

Enquête Fruits CLCV 2017

Les prix et la qualité des raisins et tomates

11 Janvier 2018

Dossier de presse



Qualité des raisins et des tomates vendus dans la grande distribution : résultats d'une enquête auprès de consommateurs français

Chaque année depuis 2010, l'association CLCV conduit une enquête de satisfaction sur la qualité des fruits auprès de consommateurs. La CLCV organise ainsi des dégustations et des relevés de prix : abricots, pêches jaunes et blanches, melons (de 2010 à 2013), fraises et tomates (2014 et 2015) et pêches blanches et tomates (2016). Ces enquêtes révèlent que les consommateurs sont loin d'être tous satisfaits par la qualité gustative des fruits et légumes qui leur sont proposés en grande distribution.

En 2016, l'étude menée sur les pêches blanches et les tomates a mis en évidence que le niveau de satisfaction était insuffisant, en particulier pour les tomates (seulement 20% des consommateurs estimaient que les tomates avaient un goût agréable ou un très bon goût). L'étude 2016 avait notamment confirmé le résultat de nos enquêtes antérieures et indiquant que choisir les catégories de produits plus chères ne garantissait pas des produits plus savoureux pour les consommateurs.

Cette année, entre mi-septembre et mi-octobre, c'est auprès de plus de **830 consommateurs** (majorité de femmes, âge moyen : 56 ans) réunis lors de **67 dégustations** qu'ont été testés trois types de tomates (origine française) et variétés de raisins blancs (français et italiens).

Seuls 28% des consommateurs sont satisfaits par le goût des tomates. Constat variable en fonction des types de tomates : pour les tomates rondes en grappe et les tomates côtelées, la satisfaction chute à 20%. Notons que les tomates côtelées (près de 2 fois plus chères que les tomates grappe) apportent autant, voire moins de satisfaction que les tomates grappe. Les meilleurs taux de satisfaction au niveau du goût sont observés pour les tomates cerise (42%) dont le prix moyen est proche de 6 à 7 euros le kilo, prix plus important !

En ce qui concerne les raisins, les consommateurs sont plus satisfaits : entre 50% et 60% des consommateurs apprécient la qualité globale et le goût des raisins mais près de 20% trouvent que leur goût est peu agréable ou désagréable. De plus, en comparaison des raisins français, les raisins italiens satisfont de manière assez similaire les consommateurs alors que leur prix est beaucoup plus attractif. Parmi les variétés françaises les plus représentées dans les dégustations, les raisins sans pépin et le chasselas, dans une moindre mesure, sont les variétés qui remportent le plus de succès auprès des consommateurs.

Au vu de ces résultats, améliorer la qualité et le goût des fruits est un enjeu majeur, d'autant plus que le goût serait le 4e critère le plus important pour le choix des fruits et légumes après la fraîcheur, la qualité et le prix¹.

Pour son enquête 2017, la CLCV a collaboré avec APRIFEL, l'Agence pour la Recherche et l'Information en Fruits et Légumes.

¹ France AgriMer – Pratique et habitudes de consommation de fruits et de légumes. 2016

Table des matières

Qualité des raisins et des tomates vendus dans la grande distribution : résultats d'une enquête auprès de consommateurs français.....	3
Méthodologie de notre action 2017 sur les raisins et les tomates.....	5
1) Les relevés de prix.....	6
2) Les dégustations « à l'aveugle »	6
a) Conditions des dégustations	6
b) Questions relatives à la dégustation	7
c) Question générale sur la satisfaction globale des fruits vendus en grande distribution	8
Résultats	9
1) Structures locales et enseignes concernées par l'enquête 2017.....	9
2) Le prix issu des relevés en magasins.....	10
a) Le prix des raisins blancs	10
b) Le prix des tomates	10
3) La satisfaction sur la qualité globale.....	11
a) Les raisins blancs	11
b) Les tomates rouges.....	13
4) Le goût	15
a) Les raisins blancs	15
b) Les tomates rouges.....	19
5) Existe-t-il des différences de prix en fonction des niveaux de satisfaction ?.....	20
a) Les raisins	20
b) Les tomates	21
6) Perception générale des fruits vendus en grande et moyenne surface (GMS)	21
Résumé et perspectives	23
Annexe 1	25

Méthodologie de notre action 2017 sur les raisins et les tomates

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

Nous avons sélectionné ces fruits car ils sont relativement disponibles sur la période durant laquelle se déroule notre action, à savoir en septembre/octobre. En effet, la pleine saison pour les raisins est d'août à octobre ; pour les tomates, de mai à septembre.

En frais, la consommation française de raisins est de l'ordre de 4 kg² par an et par ménage acheteur et celle de tomates représente environ 14 kg par an et par ménage acheteur³.

Nous avons choisi de faire nos relevés de prix et d'acheter les fruits pour les dégustations en grandes et moyennes surfaces (GMS). 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 : avec une part de marché (en valeur) des hypermarchés à 33,6 % et des supermarchés à 18,7 %⁴. Les relevés de prix permettent d'émettre des hypothèses sur l'influence des prix sur les achats et la satisfaction pour les consommateurs mais ne sont pas représentatifs des prix moyens du marché.

Notre objectif a donc été de réaliser un état des lieux de l'évaluation de la qualité globale et du goût des raisins et des tomates par un groupe de consommateurs.

Pour les raisins, nous avons comparé différentes variétés de raisin ainsi que les origines française et italienne. S'agissant des tomates, nous avons testé trois types de tomates françaises la tomate ronde en grappe, la tomate cerise et la tomate côtelée.

Par ailleurs, et sans lien avec les fruits spécifiques de la dégustation, nous avons interrogé nos testeurs sur la satisfaction globale des fruits vendus en grande distribution.

² Site INTERFEL Les fruits et légumes frais – Le raisin <https://www.lesfruitsetlegumesfrais.com/fruits-legumes/fruits-de-plantes-grimpantes/raisin/carte-identite>

³ Kantar World Panel

⁴ France AgriMer Achats des fruits et légumes frais par les ménages français- Données 2016 - Edition Mars 2017

1) Les relevés de prix

Les relevés de prix ont été effectués à travers la France par des militants de la CLCV. Ces prix ont été relevés en grande distribution entre début septembre et début octobre.

Les relevés de prix ne sont pas représentatifs des prix moyens du marché mais permettent d'émettre des hypothèses sur l'influence des prix sur les achats et la satisfaction pour les consommateurs.

Pour chaque relevé de prix, le type d'enseigne a été renseigné. Le nom de l'enseigne ainsi que la localité du magasin ont également été précisés. Puis les participants renseignaient pour les produits sélectionnés la dénomination commerciale, la variété, la catégorie (extra, 1, ou 2), l'origine et le prix au kilo.

Outre les relevés de prix, le réseau local était invité à faire participer les volontaires aux dégustations.

2) Les dégustations « à l'aveugle »

a) Conditions des dégustations

Entre mi-septembre et mi-octobre 2017, le réseau local de la CLCV a réuni dans les différents départements volontaires des groupes de onze à soixante consommateurs qui ont participé à des dégustations de tomates rouges et de raisins blancs achetés en grandes surfaces. Ce sont majoritairement des femmes qui ont assisté à ces dégustations, avec une moyenne d'âge de 56 ans. Notre échantillon n'est pas représentatif de la population française.

A chaque dégustation, les participants ont goûté trois types de tomates rouges et trois variétés de raisins présentant les caractéristiques suivantes :

- Trois types de tomates **toutes d'origine française** : tomate ronde en grappe, tomate côtelée et tomate cerise. Généralement ces trois catégories ont des prix qui diffèrent.
- **Deux raisins blancs d'origine France** de variétés différentes et **un raisin blanc d'origine italienne**.

Pour les raisins de type Chasselas, nous avons fait le choix de regrouper les raisins AOP ou non AOP pour des raisons d'effectifs.

