



# Segmentation par la qualité dans les fruits et légumes: entre espoirs et contraintes

Emmanuel RAYNAUD (INRA SADAPT &  
CES – Université Paris I)



ALIMENTATION  
AGRICULTURE  
ENVIRONNEMENT



# Plan de la présentation

- Le marché de la tomate fraîche: traits saillants
- Segmentation de l'offre par la qualité
  - Les espoirs: création de valeur ajoutée
  - Contraintes: Avoir des repères de qualité fiables
- Les repères visuels de qualité
  - La fiabilité des repères de qualité visuels existants
  - Conditions pour une meilleure fiabilité
- Conclusion: la qualité comme levier de valeur pour les filières F&L?

# Marché de la tomate fraîche

## Offre

- Marché européen très concurrentiel
- Production nationale dominée par hors-sol
- 2 principaux bassins de production: ouest & sud est avec conditions climatiques différentes

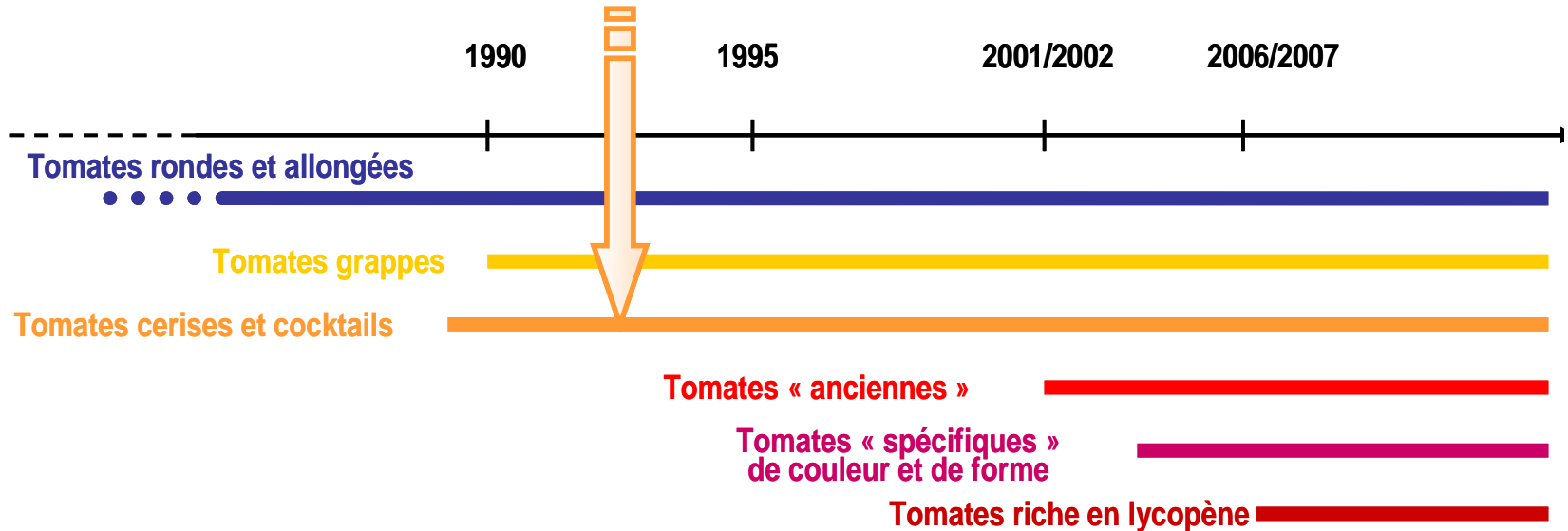


## Demande

- Consommation stagnante
- Prépondérance des ventes en GMS
- Diversification des tomates
- 1/3 consommateurs pas/peu satisfaits de la qualité (tomates sans goût)

# Marché de la tomate fraîche

- Historique de la segmentation



- Deux principaux segments pour les professionnels: segments « de masse » / « de diversification ».



ALIMENTATION  
AGRICULTURE  
ENVIRONNEMENT



# Segmentation par la qualité: 2 types de segmentation

**Seg verticale:** Si X & Y sont différenciés verticalement et si  $P_x = P_y$ , alors tous les consommateurs achètent le même produit

Segmentation par la qualité.

