



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

2015

DOSSIER DE PRESSE

Que pensent les Français de la qualité (gustative) des fraises et des tomates vendues dans la grande distribution ?

Une sous-consommation de fruits

Le Programme National Nutrition Santé (PNNS) recommande de manger au moins 5 portions de fruits et légumes par jour. Cet objectif de santé publique a été instauré afin de relancer la consommation de fruits en France.

Bien qu'une augmentation de la consommation ait été constatée chez les adultes et les adolescents, cette consommation reste insuffisante au sein de la population française et en particulier chez les enfants et les jeunes adultes¹. En effet, les jeunes adultes ont par exemple, tendance à privilégier les produits transformés (compotes, légumes surgelés, etc.) au détriment des fruits et légumes frais. De même, une étude menée par l'Interprofession des fruits et légumes frais (Interfel) révèle également que 57 % des enfants mangent moins de 5 fruits et légumes par jour.

De nombreux facteurs peuvent expliquer cette situation. Il nous paraît donc intéressant d'évaluer le goût des fruits du point de vue des consommateurs. Pour cela, nous organisons tous les ans depuis 2010, des dégustations de fruits d'été : abricots, pêches jaunes et blanches, melons (de 2010 à 2013), fraises et tomates (2014).

Des consommateurs déçus de la qualité gustative

Nos enquêtes sur les fruits d'été menées de 2010 à 2014 ont montré 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 a, quant à elle, 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.

Le baromètre de confiance des fruits et légumes frais de novembre 2014 tire des conclusions semblables à celles de notre étude. D'après ce dernier, les fruits et légumes jouissent d'une image positive en étant perçus comme la base d'une alimentation saine, équilibrée et naturelle mais les Français sont plus réservés notamment au sujet de leur goût (satisfaction 59 %)².

Au vu de ces résultats, il existe un réel enjeu à relever du côté de l'amélioration de la qualité gustative des fruits.

¹ Etude Nationale Nutrition Santé ENNS, 2006.

² Baromètre de confiance des fruits et légumes frais en 2014. Réalisée par le cabinet TNS Sofres pour FranceAgriMer et Interfel.

Notre action 2015 sur les fruits d'été

Cette année, dans un souci de continuité des actions menées, nous avons décidé de réaliser à nouveau une étude sur les fraises et les tomates, qui représentent deux fruits emblématiques de l'été.

En frais, la consommation française de fraises est de l'ordre de 3 kg par an et par ménage acheteur et celle de tomates représente environ 14 kg par an et par ménage acheteur³.

Ainsi, chaque année près de 130 000 tonnes de fraises et 900 000 tonnes de tomates sont consommées en France. La production française de fraises est de 54 573 tonnes et celle de tomate de 577 384 tonnes⁴.

Nous avons sélectionné ces fruits de saison car ils sont relativement disponibles sur la période durant laquelle se déroule notre action, à savoir de mai à juin. En effet, mai et juin constituent la pleine saison pour les fraises ; pour les tomates, la pleine saison se situe de mai à septembre.

Un des avantages à reconduire l'action menée l'an passé est d'effectuer des comparaisons. Ainsi, comme en 2014, des prix ont été relevés et des dégustations organisées. Nous avons choisi de faire ces relevés et d'acheter les 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, d'après le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (CTIFL), les consommateurs réalisent plus de 70 % de leurs achats de fruits et légumes en grandes surfaces.

Notre objectif a donc été d'évaluer l'influence du prix, des variétés et de l'origine géographique sur le goût de deux produits : les fraises et les tomates.

Pour les fraises, nous avons comparé 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. Il faut savoir que le marché du frais pour les tomates est approvisionné à environ 60 % par la production française.



³ Kantar Worldpanel. Selon l'INSEE, un ménage acheteur représente 2,3 personnes.

⁴ Agreste 2013 (fraises) et Agreste 2014 (tomates).

Quels sont les prix des fraises et des tomates en grande distribution ?

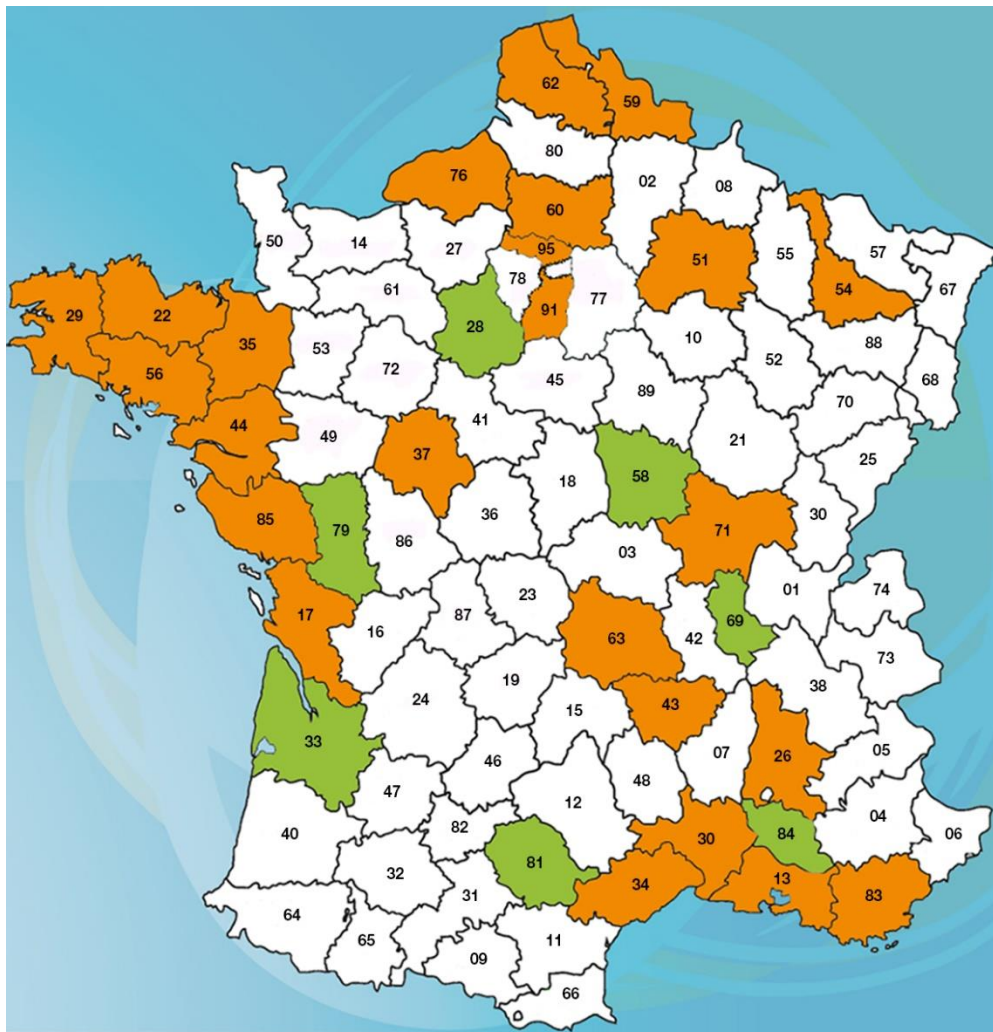
Les relevés de prix

Mobilisation des bénévoles dans 31 départements

Les militants de la CLCV ont relevé les prix des fraises et des tomates en grande distribution, entre le 22 mai et le 22 juin 2015 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 fraises s'élève à 9,1 euros/kg

Les prix constatés lors des relevés de fraises sont les suivants :



	Prix moyen (€/kg)	Nombre de relevés
Fraises	9,1	290
- Dont origine France	9,5	262
- Dont autres origines : Espagne, Allemagne et Belgique	5	28
- Dont gariguettes	11,8	93
- Dont ciflorette	10,3	13
- Dont mara des bois	11,2	29

- Prix moyen : 9,1 euros/kg
- Prix minimum constaté : 2,9 euros/kg
- Prix maximum constaté : 18 euros/kg

Dans notre échantillon, le prix moyen des fraises est de 9,1 euros/kg et celui de la gariguettes, variété française réputée est de 11,8 euros/kg. De plus, la fourchette de prix est relativement large : 2,9 euros/kg à 18 euros/kg.

