



Projet Action en magasins



Projet destiné à faire de la sensibilisation et de la promotion des fruits et légumes du Québec en magasins au détail – Tournée 2021

Présenté par :
Sébastien Brossard, agr.
Agroéconomiste

25 février 2022

Merci à nos commanditaires



En partenariat avec :





Plan de la présentation



- ✓ **Origine du projet et de ses objectifs**
- ✓ **Tournées 2019, 2020 et 2021 des visites en magasins**
 - Planification des tournées
 - Fiches techniques
 - Questionnaires d'enquête
 - Sélection des magasins
- ✓ **Résultats**
 - Recensement sur l'ail en magasins en 2020 et en 2021
 - Entretiens avec les gérants en 2021!
- ✓ **Étapes de réalisations actuelles et à venir.**
- ✓ **Remerciements**



Origine du projet



- ✓ Inspiré de l'activité « service de promotion auprès des détaillants » de Foodland Ontario
- ✓ Initié en 2017 par les Producteurs en serre du Québec sous le nom de projet Actions en magasins.
- ✓ Démarches par Sébastien Brossard en 2018 pour promouvoir les bénéfices du projet.
- ✓ Repris en 2019 par l'APMQ et l'AQDFL sous le nom « Marchandisage des fruits et légumes du Québec dans le détail », projet de la Table filière productions maraîchères

Ce projet rejoint les objectifs de la politique bioalimentaire du Québec, **soit promouvoir et valoriser les produits bioalimentaires d'ici** et d'en accroître leurs ventes sur le marché du Québec.



Objectifs principaux



1. Sensibiliser les marchands de fruits et légumes à s'approvisionner en fruits et légumes du Québec
2. Répertorier les produits du Québec dans les étalages.

Quatrième année de réalisation.

Projet de la Table Filière production maraîchère, portée par l'APMQ et par l'AQDFL, financé par le MAPAQ.



Objectifs spécifiques



- Concevoir des fiches techniques de 36 fruits et légumes du Québec ;
- Assurer le transfert de connaissances aux responsables du rayon des fruits et légumes sur les produits du Québec ;
- Réaliser des enquêtes sur le potentiel des marchés tel que perçu par les responsables de rayon ;
- Évaluer la présence des principaux produits horticoles du Québec ;
- Repérer la provenance des fruits et légumes disponibles en rayon.



Contenu de la tournée



- ✓ **Recensement des magasins d'alimentation de détail au Québec;**
- ✓ **Sélection de 250 magasins par tournée selon les critères ciblés;**
- ✓ **Remise des 36 fiches techniques**
- ✓ **Questionnaires d'enquête :**
 - Entretien avec le gérant;
 - Repérage des fruits et légumes du Québec via un recensement des marques pour 33 produits commandités.



Développement des 36 fiches techniques



Le modèle des fiches techniques a été développé selon l'approche des fiches métiers, publiées par le magazine Linéaires.

Les fiches métiers permettent de maintenir un niveau minimal de connaissances pour les membres du personnel en magasins.

Fiche Métier

avec 

LE POIVRON



les colis de poivrons inférieurs à 180 g) et 40 g (poivrons de plus de 180 g).
- Choisissez des fruits fermes, de couleur franche et à l'épiderme lisse. Le pédoncule doit être sain, tranché de manière nette.

Fiche Métier

avec 

LES PETITS FRUITS ROUGES



Bien qu'en croissance à deux chiffres, la consommation de petits fruits rouges, pour se développer encore, doit être suggérée aux clients. Une implantation en meuble réfrigéré, proche des fraises, rend les myrtilles, groselles, framboises, etc., plus visible et aide à leur conservation.

SEGMENTATION
De part la large gamme intégralement conditionnée en UVC type barquette (ou sachet pour les airelles et myrtilles qui sont plus solides), la segmentation se complète par des poids de conditionnement différents pour la framboise.

CONSERVATION
- Au frigo, à 4°C, pour toute la gamme qui est fragile. La durée de vie en stockage doit rester très courte (1 jour maximum).
- L'utilisation de meubles froids pendant la vente augmente la présentation et favorise les ventes, en mettant en valeur cette gamme de haute qualité.

CLASSEMENT
- Les baies sont référencées sous la norme CEE-ONU FFV* texte n°57. La framboise possède son texte FFV n°32. La myrtille sous le FFV n°7, mais toutes deux sont aussi prévues dans le premier texte n°57.
- Il n'y a pas de calibrage pour les baies, sauf pour la framboise (FFV n°7).

PRÉSENTATION
- Toutes reorouées, les barquettes de fruits



Technique utilisée en France



Association des
producteurs maraîchers
du Québec



ASSOCIATION QUÉBÉCOISE
DE LA DISTRIBUTION
DE FRUITS ET LÉGUMES
QUÉBEC PRODUCE MARKETING ASSOCIATION

En partenariat avec :

Québec



36 fiches techniques

➤ Liste des produits



Ail	Courge d'hiver	Poireau
Asperge	Concombre bio de serre	Poivron de champ
Betterave	Échalote française	Poivron bio de serre
Bleuet sauvage	Fraise	Pomme
Brocoli	Framboise	Pomme de terre
Camerise	Laitue de serre	Rabiole
Canneberge	Laitue iceberg	Radis
Carotte	Laitue romaine	Rutabaga
Céleri	Laitue mixte printanier	Tomate beef rose
Cerise de terre	Mais-sucré	Tomate beef rouge
Chou vert	Oignon	Tomate grappe rouge
Chou-fleur	Panais	Tomate cerise et raisin



Portrait d'une fiche technique



Ail du Québec

Caractéristiques générales

La production d'ail du Québec prend de plus en plus d'ampleur depuis quelques années. Ce produit local en fait un aliment de choix qui se conserve longtemps.

La fleur d'ail est également de plus en plus présente dans les marchés. Son goût rappelle celui de l'ail, mais en plus doux. Elle est aussi plus facile à digérer. Plusieurs recettes sont disponibles et les consommateurs adorent découvrir les façons de la cuisiner. La fleur d'ail se conserve plusieurs semaines au réfrigérateur dans des sacs de plastique aéré.

L'ail se cultive principalement en champs. Il est habituellement semé sous la forme de gousses (caïeux) à l'automne pour être récolté en bulbes l'été suivant (fin juillet). La récolte de l'ail se fait lorsque le bulbe atteint sa pleine maturité, quand les feuilles hors de la terre sont tombées et très sèches. Chaque bulbe contient entre 4 et 20 gousses d'ail.

Sous la forme d'une tige tendre, la fleur d'ail est récoltée hâtivement vers la mi-juin avant qu'elle ne durcisse et ne s'enroule.

