



Les Rencontres du
Végétal

8^e édition

12-13 JANVIER 2015
AGROCAMPUS OUEST
ANGERS, FRANCE

RECHERCHE
EXPÉRIMENTATION
INNOVATION
.....

Fruits
Légumes
Ornement
Plantes aromatiques
et médicinales
Semences
Cidriculture
Viticulture
Paysage

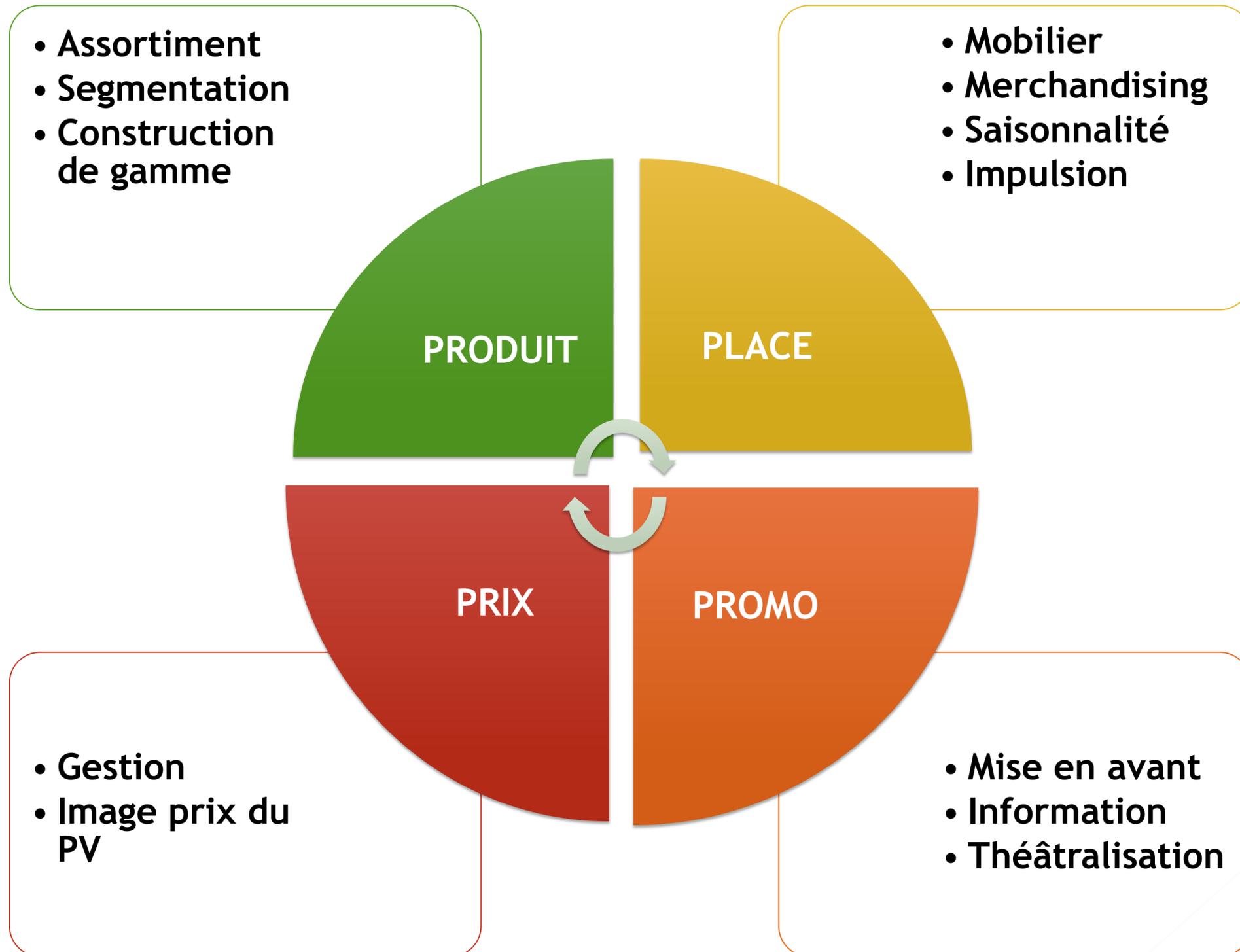
