

D'avantage de lien avec le consommateur



Stand épuré pour Idyl, ce qui n'a pas empêché l'entreprise de recevoir beaucoup de monde pour parler de ses nouveautés 2016. L'entreprise lance notamment des paniers de fruits ou de légumes bio à thème, en corbeilles filmées de 2 ou 3 kg sous sa marque bio Tribu Ecolo. Quelques exemples de références: salade de fruits, fruits pour les tartes, légumes pour le couscous... « *Nous ne sommes pas producteurs pour ces paniers et nous privilégions d'abord les origines Provence et France* », précise Brigitte Sénéchal, directrice marketing. Les packagings ont été revus et contiennent tous un QR code différent qui amène sur des pages dédiées à chaque produit où il trouvera des recettes mises en scène à la « *manière d'un magazine féminin* » selon Brigitte Sénéchal. Idyl entend aussi créer du lien avec ses consommateurs.

Galilée Export affine son profil international



Changement de place pour le pavillon national israélien qui se trouvait cette année dans le City Cube Berlin. Un peu inquiets au début côté fréquentation, les exposants ont finalement été satisfaits. Galilée Export en a profité pour renforcer son profil de sourceur international en plus de sa propre production (on aura vu sur le stand, Robinson Fresh gros opérateur américain en patate douce). Ely Keslassy, directeur France, reconnaît: « *Nos cellules de mûrissement de Cavaillon tournent à fond, avec notre propre avocat Haas et depuis novembre, nous travaillons aussi celui du Mexique à la hauteur de deux à quatre conteneurs par semaine.* » A cela s'ajoute la grenade du Pérou. « *Israël est un gros producteur de ce fruit, précise Ely Keslassy, avec cette origine nous pouvons la proposer 12 mois sur 12.* »



Demain la terre a fait le plein à Berlin

Demain la terre a accueilli plus de monde qu'en 2015, surtout le premier jour, une surprise. Les clients anglais et du Proche ou Moyen-Orient ont été très présents. Les trois jours ont permis au groupement de capter les évolutions des marchés. Ainsi, l'adhérent Val de Sérigny a remarqué que l'acheteur étranger s'intéresse de plus en plus à la variété de melons Charentais, alors qu'auparavant, c'était plutôt « *hormis le Cantaloup, point de salut* ». L'association est en



train de peaufiner son nouveau plan de communication: « *il s'agit de renforcer le lien avec les parties prenantes, explique Marc de Nale, directeur, afin de lui délivrer un message clair et essentiel: à côté du bio, à côté du conventionnel, il existe une troisième voie, celle de Demain la terre.* »

Ifco habille ses caisses avec du bois et du rotin

Le leader de la caisse plastique réutilisable a présenté des produits visant à répondre aux demandes merchandising de ses clients distributeurs. Ifco désire ainsi proposer des caisses plastique pouvant être "customisées" et offrant une présentation qui peut être changée à tout moment (promotions, pics saisonniers). Parmi ces nouveautés, on aura remarqué la gamme "Fresh Frames" (suremballages en bois ou en rotin venant habiller la caisse plastique en présentation sur le rayon ou à terre), ou "Promo Plates" (fines plaques de plastiques imitant le bois ou l'aspect panier, se clipant sur les surfaces de la caisse). Quant aux "X-wing dividers", ils permettent de diviser la caisse en deux ou quatre pour des offres multiples de produits.

