



« Qualité des fruits d'été :  
la grande loterie »

Enquête auprès des consommateurs  
Eté 2011

Charles Pernin, chargé de mission agroalimentaire CLCV

## Pourquoi cette enquête ?

- « Pour votre santé, manger 5 fruits et légumes par jour. »



- Mais qu'en est-il du goût des produits et de la qualité ?



Aspect conjoncturel : printemps 2011 chaud et ensoleillé, annoncé comme prometteur pour la qualité des fruits de saison

## La méthode (1/2)

- du 20/06 au 20/07/11 : dégustations de quatre fruits d'été (abricots, pêches jaunes et blanches, melons)
- Panels de 10 à 20 consommateurs réunis pour déguster
- Questionnaire rempli pour chaque fruit
- Les dégustations ont eu lieu dans une quarantaine de villes
- Fruits testés : **majoritairement achetés en grandes surfaces** (car 60 à 70 % des achats de fruits et légumes des français se font en GMS)



## La méthode (2/2) – Le questionnaire

- Une dizaine de questions à choix multiple sur :

- l'appréciation globale (très bon, bon,...)

- la maturité

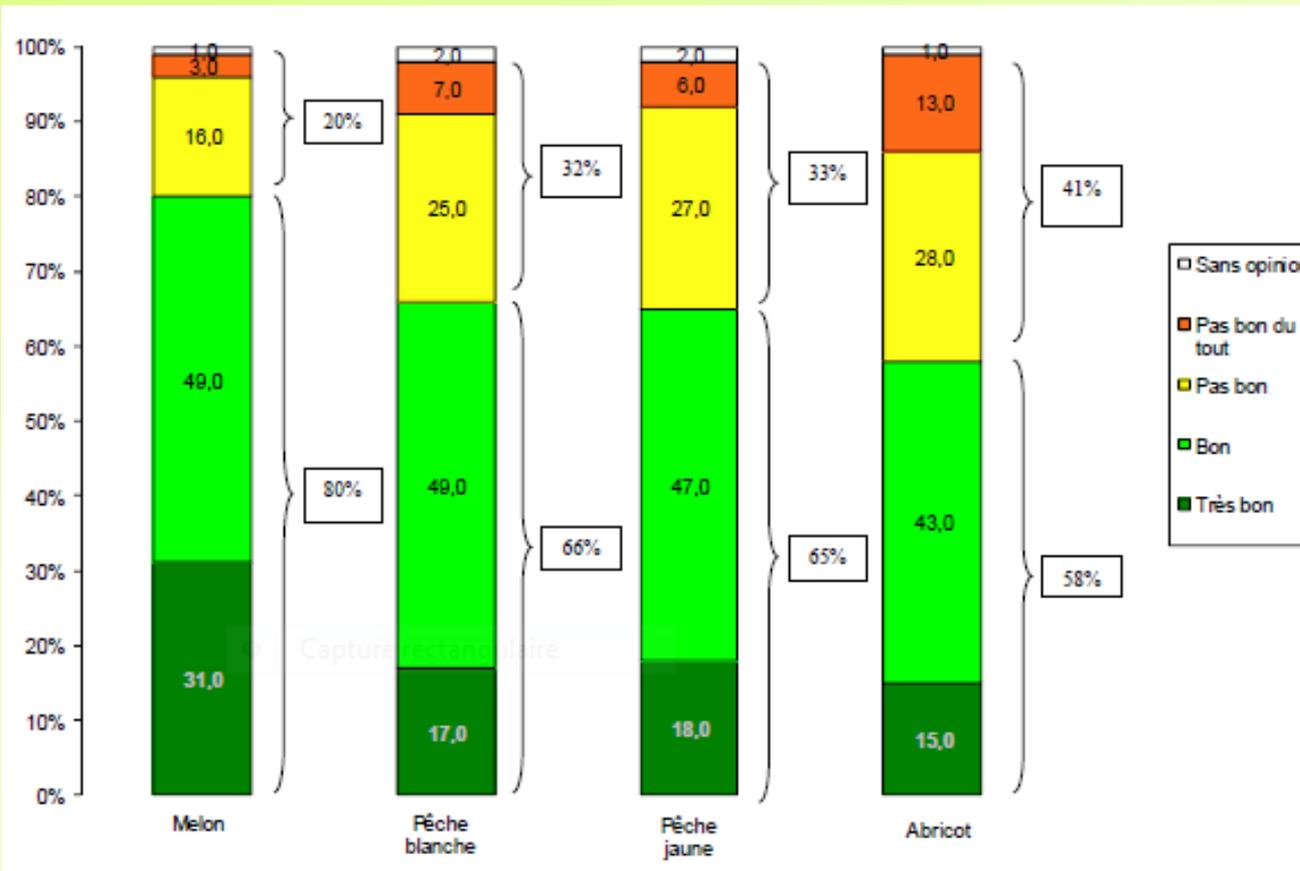
- la note sucrée

- le goût

- + Une note de 0 à 10 sur le fruit testé

- + Question transversale sur la perception globale de la qualité des fruits vendus en GMS

# Les résultats (1/8)



En 2009 :

	Melon	Abricot	Pêche blanche	Pêche jaune
% de satisfaction	79,5%	66%	64%	51,6%

## Les résultats (2/8)

- Les notes moyennes

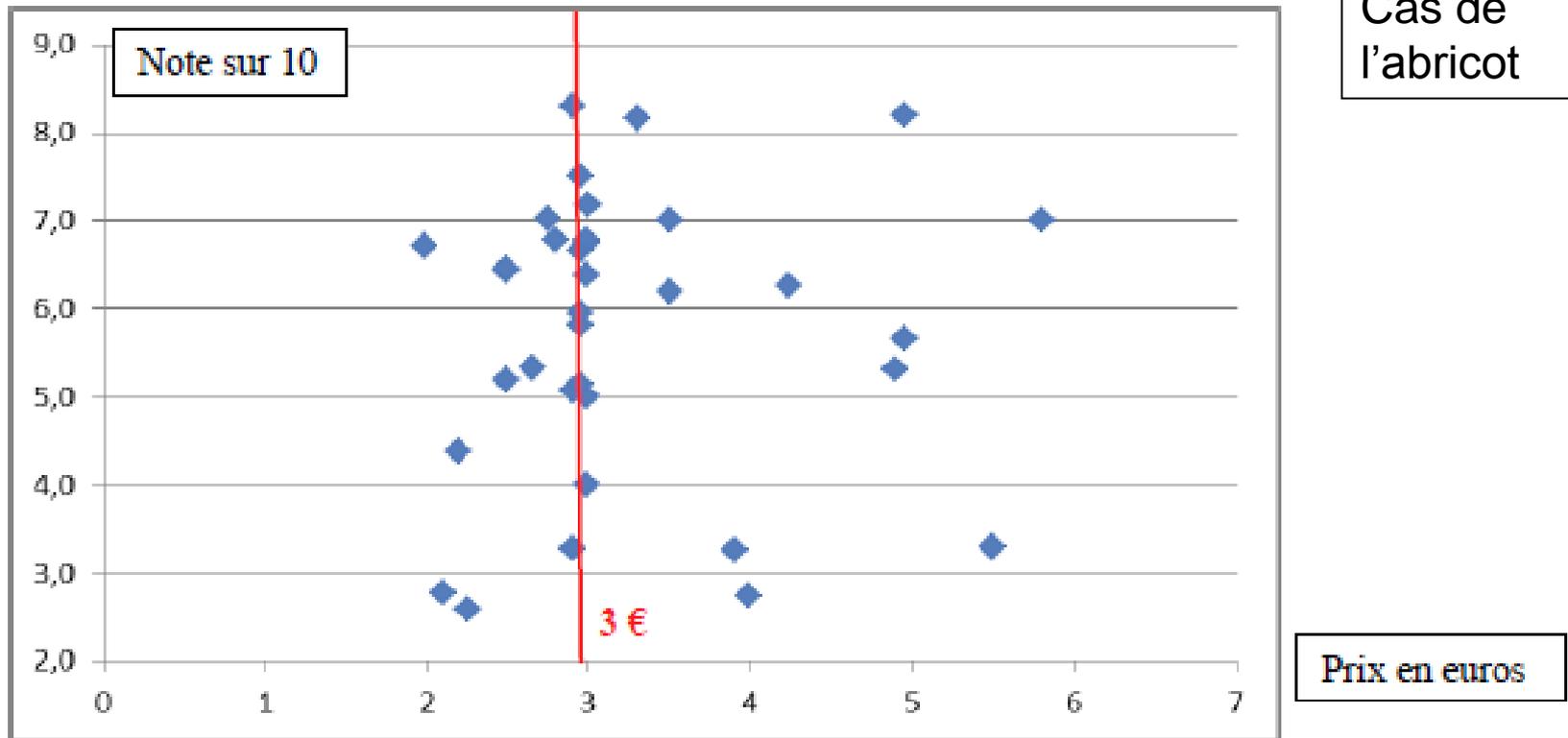
	Melon	Pêche blanche	Pêche jaune	Abricot
<b>Moyenne des notes 2011</b>	6,9	6,0	5,9	5,5
<b>Moyenne des notes 2010</b>	6.4	5,8	5,4	6,0

