



Les Rencontres du  
**Végétal**

8<sup>e</sup> édition

12-13 JANVIER 2015  
AGROCAMPUS OUEST  
ANGERS, FRANCE

RECHERCHE  
EXPÉRIMENTATION  
INNOVATION  
.....

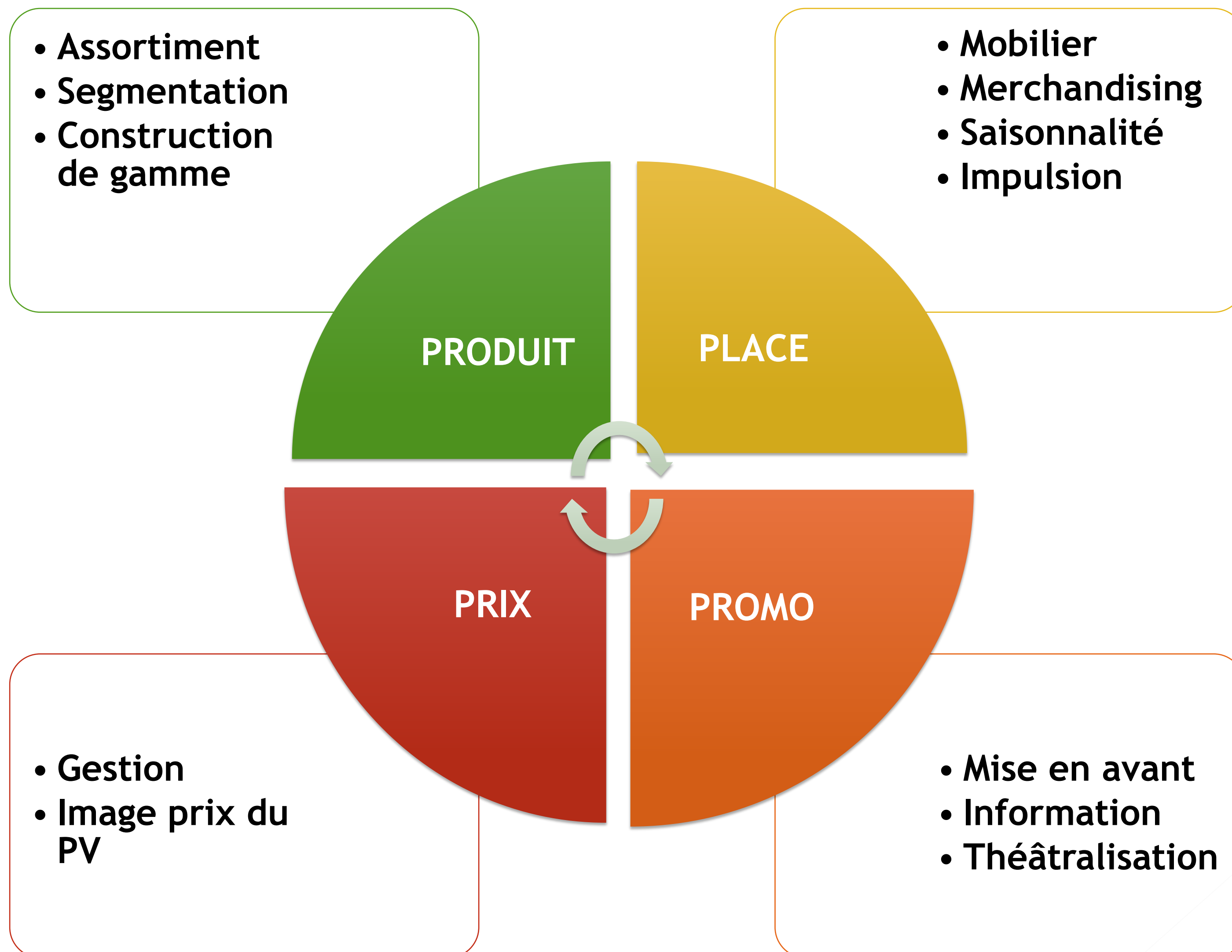
Fruits  
Légumes  
Ornement  
Plantes aromatiques  
et médicinales  
Semences  
Cidriculture  
Viticulture  
Paysage

