

LA TOMATE AU STADE DÉTAIL EN 2018 >>> ENQUÊTE SEMAINES 23&24

En juin 2018, la tomate ronde grappe, cœur de marché de l'origine France, subit une crise conjoncturelle d'une durée exceptionnelle, en raison d'une offre nettement supérieure à la demande.

La présente enquête, réalisée à la période où la production française est la plus importante et la plus diversifiée, met en évidence une segmentation de plus en plus riche pour le consommateur en recherche de goût et d'authenticité.

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 tomate figure parmi les produits enquêtés.

En 2018, des informations spécifiques complémentaires ont été collectées dans ce panel* en semaines 23 et 24, du 04 au 15 juin. Une enquête du même type avait déjà été réalisée en 2012, ainsi qu'en 2009.

Lors de cette enquête exhaustive, les prix de toutes les références⁽³⁾ présentes sur les étagères sont relevés en fonction du mode de culture, de la variété, de l'origine, du calibre et du conditionnement : au total 2 835 relevés ont été effectués en magasins (2 606 en GMS et 229 en HD).

* enquête effective sur 143 GMS et 29 HD en semaines 23 et 24

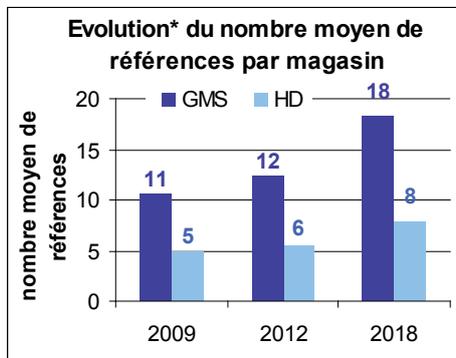
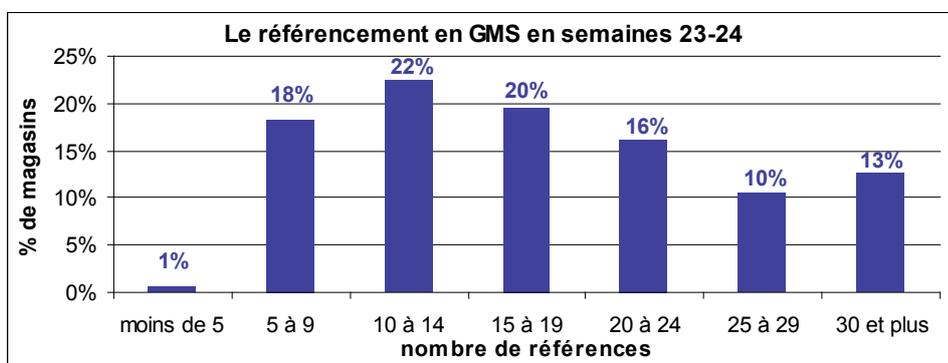
(1) GMS : grandes et moyennes surfaces de plus de 1 000 m²

(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

Une gamme de plus en plus riche



* selon les résultats des enquêtes réalisées dans les mêmes conditions en 2009 (semaine 22) et 2012 (semaine 23)

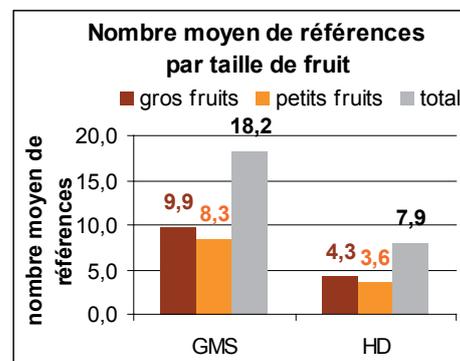
La tomate est un produit ultra segmenté. Ceci explique la multitude de références présentes sur les étals : 59 % des GMS en proposent plus de 15. Jusqu'à 43 ont pu être observées dans un même magasin.

Par rapport à 2012, le nombre moyen de références par magasin a augmenté de 50 % en GMS : de 12 à 18.

