

- Roussel Aurélie
- Ombayidi Zamimou
- Axianmuguli Maihemuti
- Asihene-Twum Pascale
- Ndempoup Amélie
- Wu Junxian

Les conserves de légumes

- Master 1 agroalimentaire
année 2013-2014



Plan

- I. Analyse de la demande
- II. Analyse de l'offre
 1. Structure du marché
 2. Les différents acteurs
 - Bonduelle
 - D'aucy
 - Carrefour
- III. Analyse du marché
 1. Analyse d'un linéaire
 2. Analyse de l'environnement
 3. Innovations

Introduction

- Depuis 1795
- Principe de l'appertisation
- Goût et qualités nutritionnelles inchangées
- Mode de conservation très répandu



BOITE MÉTALLIQUE CYLINDRIQUE
(TYPE DU 4^e GROUPE)



BOITE MÉTALLIQUE OVALE
(TYPE DU 4^e GROUPE)

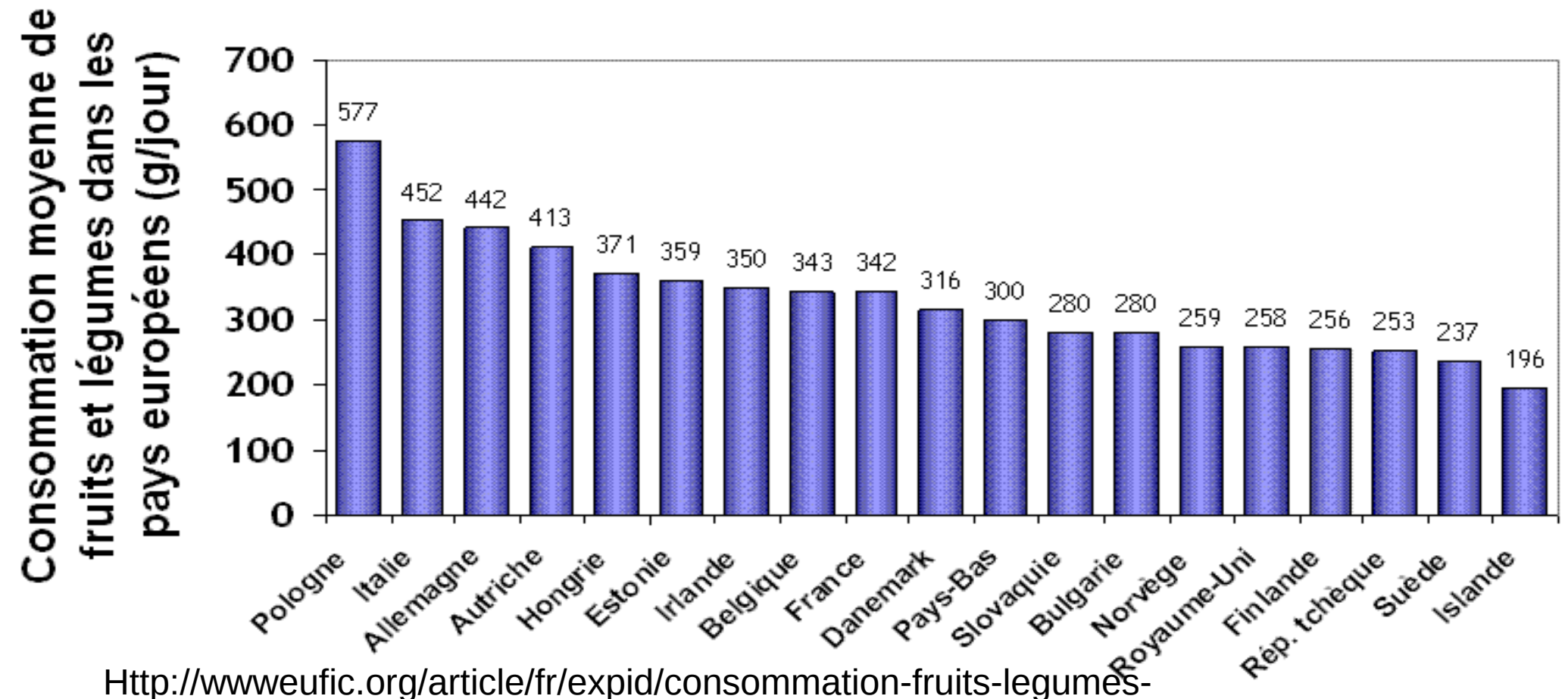
I. Analyse de la demande



Analyse de la demande en Europe

-903 millions de tonnes de légumes produits par année dans le monde

-2.821.000 tonnes de légumes produits en Europe par an

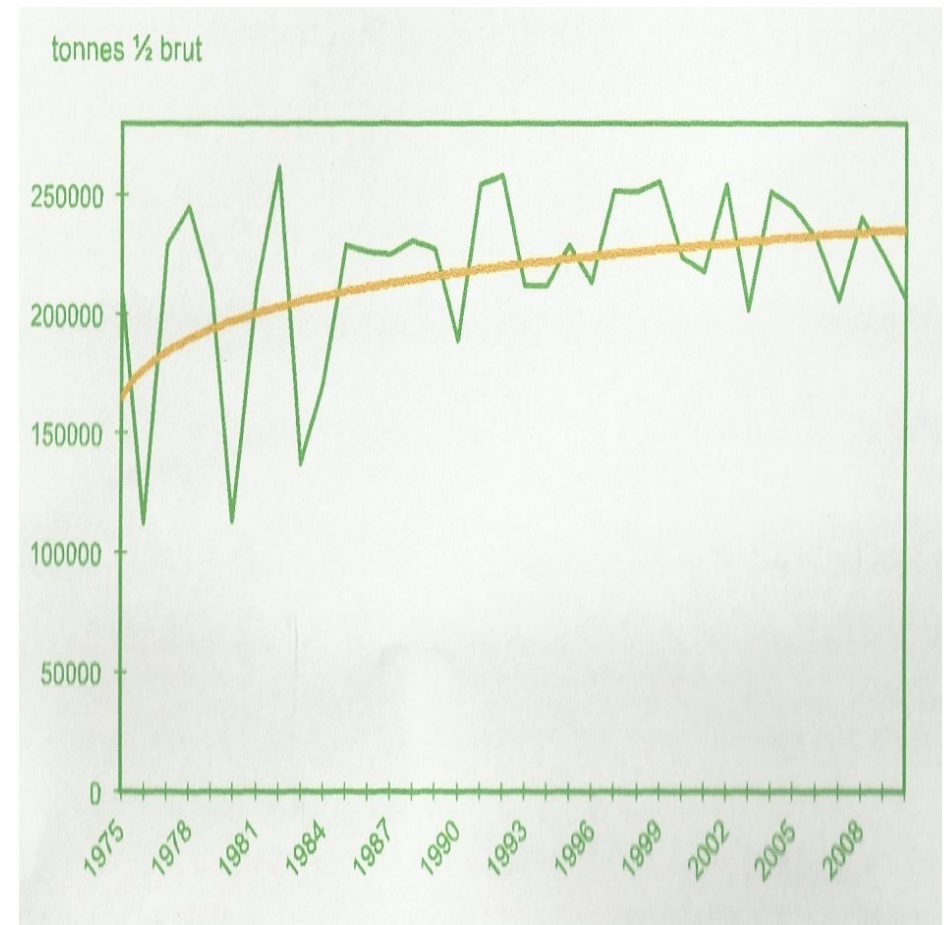
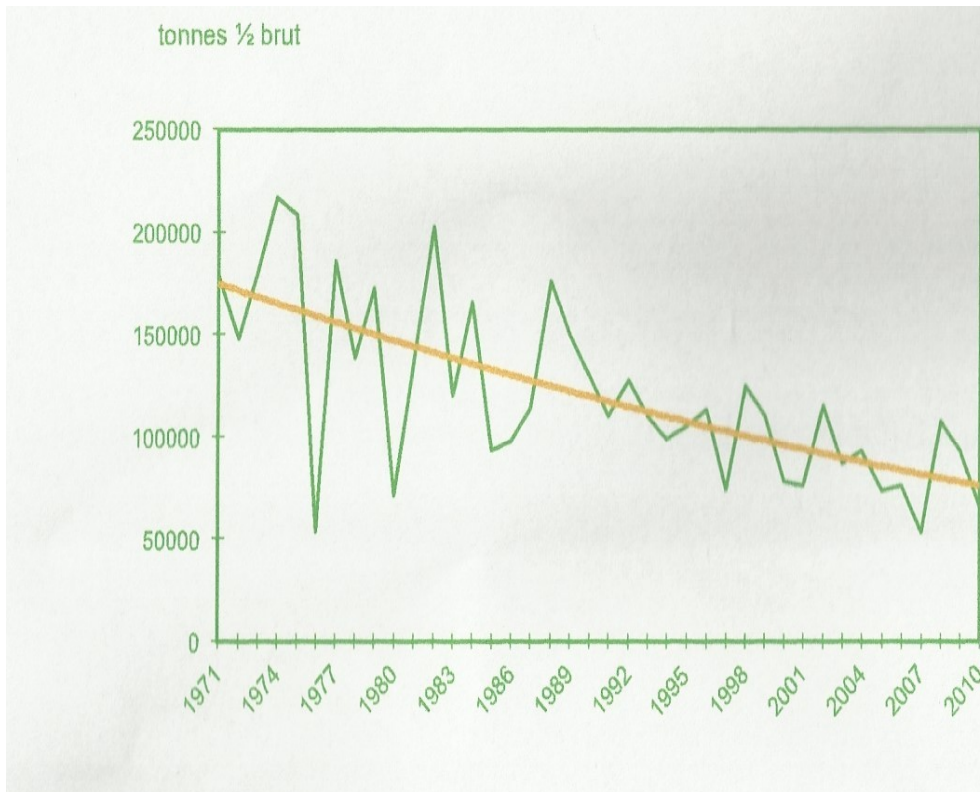


[Http://www.eufic.org/article/fr/expid/consommation-fruits-legumes-Europe](http://www.eufic.org/article/fr/expid/consommation-fruits-legumes-Europe)

