



**Pêches blanches et tomates.
Enquête de la CLCV sur les prix et la qualité.**

2016

DOSSIER DE PRESSE

Que pensent les Français de la qualité des pêches blanches et des tomates vendues dans la grande distribution ?

Depuis 2010, nous organisons tous les ans des dégustations et des relevés de fruits d'été : abricots, pêches jaunes et blanches, melons (de 2010 à 2013), fraises et tomates (2014 et 2015).

Ces enquêtes révèlent qu'il existe un réel problème de maîtrise de la qualité gustative aux rayons des fruits et légumes.

En effet, les enquêtes sur les pêches, abricots et melons ont montré que le choix de ces fruits s'apparentait à une vraie loterie et que la qualité des produits en rayons était largement aléatoire. Par exemple, les notes attribuées aux abricots, pêches jaunes et blanches et melons par les dégustateurs étaient comprises entre 5,5 et 6,5 sur 10, ce qui nous avait amené à décerner un « peu mieux faire » aux professionnels.

L'étude menée en 2014 sur les fraises et les tomates avait, notamment mis en évidence le fait que choisir les catégories de tomates ou de fraises les plus chères ne permettait pas d'avoir des produits plus savoureux.

Dans celle conduite en 2015 sur les mêmes fruits (fraises et tomates), la situation n'avait que peu évolué. La satisfaction était légèrement meilleure pour les fraises, toutefois la qualité des tomates, restait relativement décevante (seulement 38 % des consommateurs satisfaits). En outre, à l'issue de cette enquête nous avons, à nouveau, demandé une clarification de l'information délivrée concernant les tomates de type « côtelées » dont l'étiquetage évoquait encore souvent la tomate de variété cœur de bœuf sans apporter le plus gustatif que les consommateurs en attendaient.

Au vu de ces résultats, il y a bien un réel enjeu à relever du côté de l'amélioration de la qualité gustative des fruits, d'autant plus que le goût serait le 4^e critère le plus important pour le choix des fruits et légumes après la fraîcheur, la qualité et le prix¹.

¹ FranceAgriMer. 2016. Pratiques et habitudes de consommation de fruits et légumes.

Notre action 2016 sur les fruits d'été

Cette année, nous avons choisi de faire des relevés de prix et d'organiser des dégustations sur deux fruits emblématiques de l'été que sont les pêches blanches et les tomates.

Nous avons sélectionné ces fruits de saison car ils sont relativement disponibles sur la période durant laquelle se déroule notre action, à savoir de mi-juin à juillet. En effet, la pleine saison pour les pêches est de juin à août ; pour les tomates, c'est de mai à septembre.

En frais, la consommation française de pêches est de l'ordre de 6 kg par an et par ménage acheteur² et celle de tomates représente environ 14 kg par an et par ménage acheteur³.

Nous avons choisi de faire nos relevés et l'achat des fruits pour les dégustations en grandes et moyennes surfaces (GMS) pour des raisons de représentativité des résultats à l'échelle nationale. En effet, dans certaines régions, il est moins facile de s'approvisionner en fruits sur les marchés ou auprès de producteurs locaux. De plus, les consommateurs réalisent en grande partie leurs achats de fruits et légumes en grandes surfaces (la part de marché en valeur des hypermarchés (33,9 %) et des supermarchés (18,3 %) est de 52,2 %⁴).

Plus spécifiquement, en termes de lieux d'achats, 49 % des ménages privilégient les hypermarchés et supermarchés pour y acheter leurs pêches-nectarines, 12 % préfèrent le hard discount, 11 % les primeurs, 17 % les marchés, et 7 % les circuits de proximité. Cette répartition est extrêmement stable d'une campagne à l'autre⁵.

Notre objectif a donc été d'évaluer l'influence du prix, des « catégories » et de l'origine géographique sur la satisfaction des consommateurs sur la qualité des pêches blanches et les tomates.

Pour les pêches blanches, nous avons comparé les pêches rondes et plates ainsi que les origines française et espagnole. S'agissant des tomates, nous avons testé trois tomates toutes d'origine française : la tomate ronde, la tomate en grappe et la tomate côtelée.



² Kantar Worldpanel - Moyenne 2012-2014. Remarque : selon l'INSEE, un ménage acheteur représente 2,3 personnes.

³ Kantar Worldpanel - Moyenne 2012-2014, consommation à domicile. Remarque : selon l'INSEE, un ménage représente 2,3 personnes.

⁴ FranceAgriMer. Achats de fruits et légumes frais par les ménages français 2015-Données 2015, édition avril 2016.

⁵ FranceAgriMer. La tomate en 2015, bilan de campagne. (Données en volume).

Quels sont les prix des pêches blanches et des tomates en grande distribution ?

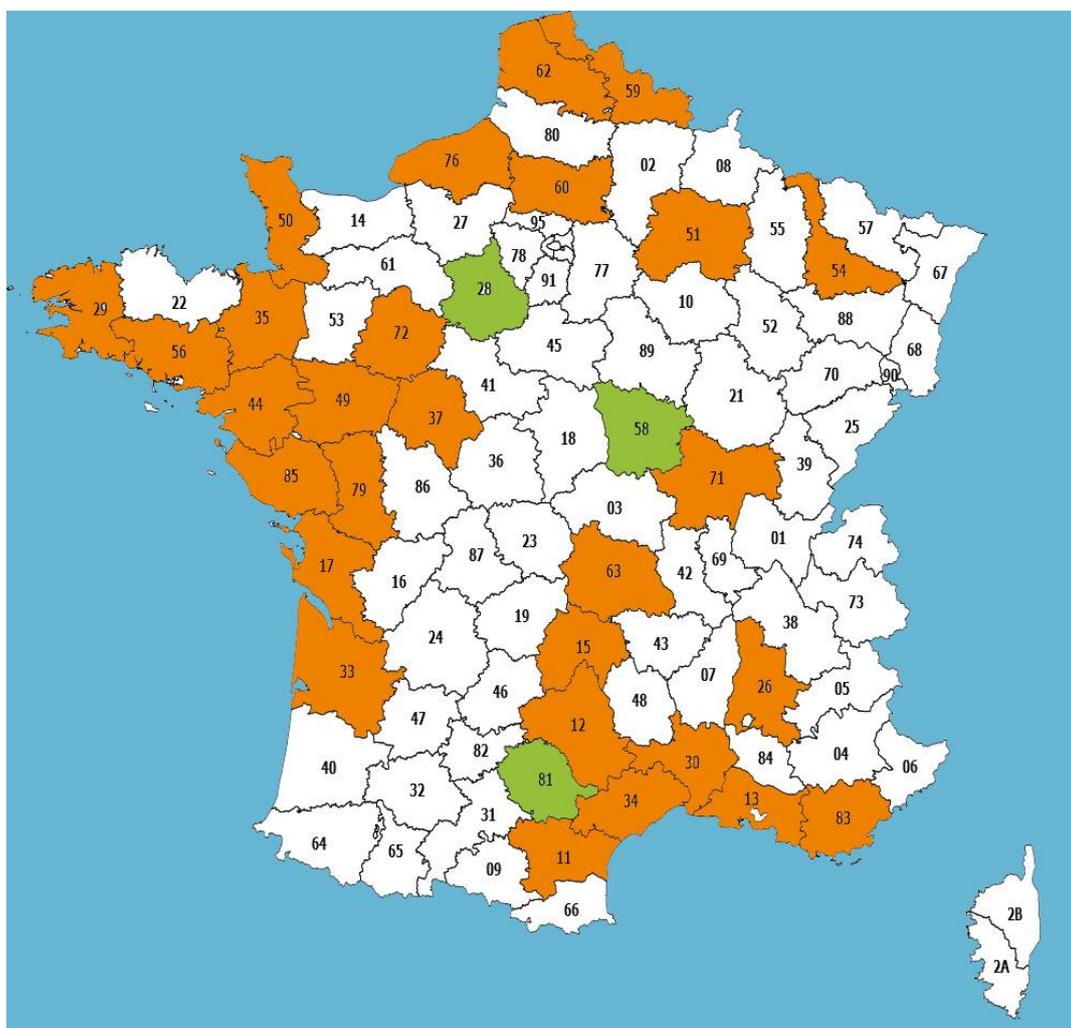
Les relevés de prix

Mobilisation des bénévoles dans 31 départements

Les militants de la CLCV ont relevé les prix des pêches blanches et des tomates en grande distribution, de mi-juin à mi-juillet 2016 dans 31 départements.

Sur la carte suivante figurent les départements dans lesquels les relevés de prix ont été effectués. Les départements dans lesquels des dégustations ont été organisées sont également représentés.

Carte représentant les départements concernés par les relevés de prix et les dégustations



- Département concerné par des relevés de prix
- Département concerné par des dégustations et des relevés de prix

Le prix moyen des pêches blanches s'élève à 3 euros/kg

Les prix constatés lors des relevés de pêches blanches sont les suivants :

	Prix moyen (€/kg)	Nombre de relevés
Pêches blanches	3	346
- Dont origine France	3,07	140
- Dont origine Espagne	2,94	206
- Dont pêche blanche ronde	2,94	181
- Dont pêche blanche plate	3,06	165



- Prix moyen : 3 €/kg
- Prix moyen des 10 les moins chères : 1,5 €/kg
- Prix moyen des 10 les plus chères : 5,6 €/kg

Dans notre échantillon, le prix moyen des pêches blanches est de 3 euros/kg.

Par ailleurs, la fourchette de prix entre la moyenne des 10 pêches blanches les moins chères et des 10 les plus chères n'est pas négligeable : 1,5 euros/kg contre 5,6 euros/kg.

