



## Fraîches du Québec

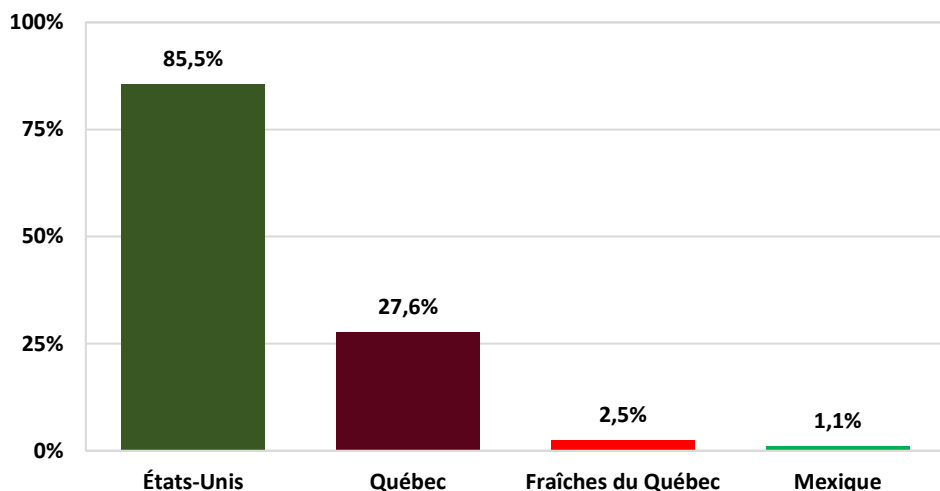
Rapport sur la présence des framboises de marque Fraîches du Québec  
Réalisé le 8 février 2021



### Présence et promotion des framboises observées en magasins

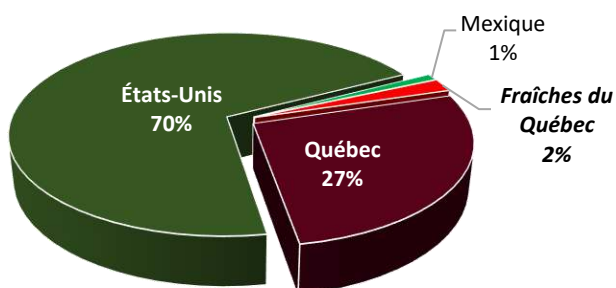
Framboises (08/2020 - 12/2020)	Présence des produits sur 275 magasins	Taux de présence des produits	Présence en promotion du produit	Taux de promotion du produit
Québec	76	27,6%	41	53,9%
<i>Fraîches du Québec</i>	7	2,5%	4	57,1%
États-Unis	235	85,5%	168	71,5%
Mexique	3	1,1%	2	66,7%

### Taux de présence des framboises observées en magasins selon la marque et la provenance



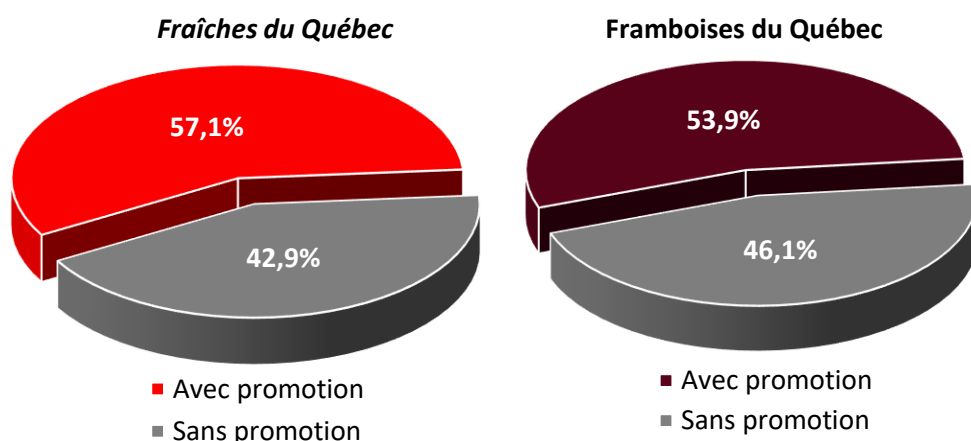
Les framboises du Québec ont été observées dans 27,6% des magasins visités, sous 9 marques différentes, dont la marque *Les Fraîches du Québec* qui a été observée dans 2,5% des magasins visités. Pour les autres provenances, on a observé un taux de présence des framboises des États-Unis d'environ 85,5% et du Mexique pour environ 1,1%.