Les fraises importées (Espagne, Allemagne et Belgique) sont presque deux fois moins chères (1,9 fois) que les fraises françaises, ce qui peut s'expliquer, entre autres, par des différences dans le coût de la main d'œuvre.

Pour certaines régions, les fraises présentes en grande distribution au moment des relevés étaient principalement françaises, ce qui explique que notre échantillon soit relativement restreint en relevés de prix pour les fraises importées. Cette faible présence peut s'expliquer par de fortes chaleurs qui ont entraîné la fin rapide des ventes espagnoles en raison de la mauvaise tenue du produit.

Ce taux de relevé restreint ne nous permet pas ici de discriminer les fraises espagnoles par rapport aux autres fraises importées par exemple.

Le prix moyen des tomates s'élève à 2,6 euros/kg

Les prix constatés pour les tomates sont les suivants :



	Prix moyen (€/kg)	Nombre de relevés
Tomates	2,6	336
- Dont origine France	2,7	288
- Dont autres origines : Espagne, Belgique, Hollande, Italie et Maroc	2,1	48
- Dont côtelées	3,2	92
- Dont en grappes	2,1	51
- Dont rondes	2	45

- Prix moyen : 2,6 euros/kg
- Prix minimum constaté : 1,1 euros/kg
- Prix maximum constaté : 7,5 euros/kg

Dans notre échantillon, le prix moyen des tomates est de 2,6 euros/kg et la fourchette de prix des tomates n'est pas négligeable, elle s'étend de : 1,1 euros/kg à 7,5 euros/kg.

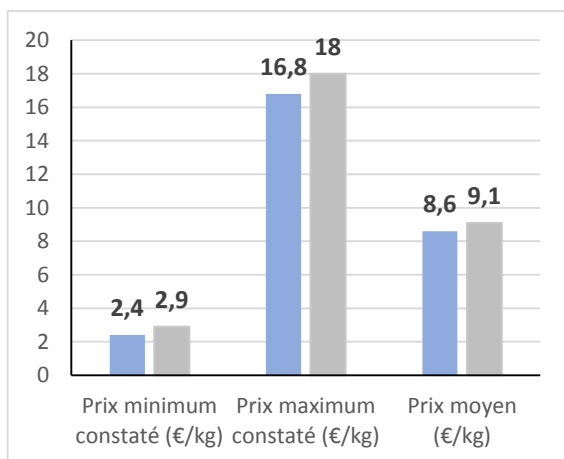
Les prix moyens des tomates de types « rondes » et « en grappes » sont quasiment identiques (environ 2 euros/kg) alors que celui des tomates de type « côtelées » s'envole à 3,2 euros/kg.

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 (Espagne, Belgique, Hollande, Italie et Maroc) 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.

De 2014 à 2015, des prix en très légère hausse

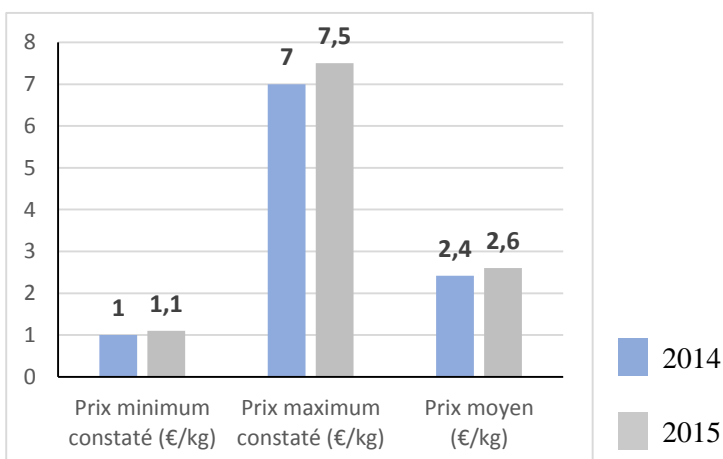
FRAISES

Comparaison des prix constatés en 2014 et 2015



TOMATES

Comparaison des prix constatés en 2014 et 2015



De 2014 à 2015, les prix minimum, maximum et moyens des fraises et des tomates ont très légèrement augmenté.

Cette année, pour les fraises, la fourchette de prix était de 2,9 à 18 euros/kg alors qu'elle était de 2,4 à 16,8 euros/kg en 2014. En ce qui concerne le prix moyen, il a augmenté de 50 centimes, ce qui correspond à une augmentation de presque 6 % par rapport à 2014.

Pour les tomates, la fourchette de prix était de 1 à 7 euros/kg en 2014 et de 1,1 à 7,5 euros/kg en 2015. Le prix moyen a, quant à lui, augmenté d'environ 8 % par rapport à 2014.

Nous rappelons que ces comparaisons sont à prendre avec précaution dans la mesure où notre échantillon est restreint (environ 300 relevés) ce qui rend difficile l'interprétation des écarts de prix entre 2014 et 2015.

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

Les dégustations

Notre méthode : des dégustations « à l'aveugle »

Entre le 11 mai et le 22 juin 2015, le réseau local de la CLCV a réuni des groupes de douze à cinquante consommateurs dans 24 départements pour prendre part à des dégustations de fraises 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 6 et 92 ans et l'âge moyen était de 50 ans. Notre panel de dégustateurs était plutôt féminin : 68 % des consommateurs étaient des femmes.

Au total 46 dégustations ont été organisées dont la liste figure ci-dessous.

	Ville	Département	Enseigne
1	Istres	Bouches du Rhône (13)	Géant Casino
2	Marseille	Bouches du Rhône (13)	Géant Casino
3	Salon de Provence	Bouches du Rhône (13)	Carrefour Market
4	Aix en Provence	Bouches du Rhône (13)	Casino
5	Arles	Bouches du Rhône (13)	Dia
6	Saintes (1)	Charente Maritime (17)	Leclerc
7	Saintes (2)	Charente Maritime (17)	Intermarché
8	Saintes (3)	Charente Maritime (17)	Hyper U
9	Lannion	Côtes-d'Armor (22)	Leclerc

	Ville	Département	Enseigne
10	Romans	Drôme (26)	Provenc'Halles
11	Montélimar	Drôme (26)	Carrefour
12	Brest	Finistère (29)	Super U
13	Quimper	Finistère (29)	Lidl
14	Saint Christol lez Alès	Gard (30)	Intermarché
15	Montpellier	Hérault (34)	Super U
16	Rennes	Ille et Vilaine (35)	Supérette G20, Carrefour Market, Super U
17	Tours	Indre et Loire (37)	Auchan
18	Puy en Velay	Haute Loire (43)	Carrefour Market

