

le Point SUR

Les fruits et légumes crus préparés sur le point de vente *L'offre de Fraîche Découpe*

En croissance, l'offre de fruits et légumes crus préparés sur le lieu de vente génère à la fois : ➔ du bénéfice client en améliorant l'accessibilité des produits, en rendant sa consommation plus pratique (gain de temps à la préparation, moment de consommation en dehors des repas), permettant d'accroître la consommation des fruits et légumes frais en ciblant de nouveaux clients et notamment les jeunes, peu consommateurs de fruits et légumes entiers ; ➔ du bénéfice d'image magasin en élargissant les services apportés aux clients tout en affirmant un positionnement différencié. Ce Point Sur vous présente les enjeux et les spécificités de ce marché porteur, les pratiques en termes de fabrication que ce soit fait sur le lieu de vente ou en amont dans un atelier déporté, au stade de gros ou de façon industrielle. Vous y trouverez également les informations nécessaires pour préparer les produits selon les procédures et réglementations en vigueur (dont les allergènes, l'emballage et l'étiquetage des produits), et les stratégies commerciales sur la structure d'une gamme de Fraîche Découpe et les critères de choix du type d'atelier de Fraîche Découpe.



Définitions et historique

Les végétaux crus prêts à l'emploi (VCPE) sont une offre de fruits et légumes crus lavés, pelés, découpés... prêts à consommer en l'état ou prêts à cuire¹. Apparue dans le milieu des années 80, cette offre a aussi été appelée 4^e gamme par les professionnels, en lien avec la chronologie d'apparition de sa technique de fabrication sur le marché français : I^{re} gamme (produits entiers non préparés), II^e (produits appertisés), III^e (produits surgelés), V^e (produits préparés cuits) et VI^e gamme (produits déshydratés).

Les VCPE étaient à l'origine exclusivement préparés dans des sites industriels : conditionnés en unités préemballées (sachets, barquettes) et distribués sous chaîne du froid, quasi-exclusivement en grandes surfaces, avec une DLC de l'ordre d'une dizaine de jours. Cette offre industrielle existe toujours.

Depuis quelques années, l'offre de VCPE s'est enrichie de deux nouveaux modes de préparation proposés aussi bien en grandes et moyennes surfaces (GMS) que chez les détaillants : les produits dits de « Fraîche Découpe » et « Fraîche Découpe externalisée ».

- les produits de « Fraîche Découpe » sont préparés sur le lieu de vente, devant les clients dans un îlot dédié ou dans un laboratoire en réserve du magasin. Élaborés en petites séries avec du matériel adapté, ils sont généralement conditionnés en barquettes,

bols ou coupelles et affichent une date limite de consommation plutôt courte (environ 3 jours). Ces produits sont très diversifiés tant par les espèces travaillées que par les formes de découpes et de présentations proposées (ananas en morceaux, rondelles..., brochettes de fruits, mélange de choux émincés de différentes couleurs...). Leur préparation possible devant le client leur confère une image de fraîcheur et de produit artisanal.

- les produits de « Fraîche Découpe externalisée » se caractérisent par une préparation externalisée (c'est-à-dire en dehors du point de vente) : atelier dédié chez un grossiste, entreprise indépendante spécialisée dans cette activité, atelier intégré au sein d'une plateforme d'approvisionnement... Cette offre est très proche dans sa diversité de celle préparée sur le point de vente. Elle peut être conditionnée en sachets ou en barquettes et ses dates limites de consommation sont un peu plus longues (7 jours environ). Elle fait appel à des procédés de préparation plus mécanisés que ceux employés par le commerçant sur le point de vente, mais cependant moins automatisés qu'à l'échelle industrielle. Différents types d'offres de VCPE sont donc possibles pour les professionnels en fonction des stratégies de chacun. L'objectif principal est de répondre aux attentes des consommateurs en termes de choix dans l'offre proposée, de qualité gustative, de praticité, de taille des portions, d'image fraîcheur...

1 - Ces produits répondent à la définition formalisée le GBPH des végétaux crus prêts à l'emploi validé, en cours de parution (cf. page 10)

Marché et consommateurs

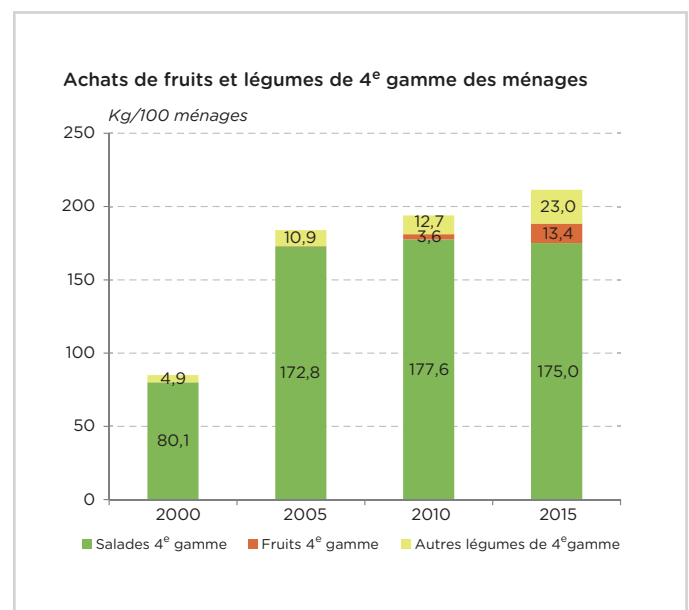
Les données suivantes sont issues du panel Kantar Worldpanel, mesurant les achats de 12 000 ménages représentatifs de la population française, pour leur consommation à domicile. Elles ne font pas la distinction entre les différentes offres de végétaux crus prêts à l'emploi (offre industrielle, Fraîche Découpe...).

À la fin des années 90, ce sont environ 80 kg de végétaux crus prêts à l'emploi (VCPE) qui sont achetés pour 100 ménages par an, soit environ 0,5 % du volume total d'achat de fruits et légumes frais des ménages, hors pomme de terre. Les salades représentent à cette époque 93 % de l'offre de végétaux crus prêts à l'emploi, en volume comme en valeur.