Même si elle est plus modérée, la hausse en HD, +2 points, doit tout de même être soulignée, eu égard aux faibles surfaces de vente de ces magasins.

La part des petits fruits sur les rayons

Que ce soit en GMS ou en HD, la diversité de l'offre se partage à parts quasi égales entre les petits fruits (cerise et cocktail) et les gros.



FranceAgriMer

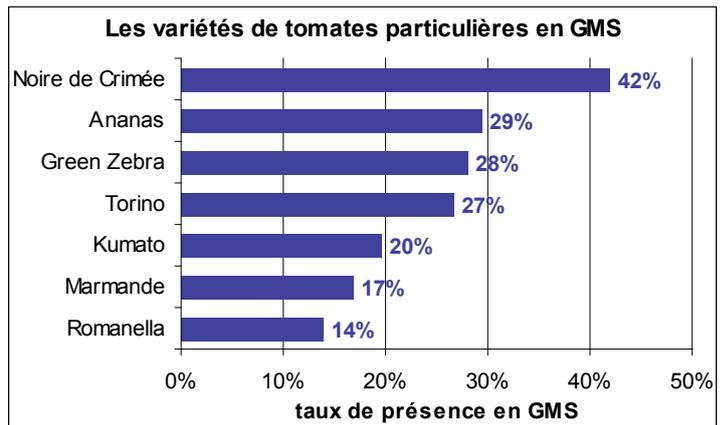
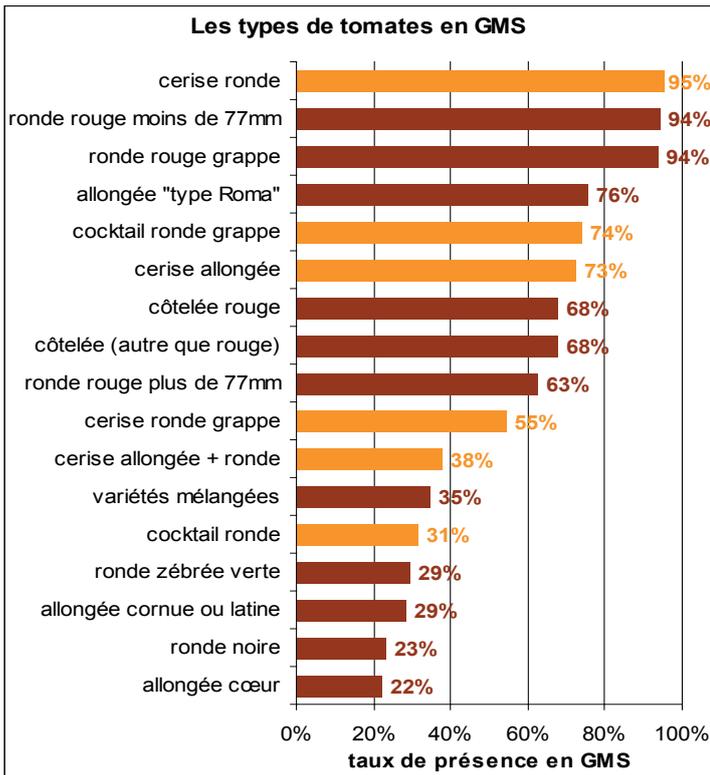
RNM
RÉSEAU
DES NOUVELLES
DES MARCHÉS

