

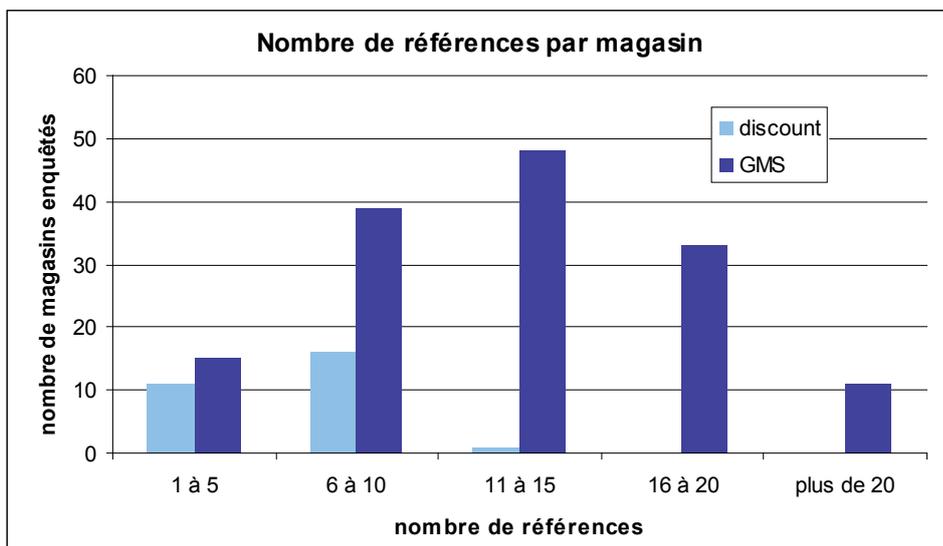
# LES SALADES AU STADE DÉTAIL EN 2016 >>> ENQUÊTE SEMAINE 5

En 2016, le Réseau des Nouvelles du Marché a réalisé, pour la première fois, une enquête sur les salades au stade détail dans un panel de 146 GMS<sup>(1)</sup> (de plus de 1 000 m<sup>2</sup>) et 28 magasins hard-discount représentatifs de la grande distribution française. Ces relevés spécifiques ont eu lieu en semaine 5, du 1<sup>er</sup> au 5 février. Toutes les références<sup>(2)</sup> de salades ont été déclinées selon le mode de culture, la variété, l'origine, le conditionnement : au total 2 022 relevés ont été effectués en magasins (1 854 en GMS et 168 en discount).

(1) GMS : grandes et moyennes surfaces

(2) On entend par référence l'ensemble des caractéristiques du produit (variété, origine, conditionnement, label, mode de culture, etc...) qui le distinguent des autres dans le magasin.