Dans un contexte de stagnation globale du volume de fruits et légumes achetés en vrac par les ménages entre 1998 à 2015, il apparaît que les VCPE ont connu jusqu'en 2005 une progression annuelle moyenne des volumes achetés de 15 %. Depuis 2008, les ventes de salade 4^e gamme se stabilisent tandis que celles des fruits et surtout des légumes progressent notablement.

L'offre fruits enregistrée en 2004 ne représentait alors que 0,2 % du volume total commercialisé en VCPE, soit 300 g de fruits préparés prêts à l'emploi achetés par an pour 100 ménages. Aujourd'hui, ces achats sont de 13,4 kg pour 100 ménages. L'offre légumes a vu ses ventes multipliées par deux entre 2010 et 2015 pour atteindre 23 kg pour 100 ménages.

En 2015, la proportion des achats de VCPE représente en volume 1,3 % du marché global des fruits et légumes frais, hors pomme de terre et 4 % en termes de dépenses réalisées par les ménages.





La perception des acheteurs de Fraîche Découpe (FD)

- ✓ Des achats hebdomadaires pour 5 adeptes de la FD sur 10 qui en achètent une à plusieurs fois par semaine
- ✓ Des achats peu saisonniers : une consommation répartie sur toute l'année pour 88 % des acheteurs et majoritairement pour une consommation à domicile
- ✓ Les 35-64 ans, les cadres, professions intellectuelles et libérales (acheteurs réguliers), les employés et les retraités (acheteurs occasionnels), les foyers sans enfants et les foyers de 2 à 3 personnes sont sur représentés parmi les acheteurs de produits FD
- ✓ Les moins de 25 ans achètent « plus souvent » des fruits, les plus de 65 ans plus de légumes
- ✓ 1 acheteur de FD sur 5 a découvert avec cette gamme l'utilisation de fruits et légumes qu'ils n'achetaient précédemment pas en vrac
- ✓ L'offre FD gagne des parts de marché sur les achats vrac notamment chez les acheteurs peu adeptes de 1^{re} gamme. Près d'un acheteur de FD sur 5 n'achète plus les produits vrac s'ils sont disponibles en FD
- ✓ Sans surprise, le gain de temps et la facilitation de la préparation sont les deux atouts majeurs de la FD
- ✓ La fraîcheur, le goût et la naturalité (absence d'additifs et de conservateurs) sont les caractéristiques de l'offre plébiscitées par les acheteurs
- ✓ Un attrait indéniable du rayon FD pour tous, acheteurs et non acheteurs, et un îlot avec préparation sur place qui séduit : 7 acheteurs de FD sur 10 qui le pratiquent seraient moins intéressés par une préparation en réserve ou par une offre externalisée
- ✓ Les principales raisons du non achat sont « préférer » et « avoir le temps de préparer soi-même » pour 8 personnes sur 10 et un « prix trop élevé » pour 6 personnes sur 10. La méfiance de la préparation de l'offre alerte 4 à 5 non acheteurs sur 10. En revanche, aucune critique des non acheteurs sur les références proposées

Enquête menée en déc. 2015 auprès de 401 acheteurs de FD et 212 non acheteurs chez 3 primeurs et 3 GMS répartis sur le territoire - Les données complètes de l'étude ont été publiées dans le mensuel Infos Ctifl n° 323 juillet-août 2016.

Les stratégies commerciales au point de vente

Au moins quatre grandes stratégies de commercialisation en matière de Fraîche Découpe ont pu être identifiées.

■ Stratégie « de différenciation qualitative »

Cette stratégie s'appuie sur un catalogue pré-établi élaboré à partir des études consommateurs et de l'analyse de la concurrence. Elle consiste à proposer une offre de Fraîche Découpe structurée en deux parties : un cœur de gamme (20/80) de très bon niveau qualitatif et une gamme complémentaire. Elle correspond essentiellement à un objectif d'image et nécessite que le catalogue comporte environ 80 à 100 références, élaborées avec de nombreuses espèces (environ 10 en légumes et 7 en fruits).

■ Stratégie « d'offre unique »

Cette stratégie s'appuie, non pas sur un catalogue pré-établi, mais sur une offre construite à partir des demandes recueillies auprès des clients du point de vente lui-même. Là encore, cette stratégie consiste à proposer une offre de Fraîche Découpe structurée en deux parties. Si le cœur de gamme (20/80) doit être de très bon niveau qualitatif, les produits réalisés à la demande doivent permettre une réelle singularisation du point de vente. Elle vise le développement de l'image certes mais son objectif principal est la fidélisation. Elle nécessite un merchandising résolument tourné vers la différenciation et un atelier très polyvalent.

Les 20/80

Dans le domaine commercial et marketing, la règle des 20/80 exprime le plus souvent le fait qu'une partie réduite de l'offre représente l'essentiel du chiffre d'affaires. C'est un indicateur de la concentration commerciale : 80 % du chiffre d'affaire est réalisé par 20 % de l'offre.

Les stratégies commerciales au point de vente (suite)

■ Stratégie « d'innovation »

Cette stratégie est complémentaire de la stratégie de différenciation qualitative et intimement liée à celle d'offre unique. Elle consiste à proposer de nouvelles références dans différentes gammes (Fraîche Découpe, soupes, jus de fruits frais, smoothies...) et de les proposer à la vente afin d'en éprouver la performance commerciale. Elle correspond aussi à un objectif d'image, de fidélisation et peut contribuer à la conquête de nouveaux clients. Elle nécessite une prise en compte fine des besoins et attentes des consommateurs, un merchandising favorisant les nouveautés et la capacité de faire évoluer ses méthodes, outils de fabrication et/ou son approvisionnement.

■ Stratégie « coûts-volumes »

Cette stratégie consiste à établir un optimum entre les volumes vendus et les prix de vente pratiqués. Elle s'appuie en général sur une offre dominée par un cœur de gamme standardisé. Elle répond à des objectifs de différenciation par le prix. Elle nécessite une bonne connaissance des habitudes de consommation, une parfaite maîtrise de la chaîne logistique, et des coûts de fabrication et/ou d'achat.

Une réalité plus complexe

Dans les faits, ces différentes stratégies, ici très segmentées pour des raisons de clarté de l'analyse, peuvent tout à fait cohabiter dans les commerces de fruits et légumes. Par ailleurs les frontières entre elles ne sont pas toujours nettes. Les facteurs impactant les décisions stratégiques sont multiples :

- les gammes (par exemple stratégie de coûts-volumes pour le 20/80 et de différenciation qualitative pour les gammes complémentaires)
- les saisons (le melon est un cœur de gamme l'été et peut devenir complémentaire en hiver)
- les jours de la semaine (certaines références peuvent n'être proposées qu'en fin de semaine)...