Comportement du consommateur

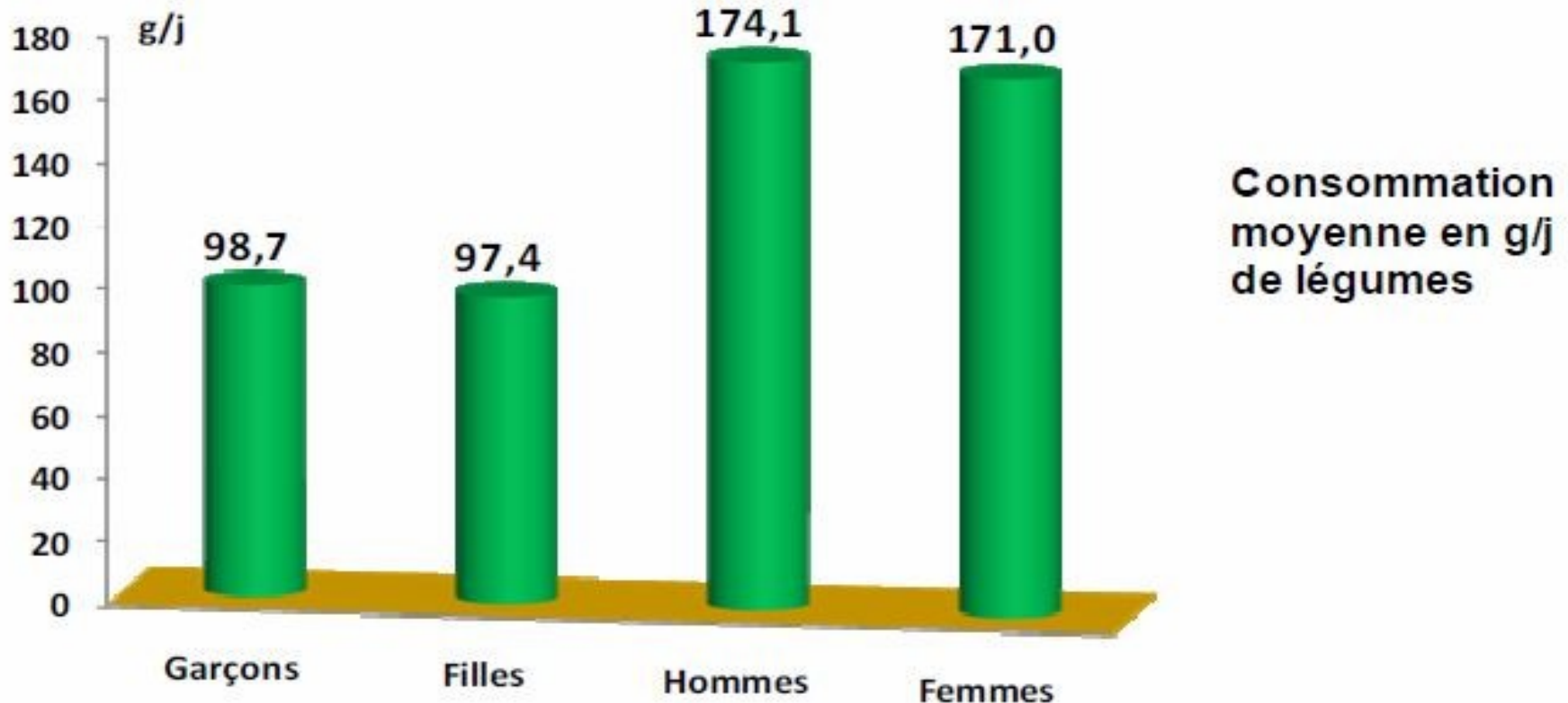
Le marché des conserves de légumes est dominé par 2 grands légumes :