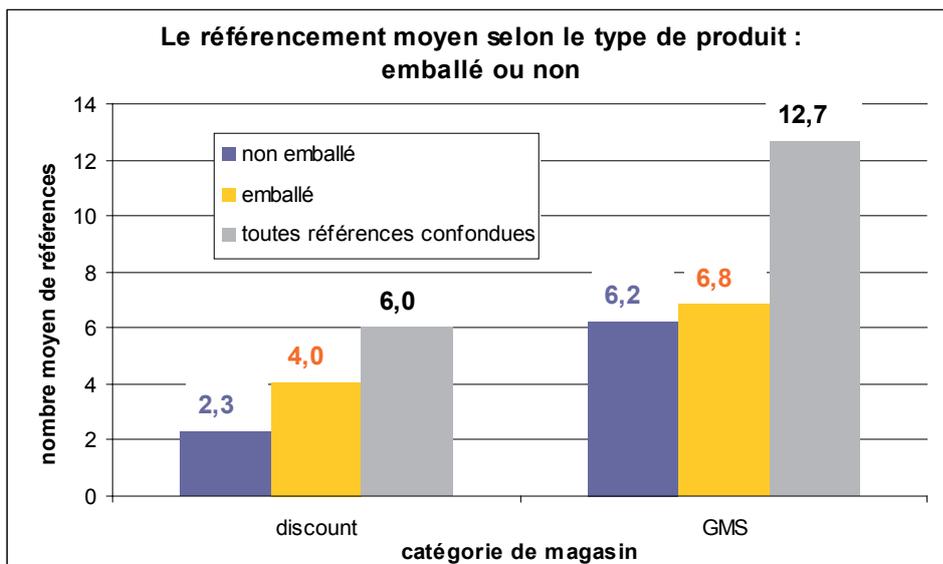
## Le référencement



Avec une moyenne de 13 par magasin, les GMS proposent approximativement deux fois plus de références de salades que les magasins discount.

Mais ces moyennes cachent de grandes disparités : de 1 à 12 références ont pu être observées en magasin discount, et de 2 à 36 en GMS.

Les produits sans emballage représentent la moitié des références salades en GMS et seulement le tiers en discount. Le coin verdure du rayon est préservé en GMS, d'autant qu'au moins 20 % des GMS du panel possèdent des brumisateurs, ce qui n'est pas le cas en discount.



## SOMMAIRE

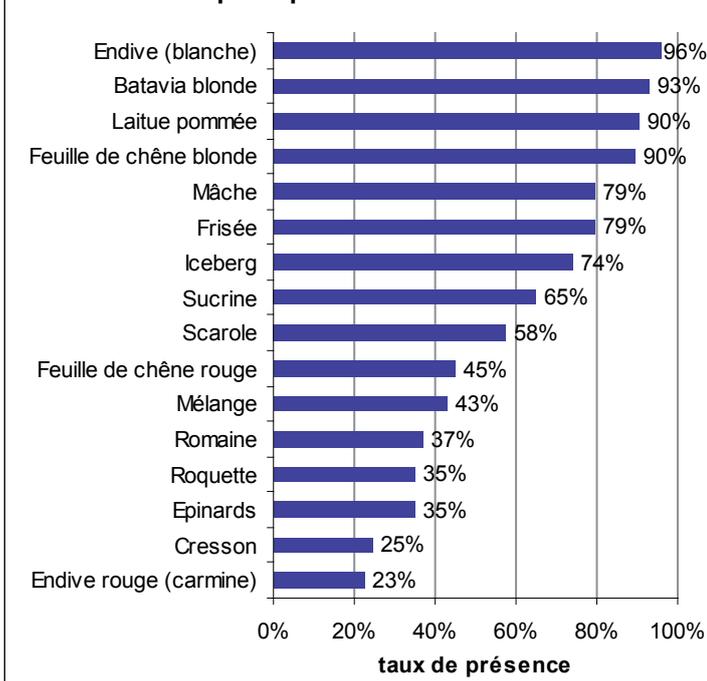
- La segmentation de l'offre page 2
- La valorisation de l'offre page 3
- Les prix page 4

# La segmentation de l'offre

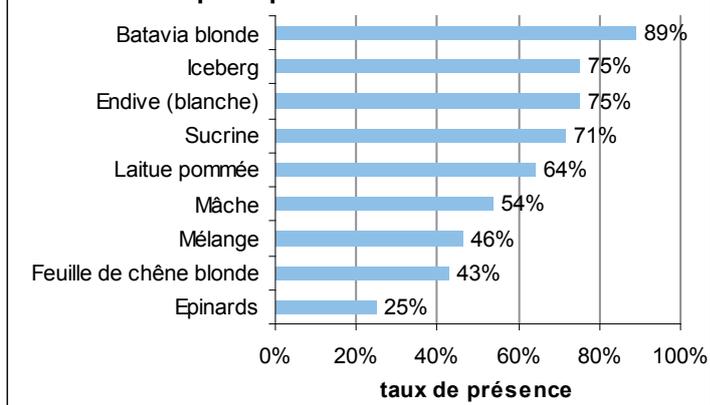
## Les variétés :