**Seg horizontale:** Si X & Y sont différenciés horizontalement et si  $P_x = P_y$ , les consommateurs se répartissent entre les deux produits



ALIMENTATION  
AGRICULTURE  
ENVIRONNEMENT

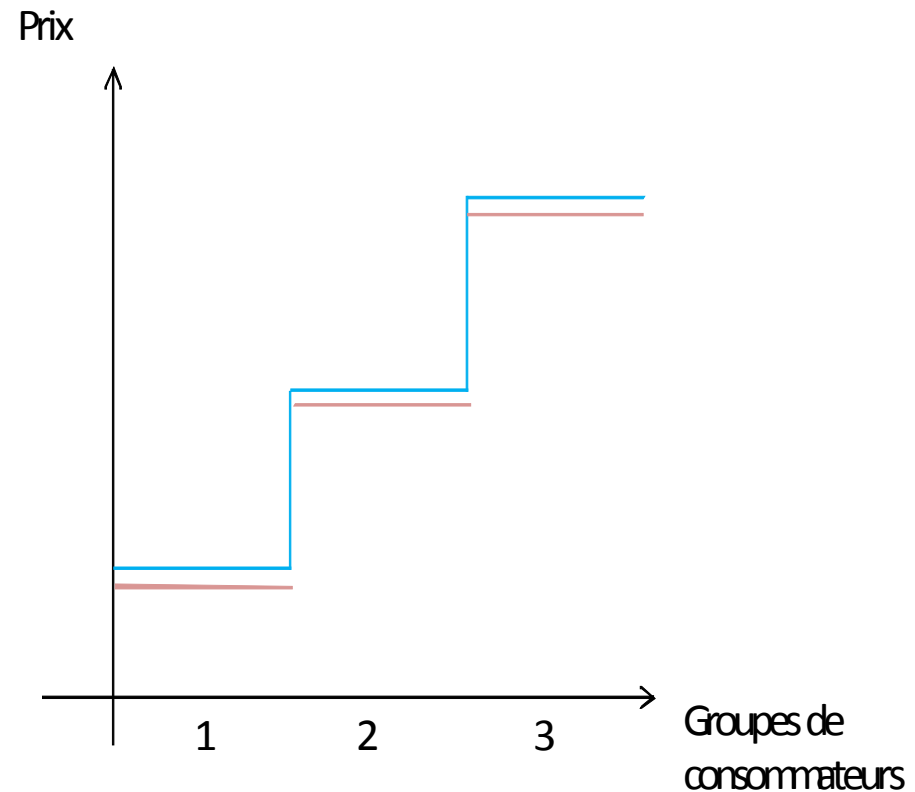
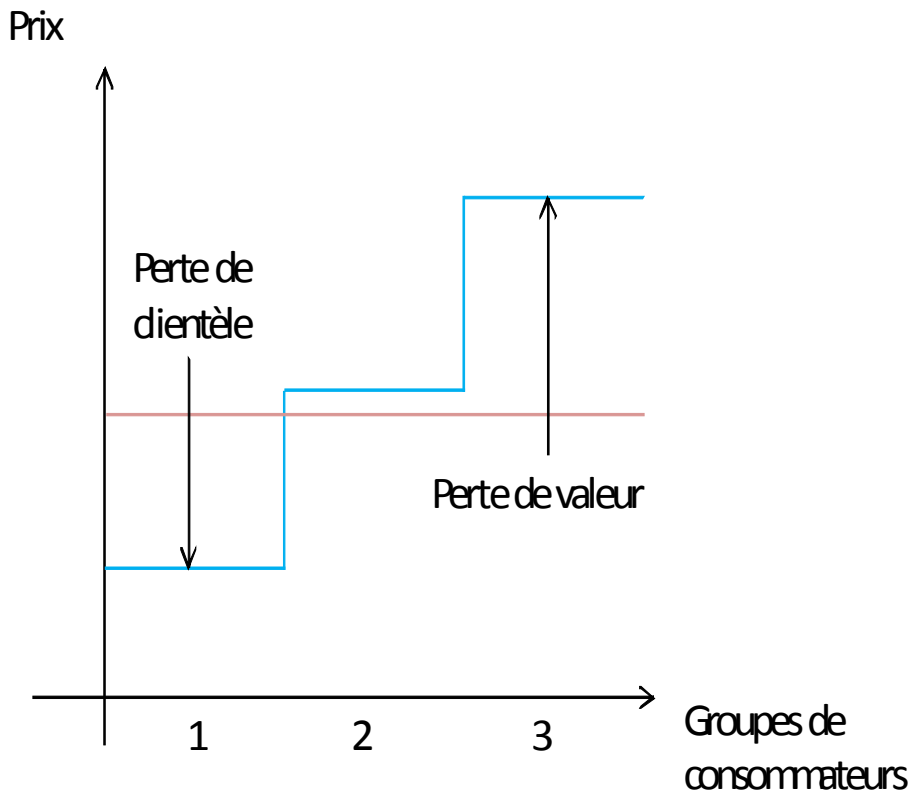
INRA