## 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

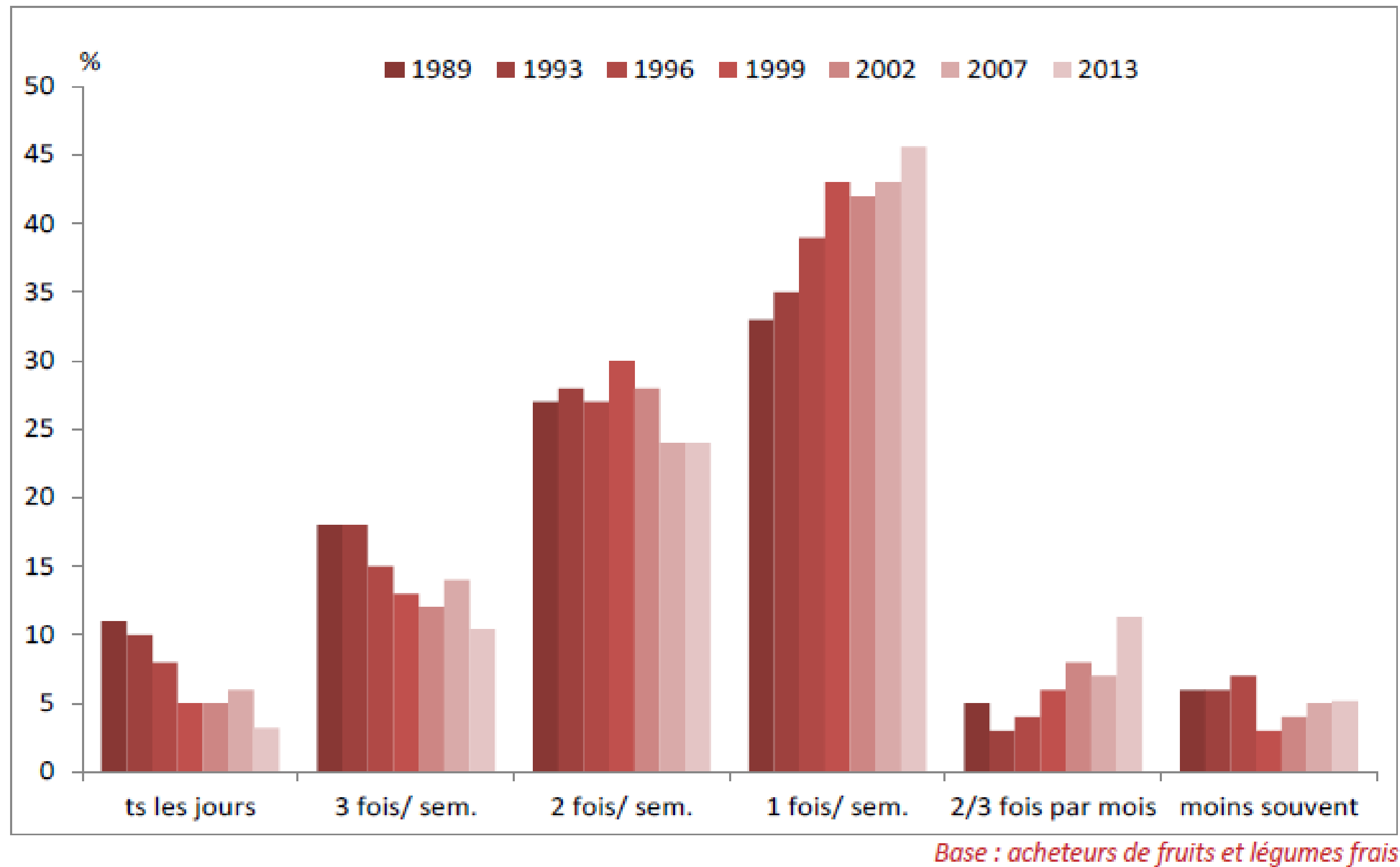




# Impact des comportements consommateurs sur les modes de vente

Baromètre lieux d'achats - modes de vente Ctifl 2013