Disponibilité

Janv.	Fév.	Mars	Avril	Mai	Juin	Juillet	Août	Sept.	Oct.	Nov.	Déc.
-------	------	------	-------	-----	------	---------	------	-------	------	------	------

Manutention

Après la récolte, les bulbes d'ail sont entreposés dans un environnement dont la température varie entre 16 et 18 °C et le taux d'humidité entre 60 et 70%. Elle sera ensuite nettoyé avant la mise en vente afin d'assurer une durée de conservation maximale.

Les bulbes d'ail sont habituellement emballés dans des filets pour favoriser la circulation d'air ou distribués en vrac.

Conservation en entrepôt

Ils sont très sensibles à l'humidité et au froid, conservez-les dans un endroit sec, entre 60-70 % d'humidité. Une forte humidité accélérera la dégradation.

Étalage en magasin

Disposez les bulbes d'ail dans un étalage à température ambiante et à une humidité inférieure à 70%.

Évitez de les mouiller ou de les asperger d'eau. Les bulbes d'ail ne sont pas sensibles à l'éthylène, ils ne requièrent pas de disposition particulière avec les autres fruits ou légumes.

Évitez de placer les bulbes d'ail avec des produits qui pourraient absorber les odeurs. En raison de la forte odeur qu'ils dégagent, placez-les préférentiellement avec les oignons.

Valeurs nutritives

1 bulbe (100 g)	Teneur	% valeur quotidienne
Calories	25 kcal	-
Lipides	0,1 g	0%
Glucides	6 g	-
Fibres alimentaires	1 g	4%
Sucres	0 g	0%
Protéines	1 g	-
Cholestérol	0 mg	0%
Sodium	0 mg	0%
Potassium	75 mg	2%
Calcium	30 mg	2%
Fer	0,3 mg	2%
Vitamine C	5 mg	6%
Vitamine B6	0,2 mg	8%
Manganèse	0,3 mg	13%

Critères de qualité et d'achat recommandés

Choisissez l'ail du Québec, car contrairement à l'ail provenant d'autres pays qui a subi plusieurs variations de température, la germination et le mûrissement ne seront pas accélérés et sa durée de conservation n'en sera que bonifiée.

Prenez des bulbes fermes, qui ne présentent pas de germination ni de taches. Veillez à ce que la pelure recouvrant le bulbe soit sèche, étanche et semblable à celle du papier.

Évitez de choisir des bulbes mous et humides.

L'ail du Québec se différencie par son goût et sa fraîcheur indéniables.

Informations complémentaires

L'ail cru a des bénéfices sur la santé supérieurs à ceux de l'ail cuit. Les enzymes de l'ail (les allinases), peuvent en effet s'inactiver par la chaleur, désactivant au passage les substances bénéfiques de l'ail comme l'allicine. Pour profiter au maximum des bienfaits de l'ail cru, écrasez ou hachez les bulbes frais afin de briser leurs cellules et ainsi, activer leurs molécules favorables.

Caractéristiques nutritionnelles

Malgré sa petite taille, l'ail est une bonne source de vitamine B6, essentielle au métabolisme de l'énergie et à la formation de l'hémoglobine, ainsi que de manganèse. Ce minéral est impliqué dans plusieurs fonctions biologiques comme le métabolisme de l'énergie et l'immunité.

L'allicine, un composé sulfuré naturel contenu dans l'ail et responsable de son odeur et de sa saveur caractéristiques, aurait des effets potentiellement bénéfiques sur la santé tels que la diminution du risque de certains cancers et de maladies cardiovasculaires (en raison, notamment, de son impact sur la pression artérielle et sur le taux de cholestérol sanguin).

Cette molécule bioactive pourrait également influencer positivement notre fonction immunitaire grâce à son effet antimicrobien. Des études suggèrent néanmoins que pour bénéficier efficacement de l'allicine, il serait nécessaire de consommer de 7 à 28 gousses d'ail par jour ! En attendant d'en savoir plus sur ses bénéfices, appréciez l'ail d'abord et avant tout pour son bon goût.

En résumé, l'ail aurait un effet protecteur contre :

- Plusieurs cancers, le cholestérol sanguin, les maladies cardiovasculaires, et l'hypertension artérielle.

Commanditaires :



Utilisations culinaires

L'ail peut être consommé comme un légume, mais la plupart des gens l'apprêtent comme un condiment. C'est un très bon aromate pour les viandes, ragouts, marinades, etc.

Astuce : pour donner un bon parfum d'ail à vos différentes huiles, déposez-y quelques gousses d'ail pelé. Préparez-en une petite quantité à la fois, puisque l'ail dans l'huile se conserve uniquement une semaine placée au réfrigérateur. Le but étant de prévenir la prolifération d'une bactérie pathogène.

Cuisez la fleur d'ail comme les haricots ou les asperges, ou utilisez-la pour remplacer l'ail frais ou l'oignon vert dans vos recettes. Préparez un « pesto » de fleur d'ail en le broyant au robot culinaire, puis en ajoutant graduellement de l'huile d'olive.

Connaissez-vous l'ail noir? Ses gousses ont simplement subies une caramélisation, les rendant tendres comme des jujubes et avec un petit goût sucré et umami rappelant celui du vinaigre balsamique. En bonus, il est maintenant produit ici au Québec. Génial pour ajouter une touche finale parfumée aux pâtes ou au chili, ou simplement pour le tartiner sur un bon pain. Ce n'est pas une variété d'ail comme bien des gens pensent, mais plutôt un ail « cuit » lentement à température et humidité contrôlée.



Il existe près de 600 variétés dans le monde et une cinquantaine sont cultivées au Québec. Deux grands types d'ail sont cultivés au Québec, ceux à col rigide (avec tige) et ceux à col souple. C'est la variété d'ail à col souple qui sert à former les tresses d'ail que l'on retrouve dans les marchés d'automne québécois.

Conservation domestique

Conservez les bulbes d'ail à température ambiante de 3 à 10 mois selon les variétés, à l'abri de la chaleur et dans un endroit sec et bien aéré. Évitez de conserver l'ail au réfrigérateur, il ne tolère pas bien les changements de température et se mettra à germer.

Évitez de placer l'ail avec des aliments qui pourraient absorber son odeur caractéristique.

Comment éviter le gaspillage ?

Il est possible de conserver les gousses d'ail, sans pelure pendant 2 mois au congélateur. Évitez de dégermer les bulbes, puisqu'ils se digèrent aussi bien avec ou sans germes.