# Segmentation par la qualité: les espoirs

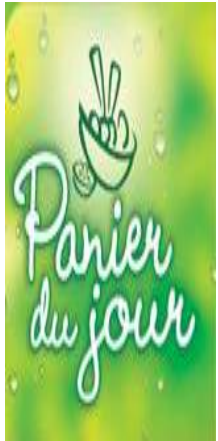
- Valeur ajoutée supplémentaire liée à une segmentation des produits
  - Économies de gamme,
  - Création de nouveauté induisant des « achats impulsifs »,
  - Réduire la concurrence directe en prix,
  - Tirer profit de la diversité des préférences et des revenus des consommateurs

# Segmentation par la qualité: espoirs

Tirer avantage de la diversité des consommateurs



# Segmentation par la qualité: espoirs



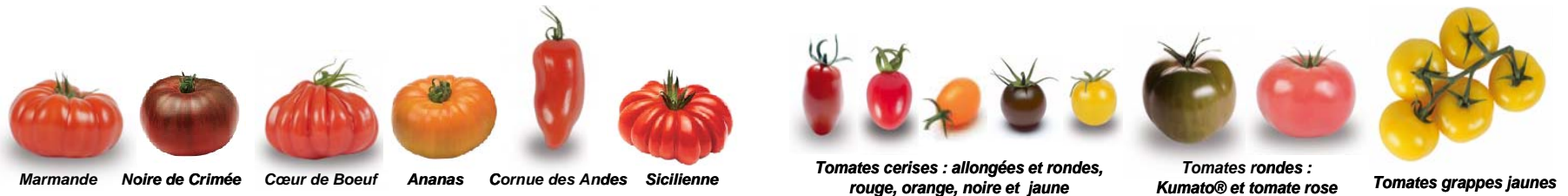
- Gamme avec nb références
- Essentiellement **différenciation horizontale** des produits
- Forte segmentation des produits mais faible différenciation entre concurrents

**Quels liens entre segmentation et qualité?**



# Segmentation par la qualité: espoirs

- une segmentation croissante sans liens directs avec qualité gustative
  - Nombreuses réf commerciales qui ne se distinguent pas nécessairement par rapport à la qualité gustative



- De quelles information sur la qualité disposent les consommateurs?

# Segmentation par la qualité: contraintes

- Problème: la qualité n'est pas observée avant l'achat (asymétrie d'information)

Caractéristiques de recherche (identifiable avant l'achat)



Caractéristiques d'expérience (identifiable après l'achat)

Caractéristiques de confiance (peu/pas identifiable même après l'achat)

- Les consommateurs ont besoin de repères de qualité

# Segmentation par la qualité: contraintes

- Existence de repères de qualité, condition nécessaire mais pas suffisante pour une segmentation par la qualité
- Besoin de repères de qualité **fiables**, cad assurant une relation étroite entre qualité et repères
  - $\Rightarrow$  peu de variabilité de la qualité dans l'espace (qq soit le lieu d'achat, le vendeur,.....)
  - $\Rightarrow$  peu de variabilité de la qualité dans le temps
- La propension à payer des consommateurs  $\uparrow$  avec la fiabilité du repère ( $\downarrow$  incertitude sur la qualité)

# Segmentation par la qualité: contraintes

- Exemple d'un succès planétaire
  - Ne signale pas une qualité supérieure mais une qualité constante dans l'espace et le temps,
  - Repose sur un cahier des charges contraignant sur le process de fabrication
  - Et sur une gouvernance forte du réseau (contrôle, incitations,....)