# Fréquence d'achat :

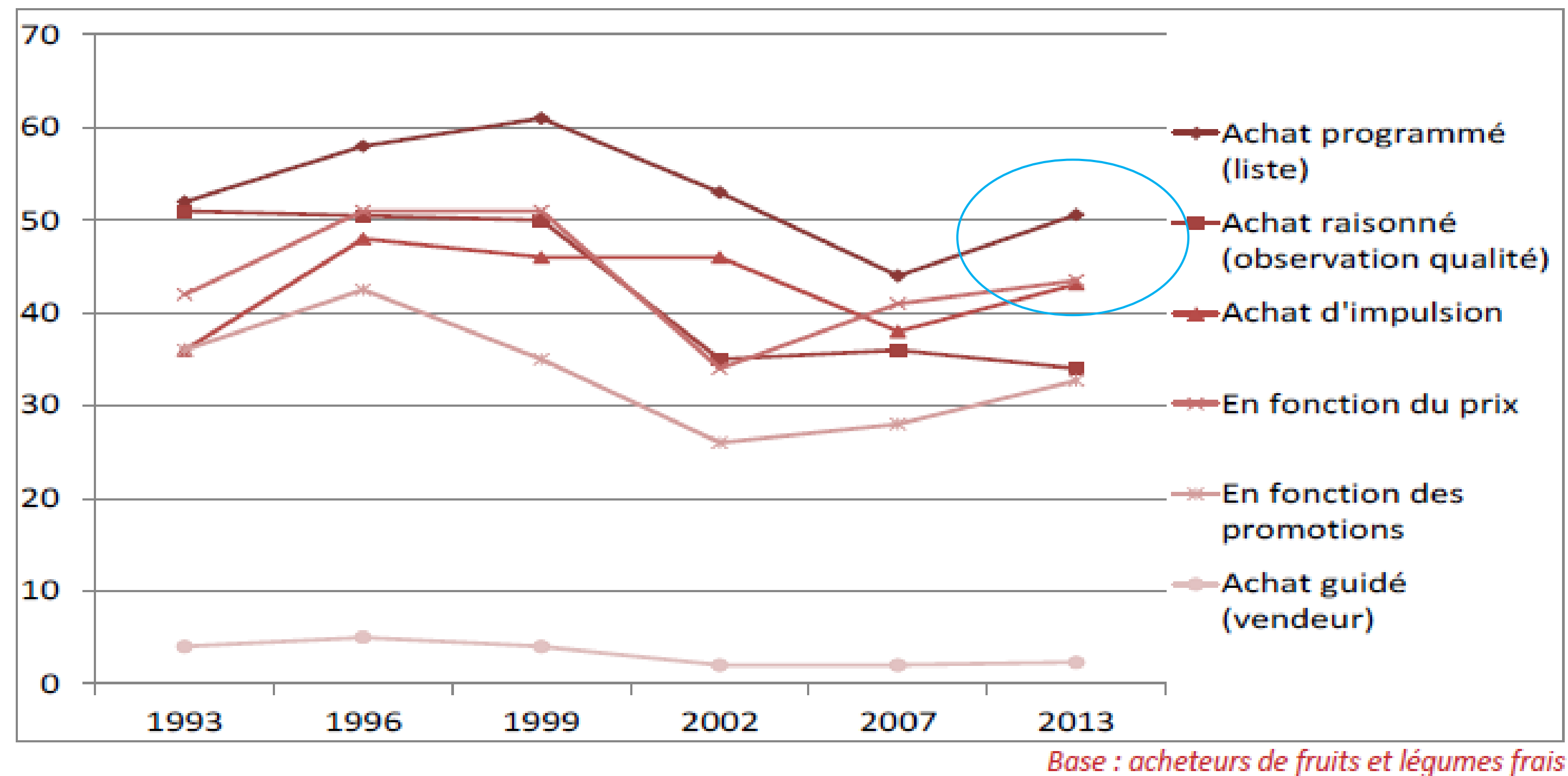


- Une baisse régulière pour la fréquentation du quotidien
- Une accentuation des contraintes de maintien de la fraîcheur à chaque stade