SOMMAIRE

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

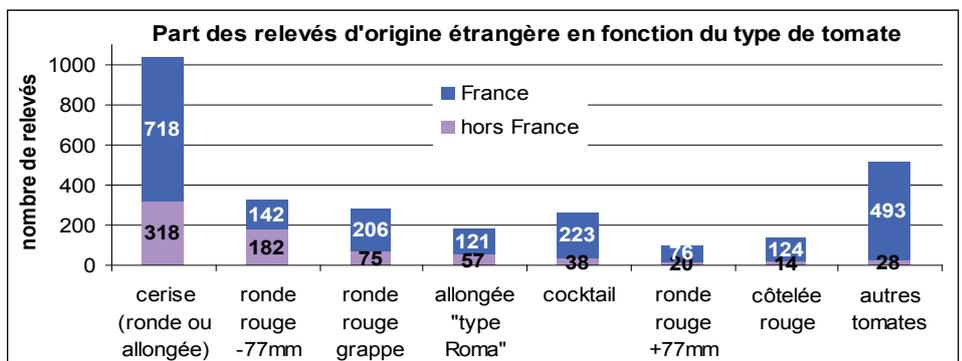
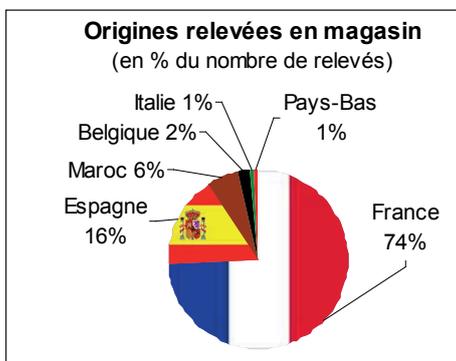
La segmentation de l'offre

Les types et variétés



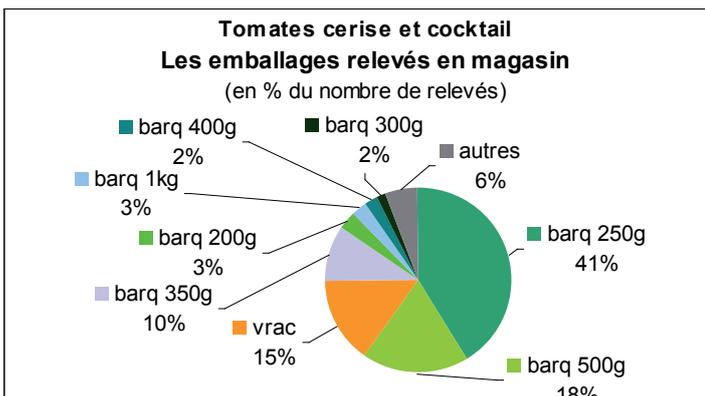
Trois types sont présents dans presque tous les magasins : la "cerise ronde", la "rouge moins de 77 mm" et la "grappe". Le graphique de droite répertorie les variétés clairement identifiables, avec une résonance immédiate pour un consommateur en recherche de repère face à la profusion variétale des rayons. Toutefois, cette mention n'étant pas obligatoire, les taux de présence indiqués ici sont certainement minimisés. Par exemple, la Noire de Crimée a pu, dans certains magasins, être affichée "côtelée noire" sans plus de précision. Elle a malgré tout été mentionnée de façon explicite dans 42 % des GMS. D'autres variétés ont également été identifiées, mais avec un taux de présence moins important : Rubis (7 %), Roma (5 %), Rebellion (4 %), Cornue des Andes (3 %)...