Le prix moyen des pêches blanches plates est très légèrement supérieur à celui des pêches blanches rondes (3,06 euros/kg contre 2,94 euros/kg).

Les pêches blanches importées d'Espagne sont un tout petit peu moins chères que les pêches blanches françaises (2,94 contre 3,07 euros/kg), ce qui peut s'expliquer, entre autres, par des différences dans le coût de la main d'œuvre. Néanmoins, cette différence est très minime dans notre échantillon.

Nous constatons également que nous avons relevé 1,5 fois plus de prix de pêches blanches d'Espagne que de pêches blanches françaises. Ceci peut sans doute s'expliquer par les conditions climatiques (notamment un hiver pas suffisamment froid, des gels tardifs et des écarts de température au printemps, des épisodes de grêle en juin) qui ont impacté la production de pêches françaises. Bien évidemment, la situation est variable selon les régions et il faudra attendre la fin de la récolte pour tirer un bilan de la production.

Le prix moyen des tomates s'élève à 2,3 euros/kg

Les prix constatés pour les tomates sont les suivants :

	Prix moyen (€/kg)	Nombre de relevés
Tomates	2,33	493
- Dont origine France	2,40	425
- Dont autres origines : Belgique, Espagne, Maroc et Pays-Bas	1,89	68
- Dont côtelées	3,14	150
- Dont en grappes	1,99	155
- Dont rondes	1,97	188



- Prix moyen : 2,3 €/kg
- Prix moyen des 10 les moins chères : 1,1 €/kg
- Prix moyen des 10 les plus chères : 5,3 €/kg

Dans notre échantillon, le prix moyen des tomates est de 2,3 euros/kg.

Par ailleurs, la fourchette de prix entre la moyenne des 10 tomates les moins chères et des 10 les plus chères n'est pas négligeable : les 10 tomates les moins chères sont 4,8 fois moins chères (1,1 euros/kg contre 5,3 euros/kg).

Les prix moyens des tomates « rondes » et « en grappes » sont quasiment identiques (environ 2 euros/kg) alors que celui des tomates « côtelées » s'envole à 3,1 euros/kg.

Les tomates présentes en grande distribution au moment des relevés étaient majoritairement françaises, d'où le faible nombre de relevés de prix concernant les tomates importées et l'absence de données de prix détaillées en fonction de l'origine. Toutefois, il semblerait que les tomates importées (Belgique, Espagne, Maroc et Pays-Bas) soient légèrement moins chères que les tomates françaises. D'ailleurs, nous pouvons rappeler que les tomates d'origine étrangère constituent souvent l'offre premier prix voire discount.

Comment les consommateurs jugent-ils la qualité des pêches blanches et des tomates achetées en grande distribution ?

Les dégustations

Méthodologie

Notre méthode : des dégustations « à l'aveugle »

Entre mi-juin et mi-juillet 2016, le réseau local de la CLCV a réuni des groupes de douze à quarante consommateurs dans 28 départements pour prendre part à des dégustations de pêches blanches et de tomates achetées en grandes surfaces. La carte ci-dessus (page 3) indique les différents départements concernés.

L'âge des participants était compris entre 5 et 91 ans et l'âge moyen était de 52 ans. Notre panel de dégustateurs était plutôt féminin : 68 % des consommateurs étaient des femmes.

Au total 51 dégustations ont été organisées dont la liste figure ci-dessous.

	Ville	Département	Enseigne
1	Narbonne	Aude (11)	Géant Casino, Aldi
2	Onet le château	Aveyron (12)	Casino, Intermarché
3	Aix-en-Provence	Bouches du Rhône (13)	Aldi, Carrefour
4	Aurillac	Cantal (15)	Intermarché, Leader Price
5	Saintes (1)	Charente Maritime (17)	Leclerc, Intermarché
6	Saintes (2)	Charente Maritime (17)	Leclerc
7	Romans	Drôme (26)	Super U, Leclerc, Grand frais
8	Quimper	Finistère (29)	Super U, Intermarché, Leclerc
9	Brest	Finistère (29)	Super U

	Ville	Département	Enseigne
10	Saint Christol lez Alès	Gard (30)	Hyper U
11	Saint Médard en Jalles	Gironde (33)	Leclerc
12	Lattes	Hérault (34)	Casino
13	Montpellier	Hérault (34)	Casino, Leader Price
14	Rennes	Ille et Vilaine (35)	Carrefour Market, Super U
15	Tours	Indre et Loire (37)	Leclerc
16	Nantes	Loire Atlantique (44)	Super U
17	Saint Nazaire	Loire-Atlantique (44)	Super U, Carrefour Market
18	Trélazé (1)	Maine-et-Loire (49)	Hyper U

	Ville	Département	Enseigne
19	Trélazé (2)	Maine-et-Loire (49)	Hyper U
20	Granville	Manche (50)	Carrefour
21	Reims	Marne (51)	Carrefour
22	Neuves Maisons	Meurthe et Moselle (54)	Intermarché, Cora
23	Dieulouard	Meurthe-et-Moselle (54)	Colruyt, Carrefour contact
24	Saint Max	Meurthe et Moselle (54)	Cora
25	Champigneulle s	Meurthe-et-Moselle (54)	Leclerc
26	Vandoeuvres-lès-Nancy	Meurthe et Moselle (54)	Leclerc
27	Longwy	Meurthe et Moselle (54)	Lidl, Auchan, Match
28	Lanester	Morbihan (56)	Géant, Leclerc
29	Denain	Nord (59)	Intermarché, Carrefour ; Lidl
30	Lambersart	Nord (59)	Intermarché, Carrefour, Auchan
31	Lille (1)	Nord (59)	Monoprix, Auchan, Match
32	Lille (2)	Nord (59)	Monoprix, Carrefour, Intermarché
33	Hem	Nord (59)	Intermarché, Match
34	Merville	Nord (59)	Lidl, Carrefour
35	Grande Synthe	Nord (59)	Auchan

	Ville	Département	Enseigne
36	Fâches Thumesnil	Nord (59)	Leclerc
37	Halluin	Nord (59)	Intermarché
38	Creil	Oise (60)	Cora, Match
39	Longuenesse	Pas-de-Calais (62)	Auchan
40	Boulogne sur Mer	Pas-de-Calais (62)	Auchan, Les Halles du Boulonnais
41	Calais	Pas-de-Calais (62)	Auchan, Carrefour
42	Clermont Ferrand	Puy-de-Dôme (63)	Auchan, Grand frais
43	Chalon sur Saône	Saône et Loire (71)	Carrefour, Provenc'Halles
44	Le Mans (1)	Sarthe (72)	Grand frais, Leclerc
45	Le Mans (2)	Sarthe (72)	Carrefour
46	La Chartre-sur-le-Loir	Sarthe (72)	Carrefour market, Grand frais, Leclerc
47	Elbeuf	Seine Maritime (76)	Leclerc
48	Montivilliers	Seine Maritime (76)	Auchan, Carrefour, Leclerc
49	Parthenay	Deux-Sèvres (79)	Leclerc, Lidl
50	La Garde	Var (83)	Intermarché
51	La Roche Sur Yon	Vendée (85)	Leclerc, Super U

A chaque dégustation, les participants ont goûté trois pêches blanches et trois tomates présentant les caractéristiques suivantes :

- deux pêches blanches rondes d'origine différentes (France et Espagne) et une pêche blanche plate. Généralement les pêches rondes et les pêches plates ont des prix différents.

- trois tomates appartenant aux catégories « rondes », « en grappes », « côtelées » et toutes d'origine française. Généralement, ces trois catégories ont des prix différents.

Afin de ne pas biaiser les réponses des consommateurs, les précautions suivantes ont été prises :

- les pêches ont été épluchées et découpées en morceaux et les tomates découpées en tranches ou en demi-tranches afin de rendre difficile l'identification de la catégorie de pêche (ronde ou plate) ou de tomate (ronde, en grappe, côtelée) dégustée. Aucun ajout de condiment n'a été fait ;
- les dégustations ont été réalisées à l'aveugle, ce qui signifie que les consommateurs n'avaient aucune information concernant le prix, l'origine, la variété, la catégorie des produits qu'ils étaient en train de déguster ;
- les trois pêches blanches et les trois tomates ont été goûtées et notées par les mêmes personnes. Elles avaient reçu comme consigne de ne pas faire de commentaire oralement sur la qualité des produits au cours de la dégustation afin de ne pas influencer les avis des autres participants.

Après avoir goûté chacun des produits, les consommateurs étaient invités à remplir un questionnaire à choix multiples portant sur :

- leur avis concernant la **qualité globale** du fruit dégusté : qualité gustative, aspect, texture, etc. (je n'aime pas du tout / je n'aime pas / ni bonne, ni mauvaise / j'aime / j'adore) ;

- leur appréciation au regard du **goût** (aucun goût ou goût très désagréable / peu de goût ou goût peu agréable / goût correct / goût agréable / très bon goût) ;

- Par ailleurs, concernant les pêches, les consommateurs étaient également invités à se prononcer sur la **note sucrée** du fruit (très insuffisante / insuffisante / passable / satisfaisante / très satisfaisante) ainsi que sur sa **jutosité** (pas de jus / peu de jus / moyennement juteux / juteux / très juteux) ;

- En amont des dégustations, les préparateurs ont également noté la **dureté** des pêches blanches sur une échelle de 1 à 3 (de molle à dure) ;

- En outre, à la fin du questionnaire, une question transversale portait sur la **perception globale de la qualité des fruits vendus en GMS** (pas bons du tout / pas bons / médiocres / bons / très bons). A la suite de cette question, les dégustateurs avaient la possibilité de laisser des commentaires justifiant leur choix.



