

La framboise du Québec



Merci à tous nos commanditaires!



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

Réalisé le 30 janvier 2023

Présence et promotion de la framboise observée en magasins

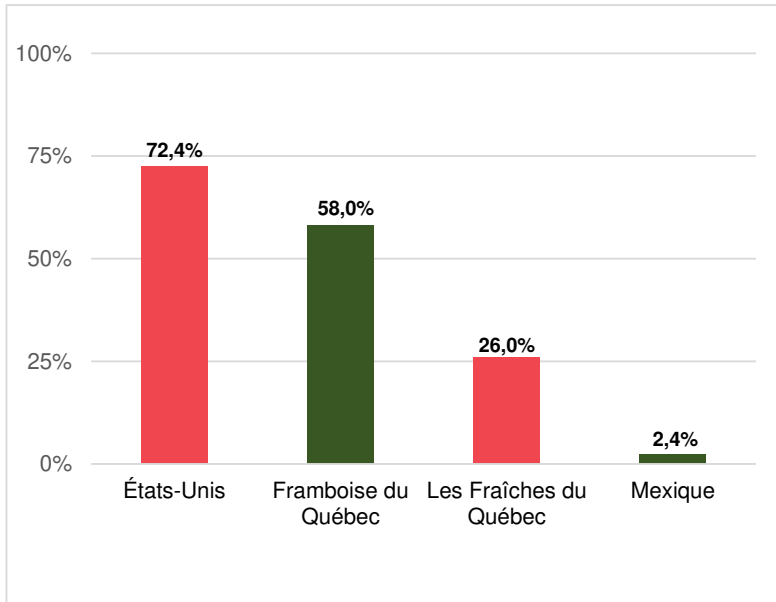
Framboise (6/2022 au 11/2022)	Présence des produits sur 250 magasins	Taux de présence des produits	Présence en promotion du produit	Taux de promotion du produit
Framboise du Québec	145	58,0%	86	57,8%*
Les Fraîches du Québec	65	26,0%	36	55,4%
États-Unis	181	72,4%	138	76,2%
Mexique	6	2,4%	6	100,0%

Note: * Le taux de promotion de la framboise du Québec a été basé sur le nombre de lots observés (133 en promotion sur 230 au total)

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

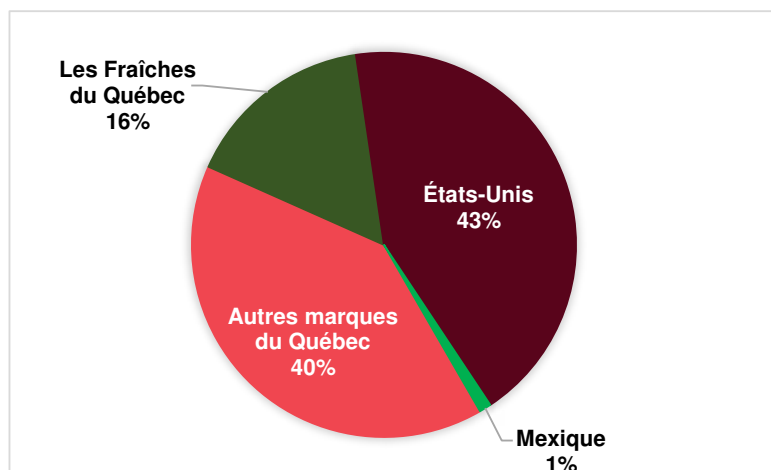
Les framboises du Québec ont été observées dans 58,0% des magasins visités, sous 12 marques différentes, dont la marque *Les Fraîches du Québec* qui a été observée dans 26,0% des magasins visités.

Pour les autres provenances, on a observé un taux de présence des framboises des États-Unis d'environ 72,4% et du Mexique pour environ 2,4%.