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

- Les dégustations ont été réalisées à l'aveugle. Aucune information n'était donnée aux consommateurs concernant les caractéristiques des produits de dégustations (prix, variété, origine...). Pour cela, des lettres ont été attribuées au hasard aux produits.
- Les trois types de raisins ou de tomates ont été dégustés et notés par les mêmes personnes.

Les raisins et les tomates étaient préalablement lavés à l'eau claire. Des indications de conservation ont été données aux structures locales pour optimiser ces dégustations sans altérer les qualités des produits. Notamment, afin de ne pas altérer leur goût, les tomates ne devaient pas être conservées au réfrigérateur avant les dégustations. Les tomates, à l'exception des tomates cerise, ont été découpées en lamelles avant la dégustation.

Après chaque dégustation d'un fruit, les consommateurs ont répondu aux questions correspondant au fruit qu'ils venaient de déguster sur un questionnaire fourni. Pour éviter que les saveurs des fruits ne se mélangent et perturbent l'appréciation des consommateurs, les participants ont été invités à boire de l'eau après chaque item.

Dans le cas des dégustations, les centres étaient invités à communiquer, lors de la centralisation des fiches de dégustation et pour le traitement des données uniquement, les correspondances lettres et type de fruits, le prix au kilo des fruits de dégustations, l'origine et la variété. On a donc aussi une information de prix spécifiquement relative aux fruits qui ont été dégustés.

b) Questions relatives à la dégustation

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

- Leur avis concernant **la qualité globale** du produit dégusté (tous critères confondus : qualité gustative, aspect, texture, etc.) à l'aide d'une échelle à 5 niveaux. Cette dernière était composée des choix suivants : je n'aime pas du tout / je n'aime pas / ni bon(ne), ni mauvais(e) / j'aime / j'adore
- Leur appréciation au regard du **goût**. Echelle à 5 niveaux : Aucun goût ou goût très désagréable / Peu de goût ou goût peu agréable / Goût Correct / Goût agréable / Très bon goût
- Pour les raisins spécifiquement, une question était posée sur la **teneur en sucres** du fruit (Très insuffisant/ Insuffisant / Passable / Satisfaisant / Très satisfaisant)

Dans nos interprétations, nous considérerons que les consommateurs sont satisfaits en ce qui concerne la qualité globale s'ils ont répondu les mentions « j'aime » ou « j'adore ». En ce qui concerne le goût, la satisfaction se traduira pour nous par les mentions « Goût agréable » ou « Très bon goût » alors que les mentions « Aucun goût ou goût très désagréable » ou « Peu de goût ou goût peu agréable » seront le reflet de l'insatisfaction des consommateurs pour le goût des fruits sélectionnés. De même, par rapport au taux de sucre, ce sont les deux meilleurs niveaux qui seront considérés comme traduisant la satisfaction des consommateurs alors que les niveaux « très insuffisant » et « insuffisant » traduiront l'insatisfaction.

c) Question générale sur la satisfaction globale des fruits vendus en grande distribution

A la fin du questionnaire et sans lien avec les fruits spécifiques de la dégustation, une question transversale portait sur la satisfaction globale des fruits vendus en grande distribution à l'aide d'une échelle à 5 niveaux (Pas satisfait du tout / Pas satisfait / Moyennement satisfait / Satisfait / Très satisfait) dans le but de dégager une tendance de la perception des consommateurs pour les fruits vendus en grande distribution. Nous avons considéré que les consommateurs étaient satisfaits quand ils avaient répondu en utilisant les items « satisfait » ou « très satisfait ». Les consommateurs étaient aussi invités à laisser des commentaires « en clair » pour connaître les raisons de ce niveau de satisfaction.

Résultats

1) Structures locales et enseignes concernées par l'enquête 2017

La Figure 1 recense les départements qui ont participé à notre enquête : 28 départements sont concernés dont 23 pour les dégustations. Le tableau en Annexe 1 recense les villes, départements et les enseignes concernées par l'enquête fruits et légumes CLCV 2017 (relevés de prix et/ou dégustations).

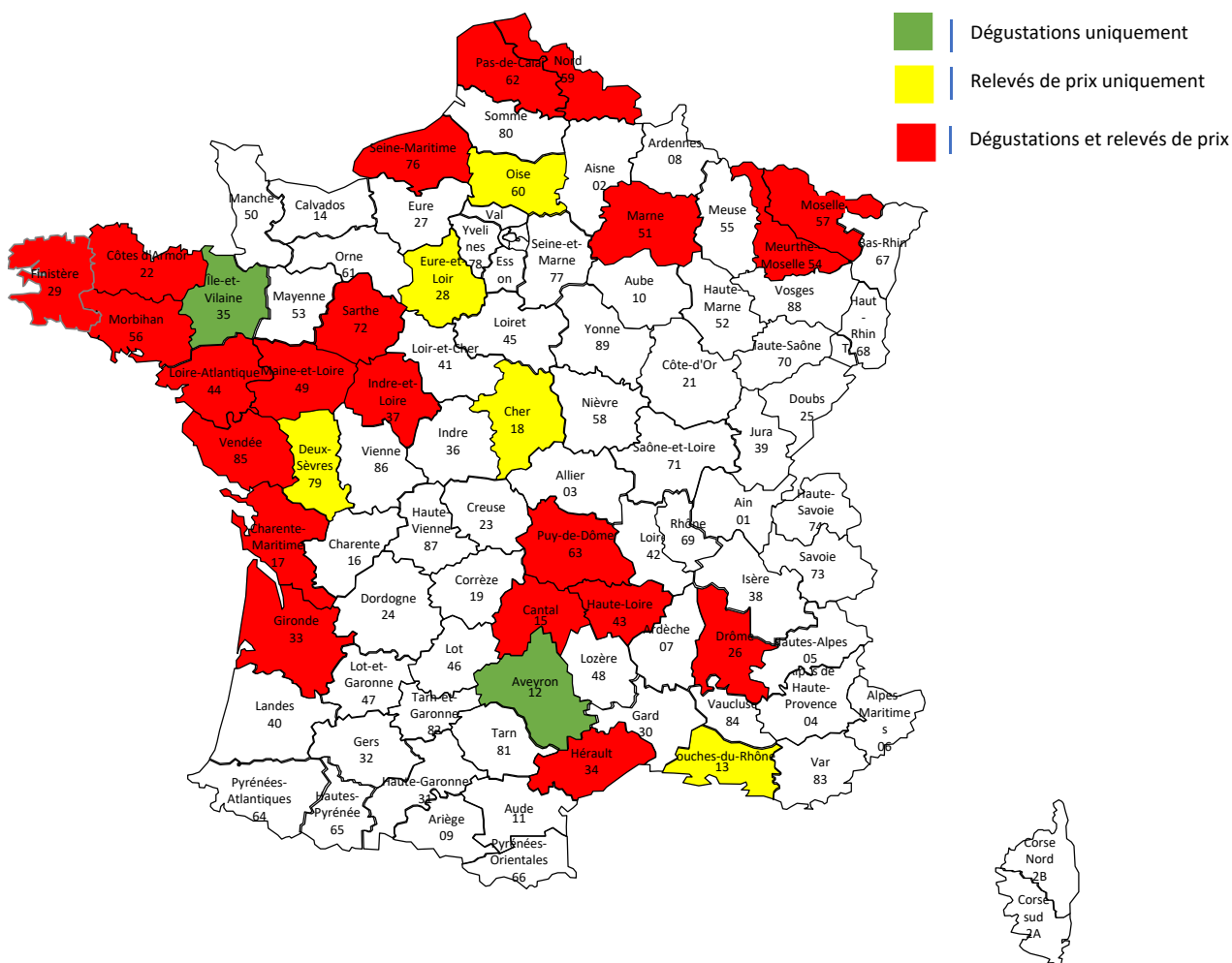


Figure 1 : Départements concernés par l'enquête fruits et légumes CLCV 2017

3 types de tomates

2 raisins français et un raisin italien (plusieurs variétés)

67 dégustations à l'aveugle

23 départements concernés par les dégustations

Environ 830 participants

2) Le prix issu des relevés en magasins

a) Le prix des raisins blancs

Le Tableau 1 présente les relevés de prix pour les raisins, en fonction des variétés et des origines.

