

Edito

Coût du travail:
en attendant 2012

Nous l'avons déjà écrit après le Congrès de Légumes de France (1). Le député Bernard Reynès, chargé d'une mission sur cette question, vient de le confirmer (2). La baisse des charges pour les emplois agricoles permanents n'est pas pour tout de suite. La principale raison en est évidemment financière. Mais, il commence à se murmurer dans certains cercles agricoles proches de l'UMP que le Président de la République souhaite inscrire cette mesure dans son programme pour 2012. Il est donc urgent d'attendre. Ce que n'a pas su faire le socialiste Manuel Valls qui propose de « déverrouiller les 35 heures ». Il semble que pour l'instant, il soit seulement parvenu à « verrouiller » sa candidature aux primaires socialistes. Son intervention confirme pourtant que la question du coût du travail en France pourrait être un des enjeux de la campagne présidentielle. Mais pendant ce temps, les distorsions de concurrence entre la production française, la production européenne et celle des pays tiers s'aggravent.

Bonne année à tous. ■
Olivier Masbou

(1): cf. fld hebdo du 7 décembre.

(2): lire p. 2.

fld

FRUITS & LÉGUMES DISTRIBUTION
HEBDO

LE JOURNAL DE LA FILIÈRE FRUITS ET LÉGUMES

FLD n° 759-760
4 janvier 2011
20^e année
5 euros
ISSN 1287-1516

fld 2011
vous souhaitez
une bonne année

Distribution

Après les f&l Le Petit Producteur estampillés d'une photo, la démarche Direct producteur avec Carrefour, l'association s'attaque à la segmentation par couleur en rayon.

Le Petit Producteur s'attaque à la segmentation du rayon

Depuis le 9 décembre, le Super U Taddei de Marseille a révolutionné son rayon fruits et légumes. Un tiers de sa surface (18 m linéaires) est désormais consacré à la démarche Le Petit Producteur sous le slogan « Votre rayon responsable ». Une révolution voulue et recherchée par le directeur du magasin Philippe Baude. « Ce tout nouveau concept, qui segmente le rayon par couleurs. Elles sont au nombre de quatre: le rouge (la qualité, les clémentines Corses en paniers par exemple), le blanc (le local: Direct Producteur), le vert (l'offre bio) et le jaune (les f&l en conversion) », explique Nicolas Chabanne, fondateur de la démarche Le Petit Producteur. Premier test grandeur nature, les résultats sont fulgurants. « C'est un bon vecteur de vente, en l'espace de trois semaines sans compter la journée du 31 décembre, notre chiffre d'affaires a progressé de 7%. On peut prévoir une augmentation du chiffre d'affaires [chiffre d'affaires mensuel moyen de 160000 €, NDLR] de l'ordre de 13% pour le seul mois de décembre, explique enthousiaste Ludovic Merieux, chef du rayon f&l du

Super U Taddei. Nous sommes les premiers à tester ce nouveau rayon et les clients sont plus que satisfaits, le tout est accompagné d'une PLV à l'entrée du magasin ainsi que sur le parking. » C'est la plate-forme de Novès qui livre le Super U en A pour B d'après la sélection du chef du rayon. « On a ainsi pu développer une offre de pommes que

l'on n'avait pas jusque-là comme la Patte-de-loup, la RubINETTE. Les ventes réalisées via ce rayon ne le sont pas au détriment de notre rayon classique. Je m'arrange pour ne pas faire de doublons, si je propose du poireau du Petit Producteur je n'en propose pas ailleurs », ajoute-t-il.

Dès le mois prochain, huit autres magasins Super U de la Côte d'Azur seront équipés de ce nouveau

Rayon Responsable, ainsi qu'une dizaine de Leclerc. Cette volonté de révolutionner le marché, Le Petit producteur la peaufine depuis déjà plusieurs années avec ses partenaires historiques Monoprix ou La Grande Epicerie. « On s'est inspiré du corner que nous avions testé à la Grande Epicerie », ajoute encore Nicolas Chabanne.

(Suite page 3)



Au Super U de Taddei à Marseille, près d'un tiers du rayon f&l est dédié au Petit Producteur.



Tentation des neiges ?

Du 3 au 31 janvier 2011

sur www.pomme-tentation.com



Tentation®

La *P* Référence Goût

Club Tentation® - Tél. +33 (0)4 68 55 81 18

Préparez cette opération avec

| | |
|----------|----------------------|
| BVL | +33 (0)2 41 31 15 50 |
| SCAFLA | +33 (0)2 40 50 90 78 |
| POM'AZUR | +33 (0)4 90 06 63 63 |
| AZ MED | +33 (0)4 90 06 66 00 |

Distribution

Le Petit Producteur s'attaque à la segmentation du rayon

(Suite de la page 1)

C'est lors d'une visite dans un supermarché à Bandol que Philippe Baude, le directeur du magasin a eu le déclic en goûtant les fraises Ciflorette Petit Producteur. « Ce ne sont pas eux qui sont venus me voir. J'ai fait la démarche, car je voulais absolument proposer ces produits sur une partie du rayon. » Selon les derniers résultats, le rayon f&l aurait engrangé une augmentation de 8 % par rapport à décembre 2009. L'opération Rayon Responsable est prévue pour durer, « il sera nécessaire de l'améliorer. Nous avons déjà prévu de développer la communication autour de ce rayon, mais lui donner plus d'espace me paraît difficile », ajoute Philippe Baude. Pour augmenter la visibilité du rayon, Le Petit Producteur a déployé de nombreux outils: fiches recettes, histoires des f&l... Un journal "La feuille de chou", sorte de guide du rayon, sera également développé pour annoncer aux consommateurs ce qui les attend la semaine d'après dans leur rayon. Une manière de fidéliser la clientèle.