Sources : Fichier canadien sur les aliments nutritifs | Encyclopédie des aliments - Tout sur les légumes (Éditeur Américain) | AGEFL | Handbook of food preservation 2e édition (CRC Press) | MAPAQ les fruits et légumes du Québec | Ail Québec | UC Davis - Postharvest technology. Maintaining produce quality and safety | WFLO-Globul cold chain alliance - Garlic | passeportsants.net

Partenaires :





Entretien avec le gérant

Les principaux sujets abordés :

1. Les tendances de vente des fruits et légumes;
2. Les efforts pour promouvoir les produits du Québec;
3. L'achat aux fournisseurs locaux;
4. Les forces et les faiblesses des fruits et légumes du Québec;
5. Demande pour de nouveaux produits en vogue.





Questionnaire sur le recensement des marques

2020 - Questionnaire sur la présence des marques et produits du Québec en étalage

AIL

47. Présence et évaluation de la marque en magasin

	Présence (oui / non)	Évaluation (1 à 5)	Présence Promotion	Qualité (1 à 5)
Le Petit Mas	Oui	2	Oui	5
Vegco	Oui	2	Oui	5
FW Ward				
Ferme Marydan	Oui	2	Non	5
Jardins du Témis				
Henri et cie				
Jardins Ail noire de l'Île d'Orléans	Oui	1	Non	5
Petite ferme de St-Gérard				
Tournevent				
Ferme St-Élie	Oui	3	Oui	5
Jardins du Suroît				
Jardins d'Ambroise				
Au champ d'ail vert				



Nombre de magasins d'alimentation au détail au Québec

Nom bannière ou magasins	Entreprise mère	Catégorie de magasins							
		Superficie				Dépanneur service	Marché de spécialité	Fruiterie	Magasin de gros
		Escompte	Grande	Moyenne	Petite				
Metro et Metro Plus	Metro		201						
Super C	Metro	98							
Marché Richelieu	Metro			60					
Marché AMI	Metro				209				
Marché Extra	Metro				82				
Servi-Express et GEM	Metro					420			
5 saisons - Épicerie fine	Metro						5		
Marché Adonis	Metro						9		
Maxi (93) Maxi et cie (23)	Loblaws	116							
Provigo	Loblaws		79						
Intermarché	Loblaws			63					
AXEP, Atout-Prix et Proprio	Loblaws				110				
IGA et IGA Extra	Sobeys		296						
IGA Express	Sobeys					18			
Marché Bonichoix	Sobeys			87					
Marchés Tradition	Sobeys			53					
Rachelle Béry	Sobeys						22		
Bonisoir	Sobeys				3				
Avril Supermarché Santé	Avril						9		
Les Jardins Val-Mont	Groupe Épicia							7	
Le marché Le Végétarien	Groupe Épicia							7	
Le Jardin Mobile	Groupe Épicia							16	
Corneau Cantin	Groupe Épicia							2	
Mourelatos	Mourelatos						2		
Costco	Costco								21
Fruiterie 440	Indépendant							5	
Les Arpents Verts	Indépendant							1	
Citron que c'est bon	Indépendant							4	
Pomme Salade	Indépendant							1	
Autres fruiteries indépendantes								160	
TOTAL		214	576	263	404	438	47	203	21

Escompte	214
Grand superficie	576
Moyenne superficie	263
Petite superficie	404
Dépanneur service	438
Marché de spécialité	47
Fruiterie	203
Magasin de gros	21

Magasins sélectionnés - Tournée 2019

- 66 % magasins de grande superficie (IGA, Metro, Provigo)
- 20 % magasins d'escomptes (MAXI, Super C)
- 6 % fruiteries (Groupe Épicia, Citron que c'est bon, indépendants)
- 6 % magasins de moyenne superficie (Marché Tradition, Marché Richelieu, Marché Bonichoix, Intermarché)
- 2 % magasins de spécialité (Avril, Adonis, Rachelle Béry)

225 magasins visités

Région	Population (nombre)	Population (%)	Méto	IGA	Provigo	Super C	Maxi	Marché Richelieu	Intermarché	Marché Bonichoix	Marché Tradition	Marché de spécialité	Fruiterie	Total régional
Montréal	2 029 379	24%	15	19	7	6	7	1	1	0	0	1	4	61
Montérégie	1 554 282	19%	12	14	5	4	5	1	0	0	1	1	3	46
Capitale-Nationale	745 135	9%	5	6	3	2	2	1	1	0	0	1	2	23
Laurentides	611 019	7%	5	6	1	1	2	0	0	1	0	1	1	18
Lanaudière	507 947	6%	4	5	2	2	1	0	0	0	0	1	1	16
Laval	432 858	5%	3	4	0	1	2	0	0	0	0	0	1	11
Chaudière-Appalaches	426 130	5%	3	4	2	1	2	0	0	0	0	0	1	13
Outaouais	390 830	5%	4	4	1	1	1	0	0	0	0	0	1	12
Estrie	326 476	4%	3	3	2	1	0	0	0	0	0	0	1	10
Saguenay-Lac-Saint-Jean	277 406	3%	2	2	1	1	1	0	0	1	0	0	0	8
Mauricie	269 332	3%	3	2	0	1	2	0	0	0	0	0	0	8
Centre-du-Québec	247 333	3%	2	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	7
Bas-Saint-Laurent	197 384	2%	3	2	1	0	0	0	0	0	0	0	0	6
Abitibi-Témiscamingue	147 508	2%	0	2	1	1	1	0	0	0	0	0	0	5
Côte-Nord	91 213	1%	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	3
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	90 709	1%	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3
Nord-du-Québec	45 558	1%	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	8 390 499	100%	65	77	28	23	27	4	2	3	1	5	15	250

Note: on additionné le poids démographique de la région du Nord-du-Québec avec celle de l'Abitibi-Témiscamingue pour la tournée 2019.

Pour la tournée 2020, 3 magasins au Nord-du-Québec seront visités.