- Une forte variabilité

	<b>% de grandes surfaces où le fruit a obtenu une note inférieure à 5/10 et où plus de la moitié des consommateurs ne l'ont pas apprécié</b>
<b>Abricot</b>	9 sur 33 soit <b>27% des magasins</b>
<b>Pêche jaune</b>	6 sur 29 soit <b>20% des magasins</b>
<b>Pêche blanche</b>	7 sur 29 soit <b>24% des magasins</b>
<b>Melon</b>	5 sur 34 soit <b>15% des magasins</b>

## Les résultats (3/8)

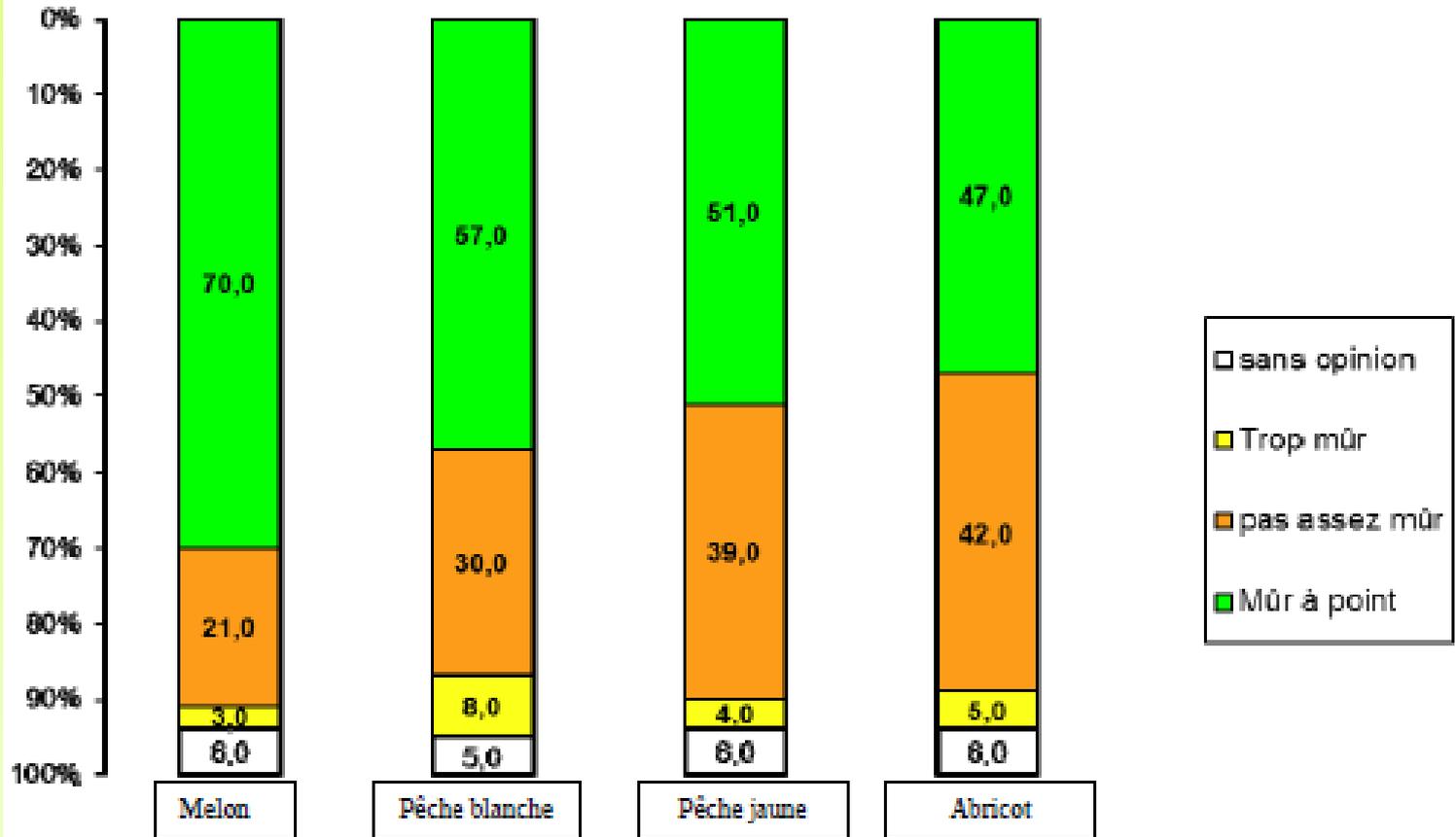
Le prix fait-il la qualité ?