	Ville	Département	Enseigne
19	Saint-Nazaire	Loire-Atlantique (44)	Auchan
20	Nantes	Loire Atlantique (44)	Leclerc
21	Epernay	Marne (51)	Aldi, Carrefour, Dia
22	Reims	Marne (51)	Leclerc, Carrefour Market
23	Saint-Max (1)	Meurthe et Moselle (54)	Lidl
24	Saint-Max (2)	Meurthe et Moselle (54)	Auchan
25	Saint-Max (3)	Meurthe et Moselle (54)	Cora
26	Vandoeuvre les Nancy	Meurthe et Moselle (54)	Lidl, Leclerc
27	Neuves Maisons	Meurthe et Moselle (54)	Intermarché, Aldi
28	Longwy-Haut	Meurthe et Moselle (54)	Auchan, Lidl, Intermarché
29	Lanester	Morbihan (56)	Géant
30	Ronchin	Nord (59)	Auchan
31	Faches Thumesnil	Nord (59)	Supérette Proxi, supermarché Match
32	Lambersart	Nord (59)	Intermarché

	Ville	Département	Enseigne
33	Grande Synthe	Nord (59)	Auchan
34	Saint Pol sur mer	Nord (59)	Intermarché
35	Creil	Oise (60)	Intermarché, Carrefour
36	Boulogne sur Mer	Pas-de-Calais (62)	Leclerc
37	Calais	Pas-de-Calais (62)	Auchan
38	Longuenesse	Pas-de-Calais (62)	Auchan, Carrefour
39	Bruay la buissière	Pas-de-Calais (62)	Cora
40	Clermont ferrand	Puy de Dôme (63)	Casino
41	Chalon sur Saone	Saône et Loire (71)	Leclerc, Carrefour
42	Montivilliers	Seine Maritime (76)	Auchan
43	La Garde	Var (83)	Intermarché
44	La Roche Sur Yon	Vendée (85)	Leclerc, Super U
45	Athis Juvisy Savigny	Essonne (91)	Auchan, Carrefour Market
46	Courdimanche Les Ulis	Val d'Oise (95)	Carrefour

A chaque dégustation, les participants ont goûté deux fraises et trois tomates présentant les caractéristiques suivantes :

- deux fraises de prix différents : généralement une fraise française et une fraise espagnole ;
 - trois tomates appartenant aux catégories « rondes », « en grappes », « côtelées ».
- Généralement, ces trois catégories ont des prix différents.

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

- les fraises ont été découpées en quartiers et les tomates en tranches ou en demi-tranches afin de rendre difficile l'identification du type de fraises ou de tomates dégusté. 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, le type des produits qu'ils étaient en train de déguster ;
- les deux fraises 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 **appréciation au regard du goût** (je n'aime pas du tout / je n'aime pas / ni bonne, ni mauvaise / j'aime / j'adore) ;
- Par ailleurs, concernant la fraise, ils étaient également invités à se prononcer sur la **note sucrée** du fruit (très insuffisante / insuffisante / passable / satisfaisante / très satisfaisante) ;
- 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.



- 2 fraises
- 3 tomates
- 46 dégustations à l'aveugle
- 24 départements concernés
- Environ 900 participants

Des résultats pas assez convaincants pour les tomates, un peu meilleurs pour les fraises

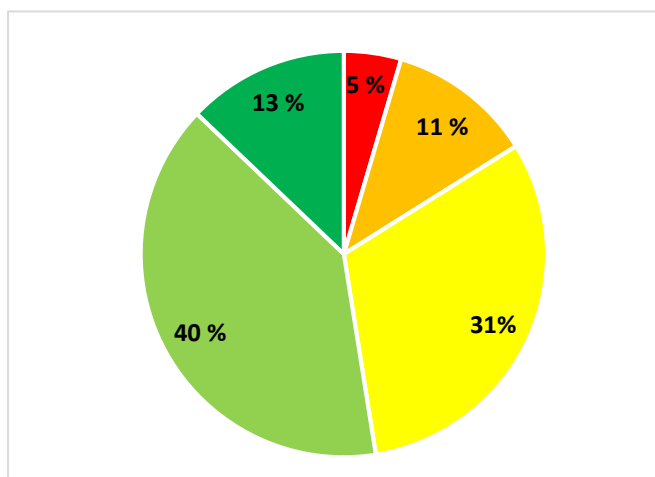
Les taux de satisfaction ne sont pas très élevés, en particulier pour les tomates. En effet, même si 38 % des consommateurs reconnaissent apprécier les tomates, ils sont pratiquement autant (34 %) à les juger « ni bonnes, ni mauvaises ».

Notons que notre enquête a eu lieu en mai et juin alors qu'a priori les conditions d'ensoleillement et de températures idéales pour la tomate correspondent plutôt aux mois de juillet et août. Quoiqu'il en soit, notre résultat confirme et objective une qualité plutôt très moyenne des tomates produites « hors saison ».

Pour les fraises, les résultats sont un peu meilleurs, avec 53 % des panélistes satisfaits. Ce résultat paraît encourageant, cependant une proportion non négligeable (31 %) les jugent « ni bonnes, ni mauvaises ».

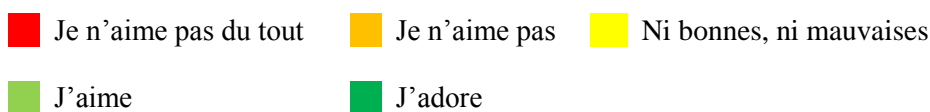
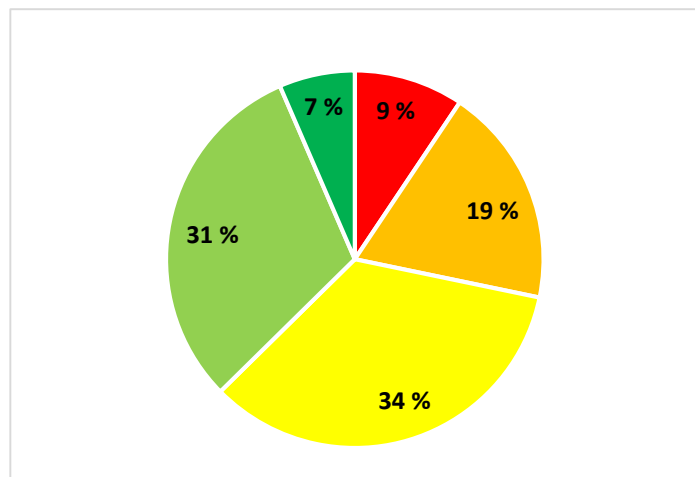
FRAISES

1647 questionnaires remplis
911 consommateurs participants



TOMATES

2523 questionnaires remplis
870 consommateurs participants

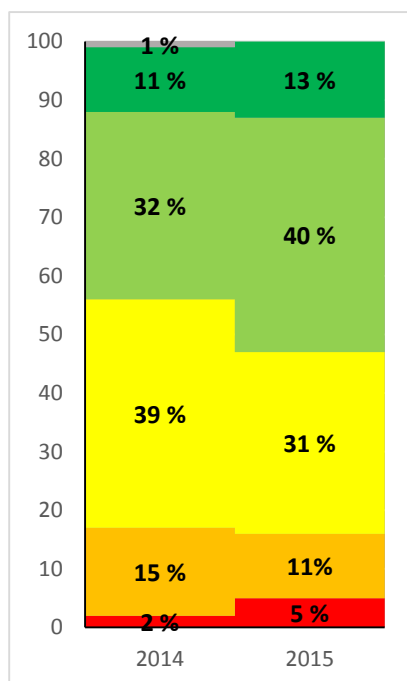


S'agissant des fraises, nous avons constaté que les avis exprimés sur la qualité globale (résultats ci-dessus) étaient liés aux avis exprimés sur la teneur en sucre des fruits. On trouvera en annexe une présentation graphique de ce résultat.

