



Fraises et tomates : le prix ne fait pas le goût

Communiqué de presse

30 juillet 2014

Au mois de juin, la CLCV a proposé à plus de 1000 consommateurs de noter le goût des fraises et des tomates vendues dans la grande distribution. A cet effet, notre réseau a organisé une cinquantaine de dégustations un peu partout en France avec des panels de consommateurs invités à remplir de courts questionnaires sur le goût de ces deux produits.

Les tomates testées étaient presque toutes d'origine française tandis qu'un tiers des fraises était importé, principalement d'Espagne.

Les résultats globaux sont décevants, en particulier pour les tomates qui ne sont appréciées que par 27% des consommateurs. Pour les fraises, les résultats sont meilleurs avec 43% des participants satisfaits du goût mais là aussi, les marges de progrès sont importantes puisque 39% considèrent que les fraises testées n'étaient « ni bonnes, ni mauvaises ».

D'après les relevés de nos enquêteurs, le prix moyen des fraises s'établit à 8,6 euros/kg mais peut varier de 2,4 à 16,8 euros. On pourrait penser qu'un tel écart se justifie par une différence significative en termes de goût. D'après nos dégustations réalisées à l'aveugle, il n'en est rien et nous constatons que les fraises les moins chères ne sont pas plus mal notées que les fraises les plus chères. La fameuse gariguette ne fait d'ailleurs pas mieux que la moyenne des fraises.

Pour les tomates, les écarts de prix ne sont pas négligeables : la fourchette varie de 1 à 7 euros le kg avec une moyenne à 2,4 euros/kg. Là encore, nos dégustations montrent qu'entre les tomates « rondes » moins chères, les tomates « en grappes » et les « côtelées » plus coûteuses, les consommateurs ne font pratiquement pas de différence.

Nos quatre enquêtes précédentes sur les fruits d'été (pêches, abricots, melons) avaient montré que le choix de ces fruits s'apparentait à une vraie loterie et que la qualité des produits en rayons était largement aléatoire. Notre nouvelle étude met en évidence que choisir les catégories de tomates ou de fraises les plus chères ne permet pas d'avoir des produits plus savoureux.

Nous proposons la mise en place de cahiers des charges portant sur la production, la collecte et la distribution des fruits et légumes qui, accompagnés d'un marquage en rayon, pourraient permettre aux consommateurs de repérer les produits offrant un réel plus gustatif.

Rappelons enfin que nos comparaisons entre produits n'ont porté que sur le goût mais que les écarts de prix peuvent s'expliquer par de nombreux facteurs, en particulier des différences dans les conditions de production (coût de la main d'œuvre, pratiques de traitement et de fertilisation des parcelles, etc...).

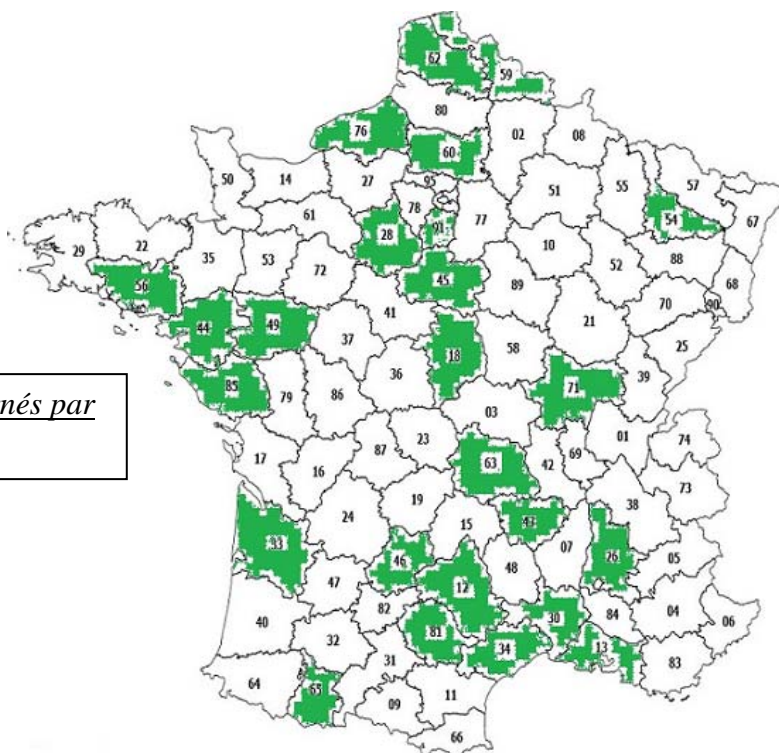


**Fraises et tomates
Enquête de la CLCV sur les prix
et la qualité
2014**

Dossier de presse

Les relevés de prix

Les militants de la CLCV ont relevé les prix des fraises et des tomates entre le 15 mai et le 30 juin dans 60 localités réparties sur 25 départements. Ces relevés ont été réalisés uniquement en grande distribution.