Magasins sélectionnés – Tournée 2019





Tournée 2019



En partenariat avec :



Magasins sélectionnés - Tournée 2020

- 66 % magasins de grande superficie (IGA, Metro, Provigo)
- 20 % magasins d'escomptes (MAXI, Super C)
- 6 % fruiteries (Groupe Épicia, Citron que c'est bon, indépendants)
- 6 % magasins de moyenne superficie (Marché Tradition, Marché Richelieu, Marché Bonichoix, Intermarché)
- 2 % magasins de spécialité (Avril, Adonis, Rachelle Béry)

275 magasins visités

Région	Population (nombre)	Population (%)	Nombre de magasins à visiter	Méto	IGA	Provigo	Super C	Maxi	Marché Richelieu	Intermarché	Marché Bonichoix	Marché Tradition	Marché de spécialité	Fruiterie
Montréal	2 029 379	24%	61	17	17	9	6	6	0	1	0	0	1	4
Montérégie	1 554 282	19%	46	13	13	5	5	5	1	0	0	0	2	3
Capitale-Nationale	745 135	9%	24	6	7	2	2	2	1	1	1	0	1	1
Laurentides	611 019	7%	28	7	8	2	3	3	0	0	2	0	1	2
Lanaudière	507 947	6%	20	4	6	2	2	3	0	0	1	1	0	1
Laval	432 858	5%	11	3	4	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Chaudière-Appalaches	426 130	5%	13	2	4	2	1	1	1	1	0	1	0	0
Outaouais	390 830	5%	12	4	4	1	1	1	0	0	0	0	0	1
Estrie	326 476	4%	11	2	3	2	1	1	0	0	0	0	0	2
Saguenay-Lac-Saint-Jean	277 406	3%	8	2	2	1	0	1	0	0	0	1	0	1
Mauricie	269 332	3%	8	3	2	0	1	2	0	0	0	0	0	0
Centre-du-Québec	247 333	3%	7	2	3	0	1	1	0	0	0	0	0	0
Bas-Saint-Laurent	197 384	2%	5	1	2	0	0	0	1	1	0	0	0	0
Abitibi-Témiscamingue	147 508	2%	10	0	4	1	1	2	0	1	1	0	0	0
Côte-Nord	91 213	1%	3	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	90 709	1%	5	1	2	0	0	0	1	0	1	0	0	0
Nord-du-Québec	45 558	1%	3	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
Total	8 390 499	100%	275	67	82	28	24	29	6	6	6	4	6	17



Tournée 2020



 Association des producteurs maraîchers du Québec

 ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA DISTRIBUTION DE FRUITS ET LÉGUMES
QUÉBEC PRODUCE MARKETING ASSOCIATION

En partenariat avec :
 Québec

Sélection des magasins - Tournée 2021

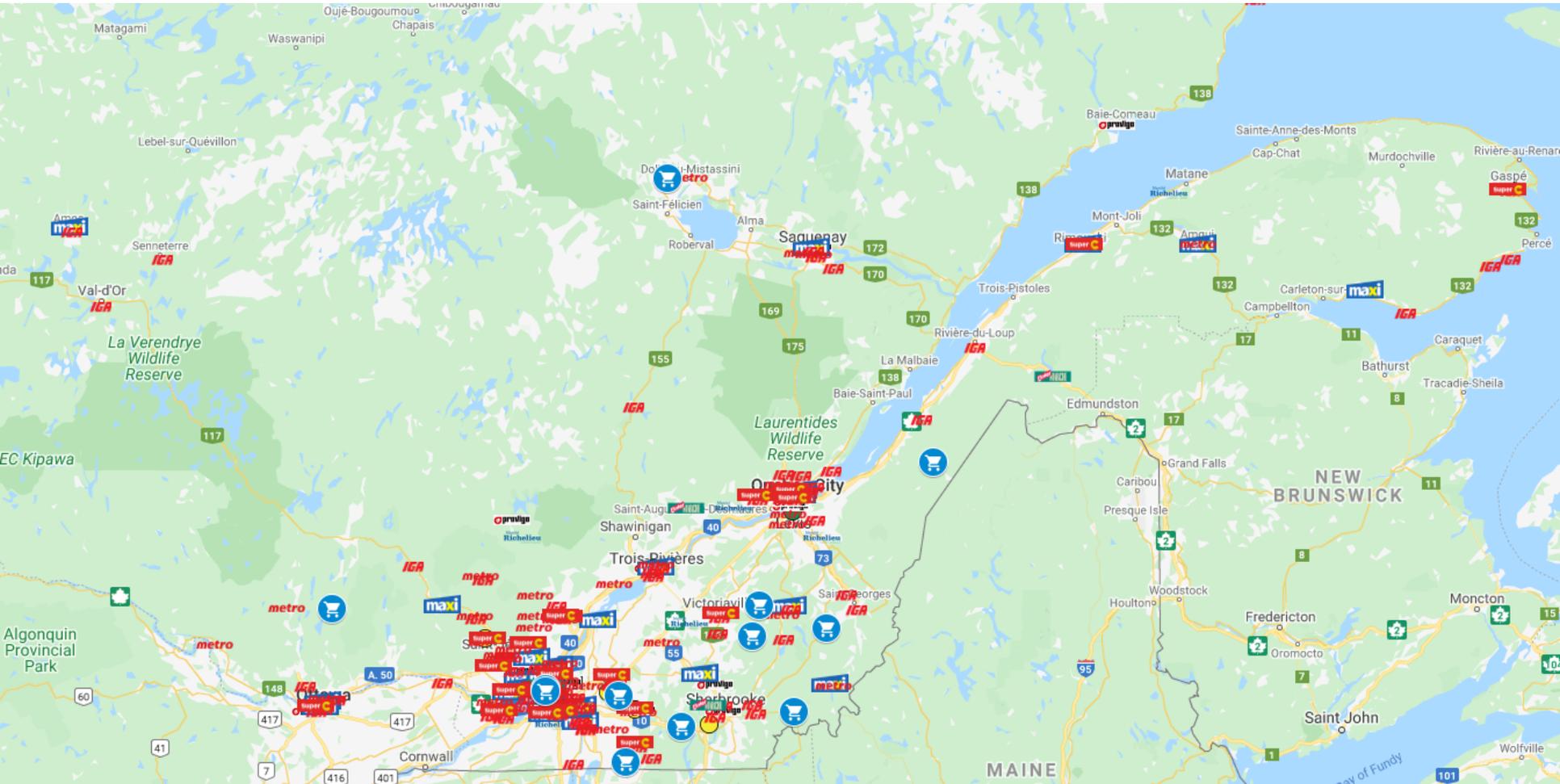
- 57 % magasins de grande superficie (IGA, Metro, Provigo)
- 21 % magasins d'escomptes (MAXI, Super C)
- 11 % magasins de moyenne superficie (Marché Tradition, Marché Richelieu, Marché Bonichoix, Intermarché)
- 9 % fruiteries (Groupe Épicia, Citron que c'est bon, indépendants)
- 2 % magasins de spécialité (Avril, Adonis, Rachelle Béry)