Les origines : Les origines hors France encore très présentes en juin

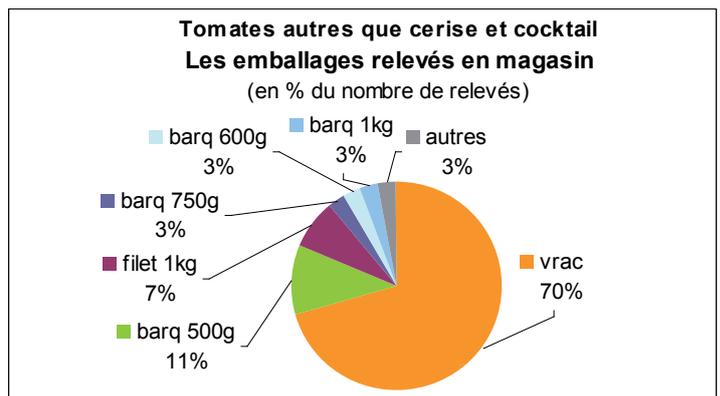


A cette période de forte production française, tous types de tomates confondus, 26 % des relevés sont d'origine "hors France". Ce sont les « petits fruits » cerises, rondes ou allongées, en grappe ou non, qui représentent l'essentiel des relevés d'origine "hors France". L'origine France reste malgré tout majoritaire sur ce segment. En revanche, en tomate ronde rouge moins de 77 mm, les présentations hors France essentiellement en filet dominent largement ce segment d'entrée de gamme sur les rayons.

Les emballages : Le préemballage, une généralité des petits fruits



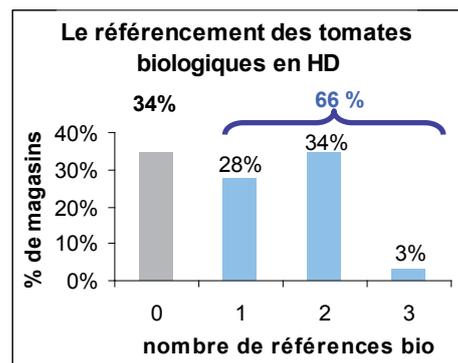
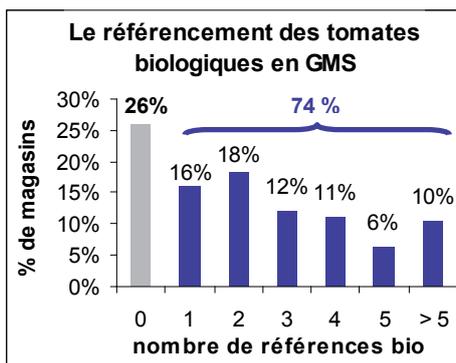
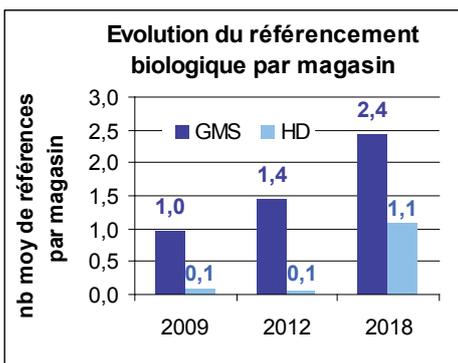
Les petits fruits font l'objet d'une grande diversité d'emballages. Dans la catégorie "autres (6 %)", ont également été vues des barquettes 320 g, 600 g... Le vrac ne représente que 15 % des relevés.



Pour les tomates autres que cerise et cocktail, l'emballage n'est pas de mise : le vrac compte pour 70 % des relevés.

La segmentation de l'offre (suite)

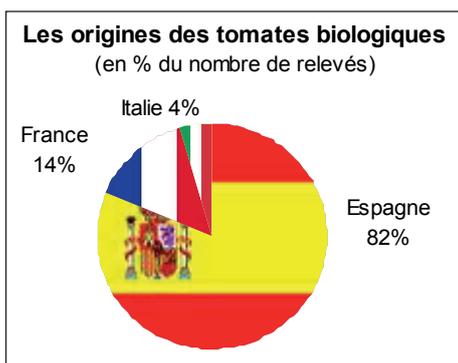
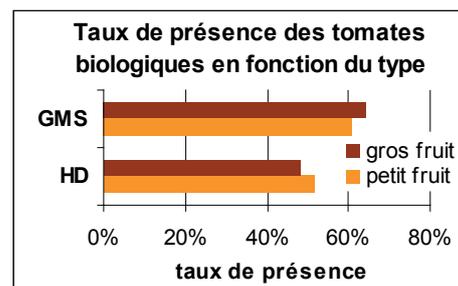
Les tomates issues de l'agriculture biologique : Une nette progression du nombre de références



La progression du référencement des tomates biologiques en GMS ne se dément pas : le nombre moyen de références a été multiplié par environ 2,5 entre 2009 et 2018. En effet, en 2018, les tomates biologiques sont présentes dans 74 % des GMS, et pas seulement avec une unique référence : jusqu'à 9 ont pu être observées dans un même magasin.

