



Anne-Christine DUVAL  
Chargée de Communication  
Ctifl - 22 Rue Bergère - 75009 PARIS  
Tel : 01 47 70 45 31  
e-mail : duval@ctifl.fr

## COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 18 mai 2015

# Une nouvelle étude Ctifl en ligne : « La consommation du concombre »

(par Catherine Baros, Pascale Cavard-Vibert, Ctifl)

L'AOPn Tomates et Concombres de France a demandé au département des études économiques du Ctifl de réactualiser son enquête datant de 2005 sur la consommation du concombre. L'objectif de cette nouvelle étude, dont le terrain d'enquête a été cofinancé par FranceAgriMer, est de mieux connaître la perception de l'offre concombre par les consommateurs, leur connaissance de ce légume, leurs modalités d'achat, de préparation et de consommation, afin de proposer une adaptation de l'offre aux attentes des consommateurs. Cette étude est disponible gratuitement sur le site du Ctifl : [www.ctifl.fr](http://www.ctifl.fr)

Pour mener cette enquête, une étude ad hoc a été mise en place : la méthodologie utilisée a consisté en une phase qualitative menée grâce à la création et à l'animation d'une communauté *online* de consommateurs de concombre, suivie d'une phase quantitative auprès d'un échantillon de 939 individus représentatifs de la population.

Le concombre bénéficie d'une excellente image de légume vert, bon pour la santé, naturel, à la production respectueuse de l'environnement. La façon dont il est produit importe peu : les consommateurs ont confiance. Le concombre est bon marché, c'est l'un de ses atouts.

Les non acheteurs (5 %) sont rares. Les acheteurs sont généralement satisfaits de l'offre qui leur est faite, mais le concombre a un potentiel à exploiter : 51 % déclarent l'acheter au moins une fois par semaine, et 36 % au moins deux fois par semaine. Les différentes possibilités de segmentation de l'offre proposées dans le cadre de cette étude ont été très bien notées. Les modes de préparation sont très simples. Cette uniformité des usages s'explique par la nature même du concombre. Par ailleurs, la communication sur les usages du concombre, comme de biens d'autres produits alimentaires, est désormais en partie prise en charge par les consommateurs eux-mêmes.

### Au sommaire de cette étude :

- La consommation du concombre dans un contexte global de consommation alimentaire en France
- Perception et connaissance du concombre
- Les achats de concombre
- Les modalités de consommation
- « Typologie des acheteurs et des consommateurs »
- Principaux enseignements de cette étude

### Pour en savoir plus sur le contenu de cette étude :

Vous pouvez la télécharger sur le site du Ctifl :

[www.ctifl.fr](http://www.ctifl.fr) dans la rubrique « Kiosque », thème « Distribution, Marché et Consommation ».

### **Le centre technique au service de la filière fruits et légumes**

*Le Ctifl améliore les techniques et développe l'innovation sur toute la filière fruits et légumes, assure le transfert technologique vers les professionnels ; soutient l'efficacité des entreprises par une offre de formations et de services adaptés à leurs besoins ; analyse la filière et les marchés, informe les professionnels, et réalise des publications techniques, économiques et réglementaires utiles ; mène des actions de partenariat avec la recherche, l'enseignement, les familles professionnelles et l'interprofession, en France et à l'étranger ; met en œuvre la certification de plants fruitiers au service de la filière.*

Centre Technique Interprofessionnel des Fruits et Légumes

22, rue Bergère 75009 PARIS

Tel : 01 47 70 16 93 – Fax : 01 42 46 21 13