



Etude de Marché du Jus de Fruit

Polyteche'Lille GBIAAL 4

HUANG Yan
WANG Jinpeng
WEI Ran
ZHANG Qiao

Juin 2014

Sommaire

Introduction

- I. Analyse de l'environnement**
- II. Analyse de la demande**
- III. Analyse de l'offre**
- IV. Analyse stratégique SWOT**
- V. Etude et comparaison de linéaires**
- VI. Innovation**



Introduction

Le jus de fruits qui est une boisson obtenue à partir de fruits font partie de notre quotidien. Par leurs teneurs en vitamines (vitamine C, vitamine B9, caroténoïdes), en minéraux (magnésium, potassium) et en polyphénols, ils contribuent à la couverture de nos besoins nutritionnels et des bienfaits santé de ces micronutriments.^[1]

Le marché des jus de fruits comporte une grande variété de jus de fruits:

- les **purs jus** sont obtenus par simple pression des fruits, sans adjonction d'aucune sorte (sucre, additifs).
- les **jus à base de concentré (ABC)** sont élaborés à partir de jus concentrés. Les produits sont reconstitués en réincorporant au jus de fruits concentrés la même quantité d'eau que celle extraite lors de la concentration. Cette concentration a pour but de faciliter le stockage et le transport.
- les **nectars de fruits** sont constitués de jus ou de purée de fruits (plus de 25 ou 50 % selon les fruits), d'eau et de sucre.

Ce qui différencie ces 3 catégories de produit, c'est la quantité, le type de jus qu'elles contiennent et les traitements subis. Les colorants et les conservateurs sont interdits dans les jus et les nectars.^[2]

Sommaire



I. Analyse de l'environnement



I. Analyse de l'environnement

- **Population:**

- Ça fait long temps que les gens ont l'habitude de boire le jus de fruit.
- Beaucoup des gens pensent que le jus de fruit est riche en vitamines et bon pour la santé. Mais il est cher et demande beaucoup de travail (Préparation des fruits et lavage des matériels) à faire à la maison.
- C'est plus pratique à boire en comparant manger les fruits tout entier, pas mal des gens ont la 'flemme' à éplucher des fruits.

- **Marché:**

- Il y a énorme de choix dans le marché —> **Pas cher**





II. Analyse de la demande

La demande dans le monde

- +55 milliards de Litres de jus d'orange /jour dans le monde
- Le premier marché pour la consommation: **L'Union Européenne**
- **L'Allemagne**: 1^{er} consommateur

 **X21 L /an**



**1744 L
de jus d'orange /seconde**

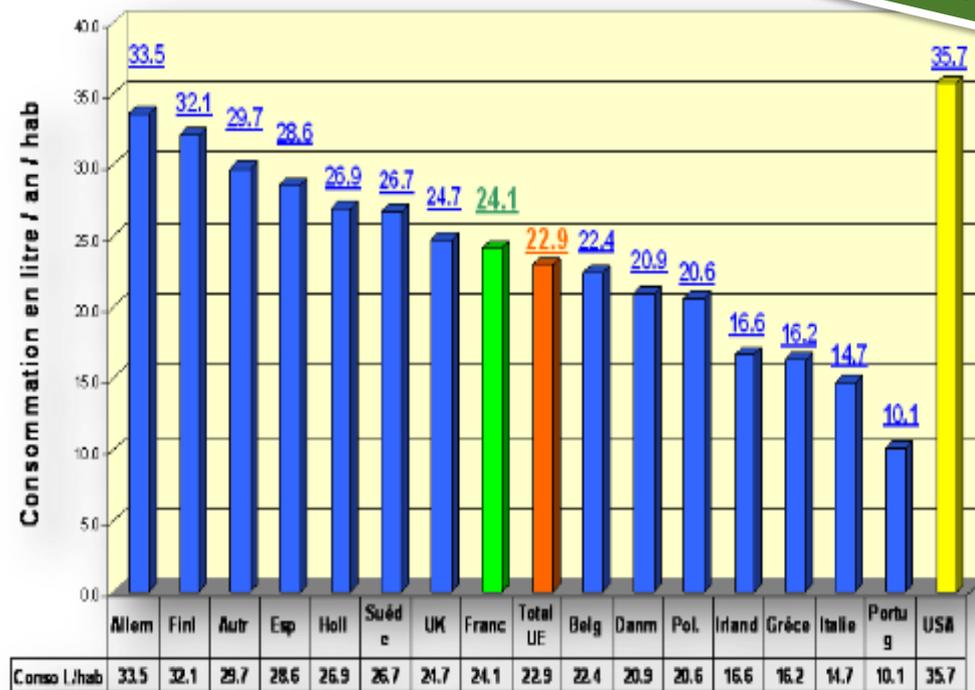


Figure 1: La consommation des jus de fruit dans le monde

Le marché mondial des jus de fruit est un marché agro-alimentaire important



II. Analyse de la demande

La demande
en France

- Consommation relativement stable
51 L / seconde



1,65 milliards de litres par an

- Les purs jus ont représenté près de la moitié des jus de fruits consommés^[3]