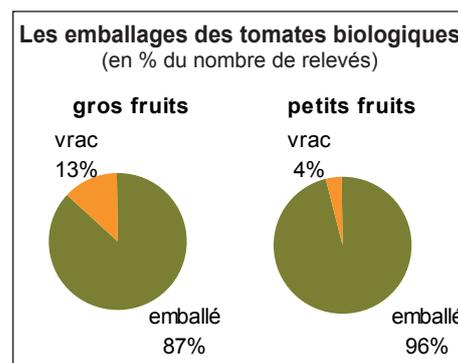
Quant aux HD, elles y étaient quasi inexistantes jusqu'en 2012, elles sont maintenant présentes dans deux tiers des magasins, le plus souvent avec 2 références, une en gros fruit (grappe) et une en petit fruit (cerise).

En GMS et en HD, comme pour les tomates «conventionnelles», le rayon biologique se partage à part quasi égale entre les «petits» et les «gros» fruits.

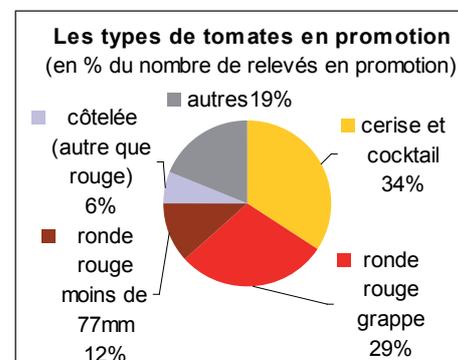
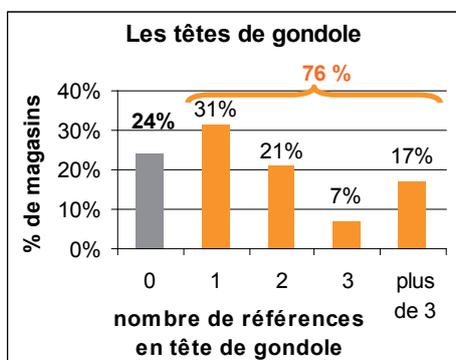
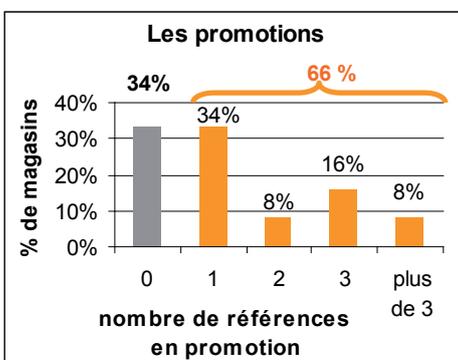


Alors que l'origine France est prépondérante pour la tomate de culture conventionnelle, l'origine Espagne domine pour celle issue d'agriculture biologique.

L'emballage est de mise, tant pour les petits fruits (barquettes 250 g pour plus de la moitié des relevés) que pour les gros fruits (barquettes 500 g principalement). La vente des produits bio exige en effet, soit un îlotage, soit un emballage protecteur pour éviter d'éventuelles contaminations des produits issus de l'agriculture conventionnelle.