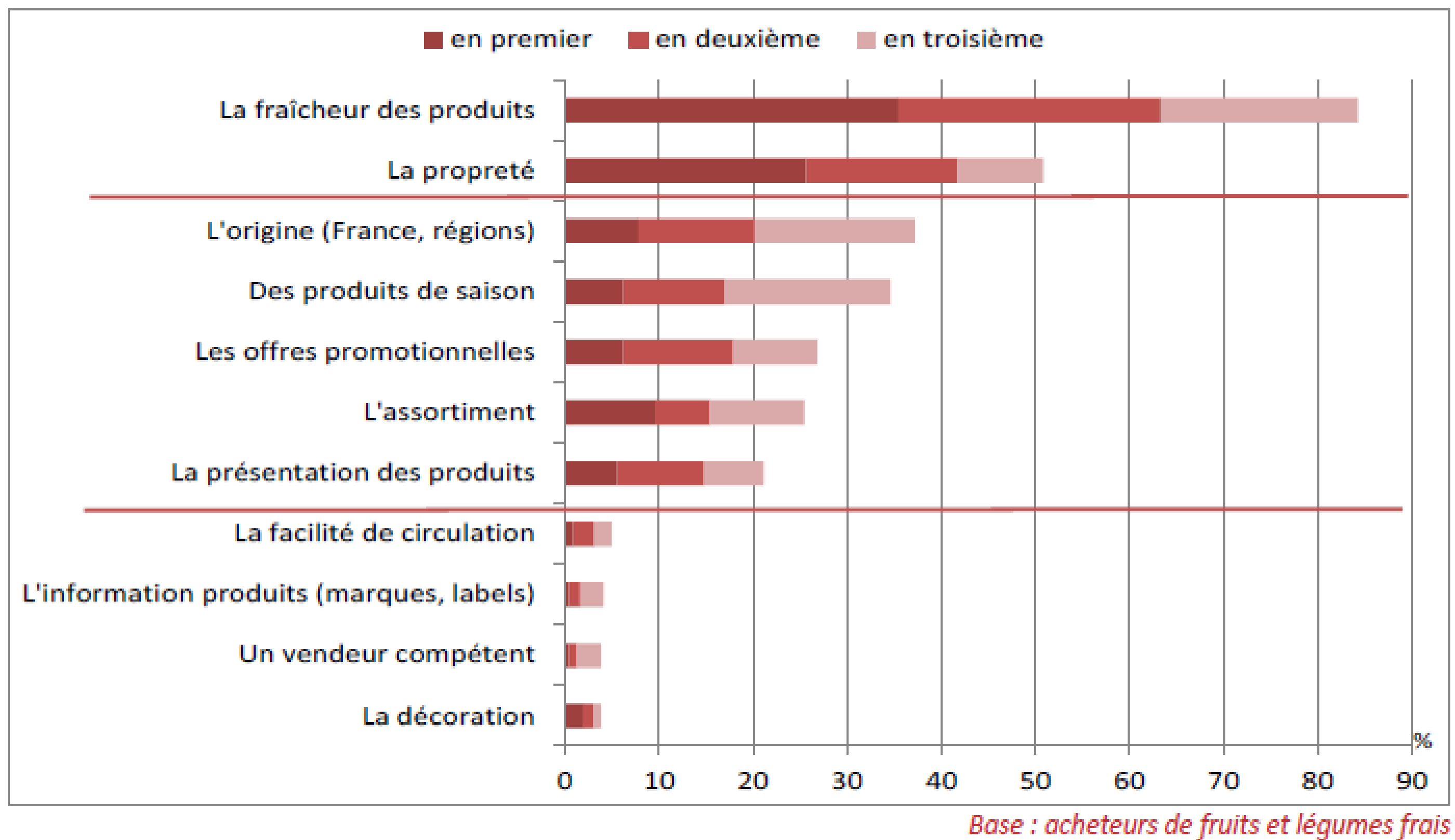
# Comportement d'achat

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 ?





