

Tendances de Consommation

Demande des Marchés



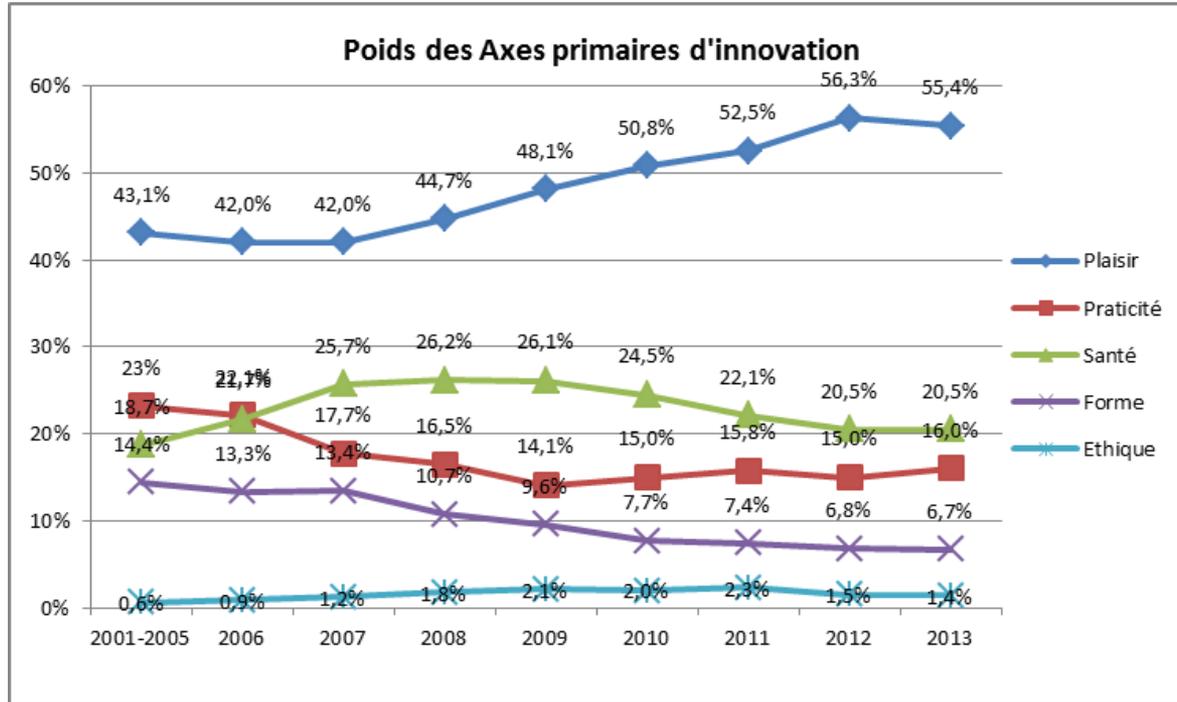
Eurostat

Tendances de Consommation



Melons & Pastèques: ce qu'il faut retenir...

Le Plaisir est la valeur en hausse!



Melons & Pastèques apportent un plaisir unique qu'il faut entretenir

Les Consommateurs...Complexe (2010)!



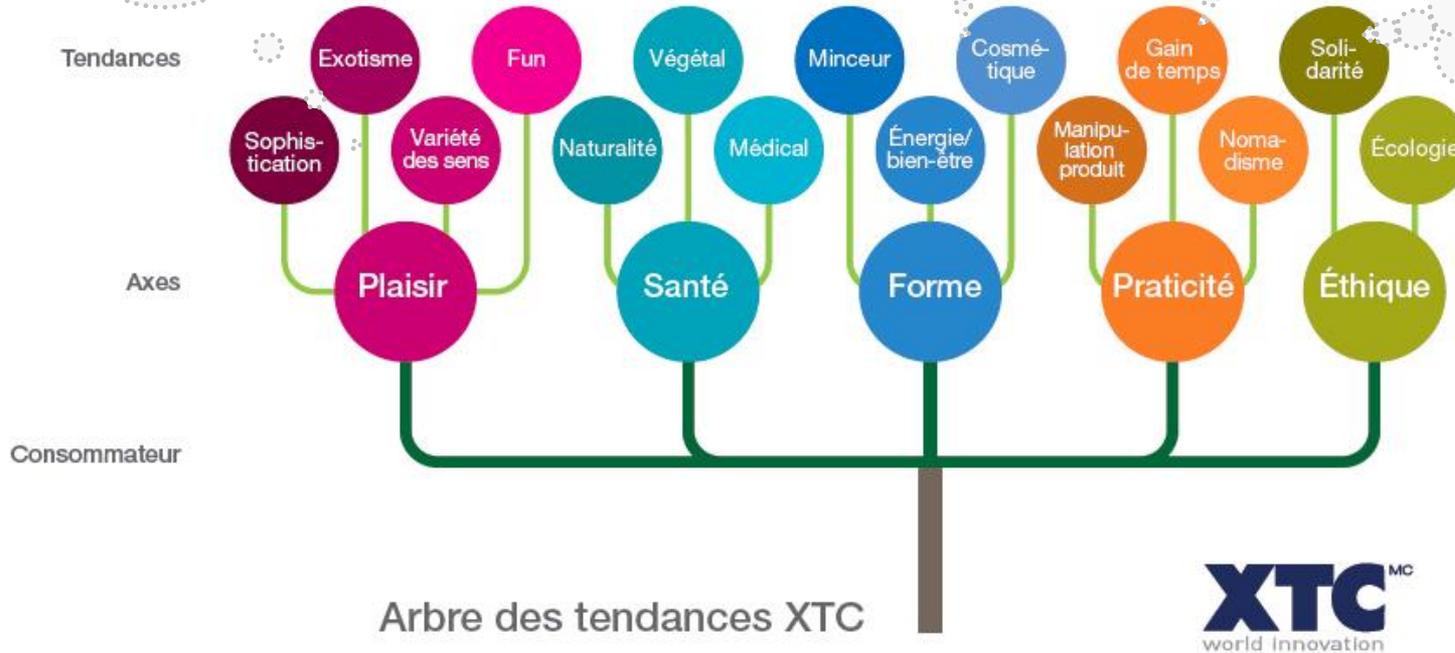
: 4 types de melon et 2 calibres de pastèque