La valorisation de l'offre

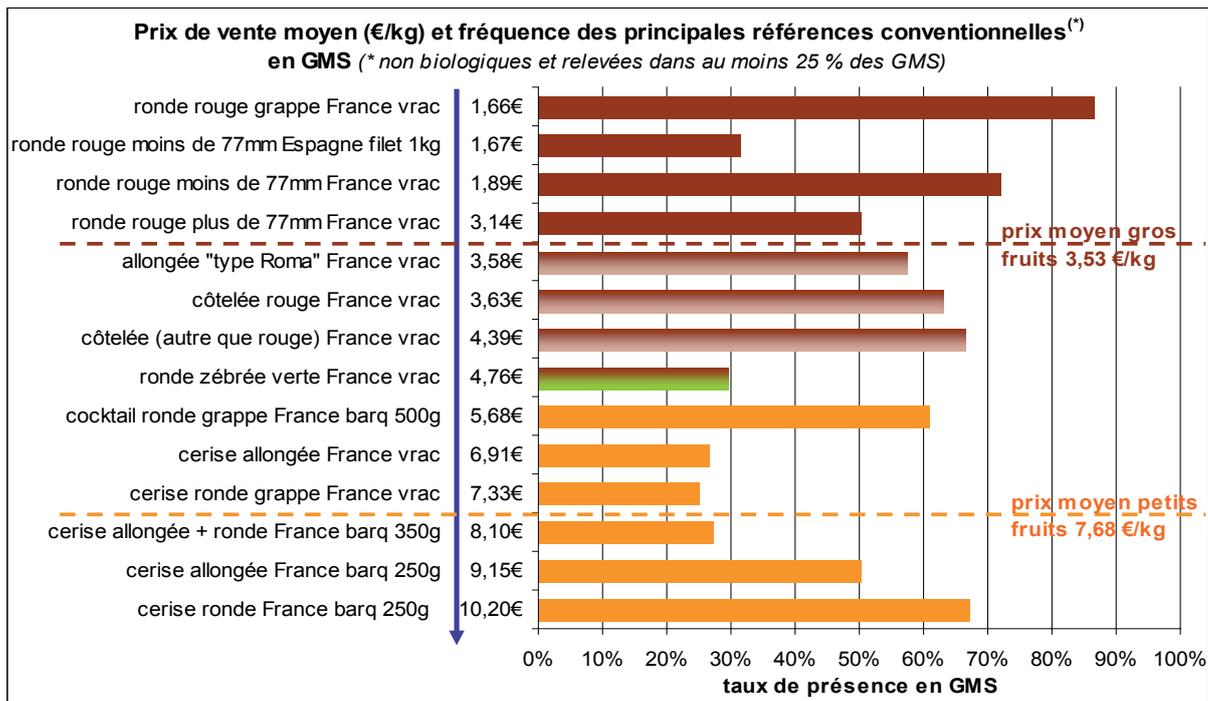


La distribution réserve une place privilégiée à ce produit saisonnier : 76 % des GMS présentent au moins une référence en tête de gondole et 66 % affichent une promotion. Près de 30 % des promotions concernent la tomate ronde rouge grappe, un «classique» en grande distribution.

En dehors de l'agriculture biologique officiellement certifiée, des labels se développent pour attester des préoccupations en matière de santé et d'environnement : «culture raisonnée», «protection biologique intégrée», «sans pesticide», «zéro résidu de pesticide». En semaines 23 et 24 de 2018, près de 10 % des relevés portent l'une de ces mentions, principalement les «petits fruits», cerise et cocktail.