Aménagement du rayon Fruits et Légumes

Solutions techniques et marketing pour optimiser
les performances du rayon

Arnaud Magnon
Formateur/Consultant au Ctifl



Marketing Mix : Les 4 P



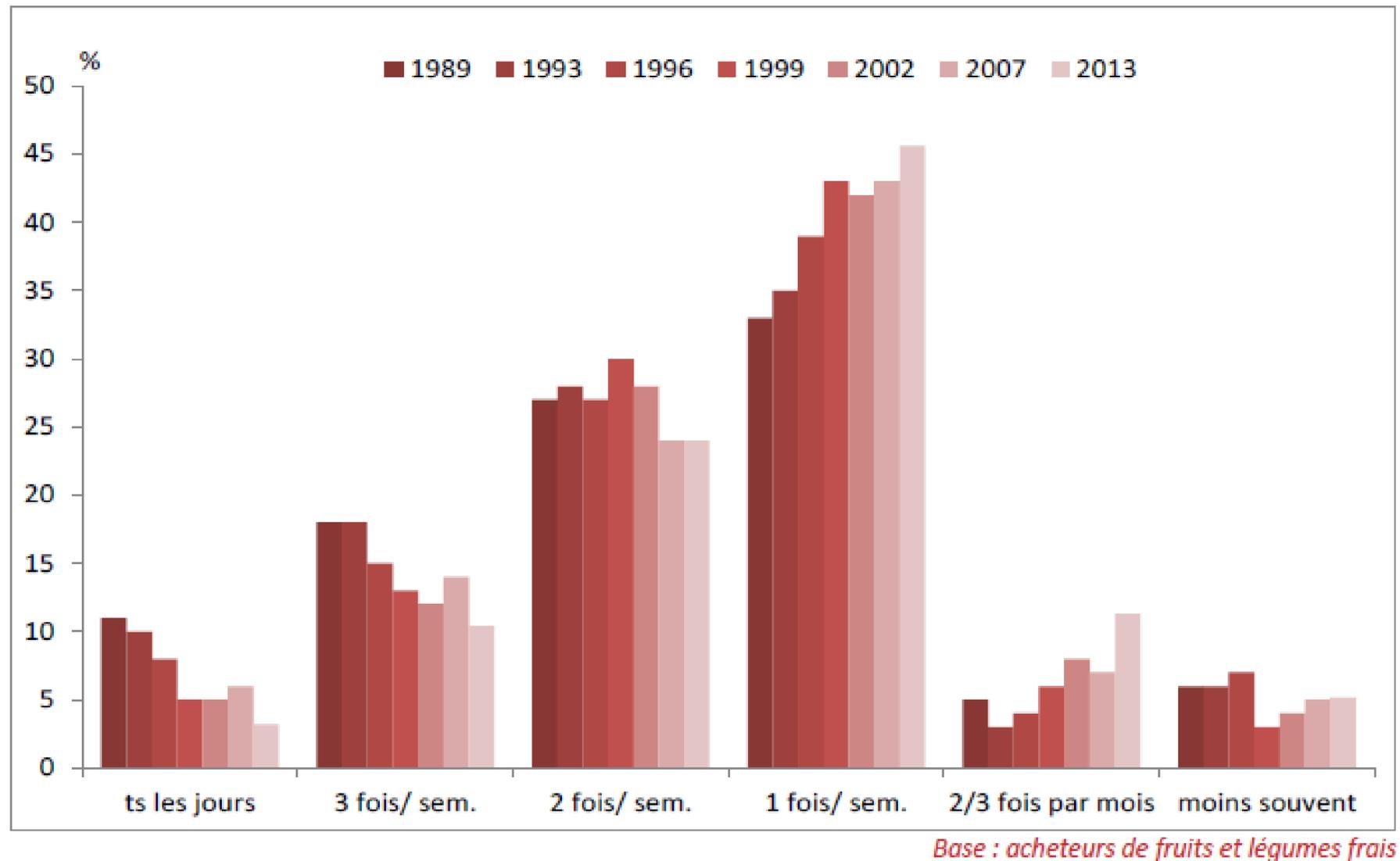


Impact des comportements consommateurs sur les modes de vente