- 3 pêches
- 3 tomates
- 51 dégustations à l'aveugle
- 28 départements concernés
- Plus de 850 participants

Résultats

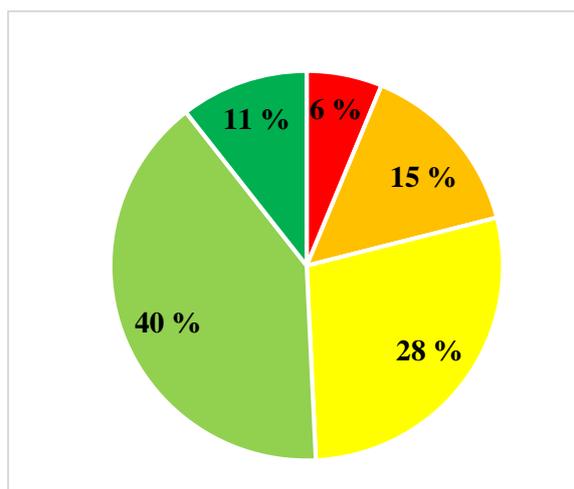
Qualité globale : Des résultats toujours non convaincants pour les tomates, un peu meilleurs pour les pêches blanches

Les taux de satisfaction concernant la qualité globale des fruits dégustés (goût, texture, aspect, etc.) ne sont pas très élevés, en particulier pour les tomates. En effet, même si 32 % des consommateurs reconnaissent apprécier les tomates, ils sont pratiquement autant voire même un peu plus (38 %) à les juger « ni bonnes, ni mauvaises ».

Pour les pêches blanches, les résultats sont un peu meilleurs, avec 51 % des panélistes satisfaits. Ce résultat paraît convenable, cependant une proportion non négligeable (28 %) les jugent « ni bonnes, ni mauvaises ».

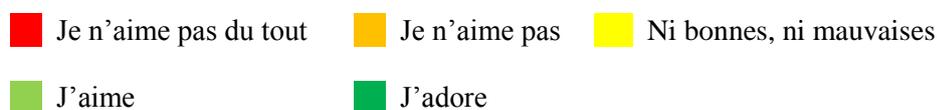
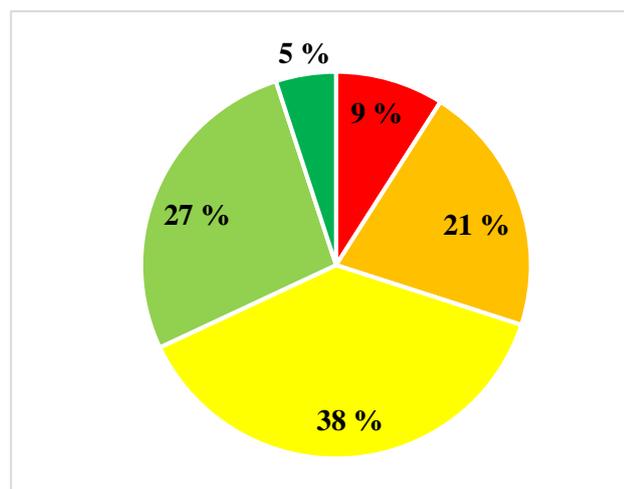
PECHES

≈ 2 460 questionnaires remplis
≈ 853 consommateurs participants



TOMATES

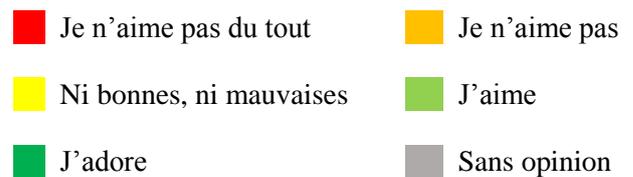
≈ 2 790 questionnaires remplis
≈ 930 consommateurs participants



Remarque : depuis 2014 nous réalisons des dégustations sur les tomates ce qui nous permet de faire des comparaisons d'une année sur l'autre. Pour les pêches blanches, ce n'est pas le cas.

Concernant la qualité globale des tomates, une comparaison entre 2015 et 2016, montre que les consommateurs sont légèrement moins satisfaits cette année. En effet, en 2015, ils étaient 38 % à être satisfaits contre 32 % cette année. En outre, en 2015, 34 % des consommateurs les jugeaient « ni bonnes, ni mauvaises » tandis qu'en 2016 ils sont 38 %.

TOMATES



Goût : des résultats faibles pour les pêches (39 % satisfaits) et encore pire pour les tomates (seulement 20 %)

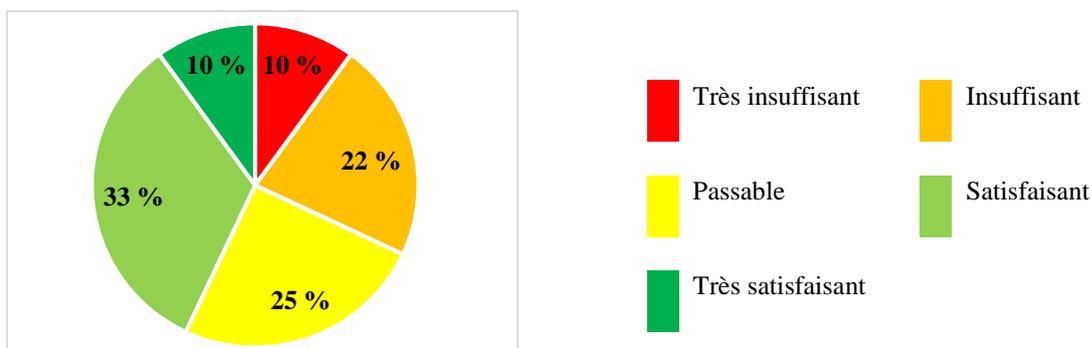
PECHES

≈ 2 460 questionnaires remplis
 ≈ 853 consommateurs participants

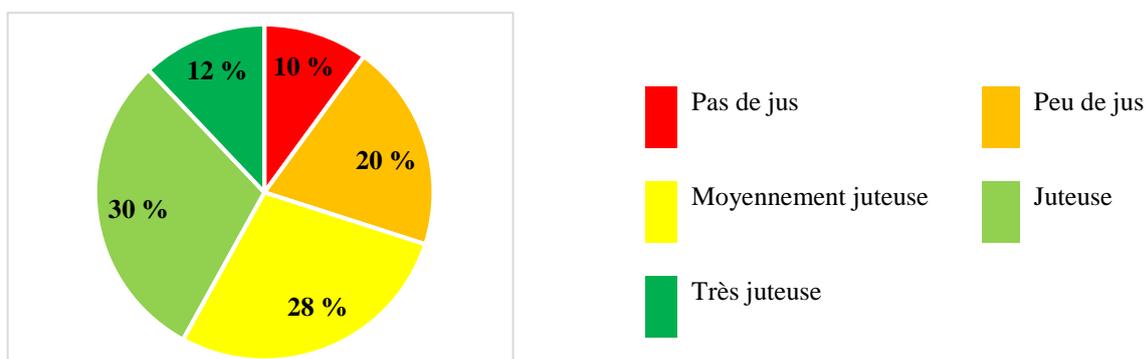
Le goût des pêches blanches satisfait seulement 39 % des consommateurs qui considèrent que les pêches blanches qu'ils ont dégustées ont « très bon goût » ou un « goût agréable ». En outre, plus d'un tiers sont déçus voire très déçus du goût des pêches.



Concernant **la teneur en sucre des pêches blanches**, 43 % des consommateurs la jugent plus qu'acceptable, cependant une part non négligeable (32 %) sont non satisfait par ce critère.



La jutosité des pêches blanches satisfait 42 % des consommateurs qui trouvent les pêches blanches dégustées « juteuses » ou « très juteuses ». Mais encore une fois, il y a 30 % des consommateurs qui considèrent que les fruits n'ont pas ou peu de jus.



S'agissant des pêches blanches, il apparaît que le goût, le sucre et la jutosité du fruit ont une influence sur la qualité globale perçue par les consommateurs. En effet, nous constatons que les avis exprimés sur la qualité globale (résultats ci-dessus) sont assez fortement corrélés aux avis exprimés sur le goût des pêches (coefficient de corrélation linéaire de 0,82) et un peu moins fortement aux avis exprimés sur la teneur en sucre des fruits (coefficient de 0,75) et sur leur jutosité (coefficient de 0,60).

Par ailleurs, **la dureté des pêches** a été évaluée en amont des dégustations. L'aspect extérieur des fruits est un des critères qui permet aux consommateurs de se faire une idée du degré de murissement des fruits.