Part de marché de la framboise en fonction de sa provenance

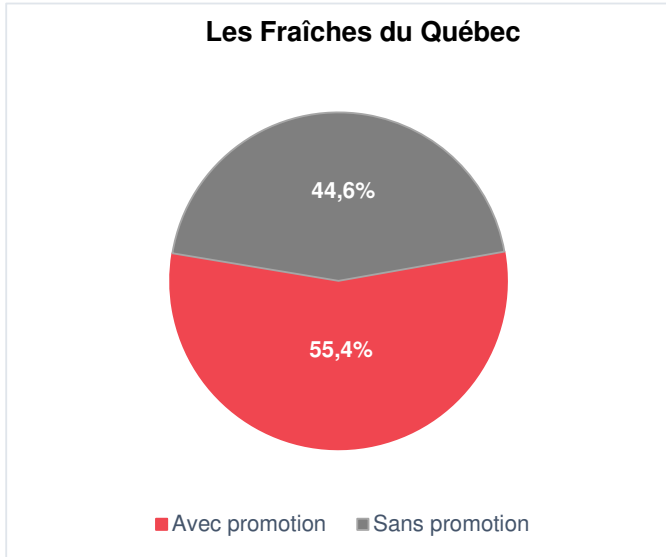
Sur l'ensemble des lots de framboises observés (417), environ 56% des framboises provenaient du Québec, dont 16% identifiées *Les Fraîches du Québec*, 43% des États-Unis et 1% du Mexique.



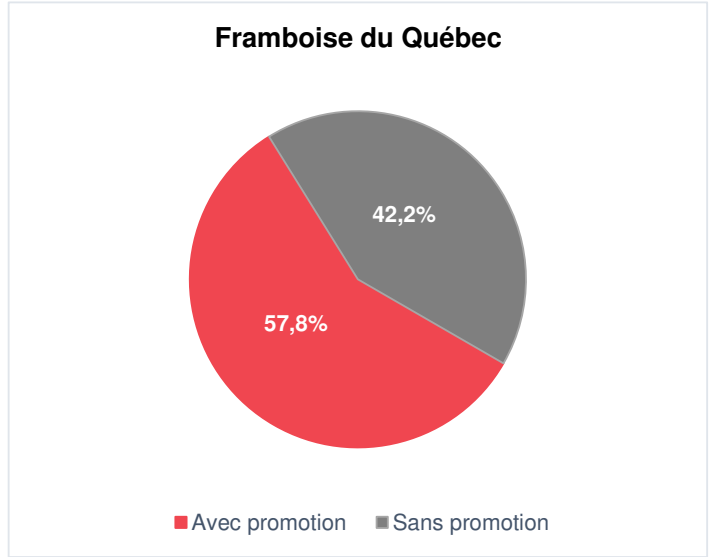
La framboise du Québec

Taux de promotion de la framboise du Québec

Dans les 65 magasins où nous avons observé la présence des framboises *Les Fraîches du Québec*, environ 55,4% des lots étaient offerts en promotion.



Concernant les framboises du Québec, le taux de promotion observé a été d'environ 57,8%.