Baromètre lieux d'achats - modes de vente Ctifl 2013



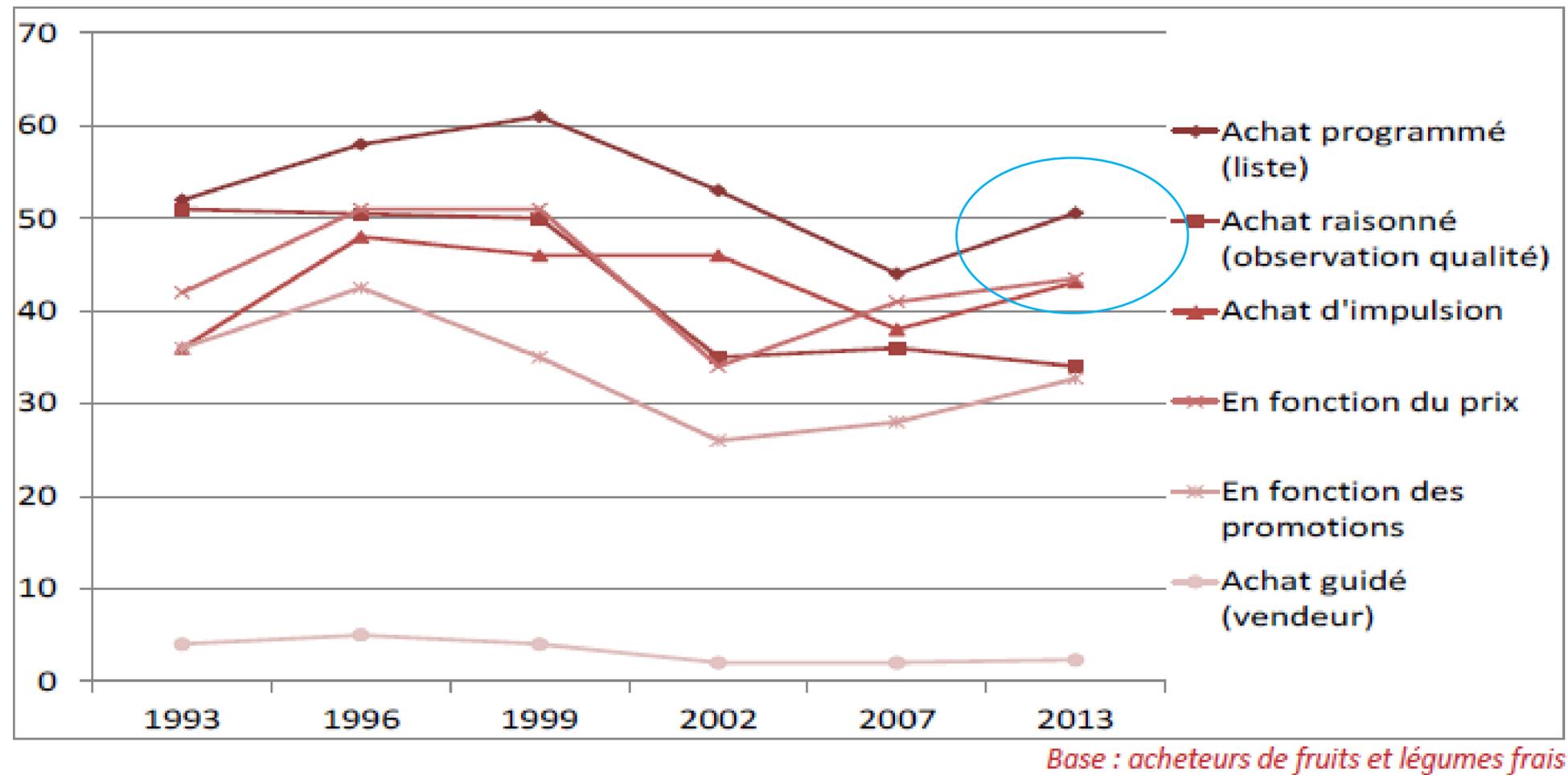
Fréquence d'achat :



- ▶ Une baisse régulière pour la fréquentation du quotidien
- ▶ Une accentuation des contraintes de maintien de la fraîcheur à chaque stade

