



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 19 janvier 2016

Le Ctifl publie une nouvelle étude sur la tomate :

« La consommation de la tomate », par Catherine Baros, Ctifl

Sollicitée dans le cadre de la Commission mixte des études Ctifl-FranceAgriMer-Interfel par l'AOPn Tomates et Concombres de France, une étude qualitative tomate a été réalisée au cours de l'été 2015. Les résultats de cette étude menée à l'aide d'une méthodologie « Quali online » sont désormais disponibles sur le site www.ctifl.fr

Cette étude avait plusieurs objectifs, définis avec l'AOPn Tomates et Concombres de France :

- Connaître l'image de la tomate, définir la tomate idéale, connaître la perception des variétés, des textures, la perception de l'origine (France), du mode de culture sous serre & hors-sol, de la gamme des « anciennes variétés ».
- Déterminer la connaissance par les consommateurs des caractéristiques (gustatives) des différentes tomates ; Appréciation de la tomate de type cœur de bœuf aux caractéristiques particulières : aspect, texture, durée de conservation.
- Connaître les modalités d'achat : la perception de la segmentation, l'affichage de l'origine France, le packaging, les critères de choix.
- Mieux identifier les usages : gestion de la conservation des fruits, modalités de préparation (lavage, pédoncule), usages cru et cuit de la tomate selon la variété ou la taille.

La méthodologie « Quali online » a permis de travailler avec les consommateurs sur une durée longue, de faire un bilan de consommation à la fin de l'été, de définir des missions ad hoc : enquête sur le point de vente, reportage photos, cuisine, tests de segmentation, tests de packaging, etc.

La tomate est devenue un produit pratique, disponible, joli, calibré, éloigné des concepts de fraîcheur et de naturalité. L'arrivée sur les linéaires des « anciennes » variétés a constitué un rappel à la terre, au terroir, à une tradition de culture. Elles contribuent également à la perception d'une offre attractive.

Si les consommateurs français choisissent l'origine France, c'est parce qu'ils considèrent que les producteurs français sont plus respectueux du produit, de l'environnement, et de l'humain. Il faut donc plus valoriser ce troisième élément, peu perçu par les consommateurs de cette communauté.

Malgré la profusion de l'offre, les critères de choix évoluent peu. C'est toujours l'aspect de la tomate qui prime, le choix de la variété se fait en fonction de l'usage prévu (qui change peu) et du prix : ce dernier est un frein important à l'achat des variétés autres que les classiques, parce qu'il n'est pas bien compris.

La rapidité/facilité/praticité d'utilisation de la tomate est un atout, mais aussi un handicap, car elle n'encourage pas à changer ses habitudes : Il faut oser !

Les acteurs des secteurs prescripteurs doivent aussi mieux valoriser leur offre tomate.

*Cette étude a été cofinancée par l'Aopn Tomates et Concombres de France, Prince de Bretagne, et FranceAgriMer.

Pour en savoir plus :

Cette étude est téléchargeable gratuitement sur le site du Ctifl : www.ctifl.fr dans la rubrique « Nos Publications » / « 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