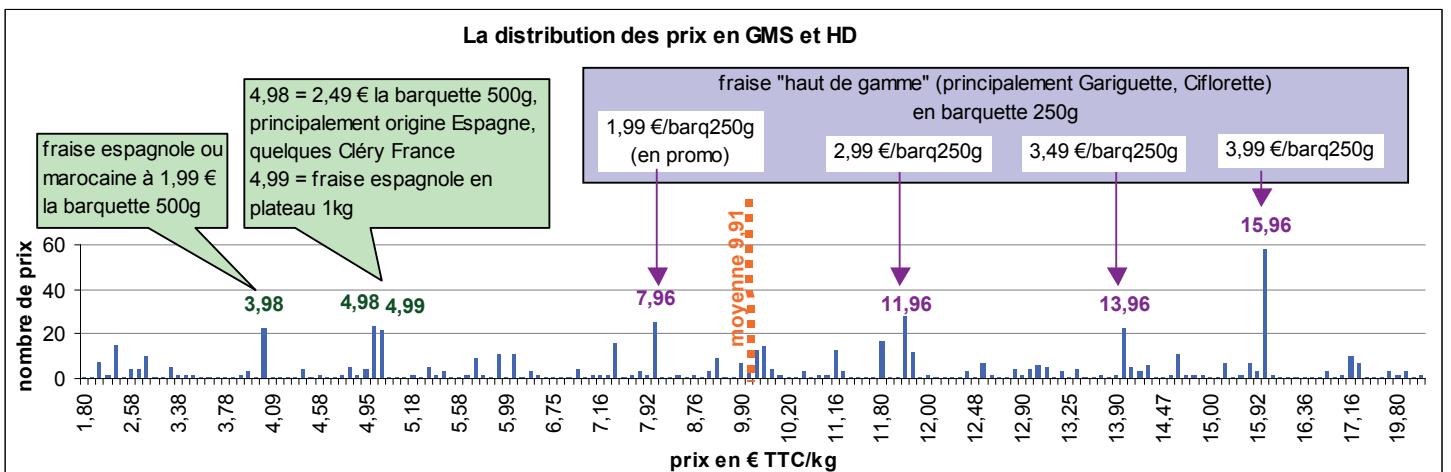
La tenue du rayon



Même si ce critère fait appel à la sensibilité de l'enquêteur, la bonne présentation du rayon fraise semble être l'usage.

Les prix

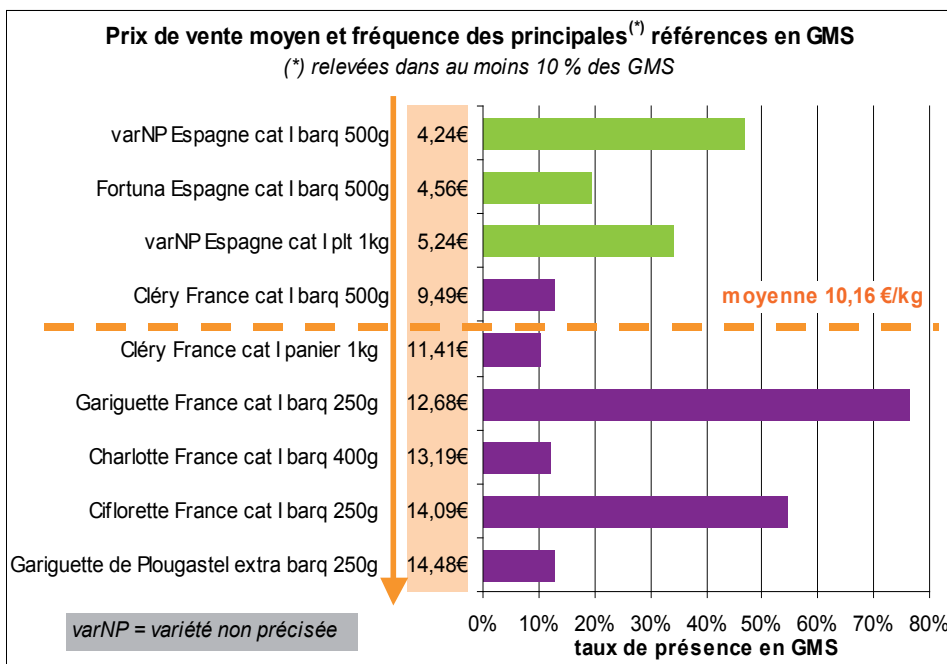
Les prix les plus couramment pratiqués



La fraise cherche à atteindre tous les types de consommateurs : que ce soit dans les produits à petits prix (1 € la barquette de 500 g) ou dans le haut de gamme (jusqu'à 3,99 € la barquette de 250 g).