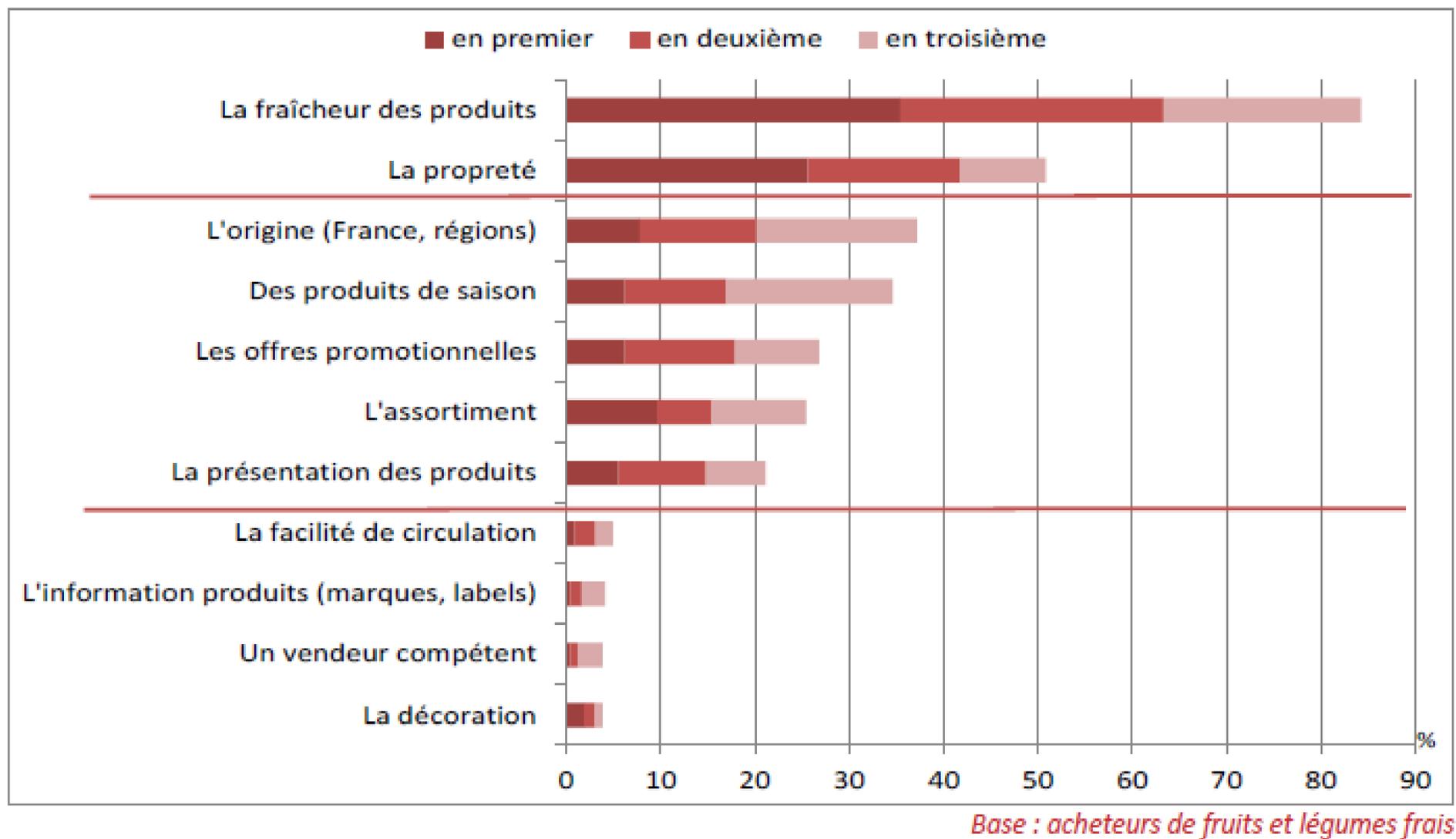
Comportement d'achat

EVOLUTION DU COMPORTEMENT D'ACHAT DES FRUITS ET LEGUMES



- ▶ L'agencement doit permettre une bonne perception de l'offre pour les achats raisonnés...
- ▶ ... Il doit aussi favoriser les achats d'impulsion !

Sensibilité aux composantes du rayon



- ▶ La fraîcheur et la propreté toujours loin devant
- ▶ Les éléments marketing du rayon dans un groupe homogène



L'agencement du rayon

1. Les solutions techniques pour préserver la fraîcheur
2. La Séduction et l'information pour accélérer les ventes



1. Solutions techniques pour le maintien de la fraîcheur

- ▶ Le froid : enjeux et solutions mises en œuvre
- ▶ La lumière : évolution des technologies
- ▶ L'humidification : solution technique ou marketing ?



La réfrigération



Les conditions de températures idéales par espèce :

2 ZONES DE STOCKAGE RÉFRIGÉRÉES ET 1 ZONE À TEMPÉRATURE AMBIANTE

Zone réfrigérée n°1

4 - 8°C, > 80 % HR



- Éviter d'entreposer les produits émetteurs/sensibles à l'éthylène et odeurs à proximité immédiate les uns des autres
- Bien ventiler le local