la batavia et l'endive reines des rayons

### Les principales variétés en GMS



### Les principales variétés en discount

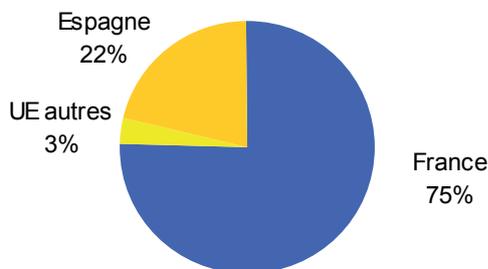


Les salades sont incontournables dans le rayon fruits et légumes des GMS, avec 4 variétés différentes présentes dans plus de 90 % d'entre elles.

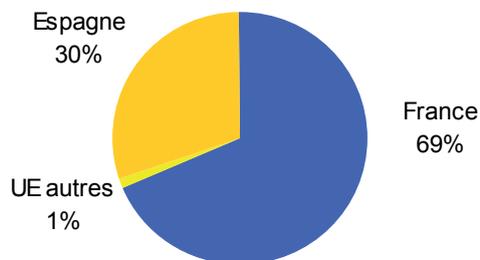
En hard discount, elles sont moins bien représentées, avec seulement une variété (la Batavia blonde) qui frôle les 90 %. La différence de taux de présence entre GMS et magasins discount est particulièrement marquée pour la Laitue pommée et la Feuille de chêne blonde.

## Les origines

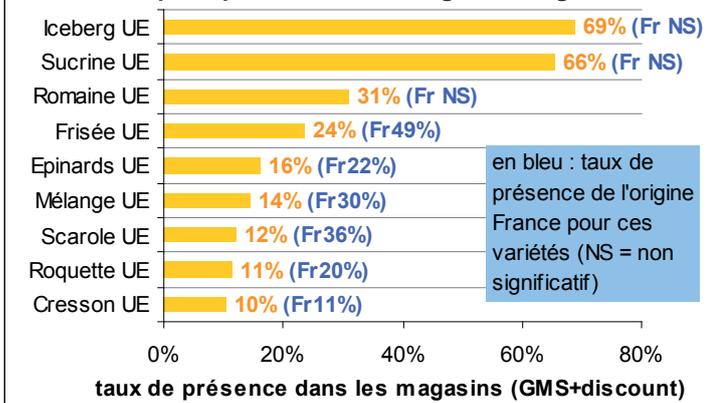
### Origines relevées en GMS (en % du nombre de relevés)



### Origines relevées en discount (en % du nombre de relevés)



### Les principales variétés d'origine étrangère



Toutes catégories de magasins confondues, plus d'un quart des relevés concerne des produits d'origine hors France. Ce taux est plus important en hard discount (31 %) qu'en GMS (25 %). Les origines "hors France" sont exclusivement d'Union européenne, et principalement d'Espagne.

Parmi les références d'origine étrangère, deux variétés se détachent : l'Iceberg et la Sucrine, qui sont des présentations emballées.