250 magasins visités

Région	Nombre de magasins à visiter	Méto	IGA	Provigo	Super C	Maxi	Marché Richelieu	Inter-marché	Marché Bonichoix	Marché Tradition	Marché de spécialité	Fruiterie
Montréal	34	8	3	2	1	4	0	2	0	2	1	11
Montérégie	55	10	18	3	7	5	3	0	0	2	1	6
Capitale-Nationale	25	5	8	3	3	3	1	1	0	0	0	1
Laurentides	20	5	7	1	3	2	0	0	1	0	0	1
Lanaudière	16	6	5	0	3	2	0	0	0	0	0	0
Laval	9	2	3	1	0	1	0	0	0	0	0	2
Chaudière-Appalaches	13	3	5	0	0	1	1	0	1	1	1	0
Outaouais	13	3	4	2	1	2	0	0	0	0	1	0
Estrie	14	1	4	2	0	2	0	1	1	2	0	1
Saguenay-Lac-Saint-Jean	7	2	2	1	0	2	0	0	0	0	0	0
Mauricie	9	2	4	1	0	1	0	0	0	0	0	1
Centre-du-Québec	8	2	2	0	1	0	1	0	1	1	0	0
Bas-Saint-Laurent	10	1	2	0	1	3	2	1	0	0	0	0
Abitibi-Témiscamingue	4	0	3	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Côte-Nord	3	0	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0
Gaspésie-Îles-de-la-Madeleine	10	0	4	2	1	2	1	0	0	0	0	0
Nord-du-Québec	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	250	50	74	19	21	32	9	5	4	9	4	23



Tournée 2021



 Association des producteurs maraîchers du Québec

 ASSOCIATION QUÉBÉCOISE DE LA DISTRIBUTION DE FRUITS ET LÉGUMES
QUÉBEC PRODUCE MARKETING ASSOCIATION

En partenariat avec :

Québec 



Tournée 2021 Visite de 250 magasins



Début le 11 juin 2021

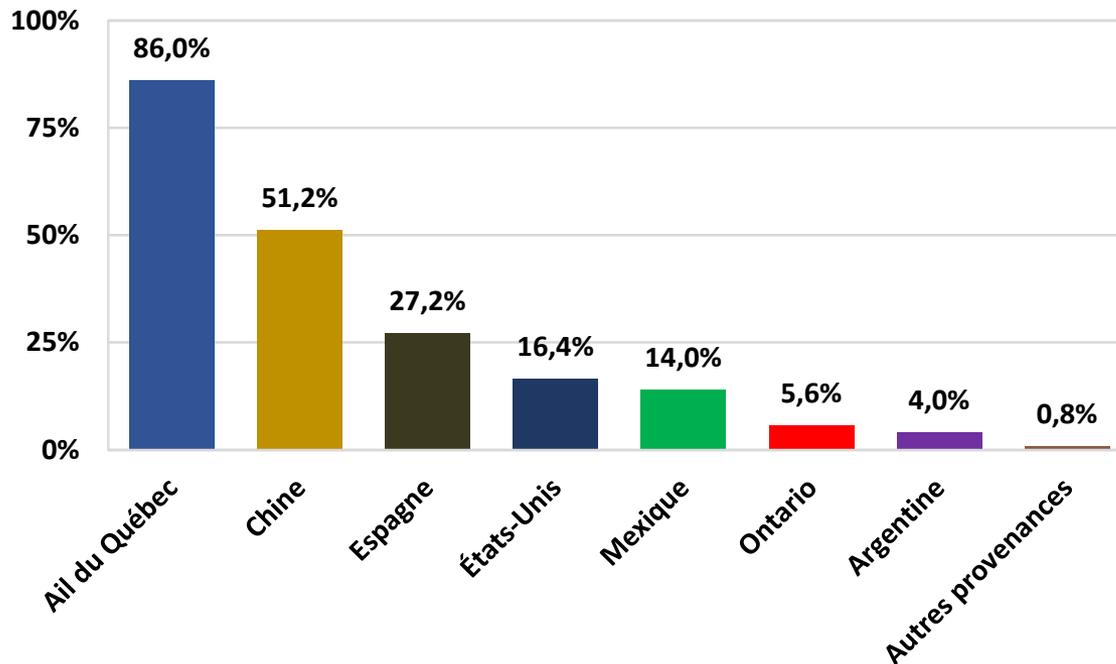
Fin le 21 décembre 2021





Résultats du recensement de l'ail – Tournée 2021

Taux de présence de l'ail observé selon la provenance



L'ail du Québec:

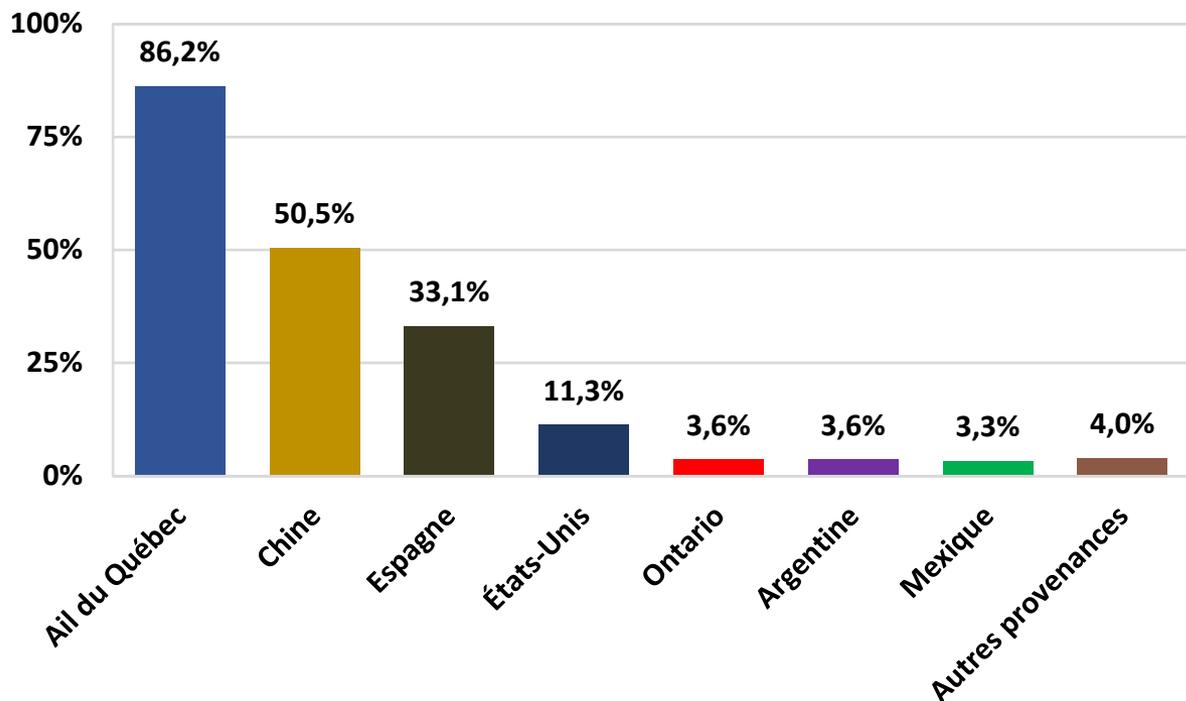
- ✓ Observé dans 215 magasins;
- ✓ Absent en début de saison des visites (juin 2021);
- ✓ Taux de présence de 87,4% en période de disponibilité;
- ✓ 61 marques différentes;
- ✓ Total de 454 lots recensés.