Zone réfrigérée n°2

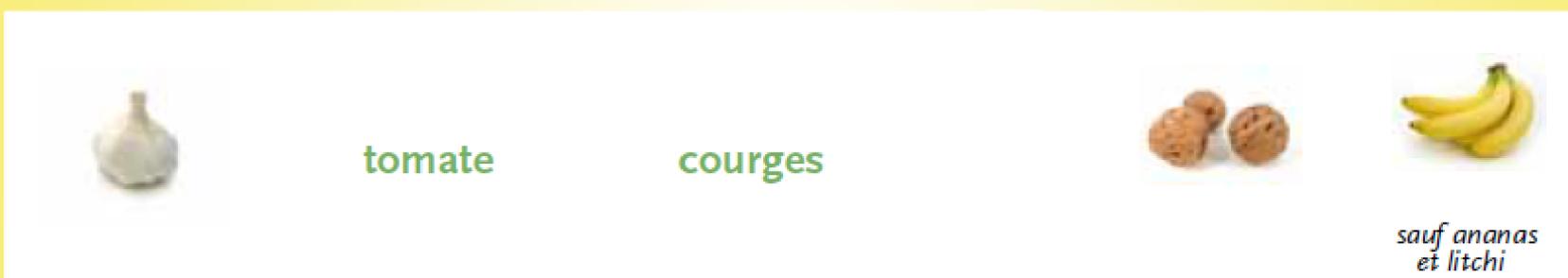
8 - 12° C, > 80 % HR



- Éviter d'entreposer les bananes et les tomates à proximité immédiate (éthylène)

Zone non réfrigérée

> 12° C, entre 40 et 80 % HR (conditions non maîtrisées)



- Éviter d'entreposer les bananes et les tomates à proximité immédiate (éthylène)



Les réalisations en point de vente



Angleterre :
Whole Food



L'utilisation de la glace :



Angleterre :
Whole Food



Des inserts de meubles froids dans un rayon classique :



Pays-Bas :
Jumbo Food Market

Des meubles dédiés par espèces



Pays-Bas :
Jumbo Food Market





L'éclairage



L'évolution technologique des lumières



De l'iodure à la LED



- ▶ Un impact majeur sur les économies d'énergie à quantité de lumière constante
- ▶ Une réduction de la chaleur émise
- ▶ Des technologies LED qui permettent d'accentuer les couleurs des Fruits et Légumes
- ▶ Dans l'avenir : le LIFI pour stimuler les ventes !

Impact sur la qualité de l'éclairage et la préservation des produits

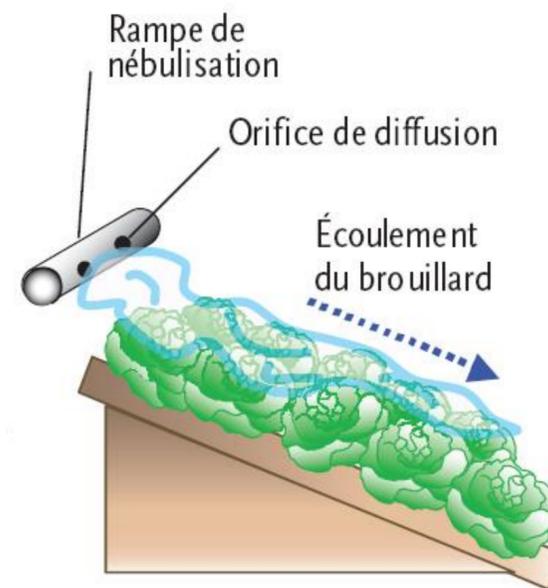
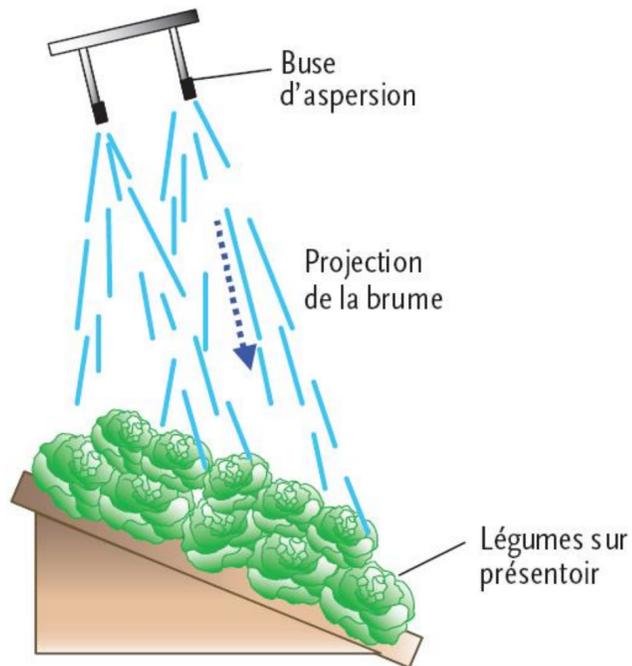




L'humidification



Les systèmes d'humidification



BRUMISATION

Par pression à travers des buses de très petit diamètre

Pompe à basse ou haute pression (30 à 100 bar)

5 à 50 μ m
Fonct. : \approx 5s ttes les 5 à 10min

Brumifrais, Dutrie, Brum'azur, Miatech (Aqualife)...