Origine du raisin	Type de raisin blanc	Prix moyen (€/kg)	Nombre de relevés
France	Toutes variétés	3,95	196
Italie		2,72	143
Toutes origines		3,44	
France	Chasselas	4,01	88
	Danlas	3,11	32
	Raisins sans pépin	5,39	10
	Muscat	5,17	10
Italie	Italia	2,7	100

Tableau 1 : Prix moyen des raisins selon les variétés et les origines (relevés de prix)

En moyenne, toutes variétés et origines confondues, le prix moyen des raisins blancs était de 3,44 €/ kilo. Dans les données des relevés de prix, les raisins blancs français étaient 45% plus chers que les raisins blancs italiens (3,95 €/kilo contre 2,72€/kilo pour les raisins italiens). La variété Italia était la plus présente pour les relevés de prix. En ce qui concerne les différentes variétés françaises, les raisins sans pépin étaient les plus chers à près de 5,4€ le kilo et le Danlas le moins cher à environ 3€/kilo. Le chasselas (dont AOP) avait un prix intermédiaire à 4€/kilo.

b) Le prix des tomates

Le Tableau 2 présente les relevés de prix pour les tomates françaises en fonction des variétés.

Type de tomates	Prix moyen (€/kg)	Nombre de relevés
Toutes variétés	4,69	376
Tomates rondes grappe	2,38	145
Tomates côtelées	4,03	74
Tomates cerise	7,15	157

Tableau 2 : Prix moyen des tomates selon les variétés

En moyenne, toutes variétés confondues, le prix moyen des tomates françaises était de 4,7€/ kilo dans notre échantillon. Ce résultat, plus élevé que les années précédentes, s'explique en partie en raison du choix d'étudier, dans l'enquête 2017, les tomates cerise, plus chères au kilo.

Les tomates rondes en grappe étaient les moins chères (2,38€/kilo), les tomates côtelées avaient un prix intermédiaire (4,03€/kilo) et les tomates cerise avaient le prix moyen le plus élevé (7,14€/kilo). Les tomates côtelées sont donc 1.7 fois plus chères que les tomates grappe. Les tomates cerise sont quant à elles 3 fois plus chères en moyenne que les tomates grappe.

Les prix des tomates côtelées et de celles en grappe sont plus élevés que dans notre enquête de 2016 (respectivement, environ 3,1€/kilo et 2€/kilo en 2016 contre environ 4€/kilo et 2,4€/kilo en 2017)

3) La satisfaction sur la qualité globale

a) Les raisins blancs

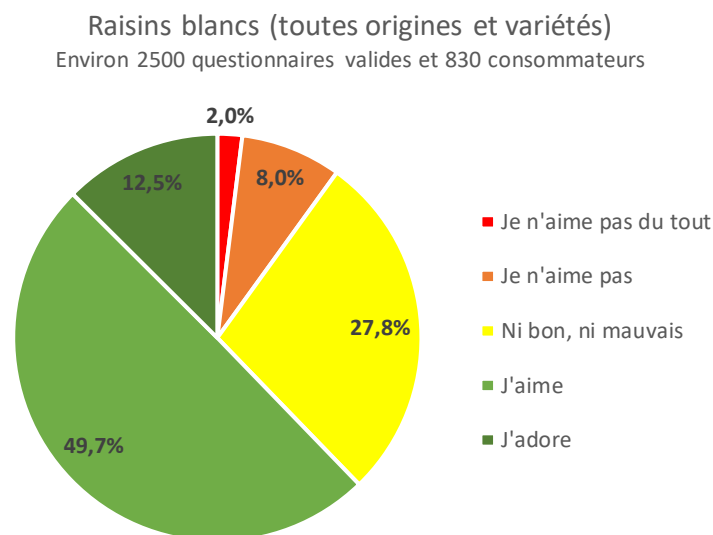


Figure 2 Taux de satisfaction sur la qualité globale des raisins blancs (toutes origines et variétés confondues)

On observe pour les raisins blancs que 62,2% des panelistes sont satisfaits par la qualité globale des produits (Figure 2). Ce chiffre est plutôt positif mais il convient de noter que presque 28% des participants estiment que le raisin n'est « ni bon, ni mauvais » et qu'ils sont 10% pour lesquels le raisin ne répond pas ou pas du tout à leurs critères de qualité globale (Figure 2).

Il semblerait que les raisins blancs italiens apportent un peu plus de satisfaction en termes de qualité globale que les raisins français (65,3% vs 60,7% de mentions « j'adore » et « j'aime ») (Figure 3).

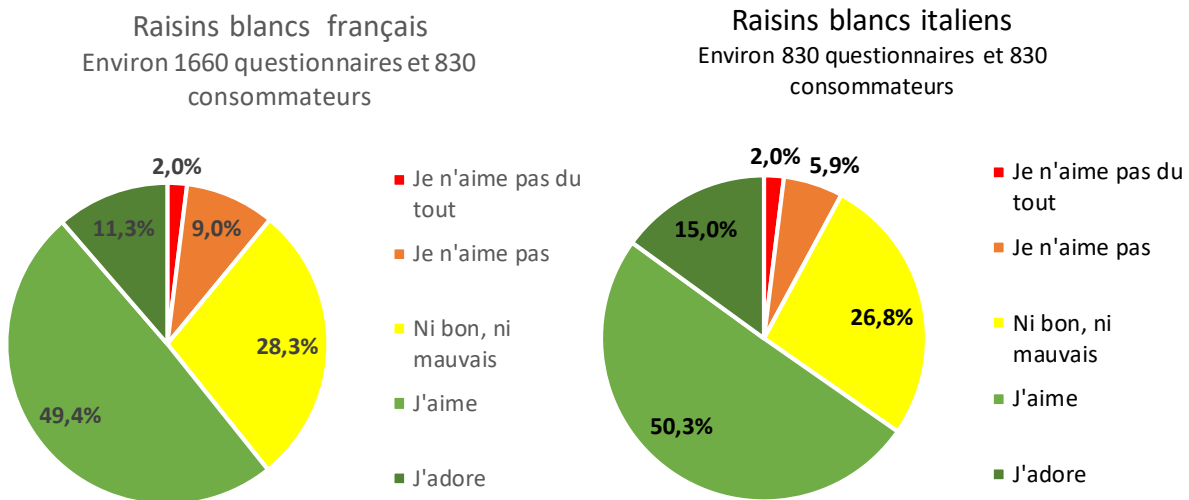


Figure 3 Taux de satisfaction sur la qualité globale des raisins blancs en fonction de l'origine

Les appréciations de la satisfaction globale par variété de raisins sont présentées dans la Figure 4 qui suit. Dans la lecture des résultats sur la satisfaction globale par variété, nous émettons une réserve méthodologique sur les effectifs du muscat et du raisin sans pépin italien qui sont très restreints. Parmi les raisins français, ce sont les variétés chasselas, chasselas AOP, Danlas et raisins sans pépin qui sont les plus représentés. Parmi les raisins italiens, on note la présence majoritaire de l'Italia et dans une bien moindre mesure des raisins sans pépin.