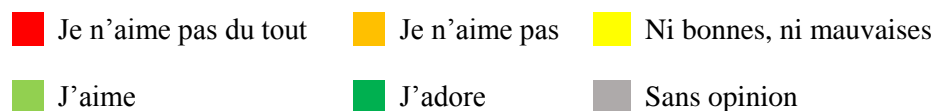
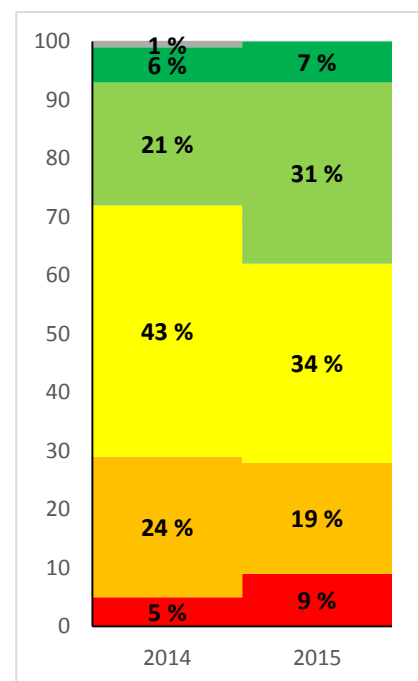
Une comparaison entre 2014 et 2015, montre que les consommateurs sont un petit peu plus satisfaits cette année du goût des fraises et des tomates que l'année précédente. Pour les fraises, en 2014, ils étaient 43 % à être satisfaits contre 53 % cette année. En ce qui concerne les tomates, en 2014, 27 % des consommateurs les jugeaient satisfaisantes tandis qu'en 2015 ils sont 38 %.

Toutefois, cette amélioration est à relativiser dans la mesure où les consommateurs sont encore trop nombreux à trouver les produits « ni bons, ni mauvais » : 31 % pour les fraises et 34 % pour les tomates en 2015. De ce fait, nous ne pouvons pas dire que le goût des fraises et des tomates vendus en GMS soit acceptable.

FRAISES



TOMATES



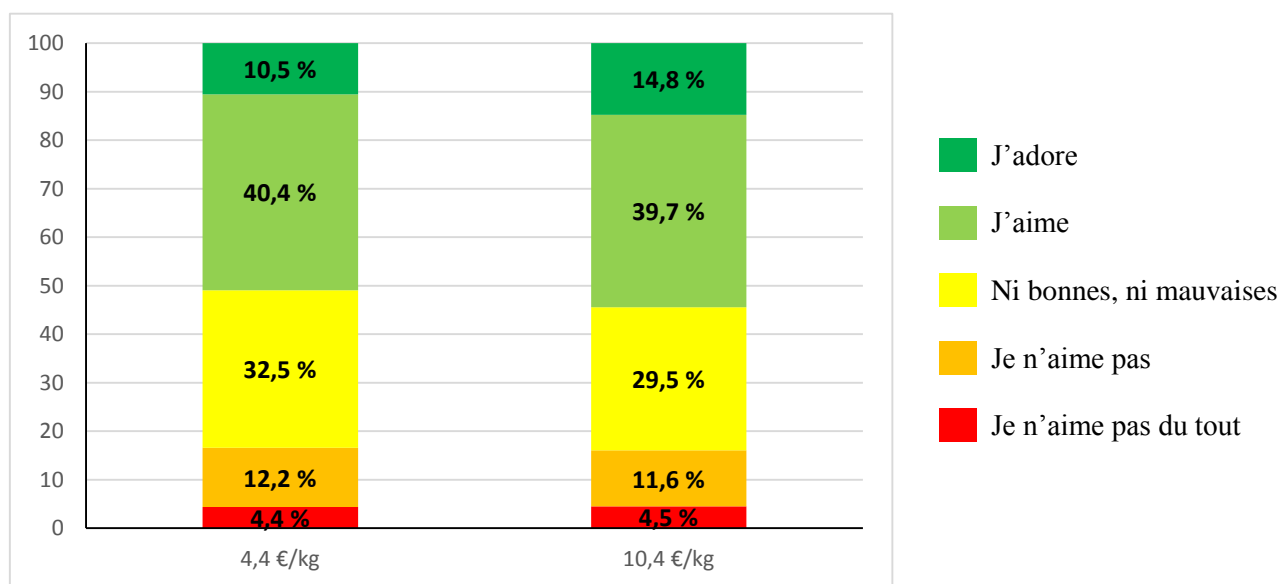
Prix, variété et origine ont un léger impact sur les taux de satisfaction

Comparaison des scores en fonction du prix

Chaque dégustation portait sur des produits de prix différents (deux niveaux de prix pour les fraises, trois pour les tomates) et les participants donnaient successivement leur avis sur chacun d'eux.

S'agissant des fraises, les résultats indiquent que les plus chères (prix moyen : 10,4 €/kg) semblent être très légèrement plus appréciées que les moins chères (prix moyen : 4,4 €/kg). En effet, le pourcentage de personnes déclarant « adorer » les fraises les plus chères est un petit peu supérieur à celui observé pour les fraises les moins chères (14,8 % contre 10,5 %). En revanche, les pourcentages de personnes insatisfaites (c'est-à-dire ayant répondu « je n'aime pas » ou « je n'aime pas du tout ») sont très proches.

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



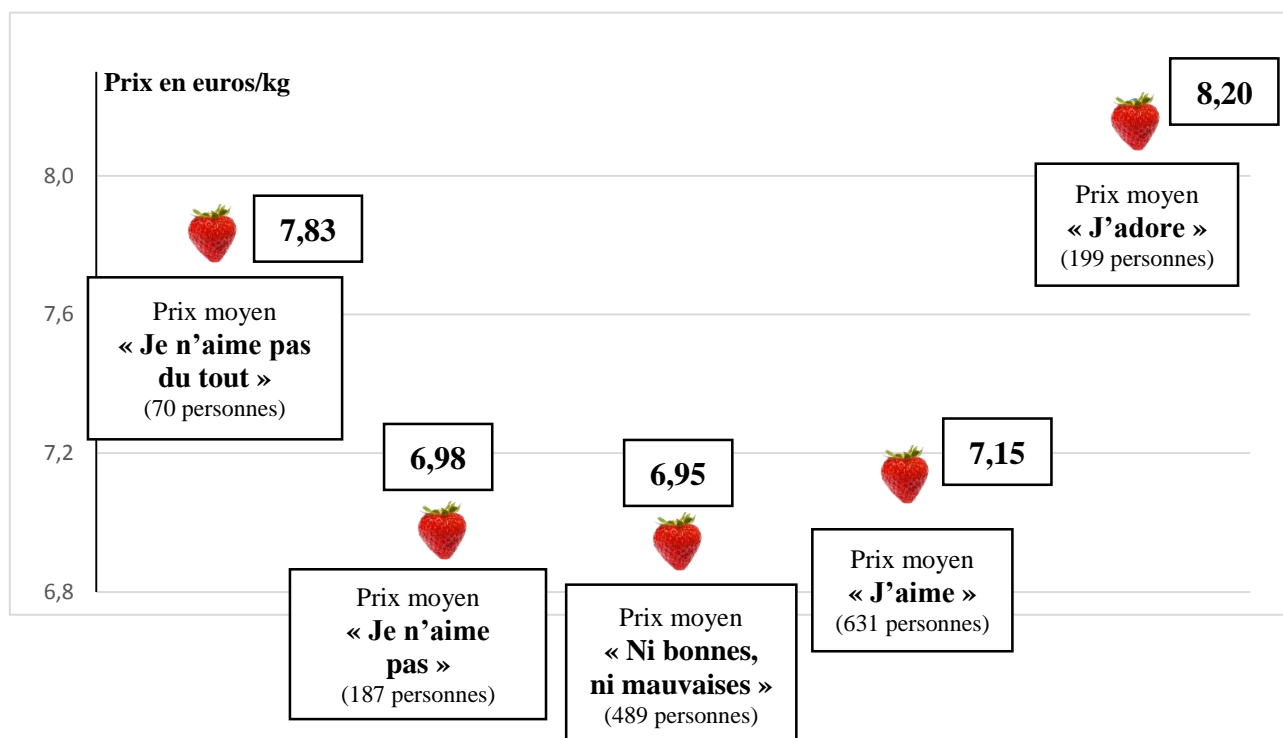
Pour mesurer un éventuel effet du prix sur la satisfaction des consommateurs, nous avons calculé les prix moyens des fraises pour chaque niveau de satisfaction (graphique ci-dessous). Ces prix moyens vont d'environ 7 à 8,2 euros/kg.