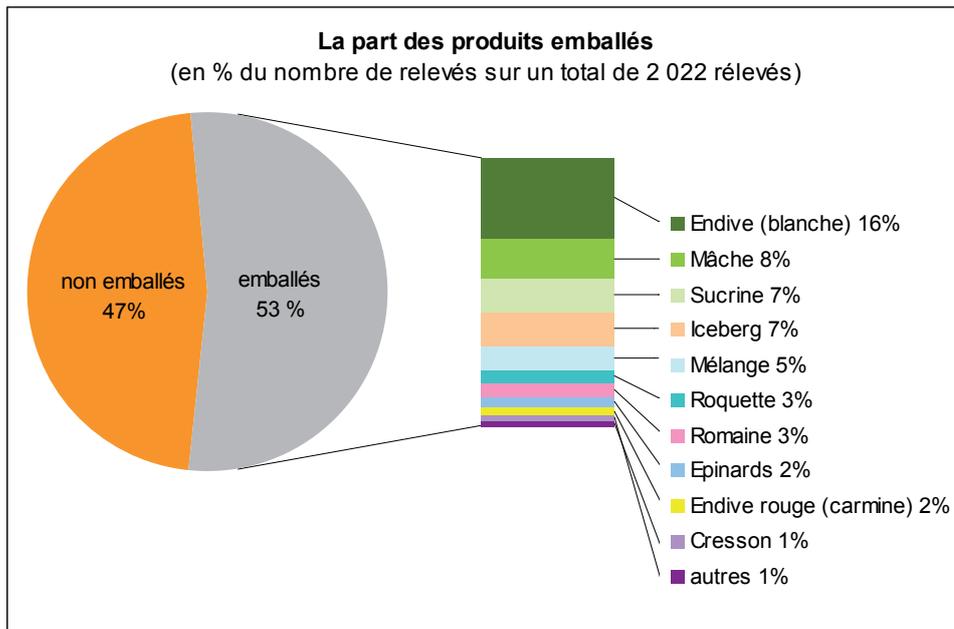
Iceberg, Sucrine et Romaine ne sont presque jamais d'origine française.

## Les signes de qualité

Seulement 48 relevés sur les 2 022 portent sur des produits biologiques. La Batavia blonde est la plus présente avec 12 relevés. Seulement 9 relevés portent sur des produits Label rouge (endives et épinards).

## La segmentation de l'offre (suite)

### Les emballages

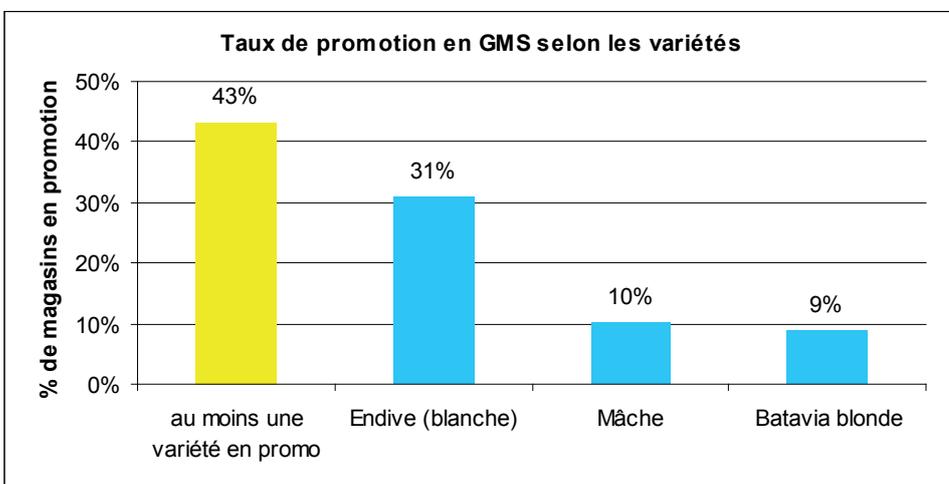


Plus de la moitié des 2 022 relevés portent sur des produits emballés. De nombreuses variétés sont concernées. L'endive blanche arrive en première place : elle représente plus de 30 % des produits emballés.

Les présentations emballées facilitent la gestion du rayon. C'est sans doute pour cette raison qu'elles sont prépondérantes en hard discount : l'aspect pratique et rapide est privilégié.