Les prix (suite)

Les prix des principales références



En semaine 14, les trois principales références **les moins chères** vendues en GMS sont d'origine espagnole (de 4,24 à 5,24 €/kg).

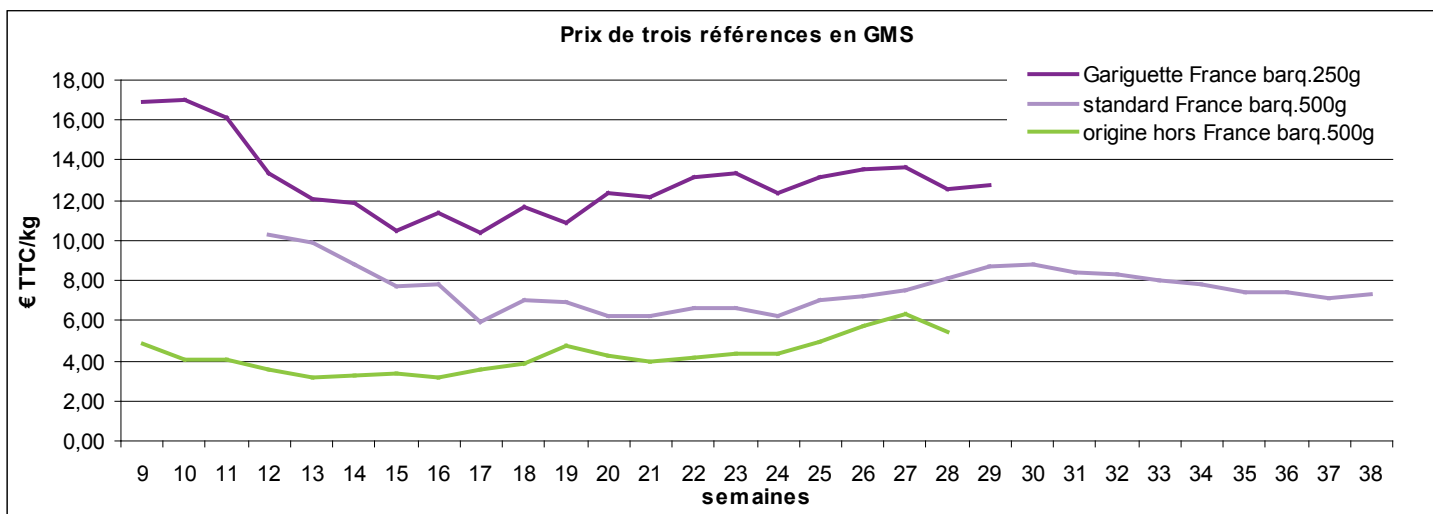
Deux références sont vendues dans plus de la moitié des GMS :

- la Gariguette France catégorie I en barquette 250 g : dans 76 % des GMS à un prix moyen de 12,68 €/kg,
- la Ciflorette France catégorie I en barquette 250 g : dans 55 % des GMS à un prix moyen de 14,09 €/kg.

En HD, le choix est plus limité, seulement deux références sont significativement présentes :

- la fraise d'Espagne en barquette 500 g : dans 45 % des HD à 4,13 €/kg ;
- la Gariguette France catégorie I en barquette 250 g : dans 41 % des HD à 10,12€/kg.

Le stade détail sur l'ensemble de la campagne 2018



Trois phases peuvent se distinguer en Gariguette : une première période correspondant au démarrage de la saison avec des prix hauts, une seconde étape où les cours sont plus oscillants (offres promotionnelles) et enfin une troisième phase de fin de campagne avec des prix en progression.

Il est à noter que pour les fraises "standard" et l'origine hors France, la différence de prix est plus marquée en début de campagne. Les prix se rapprochent à partir de la semaine 19 et conservent un écart constant par la suite.

Pour en savoir plus sur la fraise au stade détail :

Directrice de la publication : **Christine Avelin**

Composition : **RNM Bordeaux (Nina Riaux)**

Date de parution : novembre 2018

Rédacteurs : **Nathalie Duranton-Eveillard et Loïc Lecherbonnier (RNM Agen)**
Nina Riaux (RNM Bordeaux)

Centre d'Agen : 05.53.77.29.30

Centre de Bordeaux : 05.57.35.02.80

notre site : <https://RNM.franceagrimer.fr>

Reproduction autorisée sous réserve de citer la source.

Prestation réalisée sous système de management de la qualité ISO9001.