

La fraise du Québec



Merci à tous nos commanditaires!



Rapport de la présence de la fraise du Québec et de la marque *Les Fraîches du Québec*

Réalisé le 30 janvier 2023

Présence et promotion de la fraise observée en magasins

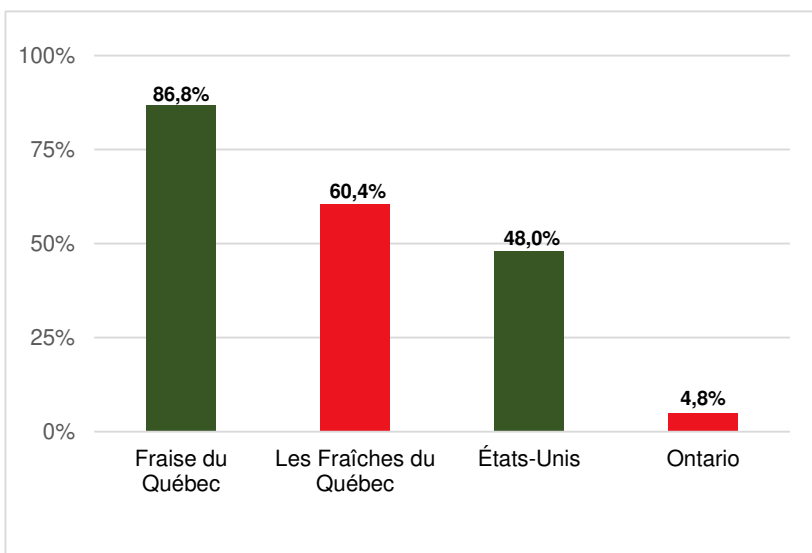
Fraise (6/2022 au 11/2022)	Présence des produits sur 250 magasins	Taux de présence des produits	Présence en promotion du produit	Taux de promotion du produit
Fraises du Québec	217	86,8%	186	86,6%*
Les Fraîches du Québec	151	60,4%	142	94,0%
États-Unis	120	48,0%	33	27,5%
Ontario	12	4,8%	2	16,7%

Note: * Le taux de promotion de la fraise du Québec a été basé sur le nombre de lots observés (303 en promotion sur 350 au total)

Taux de présence de la fraise observée en magasins selon la marque et la provenance

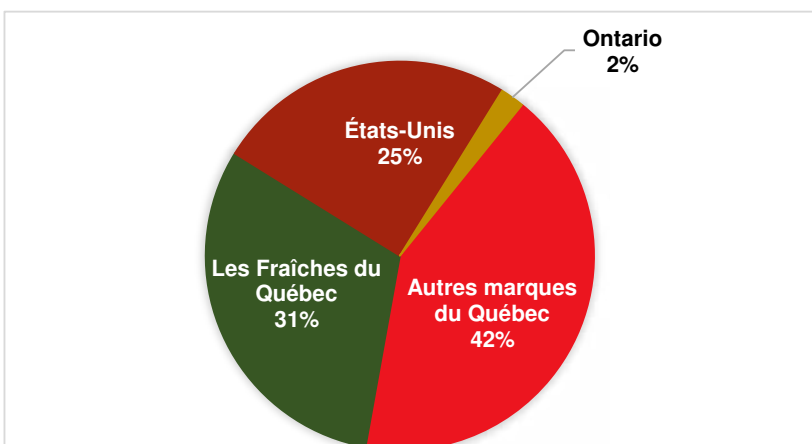
Les fraises du Québec ont été observées dans 86,8% des magasins visités, sous 20 marques différentes, dont la marque *Les Fraîches du Québec* qui a été observée dans 60,4% des magasins visités.

Pour les autres provenances, on a observé un taux de présence de fraises des États-Unis d'environ 48,0% et d'environ 4,8 % pour les fraises de serre de l'Ontario.



Part de marché de la fraise en fonction de sa provenance

Sur l'ensemble des lots de fraises observés (482), soit la situation du marché de la fraise au Québec sur la période étudiée, environ 73% des fraises provenaient du Québec, dont 31% identifiées *Les Fraîches du Québec*, 25% des États-Unis et 2% de l'Ontario.