Petits pois (10%), 60.000 tonnes de production en 2010



Haricots verts (13%), 240000 tonnes de production en 2010

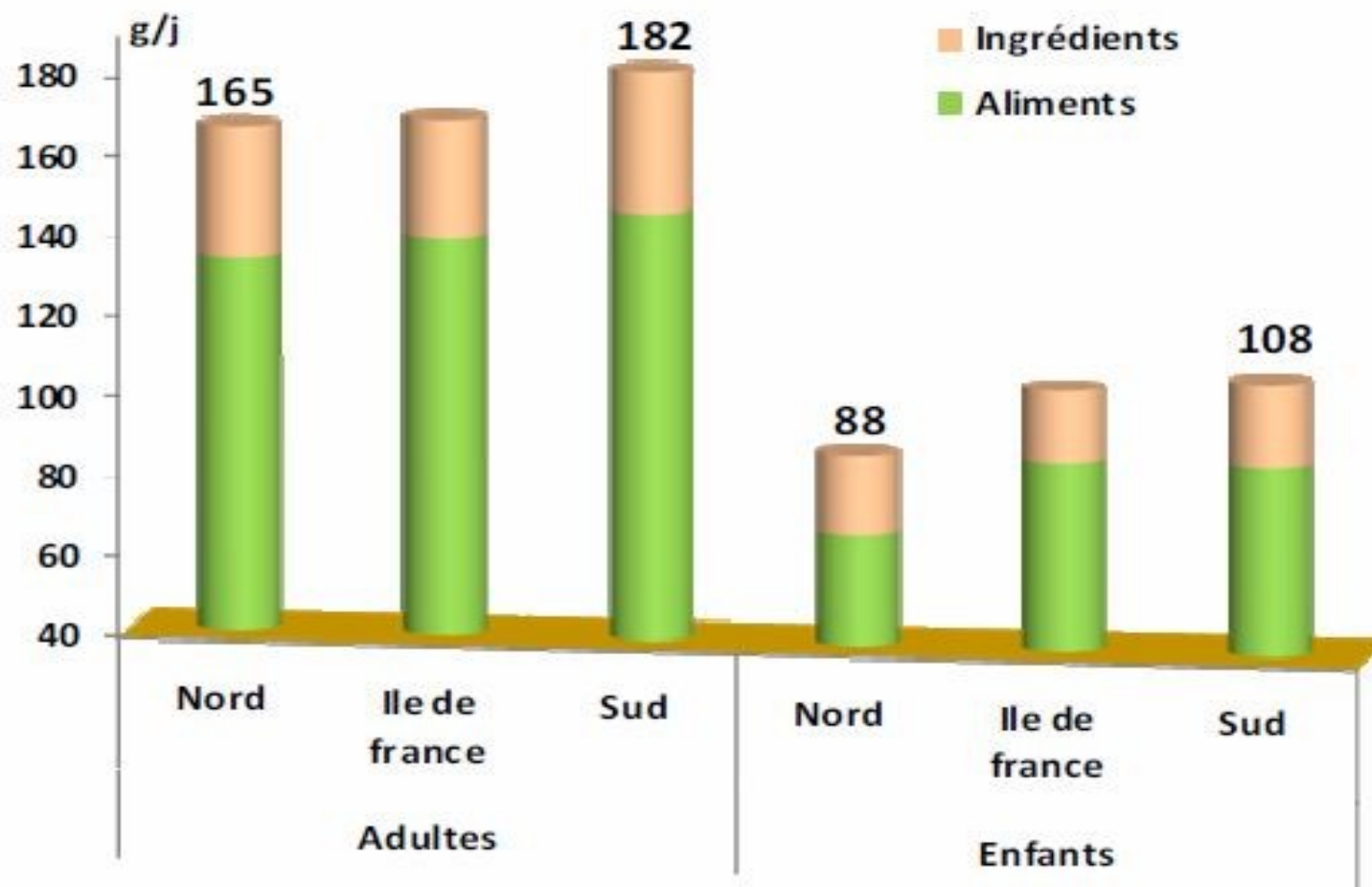
Analyse de la demande en France



Garçons	Filles	Hommes	Femmes
86,1%	85,3%	50,0%	47,6%

Proportion de la population consommant moins de 2 portions de légumes par jour

Variation de la consommation en fonction des régions



- La consommation de légumes est plus élevée dans le sud
- La consommation de légumes est plus faible dans le nord