Les ateliers de fabrication et l'offre VPCE

Les différents types d'ateliers de Végétaux Crus Prêts à l'Emploi (VPCE)

Plusieurs types d'opérateurs sont identifiés en fonction de leur positionnement dans la filière et du type d'atelier utilisé. Un atelier standard sans machine à jus est estimé entre 11 500 et 14 500 € (cf. liste sur www.ctifl.fr).

Sur www.ctifl.fr

Coût et liste non exhaustive des équipements et matériels dédiés à l'activité (QR code ci-contre)



	Production sur le lieu de vente		Production externalisée		
Types d'ateliers	Atelier implanté sur la surface de vente, en îlot	Atelier implanté en réserve du point de vente	Atelier implanté en entreprise de gros	Atelier mutualisé, dédié à une enseigne	Entreprise agroalimentaire
Offres de VPCE	Fraîche Découpe*		Fraîche Découpe* externalisée		Offre industrielle*
Caractéristiques générales	Quelques unités par référence/jour Étapes de préparation manuelles Emballage manuel DLC courte (3 jours environ)		Quelques dizaines d'unités par référence/jour Étapes de préparation manuelles ou semi-automatisées Emballage manuel ou automatisé DLC moyenne (7 jours environ)		Gros volumes de production Chaîne de préparation automatisée Emballage automatisé DLC longue (12 jours environ)

*Dénomination usuelle employée dans la filière - absence de définition officielle

Les fruits et légumes crus préparés sur le point de vente

Les caractéristiques des différents types d'ateliers

	Ateliers implantés sur le lieu de vente		Ateliers externalisés		
	Îlots	Réserves	Grossistes	Mutualisés	Industriels
Les stratégies commerciales	<ul style="list-style-type: none"> Facilite la mise en place des stratégies de différenciation qualitative, d'offre unique et d'innovation Capacité de proposer de petits volumes 		<ul style="list-style-type: none"> Facilite la mise en place de la stratégie de différenciation qualitative et d'innovation Possibilité d'accompagner l'offre par un plan marketing B to C* abouti 		<ul style="list-style-type: none"> Facilite l'équilibre entre les stratégies de différenciation qualitative, d'innovation et de coûts volumes Possibilité d'accompagner l'offre par un plan marketing B to C abouti
Délais « préparation - vente »	<ul style="list-style-type: none"> Peuvent être réduits au minimum Peu de risques d'invendus 		<ul style="list-style-type: none"> Réduits à la distribution entre l'atelier et les points de vente 		<ul style="list-style-type: none"> Circuits classiques de la filière « Végétaux crus prêts à l'emploi », fiabilité éprouvée
Choix de la matière première à préparer	<ul style="list-style-type: none"> Sélection en parfaite adéquation avec la demande (au cas par cas), fondée sur de nombreux critères dont les critères gustatifs 		<ul style="list-style-type: none"> Sélection faite en fonction du catalogue de produits proposés, possibilité de planifier les apports Le choix peut être fait sur des critères gustatifs 		<ul style="list-style-type: none"> Régularité et planification des approvisionnements Standardisation de la matière première
Seuil de rentabilité des investissements	<ul style="list-style-type: none"> Risque limité en raison d'un investissement modéré, outil peu spécialisé facilement adaptable et évolutif 		<ul style="list-style-type: none"> Capacité d'investissement modérée à importante Possibilité de mutualisation et d'économies d'échelle 		<ul style="list-style-type: none"> Capacité d'investissement importante, possibilité de réaliser des économies d'échelle importantes, d'optimiser l'organisation des ateliers et de s'appuyer sur le développement de nouveaux marchés
Contraintes organisationnelles et surface nécessaire	<ul style="list-style-type: none"> Minimum 6 m² Idéal, entre 10 et 20 m² Nécessite l'établissement d'un planning de fabrication si l'atelier est mutualisé avec d'autres rayons (GMS) 		<ul style="list-style-type: none"> Variable selon le nombre de points de vente à servir Supérieure à 100 m² 		<ul style="list-style-type: none"> Importante, supérieure à 1 000 m²
Compétences spécifiques nécessaires pour le point de vente	<ul style="list-style-type: none"> Connaissance produits Connaissance des clients Capacité à constituer une gamme et à établir un prévisionnel de vente fiable Maîtrise des techniques et bonnes pratiques d'hygiène, de découpe et des règles d'étiquetage 		<ul style="list-style-type: none"> Connaissance produits Capacité à anticiper les tendances de consommation Capacité à constituer une gamme et à établir un prévisionnel de vente fiable Maîtrise des techniques de découpe et de la réglementation en matière d'étiquetage Maîtrise des principes de planification de gestion de production 		
Logistique	<ul style="list-style-type: none"> Minimisation du stock de produits de Fraîche Découpe limitant les risques de perte Maîtrise de la chaîne du froid simplifiée 		<ul style="list-style-type: none"> Bon niveau de massification et de planification des fabrications Bon niveau de l'optimisation de la logistique amont et fort niveau d'optimisation de la logistique aval 		
Hygiène	<ul style="list-style-type: none"> Mise en place obligatoire d'une organisation hygiène conforme aux principes de la méthode HACCP Application des bonnes pratiques filière (Guide de bonnes pratiques d'hygiène (GBPH), en cours de validation) 				