## La valorisation de l'offre

### Promotions et têtes de gondole

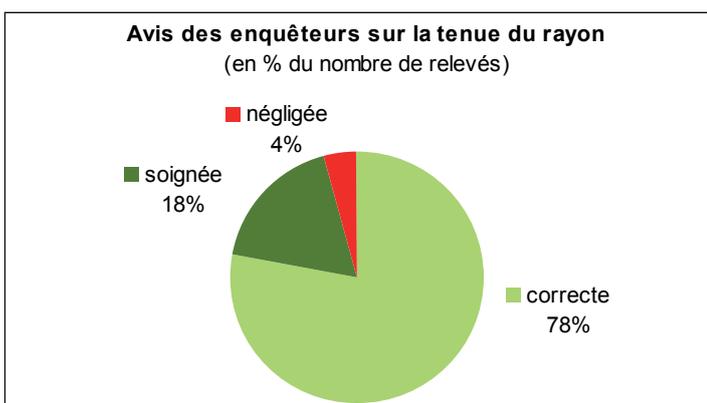


Les salades font peu l'objet de promotions en GMS.

L'endive fait figure d'exception. En semaine 5, elle a été observée en promotion dans près d'un tiers des magasins enquêtés. Elle est alors généralement présentée en tête de gondole.

Sur la période d'octobre 2015 à avril 2016, parmi les relevés hebdomadaires des 180 magasins enquêtés par le RNM (soit un total de 5 500 enquêtes), figurent plus de 1 000 relevés en promotion pour l'endive sachet 1 kg, contre seulement 250 en Batavia blonde.