Injection de l'eau

Générateur

Taille des gouttelettes et diffusion

Fabricants

NEBULISATION

Par diffusion de brumes à travers des orifices sur 1 rampe

Transducteur piézoélectrique (ultrasons) + ventilateur

2 à 5 μ m
Fonct. : en continu ou au moins 50% du cycle

Areco, Teddington



Autres résultats d'études : durées de vie

► Amélioration de la tenue des végétaux sensibles à la déshydratation

- Laitue beurre : env. 2 j
- Asperge blanche française : env. 4 j

Après 2 j de conservation



Avec nébulisation



Ambiance 23 °C, 60% HR

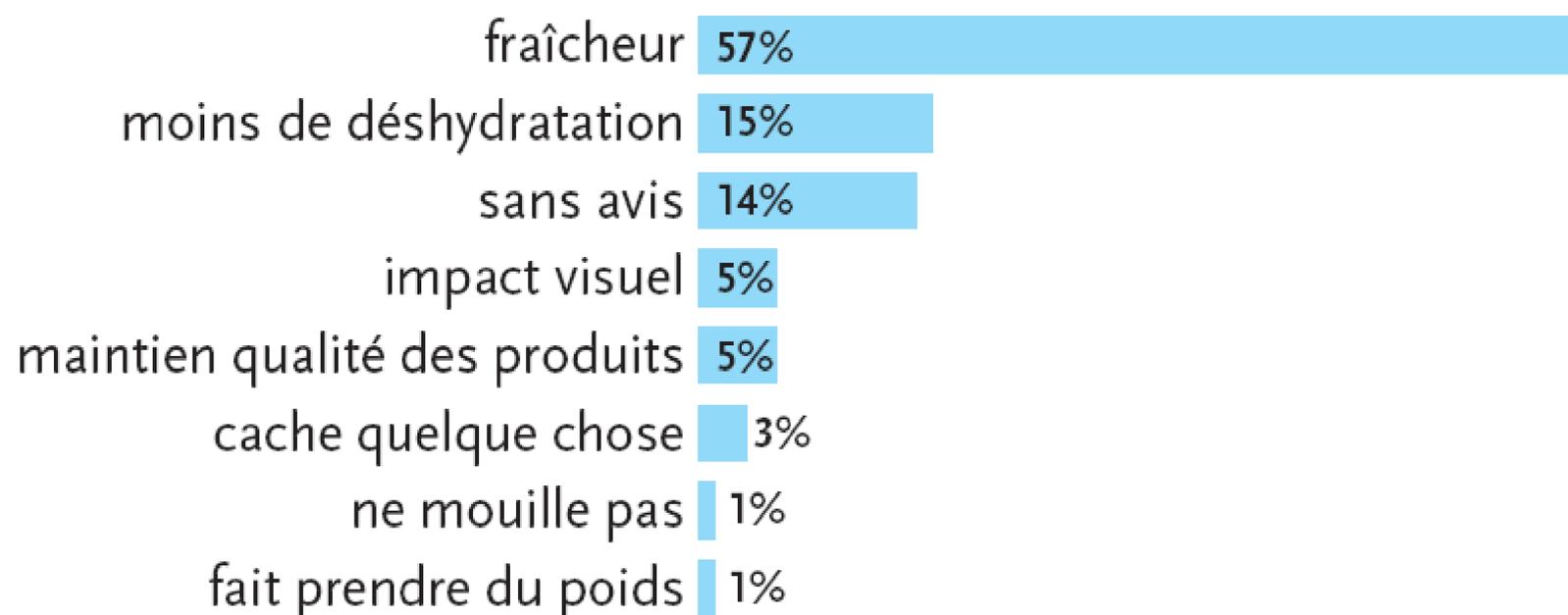


Impact sur la clientèle : résultats d'enquête

► Avis sur les systèmes en général

90% de satisfaits dont 55% de très satisfaits
8% d'insatisfaits

► Bénéfice apporté selon les clients :