Analyse de l'offre

Les échanges commerciaux de la France avec le monde

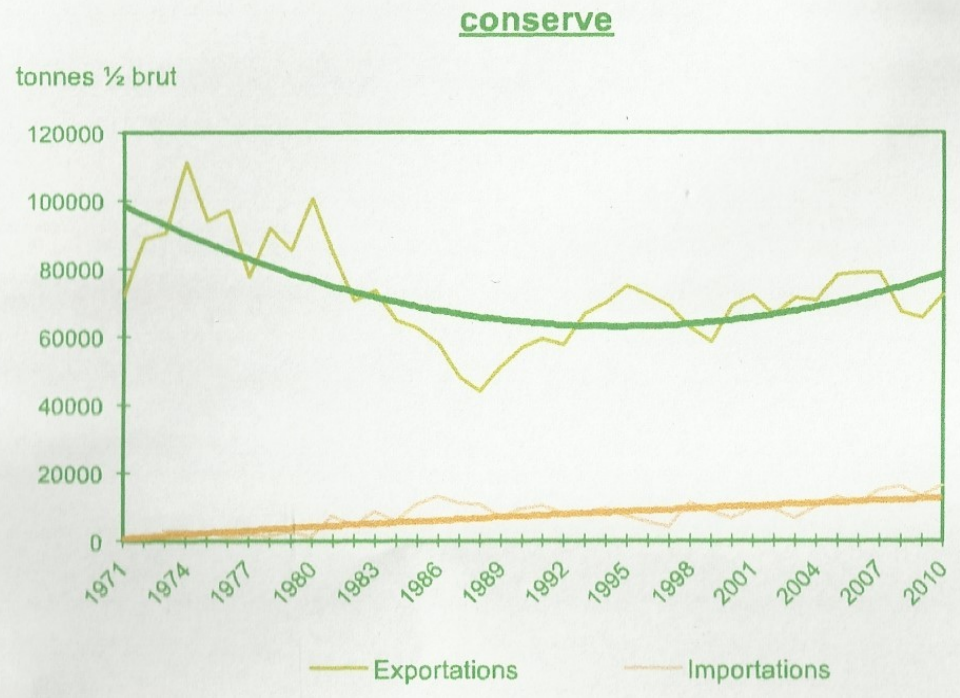
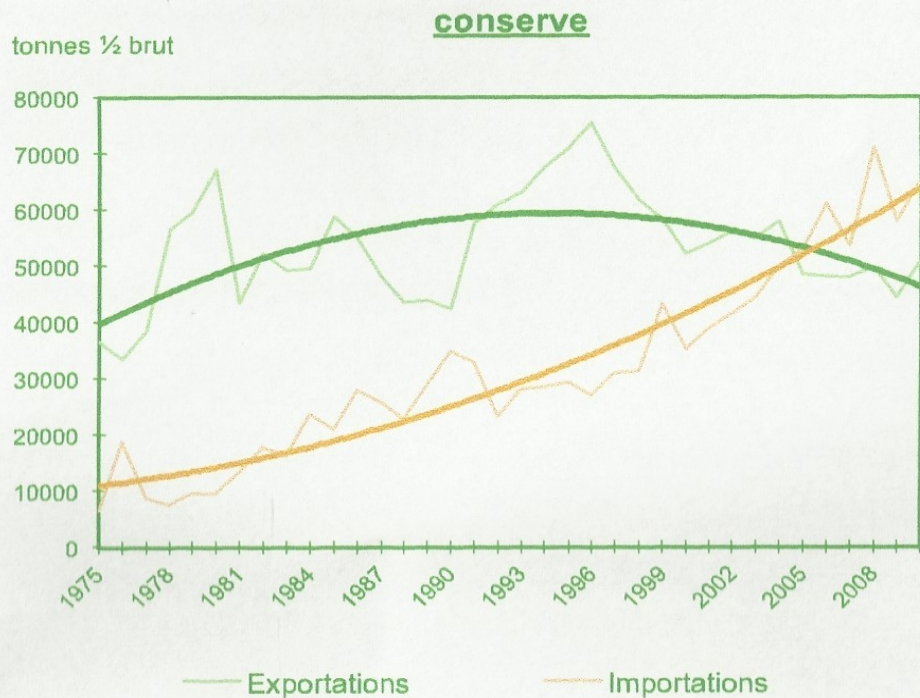
- ❑ 37 % de la production exportée
- ❑ De 2010 à 2011, on a eu une augmentation de 9 % de légumes en conserves exportés contre 5 % d'importation
- ❑ Principales exportations françaises : Allemagne et Belgique

Source:
agriculture.gouv.fr

Les flux d'échange

- Exportation et importation des petits pois [1]

- Exportation et importation des haricots verts [1]

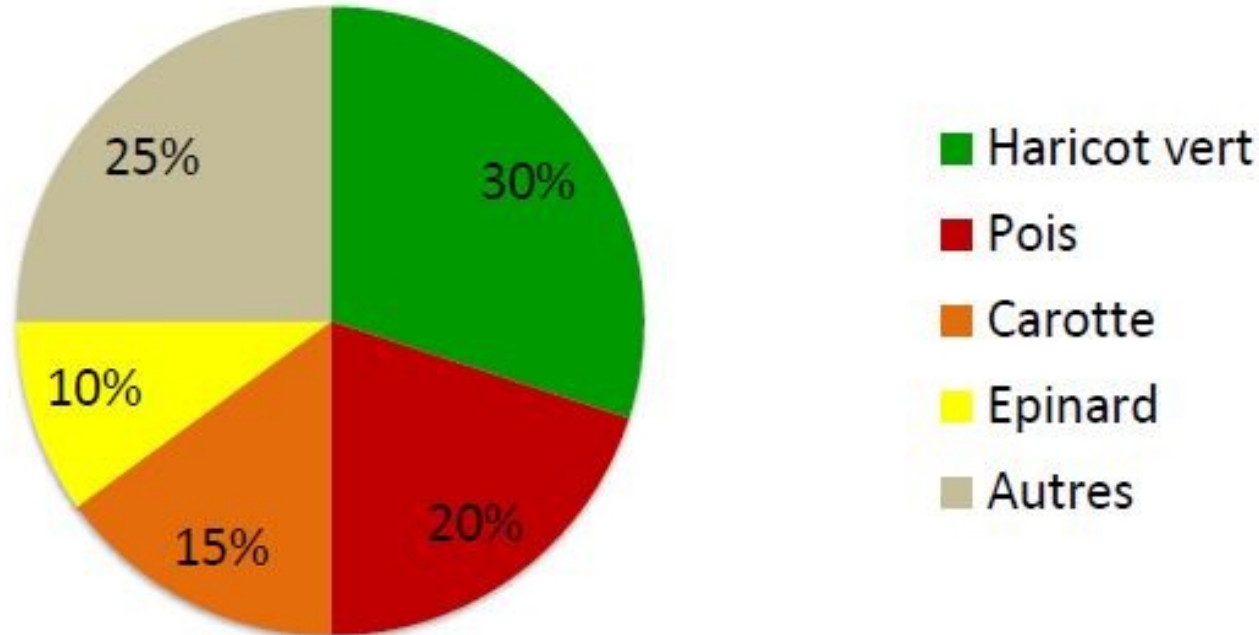


II. Analyse de l'offre



Analyse de l'offre

- La France est le leader européen pour la production de légumes en conserves avec 39 % de la production (hors tomates)
- Les cultures de légumes couvrent 75 000 ha destinés à l'industrie
- Principaux légumes produits en France:



Analyse de l'offre

On retrouve ces différents légumes sur le marché présentés sous différentes formes:

Cuisson vapeur



Crudités



Les poêlées (cuisinés)



Minis et portionnés



Légumineuses



Classiques

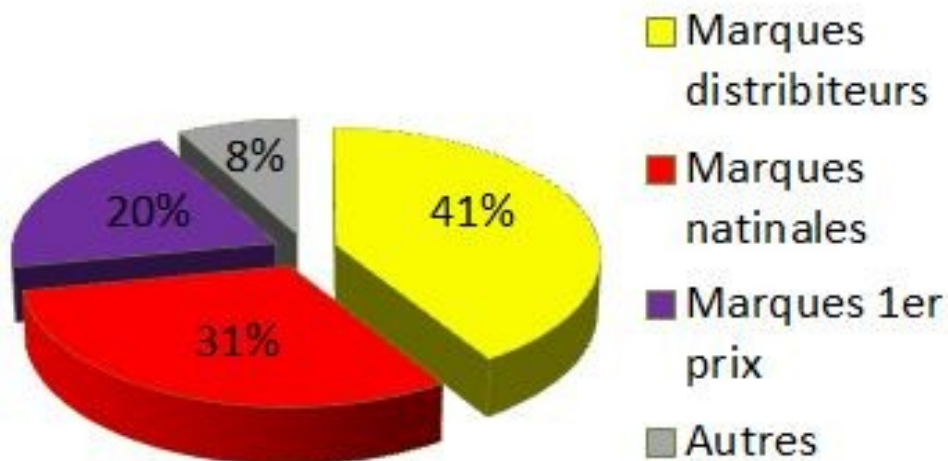


Autres classiques



Analyse de l'offre

Répartition des conserves de légumes dans les différents Secteurs du marché

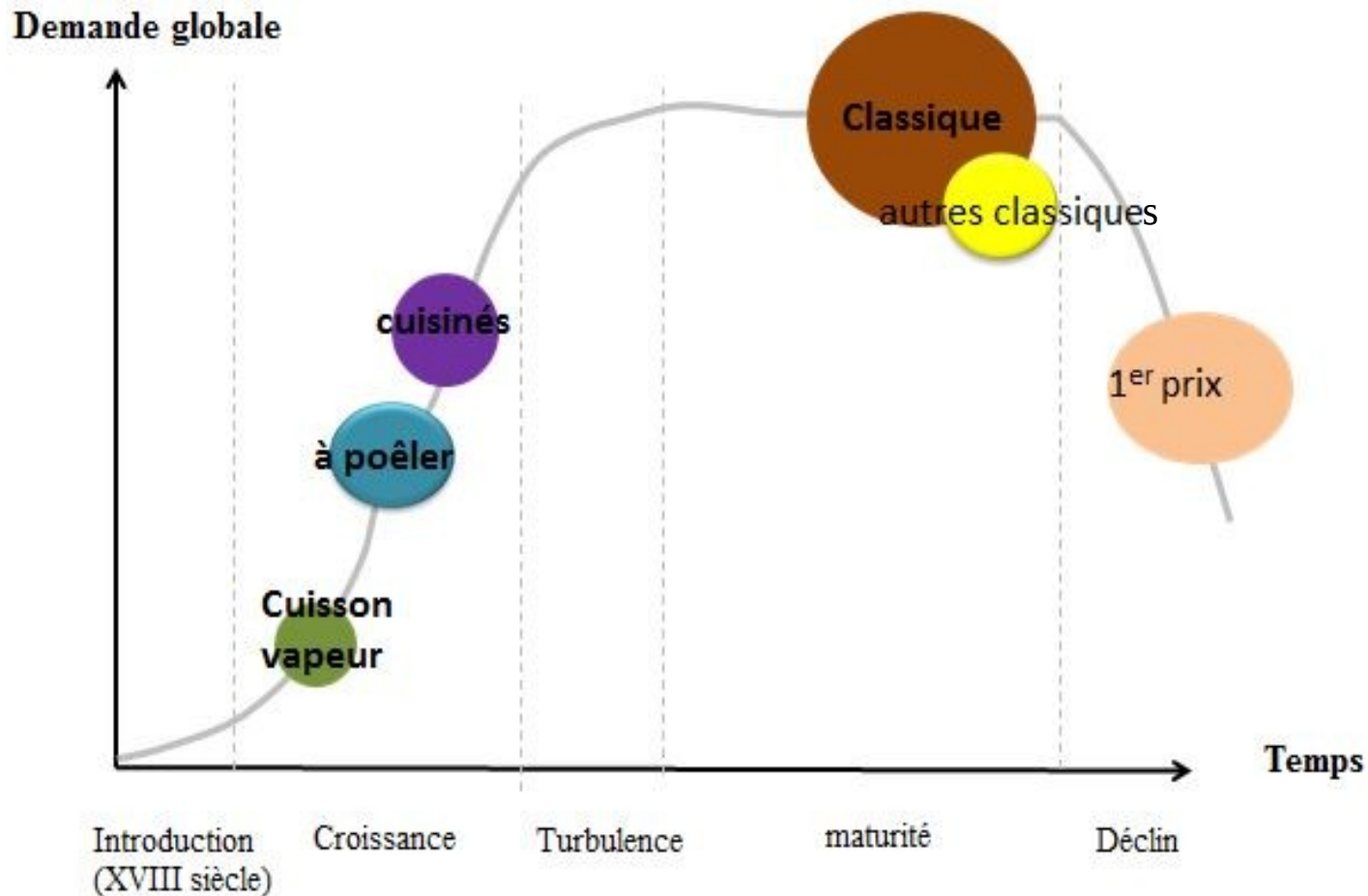


- Distribution en majorité par le biais des grandes et moyennes surfaces
- Les ventes en volumes de 2010 à 2011:
 - Marques nationales maintien
 - Marques distributeurs augmentation de 2 %