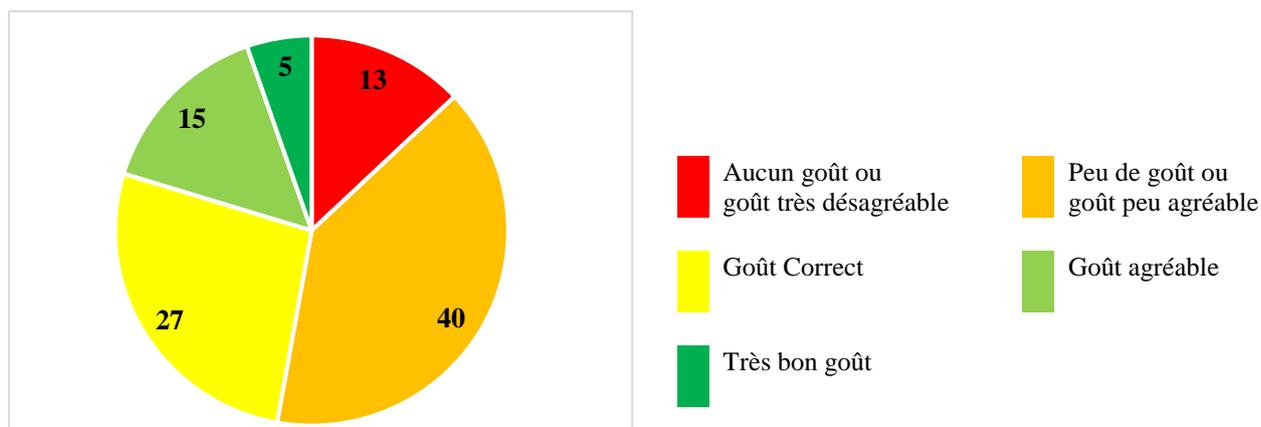
Globalement, les pêches blanches dégustées paraissent plutôt mûres de l'extérieur (53 %). Toutefois, de nombreuses pêches sont jugées trop dures (39 %).



TOMATES

≈ 2 790 questionnaires remplis
 ≈ 930 consommateurs participants

Le goût des tomates satisfait très peu de consommateurs. En effet, seulement 20 % jugent qu'elles ont très bons goûts ou un goût agréable et plus de la moitié (53 %) sont déçus.



Comme pour les pêches blanches, le goût a une influence non négligeable sur la qualité globale perçue par les consommateurs pour les tomates (coefficient de corrélation linéaire de 0,77).

Prix : aucun impact sur les taux de satisfaction concernant la qualité globale

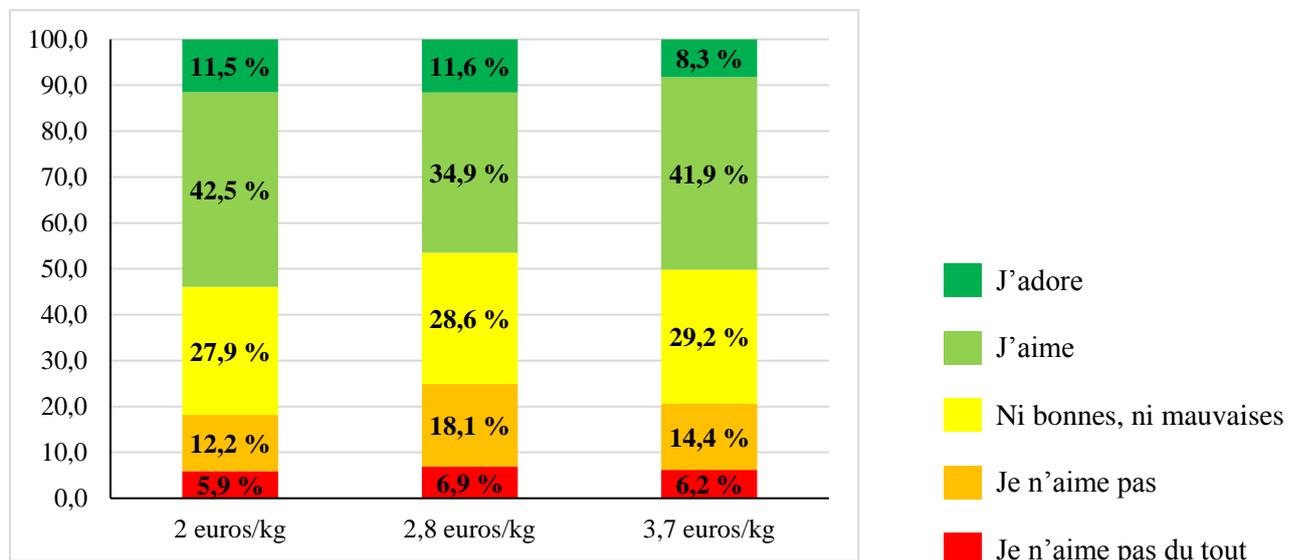
Comparaison des scores en fonction du prix pour les pêches blanches

Chaque dégustation portait sur des produits de prix sensiblement différents et les participants donnaient successivement leur avis sur chacun d'eux.

S'agissant des pêches blanches, les résultats ne permettent pas de discriminer les pêches entre elles. En effet, les pourcentages obtenus sont relativement proches, notamment pour les pêches les plus chères (prix moyen : 3,7 euros/kg) et pour les moins chères (prix moyen : 2 euros/kg).

Avis des consommateurs sur les pêches en fonction du niveau de prix (résultats globaux)

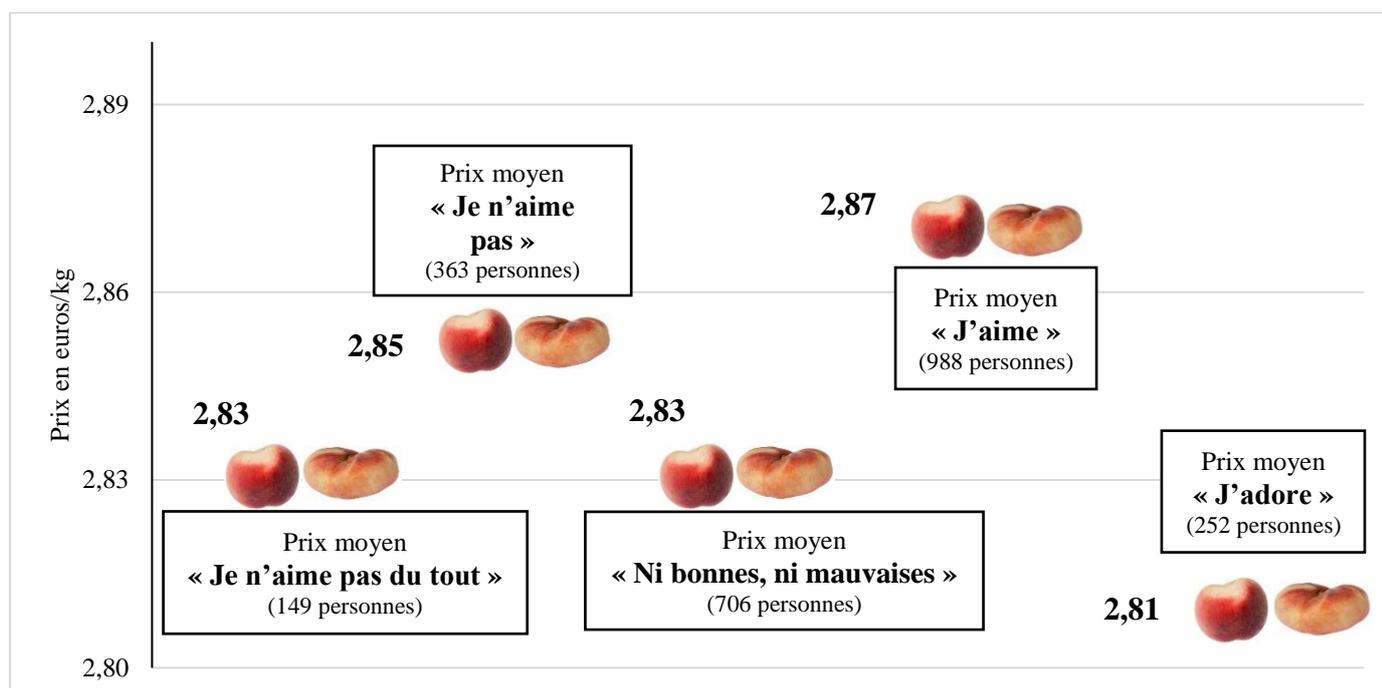
≈ 2 460 questionnaires remplis



Pour mesurer un éventuel effet du prix sur la satisfaction des consommateurs, nous avons calculé les prix moyens des pêches blanches pour chaque niveau de satisfaction (graphique ci-dessous). Les prix moyens sont pratiquement les mêmes, ils vont d'environ 2,8 à 2,9 euros/kg. Pour un prix moyen d'environ 2,8 euros/kg, les taux de satisfaction sont très variables : « je n'aime pas du tout », « ni bonnes, ni mauvaise », « j'adore ». Nous constatons la même chose pour un prix moyen d'environ 2,9 euros/kg (« je n'aime pas » et « j'aime »).

Au final, payer plus cher ses pêches, ne constitue donc pas une garantie de satisfaction, loin s'en faut.