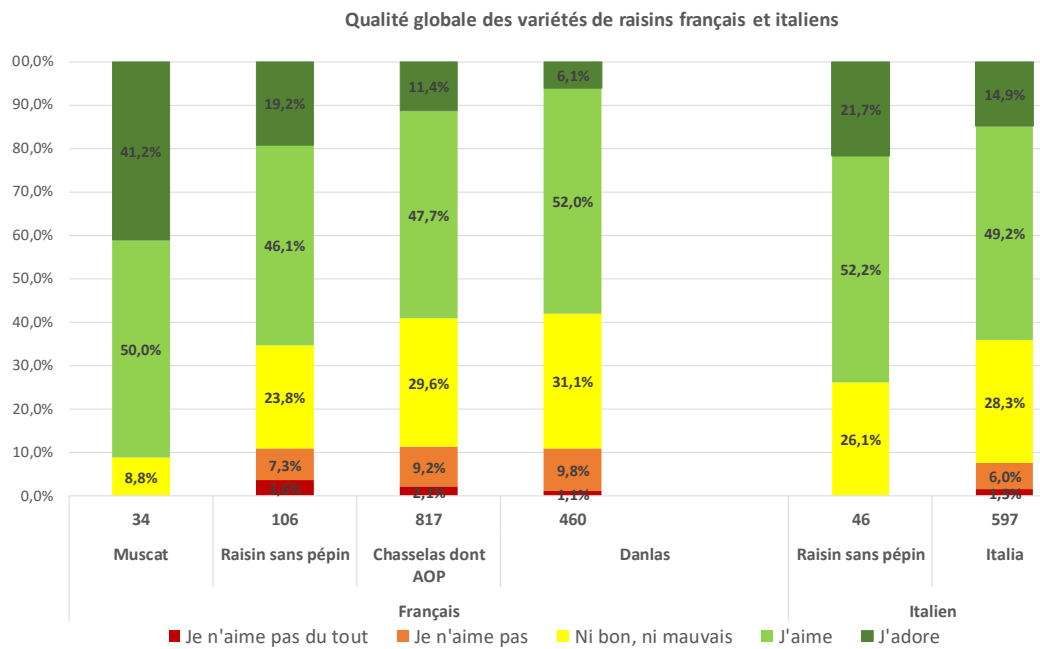


Figure 4 Taux de satisfaction sur la qualité globale des raisins blancs en fonction des variétés majoritaires par origine

b) Les tomates rouges

On compte environ que seuls 38% des consommateurs sondés satisfaits de la qualité globale des tomates avec près de 30% qui ne les aiment pas ou pas du tout. Ce constat est similaire à celui observé les années précédentes puisque cela fait maintenant la 4^{ème} année que les tomates font partie des dégustations (Figure 6).

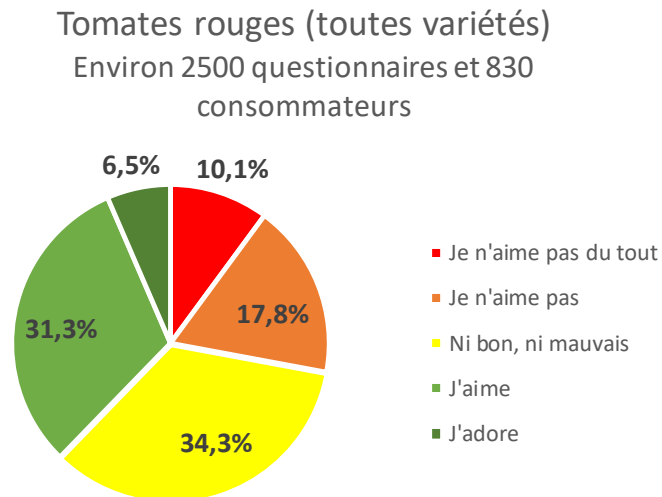


Figure 5 Taux de satisfaction sur la qualité globale des tomates rouges françaises

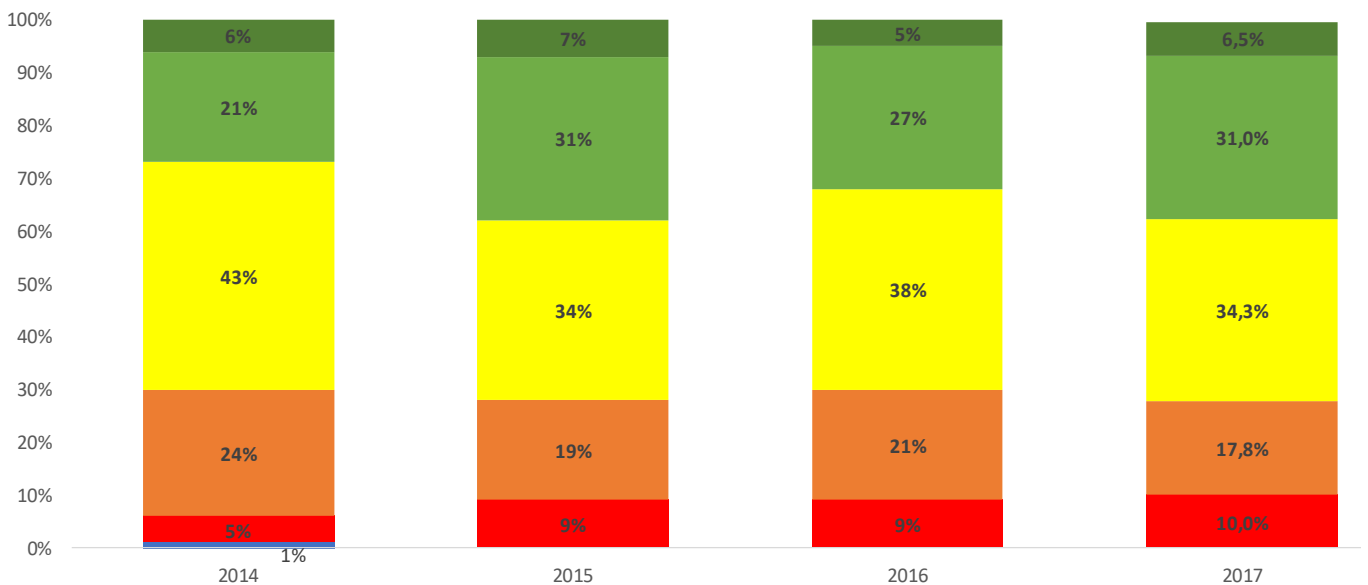


Figure 6 Taux de satisfaction de la qualité globale des tomates (enquêtes 2014 à 2017)

Les consommateurs semblent un peu plus satisfaits cette année qu'en 2016 mais lorsque les résultats sont présentés par variété (Figure 7), nous nous apercevons que cela est dû à la présence des tomates cerise lors des dégustations 2017 pour lesquelles le taux de satisfaction globale est meilleur que pour les autres variétés.

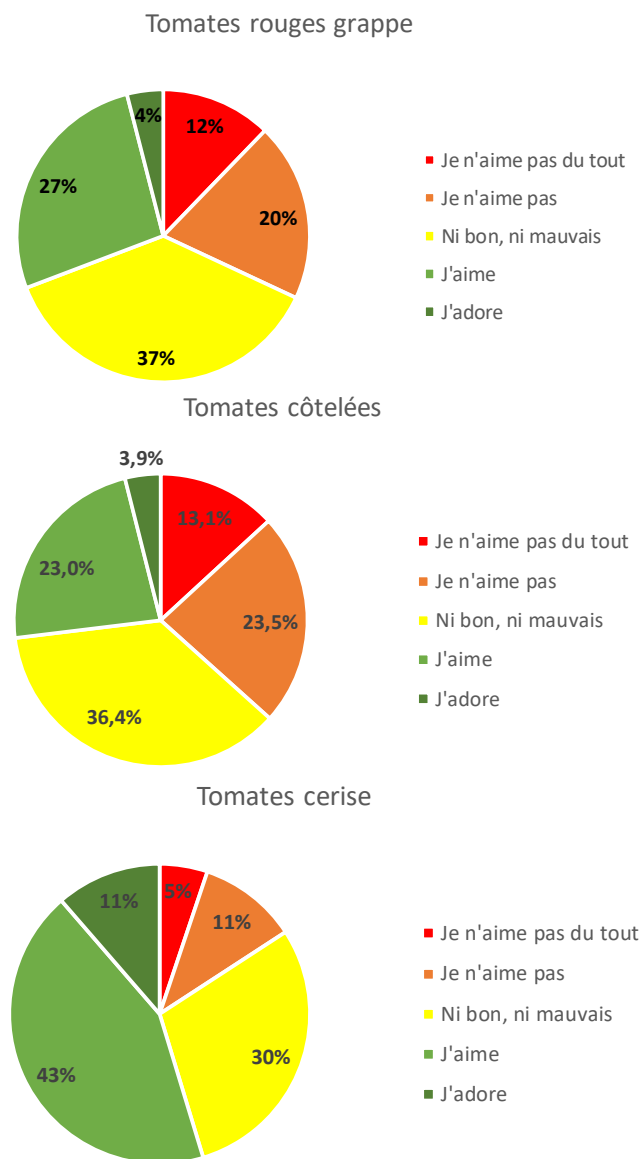


Figure 7 Taux de satisfaction sur la qualité globale des tomates rouges françaises par variété

On note en effet que ce sont les tomates cerise qui ont la note de satisfaction de qualité globale la plus élevée avec 54% de consommateurs satisfaits contre 31% pour les tomates rondes en grappe et 27% pour les tomates côtelées. Ces dernières semblent être les moins appréciées avec presque 37% des participants qui ne les apprécient pas ou pas du tout.

