



Christian Hutin
Chef du département Produits
et Marchés

Anna DUVAL
Chargée de Communication
Ctifl - 22 Rue Bergère - 75009 PARIS
Tel : 01 47 70 45 31 / Fax : 01 42 46 21 13
e-mail : duval@ctifl.fr

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 12 septembre 2013

Le Ctifl publie une nouvelle étude : « La consommation de la carotte en 2012 »

(par Catherine Baros, Ctifl)

Une nouvelle étude économique sur la Carotte vient d'être réalisée par le Ctifl à la demande de l'AOP Carotte de France, dans le cadre de la Commission des études Ctifl-FranceAgriMer-Interfel, cofinancée par FranceAgriMer. Son objectif est de connaître la demande et les modalités d'achat et d'usage de la carotte, d'évaluer la connaissance et la perception par les consommateurs de ce légume-crudité, et de proposer des recommandations auprès de la filière. Cette étude est désormais disponible en ligne sur le site www.fruits-et-legumes.net



Dotée d'une excellente image de légume traditionnel qui inspire confiance, offre une garantie de qualité, et se montre bénéfique pour la santé, la carotte est aussi un légume perçu comme « banal », non « moderne », dont les usages se renouvellent peu depuis des générations.

Les acheteuses sont globalement satisfaites de l'offre et les nouvelles variétés de couleur différentes de l'orange apportent une pointe de nouveauté et d'originalité à la gamme proposée.

Le cycle de production de ce légume est de moins en moins connu, notamment par les jeunes, ce qui tend à faire disparaître la notion de carotte primeur.

La qualité sur le lieu d'achat est globalement perçue satisfaisante ; à l'égard de l'offre proposée, les acheteuses formulent peu d'attentes.

Le prix de ce légume est également un atout par rapport aux autres légumes. En contrepartie, l'intérêt des promotions sur de gros volumes est moindre.

Les recommandations visent à diversifier son usage et moments de consommation, et à rassurer les jeunes sur sa facilité et rapidité de préparation.

Communiquer sur des usages moins traditionnels et adaptés aux nouveaux modes de consommation permettrait de donner « envie aux consommateurs » d'acheter de la carotte.

Pour en savoir plus sur cette étude, celle-ci est téléchargeable gratuitement en ligne sur le site www.fruits-et-legumes.net dans la rubrique Economie/Etudes.

Le Ctifl est un acteur de progrès au service de tous les métiers de la filière fruits et légumes, de la graine au magasin. Par son expertise technique et économique, ses activités de recherche et d'innovation, ses actions de formation et d'animation, il contribue à l'amélioration des performances et de la compétitivité des entreprises de la filière. Retrouvez toute l'information technico-économique du Ctifl sur les sites www.ctifl.fr et www.fruits-et-legumes.net.