Pour un prix moyen d'environ 7 euros/kg, les taux de satisfaction sont très variables : de « je n'aime pas » à « j'aime » en passant par « ni bonnes, ni mauvaises ».

Le nombre de consommateurs à n'avoir « pas aimé du tout » les fraises dont le prix moyen est de 7,8 euros/kg n'étant pas significatif, nous avons donc choisi d'exclure ce résultat pour l'interprétation.

Pour un prix moyen de 8,20 euros/kg, les taux de satisfaction semblent meilleurs. Ce résultat semble conforter dans une certaine mesure celui énoncé précédemment à savoir que les fraises les plus chères seraient très légèrement plus appréciées. De plus, cela semble montrer qu'en dessous d'un prix moyen de 8,20 euros/kg, payer ses fraises plus chères ne constitue pas une garantie de satisfaction.

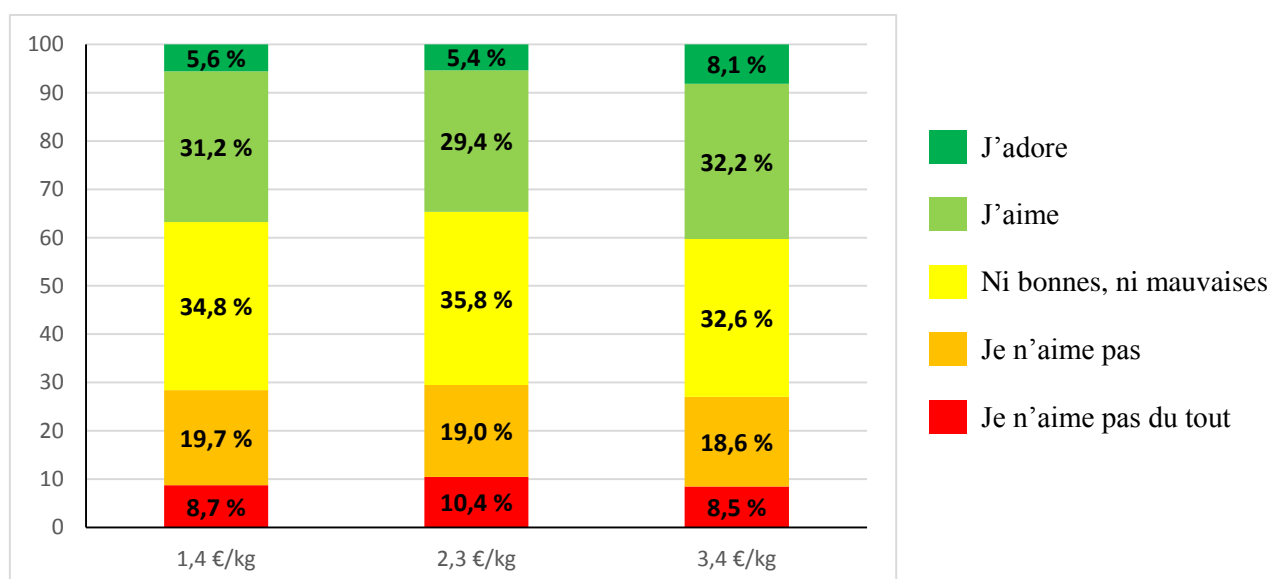
Prix moyen des fraises en fonction de l'avis des consommateurs



En ce qui concerne les tomates, les résultats indiquent que les plus chères (prix moyen : 3,4 €/kg) semblent également un petit peu mieux appréciées que les moins chères (prix moyens : 1,4 et 2,3 €/kg) pour lesquelles les avis sont relativement proches.

Le pourcentage de personnes satisfaites par les tomates les plus chères est très légèrement supérieur à celui observé pour les tomates les moins chères (40 % contre environ 36 %). En revanche, les pourcentages de personnes insatisfaites (c'est-à-dire ayant répondu « je n'aime pas » ou « je n'aime pas du tout ») sont très semblables et aux alentours de 28 %.

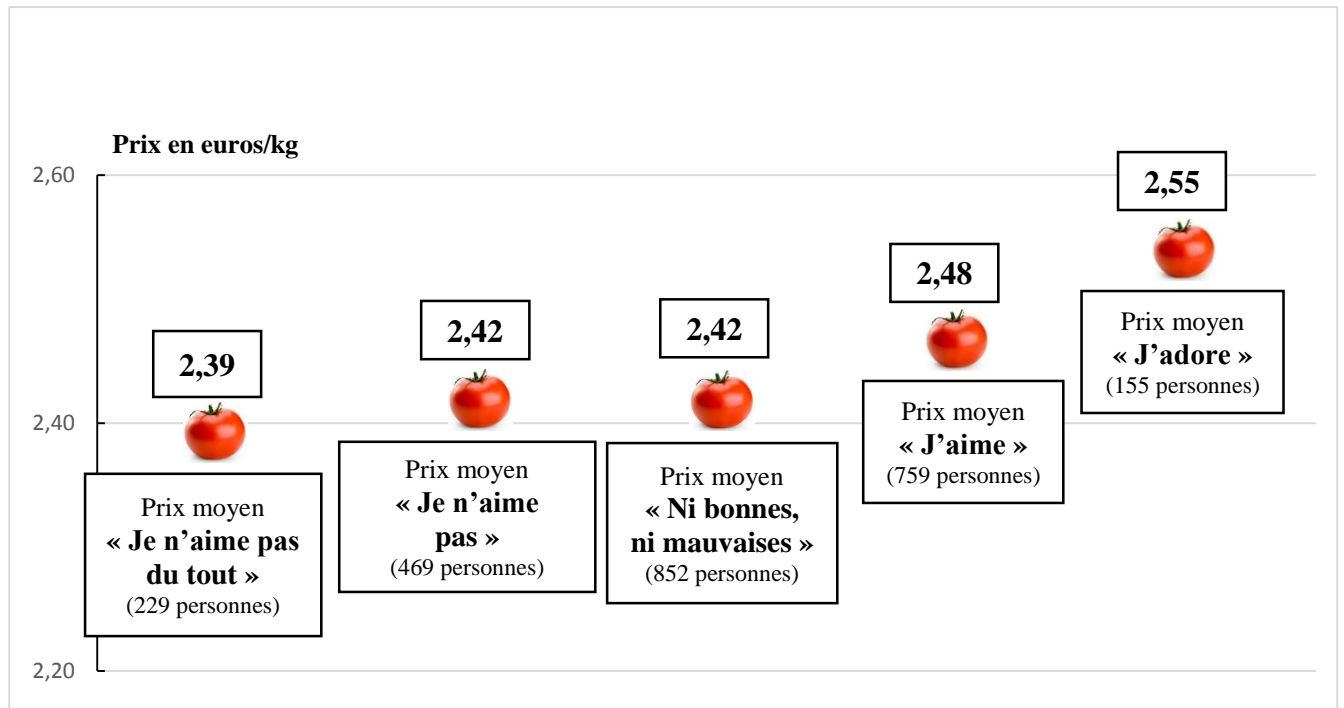
Avis des consommateurs sur les tomates en fonction du niveau de prix (résultats globaux)



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). Ces prix moyens vont de 2,4 à 2,6 euros/kg et semblent montrer que les tomates chères sont un petit peu plus appréciées des consommateurs.