# Les repères existants de la qualité gustative

- Lieux d'achats & circuits de distribution (filières courtes vs. GMS) – réputation du vendeur,
- Signes de qualité (marques, enseignes GMS, signes officiels de qualité),
- Prix,
- Mentions réglementaires des panneaux d'affichage & normes de commercialisation,
- Aspect visuel du produit (attributs de recherche)

# Les repères existants de la qualité gustative

## Normes de commercialisation

		Catégories de classement		
		Extra	I	II
<b>ASPECT</b>	<b>Forme</b> <b>Développement</b> <b>Coloration</b>	Aucun défaut	Légers défauts	Défauts plus marqués
		<b>Tolérance</b>	5% de I	10% de II
<b>CALIBRAGE</b>	<b>Minimal</b>	(rondes, à côtes et en grappes) (oblongues)		
	<b>Echelle</b>	Obligatoire (sauf grappes et cerises en grappe)		Facultative
			30/35; 35/40; 40/47; 47/57; 57/67; 67/82; 82/102; 102 et +	
		<b>Tolérance</b>	10%	10%

# Les repères existants de la qualité gustative

## Affichage

- **Nom** : tomate
- **Type** : oui pour les anciennes et les spéciales
- **Variété** : Non
- **Couleur** : Oui, pour les tomates jaunes, oranges, vertes et noires à maturité
- **Usage** : conseillé (salades, soupes, à farcir, à grignoter...)
- **Origine** : Oui
- **Catégorie** : Obligatoire
- **Calibre** : non, sauf si le vendeur commercialise 2 calibres sous la même forme
- **Prix** : au kg ou au lot, avec rappel du prix au kg

# Les repères existants de la qualité gustative

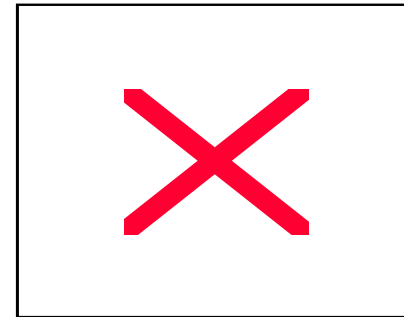
## normes commerciales et affichage

- Information porte essentiellement
  - sur attributs visibles des produits (calibre, aspect,...)
  - facile à mesurer
- Information peut utile pour aider le consommateur à évaluer la qualité avant l'achat
  - Peut utile pour apprécier la qualité gustative