Départements concernés par les relevés de prix

Les prix constatés sont les suivants :

	Prix moyen (€/kg)	Nb de relevés
Fraises	8.6	314
- Dont origine France	9.2	268
- Dont autres origines : Espagne, Allemagne, Belgique, indéterminée	5.3	46
- Dont gariguettes	10.7	92
- Dont ciflorette	11.2	23
- Dont mara des bois	11.7	27

	Prix moyen (€/kg)	Nb de relevés
Tomates	2.42	446
- Dont côtelées	2.96	148
- Dont en grappes	2.28	155
- Dont rondes	2.01	140

	Prix minimum constaté	Prix maximum constaté
Fraises	2.4 €/kg	16.8 €/kg
Tomates	1.0 €/kg	7.0 €/kg

- NB :
- s'agissant d'une première année de relevés sur ces deux produits, nous ne pouvons présenter d'évolution ;
 - les tomates présentes en grande distribution au moment des relevés étaient très majoritairement françaises, d'où l'absence de données de prix détaillées en fonction de l'origine ;
 - Sur les fraises, nous constatons que les produits d'import sont 74% moins chers que les fraises françaises, ce qui s'explique notamment par les différences dans le coût de la main d'œuvre.

Le goût des fraises et des tomates vu par les consommateurs

• Notre méthode : des dégustations « à l'aveugle » dans 52 localités

Entre le 15 mai et le 30 juin, le réseau local de la CLCV a réuni des groupes de dix à soixante consommateurs dans 30 départements pour prendre part à des dégustations de fraises et de tomates achetées en grandes surfaces¹. En tout, 52 dégustations ont été organisées dont la liste figure ci-dessous.

	Ville	Département	Enseigne
1	Chartres	Eure et Loire	Carrefour
2	Lanester	Morbihan	Leclerc
3	Lanester 2	Morbihan	Carrefour
4	St Herblain	Loire Atlantique	Carrefour, Super U
5	Neuves Maisons	Meurthe et Moselle	Intermarché
6	Vandoeuvre les Nancy	Meurthe et Moselle	Leclerc
7	Cahors	Lot	Carrefour, Intermarché
8	Lormont	Gironde	Leclerc
9	Marseille	Bouches du Rhône	Carrefour
10	Saint Martin au Laert	Pas de Calais	Carrefour
11	Angers	Maine et Loire	Géant Casino
12	Marseille	Bouches du Rhône	Super U
13	Rennes	Ille et Vilaine	Super U
14	Parthenay	Deux Sèvres	Leclerc
15	Quimper	Finistère	Carrefour
16	Reims	Marne	Leader Price, Carrefour
17	Epernay	Marne	Leclerc
18	Valenciennes	Nord	Carrefour
19	Brioude	Haute Loire	Casino, Carrefour
20	Boulogne sur Mer	Pas de Calais	Proxi, Auchan
21	Clermont Ferrand St Jaques	Puy de Dôme	Auchan
22	Clermont Ferrand La Gauthière	Puy de Dôme	Côté Halles
23	Béziers	Hérault	Géant Casino
24	Lannion	Côtes d'Armor	Intermarché
25	Salon de Provence	Bouches du Rhône	Dia, Casino

	Ville	Département	Enseigne
26	Tours	Indre et Loire	?
27	Saintes	Charente Maritime	Super U
28	Vineuil	Loir et Cher	Intermarché
29	Elbeuf	Seine Maritime	Leclerc, Carrefour
30	Courdimanche Les Ulis	Essonne	Carrefour
31	Toulon	Var	Intermarché
32	Saint Nazaire 2	Loire Atlantique	Carrefour Market, Super U
33	Saint Nazaire 1	Loire Atlantique	Super U
34	Bruay La Buissiere	Pas de Calais	Cora
35	La Roche Sur Yon	Vendée	Leclerc
36	Calais	Pas de Calais	Auchan
37	Creil	Oise	Carrefour
38	St Christol Lez Ales 2	Gard	Intermarché
40	Bourges 2	Cher	Carrefour
41	Pierrelatte	Drôme	Carrefour
42	Romans sur Isère	Drôme	Leclerc
43	Grande Synthe	Nord	Auchan
44	Athis Juvisy Savigny	Essonne	Auchan
45	Brest	Finistère	
46	Nantes	Loire Atlantique	Auchan, Super U
47	Montpellier 2	Hérault	Casino, Auchan
48	Montpellier 1	Hérault	Géant Casino
49	Montvilliers	Seine Maritime	Auchan
50	Nantes	Loire Atlantique	Leclerc, Intermarché
51	Echirolles	Isère	Dia, Carrefour
52	Grenoble	Isère	Simply Market, Carrefour

¹ 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

Au total, ce sont 1050 consommateurs qui ont participé aux dégustations proposées par la CLCV dans toute la France.

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

- deux fraises de prix différents ;
- trois tomates appartenant aux catégories « rondes », « en grappes », « côtelées ». Généralement, ces trois catégories ont des prix différents.

Il est important de noter que les produits étaient présentés au consommateur sans aucune information sur leur prix, leur origine ou leur variété. Ils étaient par ailleurs découpés en portions prêtes à déguster (tranches de tomates et quartiers de fraises) ce qui rendait difficile l'identification du type de fraises ou de tomates testé. Les consommateurs étaient ainsi placés dans les conditions d'une dégustation « à l'aveugle ».