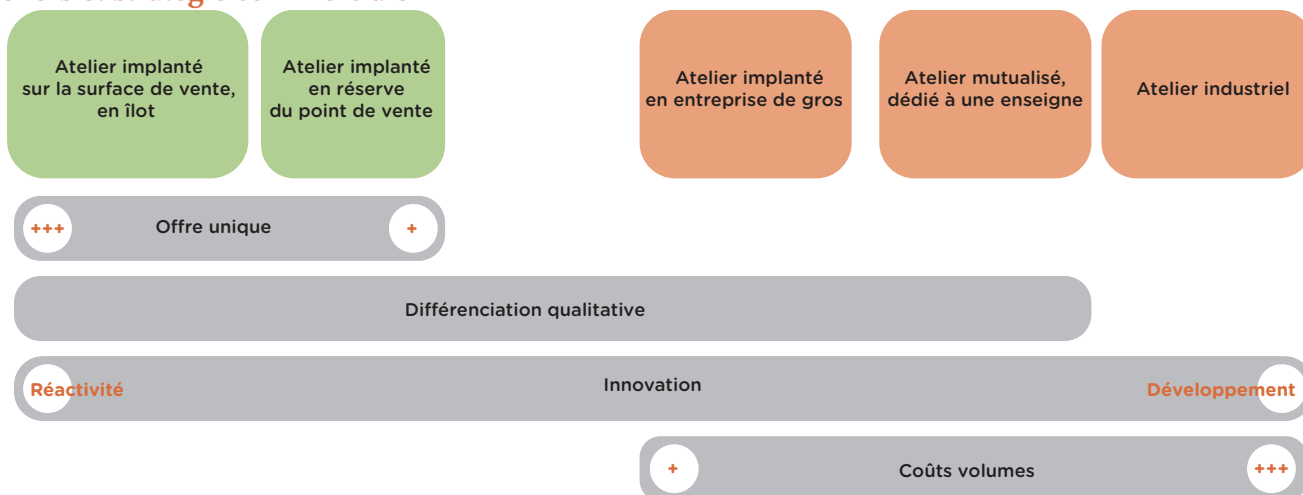
* B to C : business to consumer désigne l'ensemble des relations qui unissent les entreprises et les consommateurs finaux

Les fruits et légumes crus préparés sur le point de vente

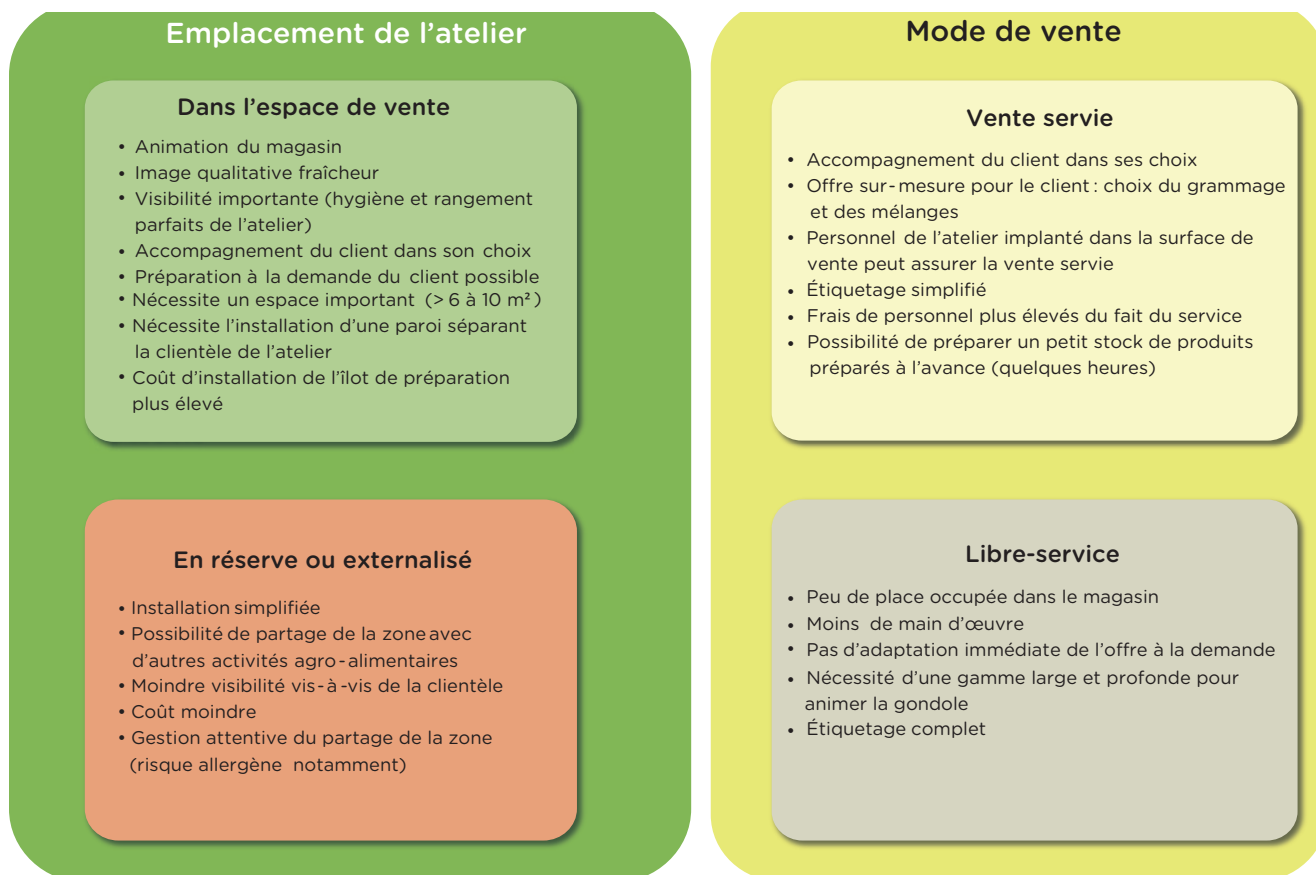
Critères de choix du type d'atelier Fraîche Découpe

Plusieurs critères influent sur le choix d'implanter un atelier de Fraîche Découpe sur le point de vente.