→ Dans la gamme de prix étudiée, pas de lien entre prix et qualité gustative

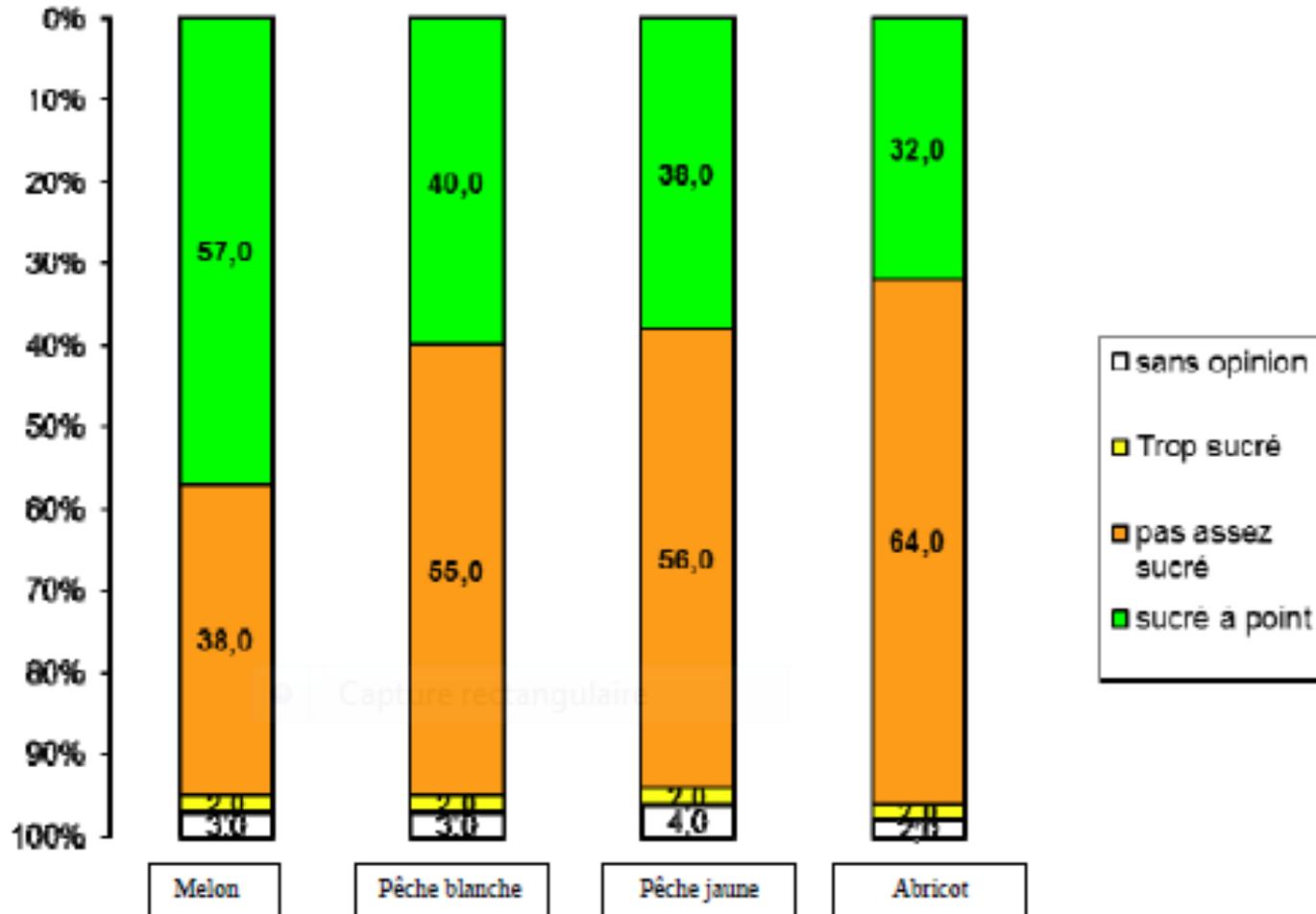
## Les résultats (4/8)