### Part de marché des framboises en fonction de leur provenance



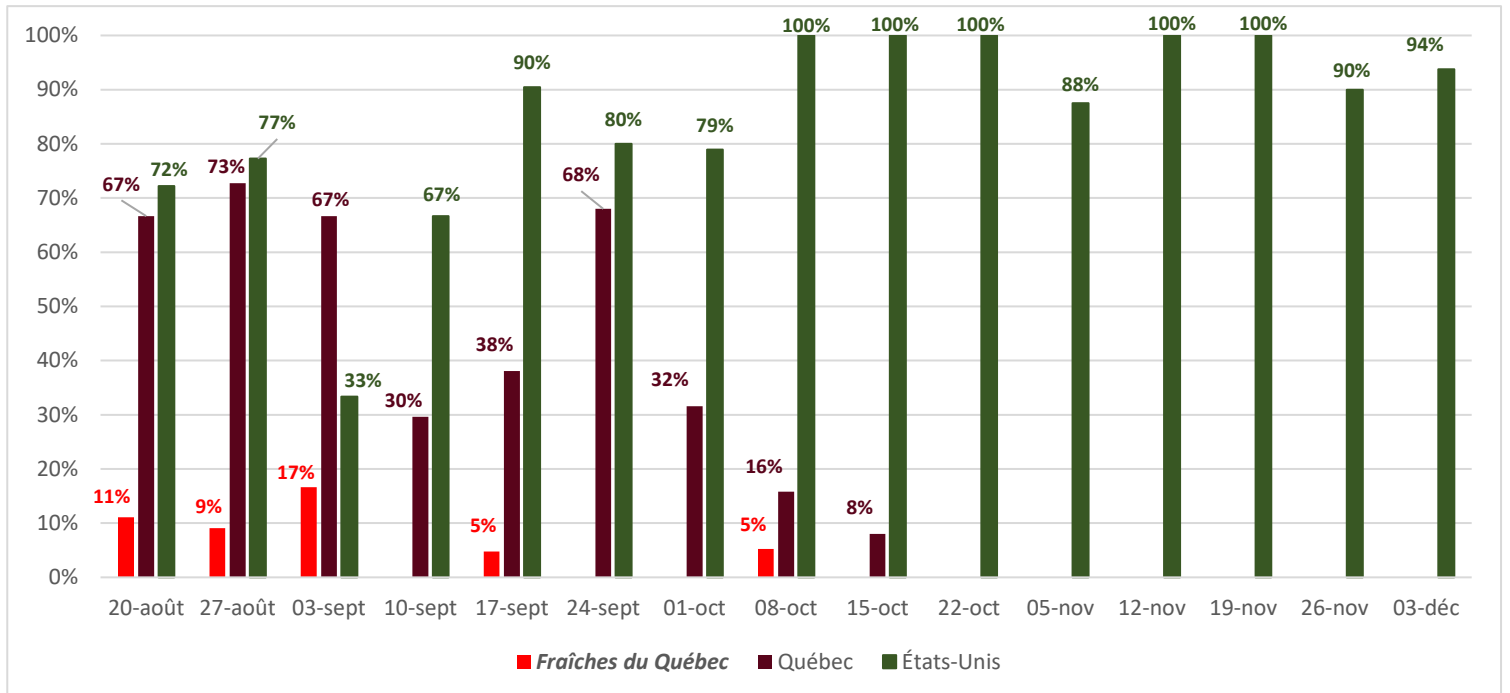
Sur l'ensemble des lots de framboises observés (337), environ 29% des framboises provenaient du Québec, dont 2% identifiées *Fraîches du Québec*, 70% des États-Unis et 1% du Mexique.

### Taux de promotion des framboises du Québec



Dans les 7 magasins où nous avons observé la présence des framboises *Fraîches du Québec*, environ 57,1% des lots étaient offerts en promotion. Concernant les framboises du Québec, le taux de promotion observé a été d'environ 53,9%. Donc, les framboises *Fraîches du Québec* se sont retrouvées plus souvent en promotion que l'ensemble des autres marques de framboises du Québec.