Ateliers et stratégie commerciale



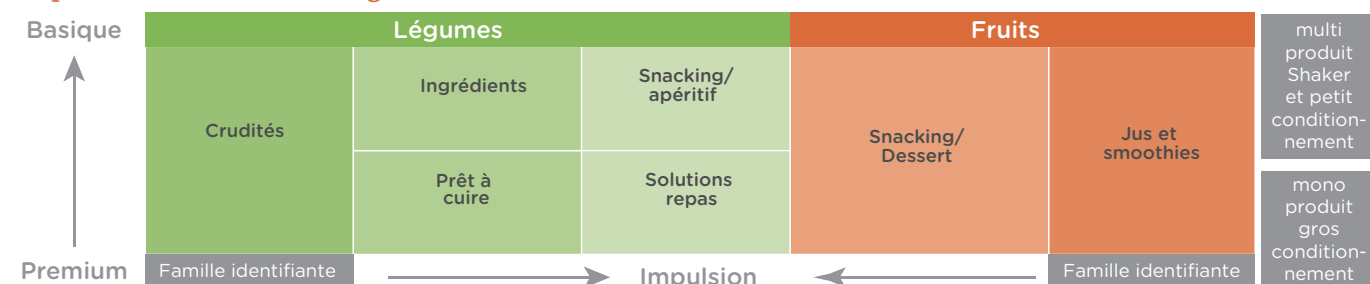
Ateliers et modes de vente



Les fruits et légumes crus préparés sur le point de vente

Le choix de la gamme

Implantation selon les usages



1 Crudités

Entrée de gamme Référence 20/80	Carotte grand format
Cœur de gamme Références 20/80	Carotte, céleri, betterave, chou-blanc, chou-rouge : râpées
	Concombre, tomate : rondelles
	Radis : entier sans fanes
Découverte produit Références innovantes	Mélange duo-trio
	Radis noir râpé, chou-rave, mélange endive-noix-ciboulette, etc...
Premium	Sushis de légumes cru
Conditionnement	Barquette plastique simple ou compartimentée ; bol individuel...
Sensibilité	Attention aux allergènes (noix, céleri), perte en eau, brunissement du céleri et rosissement de l'endive



2 Ingrédients

Références 20/80	Champignons, oignons : émincés
	Persillade
Références innovantes	Brunoise de légumes pour taboulé, courgette en julienne/spaghettis
Conditionnement	Barquette plastique simple
Sensibilité	Brunissement de certains produits (champignon)

3 Prêt à cuire

Références 20/80	Poivron, poireau : émincés
	Carotte, courgette : rondelles
	Brocolis, chou-fleur : fleurettes
	Mélange de légumes à poêler : émincés
	Courge divers : morceaux
Références innovantes	Mélange de légumes pour wok, ratatouille, soupe et pot au feu : morceaux, émincé, julienne ou tagliatelle Courgettes : julienne, spaghetti
Conditionnement	Barquette plastique simple ou compartimentée petit et grand format
Sensibilité	Émincés assez fin pour une cuisson rapide

4 Snacking/apéritif

Références 20/80	Carotte-concombre : bâtonnets
	Chou-fleur : fleurettes
	Tomate cerise : entiers
Références innovantes	Mélanges séparés duo-trio : batonnets, fleurettes, entiers
	Plateau apéritif : mélange de légumes en bâtonnets, fleurettes, entiers Préparation pour guacamole (purée d'avocat, jus de citron, condiments à part)
Conditionnement	Shaker, plateau, barquette compartimentée
Sensibilité	Attention aux allergènes (céleri) Brunissement de l'avocat (attention au dosage du citron)

Les fruits et légumes crus préparés sur le point de vente

Le choix de la gamme (suite)



6 Snacking/Dessert

Entrée de gamme Références 20/80	Ananas, melon, pastèque : morceaux grand format
Cœur de gamme Références 20/80	Ananas, mangue, noix de coco, melon, pastèque, kiwi, fraise : morceaux
	Ananas : tronc, carpaccio, rondelle
Premium	Mangue avion découpée en joue
Références innovantes	Salade de fruits en morceaux trio ou plus : fruits rouges, exotiques rares (pitaya)
Conditionnement	Shaker, barquette plastique simple ou compartimentée petit et grand format, bol individuel
Sensibilité	Brunissement des produits, écrasement, exsudat au fond des barquettes

5 Solutions repas*

Références innovantes	Soupe froide (à base de légumes crus) Salade composée autres ingrédients (protéines animales, croustons...) et assaisonnement
Conditionnement	Bouteille plastique 0,5 L ; 1 L barquette plastique simple
Sensibilité	Attention aux allergènes (lait, fruits à coque,...) Étiquetage particulier



7 Jus et smoothies*

Cœur de gamme	Orange
Découverte produit	Agrumes divers, Kiwi
	Fruits en monoproduit
	Mélange de fruits selon des recettes : jus, smoothie
Conditionnement	Bouteille plastique 0,5 L ; 1 L Shaker pour les smoothies
Sensibilité	Épluchage recommandé

■ *Les jus, les salades composées avec des produits non végétaux et les produits cuits : une gamme complémentaire soumise à une réglementation particulière

Ce complément de gamme est une évolution déjà constatée sur le rayon Fraîche Découpe et qui va s'enrichir. Les produits cuits sont des produits transformés ce qui induit l'étiquetage de la **déclaration nutritionnelle** conformément au règlement (UE) n°1169-2011 dès lors qu'ils sont préemballés pour une vente en libre-service. Si ces produits sont conditionnés en vue de leur vente immédiate (vente servie ou préemballage permettant de répondre à une affluence de la clientèle), l'étiquetage nutritionnel devient facultatif. Cet étiquetage nutritionnel est également obligatoire dans les mêmes conditions pour les recettes comprenant des ingrédients non végétaux comme des croustons, des dés de fromage, de jambon, de l'œuf... Dans le cas des produits cuits, le risque de développement microbien est accru lors des phases de chauffage et de refroidissement si celles-ci durent trop longtemps. Si le produit est maintenu chaud, sa température doit être supérieure à 63°C.

■ La diversité du conditionnement

Diversifier les conditionnements est conseillé pour suggérer des occasions de consommation variées. Ainsi, pour un usage plutôt nomade, le shaker apporte une réelle praticité au consommateur. Et pour que l'offre s'intègre dans un univers particulier, il est possible de jouer sur la présentation comme des brochettes de fruits pour le dessert ou un plateau compartimenté avec différents légumes pour l'apéritif.



L'élaboration de la Fraîche Découpe

Les recommandations techniques

Un atelier, même de petite taille, se doit de respecter le principe fondamental de la **marche en avant**. Celui-ci consiste en la succession d'étapes qui permettent à partir de matière première brute, d'élaborer le produit de Fraîche Découpe, de la zone la plus sale vers la zone la plus propre. Ce principe a pour objectif de ne pas souiller un produit propre par des contaminants issus des étapes précédentes (croisements de matières à éviter). L'implantation de l'atelier doit prendre en compte cette contrainte.