Par ailleurs, d'une dégustation à l'autre, les produits étaient présentés dans un ordre aléatoire de façon à ne pas biaiser les résultats globaux.

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

- leur appréciation globale (je déteste / je n'aime pas / ni bon ni mauvais / j'aime beaucoup / j'adore / sans opinion) ;
- le goût (aucun goût ou goût très désagréable / peu de goût ou goût peu agréable / goût correct / goût agréable / très bon goût / sans opinion) ;
- 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 / sans opinion).



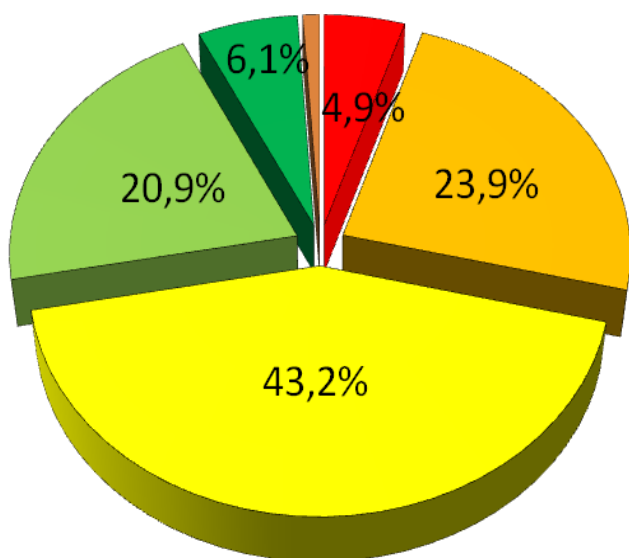
• Des résultats décevants pour les tomates, un peu meilleurs pour les fraises

Les taux de satisfaction sont décevants en particulier pour les tomates. Ainsi, seulement 27% des consommateurs les apprécient tandis que 43% les jugent « ni bonnes, ni mauvaises ». Notons que notre enquête a eu lieu en 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 la piètre qualité gustative des tomates produites « hors saison ».

Pour les fraises, les résultats sont un peu meilleurs, sans être brillants, avec 43 % des panélistes satisfaits mais une forte proportion, près de 39%, qui les jugent « ni bonnes, ni mauvaises ».

TOMATES

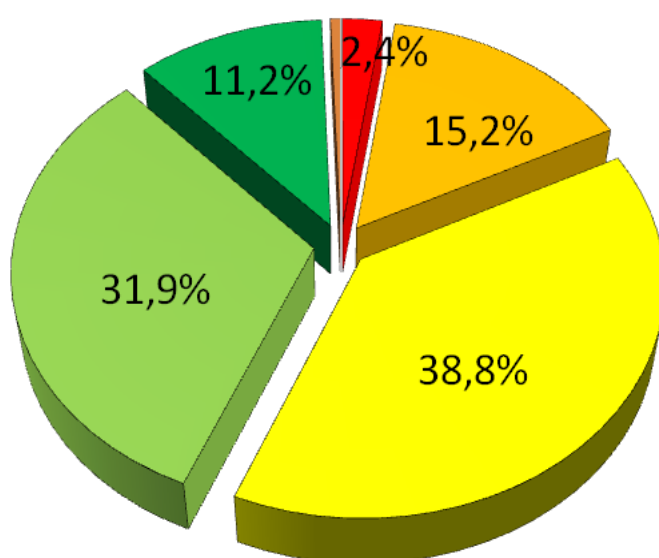
Sans opinion : 1%
3147 questionnaires remplis par 1050 personnes



■ Je déteste
■ Je n'aime pas
■ J'aime beaucoup
■ J'adore

FRAISES

Sans opinion : 0,6%
2077 questionnaires remplis par 1080 personnes



■ Ni bon, ni mauvais
■ Sans opinion

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.