Prix moyen des pêches en fonction de l'avis des consommateurs

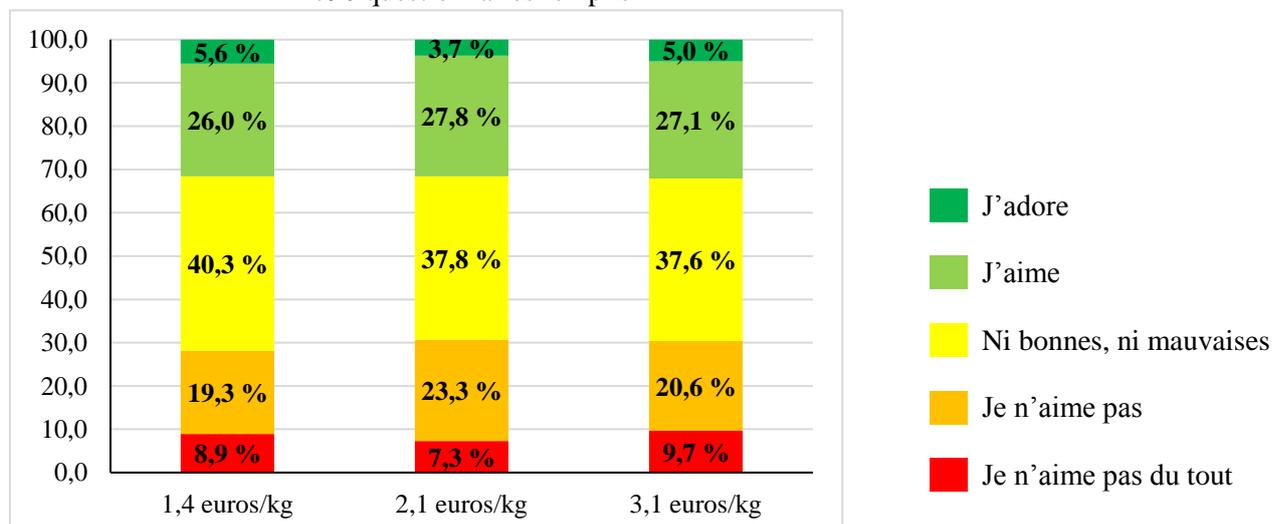


Comparaison des scores en fonction du prix pour les tomates

En ce qui concerne les tomates, les résultats indiquent que les notes attribuées aux différentes tomates sont très proches. Par exemple, le pourcentage de personnes satisfaites (c'est-à-dire ayant répondu « j'adore » ou « j'aime ») pour les tomates les plus chères (prix moyen : 3,1 euros/kg) est d'environ 32 % comme c'est le cas pour les tomates dont les prix moyens sont de 1,4 et 2,1 euros/kg. De même, ils sont environ 10 % à être très insatisfaits (c'est-à-dire ayant répondu « je n'aime pas du tout ») des tomates les plus chères contre environ 7 % pour les tomates dont le prix moyen est de 2,1 euros/kg.

Avis des consommateurs sur les tomates en fonction du niveau de prix (résultats globaux)

≈ 2 790 questionnaires remplis

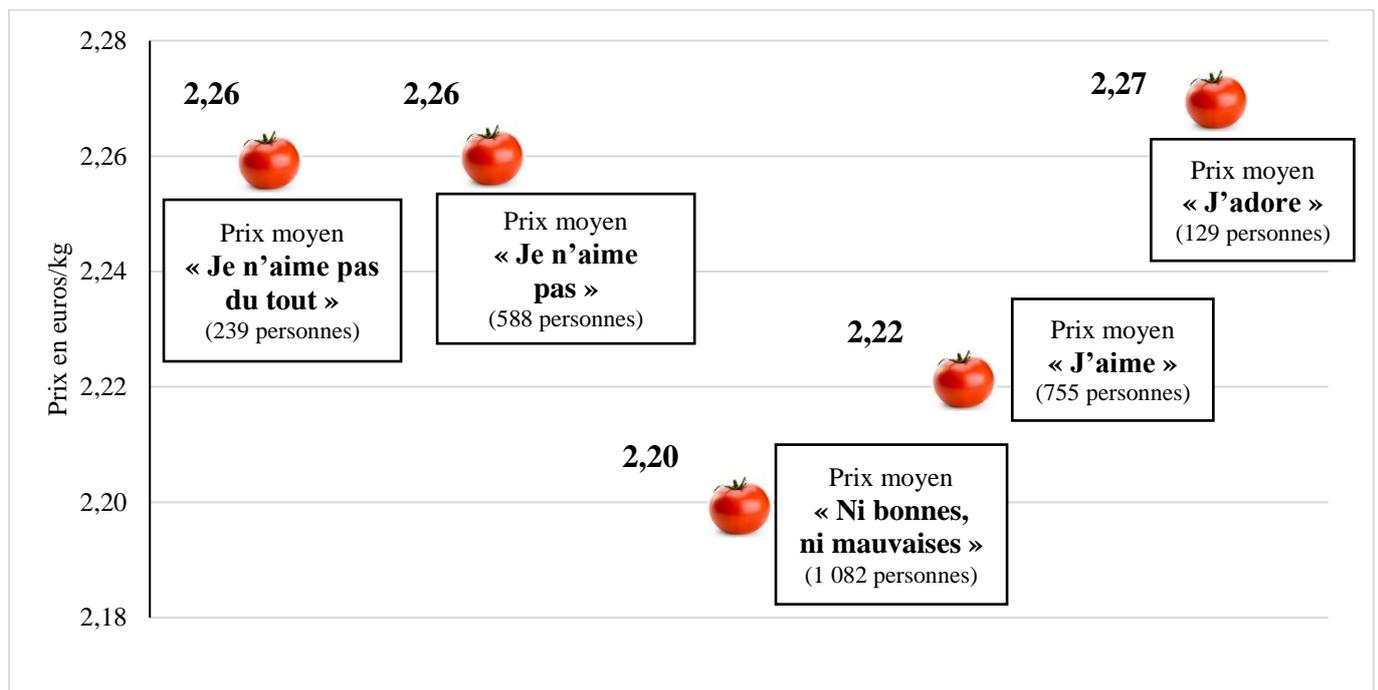


Pour mesurer un éventuel effet du prix sur la satisfaction des consommateurs, nous avons calculé les prix moyens des tomates pour chaque niveau de satisfaction (graphique ci-dessous). Comme pour les pêches, les prix moyens sont pratiquement les mêmes. Ils vont d'environ 2,2 à 2,3 euros/kg.

Pour un prix moyen d'environ 2,2 euros/kg, les taux de satisfaction sont très variables : « ni bonnes, ni mauvaises » et « j'aime ». Même constat pour un prix moyen d'environ 2,3 euros/kg (« je n'aime pas du tout », « je n'aime pas », « j'adore »).

Ainsi, payer ses tomates plus chères ne représente pas une garantie de satisfaction.

Prix moyen des tomates en fonction de l'avis des consommateurs



Nos résultats tendent donc à montrer que les prix des pêches blanches et des tomates ne semblent pas être un gage de qualité, notamment de qualité gustative (qui est une composante forte de la qualité globale exprimée par les consommateurs).

Catégories : un léger avantage des pêches plates sur les pêches rondes. Pour les tomates rien à signaler !

Comparaison des scores en fonction des catégories de pêches blanches

Concernant les pêches, afin d'informer les consommateurs, un certain nombre d'informations doivent être présentes comme par exemple :

- la nature du produit (« pêche » si pas visible de l'extérieur) ainsi que la couleur de la chair (blanche dans notre étude) ;
- l'indication de la variété est facultative.

L'indication de la variété n'est pas obligatoire pour les pêches et les tomates, néanmoins elle figure parfois sur les étiquettes présentes en rayon.

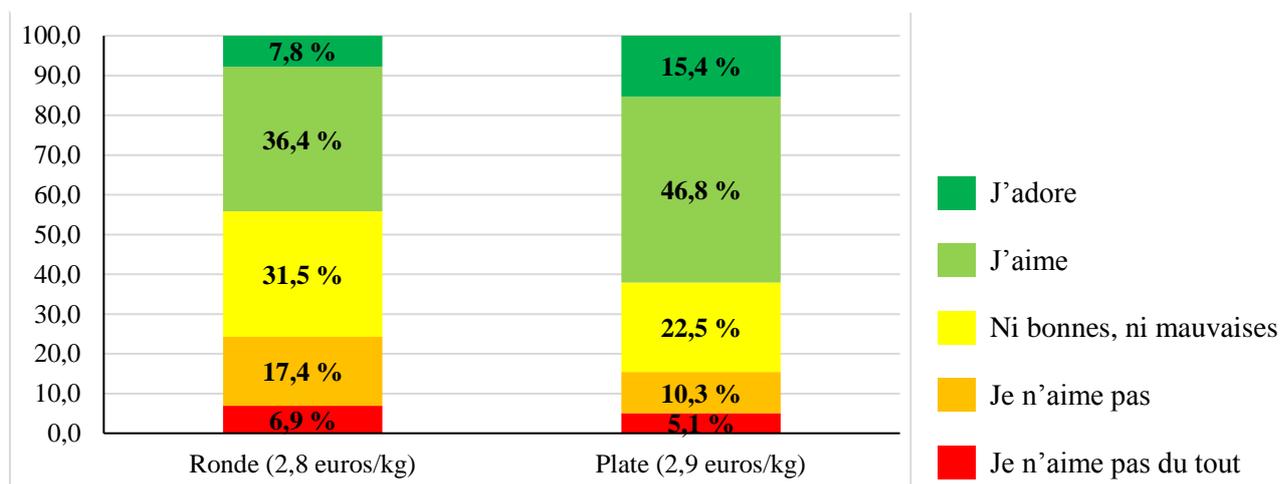
Pour les pêches blanches, nous avons constaté que l'indication de la variété était présente sur 17 % des produits, avec par exemple les variétés Patty et Onyx qui représentent 59 % des pêches blanches dont la variété est connue au sein de notre échantillon.

Dans notre étude, nous avons cherché à évaluer l'influence des catégories (pêches rondes et pêches plates dont le prix moyen est généralement un peu plus élevé) sur la qualité globale.

Dans notre échantillon, les pêches plates semblent davantage satisfaire les consommateurs que les pêches rondes (62 % contre 44 %). Cependant, notons qu'il y a un pourcentage non négligeable de consommateurs (15 %) qui « n'aiment pas » voire « n'aiment pas du tout » les pêches plates dégustées.