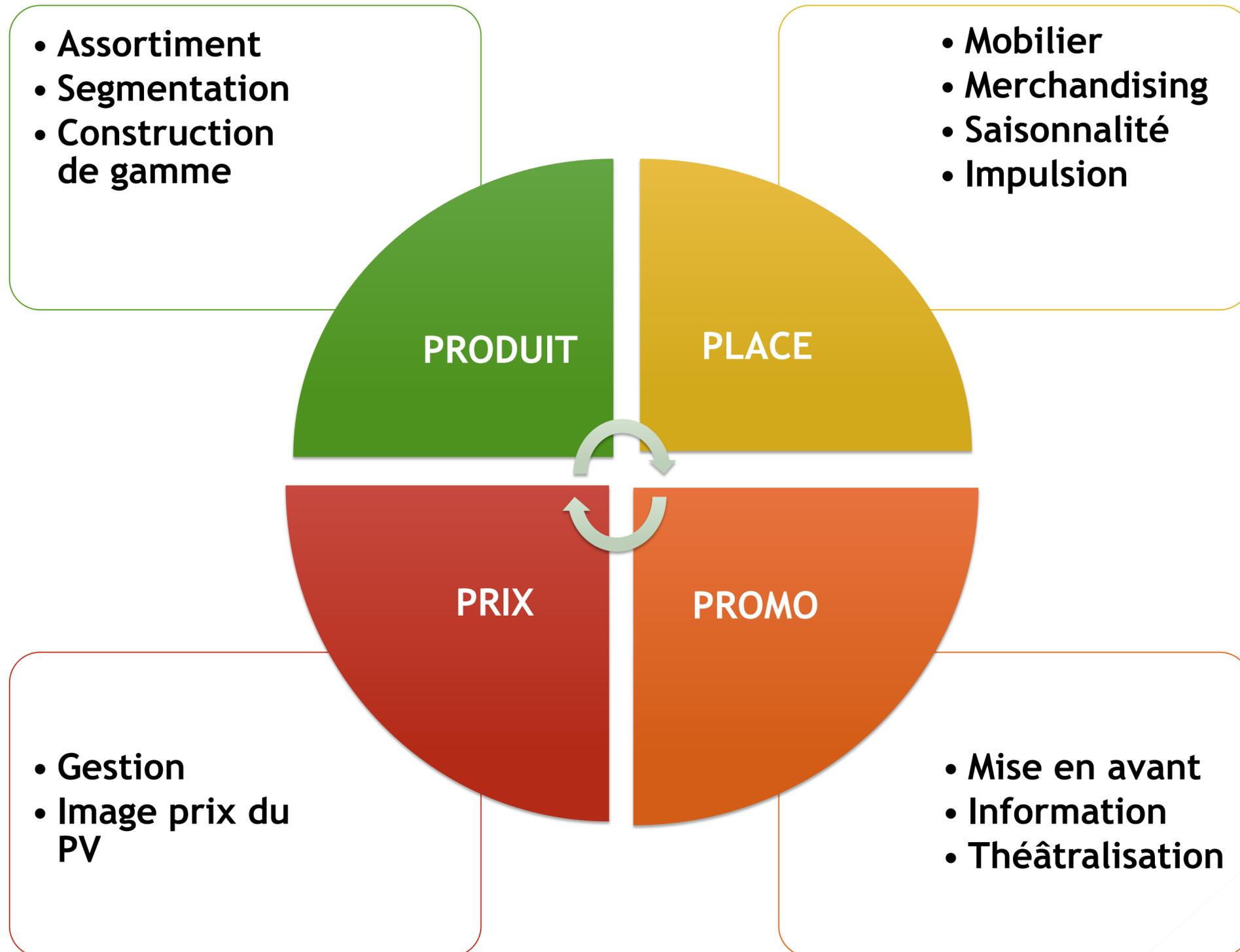


2. La Séduction et l'information pour accélérer les ventes

- ▶ Améliorer les performances c'est d'abord augmenter les rotations : retour sur le mix marketing.
- ▶ « L'expérience d'achat » : un levier pour la fréquentation les quantités achetées.
- ▶ L'information en point de vente pour développer les achats d'impulsion.