4) Le goût

Que ce soit pour les raisins ou les tomates, le goût des fruits est fortement corrélé à la satisfaction globale (coefficients de corrélation entre 0.79 et 0.82). Le taux de sucre influence aussi fortement le niveau de satisfaction globale et gustative (coefficients de 0.1 et de 0.76) pour les raisins.

a) Les raisins blancs

Les panélistes semblent moins satisfaits du goût des raisins que de sa qualité globale. La moitié des consommateurs trouvent que le raisin a bon goût (mentions « goût agréable » ou « très bon goût »). Ils sont tout même près de 20% à trouver que le goût est peu agréable ou désagréable (Figure 8). De plus, 30% estiment que ce goût est « correct ».

Taux de satisfaction sur le goût des raisins blancs
(toutes origines et variétés confondues)

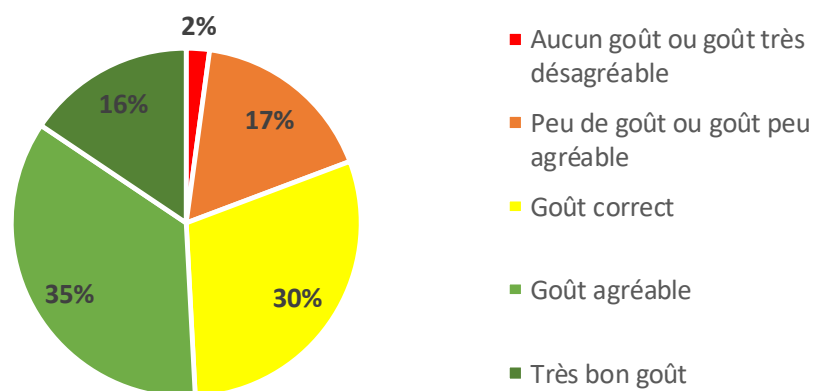


Figure 8 Taux de satisfaction sur le goût des raisins blancs (toutes origines et variétés confondues)

Peu de différences de satisfaction au niveau du goût sont observées entre les raisins français et les raisins italiens (Figure 9 & Figure 10).

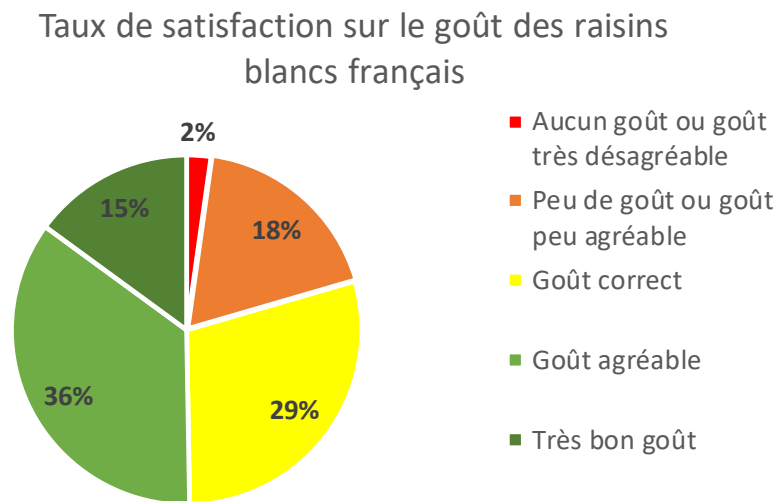


Figure 9 Taux de satisfaction sur le goût des raisins blancs français (variétés confondues)

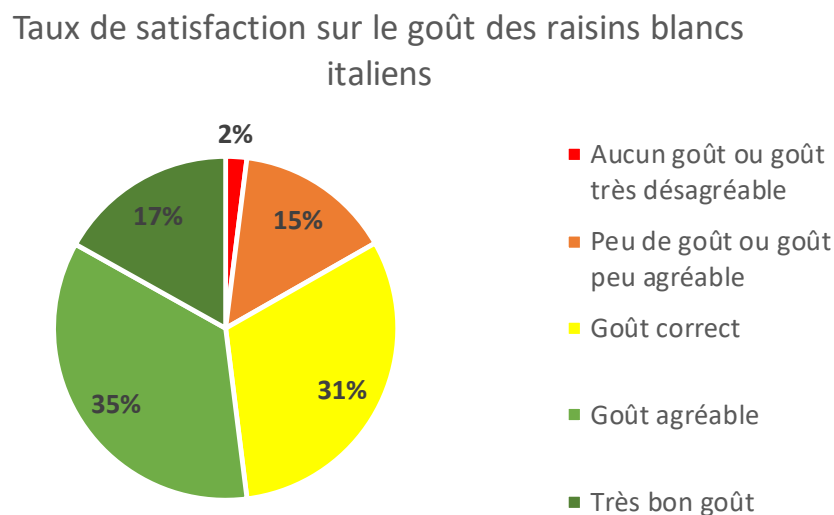


Figure 10 Taux de satisfaction sur le goût des raisins blancs italiens (variétés confondues)

La Figure 11 suivante présente les taux de satisfaction en fonction des variétés de raisin représentées parmi les origines France et Italie. Notons une réserve méthodologique sur les faibles effectifs des muscats français et des raisins sans pépin italiens qui pourraient biaiser les résultats par variété. On note que, parmi les raisins français, ce sont dans l'ordre décroissant le muscat, les raisins sans pépin, les chasselas puis le Danlas qui satisfont les consommateurs. Le raisin Italia, très majoritaire dans nos dégustations, semble plaire un peu moins que les raisins sans pépin français mais les taux de satisfaction (mentions « j'aime » ou « j'adore ») sont similaires (légèrement supérieurs) à celle du chasselas français.