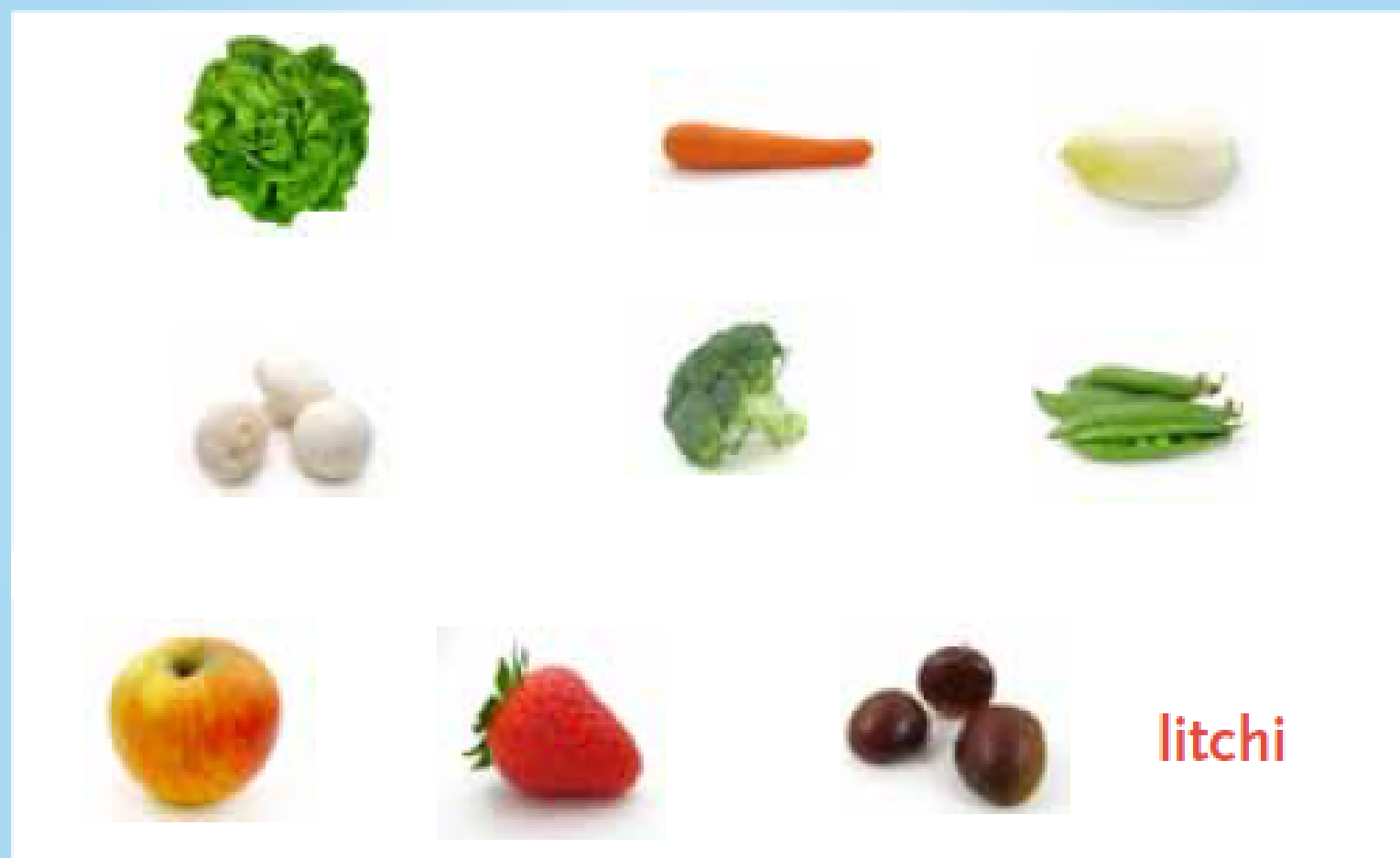
# La réfrigération

# 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

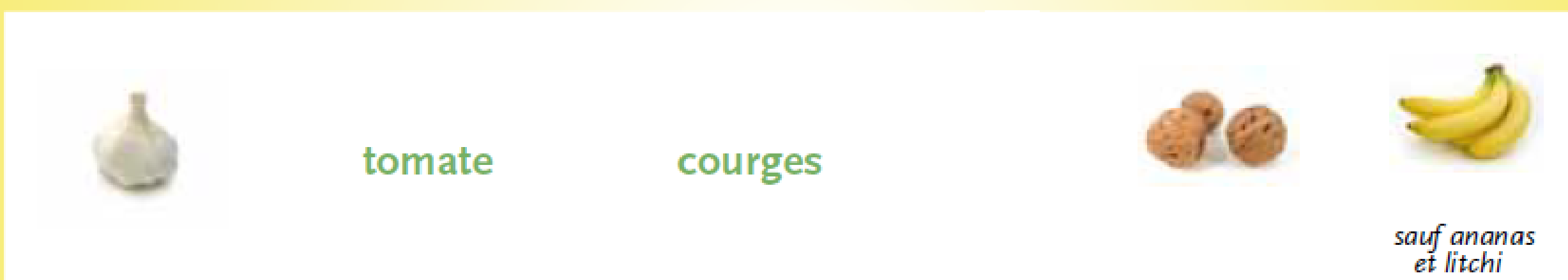
8 - 12° C, > 80 % HR



- 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





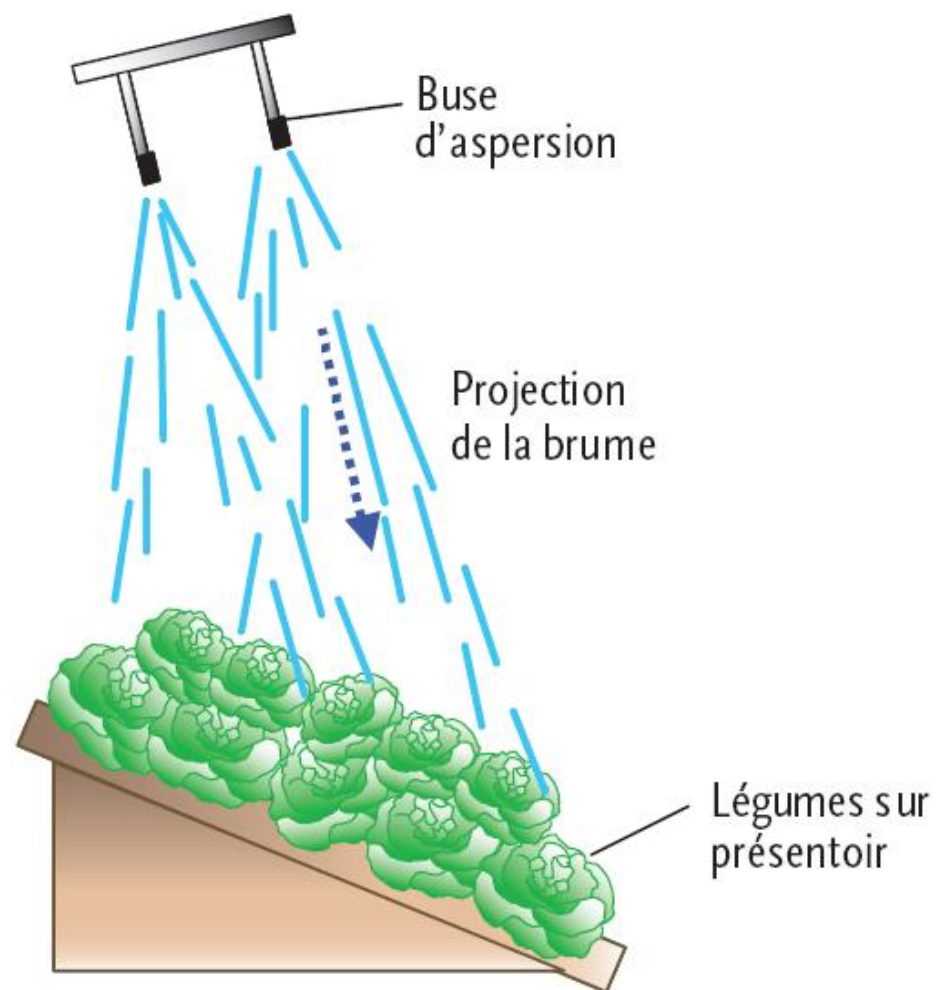