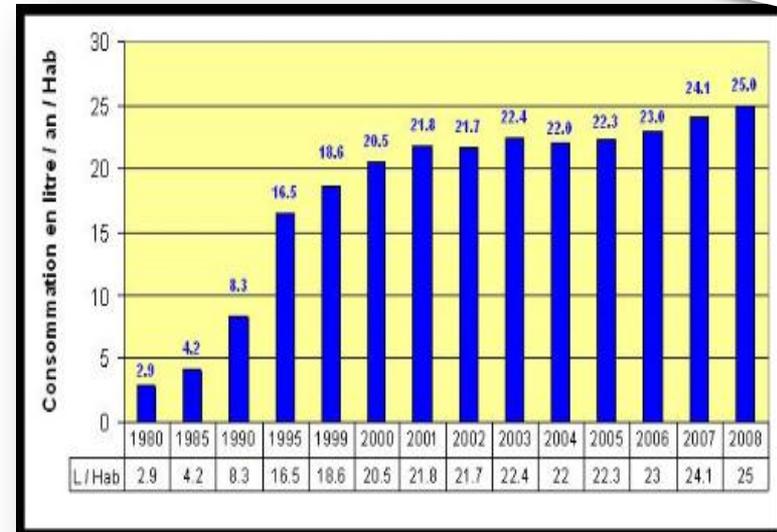


Figure 2: La consommation des jus de fruit en France

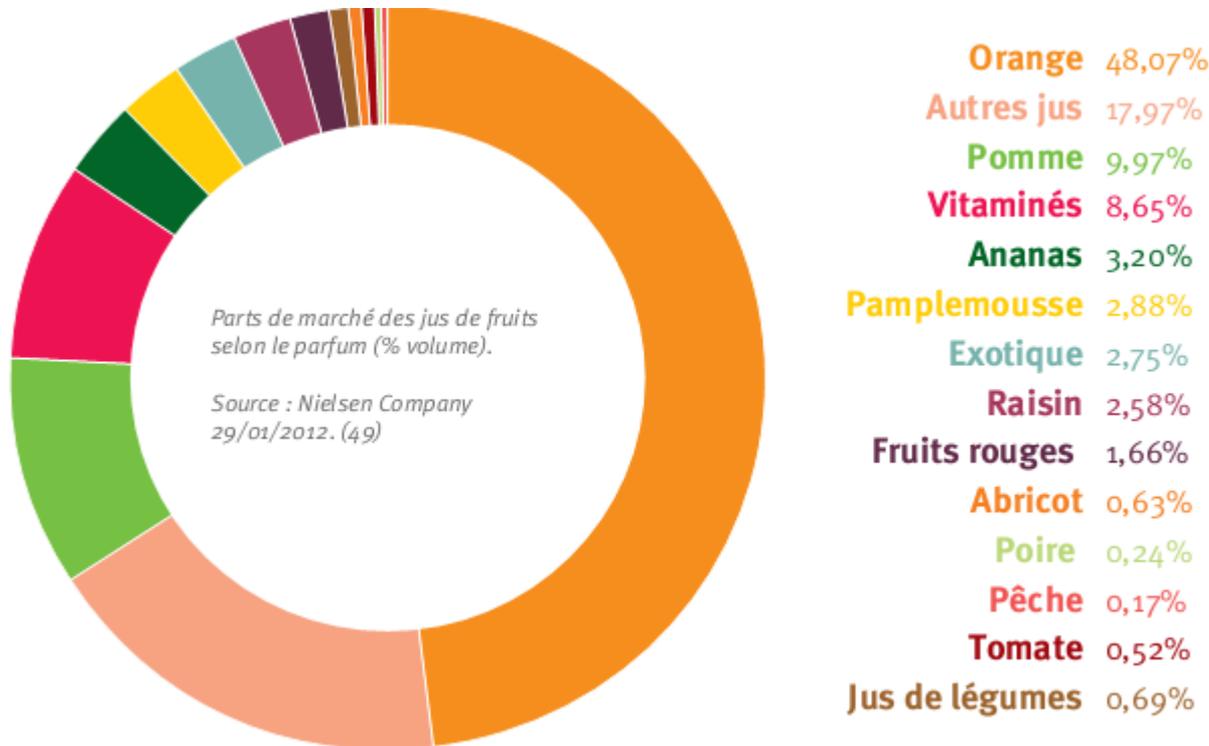
- La consommation française annuelle se situe légèrement en dessus de la moyenne européenne, en comparant la consommation mondiale.