Ainsi, la marche en avant peut être spatiale : chaque zone de l'atelier est dédiée à une étape particulière de préparation, ou temporelle : entre deux étapes de préparation, le même plan de travail est nettoyé et désinfecté pour sa réutilisation.

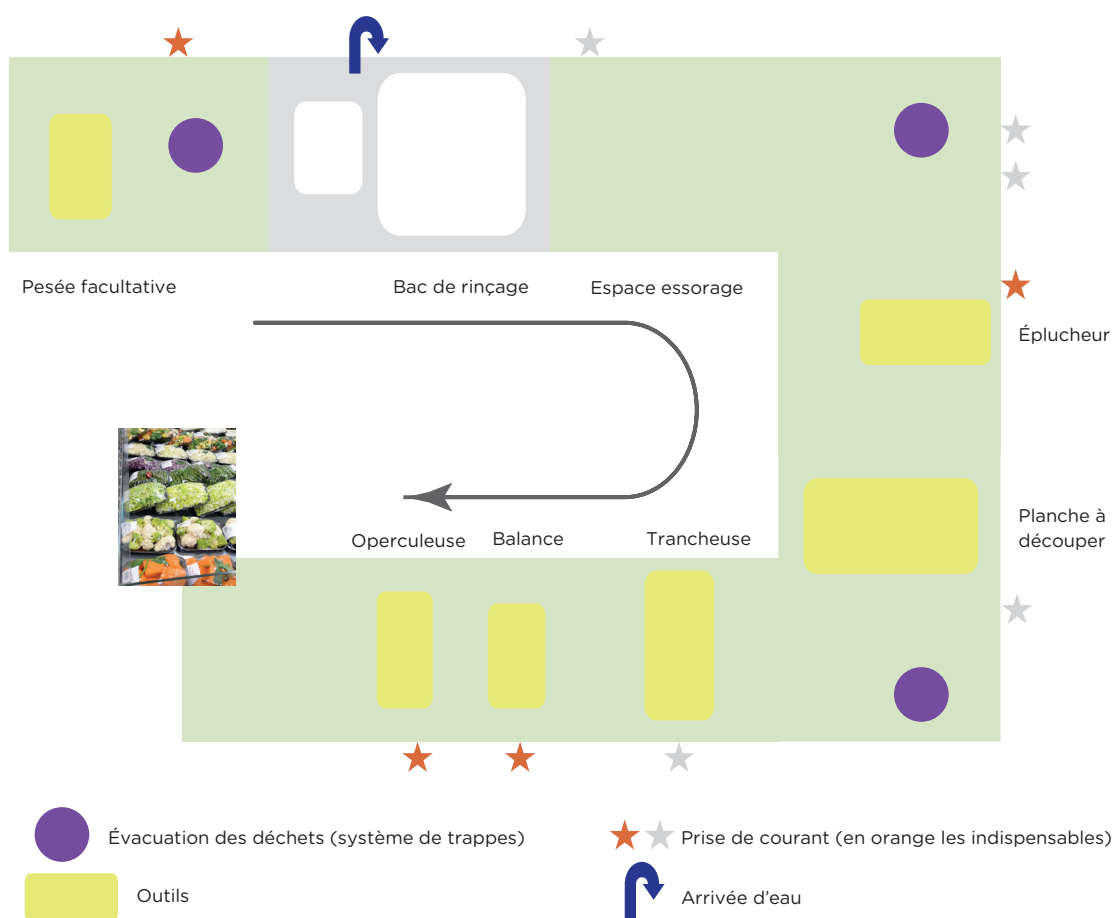
Les matériaux doivent être faciles d'entretien : plan de travail en inox si possible, mais aussi murs en surfaces lessivables. Des cornières placées dans les angles (mur-plafond/sol-mur...) permettent d'optimiser et de faciliter les opérations de nettoyage.

Les évacuations d'eau doivent être bien positionnées (attention aux contre-pentes) et l'entretien des regards ne doit pas présenter de difficulté majeure. Le matériel de préparation doit être en bon état et propre. Les outils de découpe doivent être minutieusement entretenus. Par exemple, une lame émoussée provoque des déchirures qui altèrent plus le produit qu'avec une lame aiguisée (= coupe franche et nette), ce qui favorise le développement de la flore d'altération entraînant une perte de qualité et une diminution de la durée de vie du produit.

Le nettoyage et la désinfection des outils et des surfaces sont, avec l'hygiène du personnel, les éléments clés de respect des règles d'hygiène.

Sur www.ctifl.fr

Rubrique Espace professionnels >
Détail-Points de vente > Fraîche
Découpe (QR code ci-contre)



L'élaboration de la Fraîche Découpe (suite)

Méthode

Que le fabricant soit un primeur travaillant de petits volumes (quelques kilogrammes) ou un industriel produisant chaque semaine plusieurs tonnes de produits, il convient d'appliquer les règlements du paquet Hygiène et notamment les règlements CE n° 178/2002 et n° 852/2004 dans le but de protéger la santé des consommateurs. Le professionnel doit élaborer et mettre sur le marché un produit sain et sûr, il est responsable des produits qu'il commercialise (obligation de résultats).

Ainsi, à chaque étape de la préparation, les opérateurs doivent apporter une vigilance particulière à tout ce qui peut avoir une incidence sur la qualité du produit : fraîcheur de la matière première, hygiène du personnel, nettoyage et désinfection des équipements, respect des règles d'étiquetage...

Pour parvenir à cet objectif, le professionnel doit mettre en application les procédures fondées sur la méthode HACCP³. Cette méthode consiste en l'identification des dangers susceptibles d'être rencontrés, leur hiérarchisation en termes de gravité et de fréquence d'apparition, puis l'établissement de mesures permettant de limiter ces dangers et d'actions dites correctives visant à agir sur le danger. Ce travail de réflexion doit être mené pour chaque produit élaboré et à chaque étape du process de fabrication, dont un schéma est fourni dans le diagramme ci-contre. Le GBPH⁴ des végétaux crus prêts à l'emploi, dont la validation est parue au JORF le 24/10/18, énumère l'ensemble de ces dangers. Une fois publié, il pourra constituer une référence pour les opérateurs.

