



MarketOlea

LES GOÛTS DES HUILES D'OLIVE DE FRANCE & LES CONSOMMATEURS

Etude menée dans le cadre du programme d'Opérateurs avec le soutien de l'Union Européenne et de FranceAgrimer, réalisée par ADN Marketing.

Contexte : comment valoriser nos huiles d'olive et nos olives, sur le plan sensoriel, de manière compréhensible par les consommateurs ?

Objectif : Identifier les principaux termes descriptifs des Huiles d'Olive et Olives du Midi de la France acceptés par les consommateurs

Moyens :

- Qualitatifs : réunions de groupe (1 huile d'olive, 1 olives) pour la génération de termes avant et après dégustation et évaluation des termes générés pour créer une liste restreinte
- Quantitatifs : enquête téléphonique de validation des termes générés

Les résultats obtenus auprès des différents groupes interrogés ne sont pas toujours cohérents d'une personne à l'autre ou avec l'expérience que les professionnels peuvent avoir des différentes huiles d'olive. Ils sont donc à observer, à prendre en compte et à patiner avec nos expériences de professionnels.

La synthèse proposée ici utilise les résultats de l'enquête mais également l'expérience acquise auprès du grand public au cours des nombreuses initiations à la dégustation ainsi que le vocabulaire de professionnel de jury. Il s'agit de pistes qui peuvent être utilisées par tous ceux qui commercialisent des Huiles d'Olive du Midi de la France pour mieux identifier et valoriser nos produits auprès des consommateurs et peut-être, conquérir de nouveaux consommateurs !

LE PORTRAIT CHINOIS

Le portrait chinois est basé sur une association de mots et d'idées autour d'un thème ou d'un mot. Les consommateurs interrogés ont travaillé ici sur différents fruités d'huiles d'olive pour lesquelles il s'agissait de détermi-

ner, après dégustation, un élément (végétal, couleur, matière minérale...) lui correspondant.

Ce portrait peut permettre d'orienter les codes couleurs et matières utilisés dans la communication (étiquette, dépliants...) pour chaque famille d'Huiles d'Olive du Midi de la France.

HUILES D'OLIVE DE TYPE « FRUITÉ MÛR »

Végétal : fleur, herbe

Minéral : eau, argile

Couleur : jaune, or, ambre, brun

Tissu : soie, voile, toile légère



HUILE D'OLIVE DE TYPE « FRUITÉ VERT »

Végétal : ortie, ronce, poivre

Minéral : calcaire, rocher, pierre

Couleur : vert, orange, rouge

Tissu : jute, lin



HUILE D'OLIVE DE TYPE « FRUITÉ NOIR »

Végétal : tourbe, mousse

Minéral : terre, ocre

Couleur : doré, dorure, bleu

Tissu : moire, flanelle



LES TERMES DESCRIPTIFS DU GOUT

Cinq termes « généraux » font l'unanimité ou presque des consommateurs interrogés pour décrire une huile d'olive :

- Parfumée
- Aromatique
- Fruitée
- Authentique
- Intensité aromatique

Compte tenu de la communication engagée sur la diversité aromatique des Huiles d'Olive du Midi de la France, les consommateurs ont également défini, pour

chaque « groupe » d'huiles d'olive, les termes descriptifs les plus appropriés pouvant décrire de manière positive et optimale au mieux l'huile d'olive qu'ils ont dégusté.

Bien que très prisé par les consommateurs, nous laisserons volontairement de côté le terme « fruité » qui d'une part, est utilisé pour toutes les huiles dégustées – donc **peu différenciant** – et d'autre part, qui demande, pour être utilisé dans l'étiquetage, d'être validé par un jury appliquant la méthode du Conseil Oléicole International pour la dégustation.

LES TERMES COMMUNS UTILISÉS POUR CHAQUE FAMILLE DE FRUITÉ.

