



Fruit logistica au cœur des tendances

Mondialement reconnu, le salon international des fruits et légumes, Fruit Logistica, a de nouveau bousculé l'univers du frais.



En l'espace de quelques années, le salon berlinois est devenu le rendez-vous incontournable des professionnels des fruits et légumes.

En février plus de 50 000 décideurs de 125 pays s'y sont retrouvés (contre 43 000 originaires de 120 pays en 2007), soit une hausse de 16% par rapport à l'année précédente.

L'occasion d'échanger, de tisser des partenariats, et surtout de découvrir les innovations qui seront demain incontournables dans nos rayons. Une offre complète de toute la filière était représentée. De la production en passant par l'emballage, le transport et le stockage jusqu'à la mise en rayon dans les points de vente. C'est dire l'importance de l'événement.

Des fruits épluchés et coupés

La nouveauté cette année, était l'intégration au sein du salon d'une manifestation "Freshconnex", un espace totalement dédié à la 4^e gamme et au prêt à consommer. La commercialisation des fruits et légumes frais prend ici un tout nouveau visage.

Finis les étals de produits bruts du cours des Halles traditionnel. Cœurs d'ananas prêts à consommer, oranges déjà épluchées, associations gourmandes de fruits frais et de chocolat, de légumes et d'épices, le tout soigneusement emballé et



prêt à cuisiner. Les fruits entiers se vendent mûrs à points et des outils de découpe adaptés viennent parfois les compléter dans l'emballage. Tout est pensé pour faciliter la préparation culinaire, susciter l'envie, le coup de cœur du consommateur.

Parmi les exposants, des intervenants français mais surtout des hollandais très innovants dans ce secteur, des britanniques, allemands, polonais et italiens. Étaient également représentées, des sociétés de services dans les ingrédients, la technologie et les emballages. Ces derniers innovent d'ailleurs de plus en plus, alliant praticité et design pour mettre en valeur le produit. Cet engouement ne sera certainement pas ignoré par la grande distribution qui devrait développer fortement son rayon de 4^e gamme et produits préparés. Le commerce spécialisé ne peut rester passif et doit dès maintenant repenser son offre pour répondre clairement à la demande des consommateurs.

Prochain rendez-vous, du 4 au 6 février 2009.

Le prix de l'innovation pour la tomate néerlandaise "Intense"



Le vainqueur de l'innovation Fruit Logistica Awards en 2008 est la tomate à farcir "Intense" de l'entreprise de Nunhems Netherlands BV. "Intense" se caractérise par une chair particulièrement dense qui ne perd pas de jus à la coupe.

Fruit logistica en quelques chiffres

2 000 exposants venus de 70 nations différentes
Surface totale : 81 000 m²
2 400 m² dédiés à la 4^e gamme

- 1 - Emballage de tomates
- 2 - Fruits préparés
- 3 - Fruits murs à point
- 4 - Tomates mozarella
- 5 - Mangue vendue avec outil de découpe
- 6 - Boîtes de fruits frais pour enfants
- 7 - Tomates "intense"