Conditions de l'atelier

La préparation de végétaux crus prêts à l'emploi, en fonction du lieu de travail, peut se faire dans différentes conditions d'ambiance : 4 °C sur un site industriel, 15 à 25 °C sur un point de vente selon la saison (hiver/été). Des essais menés par le Ctifl mettent en évidence que la température a une incidence forte sur la respiration du produit et ainsi sur le maintien de sa qualité.

3 - HACCP : Hazard Analysis of Critical Control Point. « Système qui identifie, évalue et maîtrise les dangers significatifs au regard de la sécurité des aliments », Norme NF V01-002, 2008.

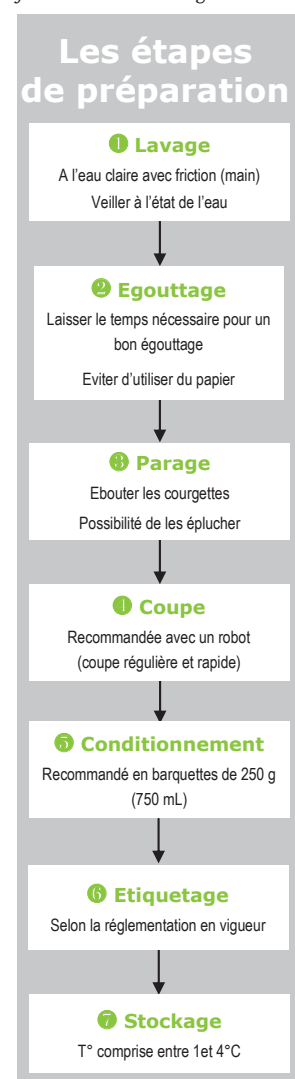
4 - Le GBPH (Guide de Bonnes Pratiques d'hygiène des végétaux crus prêts à l'emploi) est un outil rédigé par les professionnels, pour leur usage. Son application est volontaire. Les éléments fournis dans le guide sont évalués par l'ANSES et validés par les autorités compétentes.

Ceci peut nécessiter une adaptation de la durée de vie établie par le professionnel (cf. exemple dans le tableau ci-dessous). La qualité microbiologique des produits s'obtient par la mise en place et le respect des bonnes pratiques d'hygiène. Elle est contrôlée par la réalisation de contrôles microbiologiques conformément au règlement (CE) n° 2073/2005 sur le produit fini.

Les étapes de préparation

La sélection d'une matière première fraîche de qualité, exempte de dégradations est un prérequis pour la maîtrise de la qualité sanitaire du produit. Le lavage permet de diminuer la charge microbienne et doit donc être réalisé en frottant le produit manuellement de manière minutieuse. Seule de l'eau potable peut être utilisée. Dans le cas où l'eau de lavage devient très vite sale, il convient de changer l'eau du bac et d'effectuer un second lavage des produits à l'eau potable. L'étape de rinçage n'est obligatoire qu'en cas d'utilisation d'un auxiliaire technologique comme l'hypochlorite de sodium (eau de javel) dans un but de désinfection (attention aux conditions d'utilisation, cf. paragraphe sur les auxiliaires technologiques et additifs alimentaires page 11). L'égouttage permet d'éliminer l'excès d'eau qui est favorable aux développements microbiens. Aux étapes de parage, ébouttage ou épluchage et de coupe notamment, il faut s'assurer de ne pas souiller les produits de plus en plus élaborés avec les déchets (principe de la marche en avant).

Exemple du diagramme de fabrication de la courgette émincée



Durée de vie technique des produits en fonction des conditions d'ambiance lors de leur préparation

Conditions d'ambiance et temps d'exposition	Ananas en morceaux	Carotte râpée
25 °C pendant 2 h (1 h pour la découpe et 1 h pour les assemblages)	3 j	6 j
15 °C pendant 1 h (découpe puis mise au froid immédiate)	5 j	8 j

L'élaboration de la Fraîche Découpe (suite)

Emballage

Pour le conditionnement des produits, les emballages choisis doivent être réalisés dans un matériau adapté, destiné à entrer en contact avec les denrées alimentaires conformément au règlement (CE) n° 1934/2004. La présence du logo d'alimentarité (fourchette et verre) ou de la mention « pour contact alimentaire » est une preuve de cette aptitude.



Étiquetage

L'étiquetage a pour rôle d'informer le consommateur sur le produit. Les obligations sur l'étiquetage (règlement UE n° 1169/2011) varient si le produit est préemballé à l'avance ou proposé en vente servie.

En vente servie, un affichage simplifié placé sur l'étal au plus proche du produit indiquant la dénomination de vente, le prix de vente au kg ou à l'unité de vente consommateur (UVC) et la liste des allergènes est nécessaire.

Pour les produits préemballés à l'avance et vendus en libre-service, les mentions obligatoires sont la dénomination de vente, la liste des ingrédients (sauf en cas de mono-ingrédient) dans l'ordre décroissant de leur importance pondérale précédée de la mention « Ingrédients », la quantité nette du produit, la date limite de consommation (DLC), l'identification (nom et adresse) du metteur en marché (fabricant, conditionneur ou vendeur établi dans l'UE), le numéro de lot (la DLC peut suffire), le mode d'emploi pour l'usage du produit, les conditions particulières de conservation et les mentions spécifiques, conformément au règlement (UE) n° 1169/2011.

Sur www.ctifl.fr

Rubrique Espace professionnels >
Détail-Points de vente > Fraîche
Découpe (QR code ci-contre)



Stockage/Conservation

Pendant l'étape de stockage, il faut assurer les conditions nécessaires au maintien de la qualité des produits. Il s'agit en priorité du maintien de la chaîne du froid. La parution de l'arrêté ministériel du 8 octobre 2013 relatif aux règles sanitaires applicables aux activités de commerce de détail, d'entreposage et de transport de produits et denrées alimentaires végétales permet au professionnel de fixer, **sous sa responsabilité**, une température de conservation des produits de Fraîche Découpe préemballés. En cas d'entreposage, de transport ou de distribution de végétaux crus préparés non préemballés, la consigne reste entre 1 et 4 °C (cas du trans-

port avant la mise en barquette entre l'atelier de préparation et le point de vente). À nouveau, le GBPH aura pour rôle de fournir des recommandations. Mais le professionnel peut parfaitement décider d'une autre gamme de températures. Il devra valider la durée de vie de ses produits selon ses choix et l'obligation réglementaire de sécurité des aliments.