# L'humidification





# 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 $\mu$ m

Fonct. :  $\approx$  5s ttes les 5 à 10min

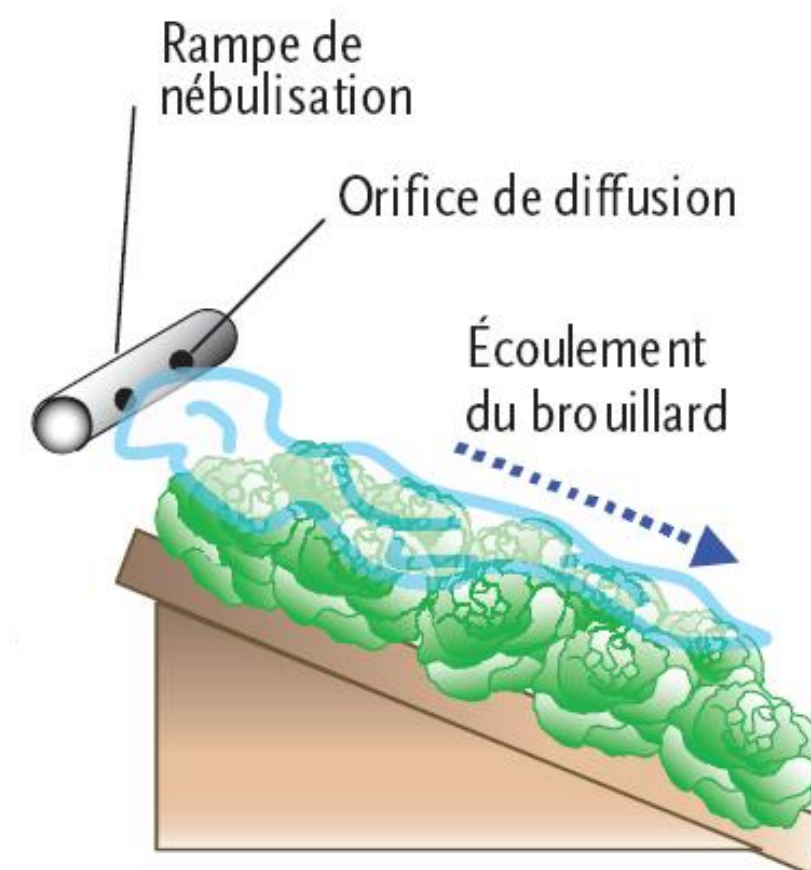
Brumifrais, Dutrie, Brum'azur, Miatech (Aqualife)...

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 $\mu$ 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

