

Ce n'est pas parce que les beaux jours approchent et que le célèbre test du maillot de bain pointe son nez que tous, les femmes principalement, mais de plus en plus d'hommes également, consomment de plus en plus de fruits et légumes.



Salades, légumes, fruits... besoin de fraîcheur !

La raison relève d'une tendance de fond bien plus profonde qui n'aura échappée à personne : le bien manger. En effet, depuis le lancement en janvier 2001 du Programme national nutrition santé (PNNS) visant à améliorer l'état de santé de l'ensemble de la population en agissant sur la nutrition, la prise de conscience de l'importance de l'équilibre alimentaire est devenue générale. Qui a pu échapper au fameux message « manger 5 fruits et légumes par jour » ? L'attente de produits sains, de fruits et légumes en restauration rapide et en vente à emporter pour combler toutes les envies et tous les creux est donc là. S'il est vrai, notamment auprès des ados, que la demande est formulée « bien sûr qu'on aimerait trouver plus de fruits et légumes », le passage à l'acte, lui, s'avère plus rare. Toutefois, l'éducation alimentaire se fait petit à petit et commence à s'imprégner dans les esprits.

Les femmes, toujours soucieuses de leur ligne et de leur bien-être ont assimilé plus rapidement ces habitudes de consommation, mais les hommes, plus réfractaires à la verdure commencent, eux aussi, à prendre conscience de l'importance de l'impact de l'alimentation sur la santé et à s'orienter vers des fruits en dessert ou de la salade en accompagnement.

Une offre florissante

Il n'y a pas si longtemps encore l'offre en matière de fruits et légumes en restauration rapide était pauvre. Pas seulement en termes de quantité, mais aussi de variété. En effet, sorti du quatuor laitue, carotte, tomate, concombre pour les légumes et de la sempiternelle salade de fruits qui avait le même goût partout, il n'y avait pas grand-chose. La lassitude et le manque d'envie du consommateur pouvait se comprendre. Aujourd'hui, tant les fournisseurs que les restaurateurs ont bien compris que le client avait besoin de diversité, mais aussi de gourmandise pour aller vers le fruit ou le légume. Ainsi, un certain nombre d'enseignes, tant sur le créneau du manger sain que du bar à salade, propose une grande variété

dans les fruits et légumes et n'hésite pas à faire appel à des variétés rares ou à jouer les associations surprenantes pour apporter créativité et envie. Ainsi, la salade se fait multiple avec des propositions de mâche, de roquette, de pousses d'épinards... les crudités sont variées avec du chou, des champignons, du céleri, du céleri-rave, des tomates cerises et les légumes entrent dans la composition des salades composées : haricots verts, brocolis, courgettes grillées, aubergines grillées, artichauts. Enfin, le fruit, frais ou sec, s'invite dans la salade composée (noisette, pamplemousse, raisin...). Les salades deviennent donc plus créatives, plus variées et donnent envie au consommateur de se faire plaisir en se faisant du bien... et l'incite donc à manger davantage de légumes. Il en est de même pour le fruit qui prend aussi bien la forme d'un fruit entier, que d'une ou plusieurs propositions de salade de fruits, mais aussi de compote. Et certaines enseignes, à l'instar de Lina's rendent le fruit plus facile à consommer comme sa proposition de grenade toute épluchée. En effet, certains clients ne consomment pas de fruit parce qu'ils ne sont pas pratiques à consommer de manière nomade en raison de leur

épluchage. Il en est ainsi de la grenade où il faut extraire tous les petits grains sans croquer dans la pulpe blanche et amère. Un véritable exercice de style lorsque l'on n'accorde que 30 minutes pour le déjeuner... et sur un coin de bureau ou de banc ! Aussi, l'enseigne propose-t-elle des petits pots remplis de graines de grenade à savourer à la cuillère, proprement et simplement. Cette problématique de l'épluchage explique d'ailleurs le succès des fruits prédécoupés en sachet-portion, à l'instar de ceux de chez Id'Fruits que l'on trouve désormais dans les principales enseignes de la restauration rapide.

Du fruit jusqu'à plus soif

La forme la plus plébiscitée, notamment auprès des jeunes qui misent davantage sur le burger que sur la salade, est le jus. Qu'il soit cocktail de fruits ou de fruits et légumes, smoothie ou traditionnel jus de fruits frais, le fruit à boire est désormais un incontournable. D'ailleurs, le nombre d'établissements proposant des fruits pressés à la demande ne cesse de s'accroître. Grâce aux appareils, presse-agrumes, centrifugeuses... il n'y a rien de plus simple que de préparer des boissons à la minute et sur-mesure offrant ainsi au client tous les bénéfices du fruit et tout le plaisir du fait maison, sans oublier la garantie de l'ultra fraîcheur, plébiscitée par le consommateur.



Focus
Pt de Vente

Juju's : un bar à fruits mobile

Préparer à la demande, devant ses clients, smoothies et jus de fruits frais 100% naturels, sans autres ingrédients que des fruits et légumes sélectionnés avec soin, c'est ce que propose Juju's, un bar à jus mobile. Juju's prépare aussi bien des jus simples, fraîchement pressés ou bien des cocktails. L'enseigne propose également des smoothies (jus de fruits mixés avec une glace au yaourt probiotique allégé ou vanille) qui peuvent être personnalisés avec des boosters. Enfin, pour compléter l'offre, Juju's propose sandwiches, wraps, bagels, soupe ou gazpacho, sans oublier les fruits frais à croquer.

Cependant, la caractéristique principale de Juju's est d'être mobile. En effet, le bar à jus se trouve aménagé dans une camionnette afin d'aller à la rencontre du client. Actuellement, Juju's a deux unités pilotes mobiles qui se déplacent principalement sur la région lyonnaise ainsi qu'entre le Pays Basque et les Landes. En effet, le jus de fruits reste encore fortement un produit d'été qu'on apprécie de trouver aux abords des plages. En zone urbaine, le principe de la mobilité est d'aller là où les autres ne vont pas. Ainsi, Juju's se déplace sur des rassemblements festifs.

Un concept évolutif

Afin de répondre aux différents besoins, le concept de Juju's évolue cette année selon trois axes. Ainsi, un concept mobile grand format pour répondre aux lieux de fortes affluence va

voir le jour. Un concept plus petit, décliné autour d'un chariot, est également mis en place afin de pouvoir le proposer comme une offre complémentaire, un corner mobile hébergé dans un établissement. Enfin, le troisième chantier entrepris par Juju's est un contrat de franchise, soit à destination des entrepreneurs indépendants en quête d'une activité complémentaire saisonnière, soit afin de proposer l'offre à l'intérieur d'un camping ou d'un site de plein air haut de gamme.