### La maturité des fruits



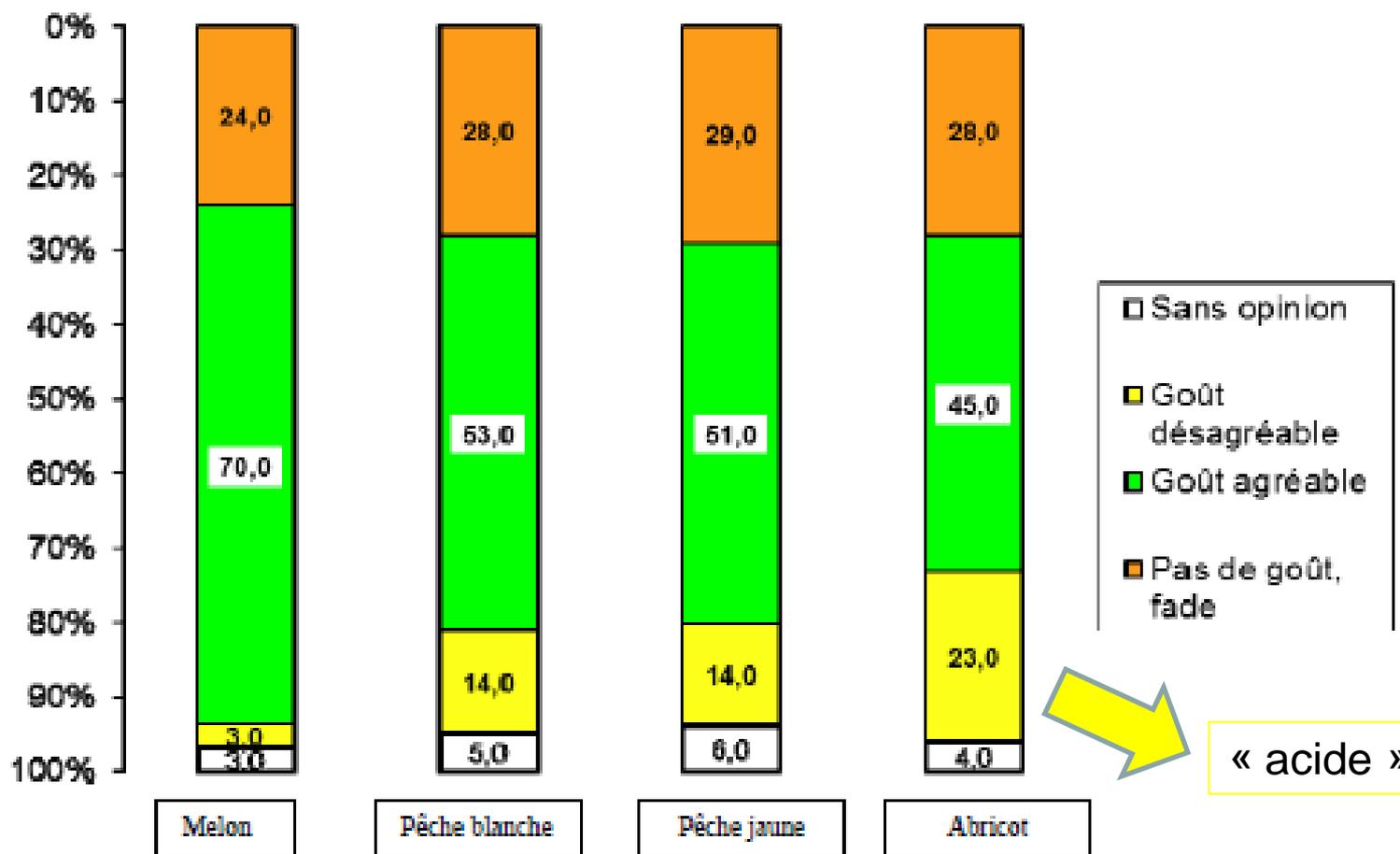
# Les résultats (5/8)