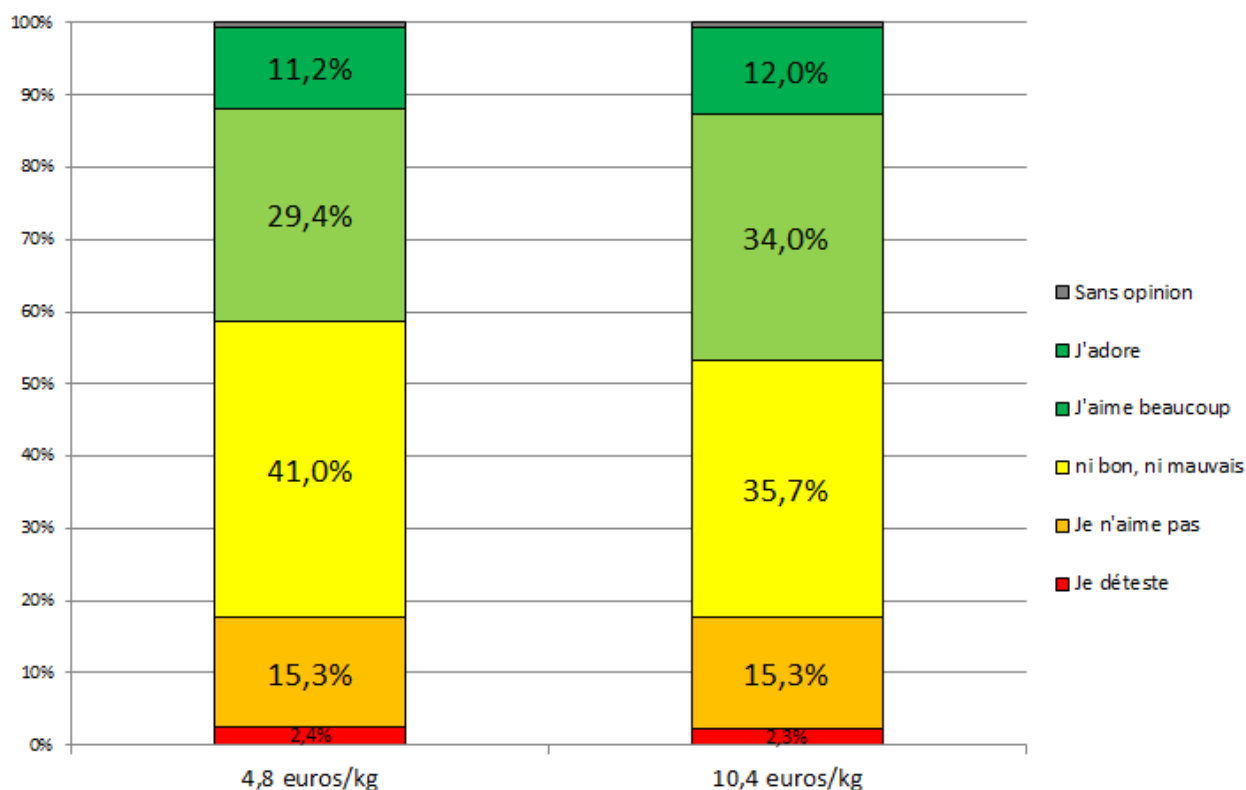
• Prix, variété et origine n'ont pas d'impact sur les taux de satisfaction

Comparaison des scores en fonction du prix

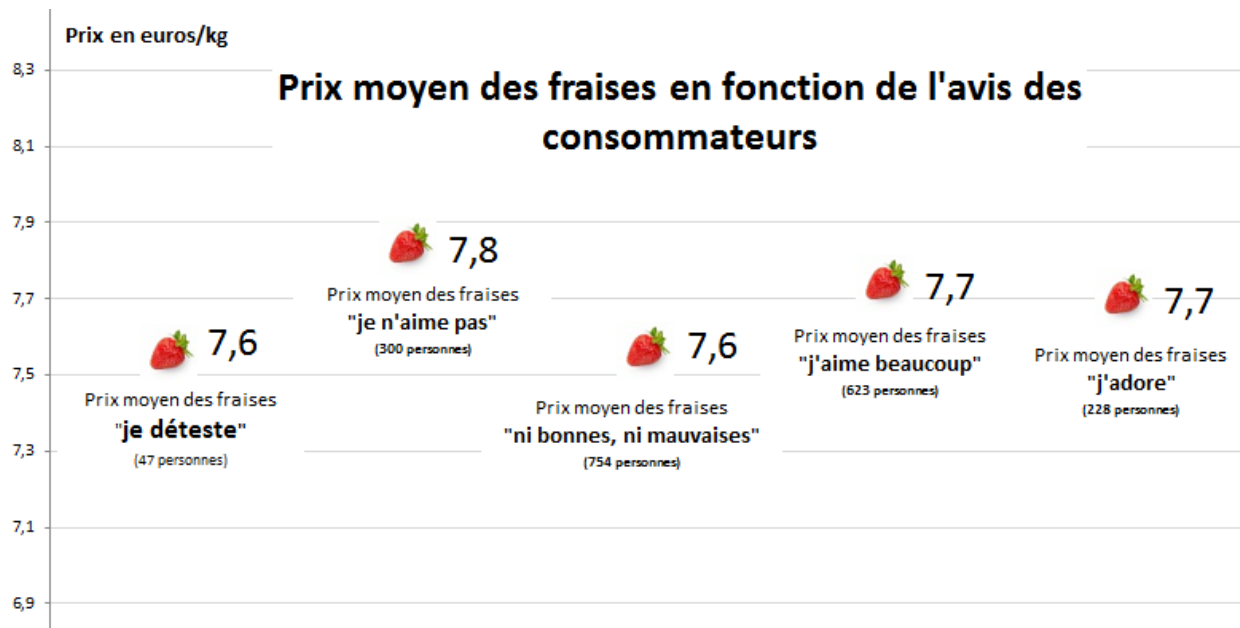
Comme précisé plus haut, chaque dégustation portait sur des produits de prix différents (deux niveaux de prix pour les fraises, trois pour les tomates) et les participants donnaient successivement leur avis sur chacun d'eux.

S'agissant des fraises, les résultats indiquent que les plus chères (prix moyen : 10,4 €/kg) semblent un petit peu mieux appréciées que les moins chères (prix moyen : 4,8 €/kg). En effet, le pourcentage de personnes déclarant « aimer beaucoup » les fraises les plus chères est un peu supérieur à celui observé pour les fraises les moins chères. En revanche, les pourcentages de personnes insatisfaites (c'est-à-dire ayant répondu « je n'aime pas » ou « je déteste ») restent inchangés.