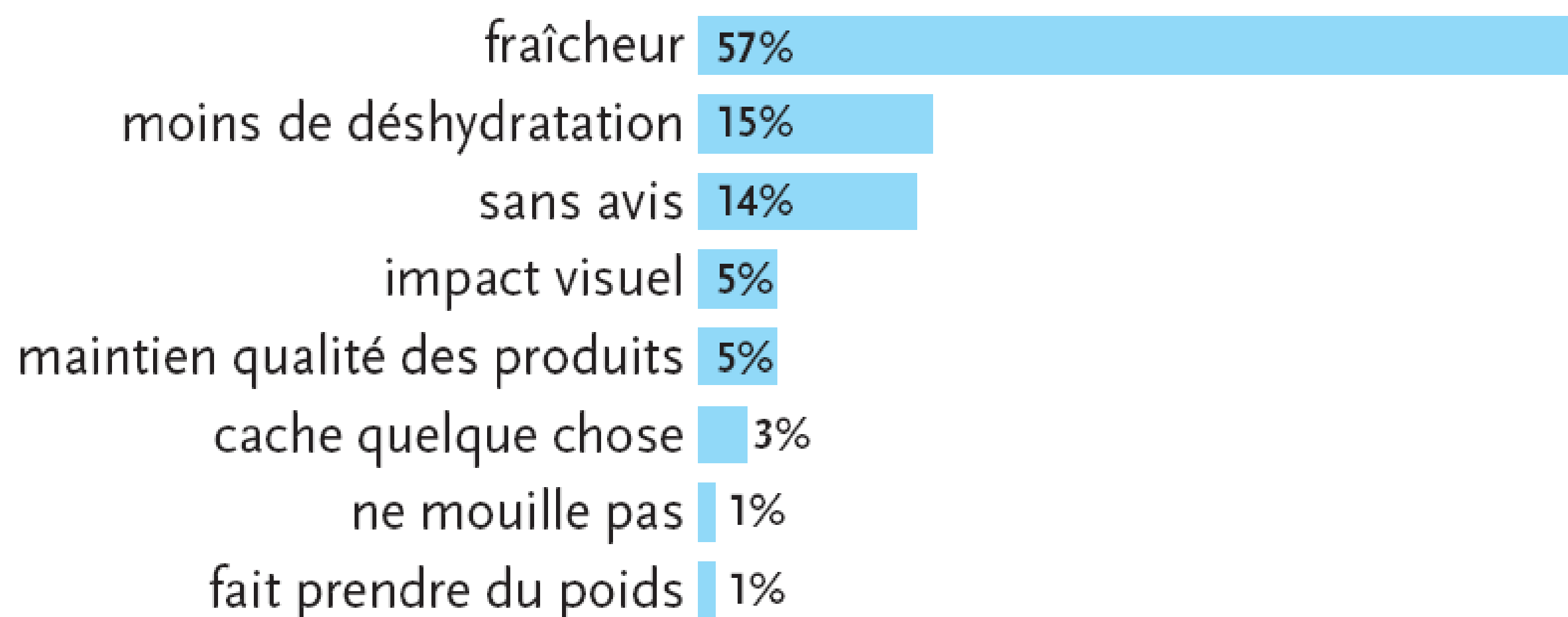


# Impact sur la clientèle : résultats d'enquête

## ► Avis sur les systèmes en général

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

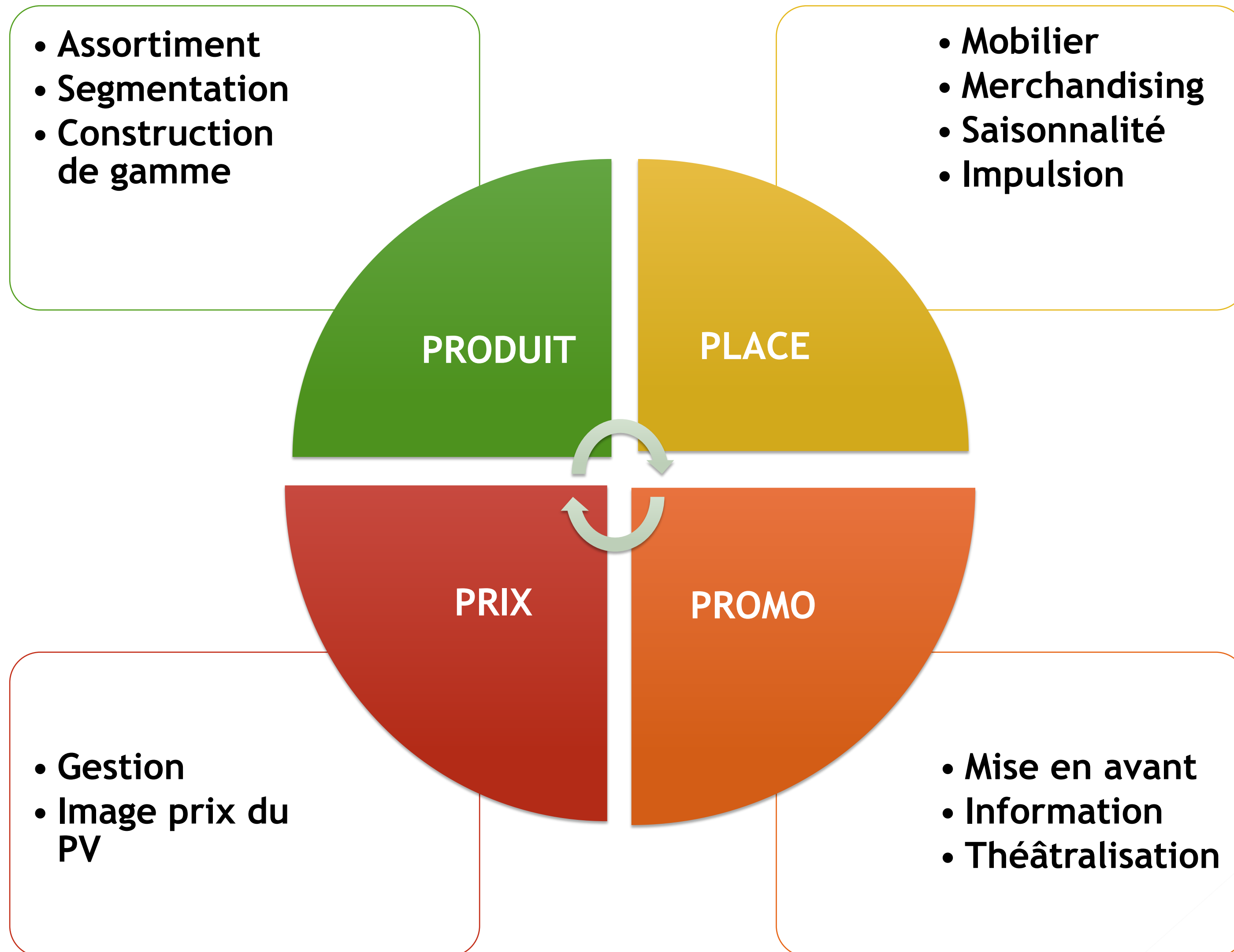
## ► Bénéfice apporté selon les clients :