II. Analyse de la demande

La demande
en France

En France, les jus de fruits les plus consommés sont le jus d'orange (48% des ventes), le jus de pomme (9,97%) et les jus multivitamines (8,65%) comme le montre ce schéma





II. Analyse de la demande

La demande
en France

Consommation de boissons (ml/j) par tranche d'âge en France^[4]

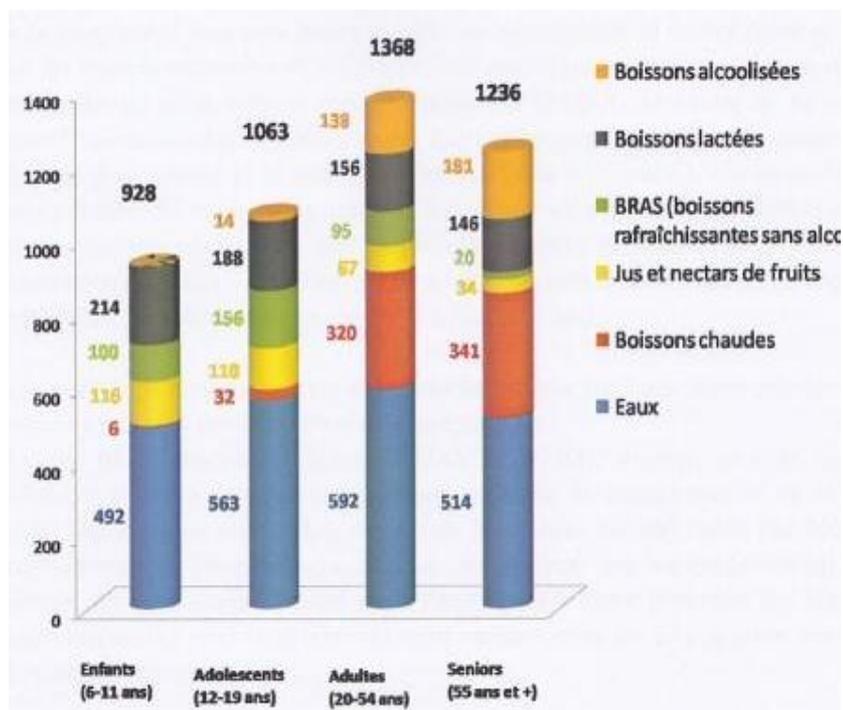


Figure 3: La consommation de boissons en fonction de l'âge (ml/jour)

- **L'eau est la première boisson**, toute génération confondue. Les autres boissons varient selon les âges et les préférences.
- La consommation de boissons rafraîchissantes (colas, limonades, boissons aux fruits) est modérée en France : chez les adolescents, qui sont les plus grands consommateurs, elle représente en moyenne 1/2 canette par jour. Elle est plus faible chez les enfants : un verre tous les 2-3 jours

- A comparer à d'autre type de boisson, excepte de l'eau, le jus de fruit est généralement une boisson populaire en France.
- Avec l'augmentation de l'âge, la demande de jus de fruit diminue.

Sommaire



III. Analyse de l'offre



III. Analyse de l'offre

Le marché dans le monde

➤ La production mondiale des jus de fruit industriels

- 400 millions d'hectolitre en 2005:
 - 1^{ère} place : Jus d'orange avec 36% de la production mondiale
 - 2^{ème} place : Jus de pomme avec 27,36 %
 - 3^{ème} place : Jus de raisin 20 %

➤ Les principaux pays exportateurs sont notamment par type de jus de fruits:

Orange: Brésil, USA

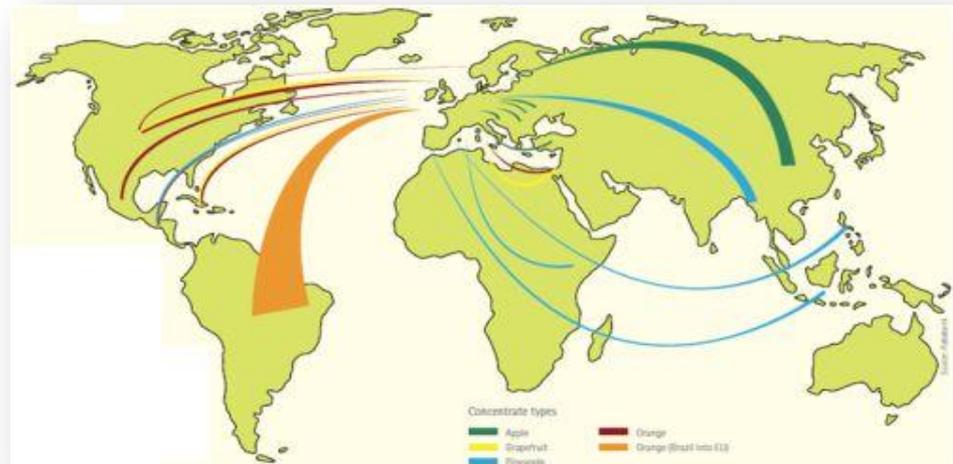
Pomme: Chine, Pologne

Raisin: Europe du sud, USA

Pêche: Amérique du sud

Ananas: Thaïlande

Mangue: Inde



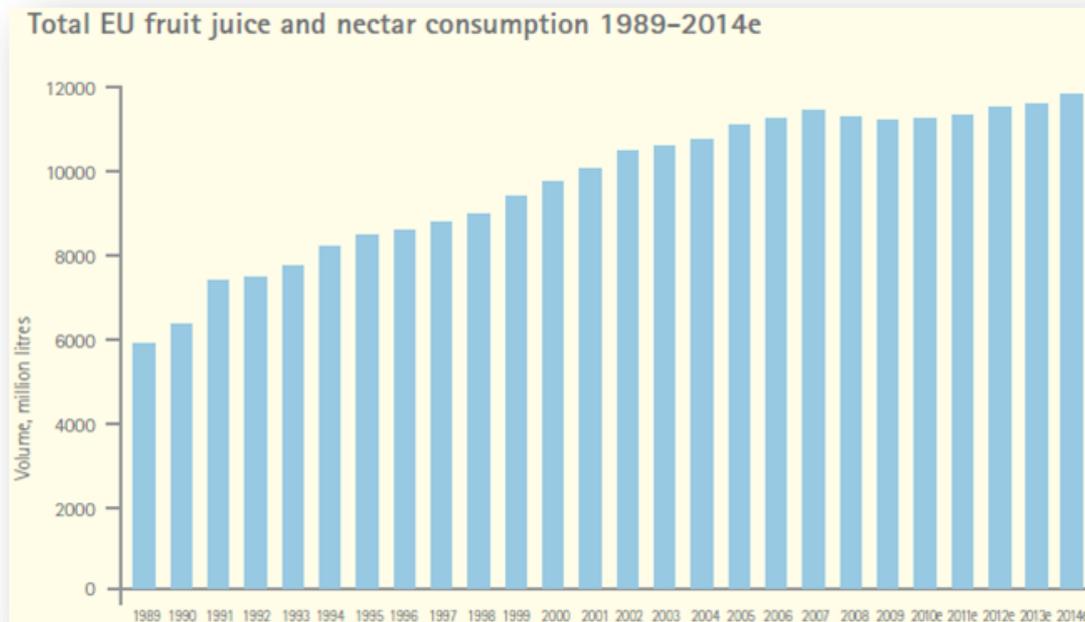


III. Analyse de l'offre

Le marché dans le monde

➤ Croissance ininterrompue

Élevée à **5%** entre 2009 à 2010 et attendue à ce même rythme de croissance jusqu'en 2015



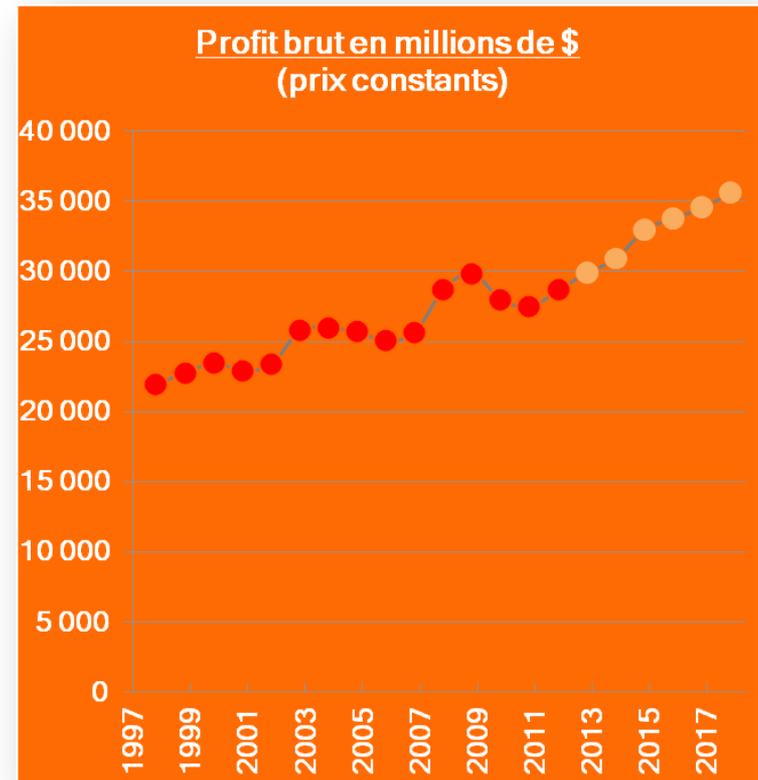


III. Analyse de l'offre

Le marché dans le monde

➤ **Marché à haute valeur ajoutée** [5] :

- Dans le secteur de la transformation des fruits et légumes, on observe que la part des jus de fruits et légumes, est en progression par rapport aux autres industries de transformation, atteignant 15,2% du total.
- En terme de valeur ajoutée, la contribution des jus de fruit progresse surproportionnellement, puisqu'elle atteint désormais 17,8% en raison d'une demande élevée.





III. Analyse de l'offre

Le marché en France

Les jus de fruits sont les premières boissons sans alcool vendues en France avec 30% des parts de marché en GMS.

