



Journée d'information
Le défi de la qualité gustative des fruits et légumes
29 octobre 2013



Le goût, une valeur ?

Leviers de création de valeur :
pour qui et avec quels outils ?

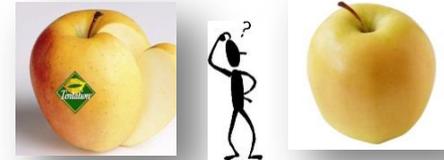
Danièle Scandella, Ctifl

Segmentation gustative = création de valeur ?

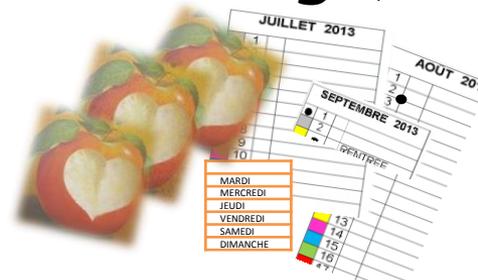
Fondamentaux indispensables

réduire l'incertitude pour le consommateur

➤ Reconnaissance du produit sur le rayon



➤ Satisfaction à la dégustation et sur la durée



➤ Relation de confiance à l'aide de signaux forts



Chaque acteur de la filière est partie prenante dans le création de valeur

Les Editeurs de variétés Pépiniéristes-Semenciers

- Recherche des variétés les plus adaptées tant pour les producteurs que les consommateurs