Quoi de mieux qu'un melon, une pastèque

Des F&L à chaque repas pour le capital santé!

Tenue & consommation en l'état

Développement durable, recyclage compostable



Melons & Pastèques: Il faut faire savoir qu'ils sont + que tendance et écofriendly !

Tendances 2012: encore valable! **XTC** world innovation

Cheap & Smart

Du Luxe au Quotidien

Yes! Je Cuisine

Food & Mood

C'est mon Choix !

Simplicité

100% confiance

Respect Nature

Humain & Local

Alimentation Consciente & Pensée

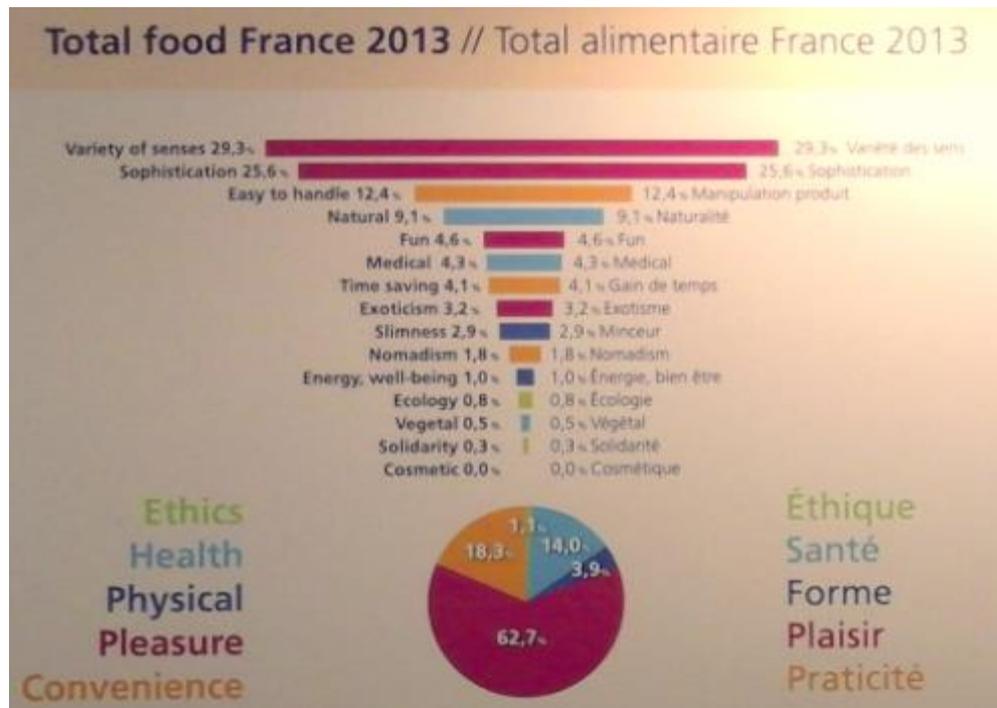


**Melons & Pastèques:
plus "tendance" que les produits industriels
(ni colorants, ni conservateurs...)** !



fashiOn
let tu sandia!

Tendances (SIAL 2014): à intégrer!



Ethics
Health
Physical
Pleasure
Convenience

Éthique
Santé
Forme
Plaisir
Praticité



Seul le (bon) goût fait **®**acheter

Lequel de nos sens , est-il le plus puissant pour nous faire **®**acheter ?