Parmi les 36 produits recensés, l'ail a présenté la plus grande diversité de marques!



Résultats du recensement de l'ail – Tournée 2020

Taux de présence de l'ail observé selon la provenance



L'ail du Québec: 2021 vs 2020

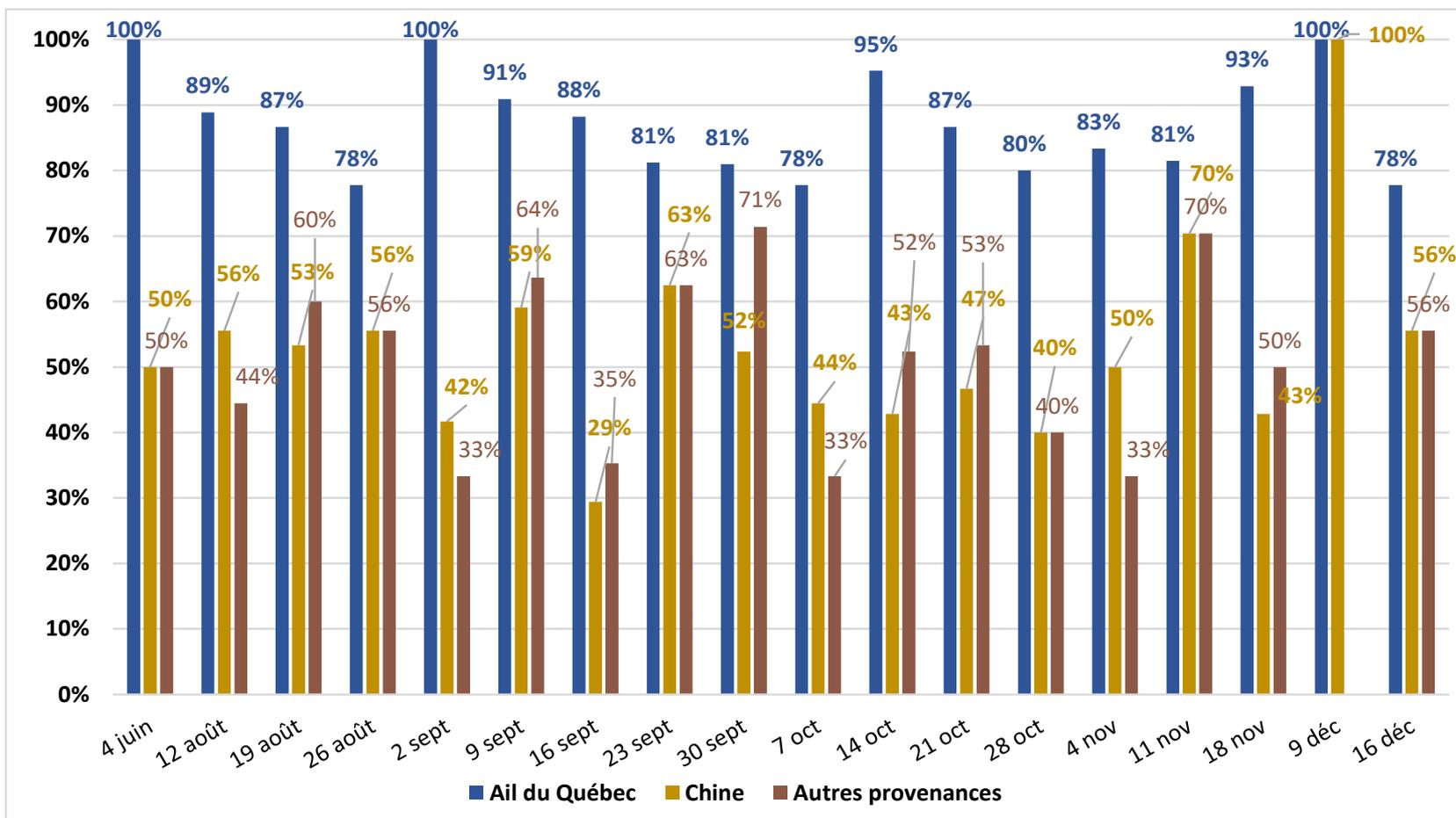
- ✓ Taux de présence plus élevé en 2021 : 87,4 % versus 86,2%
- ✓ Marques différentes: 61 versus 48
- ✓ Total de lots recensés: 454 versus 425

Constats de la tournée 2021:

- ✓ Présence plus importante de l'ail du Québec en magasins,
- ✓ Plus de diversité de marques.



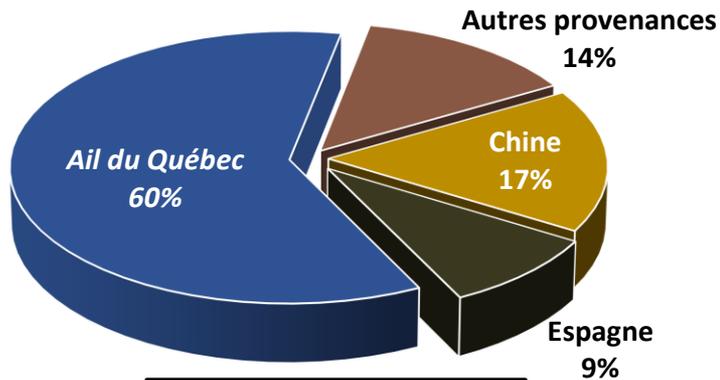
Taux de présence hebdomadaire de l'ail selon sa provenance en 2021





Part de marché de l'ail en fonction de sa provenance

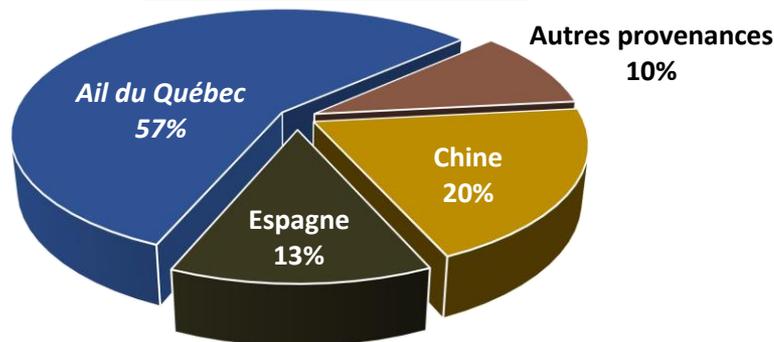
Tournée 2021



Total de 752 lots observés

L'ail du Québec a représenté environ 60% des lots observés en 2021, versus 57% en 2020!