➤ **Les fabricants français ont produit** ^[6] ^[7] :

En 2010

Jus de raisin : **20 millions** de Litres

Jus de pomme: **50 millions** de Litres

Jus de tomate: **6 millions** de Litres

(à partir de fruits récoltés en France)

2006: 1,2 milliard de litres

1992: < 720 millions de litres

La filière française produit **90%** des jus fruits consommés en France, en particulier pour la production de pomme de raisin et de tomate



III. Analyse de l'offre

Le marché en
France

- La filière représente environ 4300 emplois directs et 30 000 emplois indirects
- Résiste mieux que la filière européenne qui avait déjà perdue 2,2% de volumes entre 2010 et 2011
- Les Grandes et Moyennes Surfaces ont représenté 65% des ventes avec 1,05 milliard de litres vendus et résistent bien avec une croissance des ventes de +1,09%
- Le hard discount représente 24,4% du marché avec 396,54 millions de litres écoulés, en fort recul par rapport à 2012: -6,7%
- Les nectars représentent 18,5% de part de marché en volume, contre 20% en 2011; 300,6 millions de litres ont été vendus en France en 2012



III. Analyse de l'offre

Le marché en France

➤ **Certaines marques française de jus de fruits^[8] :**

Marques	
Almata	Spécialisée dans les jus de fruits biologique
Bopi	Destinée à la clientèle professionnelle de Restauration hors Domicile, restauration scolaire, centre aérés, hôpitaux, hôtellerie
Joker	Fondée à Mâcon en 1936, qui est détenue par le groupe Eckes Granini Group
Oasis	Leader incontesté des boissons aus fruits plates en France
Pampryl	La 3 ^{ème} place sur le marché des jus en France
Fruité	Il garantit aux consommateurs des prosuits de qualité avec des contrôles à toutes les étapes du processus de fabrication des jus de fruits



III. Analyse de l'offre

Les concurrences

➤ Les marques connues internationales :

- Minute maid
- Tropicana



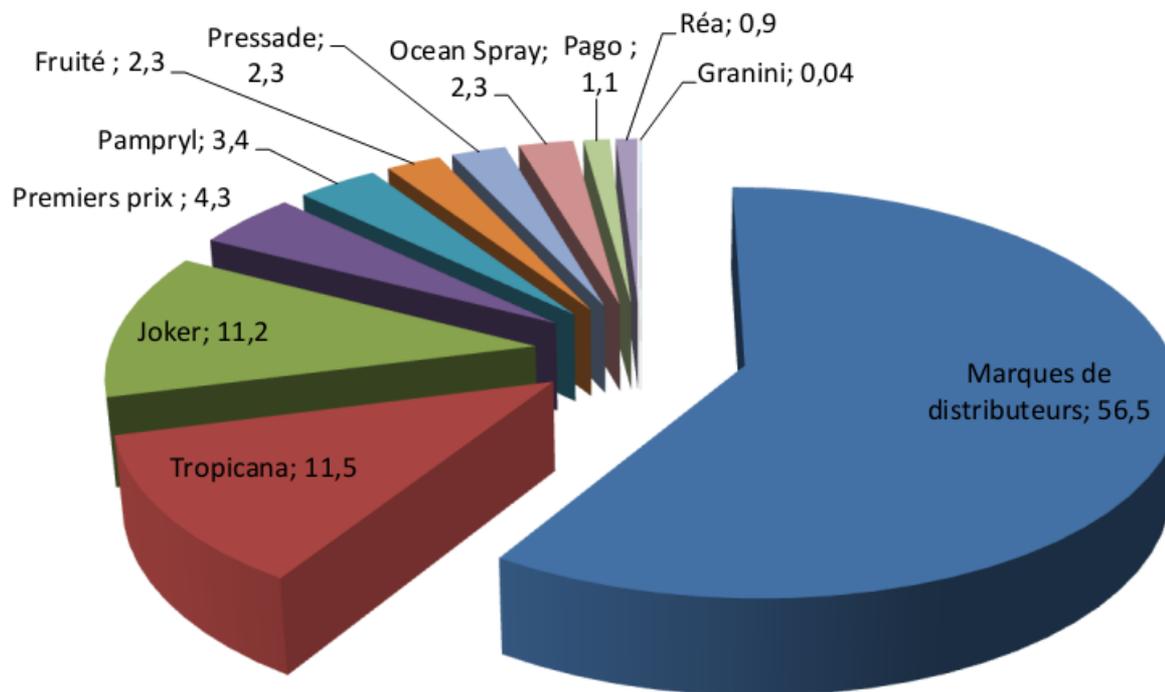
➤ Les concurrence dans le marché des BRSA (Boissons Rafraichissantes Sans Alcool)

- Jus de fruits fait maison
- Lutte acharnée entre les marque
- Concurrence entre rayon ambient et rayon frais



III. Analyse de l'offre

Les concurrentes



Répartition par marque des ventes de jus de fruits ambiants en GMS en 2011.
(Source : panel de distributeurs d'après fabricants pour Rayon Boissons)



III. Analyse de l'offre

Les acteurs

➤ Les Classification des acteurs:

Gros acteurs du marché des BRSA	Les Acteurs plus petits	Les marques de MDD
Tropicana (Groupe PepsiCo avec 40% de PDM),	Caresse Antillaise	Auchan
Andros (20% de PDM)	Force Bio,	Carrefour
Innocent (Coca Cola)	Optima-C	Casino
Minute maid	Ulti	
Sunny Delight (Orangina Schweppes avec 8% de PDM)		



III. Analyse de l'offre

Les acteurs

➤ Leaders et Challenger^[9]:

Acteurs	ECKES Granini	Pepsi Co	Pampryl
CA	193 millions d'euro	un milliard de dollars de chaque marque	1 MdF
Collaborateurs	300	525	300
Principales marques	JOKER Réa granini	Tropicana pepsi mirinda Lay's Lipton ...22 marques	Pampryl, Champomy, Banga, Agruma



III. Analyse de l'offre

Les acteurs

➤ Leaders menacé^[9] [10]:

- N°1 en France sur le marché des jus de fruits ambiants
- 95% de nos produits sont fabriqués en France
- 193 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2012
- 162 millions de litres vendus en 2012
- 12,4 % de part de marché en valeur sur les jus de fruits ambiants en Grandes et Moyennes Surfaces en 2012 (source IRI)
- 14,4 % de part de marché en volume sur les jus de fruits ambiants en Consommation Hors Domicile en 2011 (source GIRA)
- 3 marques : **Joker**, Réa, Granini
- 300 collaborateurs



III. Analyse de l'offre

Les acteurs

➤ Leaders menacé^[11] [12]:

- **Stratégie**

L'innovation est toujours au cœur de notre stratégie

- **Concurrence**

Elle a pour concurrents Tropicana, appartenant à PepsiCo; Pampryl, propriété de Orangina Schweppes; Fruité et Pressade, détenues par le groupe anglais Britvic ; Minute Maid, Ocean Spray et Capri-Sun, détenues par Coca-Cola; Ainsi que les marques de distributeurs.





III. Analyse de l'offre

Les acteurs

➤ Leaders et Challenger^[9]:

Acteurs	ECKES Granini	Pepsi Co	Pampryl
CA	193 millions d'euro	un milliard de dollars de chaque marque	1 MdF
Collaborateurs	300	525	300
Principales marques	JOKER Réa granini	Tropicana pepsi mirinda Lay's Lipton ...22 marques	Pampryl, Champomy, Banga, Agruma



III. Analyse de l'offre

FCS

➤ Facteurs clés de succès (FCS)

- Diversité
- Qualité nutritionnelle
- Références nombreux
- Goût
- Prix
- Emballage
- Promotion

➤ Barrières d'entrée et sortie

- Impression de marque
- Coût
- Ecologique
- Innovation

Sommaire



IV. Analyse stratégique SWOT



IV. Analyse stratégique SWOT

Tropicana Présentation du groupe

- Fondée en 1947
- Une compagnie agroalimentaire américaine du groupe Pepsi Co spécialisée dans le domaine des jus de fruits
- 8 000 employés dans le monde en 2004

Tropicana

Pourquoi Leader des jus de fruits

- Première marque de jus de fruits 100% pur jus et pré-emballé (Tropicana Pure Premium créée en 1965 au rayon ambiant)
- Jus d'oranges réfrigéré en brique carton grâce à la technique de Flash pasteurisation
- Présent dans plus de 60 pays, c'est aujourd'hui le plus gros producteur et distributeur de jus de fruits au monde.





IV. Analyse stratégique SWOT

Tropicana

- **Son offre**
- Gamme de produits diversifiés (Pure Premium/ Essentiels/ Récoltes BIO/ Smoothie/ Alvalle (gaspachos)/ Cocktail du Monde)
- Références en Pure Premium
 - Orange pulpe/ orange sans pulpe/ orange mangue/ reveil des tropiques/ peche mangue papaye/ ananas citron vert/ orange fraise/ peche blanche cerise/ clementine/ pomme pressée/ pulpissimo/ sanguinello/ pamplemousse rose/ ruby breakfast/ reveil fruité/ tonic breakfast/ douceur du matin/ reveil tonic/ rouge plaisir
- 8 formats disponibles: 25cl 50cl 85cl 1L 1,3L 1,5L 1,75L 2L





IV. Analyse stratégique SWOT

Tropicana



Ses idées environnementales

- Un engagement fort au près de l'environnement sur les plantations, l'embouteillage et l'emballage
- Exploiter le coeur de l'orange pour son jus, le reste est utilisé comme huiles essentielles
- L'énergie utilisée pour presser les oranges est à 80% renouvelable et verte
- Energie 100% renouvelable pour la mise en bouteille
- 95% des emballages certifiés FSC (Forest Stewardship Council)

Tropicana en France

- 2ème marque des BRSA (Boissons Rafraichissantes Sans Alcool) en France derrière Coca-Cola et devant Evian
- En 2011 - 40 % de part de marché en valeur au rayon frais
- - 11,4 % de part de marché en valeur au rayon ambient



IV. Analyse stratégique SWOT

Tropicana

Ses domaines d'activités stratégiques

Fonctions, Besoins, Applications, Produits

Petit-déjeuner
Pause de travail
Soirée
Pique-nique
Sports

Frais
Santé
Bien-être
Equilibre
Nutritionnelle
Plaisir
Pratique
Sécurité



Sélection particulière des fruits
Fruits pressés dans les 24h
suivant la cueillette
Flash pasteurisation
Packaging biodégradable

Grand public



États-Unis
Europe
Asie
Plus de 60 pays



Technologies, compétences

Marchés et Clients



IV. Analyse stratégique SWOT

Tropicana

Ses enjeux stratégiques – publicité



On peut se lever
du mauvais pied
et repartir du bon.