Le **goût** ... est de loin, le plus puissant de nos sens pour nous faire **®**acheter

La **vision** ... est un sens moins efficace pour renseigner sur le plaisir attendu

L'**odorat** ... éveille une “représentation mentale” puissante

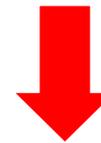
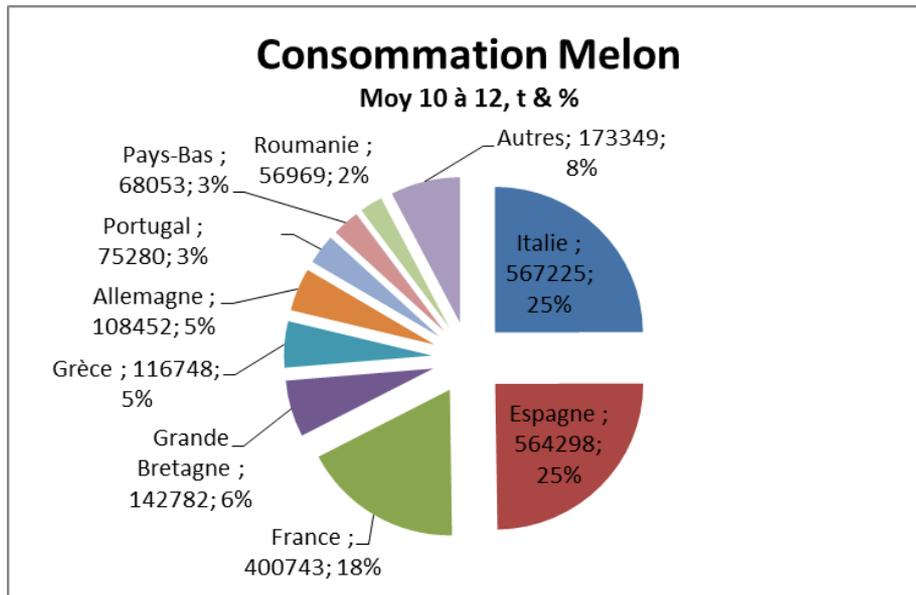
La perception sensorielle du goût a un impact direct (+ ou -) sur l'acte de rachat

L'expérience de consommation a plus de force pour mémoriser que l'image

En Self-Service, la qualité perçue doit TOUJOURS être au niveau ou au dessus des attentes consommateurs...

La Consommation du Melon

Europe: 2.274.000 tonnes



Mode de vie, Snacking
Pression économique
Qualité irrégulière
Banalisation



Produit Santé & Plaisir
Nouveau Marché (EU Est)
Meilleure qualité
Gamme Large



Baisse sur 10 ans mais avec progression dans les pays non producteurs, Nord et Est Europe (Eurostat)

Pays	Moy 02 à 04	Moy 10 à 12	Evol	% MS/ EU	kg/hab
Italie	561 850	567 225	1%	24,9%	9,3
Espagne	701 821	564 298	-20%	24,8%	12,2
France	345 879	400 743	16%	17,6%	6,0
Grande Bretagne	156 455	142 782	-9%	6,3%	2,3
Grèce	167 520	116 748	-30%	5,1%	10,3
Allemagne	105 642	108 452	3%	4,8%	1,3
Portugal	89 742	75 280	-16%	3,3%	7,1
Pays-Bas	55 402	68 053	23%	3,0%	4,1
Roumanie	51 066	56 969	12%	2,5%	2,7
Belgique (et Luxembourg)	32 036	29 926	-7%	1,3%	2,7
Suède	17 147	20 345	19%	0,9%	2,1
Danemark	14 620	18 439	26%	0,8%	3,3
Bulgarie	33 510	18 343	-45%	0,8%	2,5
Autriche	10 330	16 197	57%	0,7%	1,9
Hongrie	13 833	12 490	-10%	0,5%	1,3
Chypre	10 355	9 819	-5%	0,4%	11,4
Pologne	2 524	8 367	232%	0,4%	0,2
Irlande	3 495	6 652	90%	0,3%	1,5
Finlande	2 739	5 030	84%	0,2%	0,9
Malte	4 583	4 427	-3%	0,2%	10,7
Lituanie	1 371	3 862	182%	0,2%	1,3
République tchèque (CZ)	4 043	3 644	-10%	0,2%	0,3
Lettonie	2 566	3 574	39%	0,2%	1,8
Croatie		3 000		0,1%	
Slovénie	1 820	2 818	55%	0,1%	1,4
Slovaquie	2 333	2 185	-6%	0,1%	0,4
Estonie	1 368	2 126	55%	0,1%	1,6
Luxembourg	1 862	2 106	13%	0,1%	7,0
EU	2 395 905	2273900	-5%	100,0%	