Fruité mûr	Fruité vert	Fruité noir
aromatique	aromatique	aromatique
chaleureuse	chaleureuse	chaleureuse
	corsée	corsée
discrète		discrète
élégante	élégante	
florale	florale	florale
généreuse	généreuse	généreuse
parfumée	parfumée	parfumée
légère		légère
onctueuse		onctueuse
rustique	rustique	rustique
veloutée	veloutée	veloutée
voluptueuse		voluptueuse
	puissante	puissante

LES TERMES SPÉCIFIQUES UTILISÉS POUR CHAQUE FAMILLE DE FRUITÉ.

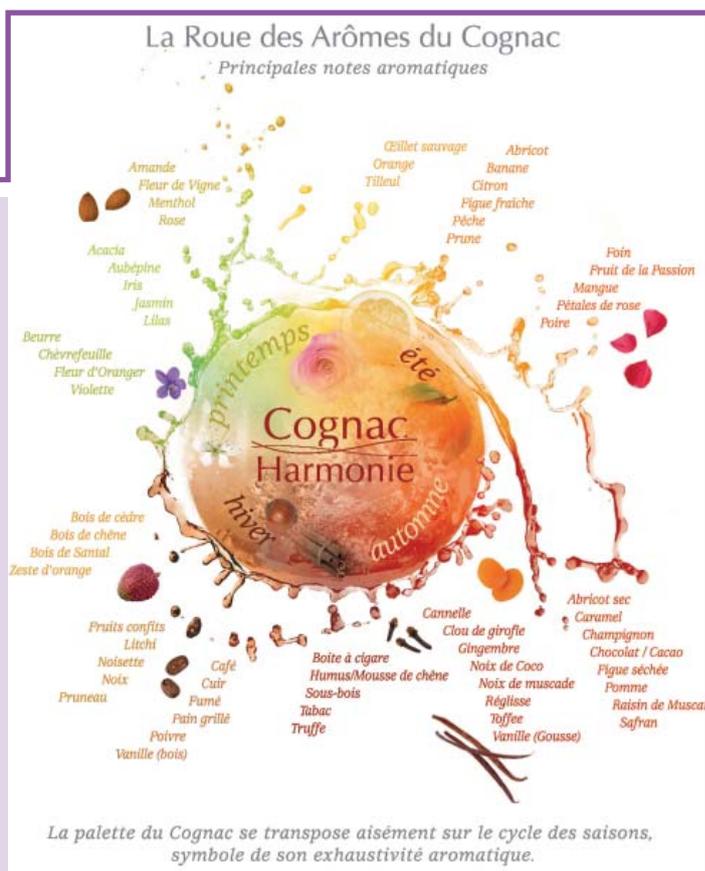
Fruité mûr	Fruité vert	Fruité noir
brute	ardente	ensoleillée
fine	de caractère	ronde
fraîche	éclatante	
franche	complexe	
suave	étouffée	
	forte	
	tonique	
	ample	

D'autres produits ayant une grande diversité gustative ont développé l'analyse sensorielle et surtout son application à un vocabulaire adapté pour les consommateurs : le cognac, le miel, le comté, le chocolat ...

Cela permet :

- d'améliorer la communication, créer un langage commun pour décrire le profil aromatique d'un produit
- de guider la créativité & la sélection
- de valoriser les qualités gustatives et la multiplicité de goût des produits pour mieux les valoriser et donc les commercialiser auprès des consommateurs
- de développer des gammes en adaptant le goût des produits à tel ou tel type de consommateurs (adaptation des goûts en fonction des pays par exemple)...

Les utilisations sont multiples...



QUELS TERMES DESCRIPTIFS UTILISÉS POUR CHAQUE TYPE DE FRUITÉ ?

Pour résumer les éléments résultant de cette étude, nous pouvons lister, pour chaque famille de fruité, les mots et associations pouvant être percutants et permettre aux consommateurs de s'y retrouver lorsqu'ils souhaitent acheter une huile d'olive.

HUILE D'OLIVE « FRUITE MUR »

Il s'agit généralement d'huile d'olive douce car peu ou pas amère ni piquante mais pouvant avoir des arômes plus ou moins intenses liés généralement aux fruits et/ou aux fleurs. Des tonalités herbacées peuvent également apparaître notamment pour les huiles jeunes.