Tropicana

La journée peut commencer.



est un
Délice

Tropicana
Start the day bright

Tropicana
pure premium
ORIGINAL
ORANGE

« Pour que chacun de vos matins
commence par le meilleur. »



Levez-vous de
bonheur.

Tropicana

La journée peut commencer.

! Presque tous les
français boivent
du jus de fruits,
surtout pour le
petit-déjeuner.



IV. Analyse stratégique SWOT

Tropicana

Analyse SWOT

FORCES	FAIBLESSES
<ul style="list-style-type: none">- Une des marques internationales les plus connues mondialement par les consommateurs- Bénéficie du rayonnement international de Pepsi Co- Leadership sur les jus de fruit- 2ème marque des BRSA en France- 22 références dans la gamme Pure Premium- Qualité et fraîcheur des produits- Engagements environnementaux	<ul style="list-style-type: none">- Le prix un peu élevé- Mauvaise récolte peut avoir de graves conséquences- L'étendue des saveurs rend la difficulté du placement de tous les produits dans le linéaire- Recul dans le classement Top Of Mind
OPPORTUNITIES	MENACES
<ul style="list-style-type: none">- Le conseil « manger 5 fruits et légumes par jour »- 2/3 des français boivent des jus de fruits- 50% des 90% de français à prendre un petit déjeuner, boivent du jus de fruits au petit déjeuner- Innovation et différenciation avec des produits sans additifs, sucres ajoutés, conservateurs, etc.- Taux de pénétration en augmentation pour les pur jus- Gain de places des marques dans le linéaire	<ul style="list-style-type: none">- Consommateurs changent leurs habitudes d'où la nécessité de rechercher de nouvelles saveurs- Lancement de nouvelles sensations en bouche- Marché très concurrentiel, marques puissantes- Un bon positionnement en communication, télévision et affichage sont de plus en plus innovants.- Développement des MDD très prisé par certaines catégories de personnes

Sommaire



V. Etude et comparaison de linéaires



V. Etude et comparaison de linéaires

Rayon jus de fruit du supermarché E.Leclerc



-Joker

-Tropicana

-Fruité

-marque E.Leclerc



V. Etude et comparaison de linéaires

Analyse linéaire

- Produits de grande marque:
 - à hauteur visible et à portée des mains
 - Produits et emballages diversifiés
- Produits de premiers prix (marque E.Leclerc) moins compétitifs:
 - en bas du rayon, peu visible
 - Emballages simples





V. Etude et comparaison de linéaires

Comparaison avec le rayon Auchan

Rayon Auchan



Similarités:

- **Produits de marque:**
à portée de main et à hauteur des yeux

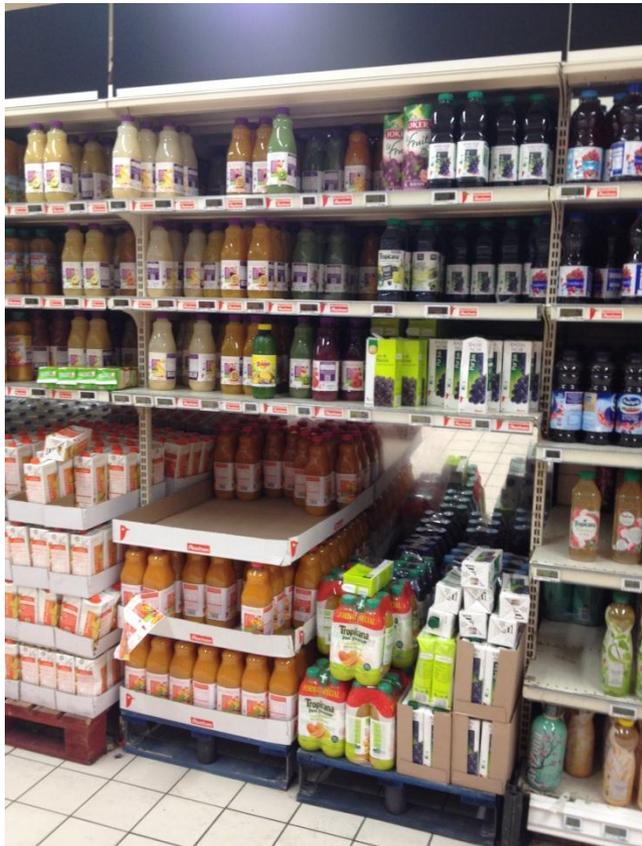
- **Marque Auchan:**
Tout en bas



V. Etude et comparaison de linéaires

Comparaison avec le rayon Auchan

Rayon Auchan



Différences:

- ✓ Rayon spécial pour les produits Auchan
- ✓ Offre familial à portée des mains en bas
- ✓ Moins de marques car remplacés par les produits Auchan