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

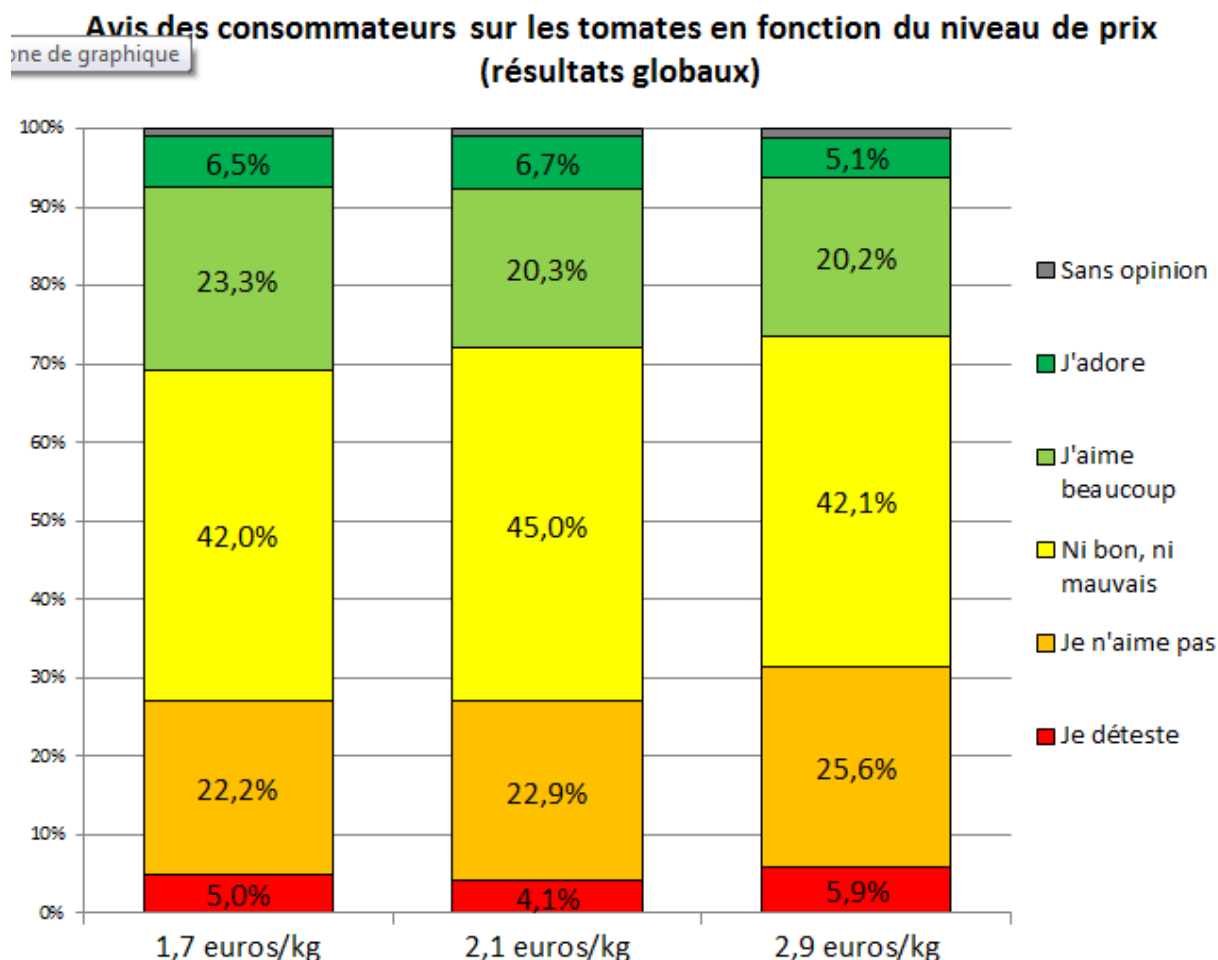


Pour mesurer un éventuel effet du prix sur la satisfaction des consommateurs, nous avons calculé les prix moyens des fraises pour chaque niveau de satisfaction. Le graphique ci-dessous montre que ces prix moyens sont pratiquement les mêmes, alors que l'on s'attendrait à voir des prix plus élevés pour les fraises ayant reçu des avis favorables.