## Taux de présence hebdomadaire des framboises selon leur provenance

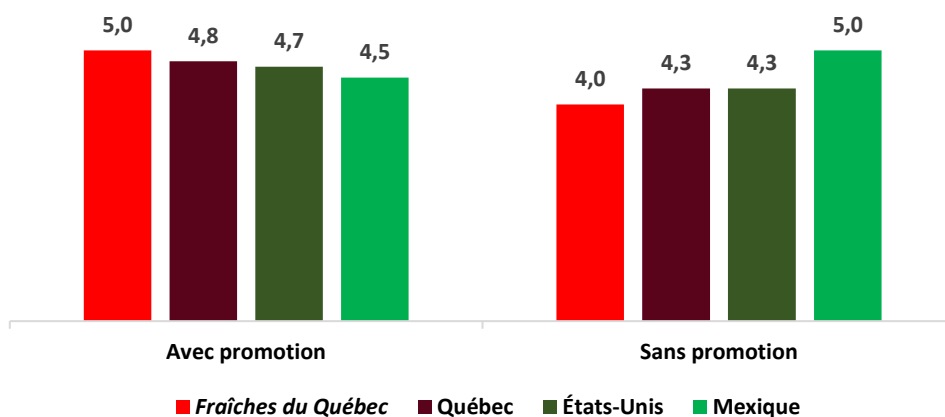


Les framboises du Québec ont été observées du début de la tournée jusqu'à la semaine du 15 octobre 2020 avec une présence allant de 8% à 73% tandis que les framboises offertes sous la marque *Fraîches du Québec* ont été observées durant 5 semaines avec une présence allant de 5% à 17%.

La présence en proportion des framboises du Québec a été la plus élevée durant la semaine du 27 août 2020 tandis que celui des framboises *Fraîches du Québec* l'a été durant la semaine du 3 septembre 2020.

Les framboises des États-Unis prennent une part croissante au fur et à mesure que l'offre des framboises québécoises diminue en fin de saison. Le taux de présence des framboises des États-Unis se trouve rarement en dessous de 67% à l'exception de la semaine du 3 septembre 2020.

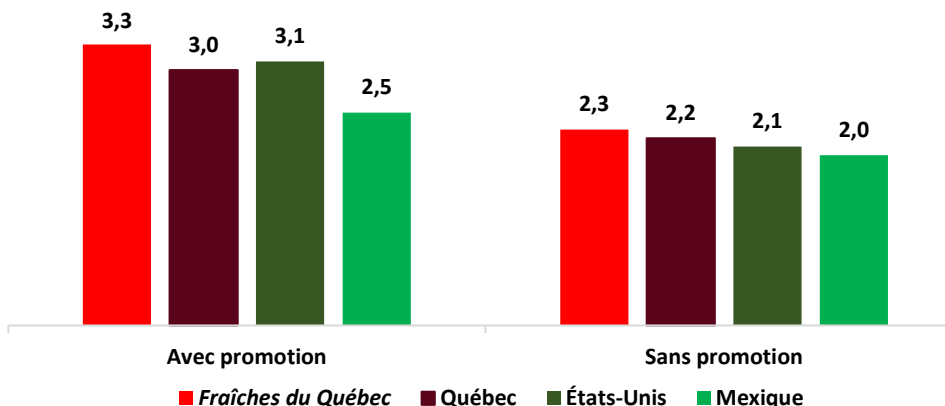
## Évaluation moyenne de la qualité des lots de framboises observés en magasins



Lorsqu'elles se trouvent en promotion, la qualité des framboises de marque *Fraîches du Québec* et des framboises du Québec en magasins ont été supérieures en général à celle des framboises des États-Unis.

Sans promotion, la qualité des framboises de marque *Fraîches du Québec* a été inférieure en général à celles des framboises des États-Unis.

## Évaluation moyenne du positionnement des lots de framboises observés en magasins



De manière générale, les framboises en promotion se positionnent mieux que celles sans promotion.

Le positionnement des framboises de marque *Fraîches du Québec* mises en marché était meilleur en moyenne que celui des framboises des États-Unis et du Mexique, autant avec promotion que sans promotion.

## Observations particulières

Les framboises de marque *Fraîches du Québec* observées en magasins durant la tournée 2020 ont obtenu un meilleur taux de promotion (57,2%) que celui de la moyenne des marques de framboises du Québec mais un taux inférieur à celui des framboises des États-Unis (71,5%).

La fraîcheur et l'apparence des framboises sont les principaux critères de qualité retenus pour l'évaluation de la qualité. En promotion, les framboises du Québec ont obtenu une meilleure note d'évaluation en moyenne que celles des autres provenances en raison de sa fraîcheur optimale. Cependant, sans promotion, les framboises du Québec ont obtenu une évaluation plus faible en moyenne que celles des autres provenances en raison de signes apparents de mûrissement. La durée de vie des variétés de framboises offertes en magasins et le taux de roulement ont été des facteurs pouvant influencer le niveau de la fraîcheur des lots offerts.