Marketing Mix : Les 4 P





L'expérience d'achat : créer une ambiance propice à l'achat

- ▶ Valoriser le produit : meubles ou présentation dédiée



L'expérience d'achat : créer une ambiance propice à l'achat

- Valoriser le produit : meubles ou présentation dédiée





L'information pour donner du sens et favoriser l'accessibilité





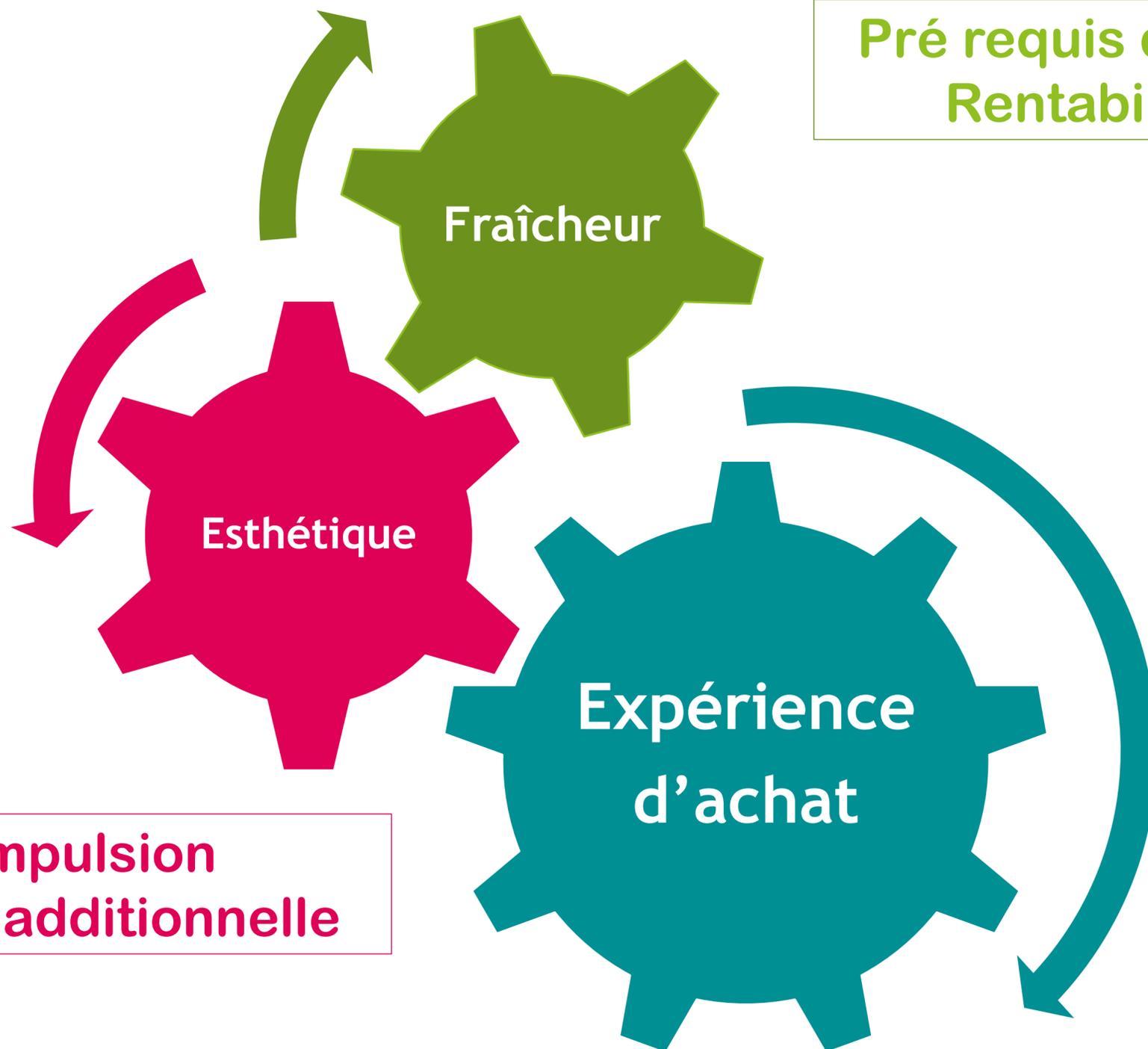
L'information pour donner du sens et favoriser l'accessibilité





Les enjeux de l'agencement

Pré requis des FL
Rentabilité



Impulsion
Vente additionnelle

Fidélisation
Quantité



Les Rencontres du
Végétal

8^e édition

12-13 JANVIER 2015
AGROCAMPUS OUEST
ANGERS, FRANCE

RECHERCHE
EXPÉRIMENTATION
INNOVATION
.....

Fruits
Légumes
Ornement
Plantes aromatiques
et médicinales
Semences
Cidriculture
Viticulture
Paysage

Aménagement du rayon Fruits et Légumes

Solutions techniques et marketing pour optimiser
les performances du rayon

Arnaud Magnon
Formateur/Consultant au Ctifl