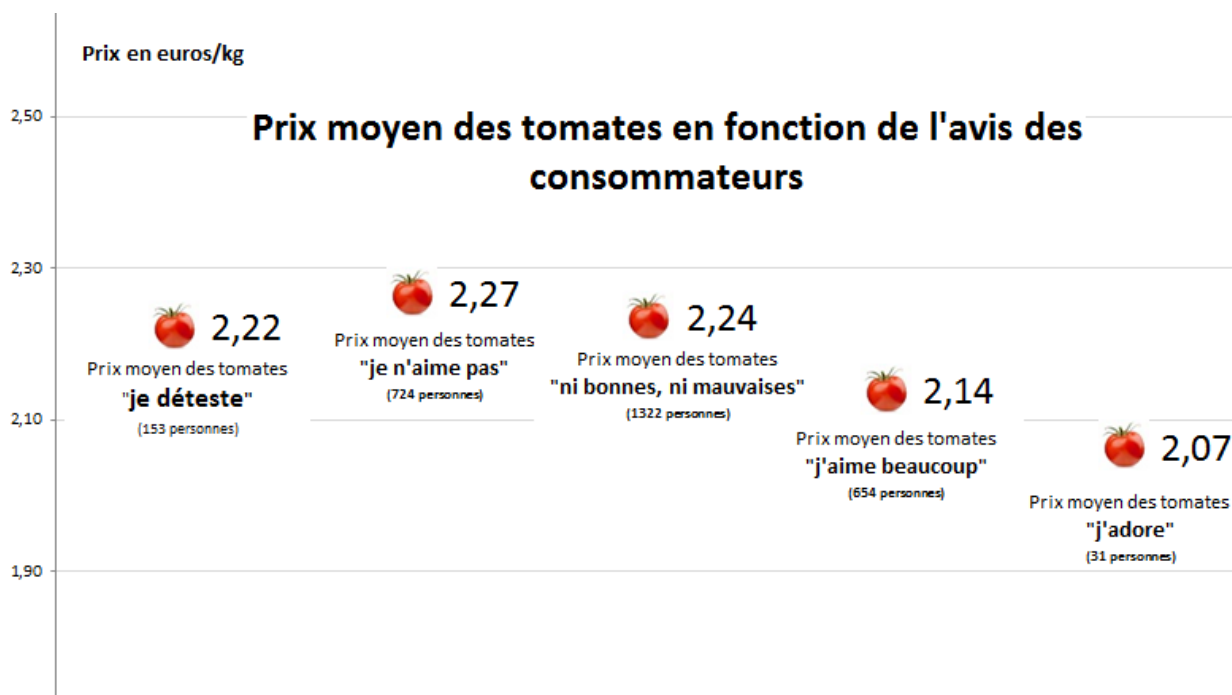


Au final, payer ses fraises plus cher, ne constitue donc pas une garantie de satisfaction, loin s'en faut.

En ce qui concerne les tomates, le constat est encore plus évident. On note que les tomates les plus chères à 2,9 euros/kg ne sont pas mieux notées que les tomates à 2,1 euros/kg ou 1,7 euros/kg.



Les prix moyens calculés par niveau de satisfaction des consommateurs conduisent à la même conclusion, à savoir que les tomates plus chères ne sont pas plus appréciées des consommateurs (on observe même la tendance inverse : les tomates préférées des consommateurs sont plutôt les moins chères...).



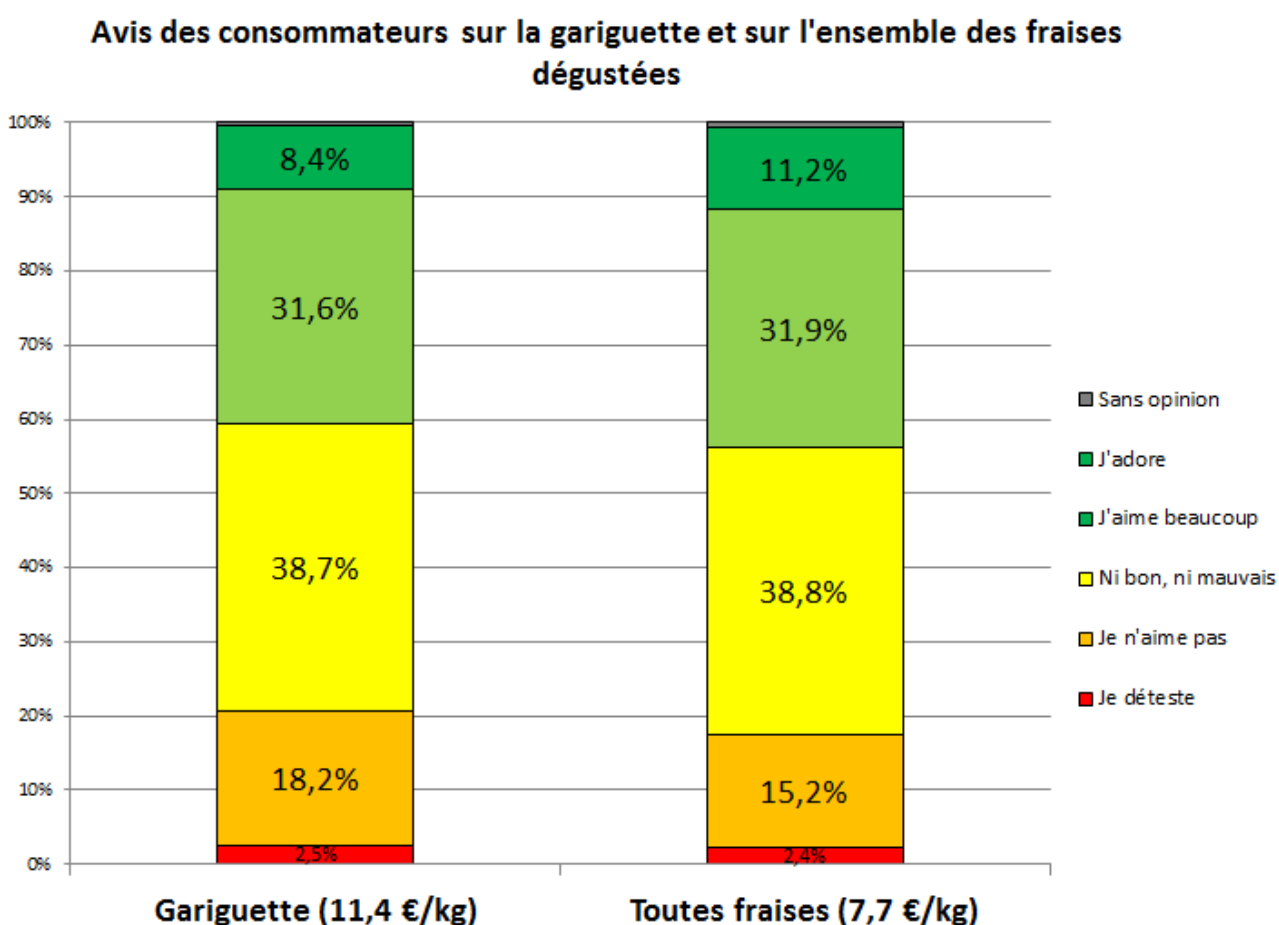
Comparaison des scores en fonction des variétés