8 pays = 90%

Progression dans Nord & Est Europe

Augm.possible Kg/hab

Source Eurostat

November 3, 2014

Slide 9

Gamme par pays



	Chair Blanche			Chair verte	Chair orange			
	Canari	Piel de Sapo	Branco	Galia	Charentais	Brodé tranché	Harper	Honeydew
								

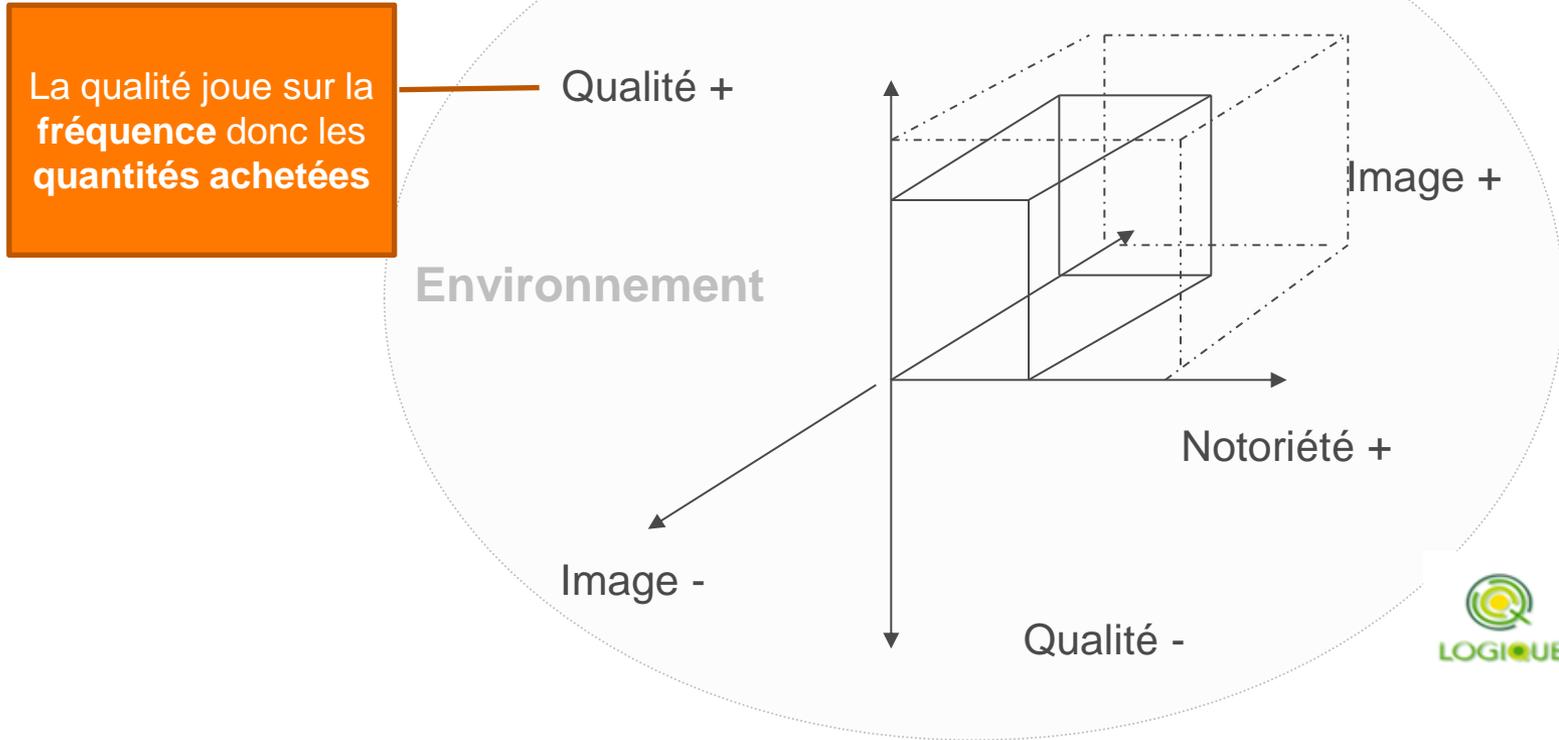
- Tendances pays producteurs
 - Uniformisation dans l'aspect des produits (brodé italien)
 - Charentais verts et jaunes de + en + proche
 - Recherche de plus de régularité dans la qualité gustative
 - Gamme courte
- Réduction du poids moyen des fruits (Canari, Piel de Sapo) 2,5 => 1,5 kg
- Remplacement du cantaloupe Américain (Harper) par brodé tranché (Stripy Cantaloupe, Magenta)
- Recherche de plus de régularité dans la qualité gustative
- Le galia devient le produit d'appel (0,99 € ou £), les autres melons conservent leur positionnement

Et Maintenant : La Demande!

