



Christian Hutin
Chef du département Produits
et Marchés

Anna DUVAL
Chargée de Communication
Ctifl - 22 Rue Bergère - 75009 PARIS
Tel : 01 47 70 45 31 / Fax : 01 42 46 21 13
e-mail : duval@ctifl.fr

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 27 janvier 2012

Le Ctifl publie une étude sur l'Asperge : la consommation en 2011, évolution depuis 1999

(par Catherine Baros, département Produits et Marchés du Ctifl)

A la demande de l'AOP asperge, le Ctifl vient de réaliser une étude sur la consommation actuelle de l'asperge, et sur son évolution depuis 1999, étude cofinancée par FranceAgriMer. Cette comparaison s'appuie sur des critères d'image, de connaissance du produit, de modalités d'achat, de préparation et de consommation. Cette étude a fait l'objet d'une phase d'analyse qualitative, par des groupes de consommateurs dans les régions productrices, Sud-Ouest et Sud-Est, et d'une phase quantitative auprès d'un échantillon représentatif de la population, avec la collaboration de l'institut GFK ISL. Au niveau de la population française, 47% des individus déclarent acheter de l'asperge fraîche. Elle bénéficie d'une bonne image en terme de qualité et de saveur. Toutefois son goût peut être un frein à l'achat, de même que sa « méconnaissance », son prix trop élevé ou son manque de disponibilité. Au niveau des ménages, ses achats sont en légère hausse depuis 3 ans. Des recommandations sont proposées afin de soutenir la consommation de ce légume. Cette étude est actuellement disponible auprès des éditions Ctifl.

Cette étude explore de façon détaillée quatre thématiques en lien avec la consommation de l'asperge, avant de proposer des recommandations pour les professionnels :

- **L'image de l'asperge**
- **La connaissance du produit** : comment l'asperge est-elle connue, son mode de production, son origine, les différents types d'asperges, sa saison, ses critères de qualité
- **Les achats d'asperge** : les acheteurs d'asperges et les non-acheteurs, les lieux d'achat, les raisons d'achat et critères de choix, la satisfaction à l'égard de sa qualité, les renoncements à l'achat, comment motiver les non acheteurs, quelle répartition des achats entre asperges fraîches et appertisées
- **La préparation et la consommation** : le stockage, les facilités ou freins de ses modes de préparation, les alternatives à l'épluchage, comment susciter l'achat par la proposition de recettes ou de modes de cuisson différents, le profil du consommateur

L'étude montre qu'il paraît essentiel d'accompagner la relance de la consommation de l'asperge. Elle établit des propositions à destination des professionnels afin de la soutenir, vis-à-vis des acheteurs et des non-acheteurs. Par ailleurs, elle souligne que la restauration commerciale peut bénéficier d'un rôle de prescripteur important.

Parmi les propositions faites pour inciter à l'achat, son prix élevé doit être justifié. Il serait également opportun de garantir la qualité vendue, mettre en avant l'origine régionale de l'asperge, ainsi que d'encourager la diversification des modes de préparation.

Commande :

Cette étude est disponible auprès du Ctifl au prix de 23 euros + 4 euros de frais de port.

Adressez votre commande accompagnée d'un règlement (chèque à l'ordre du Ctifl) à : Mme Marie-France Patry
Ctifl - Centre de Lanxade - 41 route des Nébouts - 24130 Prigonrieux - Tel. : 05 53 58 00 05.