- Création de marques variétales et clubs variétaux



Chaque acteur de la filière est partie prenante dans le création de valeur

Les producteurs

Excellence de l'itinéraire technique



Signes officiels de qualité

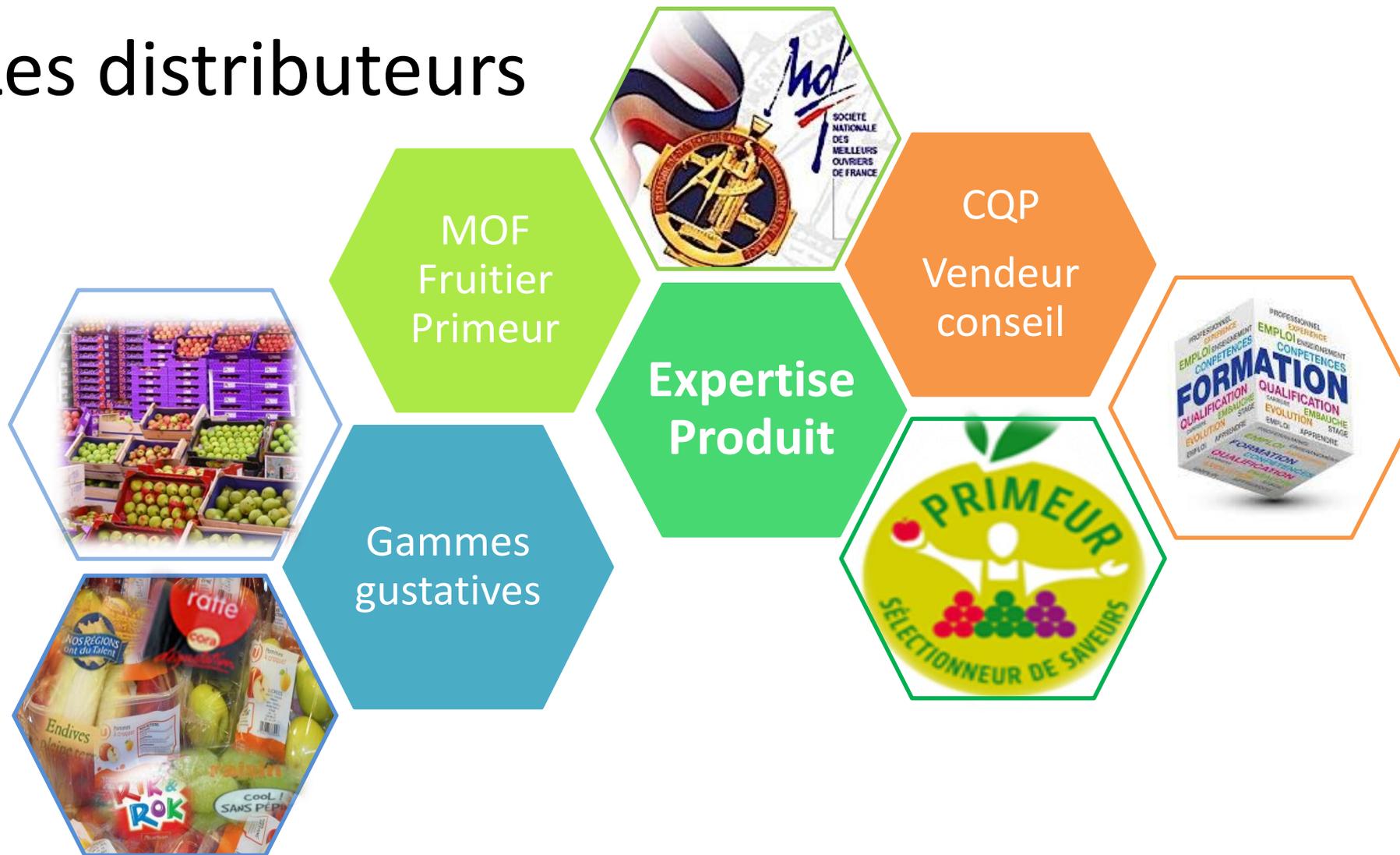


Gamme de produits particuliers



Chaque acteur de la filière est partie prenante dans le création de valeur

Les distributeurs



L'interprofession : *éliminer la non qualité* par des accords interprofessionnels et des recommandations

 les fruits et légumes frais
Interfel

ACCORD INTERPROFESSIONNEL RAISIN DE TABLE MATURITE

Entre les organisations membres d'INTERFEL, il est convenu à l'unanimité

ARTICLE I
Le présent accord a pour objet d'améliorer la qualité de certaines variétés de raisin de table, produites en France, doivent satisfaire les critères de maturité définies par un indice réfractométrique (à partir station) à savoir :

ARTICLE II
Les variétés suivantes de raisin de table, produites en France, doivent satisfaire les critères de maturité définies par un indice réfractométrique (à partir station) à savoir :

- Pour la variété PRIMA : d'au minimum 15° brix,
- Pour la variété ORA : d'au minimum 14° brix,
- Pour la variété DANLAS : d'au minimum 14° brix,
- Pour la variété LIVAL : d'au minimum 14° brix,
- Pour la variété CHASSELAS : d'au minimum 16° brix,
- Pour la variété CARDINAL : d'au minimum 13° brix,
- Pour la variété MUSCAT : d'au minimum 16° brix,
- Pour la variété LAVALLEE : d'au minimum 14° brix,
- Pour la variété IDEAL : d'au minimum 15° brix,
- Pour la variété CENTENIAL : d'au minimum 16° brix,

« KIWIS issus des variétés de Actinidia Deliciosa : « date de récolte et de commercialisation, maturité »
Accord du 12 octobre 2010 pour 3 ans, jusqu'au 12 octobre 2013
JORF du 13/10/12 pour la campagne 2012

Date de récolte :

- variété Hayward: récolte interdite avant le 10 octobre.
- variétés autres que Hayward: récolte possible avant le 10 octobre si respect des critères de maturité :
 - IR \geq 6,2% B ou teneur matière sèche : 15%

Date de commercialisation :

- des kiwis Hayward:
 - Commercialisation au stade de détail interdite avant le 6 novembre
 - Commercialisation à destination des marchés étrangers possible à partir du 10 octobre, uniquement si le transport en container \geq 15j
- des kiwis autres que Hayward :
 - commercialisation possible avant le 6 novembre, si demande préalable à Interfel (copie au BIK)

Maturité:

- à la récolte : IR \geq 6,2 % Brix, ou teneur moyenne en matière sèche : 15%
- au stade gros et détail : IR \geq 9,5% Brix

Abricot « Identification de la variété »
Recommandation de la filière du 12 octobre 2010, pour la campagne 2010 et suivantes

Au stade de la vente au détail, la variété doit être clairement indiquée derrière la nature du produit « abricot »

A tous les stades de la filière, il est recommandé de mentionner le nom de la variété sur les emballages contenant directement les abricots.