« Dans un marché hautement concurrentiel,
donner satisfaction à sa clientèle ne suffit plus,
il faut lui donner extrêmement satisfaction »

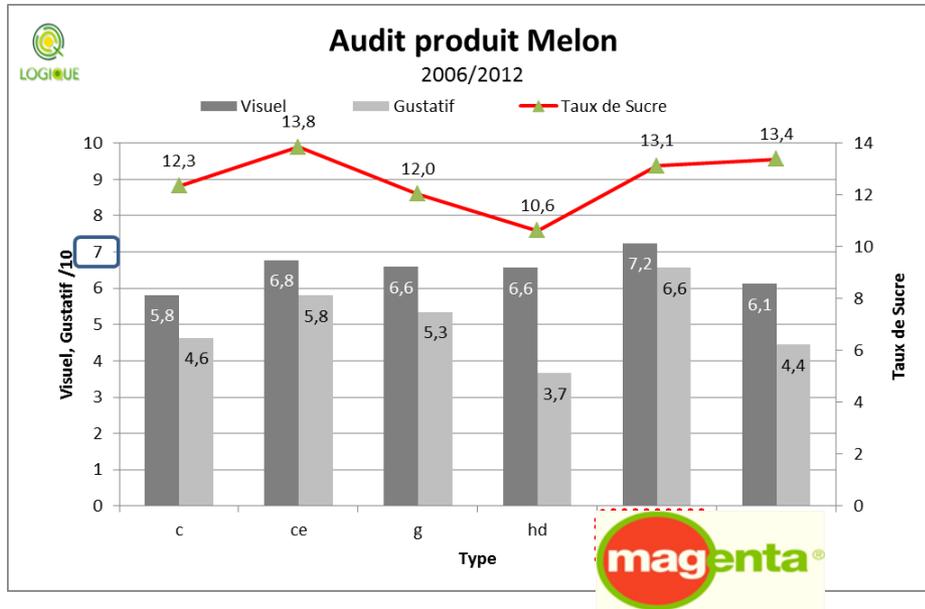


Analyser et Répondre à la demande



Trois dimensions qui font les ventes: à ne pas oublier

Adéquation avec la tendance "Plaisir"?



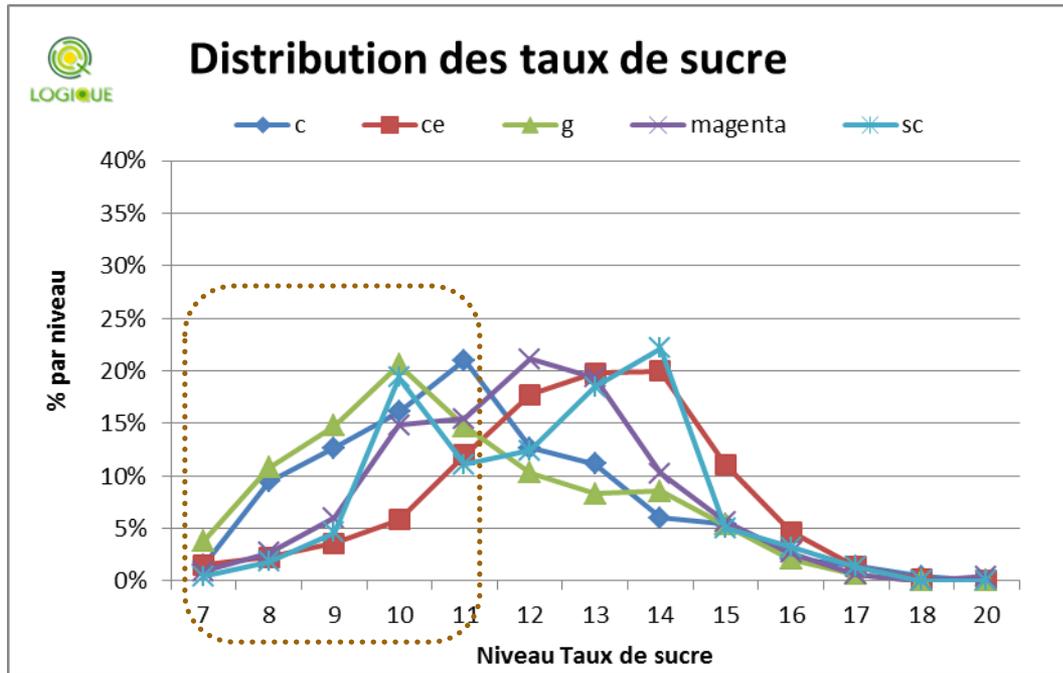
c: cantaloupe américain / ce: charentais écrit / g:galia / hd: canari / sc: charentais vert

↓
Taxes, fiscalité
Pression concurrentielle
Pouvoir d'achat en baisse

↑
Amélioration variétale
Production orientée qualité
Logistique efficace et rapide

Malgré les efforts à la production, la qualité reste variable. Dans ce contexte, le Magenta est le plus régulier.