### La tenue du rayon

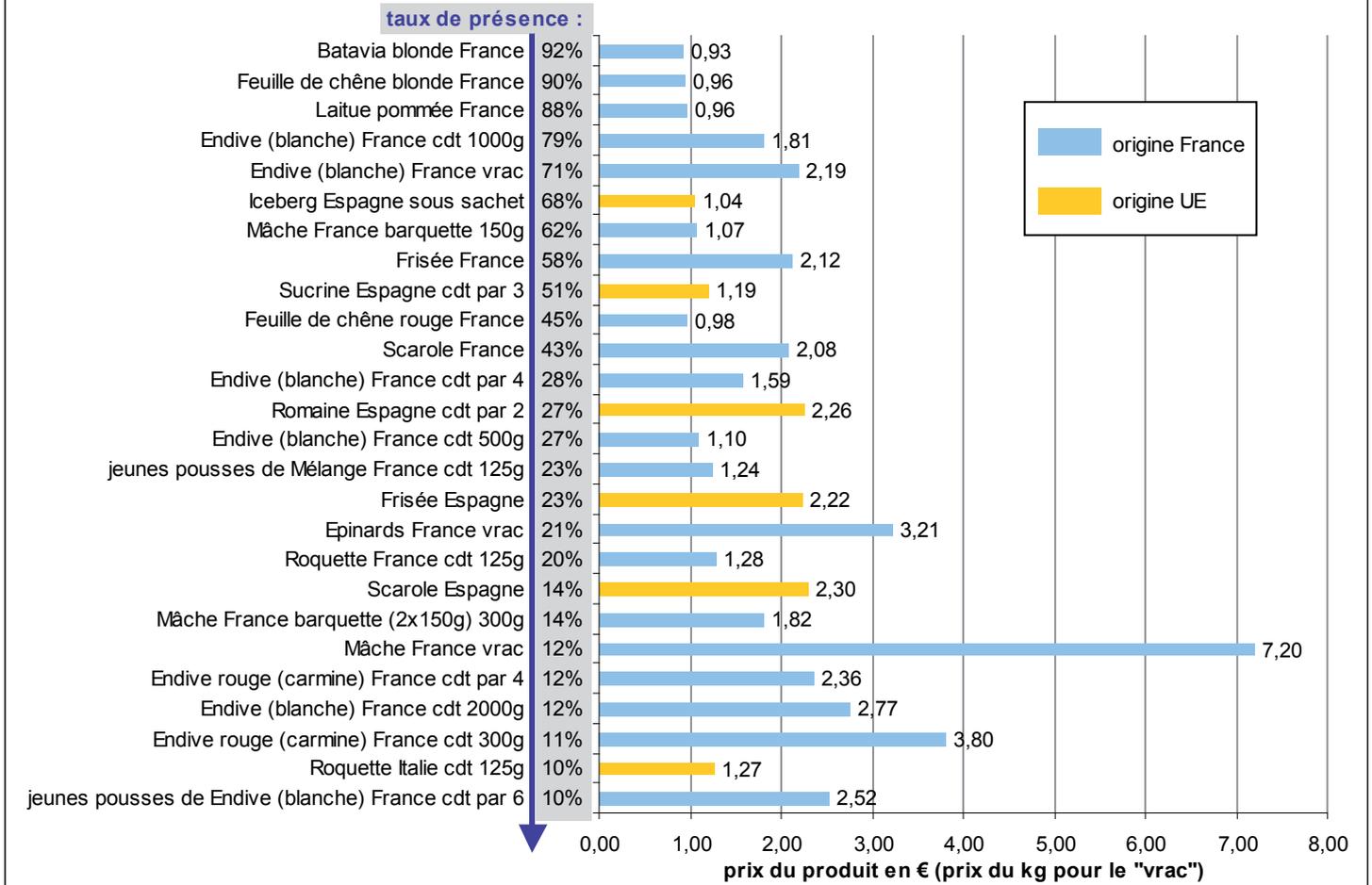


Même si ce critère fait appel à la sensibilité de l'enquêteur, la bonne présentation du rayon salades semble être l'usage.

Environ 20 % des GMS enquêtées sont équipées d'un système de brumisateurs pour améliorer la fraîcheur du rayon salades.

# Les prix

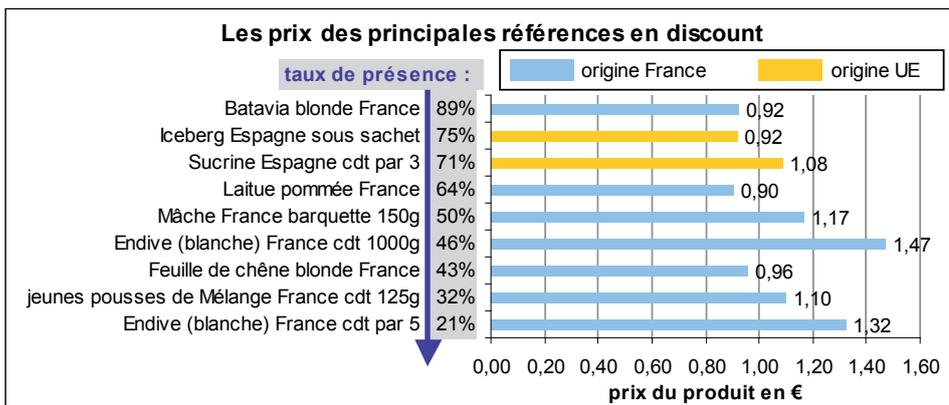
## Les prix des principales références en GMS



En GMS, la Batavia blonde, la Feuille de chêne blonde et la Laitue pommée d'origine France, forment le trio de tête en taux de présence des références relevées. Leur prix se situe autour de 0,95 €/pièce.

Les endives blanches France conditionnées 1 kg, puis vrac occupent les places suivantes en termes de référencement, à un prix respectivement de 1,81 €/kg et 2,19 €/kg. Sous ses différentes formes, l'endive blanche est présente dans 96 % des GMS (voir en page 2 la segmentation par les variétés).

Vendue à 1,04 €, l'Iceberg Espagne sous sachet est en 6<sup>ème</sup> place dans les GMS ; elle est la première des références d'origine étrangère avec un taux de présence de 68 %.



d'origine étrangère avec un taux de présence de 68 %.

Cette même référence, vendue à 0,92 €, arrive en deuxième place dans les magasins hard discount au même prix que la Batavia blonde.

Comme dans les GMS, la Batavia blonde occupe la première place en termes de référencement en hard discount.