 - Marques 1^{er} prix diminution de 8 %
- Les marques nationales proposent aussi des conserves de légumes sous marques distributeur (MDD). Ce qui représente une opportunité pour augmenter leurs chiffres d'affaires. les ventes des produits sous la marque national se stabilisent alors qu'au niveau des produits MDD on a augmentation

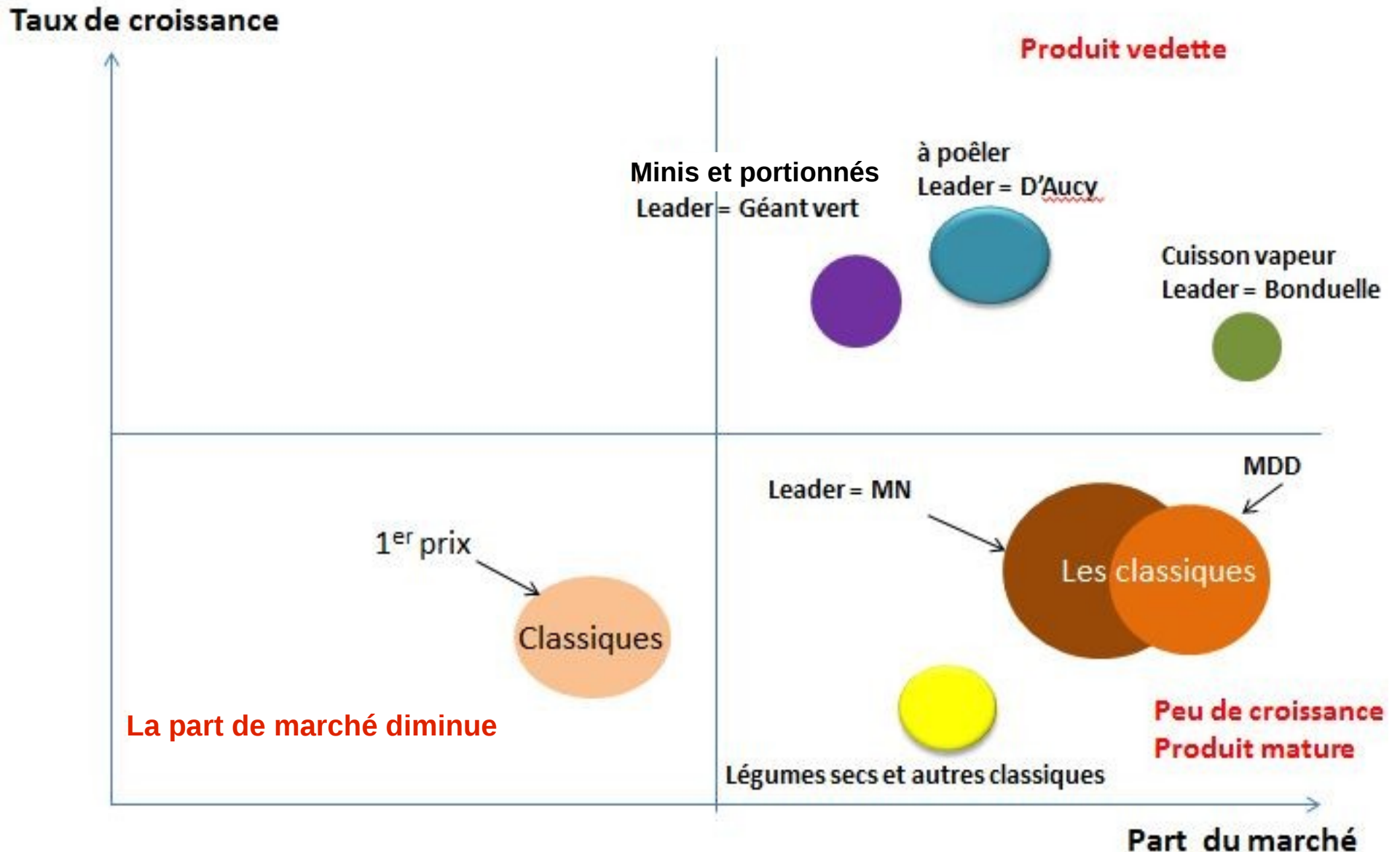
Cycle de développement

Le marché de la conserve en France est en stagnation :

- image négative de la boîte de conserve
- augmentation des prix et baisse du pouvoir d'achat des consommateurs.