Quelques huiles d'olive que l'on retrouve dans cette catégorie : les AOC Nyons, Nice, Nîmes et Corse, les monovariétales Cailletier, Tanche, Lucques, Picholine, Négrette, Bouteillan, Grossane, Sabine, Verdale de l'Hérault, Rougette de l'Ardèche, Rougette de Pignan, Cayenne...

Les termes descriptifs utilisés pour ces huiles par les consommateurs testés pouvant être retenus sont :

- Aromatique
- Parfumée
- Suave / Veloutée
- Fraîche
- Légère
- Onctueuse
- Fine

Nous pouvons ainsi proposer plusieurs accroches possibles pour cette famille :

- Légère et parfumée
- Suave et aromatique
- Fraîche et aromatique
- Fine et Florale
- Fine et aromatique
- Fleurs et fruits



HUILE D'OLIVE « FRUITE VERT »

Ce sont généralement des huiles d'olive caractérisées par des arômes végétaux très marqués, plus ou moins complexes, accompagnés d'une amertume et/ou d'une ardeur plus ou moins marquée.

Quelques huiles d'olive que l'on retrouve dans cette catégorie : les AOC Vallées des Baux-de-Provence, Aix-en-Provence, Provence, Nîmes et Corse, les monovariétales Salonenque, Aglandau, Olivière, Ménudal, Petit Ribier, Zinzala, Verdale des Bouches-d-Rhône...

Les termes descriptifs utilisés pour ces huiles par les consommateurs testés pouvant être retenus sont :

- Parfumée
- Aromatique
- Végétale
- Herbacée
- Ample
- Tonique
- Corsée
- Epicée
- Goûteuse
- Etoffée
- Lumineuse
- Avec du caractère
- Longue en bouche



Nous pouvons ainsi proposer plusieurs accroches possibles pour cette famille :

- Végétale et corsée
- Ample et tonique
- Epicée et lumineuse

Corsée et aromatique
Herbacée et tonique
Etoffée et végétale
Etoffée et parfumée
Elégante et corsée
Généreuse et parfumée

HUILE D'OLIVE « FRUITE NOIR OU OLIVES MATUREES »

Ce sont des huiles d'olive présentant des caractéristiques totalement différentes des deux autres familles : pas d'arôme herbacé ni végétal, très douce (sans amertume ni piquant), avec des arômes rappelant les olives noires, la torréfaction.

Quelques huiles d'olive que l'on retrouve dans cette catégorie : les AOC Vallées des Baux-de-Provence, Aix-en-Provence, Provence notamment.

Les termes descriptifs utilisés pour ces huiles par les consommateurs testés pouvant être retenus sont :

Onctueuse
Veloutée / Suave
Parfumée
Tendre
Boisée
Subtile
Ronde

Nous pouvons ainsi proposer plusieurs accroches possibles pour cette famille :

Onctueuse et boisée
Veloutée et tendre
Subtile et boisée
Ronde et veloutée
Tendre et boisée
Tendre et ensoleillée



L'objectif de cette étude était de trouver des termes descriptifs adaptés pouvant être utilisés par tous pour valoriser leur huile d'olive aux yeux du consommateur.

Au niveau de l'AFIDOL, nous avons la volonté de promouvoir les Huiles d'Olive du Midi de la France à travers, notamment, la palette aromatique qu'elles possèdent. Nous allons donc utiliser les termes ressortis de cette étude dans le cadre des communications que nous pourrons faire auprès du grand public comme des prescripteurs. Dans un second temps, nous développerons ces résultats sur des aspects plus pratiques pour trouver des solutions de valorisation commerciale efficaces.

Nous vous incitons donc à vous approprier ces résultats pour l'utiliser dans vos packaging, dans vos communications écrites comme orales auprès du grand public. Il s'agit de parler tous d'une seule et même voix !



AFIDOL - Observatoire économique - Maison des Agriculteurs - 22 avenue Henri Pontier 13626 AIX-EN-PROVENCE cedex
Contact : Alexandra PARIS - Responsable projet - L.D. 04 75 26 90 92 - Email : alexandra.paris@afidol.org - www.afidol.org