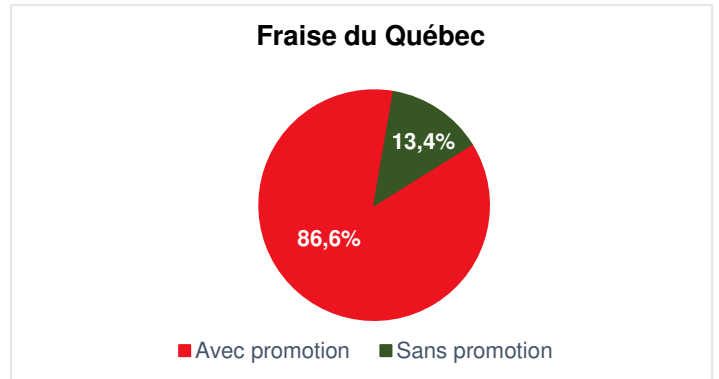
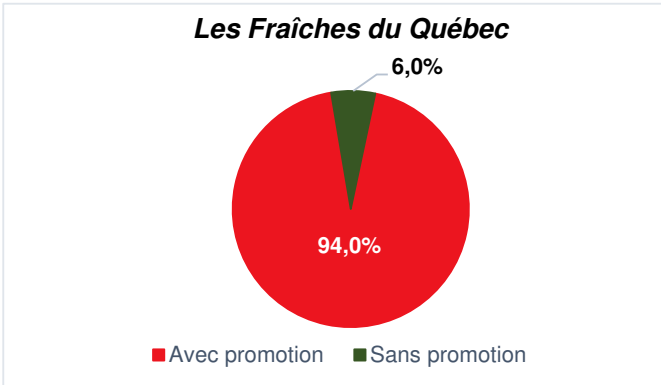


La fraise du Québec

Taux de promotion de la fraise du Québec

Dans les 151 magasins où nous avons observé la présence de la marque *Les Fraîches du Québec*, environ 94,0% des lots étaient offerts en promotion tandis qu'environ 6,0% des lots ont été offerts sans promotion.

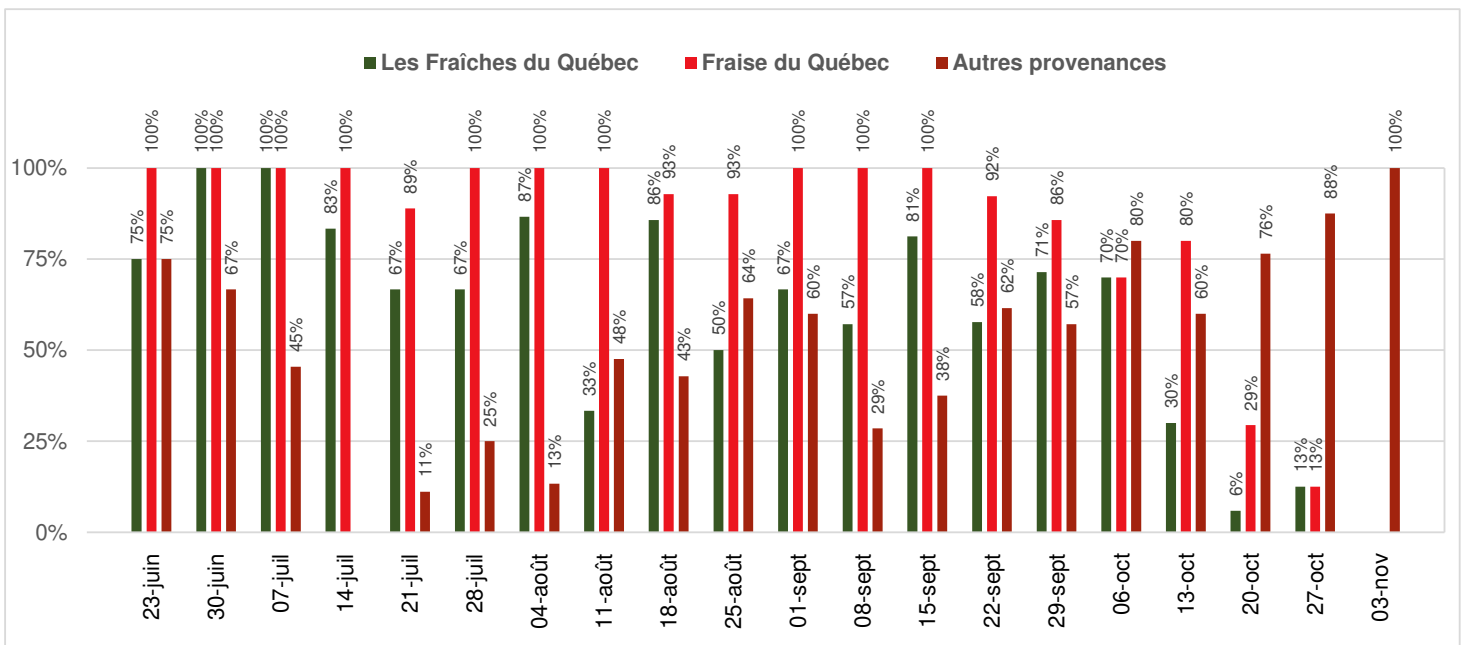
Concernant les fraises du Québec, le taux de promotion observé a été d'environ 86,6%.



Taux de présence hebdomadaire de la fraise selon sa provenance

Les fraises du Québec ont été observées du début de la tournée jusqu'à la semaine du 27 octobre 2022 avec une présence allant de 13% à 100% pour les fraises du Québec et de 6% à 100% pour *Les Fraîches du Québec*.

Les fraises des États-unis prennent une part croissante au fur et à mesure que l'offre des fraises québécoises diminue en fin de saison.