Avis des consommateurs sur les pêches blanches rondes et les pêches blanches plates

(ronde : 1 542 questionnaires remplis, plate : 915)

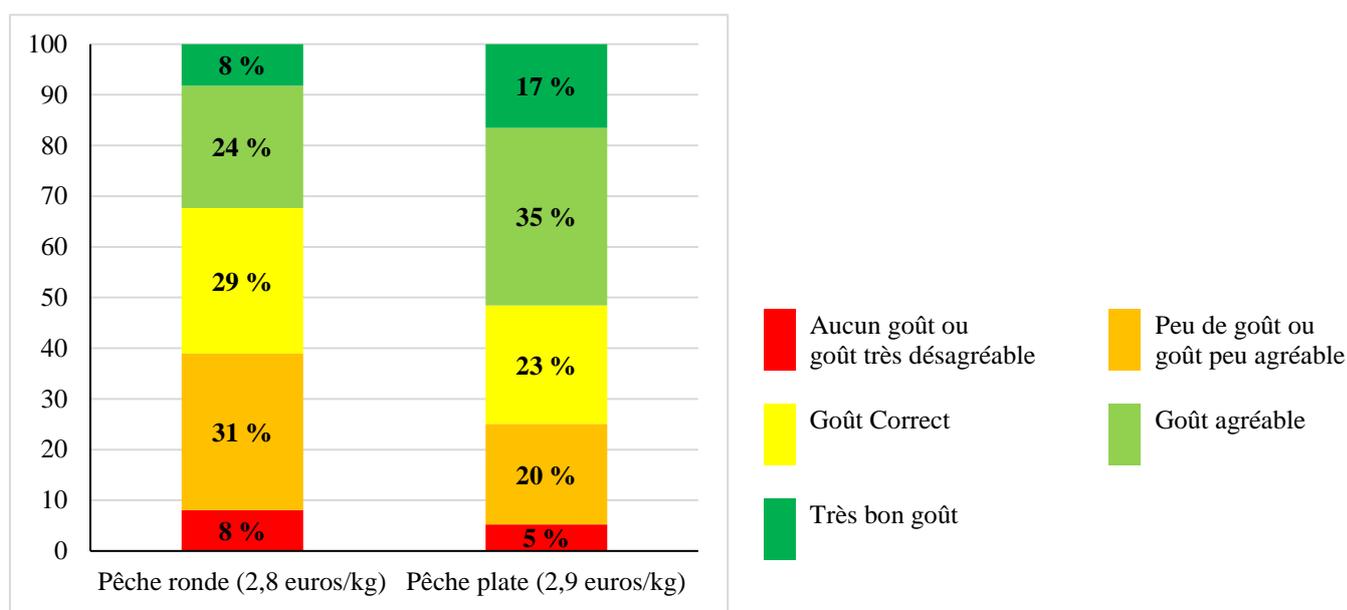


Notons que pour les pêches rondes et les pêches plates, le goût est fortement corrélé à la satisfaction globale (coefficient de corrélation linéaire : 0,80 pour les pêches rondes et 0,85 pour les pêches plates). Il y a également une influence relativement importante de la teneur en sucre (0,72 pour les pêches rondes et 0,79 pour les pêches plates) et une influence un peu plus faible de la jutosité (0,55 pour les pêches rondes et 0,69 pour les pêches plates).

Les graphiques ci-dessous montrent que les consommateurs semblent préférer le goût et la teneur en sucre des pêches plates comparé aux pêches rondes.

Comparaison du goût, de la teneur en sucre et en jus entre les pêches blanches rondes et les pêches blanches plates.

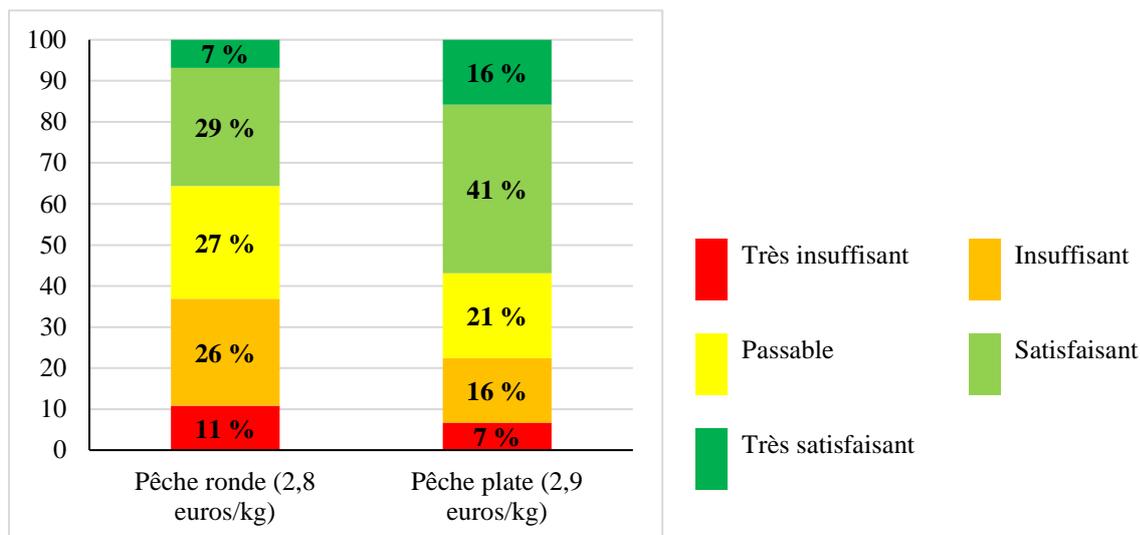
Avis des consommateurs sur le goût des pêches blanches rondes et plates



La qualité gustative des pêches blanches plates est plus appréciée par les consommateurs que celle des pêches blanches rondes. En effet, ils sont plus de la moitié (52 %) à en apprécier le goût contre 32 % pour les pêches rondes. **Le goût des pêches plates satisfait donc plus les consommateurs que les pêches rondes.**

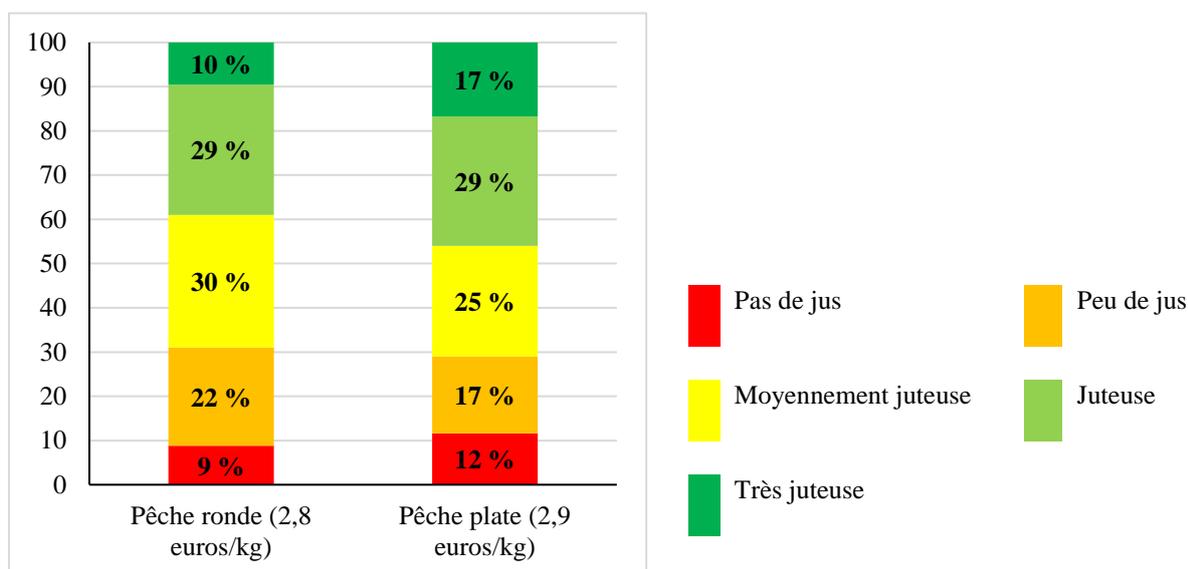
Néanmoins force est de constater qu'il y a encore des efforts à faire pour améliorer le goût des pêches plates car ils sont tout de même environ 1/4 à trouver le goût « peu agréable » voire « désagréable » (et 39 % pour les pêches rondes).

Avis des consommateurs sur la teneur en sucre des pêches blanches rondes et plates



Les pêches blanches plates semblent plus sucrées que les pêches blanches rondes. 57 % des consommateurs considèrent en effet que la teneur en sucre des pêches blanches plates est « satisfaisante » voire « très satisfaisante » contre 36 % pour les pêches blanches rondes. En outre, nous notons que 37 % des consommateurs sont insatisfaits voire très insatisfaits de la teneur en sucre des pêches blanches rondes.

Avis des consommateurs sur la jutosité des pêches blanches rondes et plates



Pour ce qui est de la jutosité, les pêches blanches plates semblent également légèrement tirer leur épingle du jeu face aux pêches blanches rondes puisque 46 % des consommateurs les trouvent « juteuses » ou « très juteuses » alors qu'ils sont seulement 39 % pour les pêches blanches rondes. Cependant, nous relevons que 29 % des consommateurs trouvent que les pêches blanches plates n'ont « pas de jus » ou « peu de jus ».

Comparaison des scores en fonction des catégories de tomates

S'agissant des tomates, en vue d'informer les consommateurs, un certain nombre d'informations doivent être présentes comme par exemple :

- la nature du produit (« tomates » ou « tomates en grappes ») complétée du type commercial (« ronde », « allongée », « côtelée » ou « cerise/cocktail ») si le produit est non visible de l'extérieur. Une précision toutefois, l'indication du type commercial est obligatoire pour « cerises » (ou « cocktail ») ;
- l'indication du nom du segment est facultative. Cette information peut être fournie depuis peu. Elle résulte du travail de clarification qui a été fait par la filière ;
- l'indication de la variété est facultative.