## La note sucrée



## Les résultats (6/8)

### Le goût et le parfum des fruits



## Les résultats (7/8)

### Les fruits sont-ils meilleurs au marché qu'en GMS ?

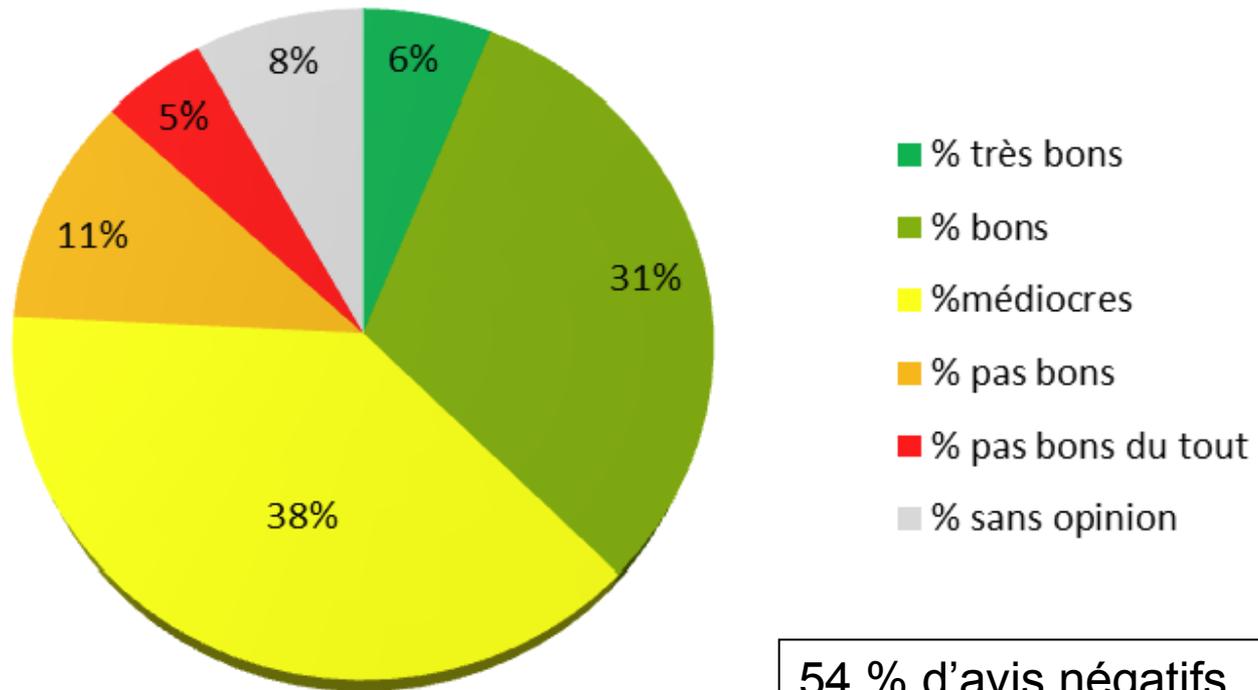
- Limite méthodologique : seulement 4 marchés dans l'échantillon
- Les marchés obtiennent de meilleurs résultats sur les quatre fruits :

	Melon		Pêche blanche		Pêche jaune		Abricot	
	% de sondés trouvant le fruit pas bon ou pas bon du tout	Note moyenne	% de sondés trouvant le fruit pas bon ou pas bon du tout	Note moyenne	% de sondés trouvant le fruit pas bon ou pas bon du tout	Note moyenne	% de sondés trouvant le fruit pas bon ou pas bon du tout	Note moyenne
Ensemble lieux de vente	20.2	6.9	31	6.2	30	5.9	37	5.6
GMS seules	21.7	6.7	36	5.9	33	5.7	40	5.4
Marchés seuls	11.4	8.1	6	7.3	9	7.2	12	7.6

→ un « signal » à étudier de plus près

## Les résultats (8/8)

De manière générale, les fruits que vous achetez en GMS vous paraissent...



# Nos propositions

Un constat : variabilité nuit à l'image des fruits qui sont concurrencés par des produits standardisés (desserts, grignotages, fruits transformés)

- Jouer sur la sélection variétale
- Optimiser dates et techniques de récolte
- Former les salariés au niveau de la mise en rayon (grande distribution)
- Mettre en place un étiquetage en rayon pour distinguer différents degrés de maturité

Merci de votre attention !