En effet, pour un prix moyen de 2,4 euros/kg, les tomates sont moins bien notées (« je n'aime pas du tout », « je n'aime pas » et « ni bonnes, ni mauvaises ») que pour un prix moyen de 2,5 voire 2,6 euros/kg (respectivement « j'aime » et « j'adore »).

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



Alors qu'en 2014, les prix ne semblaient pas du tout être un gage de qualité gustative, nos résultats tendent à montrer une très légère inversion de cette tendance. Pour les fraises par exemple, pour être satisfait, il semble qu'il vaut mieux payer plus de 8,20 euros/kg car en dessous c'est un peu la loterie.

Comparaison des scores en fonction des variétés

L'indication de la variété n'est pas obligatoire pour les fraises et les tomates, néanmoins elle figure parfois sur les étiquettes présentes en rayon, sur les barquettes dans le cas des fraises ou sur les caisses pour les tomates.

Pour les fraises, nous avons constaté que cette information était présente sur 50 % des produits. L'indication de variété est quasiment absente pour les fraises espagnoles qui représentent 25 % des fraises dégustées.

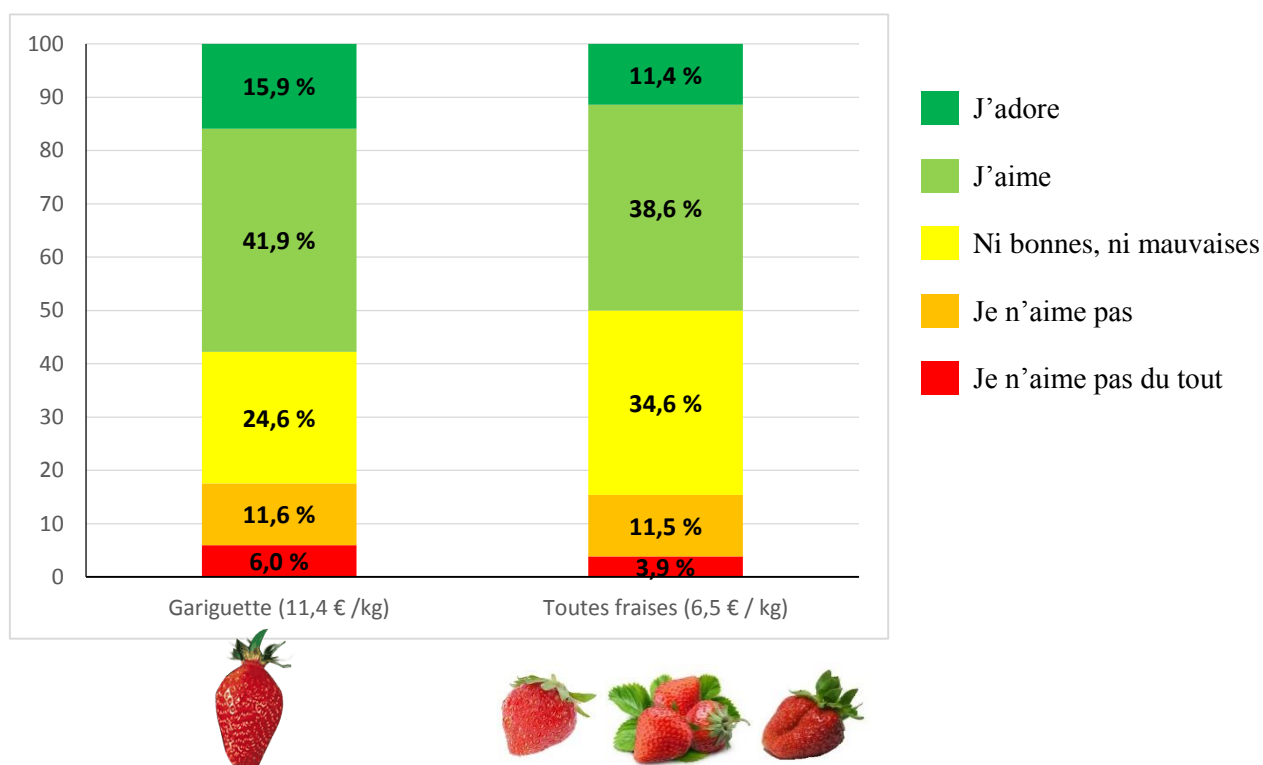
Comme énoncé précédemment, cette année, notamment en juin, il a été plus difficile de trouver des fraises espagnoles en grande distribution à cause des fortes chaleurs.

La variété la plus fréquente est la gariguette qui représente à elle seule un peu moins des 2/3 des fraises dont la variété est connue au sein de notre échantillon.

La gariguette a la réputation d'un fruit savoureux et de qualité et son prix moyen est sensiblement plus élevé que celui des fraises de notre échantillon (11,4 euros/kg contre 6,5 euros/kg).

Dans notre échantillon, les gariguettes semblent satisfaire légèrement plus les consommateurs que les autres fraises (58 % contre 50 %). Cependant, ce résultat est à prendre avec précaution dans la mesure où nous remarquons également qu'un pourcentage non négligeable de consommateurs ne les « aime pas » voire ne les « aime pas du tout » (17,6 % contre 15,4 % pour les autres fraises).

Avis des consommateurs sur la gariguette et sur l'ensemble des fraises dégustées



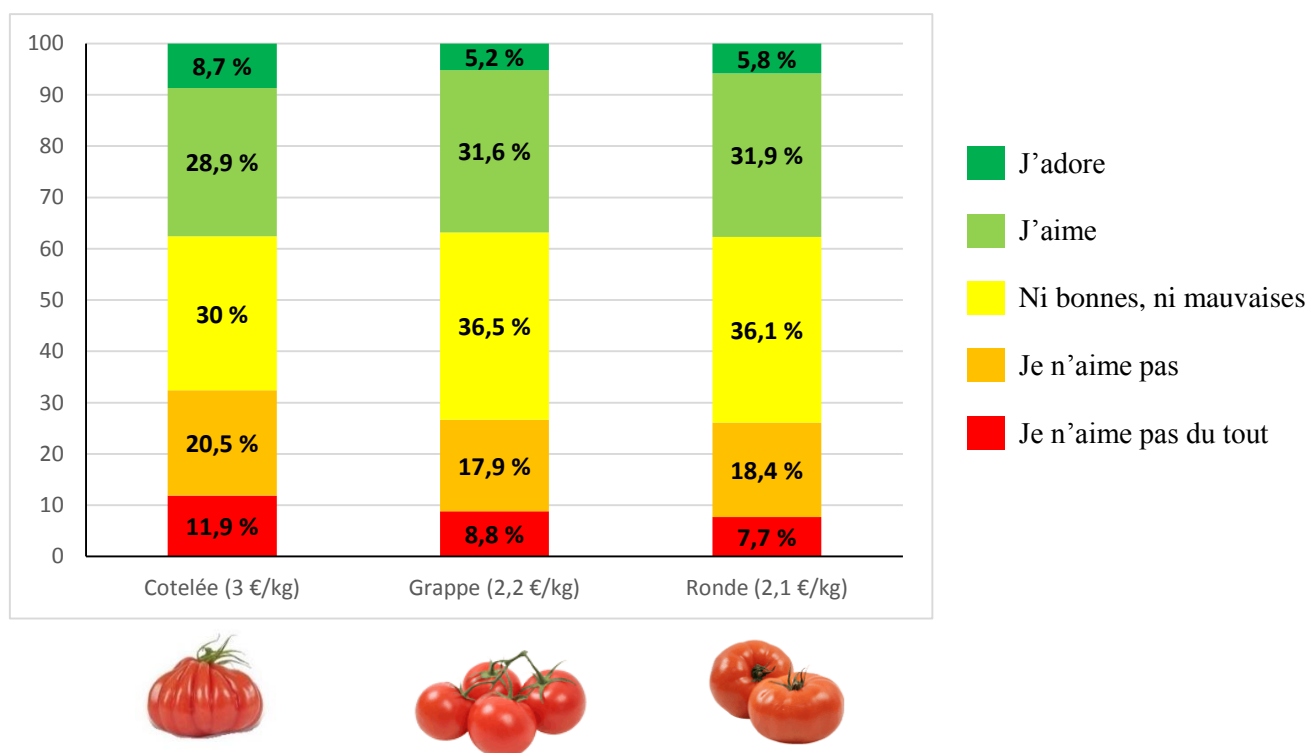
Le rayon « tomates » n'est pas organisé en fonction des variétés à proprement parler mais de « types » qui sont facilement reconnaissables par le consommateur : tomates rondes, en grappes, tomates « cocktail », côtelées, allongées, etc.