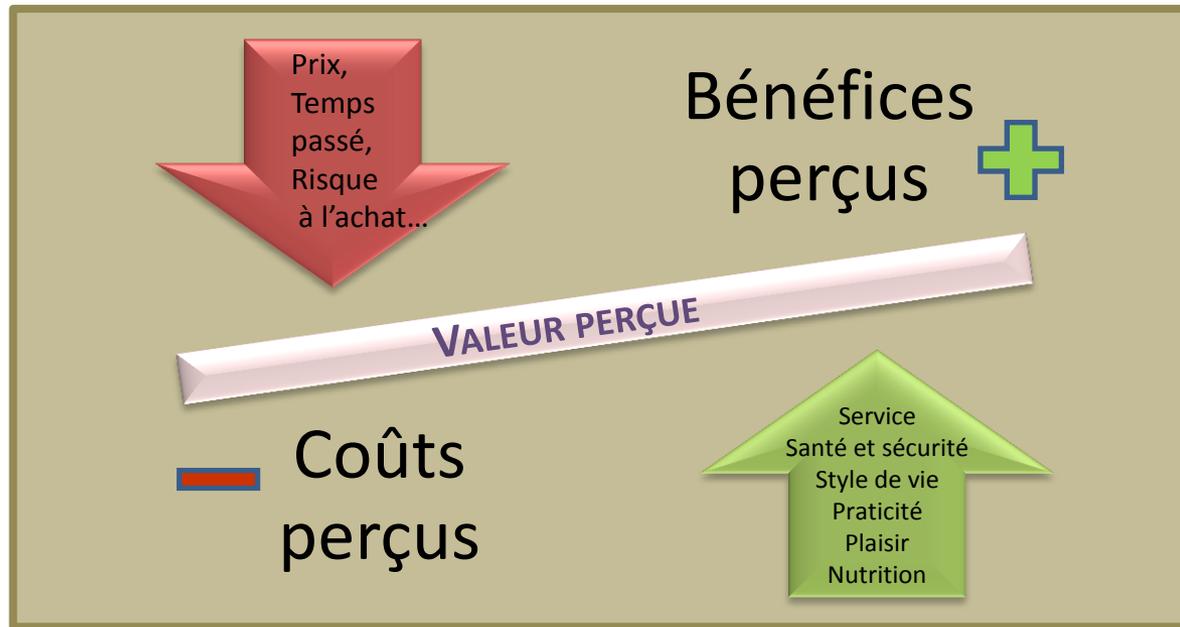
Valorisation pécuniaire... Référencement privilégié...

- **Le pouvoir de négociation d'un produit standard est faible, de plus il est facilement substituable, échangeable**
- **Un produit différencié peut prétendre**
 - à une juste valorisation
 - à un référencement privilégié