Les auxiliaires technologiques et additifs alimentaires

L'usage d'auxiliaires technologiques pour la désinfection des végétaux comme le chlore est possible en France, dans le respect de l'arrêté ministériel du 19 octobre 2006 modifié : une dose, un temps de contact, un rinçage à l'eau potable ainsi qu'une analyse de résidus sur produit fini sont imposés.

Les additifs alimentaires entrent dans la composition du produit. À ce titre, ils doivent apparaître dans la liste d'ingrédients. Leur rôle est de limiter la dégradation du produit. Ce sont des antioxydants, des acidifiants... Le nombre d'additifs alimentaires autorisés dans les fruits et légumes crus prêts à l'emploi est très limité et ciblé par espèce (antioxydants : acide ascorbique, acidifiants : acide citrique...). Les usages et les doses autorisés sont précisés dans le règlement (UE) n° 1129/2011 (catégorie 04.1.2).

Attention, l'ajout d'additifs interdit l'usage du terme « frais » sur l'étiquetage (Avis du CNC 8/02/1990).

Pour les produits de Fraîche Découpe, il ne semble pas opportun de faire usage d'auxiliaires ou d'additifs alimentaires, pour plusieurs raisons :

- l'allongement de la durée de vie n'est pas nécessaire pour conserver l'image de fraîcheur de la Fraîche Découpe préparée sur le point de vente ;
- l'utilisation de ces produits auxiliaires ou additifs nécessite des précautions d'emploi et des usages particuliers, parfois complexes à mettre en œuvre ;
- pour les additifs, l'étiquetage est obligatoire dans la liste des ingrédients, ce qui peut être un frein pour l'acheteur (perte de l'image de « naturalité »).

Conclusion

La mise en place d'une offre de Fraîche Découpe et donc l'implantation d'un atelier de préparation nécessitent une phase de réflexion préalable. Le CTIFL accompagne les professionnels qui le souhaitent en leur proposant une assistance technique ou formation adaptée à chaque situation.

Des éléments techniques complémentaires sont donnés sur le site internet du CTIFL sur inscription gratuite (www.ctifl.fr rubrique : Espace professionnels > Détail - Points de vente > Fraîche Découpe). Des fiches produits par référence commerciale mettent en évidence les rendements de production et temps et les points sensibles à surveiller. Des fiches méthode de vulgarisation complètent l'information en évoquant les obligations réglementaires.

Contacts

Didier Bénac

CTIFL, Centre de Lanxade
28 route des Nébouts
24130 Prignonrieux
Tél. +33(0)5 53 58 00 05
e-mail : benac@ctifl.fr

Arnaud Magnon

CTIFL, Centre de Carquefou
ZI Belle Étoile - Antarès
35 allée des Sapins
44483 Carquefou
Tél. +33(0)2 40 50 81 65
e-mail : magnon@ctifl.fr

Clément Sabatier

CTIFL, Centre de St Rémy
Route de Mollégès
13210 Saint Rémy de Provence
Tél. +33(0)4 90 92 05 82
e-mail : sabatier@ctifl.fr

Benoît Dufresne

CTIFL Rungis
1 rue de Perpignan-Bât D3
Fruileg 420 - 94632 Rungis Cedex
Tél. +33(0)1 56 70 11 30
e-mail : dufresne@ctifl.fr

Voici une liste non exhaustive de fournisseurs de matériel

- **Mobilier : table, plan de travail, armoire de rangement, plonge...**
 - Tournus Equipement : fabricant français d'équipement en inox - 25 avenue Jean Moulin -CS 20005 - 71700 Tournus Cedex - Tél. : 03 85 27 42 42 – www.tournus.com
- **Matériel de préparation pour épluchage, découpe, essorage...**
 - Bacs inox, chariot, hygiène du personnel
 - Bourgeat : 115 Rue Victor Hugo 38490 Les Abrets - Tél. : 04 76 32 14 44 – www.bourgeat.fr
- **Matériel de découpe automatisé**
 - Brunner / Anliker : société suisse - www.brunner-anliker.com - représentée en France par Politec
 - Dito-Sama : Zone industrielle du Mont - 23200 Aubusson Tél. : 05 55 83 23 23 – www.ditosama.fr
 - Robot Coupe : 12, avenue du Maréchal Leclerc - BP134 - 71305 Montceau-en-Bourgogne-Cedex Tél. : 03 85 69 50 00 – www.robot-coupe.com
 - Sempa : 3 D, rue Général Mangin - Espace Blum Mangin, Lot P - 38000 Grenoble Tél. : 04 76 50 00 03 www.sempa.fr
- **Matériel de découpe manuel (mandoline, couteaux, coupe-ananas...)**
 - Zyliss : société américaine - www.zylissusa.com - distribuée dans les magasins d'art de la table
 - Tellier : Z.I. du Val d' Argent - 15-21, rue Guy Moquet - 95100 Argenteuil - Tél. : 01 34 11 38 38 – www.tellier.fr
- **Matériel de conditionnement (balance, étiqueteuse, scelleuse, operculeuse, plateau chauffant...)**
 - CCM : 38Bis, Avenue des Sources 69130 Ecully - Tél. : 04 37 49 60 49 - www.ccm-emballage.com
 - Cenpac : 161, rue de la Belle Etoile 95 700 Roissy-en-France – Tél. : 0 825 014 015 - www.cenpac.fr
 - Befor : Z.A de la fontaine d'Azon 89100 Saint Clément – Tél. : 03 86 83 22 30 - www.befor.fr
 - Mettler Toledo : 18-20 avenue de la Pépinière 78220 Viroflay – Tél. : 01 30 97 17 17 - www.mt.com
- **Emballage**
 - Guillin : ZI - BP 97 - F25290 Ornans - www.groupeguillin.com – Tél. : 03 81 40 23 00 fabricant français distribué sur toutes les régions.
 - Comatec : ZI Lannolier - Bd Xavier Fafeur 11000 Carcassonne – www.comatec.fr - Tél. : 04 68 25 93 94 - fabricant français
- **Fournitures générales pour les professionnels de l'alimentation**
 - La Bovida : 36 rue Montmartre 75001 Paris – Tél. : 01 42 36 09 99 – www.labovida.com (plusieurs magasins en province)
 - Metro : Tél. : 0825 09 09 09 - www.metro.fr
 - Promocash : www.promocash.com