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

Pour les fraises, nous avons constaté que cette information était présente sur 56% des produits. L'indication de variété est quasiment absente pour les fraises espagnoles qui représentent 23% des fraises dégustées.

La variété la plus fréquente est la gariguette qui représente à elle seule la moitié 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 est sensiblement plus élevé que le prix moyen des fraises de notre échantillon (11,4 €/kg contre 7,7 €/kg en moyenne sur l'échantillon). Pourtant, nos résultats indiquent clairement qu'elle ne satisfait pas plus les consommateurs que les autres fraises.

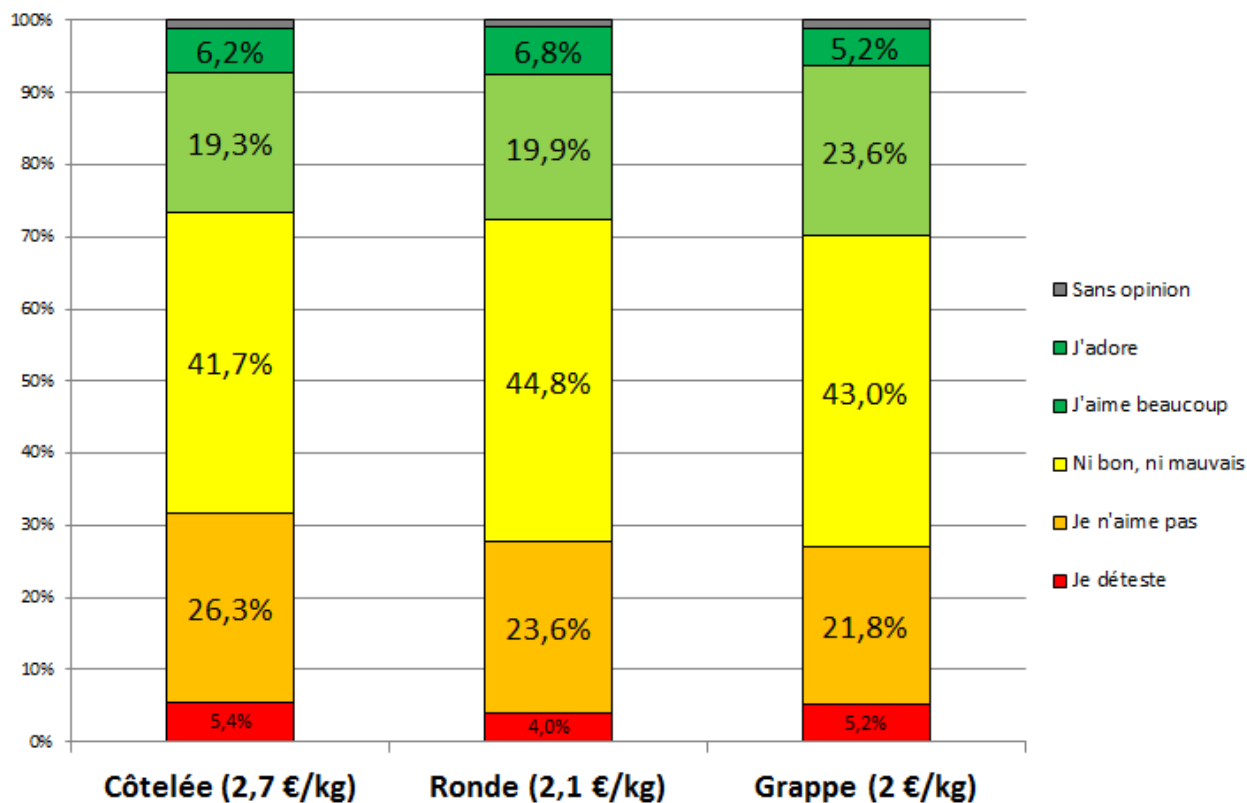


S'agissant des tomates, l'indication de la variété est encore plus rare que sur les tomates puisque seulement 38 % des produits portent une indication de variété. Rappelons d'ailleurs qu'elle est parfois abusive comme la mention « cœur de bœuf » utilisée pour des tomates qui n'en sont pas en dépit de leur aspect côtelé.