Ci-dessous un tableau récapitulant les tomates dégustées :

Nature du produit (obligatoire) Type commercial (obligatoire si produit non visible de l'extérieur)	Noms des segments de produits (facultatif)
Tomate <i>ronde</i>	Les Rondes Les Charnues
Tomate <i>ronde</i> en grappe	Les Grappes
Tomate <i>côtelée</i>	Les Aumônières Les Côtelées

Pour notre échantillon de tomates, l'indication de la variété est très rare (plus rare que pour les pêches blanches) puisque seulement 7 % des produits portent une indication de variété (notamment les variétés Cœur de bœuf et Marmande).

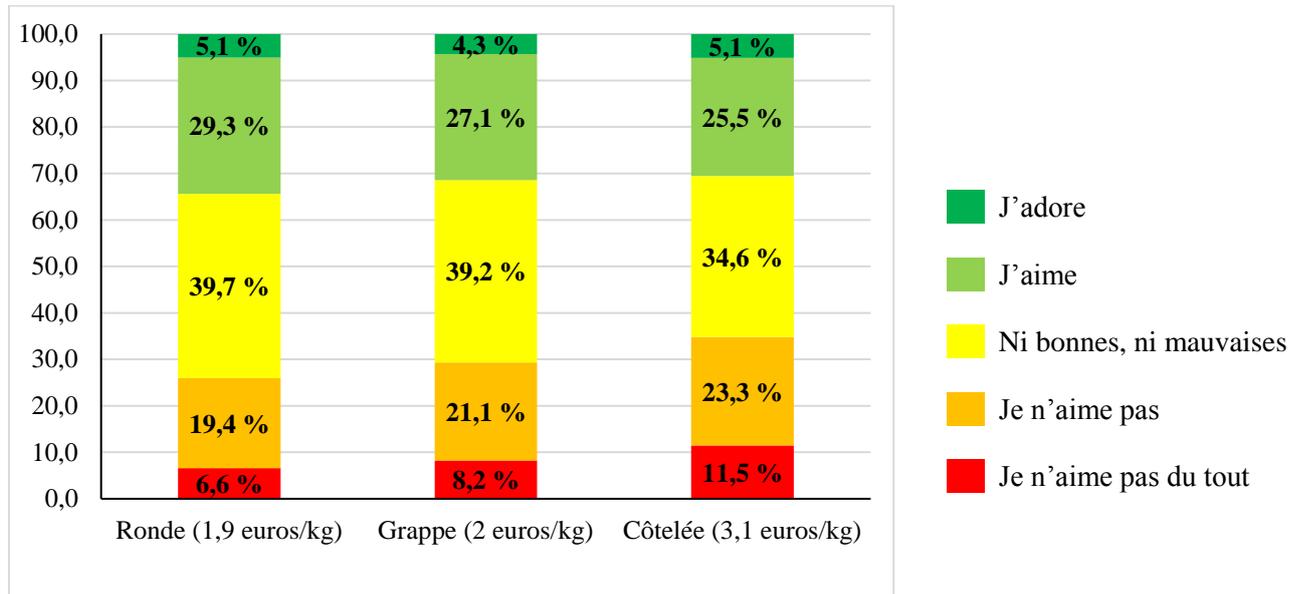
Remarquons que la variété Cœur de bœuf fait partie des Tomates *allongées* et ne devrait pas être présente dans les Tomates *côtelées*. Toutefois, la segmentation mise en place est relativement récente ce qui explique sans doute cette présence au sein de notre échantillon. Nous appelons donc les professionnels à transmettre une information loyale aux consommateurs.

L'indication des segments est présente dans 8 % des produits et concerne principalement les segments « Les Aumônières », « Les Charnues » et « Les Côtelées ».

Nous avons ici comparé le taux de satisfaction concernant la qualité globale des consommateurs pour trois catégories : les « tomates rondes », « tomates rondes en grappes » et « tomates côtelées ». Nous observons qu'il n'y a pas de grande différence notable mais au contraire une homogénéité dans les réponses des consommateurs même si on note que 35 % des consommateurs ont été insatisfaits voire très insatisfaits des tomates côtelées alors qu'ils sont 26 % à l'être pour les tomates rondes.

Avis des consommateurs sur les trois catégories de tomates dégustées

(ronde : 928 questionnaires remplis, grappe : 923, côtelée : 939)



Notons qu'entre 2014 et 2016, aucune différence notable n'a été identifiée concernant la satisfaction des consommateurs au regard des trois catégories de tomates dégustées.

Enfin une clarification concernant les dénominations des tomates

Lors de notre enquête 2015, nous nous étions aperçus que l'étiquetage des tomates était encore parfois ambigu pour les consommateurs, notamment pour les tomates portant la mention « cœur de bœuf ». En effet, nous avons constaté que de nombreux opérateurs semblaient confondre allégrement les deux niveaux d'information (type : obligatoire et variété : facultatif) considérant parfois « cœur de bœuf » comme un type commercial. Parfois, cette pratique amenait à utiliser la mention « cœur de bœuf » pour des tomates qui n'en étaient pas en dépit de leur aspect côtelé. Et, il n'était pas rare de trouver alors dans les rayons des tomates qui n'étaient pas de « vraies » cœur de bœuf avec des mentions comme : tomate de type cœur de bœuf, tomate groupe cœur de bœuf, etc., ce qui entretenait la confusion.

Considérant que ces mentions pouvaient être de nature à induire les consommateurs en erreur et qu'elles ne permettaient pas une bonne information de ces derniers, nous avons notamment demandé à l'administration :

- que les contrôles programmés dans le cadre de l'enquête annuelle sur les fruits et légumes à norme spécifique soient particulièrement axés sur le secteur des tomates ;
- une clarification de l'information délivrée concernant les tomates de type « côtelées ».

Afin de clarifier l'offre de tomate sur le marché, un référentiel portant sur la segmentation de la tomate a été réalisé par les professionnels et validé par la DGCCRF. Il fait disparaître toute notion de « type » ou de « groupe » et distingue les mentions obligatoires des mentions facultatives.

Ce travail de clarification va dans le bon sens et nous espérons que ces modalités d'étiquetage permettront de lever toute ambiguïté sur la dénomination des tomates et apporteront un repère clair aux consommateurs.

Maintenant que la clarification est faite par la profession et l'administration, la balle est dans le camp du vendeur. Pour cela, il est impératif que le personnel qui fait le balisage en rayon soit bien formé et conscient de la nécessité de transmettre une information fiable et loyale aux consommateurs. En outre, il est indispensable que la DGCCRF fasse régulièrement des contrôles et sanctionne lorsqu'il y a tromperie.

A première vue, il semblerait que les professionnels des grandes surfaces en soient informés. En effet, nous dénombrons moins de tomates dénommées par exemple tomate côtelée « type cœur de bœuf ». Cependant, comme nous l'avons remarqué précédemment, nous avons constaté des tomates étiquetées cœur de bœuf sous le type *côtelé* (et non sous le type *allongé*). Nous appelons donc à une pleine application de cette nouvelle segmentation et resterons vigilant. Nous appelons également à une application de ces règles sur les marchés et autres points de vente de fruits et légumes.

Nous invitons également les consommateurs à bien lire les étiquettes et s'il manque des informations à se rapprocher du chef de rayon. Les véritables « cœur de bœuf » doivent maintenant être étiquetées de cette façon :

TOMATE ALLONGEE (obligatoire)
Segment : Les Cœurs (facultatif)
Variété Cœur de Bœuf (facultatif)

Origine : un impact très minime sur les taux de satisfaction

Comparaison des scores en fonction de l'origine des pêches blanches

La totalité des tomates de l'échantillon venant de France, c'est sur les pêches blanches que nous avons pu étudier l'impact de l'origine sur les taux de satisfaction des consommateurs au regard de la qualité globale. Pour ce faire, nous avons comparé, d'une part, les scores des pêches blanches rondes françaises et espagnoles et, d'autre part, les scores des pêches blanches plates françaises et espagnoles.

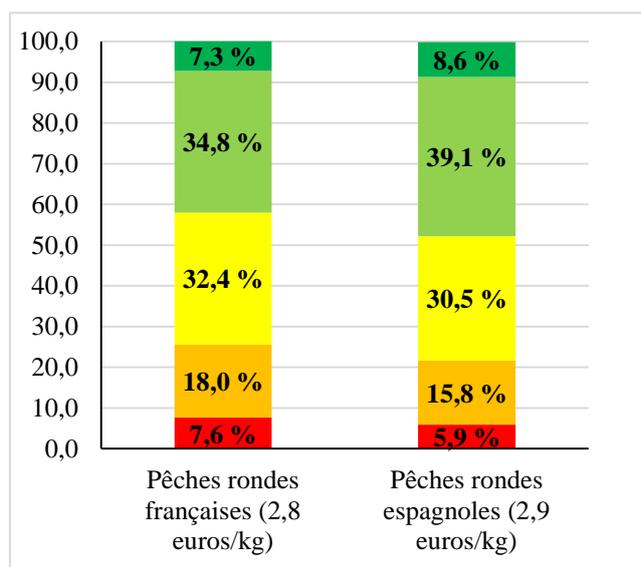
Au vu des résultats, il semblerait que les pêches blanches rondes espagnoles soient un petit peu plus appréciées que les françaises (48 % des consommateurs sont satisfaits contre 42 % pour les pêches blanches rondes françaises). Toutefois, notons qu'à peine 9 % de consommateurs sont très satisfaits des pêches blanches rondes espagnoles et qu'ils sont plus de 30 % à les trouver « ni bonnes, ni mauvaises ».