Adéquation avec la tendance "Plaisir"?

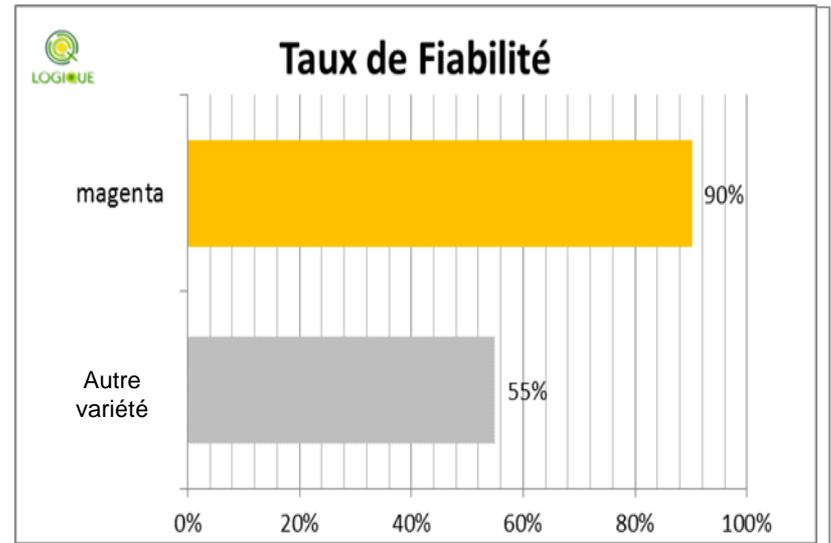


Demande?

Quelque que soit l'origine et le moment de consommation, que chaque melon ait les critères externes de maturité, une texture ferme à fondante - ni trop ni pas assez juteuse - avec un goût typique suffisamment sucré, des arômes agréables et une petite cavité grainière.

c: cantaloupe américain / ce: charentais écrit / g:galia / hd: canari / sc: charentais vert

Pour ne parler, que de taux de sucre, ... quelques progrès possible



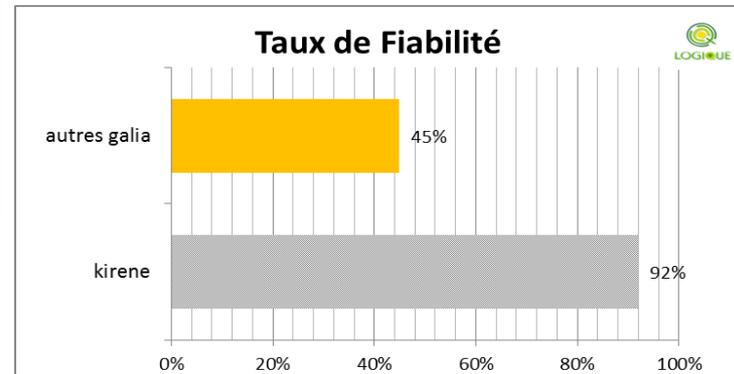
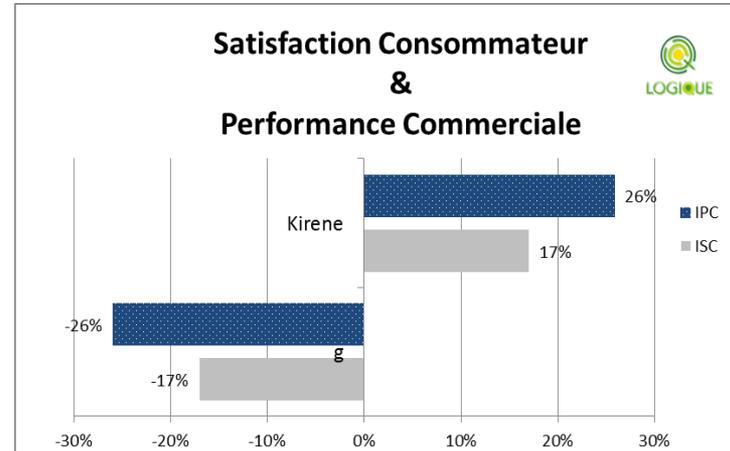
Nom Générique : Magenta....
Vendu Comme Charentais, Italian Cantaloupe, Stripy Cantaloupe

120.000 tonnes exportées dans toute l'Europe: Allemagne, Belgique, France, Italie, Roy-Uni, Pays-Bas et Scandinave, Russie, Pays de l'Est...