D'un type à l'autre, les prix sont sensiblement différents, par exemple, les tomates « grappes » sont généralement plus chères que les tomates « rondes ».

Alors qu'il est obligatoire d'indiquer le type de tomates, la mention de la variété est facultative. Pour notre échantillon de tomates, l'indication de la variété est encore plus rare que sur les fraises puisque seulement 18 % des produits portent une indication de variété.

Nous avons ici comparé le taux de satisfaction des consommateurs pour trois types de tomates (« côtelées », « grappes » et « rondes ») et nous observons qu'il n'y a pas de différence notable mais au contraire une remarquable homogénéité dans les réponses des consommateurs.

Avis des consommateurs sur les trois types de tomates dégustées



Nous notons que les tomates de type « côtelées » qui parfois jouent habilement avec un étiquetage évoquant la fameuse « cœur de bœuf » sont aussi décevantes du point de vue du goût que leurs concurrentes. Ces tomates sont souvent des variétés hybrides et non la variété de tomate italienne « cuor di bue » (voir ci-dessous).

Entre 2014 et 2015, il n'y donc a pas eu d'augmentation significative de la satisfaction des consommateurs pour les fraises et les tomates, si ce n'est une légère préférence cette année pour les gariguettes comparées aux autres fraises de notre échantillon. Pour les tomates, aucune différence notable n'a été identifiée.

Au cours de notre enquête, nous nous sommes aperçus que l'étiquetage des tomates était encore parfois ambigu pour les consommateurs, notamment pour les tomates portant la mention « cœur de bœuf ».

Comme énoncé précédemment, l'indication du type commercial est obligatoire (côtelée, ronde, allongée ou cerise/cocktail) tandis que l'indication de la variété est facultative. Si elle est mentionnée, elle doit donc être exacte.

Or, il semblerait que de nombreux opérateurs confondent allégrement les deux niveaux d'information (type : obligatoire et variété : facultatif) considérant parfois « cœur de bœuf » comme un type commercial.

Cette pratique amène à parfois utiliser la mention « cœur de bœuf » pour des tomates qui n'en sont pas en dépit de leur aspect côtelé. Et, il n'est pas rare de trouver alors dans les rayons des tomates qui ne sont pas de « vraies » cœur de bœuf avec des mentions comme : tomate de type cœur de bœuf, tomate groupe cœur de bœuf, etc.

En l'état actuel, nous considérons que ces mentions peuvent être de nature à induire les consommateurs en erreur et qu'elles ne permettent pas une bonne information de ces derniers.

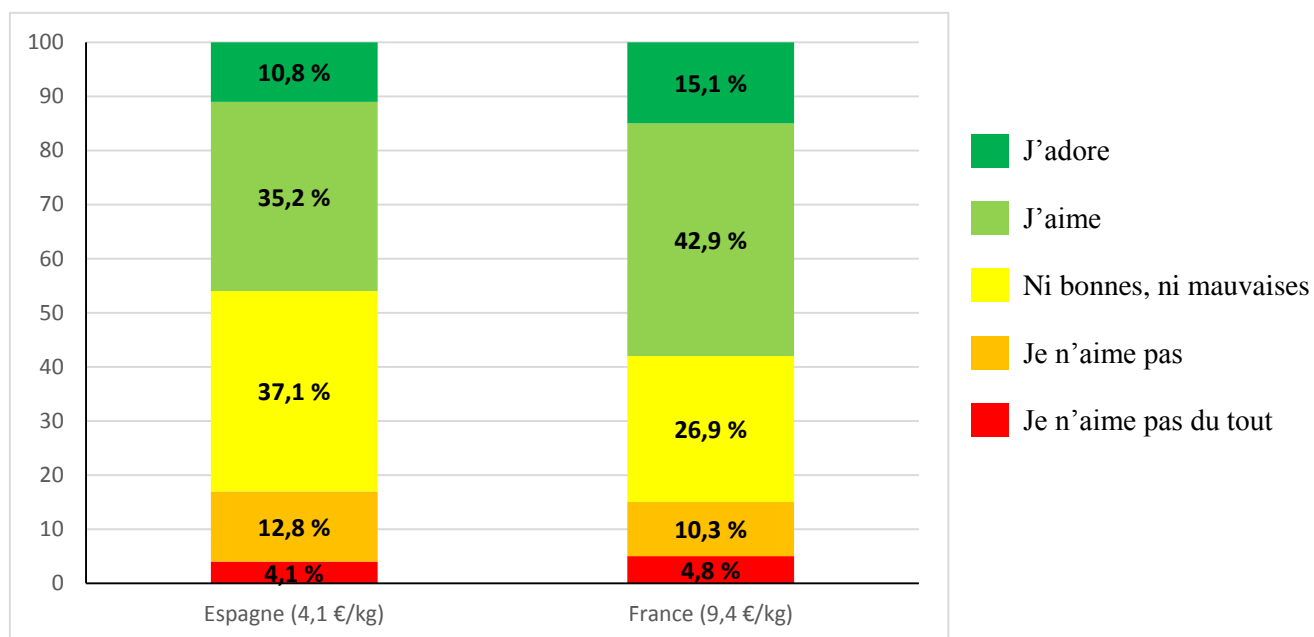
Un véritable travail est nécessaire pour clarifier l'offre afin de ne pas induire les consommateurs en erreur. De plus, nous demandons à ce que les contrôles programmés dans le cadre de l'enquête annuelle sur les fruits et légumes à norme spécifique soient particulièrement axés sur le secteur des tomates et souhaitons que les résultats de ces enquêtes et les éventuelles sanctions soient rendus publics.

Comparaison des scores en fonction de l'origine

La quasi-totalité des tomates de l'échantillon venant de France, c'est sur les fraises que nous avons pu étudier l'impact de l'origine sur les taux de satisfaction des consommateurs. Pour ce faire, nous avons comparé les scores des fraises françaises et espagnoles.

Au vu des résultats, il semblerait que les fraises françaises soient un petit peu plus appréciées que les espagnoles (58 % des consommateurs sont satisfaits contre 46 % pour les fraises espagnoles), ce qui n'était pas le cas en 2014.