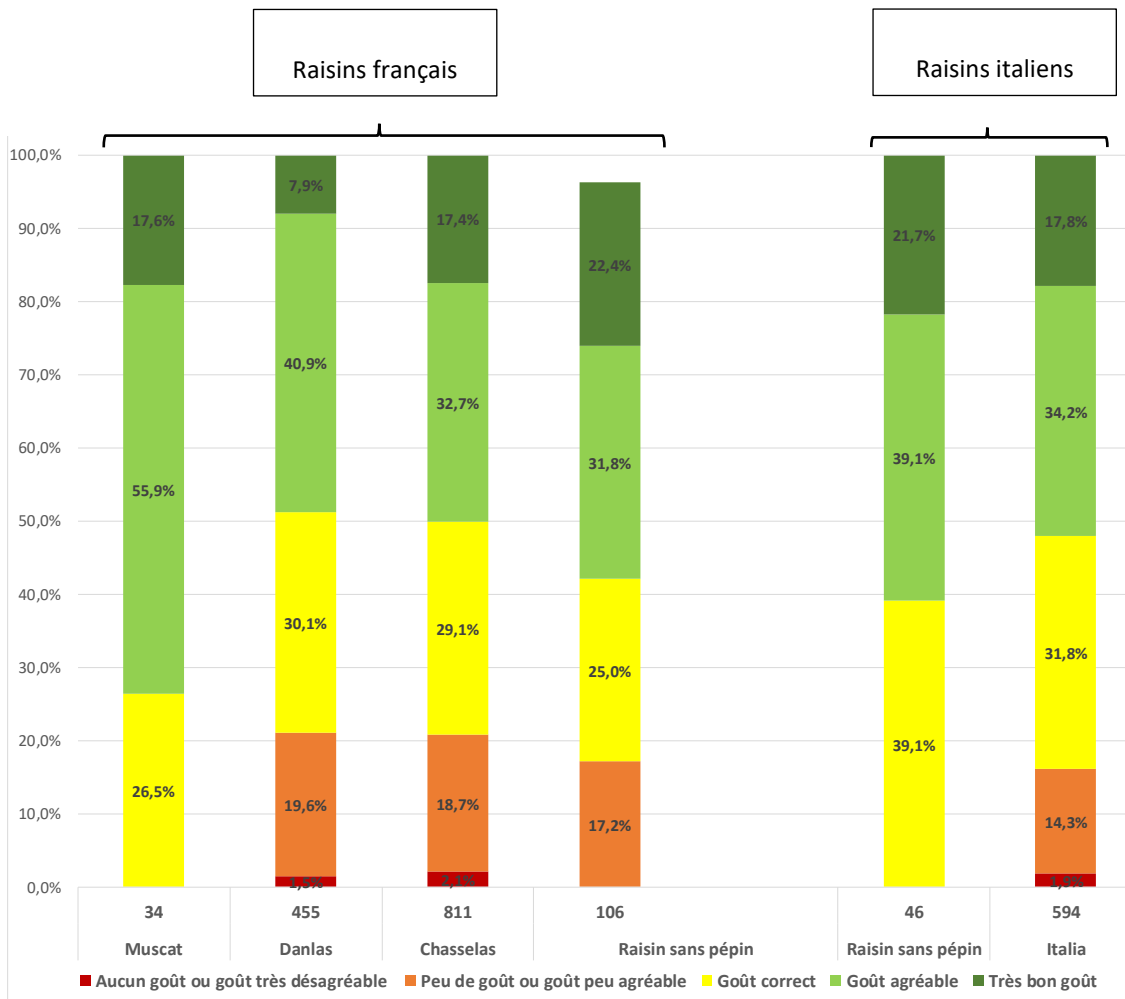


Figure 11 Taux de satisfaction sur le goût des raisins blancs selon les variétés les plus représentées et les origines

A noter : le prix des raisins Italia était plus faible (autour de 2 euros/kilo dans les dégustations) alors que le prix du Danlas était de 2,9€/kilo, celui du chasselas était situé entre 3,5€/kilo et 4,6€/kilo et celui des raisins sans pépin français dégustés atteignait 5,7 €/kilo. Ainsi, pour des taux de satisfaction relativement proches ou meilleurs, le raisin Italia semble avoir un meilleur rapport qualité / prix pour le consommateur. Les raisins

français, relativement bien appréciés sont jusqu'à 2,9 plus chers au kilo (raisins sans pépin français vs raisin italien Italia)!

Le taux de sucre des raisins blancs satisfait plus de 60% des consommateurs (Figure 12). C'est environ 15% des panélistes qui ne sont pas satisfaits pour ce critère (Figure 12).

Taux de satisfaction par rapport au taux de sucre des raisins blancs (tous confondus)

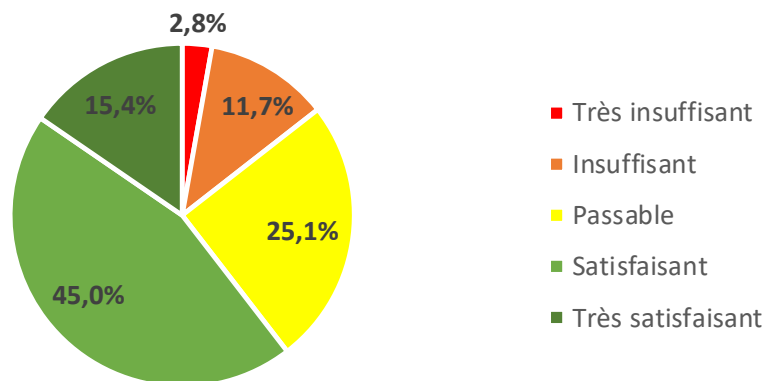
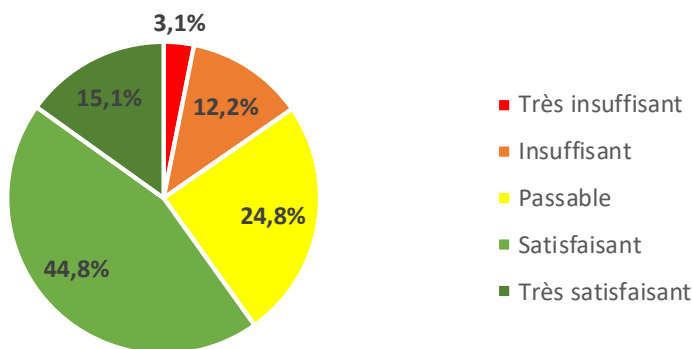


Figure 12 Satisfaction sur le taux de sucre des raisins blancs (toutes origines et variétés confondues)

Les différences entre les origines italiennes et françaises (Figure 13) sont faibles pour la satisfaction sur le niveau de sucres des raisins. Elle est légèrement plus élevée pour les raisins italiens.

Taux de satisfaction par rapport au taux de sucre des raisins blancs français



Taux de satisfaction par rapport au taux de sucre des raisins blancs italiens

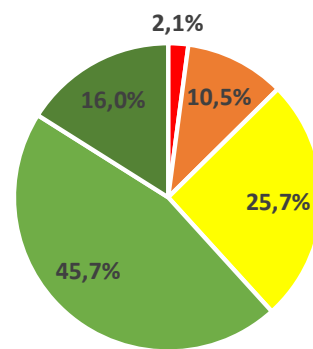


Figure 13 Satisfaction sur le taux de sucre des raisins blancs par origine (français à gauche ; italiens à droite)

Muscat exclu (échantillon faible), ce sont les raisins sans pépin et le chasselas qui satisfont le plus les consommateurs au niveau du sucre pour les variétés françaises.

b) Les tomates rouges

Le goût des tomates satisfait très peu de consommateurs (Figure 14) : seuls 28% des consommateurs jugent qu'elles ont un goût agréable ou un très bon goût. Sur la Figure 14, on note que 24% des consommateurs estiment que le goût est « correct » et 47,7% ne sont pas satisfaits du goût (mentions « peu de goût ou peu agréable » et « aucun goût ou goût très désagréable »)

Si le chiffre des consommateurs satisfaits (28%, mentions « goût agréable et « très agréable ») est un peu plus élevé que dans notre enquête de 2016, on s'aperçoit que lorsque l'on regarde les notes de satisfaction du goût par variété (Figure 15), nous retrouvons le taux de satisfaction de 20-21% pour les tomates rondes en grappe et les tomates côtelées. Ce sont en fait les tomates cerise qui semblent être plus appréciées par les consommateurs pour leur goût : ils sont ainsi plus de 42% à trouver que les tomates cerise ont un goût agréable ou un très bon goût (Figure 15). Or, les tomates cerises sont beaucoup plus chères (cf. p10 b) Le prix des tomates) avec un prix au kilo en moyenne à près de 6 euros (moyenne pour les dégustations) à 7 euros/kilo en moyenne dans les données de relevés de prix !