Concernant, les pêches blanches plates espagnoles, nous constatons qu'elles sont très légèrement plus appréciées que les pêches blanches plates françaises (63 % contre 59 %). Toutefois, ce résultat est à relativiser dans la mesure où notre échantillon est composé d'environ 3,8 fois plus de pêches blanches plates d'origine espagnole que de pêches blanches plates d'origine française.

Les mauvaises conditions climatiques ont impacté la production française de pêche, ce qui peut peut-être expliquer la très légère préférence des pêches rondes espagnoles sur les françaises.

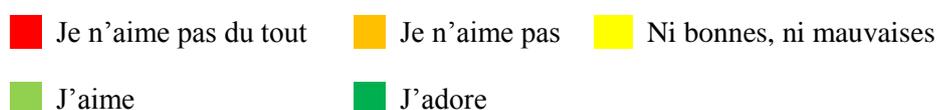
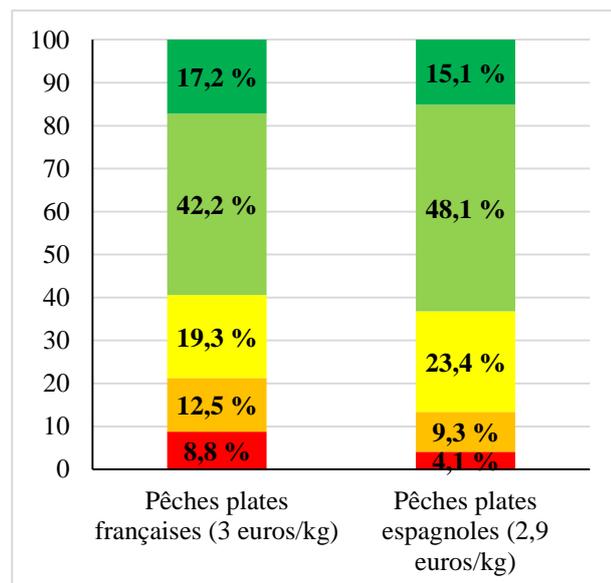
Avis des consommateurs sur les pêches rondes en fonction de l'origine

(France : 834 questionnaires remplis, Espagne : 708)



Avis des consommateurs sur les pêches plates en fonction de l'origine

(France : 192 questionnaires remplis, Espagne : 723)



Rayon fruits des GMS : une satisfaction en berne

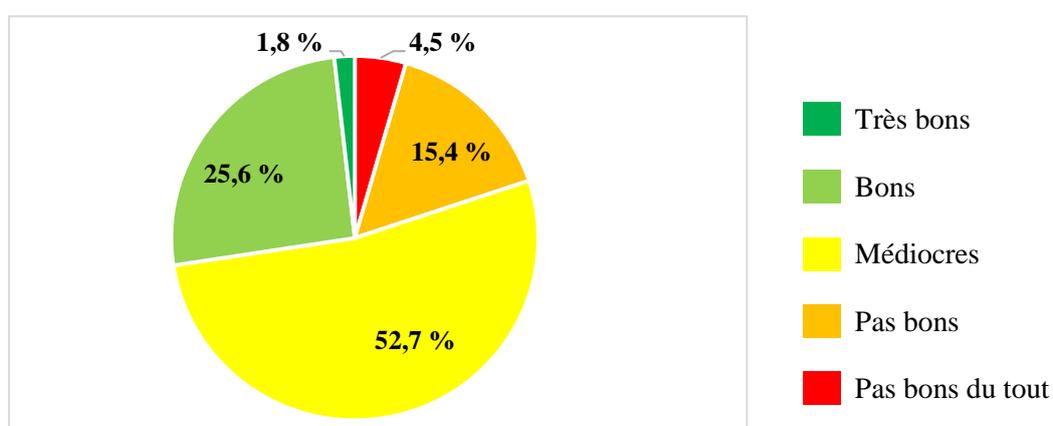
Nous avons cherché à appréhender la perception globale des consommateurs sur la qualité des fruits vendus en GMS.

D'après les résultats, moins d'un tiers des consommateurs (27 % seulement) jugent les fruits vendus en GMS « bons » voire « très bons ».

Le taux de satisfaction au rayon fruits des GMS ne s'améliore pas d'années en années. En effet, en 2015, un peu plus de la moitié des consommateurs étaient insatisfaits des fruits achetés en GMS (56 %) et ce résultat est cette année d'environ 73 % d'avis négatifs.

Avis des consommateurs sur les fruits en GMS

903 consommateurs participants



Les commentaires laissés par certains consommateurs nous renseignent sur les raisons de cette insatisfaction. Ils sont très semblables à ceux de l'enquête précédente.

Ils sont très nombreux à évoquer le manque de goût (« *peu de goût* », « *fade* », « *manque de saveur* ») et de maturité des fruits (« *souvent les fruits ne sont pas mûrs* », « *cueillette trop précoce* », « *difficile d'acheter des fruits de même maturation* », etc.).

Ainsi, il semblerait que l'insatisfaction au niveau de la qualité gustative constatée précédemment sur les pêches et les tomates s'étende dans une certaine mesure à d'autres fruits du rayon des GMS.

Une grande part des consommateurs évoquent la standardisation des fruits (« *même taille, même forme* », « *standardisé* », « *beaux à l'œil* », etc.). Cependant, ces produits ne sont pas aussi bons qu'ils en ont l'air : « *les fruits en GMS sont beaux mais insipides* », « *aspect agréable, fraîcheur mais goût médiocre* », etc.

Nous considérons que les critères d'aspect visuel mais aussi de conservation ou de résistance des fruits au transport ont trop longtemps primés sur le goût et qu'il est indispensable de renverser la tendance rapidement.

Pour certains consommateurs, le manque d'informations sur l'origine des fruits ne les aide pas à choisir en connaissance de cause. Pour d'autres, l'usage des produits phytopharmaceutiques les inquiètent. Et pour d'autres encore, certains fruits sont relativement chers ce qui nuit fortement à leur consommation.

Conclusion

Notre enquête donne une image relativement décevante de la qualité globale des tomates qui ne satisfont que 32 % des consommateurs. Ils sont encore moins nombreux que l'année précédente (38 %). Le résultat est certes meilleur pour les pêches blanches mais, avec 28 % de répondants qui les qualifient de « ni bonnes, ni mauvaises », des progrès importants restent à faire.

Concernant le goût, le bilan est encore plus alarmant. Plus d'un tiers sont déçus voire très déçus du goût des pêches blanches et seulement 20 % des consommateurs sont satisfaits du goût des tomates.

Le prix, les catégories et l'origine ont peu d'influence sur la qualité globale des fruits dégustés. Ainsi, payer plus cher ses pêches et tomates ne semble pas constituer une garantie de satisfaction.

Concernant les catégories, les pêches plates paraissent davantage satisfaire les consommateurs que les pêches rondes (62 % contre 44 %) sans toutefois remporter totalement l'adhésion de ces derniers (puisque seulement 15 % reconnaissent les adorer). Parallèlement à cela, les consommateurs semblent préférer le goût et la teneur en sucre des pêches plates comparé aux pêches rondes. S'agissant des tomates, les catégories proposées en rayon (rondes, en grappes, côtelées) semblent n'avoir aucune pertinence sur le plan de la qualité.

A propos de l'origine des produits, les pêches blanches rondes espagnoles paraissent un petit peu plus appréciées que les françaises (48 % contre 42 %) mais un nombre non négligeable de consommateurs (30 %) les trouvent encore ni bonnes ni mauvaises.

Cette étude, comme les précédentes vient confirmer qu'il existe un réel problème de maîtrise de la qualité aux rayons des fruits. C'est ainsi que nous avons constaté 73 % d'avis négatifs sur les fruits vendus en GMS.

L'augmentation de la consommation de fruits est un enjeu de santé publique. Il y a donc urgence notamment à améliorer le goût des produits et à donner aux consommateurs des repères pour orienter leurs choix à l'achat. Tout le monde a un rôle à jouer.

Concernant le goût des produits, nous souhaitons rappeler que tout commence dans le verger par le choix de variétés vraiment gouteuses et par l'optimisation des dates et des techniques de cueillette garantissant une maturité satisfaisante des fruits dans les rayons.

Ensuite, les grossistes et la distribution ont également leur rôle à jouer en améliorant, entre autres, la logistique, la conservation (ne pas stocker à des températures trop basses) et la présentation en rayon.

Par ailleurs, nous invitons les consommateurs à conserver convenablement les fruits et légumes afin d'en préserver notamment le goût et d'en limiter le gaspillage. Il faut également avoir en mémoire que le froid est vraiment un risque pour certains fruits. C'est le cas notamment des tomates pour lesquelles la température de conditionnement ne doit jamais descendre au-dessous de 12 degrés (sinon cela provoque une perte des composés volatils qui contribuent au goût). Une remarque identique pourrait être faite aux chefs de rayon.

S'agissant des repères pour le consommateur, la CLCV recommande depuis quelques années le marquage de la maturité des produits avec la mise en place d'un étiquetage en rayon qui permettrait aux clients de choisir des fruits plus ou moins mûrs en fonction de leur rythme de

consommation pendant la semaine avec des mentions telles : « à consommer d'ici un jour ou deux » ou « mûr à point d'ici cinq jours », etc.

Pour finir, nous souhaitons que les modalités d'étiquetage issues de la nouvelle segmentation de la tomate, que nous avons réclamée permettent de lever toute ambiguïté sur la dénomination des tomates et de mieux informer les consommateurs. Nous resterons vigilants sur ce point