Évaluation moyenne de la qualité des lots de fraises observés en magasins

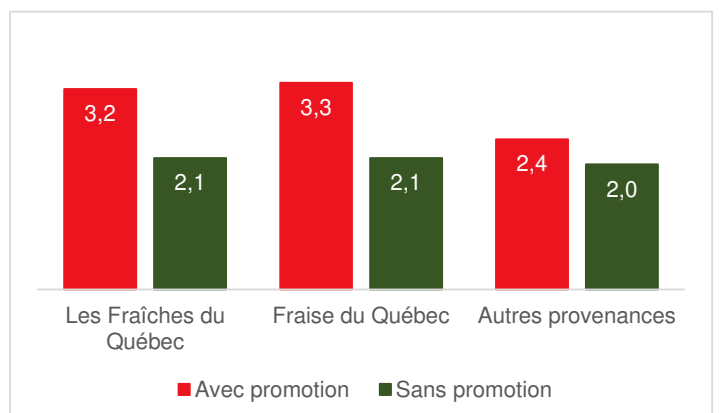
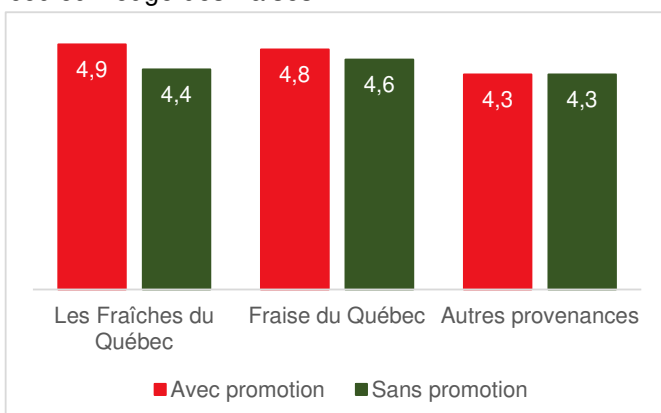
Les évaluations moyennes de la qualité de la marque *Les Fraîches du Québec* et des fraises du Québec en magasins ont été supérieures en général à celles des fraises des États-Unis, qu'elles se trouvent en promotion ou non.

Les critères de qualité qui présentaient la plus grande variabilité étaient la fraîcheur et l'uniformité de la couleur rouge des fraises.

Évaluation moyenne du positionnement des lots de fraises observés en magasins

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

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



Notes méthodologiques

Sélection des magasins

L'échantillon des magasins visités lors de la tournée de 2022 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 4 critères : la bannière, la catégorie de magasins, le poids démographique des régions et l'objectif de visiter tous les magasins de grande superficie et d'escompte au Québec par un système de rotation.

Visites des détaillants (2022)

Un total de 250 magasins ont été visités dans le cadre de la tournée de 2022. Les visites se sont tenues du 23 juin au 6 novembre 2022.

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

57,6% magasins de grande superficie

Metro, IGA, Provigo

25,2% magasins d'escompte

Super C, Maxi

7,2% 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

8,4% magasins de moyenne superficie

Marché Richelieu, Marché Tradition, Marché Bonichoix, Intermarché

1,6% magasins de spécialité

Avril Supermarché Santé, Épicerie Fine 5 Saisons, Marché Adonis, Rachele Béry, Mourelatos

Région	Magasins visités	Métro	IGA	Provigo	Super C	Maxi	Marché Richelie	Inter marché	Marché Bonichoix	Marché Tradition	Spécialité	Fruiterie
Montréal	43	9	10	3	5	4	0	2	0	1	1	8
Montérégie	45	8	13	4	6	6	1	0	0	2	2	3
Cap.-nat.	26	7	7	2	2	3	1	1	0	1	1	1
Laurentides	17	3	7	0	3	2	0	0	0	1	0	1
Lanaudière	17	4	6	1	2	2	0	0	0	0	0	1
Laval	9	0	3	0	3	2	0	0	0	0	0	1
Chaud.-App.	16	3	5	1	2	2	1	0	0	2	0	0
Outaouais	12	4	3	1	1	2	0	1	0	0	0	0
Estrie	14	3	5	2	1	1	0	0	0	1	0	1
Sag.-L.-St-J.	13	2	4	1	1	2	2	0	1	0	0	0
Mauricie	10	2	3	0	2	2	0	0	0	0	0	1
Centre-Qc	6	1	2	0	1	1	0	0	0	1	0	0
B.-St-Laur.	8	2	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0
Abi.-Témis.	7	0	4	2	1	0	0	0	0	0	0	0
Côte-Nord	7	0	2	2	1	1	0	0	0	0	0	1
Gasp.-Î-M	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Nord-Qc	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Total	250	48	76	20	32	31	6	4	1	10	4	18

Recensement des marques

Pour chaque magasin visité, l'enquêteur a effectué un recensement de toutes les marques québécoises présentes dans le rayon des fruits et légumes du magasin ainsi que de tous les lots de produits provenant de l'extérieur du Québec. En 2022, le recensement a été effectué sur 37 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.

Nos partenaires