Kirene

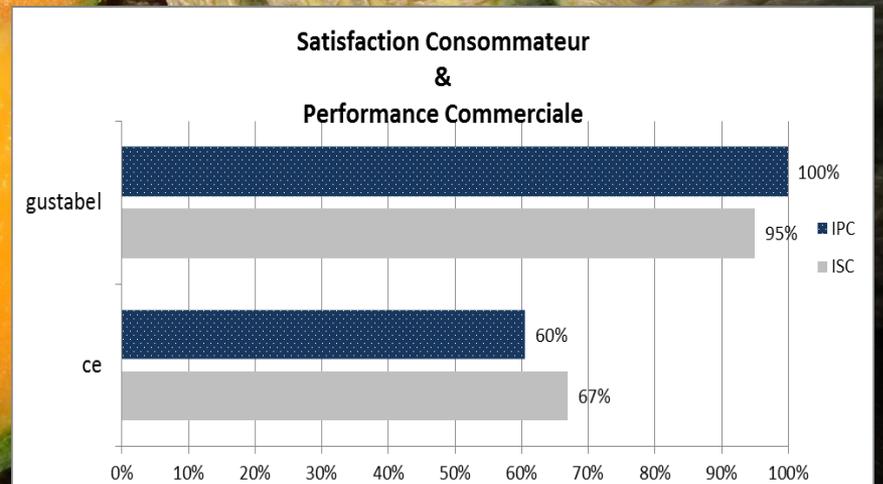
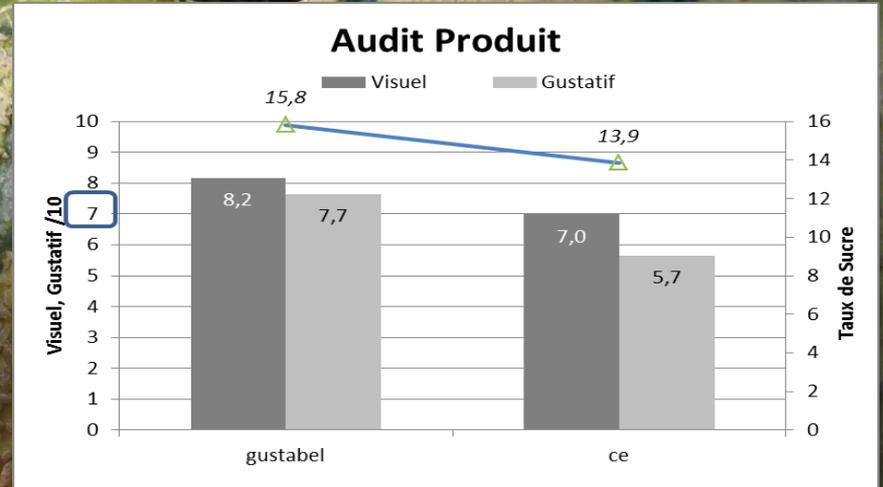


Kirene change de couleur d'épiderme en arrivant à maturité



Kirene a été sélectionné pour sécuriser la filière et le choix des clients

Gustabel



Pastèque: en phase avec les tendances!

La consommation de pastèque évolue grâce à:

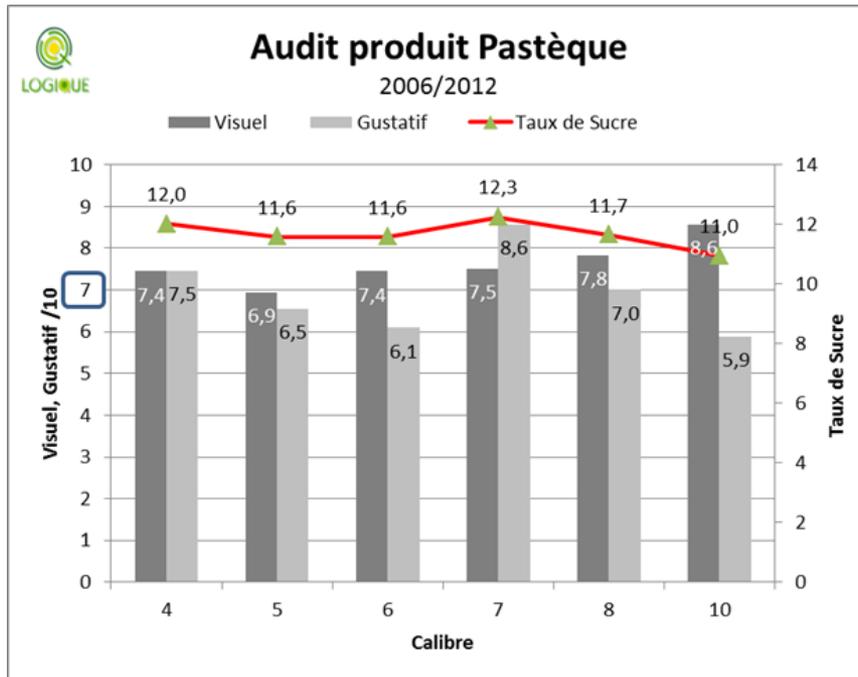
- une amélioration du rapport qualité / prix (quelques progrès possibles)
- l'offre de petit calibre (1,5 à 2,5 kg)
- De moins en moins de pépins
- Un positionnement fraîcheur unique dans l'offre F&L

Waitrose



100% mini

Adéquation avec la tendance "Plaisir"?