Les prix

La grappe : le produit d'appel



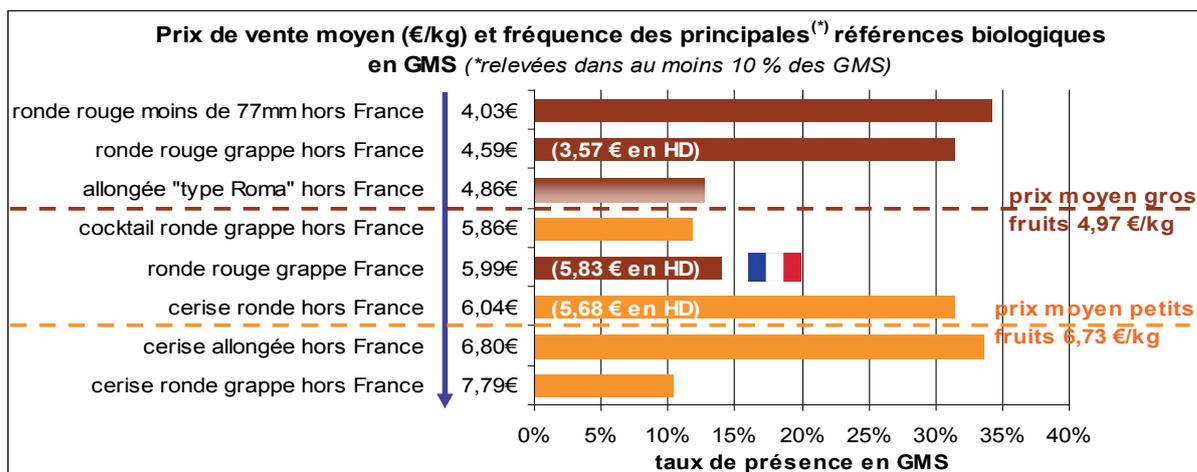
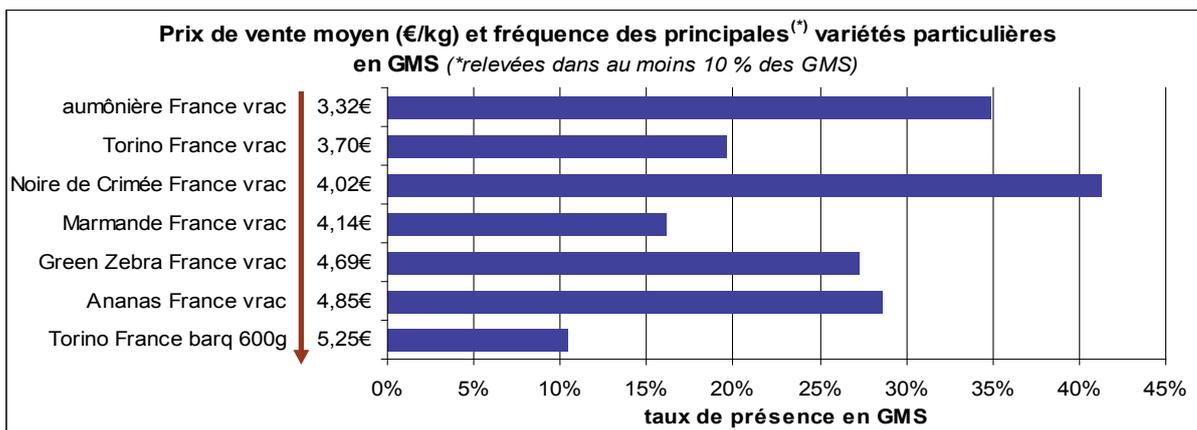
La référence la plus fréquente en GMS est aussi la moins chère : la grappe France vrac est présente dans 87 % des GMS à un prix moyen de 1,66 €/kg, moins chère que la tomate d'Espagne en filet 1 kg. La grappe France vrac est vendue à 1,43 €/kg en HD.

Le prix moyen des "gros fruits" en GMS s'établit à 3,53 €/kg (2,22 en HD).

Toutes les tomates "classiques" (rondes rouges) affichent des prix inférieurs à cette moyenne. Et sans surprise, les tomates de "variétés particulières" se situent généralement au-dessus.

Pour les tomates biologiques, le graphique ci-contre donne les prix des principales références en regroupant tous les conditionnements (très diversifiés et quasi systématiques en bio).

Que ce soit en GMS ou en HD, une seule référence française figure parmi les plus représentées : encore et toujours la tomate grappe.



Pour en savoir plus sur la tomate au stade détail :

Directrice de la publication : **Christine Avelin**

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

Date de parution : mai 2019

Rédacteurs : **Frédéric Chiron (RNM Avignon) et Nina Riaux (RNM Bordeaux)**

Centre d'Avignon : 04.13.39.31.03

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.