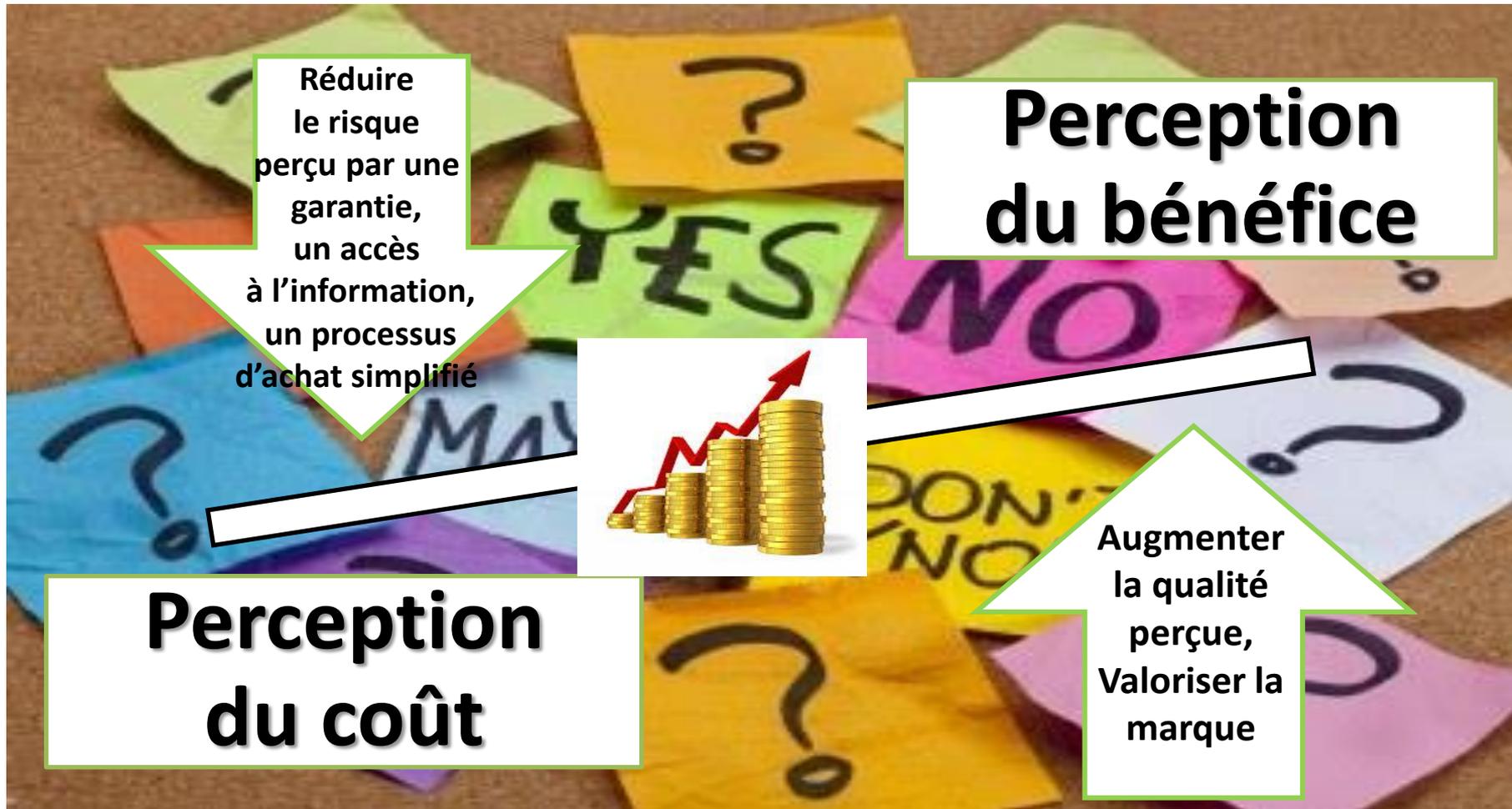


Le goût = valeur économique
si sa valeur perçue par le client est positive

Valeur perçue = rapport entre les bénéfices qu'il retire
du produit à ce que cela lui coûte



La propension à payer des consommateurs augmente avec la fiabilité du signal qui réduit l'incertitude



La segmentation gustative

- Débanalise l'offre fruit et légumes
- Facilite pour tous le processus d'achat par la garantie d'un produit savoureux
- Permet de satisfaire un public d'amateurs moins concerné par les arbitrages budgétaires



**Soutient la consommation
des fruits et légumes !**