Avis des consommateurs sur les fraises en fonction de l'origine



Une satisfaction pas toujours au rendez-vous aux rayons fruits des GMS

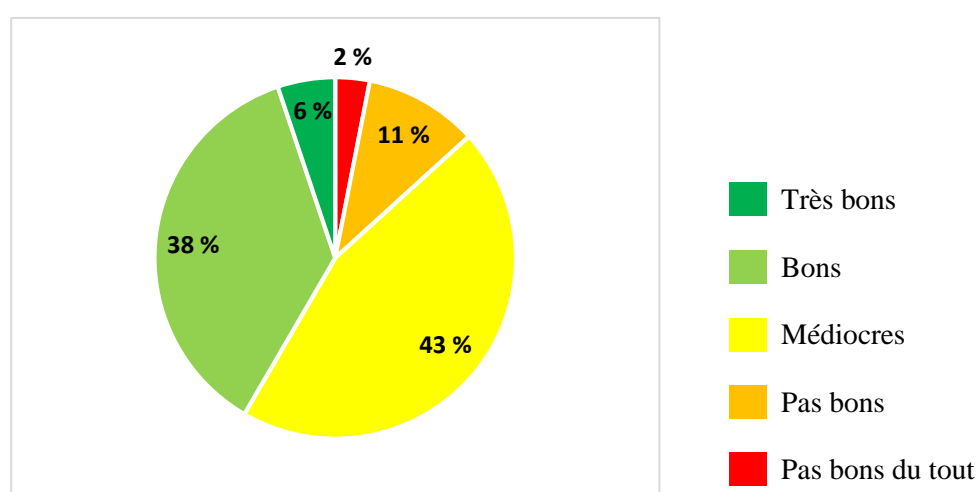
Nous avons cherché à appréhender la perception globale des consommateurs sur la qualité des fruits vendus en GMS.

D'après les résultats, moins de la moitié des consommateurs (42 % 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 2013, un peu plus de la moitié des consommateurs étaient insatisfaits des fruits achetés en GM (58 %) et ce résultat est quasiment inchangé cette année avec 56 % d'avis négatifs.

Avis des consommateurs sur les fruits en GMS

911 consommateurs participants



Les commentaires laissés par certains consommateurs nous renseignent sur les raisons de cette insatisfaction. Ils sont très nombreux à évoquer le manque de goût, de sucre et de maturité des fruits. Ainsi, il semblerait que l'insatisfaction au niveau de la qualité gustative constatée sur les fraises et les tomates précédemment s'étende dans une certaine mesure à d'autres fruits du rayon des GMS.

Bien que certains consommateurs aient relevé des fruits abîmés, une grande part des consommateurs évoquent plutôt des fruits relativement « agréables à l'œil ». Cependant, ces fruits ne sont pas aussi bons qu'ils en ont l'air : « *les fruits en GMS sont beaux mais insipides* », « *ils sont agréables à l'œil, mais c'est tout* », « *ils sont trop calibrés, sans saveur et peu goûteux* ». 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'information sur l'origine des fruits ne les aide pas à choisir en connaissance de cause. Et pour d'autres, certains fruits sont relativement chers ce qui nuit fortement à leur consommation. Le baromètre de confiance des fruits et légumes frais de 2014 révèle d'ailleurs que les Français sont très critiques quant au prix (60 % d'insatisfaits) et au rapport qualité-prix (63 % d'insatisfaits) des fruits et légumes⁵.

⁵ Baromètre de confiance des fruits et légumes frais en 2014. Réalisée par le cabinet TNS Sofres pour FranceAgriMer et Interfel.

Conclusion

Notre enquête donne une image relativement décevante de la qualité des tomates qui ne satisfont que 38 % des consommateurs. Le résultat est certes meilleur pour les fraises mais, avec près de 31 % de répondants qui les qualifient de « ni bonnes, ni mauvaises », des progrès importants restent à faire sur la qualité. Concernant les prix relevés en parallèle de nos dégustations, nous avons constaté une petite augmentation du prix moyen par rapport à 2014 pour les fraises et les tomates.

A propos de l'influence du prix, de la variété et de l'origine, nos testeurs n'ont pas constaté d'amélioration très sensible par rapport à l'année précédente.

Les fruits les plus chers semblent très légèrement plus appréciés que les moins chers. Toutefois, ce résultat est à prendre avec précaution dans la mesure où les consommateurs sont aussi nombreux à être insatisfaits des produits les plus chers qu'ils le sont pour les produits les moins chers (environ 16,4 % pour les fraises et 28 % pour les tomates). Ainsi, acheter les fruits les plus chers du point de vente ne met pas forcément le consommateur à l'abri d'une déception.

La gariguette, variété star du rayon semble séduire légèrement plus les consommateurs que les autres fraises, sans toutefois remporter le cœur des consommateurs. En effet, seulement 16 % reconnaissent les adorer.

S'agissant des tomates, les catégories proposées en rayon (rondes, en grappes, côtelées) semblent n'avoir aucune pertinence sur le plan du goût. En particulier, les tomates de type « côtelées », qui jouent habilement de leur ressemblance avec la fameuse « cœur de bœuf », sont aussi décevantes que leurs concurrentes.

Concernant, l'origine des produits, les fraises françaises paraissent satisfaire plus les consommateurs que les fraises espagnoles, mais un nombre non négligeable de consommateurs (42 %) les trouvent encore ni bonnes ni mauvaises voire ne les apprécient pas.

Notre étude, comme les précédentes vient confirmer qu'il existe un réel problème de maîtrise de la qualité gustative aux rayons des fruits et légumes. C'est ainsi que nous avons constaté 56 % d'avis négatifs sur les fruits et légumes vendus en GMS.

L'augmentation de la consommation de fruits est un enjeu de santé publique. Or, aujourd'hui les consommateurs manquent toujours de repères pour orienter leurs choix à l'achat.

La CLCV recommande depuis quelques années 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.

Cet étiquetage n'a pas été repris en tant que tel, toutefois quelques initiatives ont vu le jour dans le but d'offrir aux consommateurs des produits mûrs.

Le marquage de la maturité des produits permet de redonner un repère au consommateur, cependant ces produits sont relativement plus chers que leurs homologues et donc pas accessibles à l'ensemble de la population.

Ces initiatives, relativement marginales vont dans le bon sens car il est nécessaire qu'émerge une segmentation plus simple et lisible, mais elles ne peuvent pas suffire. Il n'existe probablement pas une solution unique et chaque acteur, du producteur au distributeur, a des cartes à jouer à son niveau afin d'améliorer la qualité des produits.

Ainsi, nous rappelons 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 et la présentation en rayon. En effet, des pratiques délétères pour les produits persistent parfois comme le stockage à des températures trop basses, les mises en rayon de fruits loin d'être mûrs en grande distribution, le remplissage des rayons en misant sur l'effet de masse, etc.

La formation du personnel à de bonnes pratiques de stockage et de mise en rayon des fruits et des légumes est indispensable. Rappelons à ce sujet, qu'il n'existe à l'heure actuelle aucune formation débouchant sur un diplôme reconnu par l'Etat pour les chefs de rayon des fruits et légumes.

Enfin, nous souhaitons mettre en avant l'ambiguïté persistante dans l'affichage des informations délivrées au consommateur lors de l'achat des fruits, en particulier pour les tomates de type « côtelées ». Pour y remédier, nous demandons une clarification de l'offre. De plus, nous souhaitons 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 et que les résultats de ces enquêtes et les éventuelles sanctions soient rendus publics.

ANNEXE

Avis négatif sur la qualité des fraises (axe horizontal) et avis négatif sur le sucre (axe vertical)