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

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

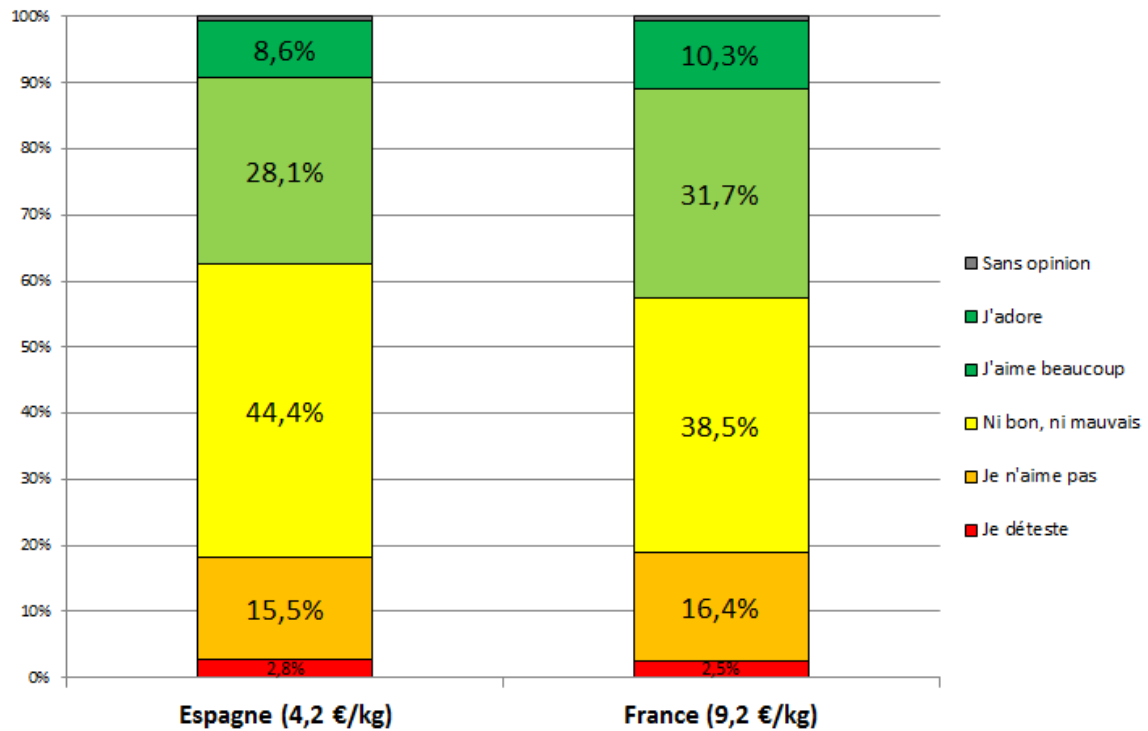
Avis des consommateurs sur les trois types de tomates dégustées



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 cela, nous avons comparé les scores des fraises françaises et espagnoles. Là encore, il n'apparaît pas que les fraises françaises soient plus appréciées que les espagnoles comme l'illustre le graphique ci-dessous.

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



Conclusion

Notre enquête donne une image décevante de la qualité des tomates qui ne satisfont que 27 % des consommateurs. Le résultat est certes meilleur pour les fraises mais, avec près de 39 % de répondants qui les qualifient de « ni bonnes, ni mauvaises », des progrès importants restent à faire sur la qualité.

Par ailleurs, nous constatons qu'aucun des repères de qualité dont disposent les consommateurs quand ils font leur choix dans les rayons d'un supermarché ne fonctionne réellement. Ainsi, dans le cadre de nos dégustations, les produits les plus chers n'obtiennent pas des résultats supérieurs à leurs concurrents. S'agissant des fraises, même la gariguette, variété phare du marché français, ne séduit pas plus les consommateurs que les autres fraises.

En ce qui concerne les tomates, les catégories proposées en rayon (rondes, en grappes, côtelées) n'ont en fait 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 vendues 20% moins cher. Entre tous ces produits, le consommateur a l'impression de choisir alors qu'en fait il se retrouve au final avec des tomates de qualité comparable...et le plus souvent médiocre.

Notre étude, comme les précédentes conduites sur les melons, les pêches et les abricots, vient confirmer qu'il existe un réel problème de maîtrise de la qualité gustative aux rayons des fruits et légumes. Afin de redonner des repères fiables aux consommateurs, et donc de l'attractivité à ces produits, des cahiers des charges impliquant l'ensemble des acteurs depuis la production jusqu'à la distribution devraient être mis en place. Sur cette base, un marquage en rayons permettant aux consommateurs de repérer facilement les produits les plus goûteux pourrait enfin être expérimenté.

ANNEXE

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