## Notes méthodologiques - Visites des détaillants 2020

Un total de 275 magasins ont été visités dans la cadre de la tournée de 2020. 25 visites qui n'ont pas pu être réalisées en 2019 ont été reportées et ajoutées aux 250 visites initialement prévues en 2020. Les visites se sont tenues du 19 août 2020 au 9 décembre 2020.

### Sélection des magasins

L'échantillon des magasins visités lors de la tournée de 2020 a été sélectionné de manière à ce qu'il soit représentatif de la variété et de la répartition des détaillants en alimentation au Québec. La représentation a été établie selon 3 critères : la bannière, la catégorie de magasins et le poids démographique de la région.

Au total, la proportion de magasins sélectionnés par catégorie est la suivante:

- **66 % magasins de grande superficie** (Metro, IGA, Provigo);
- **20 % magasins d'escompte** (Super C, Maxi);
- **6 % fruiteries** (Groupe Épicia (Jardins Val-Mont, Marché Le Végétarien, Le Jardin Mobile, Corneau Cantin), Citron que c'est bon, Fruiterie 440, Les Arpents Verts, Pomme Salade, autres fruiteries indépendantes);
- **6 % magasins de moyenne superficie** (Marché Richelieu, Marché Tradition, Marché Bonichoix, Intermarché);
- **2 % magasins de spécialité** (Avril Supermarché Santé, Épicerie Fine 5 Saisons, Marché Adonis, Rachele Béry,

Région	Nombre de magasins visités	Métro	IGA	Provigo	Super C	Maxi	Marché Richelieu	Intermarché	Marché Bonichoix	Marché Tradition	Marché de spécialité	Fruiterie
Mtl	61	17	17	9	6	6	0	1	0	0	1	4
Mgie	47	13	13	5	5	5	1	0	0	0	2	3
Cap.-N.	24	6	7	2	2	2	1	1	1	0	1	1
Laur.	28	7	8	2	3	3	0	0	2	0	1	2
Lan.	20	4	6	2	2	3	0	0	1	1	0	1
Laval	10	3	4	0	0	0	0	0	0	0	1	2
Ch.-App.	13	2	4	2	1	1	1	1	0	1	0	0
Out.	12	4	4	1	1	1	0	0	0	0	0	1
Estrie	11	2	3	2	1	1	0	0	0	0	0	2
S.-L.-St-J.	8	2	2	1	0	1	0	0	0	1	0	1
Maur.	8	3	2	0	1	2	0	0	0	0	0	0
C.-Qc	7	2	3	0	1	1	0	0	0	0	0	0
B.-St-L.	6	1	2	0	0	0	1	1	1	0	0	0
Ab.-T.	10	0	4	1	1	2	0	1	1	0	0	0
C.-N.	3	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0
G.-Î.-M.	4	1	2	0	0	0	1	0	0	0	0	0
N.-Qc	3	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0
<b>Total</b>	<b>275</b>	<b>67</b>	<b>82</b>	<b>28</b>	<b>24</b>	<b>29</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>6</b>	<b>4</b>	<b>6</b>	<b>17</b>

### Recensement des marques

Pour chaque magasin visité, l'enquêteur a effectué un recensement de toutes les marques québécoises présentes dans le rayon fruits et légumes du magasin ainsi que de tous les lots de produits provenant de l'extérieur du Québec. En 2020, le recensement a été effectué sur 32 produits différents. Pour chaque lot observé en magasin, nous avons noté s'il y avait une promotion (rabais ou étiquetage particulier).

### Évaluation du positionnement

Le positionnement a été évalué par l'enquêteur en fonction de la superficie d'étalage et de la visibilité de l'endroit utilisé pour chaque lot de produit recensé. Le positionnement du produit a été noté sur une échelle de 1 à 5, 1 étant le plus faible.

### Évaluation de la qualité

La qualité des fruits et légumes observés en magasin a été évaluée par l'enquêteur selon un ensemble de critères incluant la fraîcheur, la couleur, l'uniformité de la couleur, le calibre, la forme et la présence ou pas de défauts d'apparence. La qualité du produit a été notée sur une échelle de 1 à 5, 1 étant la pire. Les critères de qualité ont été adaptés pour chaque fruit ou légume évalué afin de tenir compte des critères et des caractéristiques recherchés les plus importants et/ou les plus apparents.

### Partenaires :

