



Citron Caviar

**Fruits at Home lance sa saison française
et fête 10 ans de démocratisation**

Depuis sa création en 2016, la marque Fruits at Home (société Superfruiticals) s'est donné une mission audacieuse : rendre accessible à tous un fruit premium autrefois strictement réservé à la haute gastronomie. À l'occasion de son dixième anniversaire, le spécialiste du citron caviar annonce l'ouverture de sa saison de récolte française, soutenu par des références de distribution prestigieuses et des engagements écoresponsables forts.

70 tonnes distribuées : l'exceptionnel s'invite chez les particuliers et sur les grandes tables

En une décennie, ce sont plus de 70 tonnes de citron caviar qui ont été distribuées par Fruits at Home, soit l'équivalent de 25 millions d'assiettes sublimes. La marque s'est imposée grâce à l'une de ses grandes forces : la richesse de sa gamme aux couleurs variées (vert, rose, rouge...). Gage d'une qualité premium intransigeante, Fruits at Home garantit des fruits 100% *Microcitrus australasica* — la variété botanique originelle, sans aucun hybride — offrant ainsi une palette visuelle et gustative exceptionnelle tout en assurant un très haut niveau de fraîcheur. Ce volume illustre la réussite d'un pari : celui de la démocratisation.



Si le produit bénéficie de l'appui d'un **solide réseau composé de nombreux grossistes de renom** (à l'instar, par exemple, du **Groupe Charraire**, de la **Maison Colom** ou de **Butet**), c'est sa large disponibilité en Grande et Moyenne Surface (GMS) qui a transformé le marché. **Proposé tout au long de l'année via le groupe Prosol (enseignes Grand Frais, fresh...), le citron caviar s'invite également dans les rayons d'Auchan, d'Intermarché, ainsi que dans certains magasins Leclerc lors des fêtes de fin d'année.** Les particuliers peuvent désormais s'approprier ce produit d'exception pour apporter une touche festive à leur cuisine du quotidien. En parallèle, la marque continue de séduire la haute gastronomie, s'invitant dans les cuisines de **très nombreux chefs prestigieux**, à l'image de **Tomomi** (chef au George V) et **Denny Imbroisi** (pour le restaurant Ischia), ou auprès d'une **multitude de traiteurs d'excellence** tels que la **Maison Autret Paris**.

Le Var et la Corse : l'excellence du terroir français à l'honneur

Dès la fin du mois de juin, Fruits at Home ouvre le bal avec sa production varoise, mettant en lumière une variété historique : "Le corse". La saison se prolongera ensuite d'août à novembre grâce au terroir de l'Île de Beauté, avec la récolte de la prestigieuse variété « Émeraude Corse ». Cette saison française est l'occasion idéale de valoriser la force et la singularité des produits de nos terroirs, qui viennent enrichir l'offre de la marque.

Un sourcing mondial au respect strict des saisons

Si la période estivale célèbre les terroirs de l'Hexagone, l'expertise de Fruits at Home repose sur une maîtrise totale de la saisonnalité à l'échelle mondiale. Pour garantir aux particuliers et aux professionnels un produit d'une qualité constante tout au long de l'année, la marque sélectionne minutieusement ses origines en fonction des cycles naturels : l'Australie (terre natale du citron caviar), le Guatemala, l'Espagne et l'Italie.



Un engagement RSE au cœur du modèle de développement

Célébrer 10 ans de démocratisation, c'est aussi affirmer des valeurs humaines et environnementales fondatrices. Depuis le lancement de la distribution en 2016, Fruits at Home confie le conditionnement de ses produits à un ESAT, favorisant activement l'insertion professionnelle de travailleurs en situation de handicap dans la région de Lyon. Un partenariat solidaire que la marque ambitionne d'ailleurs de développer au maximum au cours des cinq prochaines années.

Parallèlement, la marque mène une **politique d'économie circulaire** concrète pour lutter contre le gaspillage alimentaire. Chaque année, environ 200 kg de citrons caviars « hors calibre » sont sauvés de la destruction pour être transformés en produits d'épicerie fine (marmelades, sirops, liqueur Wulu).



*Notre plus grande réussite en dix ans est d'avoir brisé les codes : le citron caviar n'est plus un secret de chef bien gardé, c'est devenu un plaisir accessible à tous. Atteindre **l'équivalent de 25 millions d'assiettes sublimes**, des enseignes de la grande distribution aux tables étoilées, est une immense fierté pour toutes nos équipes. Aujourd'hui, avec le lancement de cette nouvelle saison française, notre regard est résolument tourné vers l'avenir. Notre ambition pour les cinq prochaines années est d'accélérer notre transition en élargissant notre réseau de producteurs écoresponsables et de conquérir de nouveaux marchés européens, tout en restant fidèles à l'exigence de qualité qui fait notre réputation. »*

Romain PASCALE, Directeur Adjoint de Fruits at Home



FRUITS  HOME

spécialiste du citron caviar