Tournée 2020

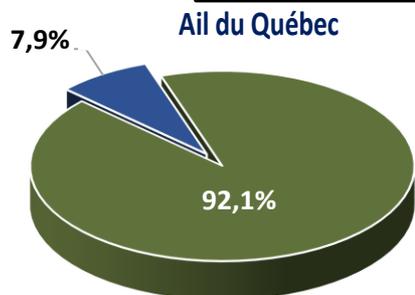


Autres provenances:
États-Unis, Argentine, Ontario,
Mexique, Turquie, Égypte.

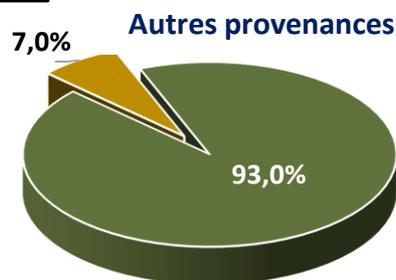


Taux de promotion de l'ail du Québec versus les autres provenances

Tournée 2021



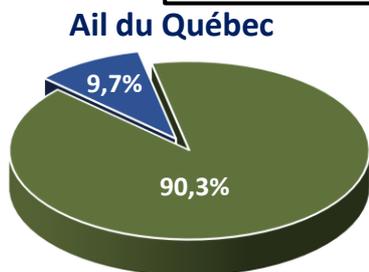
- Avec promotion
- Sans promotion



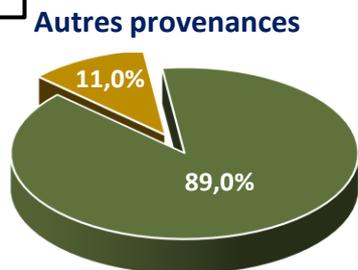
- Avec promotion
- Sans promotion

L'ail du Québec a obtenu un taux de promotion d'environ 7,9% en 2021, comparativement à 9,7% en 2020.

Tournée 2020



- Avec promotion
- Sans promotion



- Avec promotion
- Sans promotion

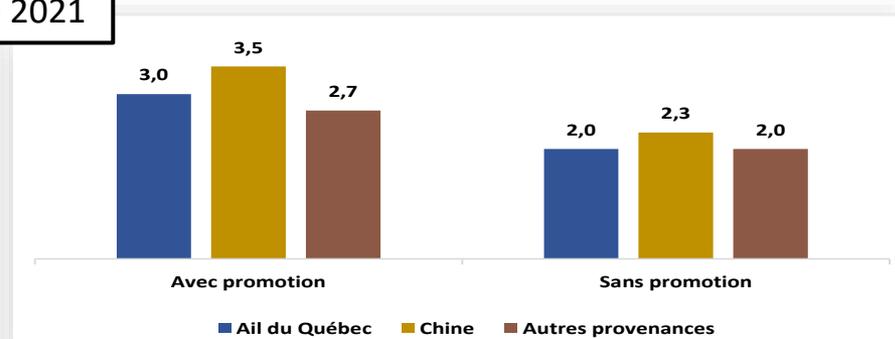
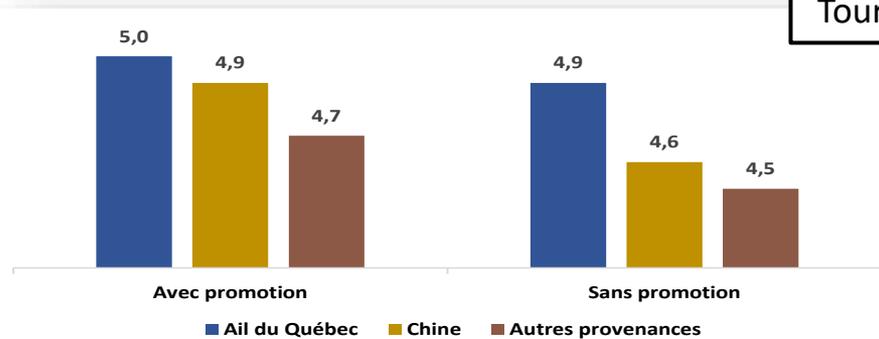
L'ail des autres provenances ont obtenu un taux de promotion plus faible en 2021.

Qualité et positionnement

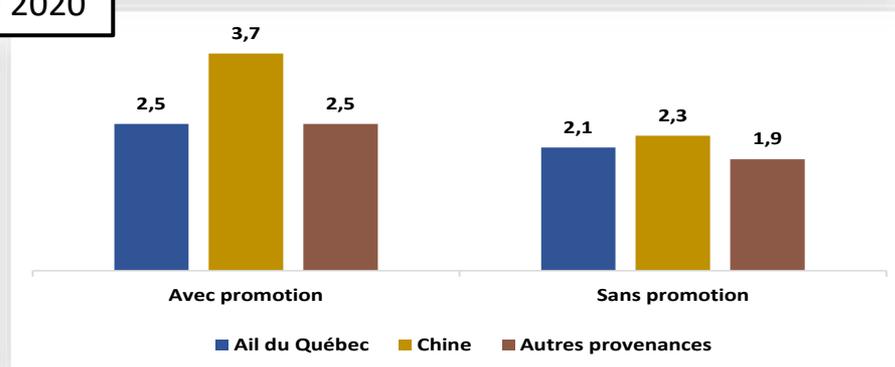
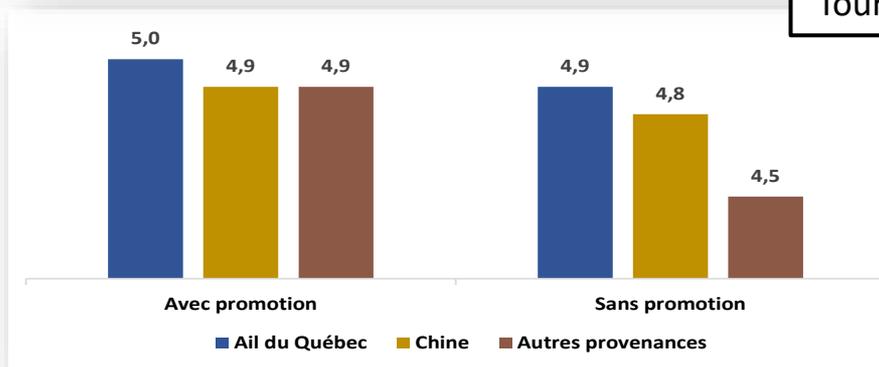
Évaluation moyenne de la qualité