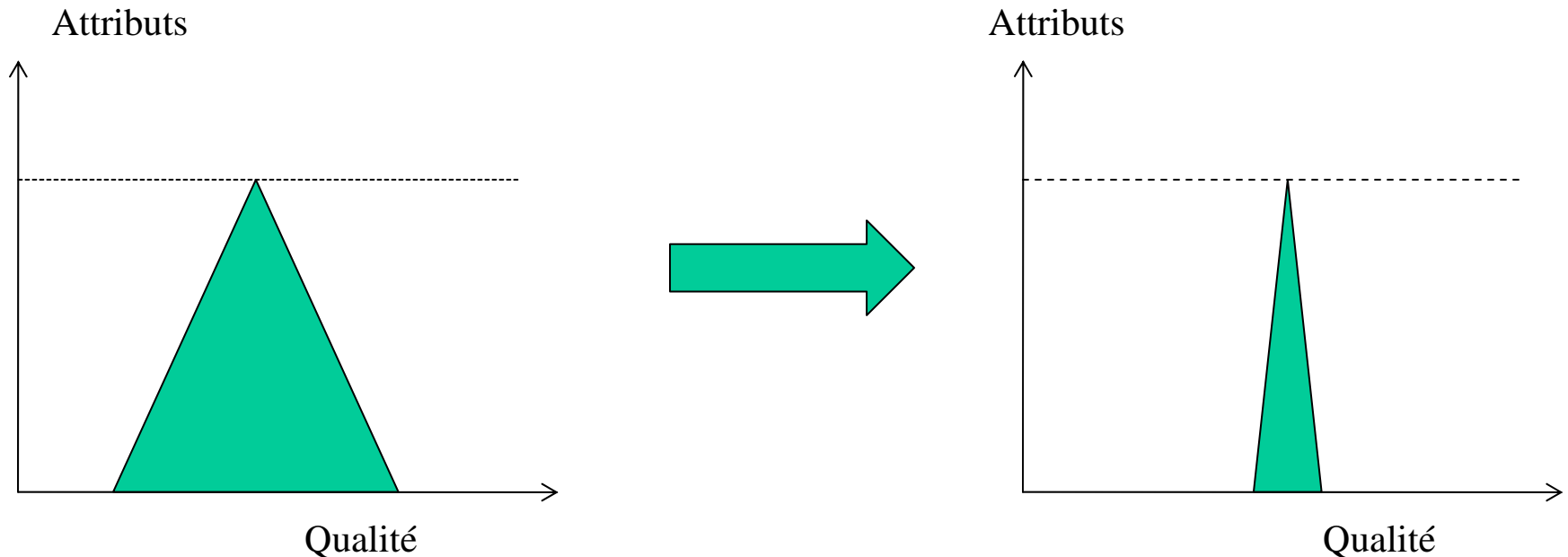
# Les repères existants: attributs de recherche

- Ex, aspect visuel des produits, odeur, toucher,.....)
- **Peu fiable** car pas bon « prédicteur » de la qualité gustative
  - Pas stable dans le temps (ex tomates grappes)
  - Pas stable d'un concurrent à l'autre
  - Contre exemple: tomates Kumato?
- On demande à une différenciation horizontale de jouer le rôle de repère pour une différenciation verticale



# Les repères visuels: conditions pour une meilleure fiabilité

- Comment rendre plus fiable les indicateurs visuels de la qualité des produits?



# Les repères visuels: conditions pour une meilleure fiabilité

- Repères mis en place par semenciers
  - **Objectif**: créer relation entre aspect visuel, nom, & qualité
  - **Limites**: risque de multiplication des marques, variété seule prise en compte
- Repères mis en place par les OP
  - **Objectif**: créer relation entre aspect visuel, nom, ITK & qualité
  - **Limites**: risque de multiplication des concepts de tomates, ITK à définir, diffusion limitée des variétés, quid des autres facteurs limitant pour la qualité

# Les repères visuels: conditions pour une meilleure fiabilité

- Connaissance de la variété par les consommateurs
  - **Objectif**: associer variété et qualité
  - **Limites**: absence de réglementation, distinction difficile entre variétés, turn-over important des variétés en rayon, problème de confidentialité, connaissance des consommateurs

# Les repères visuels: conditions pour une meilleure fiabilité

- Améliorer la fiabilité  $\Rightarrow$  réduire la variabilité
  - Identifier les sources de variabilité, moyens de les réduire & conséquences économiques,
  - Accord collectif nécessaire sur relation entre repères et niveau de qualité
    - Accord(s) sur le niveau de qualité pour un repère donné / accords sur des contraintes dans la production (standard min de qualité)?
    - Arbitrage entre fiabilité du repère de qualité et adaptabilité à la diversité des conditions de production

# Conclusion: segmentation par la qualité comme levier de valeur?

- Segmentation par la qualité est potentiellement source de valeur ajoutée
  - Les consommateurs ont besoin de repères fiables
  - La qualité est coûteuse à produire
    - ⇒ qualité minimum pour tous vs. qualité supérieure pour un segment de marché?
    - ⇒ politique publique: améliorer l'adéquation en qualité offre/demande vs. augmenter la demande globale?
- Le futur de la qualité gustative en tomate est-il uniquement dans les « filières courtes »?