Taux de satisfaction sur le goût des tomates rouges (toutes variétés)

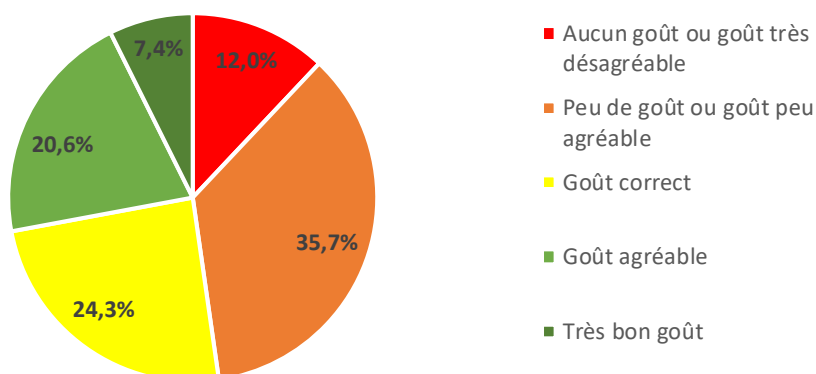


Figure 14 Taux de satisfaction sur le goût des tomates rouges (toutes variétés confondues)

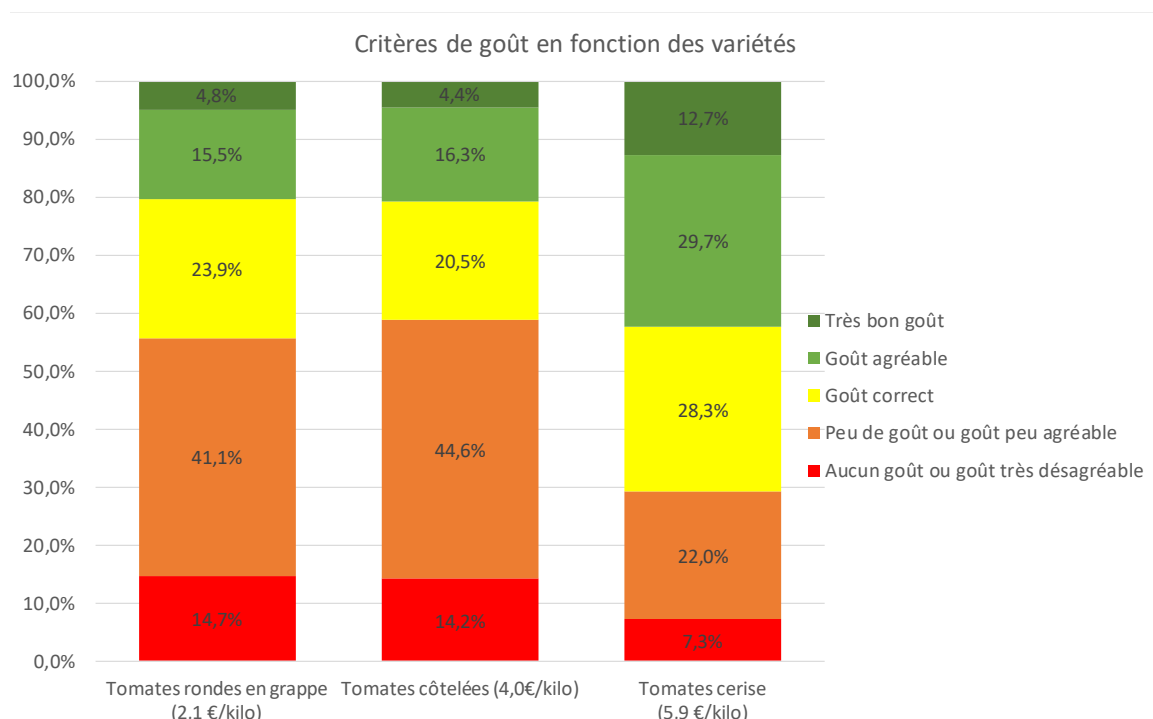


Figure 15 Taux de satisfaction sur le goût des tomates rouges en fonction des variétés retenues (et prix des tomates dégustées)

5) Existe-t-il des différences de prix en fonction des niveaux de satisfaction ?

Les corrélations globales indiquent que pour les raisins et les tomates, le prix est peu corrélé au goût ou à la satisfaction globale (coefficient entre 0.06 et 0.11). Cependant, certains points sont à souligner quand on considère les prix moyens ou les classes de prix selon les niveaux de satisfaction pour certains produits.

a) Les raisins

Pour les raisins italiens, toutes variétés confondues, peu de différences de prix entre les niveaux de satisfaction (globale ou goût ; entre 0,05 et 0,25 €/kilo entre le niveau le plus bas et le haut). Les raisins français (toutes variétés confondues) avec les mentions « j'adore » ou « très bon goût » (plus haut niveau de satisfaction) étaient en moyenne à un prix plus élevé de 0,27 à 0,47 € par kilo. En effet, quand on regarde par classe de prix (4 niveaux), les raisins français avec les mentions « j'adore » pour la qualité globale et « très bon goût » étaient plus nombreux dans la classe de prix la plus élevée. Pour les autres niveaux de satisfaction, dont les plus faibles, les répartitions dans les classes de prix étaient plus homogènes.

b) Les tomates

Pour les tomates cerise, les prix moyens les plus élevés sont observés dans les niveaux de satisfaction (globale et goût) les plus faibles (+1€/ kilo pour le niveau de satisfaction le plus bas). **Des produits moins satisfaisants sont donc plus chers pour les tomates cerise dont le prix moyen est déjà élevé** (5.9€/ kilo au niveau des fruits de dégustation et plus de 7 euros dans les données de relevés de prix).

Pour les tomates côtelées ou grappe, les prix sont relativement équivalents selon les niveaux de satisfaction.

6) Perception générale des fruits vendus en grande et moyenne surface (GMS)

Les réponses à la question générique sur la satisfaction des consommateurs pour les fruits de grande distribution montrent que 34% des participants ne sont pas satisfaits des produits proposés (Figure 16), ils sont moins de 20% à en être satisfaits ou très satisfaits et 48% sont moyennement satisfaits.

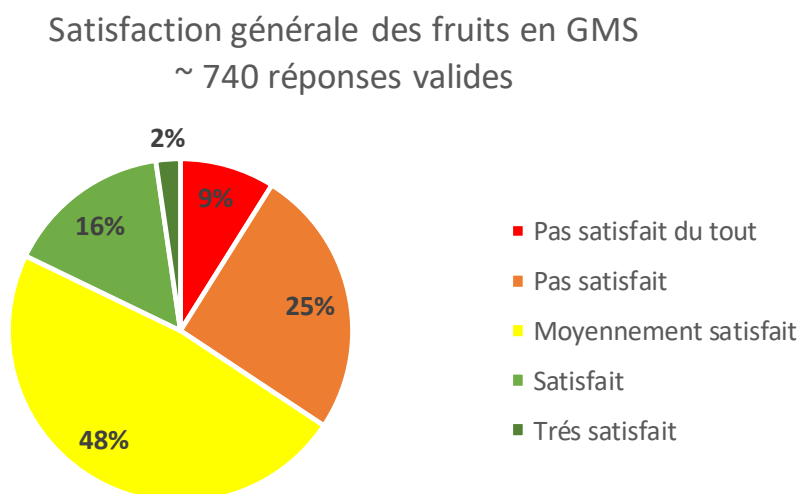


Figure 16 Satisfaction générale quant aux fruits vendus en GMS

Cette insatisfaction sur les fruits vendus en GMS ne semble pas s'améliorer au fur et à mesure des années et il semble que c'est plutôt la tendance contraire qui apparaît grâce à nos enquêtes successives. Le nombre d'avis négatifs augmente chaque année (13% en 2015, 20% en 2016).

Les commentaires laissés par certains volontaires des dégustations renseignent en partie sur les raisons de l'insatisfaction.