## 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

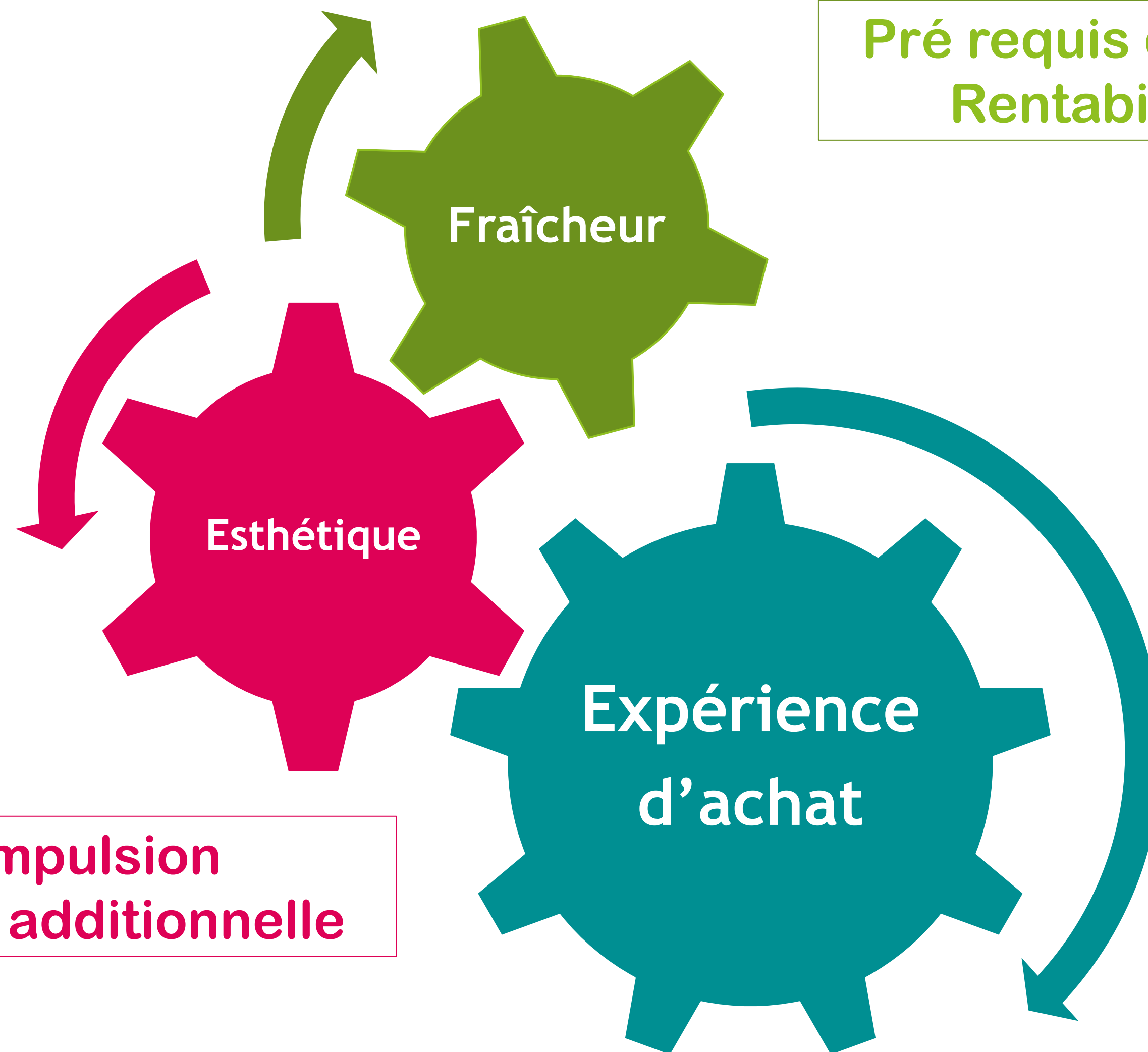




# L'information pour donner du sens et favoriser l'accessibilité



# Les enjeux de l'agencement



Pré requis des FL  
Rentabilité

Impulsion  
Vente additionnelle

Fidélisation  
Quantité





Les Rencontres du  
**Végétal**

8<sup>e</sup> 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