Analyse de l'offre: Structure du marché



Classification des acteurs

Position sur le marché		Présence	Innovant	Performance compétitivité
Leader	Groupe Bonduelle Marque: Cassegrain et Bonduelle	✘	✘	✘
Suiveur	Groupe CECAB Marque: D' Aucy	✘	✘	✘
	Géant vert	✘	✘	
MDD	Marques Carrefour Auchan	✘		✘
1 ^{ère} prix	Marque discount	✘		

Tableau : classification des acteurs sur le marché de conserves de légumes



Type d'acteur :

Leader mondial du légume prêt à l'emploi

Taille:

9758 collaborateurs (équivalent temps plein)
Implanté dans 18 pays
Présence de la marque dans 100 pays
57 sites industriels et sites d'autoproduction
128 000 hectares cultivés par 3687 planteurs .

Chiffre d'affaire:

1 896 millions d'euros de CA
Pour juin 2012/juin 2013

Ses Marques:



Ses nouveaux produits:

Légumes à poêler
Jeunes pousses
Galette de légumes
Taboulé oriental
Conserve de lentilles et carottes
Légumes précuits à la vapeur



Das

Catégorie produit

Tendances / Fonctionnalités



Légumes frais

Légumes surgelés

Légumes conserves

Produits salades

- Frais
- Bon
- Nutritionnelle
- Bien être
- Pratique
- Conservation longue durée
- Naturelle
- Prêt à manger



Appertisation
 Vapeur
 Surgélation
 Emballage

Conserve : 53%
 Surgelés : 25%
 Frais : 22 %

France
 Europe
 Canada
 Russie
 Brésil

Grand Public
 RHF

Technologie

compétences

Zone géographique

Marché cible



Description

Forces

Faiblesses

Stratégie de croissance

Développer son marché au niveau international .

Renforcer sa présence en Russie et en Hongrie et aux États-Unis

Extension de son usine de Straelen (Allemagne), il confirme ses ambitions sur le marché européen de la 4ème gamme .

Bonduelle inaugure l'usine italienne de San Paolo d'Argon, le plus important site européen de production de salades vertes en sachet .

Stratégie de survie

Grande diversité des produits proposés aux consommateurs. 50 légumes de base déclinés en 500 variétés différentes .Le prix varie en fonction de sa gamme de produits. Bonduelle se positionne un peu plus cher que ses concurrents .

Évolution de portefeuille d'activité.
Stabilité des ventes par circuit .

Face aux petits prix des MDD appliqués sur le marché des conserves, Bonduelle ne peut pas concurrencer avec les prix du marché.

Stratégie concurrentielles

Innovations régulières et fort pouvoir marketing



Grand investissement dans le marketing, la pub . respect envers l'environnement et ses engagements sociaux. Développer les marques et les légumes sous toutes leurs formes. priviliger une organisation au service du client.

Positionnement

Haute et moyenne gamme

Performance

Leader mondial du légume prêt à l'emploi.
CA de 1896 millions d'euro Pour l'année juin 2012/juin 2013

Structure

Fondée en 1853
Implanté dans 18 pays
Présence marque dans 100 pays
9758 employés



Présentation synthétique de l'entreprise

En 1853, fondation de l'entreprise familiale par Louis Bonduelle-Dalle et Louis Lesaffre-Roussel au Nord de la France . En 1947, création de la marque Bonduelle. Aujourd'hui l'entreprise est devenue leader mondial du légume élaboré avec un CA de 1896 millions d'euros .

Ses Objectifs

Être référent mondial pour assurer le bien –vivre par l'alimentation végétal.
Respect de l'environnement , innovation régulière , sécurité alimentaire , renforcement de sa présence internationale .

Notre analyse

Ses enjeux stratégiques

Bonduelle focalise l'ensemble des forces de l'entreprise sur un seul métier : "le légume sous toutes ses formes, sous toutes les marques, dans tous les circuits et dans toutes les technologies, partout dans le monde".

Équilibrée?

- Développer les marques et les légumes sous toutes leurs formes
- Privilégier une organisation au service du client
- Respect de l'environnement

Adaptée à son environnement actuel ?

Oui . Observation d'une croissance totale de 7.3 % en 2012/2013 . Bonduelle innove constamment pour satisfaire les attentes spécifiques des marchés .

Adaptée à son environnement futur ?

Par sa créativité et ses innovations, Bonduelle est très appréciée des consommateurs français. Mais face à ses concurrents internationaux il faut qu'elle respecte ses objectifs et renforce sa stratégie de marketing.

Recommandation

En renforçant trop sa présence au niveau international, Bonduelle risque de donner moins d'importance à ses marchés actuels. Il faut utiliser une stratégie offensive face aux petit prix des MDD, pour cela l'entreprise doit justifier ses prix élevés en se basant sur ses nouveaux produits .