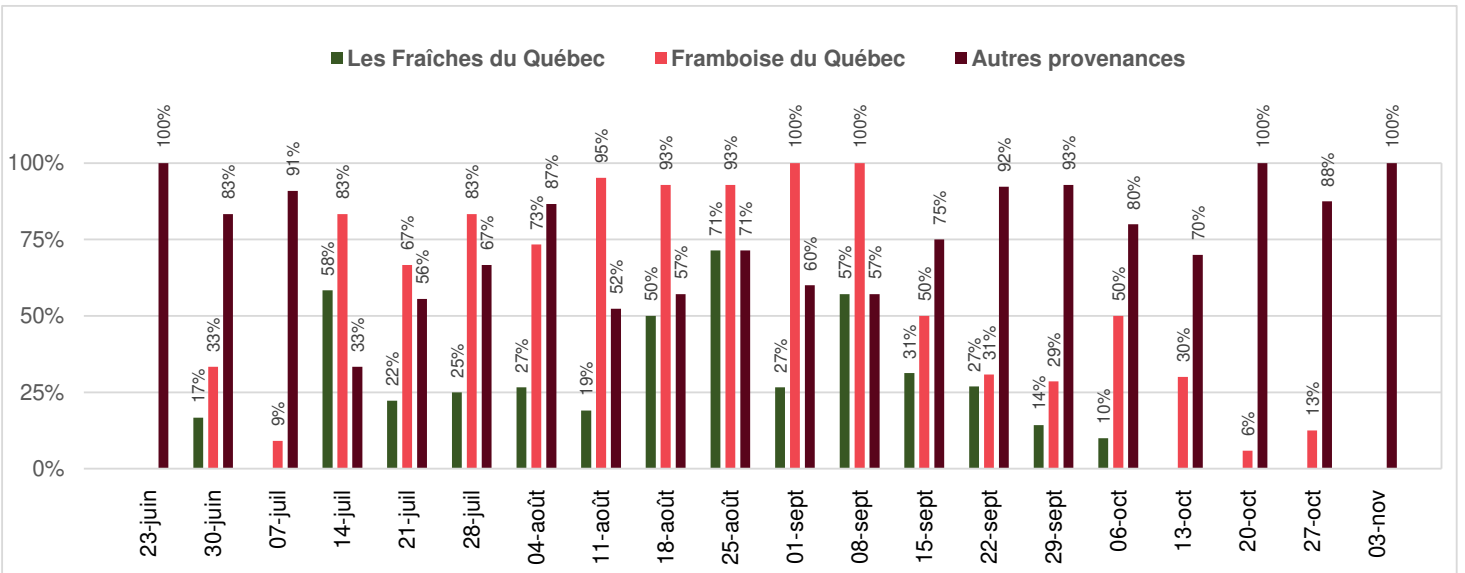


Taux de présence hebdomadaire de la framboise selon sa provenance

Les framboises du Québec ont été observées de la semaine du 30 juin 2022 jusqu'à la semaine du 27 octobre 2022 avec une présence allant de 6% à 100% tandis que les framboises offertes sous la marque *Les Fraîches du Québec* ont été observées jusqu'à la semaine du 6 octobre 2022 avec une présence allant de 10% à 71%.

Les framboises des États-Unis ont été observées durant l'ensemble de la tournée, avec un taux de présence hebdomadaire variant de 33% à 100%.

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.

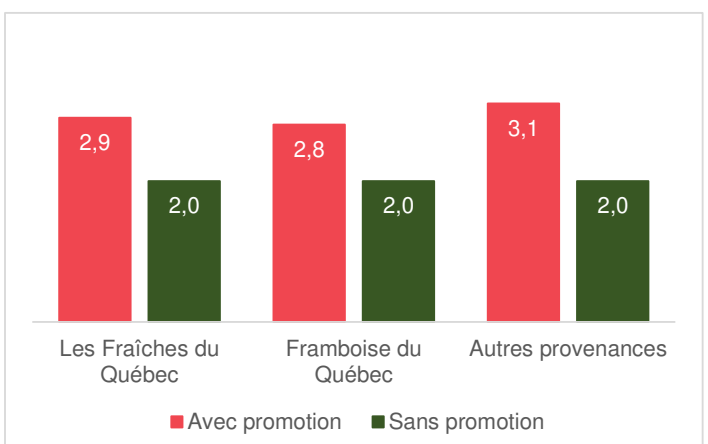
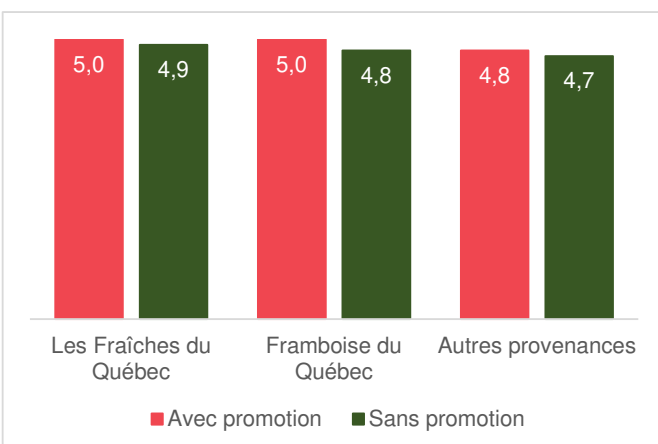


Évaluation moyenne de la qualité des lots de framboises observés en magasins

Qu'elles se trouvent en promotion ou non, la qualité des framboises de marque *Les Fraîches du Québec* et des framboises du Québec en magasins a été supérieure en général à celle des framboises des autres provenances.

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 des États-Unis a été meilleur en moyenne en situation de 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.

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

Visites des détaillants

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.

Région	Magasins visités	Méto	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

