

Retour presse
Novembre 2012

Le magazine de la distribution alimentaire

Premiers tests de segmentation culinaire dans le rayon carottes. Les marques Priméale et Planète Végétal sont moteurs de la démarche.

Ça bouge dans le rayon carottes ! Quelques mois seulement après le lancement de la nouvelle gamme de carottes préemballées de Planète Végétal (ex-Pot au Pin), Priméale testera son projet de segmentation sur plusieurs plateformes de distributeurs à partir de mi-novembre. L'enjeu est d'importance pour le numéro un français de la catégorie. La tendance est effectivement mauvaise depuis plusieurs années côté consommation, « avec moins d'acheteurs, achetant en moins grande quantité et moins souvent des carottes », reconnaît Angélique Aubry, responsable marketing de Priméale. Il était donc temps de réagir, d'autant qu'il s'agit du deuxième légume le plus acheté en France après la tomate. »

La carotte souffre notamment



↳ La segmentation de l'offre en sachet de Planète Végétal comprend notamment des carottes à râper et de petites carottes à cuire entières.

d'une certaine sous-représentation en magasin, « avec une part de linéaire qui n'est pas en rapport avec la réalité des ventes », déplore Angélique Aubry. En cause : son aspect mono-produit, qui limite forcément les possibilités de segmen-

tation en rayon. Ou elles soient proposées en vrac, en sachet ou en barquette, lavées ou recouvertes de sable, seules les variétés de type carotte nantaise ont, en effet, droit de cité sur le marché. À l'exception, bien sûr, des références de couleur, mais qui ne constituent encore qu'une niche.

Jouer sur les calibres

« Comme il n'existe quasiment qu'une seule carotte, nous avons essayé de voir si l'on pouvait déterminer des usages différents en fonction des calibres », explique la responsable marketing de Priméale. Résultat : « les petites carottes, plus croquantes et plus juteuses, sont très bonnes consommées crues, et à l'inverse, celles de calibre moyen, plus fondantes, sont meilleures cuites. » Rien de révolutionnaire en somme, mais Priméale en profite tout de même pour orienter les consommateurs vers des idées re-

cettes (mentionnées sur les packs) et pour lancer une nouvelle référence. « Avec cette nouvelle segmentation, nos sachets classiques de 1 kg, 1,5 kg et 2 kg passent sous l'appellation carottes à cuire, enchaîne-t-elle. Et nous présentons un sachet inédit, inférieur au kilo, de petites carottes pour crudités. » L'objectif étant, évidemment, de générer de l'additionnel.

La segmentation présentée il y a quelques mois par Planète Végétal met, elle aussi, l'accent sur l'usage culinaire en jouant sur les différences de calibre. Le producteur propose notamment deux références « permettant d'élargir l'offre au printemps et en été, quand la carotte est nettement sous-représentée en rayon et qu'elle se consomme essentiellement crue », précise Bruno Séverac, directeur marketing et commercial de la société. Il s'agit de carottes faciles à râper, présentées en sachet 1,2 kg, « se distinguant par leur plus grande taille, leur calibre homogène et leur forme bien droite », ainsi que de carottes de petit calibre en sachet 500 g, « à la peau fine et au taux de sucre élevé, à consommer à l'apéritif ou en grignotage durant la journée ». Une autre référence en format 500 g est testée cet hiver par Planète végétal. Ce sont de petites carottes, de calibre homogène, destinées à être cuites entières pour réaliser de belles présentations dans les assiettes. ■

4^e gamme Lou croque les carottes au rayon frais

Les spécialistes du rayon 4^e gamme s'intéressent depuis plusieurs années à la carotte. On y trouve principalement des mini-carottes à croquer (Florette) et des carottes râpées (marques nationales et MDD). Nouvel intervenant dans la catégorie, Légulice (marque Lou) propose également des mini-carottes (250 g) ainsi que deux autres références plus originales : des billes de carottes à incorporer dans des salades (250 g) et des carottes pelées et prédécoupées à cuisiner (400 g). PVC : 1,49 € chacune. Légulice était surtout connu jusqu'à présent pour son offre de champignons en première gamme.



Jacques Bertin