Sommaire



VI. Innovation



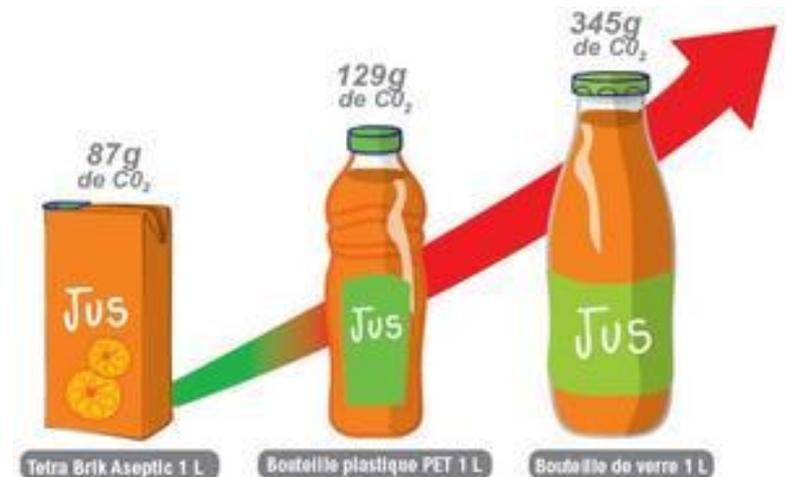
VI. Innovation

Innovation
de packaging

- **Environnement :**
 - Plastique ou carton 100% recyclable
- **Santé:**
 - Sans sucre ajouté
 - Sans conservateur
- **Emballage:**
 - Tetra Pak : standardisé, économe
 - Diversifié et innovant



ndly

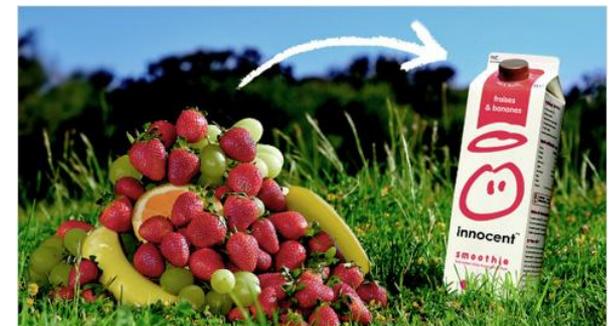




VI. Innovation

Innovations Sensorielles

- **Sortes de fruits très varié :**
 - plus de 20 fruits à jus
- **Saveurs innovantes pour satisfaire les consommateurs :**
 - Jus sans ou avec pulpe
 - Jus mixte avec des fruits différents
- **Coopération avec d'autres types de boisson:**
 - Eau minérale
 - Boisson gazeuse

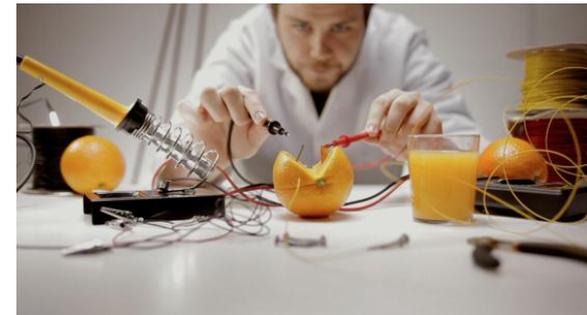




VI. Innovation

Innovations
commerciales

- **Publicités**
 - Via des médias différents : Internet, TV, panneau de Pub, etc.
 - Ciblant différents groupes de personnes : familles, Les jeunes travailleurs, enfants etc.
- **Promotrice:**
 - Nouvelles marques
 - Nouveaux produits
- **Promotion et remboursement**



Bibliographie/ Webographie

[1] Union Nationale Interprofessionnelle des jus de fruits : *Livre blanc du jus de fruits*

[2] Wikipédia *jus de fruits* sur http://fr.wikipedia.org/wiki/Jus_de_fruits

[3] <http://www.planetoscope.com/boisson/201-consommation-mondiale-de-jus-d-orange.html>

[4] <http://www.i-dietetique.com/articles/existe-t-il-un-modele-francais-de-consommation-des-boissons-sans-alcool/7949.html>

[5] l'AIJN, " les jus et nectars présentent l'opportunité d'une croissance forte et récurrente dans les années à venir"

[6] Le marché mondial des jus de fruit : une perspective africaine

Sur: <http://www.axio.ma/Analyse-economique/Le-marche-mondial-des-jus-de-fruit-une-perspective-africaine-content-20.php#sthash.YY0hMtiu.dpuf>

[7] Marché du jus de fruit. Etudier.com. Récupérée 03,2011

Sur: <http://www.etudier.com/dissertations/March%/A9-Du-Jus-De6Fruit/197870.html>

[8] Panel Distributeur en Cumul Annuel Mobile à fin Aout 2011

[9] <http://www.eckes-granini.fr/chiffres-cles,1084,fr.html>

[10] http://myreader.toile-libre.org/uploads/My_50f59d4d91817.pdf

[11] [http://fr.wikipedia.org/wiki/Joker_\(jus_de_fruit\)](http://fr.wikipedia.org/wiki/Joker_(jus_de_fruit))

[12] <http://www.eckes-granini.fr/notre-strategie,1080,fr.html>

[13] Le site officiel de tropicana www.tropicana.fr

[14] Le site de wikipédia <http://fr.wikipedia.org/wiki/Tropicana>