La première raison évoquée dans les commentaires est le manque de goût (« insipide », « aucun goût », « manque de saveur », etc.). Le manque de maturité des fruits (« fruits verts en magasin », « pas assez mûrs », « durs ») et leur mauvaise conservation après achat (« pourrissent très vite », « s'abiment dès le lendemain ») sont des raisons très largement citées par les consommateurs. Les problèmes de conservation en magasin (produits sortis des chambres froides, présentés dans des frigos, manque de fraîcheur, etc.) et la grande variabilité des produits sont également mis en avant. Enfin, le prix et le manque de traçabilité, notamment sur l'utilisation des pesticides rebutent un certain nombre de répondants.

Certains cherchent donc à favoriser les fruits Bio, les fruits du jardin quand cela est possible ou encore des achats de produits locaux, en s'approvisionnant sur des circuits courts ou auprès des producteurs et un certain nombre évitent tant que possible de réaliser leurs achats de fruits et légumes en GMS.

Résumé et perspectives

Notre enquête montre une déception des consommateurs pour la qualité globale des tomates qui ne satisfont que 38% d'entre eux, 34% ne les trouvent ni bonnes ni mauvaises et 30% ne les aiment pas.

Le résultat est meilleur pour les raisins blancs avec 62% de panélistes satisfaits mais des progrès importants restent à faire puisque 10% ne les aiment pas et 28% ne les trouvent ni bons ni mauvais.

Concernant le goût, les taux de satisfaction sont plus faibles, notamment pour les tomates pour lesquelles le constat est sans appel : seuls 28% des consommateurs sont satisfaits du goût des tomates et ce taux est encore plus faible pour les tomates côtelées et les tomates rondes en grappe (20%). Ce sont les tomates cerise qui remportent le plus de succès au niveau du goût car 42% en sont satisfaits mais non sans frais puisque leur prix au kilo atteint les 6-7 euros. Les raisins ont, quant à eux, des notes de satisfaction plus élevées, avec plus de la moitié des consommateurs satisfaits.

De plus, pour les tomates, on n'observe pas de lien entre le prix et les niveaux de satisfaction : les moyennes de prix sont proches pour chaque niveau de satisfaction pour les tomates côtelées ou les tomates rondes en grappe et il semblerait que les tomates cerise les moins bien notées soient les plus chères !

Pour les raisins, on observe peu de différences entre les raisins français et italiens, qui satisfont correctement les consommateurs au niveau du goût. Les raisins italiens, majoritairement représentés par la variété Italia, sont bien moins chers au kilo et apportent autant de satisfaction que certains raisins français plus chers.

Enfin, il apparaît que seulement 18% des consommateurs sont satisfaits de la qualité des fruits vendus en grande et moyenne distribution. Les consommateurs évoquent ainsi un manque de goût, de maturité, de traçabilité et de conservation de ces produits vendus en GMS.

Bien que nombreux efforts aient été déjà fournis par un certain nombre d'acteurs de la filière (production et distribution), la CLCV recommande que l'ensemble des acteurs continue de poursuivre leurs engagements tant en termes de choix de variétés, que d'optimisation de dates cueillette ou encore de conditions de transports et de conservation en/ vers les magasins. Pour améliorer le goût des produits, notamment des tomates, des mesures peuvent être renforcées à tous les niveaux de la chaîne de production et de distribution. Tout commence avec des choix de variétés goûteuses qui nécessitent notamment un développement de la recherche pour améliorer leur conservation tout au long de la chaîne. Par ailleurs, des conseils dispensés aux consommateurs peuvent les aider à mieux entreposer et consommer les fruits et légumes à la maison (notamment, la conservation ou non au réfrigérateur de certains produits).

Dans le cas des raisins, la compétitivité des raisins italiens semble importante du fait de leur prix attractif et de la satisfaction que ces produits génèrent, équivalente ou meilleure à certains produits français, plus chers. Dans une dynamique de filières locales, une réflexion doit être menée sur la revalorisation de raisins français de qualité.

La consommation de fruits et de légumes frais étant un enjeu de santé publique majeur, l'augmentation de leur consommation est primordiale et mérite de prendre en compte leur attractivité, notamment en termes de goût et de qualité globale.

Annexe 1

	Villes	Départements	Enseignes		Villes	Départements	Enseignes
1	Onet-Le-Château	Aveyron (12)	Supermarché Leclerc	7	Crest Romans	Drôme (26)	Casino Supermarché ; Carrefour Market; Hypermarché géant Casino; Hypermarché Intermarché; Lidl; Leclerc; Hyper U; Super U; Netto
2	UD 13 ; Salon de Provence	Bouche du Rhône (13)	Carrefour Market ; Leclerc	8	Lucé	Eure et Loire (28)	Carrefour ; Géant Casino; Intermarché; Leclerc;
3	Aurillac	Cantal (15)	Géant Casino	9	Brest Quimper	Finistère (29)	Hypermarché Carrefour; Supermarché U; Hypermarché Géant; Carrefour Contact; Leclerc; Shopi; U Express
4	Saintes	Charente-Maritime (17)	Hypermarché U	10	UD33 ; Bordeaux nord; Londinières, Langon; Landiras; Lormont	Gironde (33)	Hypermarchés Leclerc ; Magasins Leader Price; Carrefour Market; Auchan; Carrefour; Carrefour Contact; Hypermarché Casino ; Lidl ; Monoprix
5	Saint Doulchard;	Cher (18)	Carrefour ; Géant Casino ; Intermarché; Leclerc; Netto; Lidl	11	Lattes, Montpellier	Hérault (34)	Hypermarché Carrefour; Supermarché Hard Discount Leader Price; Hypermarchés Géant Casino; Supermarché; Spar; Intermarché; Auchan; Lidl; Grand Frais
6	Dinan	Côtes d'Armor (22)	Hypermarché Leclerc ; Aldi ; Carrefour Market; Casino; Grand Frais	12	Rennes	Ille et Villaine (35)	Supermarché Super U ; Hypermarché U

	Villes	Départements	Enseignes
13	Tours	Indre et Loire (37)	Auchan
14	Brioude ; UD 43	Haute Loire (43)	Supermarché Casino ; Supermarché Carrefour ; Intermarché ; Lidl ; Carrefour Market ; Supermarché Intermarché
15	Saint Nazaire ; Nantes	Loire Atlantique (44)	Hypermarché Leclerc ; Hypermarché Auchan ; Hypermarché Géant
16	Trelazé	Maine-et-Loire (49)	Hyper U ; Super U ; Auchan ; Casino
17	Reims	Marne (51)	Carrefour ; Carrefour Market
18	Luneville; Vandoeuvre; Neuves maisons	Meurthe et Moselle (54)	Hypermarchés Leclerc ; Hypermarché Cora ; Hypermarché Intermarché ; Auchan ; Lidl
19	Lanester	Morbihan (56)	Géant Casino ; Leclerc ; Super U
20	Marly	Moselle (57)	Hypermarché Leclerc
21	Faches, Thumesnil, Ronchin; Hem; Lambersart saint André	Nord (59)	Supermarché Leclerc ; Hypermarchés Auchan ; Hypermarché Carrefour
22	Creil ; Sud Oise	Oise (60)	Carrefour contact ; Magasins Intermarché ; Lidl ; Aldi ; Auchan ; Carrefour Market
23	Longuenesse ; Boulogne	Pas de Calais (62)	Hypermarché Auchan ; Vic Fruit ; Lidl ; Carrefour City ; Carrefour Market; Carrefour contact
24	Clermont-Ferrand	Puy de Dôme (63)	Casino ; Intermarché
25	Le Mans	Sarthe (72)	Hypermarché Leclerc
26	Elbeuf Montivilliers	Seine Maritime (76)	Hypermarchés Leclerc ; Supermarché Intermarché ; Carrefour
27	Parthenay	Deux Sèvres (79)	Hypermarché U ; Leclerc
28	La Roche sur Yon	Vendée (85)	Supermarché Leclerc ; Lidl ; Carrefour

Liste des villes, départements et enseignes concernés par l'enquête fruits et légumes CLCV 2017