L'idée en tout cas plaît chez d'autres. L'installation d'un tel rayon avoisine les 2000 €. Chez Leclerc, l'ensemble des magasins a reçu la présentation du rayon responsable du Petit Producteur, le retour est prévu pour le 15 janvier et déjà plusieurs magasins se seraient dits intéressés. Quant à Monoprix,



Pour accompagner la visibilité du rayon dans le magasin, Le Petit Producteur a déployé de nombreux outils: fiches recettes, calendriers des saisons, un hebdo "La feuille de chou"...

qui accompagne la démarche du Petit Producteur depuis deux ans, l'enseigne travaille elle aussi sur un projet de rayon responsable. « Nous préparons quelque chose de plus spécifique et de plus pointu avec Monoprix qui devrait voir le jour dans le courant du premier trimestre 2011 », explique encore Nicolas Chabanne. D'autres projets sont encore dans les cartons. Un club de magasins impliqués dans la démarche du Petit Producteur pourrait bientôt voir le jour et les produits laitiers. Affaire à suivre donc. ■

Anne-Solveig Malmasson

En bref En bref En bref En bref En bref En bref En bref En bref En bref

DGCCRF: Jean-Louis Gérard succède à Marie-Christine Buche

Jean-Louis Gérard, chef du bureau des produits d'origine végétale à la Sous-direction Produits agricoles et alimentaires de la DGCCRF va remplacer Marie-Christine Buche à la tête de cette sous-direction. Marie-Christine Buche a quitté ses fonctions le 31 octobre et a été nommée conservatrice des hypothèques (cf. fld hebdo du 9 novembre).

La FNPF en congrès

Le congrès de la Fédération nationale des producteurs de fruits se déroulera à Dax les 26 et 27 janvier 2011. Après l'assemblée générale statutaire annuelle, Jean-Luc Capes, président de la FDSEA des Landes et François Lafitte, responsable de la section fruits du département, prononceront les allocutions d'accueil. Deux table ronde sont programmées: "Quels besoins pour les arboriculteurs demain?" et "Nouvelles pratiques commerciales, nouvel ordre dans les fruits et légumes en France?". Ce congrès sera également l'occasion de faire un premier bilan du projet "Fruidissi" et de procéder aux lancements des Trophées de l'installation. La visite du ministre de l'Agriculture Bruno Le Maire est annoncée pour le 27 janvier après-midi.

Carton rouge de la CLCV: France Champignon montré du doigt

Par le biais de son site Internet, le point sur la table, l'association de défense des consommateurs CLCV s'indigne de l'utilisation abusive du mot France.

« Les consommateurs sont sensibles à l'origine des produits alimentaires et certains souhaitent acheter "français" afin de soutenir les producteurs ou parce qu'ils considèrent qu'il s'agit là d'une garantie de qualité. Mais soyons attentifs, car lire le mot "France" sur une denrée ne signifie pas qu'elle ait été produite dans l'Hexagone. La preuve avec la marque "France Champignon" qui commercialise des pleurotes venant... d'Espagne », martèle la CLCV.



Brèves

Nomination au Conseil f&l FranceAgriMer

Par arrêté paru au Journal Officiel du 12 décembre, André Bernard est nommé membre du conseil spécialisé f&l de FranceAgriMer en remplacement de Gildas Conanec.

Informatique: Informia signe de grands noms

L'éditeur de logiciel Informia vient d'engranger plusieurs signatures de poids. Il doit installer ses progiciels sur les sites de Rungis, Plan d'Orgon, en Suisse et aux Pays-Bas pour le groupe Georges Helffer, ainsi que pour Nanteurop (Loire-Atlantique) et Green Produce (Vaucluse). Le site de Larrere dans les Landes est déjà opérationnel, trois mois après la signature. L'éditeur poursuit son projet avec la société Fruidor: après la mise en route des sites Fruidor Terroirs Aquitaine et Terroir Flandres Artois, il travaille actuellement sur neuf mûrseries.

Le WWF lance la campagne "Oui au bio dans ma cantine"

Fin décembre,

le WWF France a lancé une nouvelle campagne en faveur du bio dans les cantines sous le slogan:

"Ensemble, 20 % de bio dans les cantines d'ici 2012 c'est possible". Parmi les parrains de la campagne on retrouve Nathalie Kosciusko-Morizet (ministre de l'Ecologie), Marc Dufumier (AgroParisTech), Jacques Pelissard (président de l'AMF et député-maire de Lons-le-Saunier), Jean-Jacques Hazan, président de la FCPE. Et parmi les partenaires on peut citer la FNAB, le Civam, la FCPE, Slow Food France, Terre de Liens, Les Eco Maires, la Mairie de Paris...