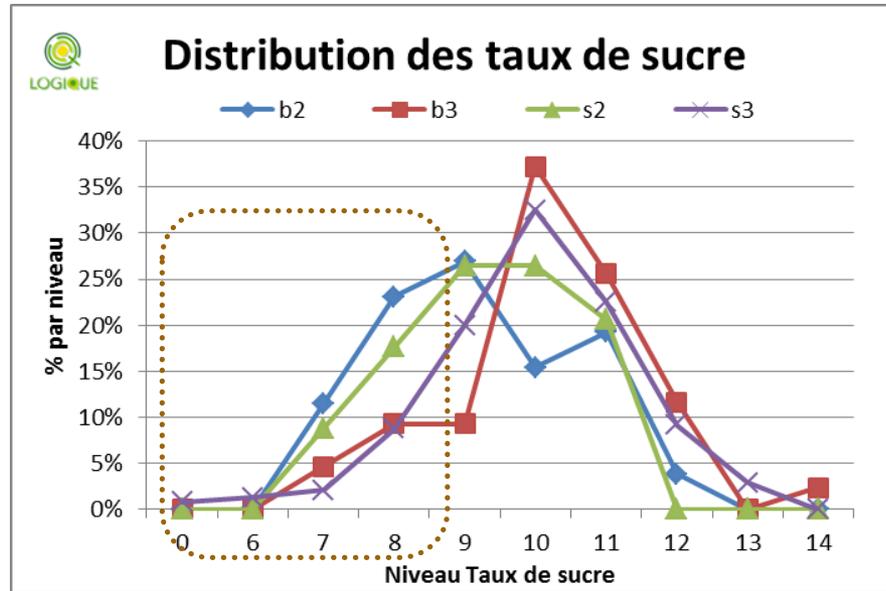


↓ Taxes, fiscalité
Pression concurrentielle
Pouvoir d'achat en baisse

↑ Amélioration variétale
Gamme Midi & Mini
Production orientée qualité
Logistique efficace et rapide

La sélection et la production amène la qualité au niveau souhaité

Adéquation avec les tendances?



b: noire / s: rayée/ 2: avec pépins (diploïde) / 3: sans pépins (triploïde)

Pas mal du tout avec une meilleur offre pour les produits tendances (sans pépins et mini pépins)...

De moins en moins de pépins!



Et 7 fois
plus petit

Conclusions

Politiques: stop aux mesures qui augmentent charges et fiscalité car c'est autant de moins pour produire la qualité

Politiques: stop aux mesures qui réduisent le pouvoir d'achat car c'est autant de pression concurrentielle en + (concurrence prix enseigne)

Concurrence directe: les autres produits alimentaires \rightarrow ISC* = ou > PA.indust.

Faire connaître nos atouts: naturalité, plaisir, qualité nutritionnelle, santé-B.Etre.

Notre filière doit tout faire pour défendre la richesse que nous produisons.

La qualité (IAC, ISC) est notre principal (seul) atout pour développer nos parts de marché auprès des consommateurs et des non-consommateurs

IAC: Indice d'Attractivité Consommateur ISC: indice de Satisfaction Consommateur

La gamme Nunhems



	PROGRAMME DE PRODUCTION					BONUS "+ Produit"		
	Serre Préc.	Serre Tard.	Chenille	Bâche	P.Champ	Exc.Gust.	Rendement	Résistance
GANDALF	👍		👍	👍		😊	®	
MALTÈSE	👍			👍		😊		
MARVEEN	👍			👍		😊		
GUSTABEL		👍			👍	😊	®	
OSIRIS		👍			👍			Oïdium
TIRHUM				👍	👍		®	Oïdium
FORTAL				👍	👍		®	FOM 1.2
NUN 32801					👍		®	
NUN 34601					👍	😊	®	
NUN 34081			👍	👍				FOM 1.2
NUN 24201				👍		😊		Oïdium

Merci de votre attention

Pour toutes questions ultérieures:

XTC

contact@xtcworldinnovation.com

Logique

contact@logique.eu



Contacts Nunhems BVS

Camille Guippe: camille.guippe@bayer.com 06 09 47 54 79

Jérôme Pomes: jerome.pomes@bayer.com 06 14 26 80 56

Eric Borderes: eric.borderes@bayer.com 06 03 80 22 97