Évaluation moyenne du positionnement

Tournée 2021



Tournée 2020



Évaluation visuelle selon un ensemble de critères:

Fraîcheur, couleur, calibre, forme, uniformité,
conformité recherchée, présence/absence de
défauts apparents

Espace d'étalage occupé par le lot observé

+

Niveau de visibilité de l'endroit



Ratio des ventes de F&L



- ✓ Tournée 2021: ratio moyen total: 19,54 %
Ratio moyen magasins grande superficie et escompte: 16,04 %
Ratio moyen fruiteries: 60,25 %

- ✓ Tournée 2020: ratio moyen total: 18,14 %
Ratio moyen magasins grande superficie et escompte: 16,21 %
Ratio moyen fruiteries: 57,88 %

- ✓ Tournée 2019: ratio moyen total: 18,07 %
Ratio moyen magasins grande superficie et escompte: 16,05 %
Ratio moyen fruiteries: 57,58 %

- ✓ Ratio moyen en 2017 des magasins grande superficie et escompte = 15,52 %



Ratio des ventes de F&L versus superficie



- ✓ Tournée 2021:
 - Ratio moyen magasins grande superficie et escompte: 16,04 %
 - Superficie moyenne rayon F&L / superficie totale magasin: 14,60 %

- ✓ Tournée 2020:
 - Ratio moyen magasins grande superficie et escompte: 16,21 %
 - Superficie moyenne rayon F&L / superficie totale magasin: 14,76 %

- ✓ Indicateur Ratio vente F&L/superficie rayon F&L
 - 2021: 1,099
 - 2020: 1,098



Tendances de vente des fruits et légumes

En résumé, tendances d'augmentation des ventes en 2020



15 %



16%



19%



Tendances de vente des fruits et légumes

En résumé, tendances d'augmentation des ventes en 2021



-0,5 %



1,1%



8,0%



Tendances de vente des fruits et légumes

Augmentation annuelle moyenne des ventes de 2019 à 2021



7,25%



8,55%



13,5%



RÉSULTATS

Efforts de promotion particuliers pour les F&L du Québec

EFFORTS DE PROMOTION PARTICULIERS F&L DU QUÉBEC			
	2019	2020	2021
Positionnement avantageux	173	198	188
Mise en évidence	170	198	187
Promotion croisée	119	137	169
Dégustation passive	91	0	0
Dégustation active	40	0	0
Nombre total de magasins répondus	216	235	228



Positionnement avantageux = meilleur emplacement

Mise en évidence = meilleure affichage



Perception des gérant(e)s par rapport aux fruits et légumes du Québec en 2021



Critères évalués sur les fruits et légumes du Québec	Évaluation moyenne
Goût	8,7
Fraîcheur	8,69
Apparence	8,15
Demande par les consommateurs	9,25
Salubrité	8,46
Mode prod./dist. Respectant l'environnement	8,42
Mode prod./dist. Équitable	8,52
Disponibilité	7,37
Prix	7,72
Durée de conservation	7,15
Saisonnalité	7,41
Propreté	8,06
Régularité de l'approvisionnement	7,68





Principales forces des fruits et légumes du Québec en 2021

FORCES DES F&L DU QUÉBEC	NOMBRE	%
Fraîcheur	184	80,7%
Goût et saveur	120	52,6%
Qualité	81	35,5%
Proximité (75) et local (9)	84	36,8%
En demande	51	22,4%
Économie locale	39	17,1%
Prix (en été)	32	14,0%
Moins de pesticides	18	7,9%
Diversité (en été)	4	1,8%
Inocuité	3	1,3%
Apparence	3	1,3%
Calibre	2	0,9%





Principales faiblesses des fruits et légumes du Québec en 2021

FAIBLESSES DES F&L DU QUÉBEC	NOMBRE	%
Durée de conservation	50	21,9%
Améliorer l'offre de F&L de serre	34	14,9%
Meilleure diversité de légumes en hiver	20	8,8%
Prix	18	7,9%
Disponibilité limité en hiver	15	6,6%
Difficultés liées à l'approvisionnement	4	1,8%
Meilleure uniformité des calibres	2	0,9%
Pas de faiblesse trouvée; satisfaction	26	11,4%
Continuer l'amélioration continue	5	2,2%



F&L nouveaux et tendance



Tournée 2020

Fruits et légumes nouveaux et tendances	
Chou kale	Kaki
F&L biologiques	Pithaya
Camerise	Pomme Sweet Tango
Bette à cardé	Lo bok
Cerises de terre	Bananes plantains
Échalote française	Champignons (variétés)

Tournée 2021

Fruits légumes récents et tendances	
Micropousses	Oignons de Cambraï
Chou Nappa rouge	Ail noire
Céleri rave	Navet japonais
Chou rave	Chou plat et en cône
Camerise	F&L biologique
Fines herbes en variétés	Champignons (variétés)

- Fruits et légumes récemment offerts en étales et bonne croissance des ventes.
- Note: Réponses variables en fonction des endroits et régions des magasins visités.



Observations intéressantes

- ✓ Engouement majeur pour les F&L, incluant ceux du Québec
- ✓ Efforts de promotion par les détaillants mais encore du travail à faire
- ✓ Appréciation de la présentation des fiches en cartable
 - Pratique et complet avec les ajouts en 2020 et en 2021.
 - Gérants apprécient recevoir une présentation des fiches en magasin.
- ✓ Belle disponibilité de F&L en magasins de moyenne superficie
 - Peuvent couvrir un large rayon de superficie;
 - Logistique similaire à celui des magasins de grande superficie.





Étapes de réalisations actuelles et à venir



- Présentation des résultats dans un rapport et via des présentations aux associations et bannières participantes; (février à mai 2022)
- Planification d'une tournée 2022 du 6 juin au 18 novembre 2022
 - ✓ Avec un volet concours sur les efforts de promotion des fruits et légumes du Québec pour les gérants



Merci aux associations participantes



ASSOCIATION DES PRODUCTEURS
DE FRAISES ET FRAMBOISES
DU QUÉBEC



En partenariat avec :





Merci à nos collaborateurs



En partenariat avec :





Merci à nos commanditaires Ail



Vegea



Merci à nos commanditaires!

Questions?

