



***Réalisation d'une étude portant sur différentes
références d'huiles d'olive et d'olives
Approches Qualitative et Quantitative***
-
Etudes N° 20100041 et 201000786

Réalisation des tests : Janvier / Février 2010
Edition du rapport : Mars 2010

Dossier traité par : Pauline DECARD

Dossier suivi par : Sylvie GILBERT et
Jean-Philippe BLANC

Clermont-Ferrand le 04 mars 2010

Ce rapport d'essai ne doit être reproduit sinon en entier, sans l'autorisation écrite d'ADN Marketing Science.

Les résultats ne se rapportent qu'aux objets soumis aux tests.

Contexte et Objectifs de l'Etude

CONTEXTE DE L'ETUDE :

L'Association Française Interprofessionnelle de l'Olive (AFIDOL) souhaite mener une étude sensorielle portant sur de l'huile d'olive et des olives pour identifier le champ sémantique utilisé par les consommateurs pour décrire ces produits.

L'étude a porté sur :

- **6 références d'huiles d'olive :**
 - Fruité mur léger ;
 - Fruité mur intense ;
 - Fruité vert léger ;
 - Fruité vert intense ;
 - Fruité noir ;
 - Huile d'olive Témoin : Puget

- **4 références d'olives noires :**
 - Nyons ;
 - Nice ;
 - Grossane
 - Olives noires Témoin : Tramier ou Crespo

- **4 références d'olives vertes :**
 - Lucques ;
 - Picholine ;
 - Olives cassées ;
 - Olives vertes Témoin : Tramier ou Crespo

OBJECTIFS :

- Amener le consommateur à formuler l'image qu'il se fait des différents produits en les dégustant pour recueillir un vocabulaire « consommateur » ;
- Identifier quels termes ressortent le plus souvent et lesquels sont les plus pertinents pour décrire les produits selon leurs spécificités et ainsi segmenter le marché ;
- Au final, élaborer une liste de 6 à 8 descripteurs représentant le « langage du consommateur » et permettant d'éviter les cinq adjectifs interdits par la réglementation (fruité, amer, doux, piquant, équilibré).
- Mettre en évidence quels sont les « points durs » / les « freins » à lever dans l'optique du développement d'une « huile de France ».

Pour répondre aux différents objectifs, ADN Marketing, a mis en place et a réalisé une étude en plusieurs étapes : une première phase qualitative, complétée par une seconde phase quantitative :

- 1^{ère} Phase : réunions de groupe.
- 2^{ème} Phase : enquête téléphonique pour valider de manière robuste les résultats obtenus lors de la phase qualitative.

PHASE 1 :

Etude Qualitative

-

Réunions de Groupe

1^{ère} Phase : Réunions de groupe

La réunion de groupe favorise l'expression du consommateur et la créativité par le biais de la dynamique des groupes restreints, la non-directivité et l'approche projective. Cette méthode permet à la fois la compréhension et l'approfondissement des idées et attitudes ainsi que la consolidation de concepts existants et leur évolution.

Plus particulièrement sur cette étude, la première moitié de la réunion a porté sur l'huile d'olive, et la seconde sur les olives. La phase qualitative a permis de déterminer un ensemble de termes cités par les consommateurs pour qualifier les différents produits qui leur ont été soumis en dégustation.

1 - La Phase de Génération de Termes concernant les Huiles d'olive

Les produits ont donc été présentés aux consommateurs. Le travail de génération de termes a concerné, dans un premier temps, l'aspect des différentes huiles. Chacune d'entre elles a été présentée aux consommateurs de manière anonyme (avec un code à trois chiffres) dans des verres transparents, sur un support blanc et il leur a été demandé de citer les termes qui leur paraissaient pertinents pour décrire ces différents produits.

Une fois le travail réalisé sur le visuel, les différentes huiles ont été représentées aux consommateurs dans un verre de couleur bleue et sur un support bleu pour masquer les différences d'aspect.

Les consommateurs ont goûté les différentes huiles d'olive « nature » à la cuillère et sur une pomme de terre tiède, et il leur a été demandé, pour chacune

d'entre elles, de citer des termes ou des idées qui permettraient de les qualifier plus particulièrement au niveau sensoriel (arômes, texture...).

A noter que, pour le visuel ou les qualités intrinsèques des produits, il a été bien précisé aux consommateurs que les termes cités ne sont pas nécessairement à connotation positive de manière à pouvoir également déterminer quels peuvent être les freins à l'achat. Ainsi, des remarques du type « cette huile est vraiment trop verte » ou « elle n'a vraiment pas assez de goût » ont également été recueillies.

Le jeu du portrait chinois a permis de compléter cette liste. Il a été demandé que, pour chaque idée qui avait été citée, les qualificatifs correspondants soient mentionnés.

Annexe 1 : liste des termes générés concernant les huiles d'olive

2- La Phase de Réduction de Termes / de Notation concernant les Huiles d'olive

Une fois la liste de termes générée, les consommateurs ont été amenés à évaluer chacun de ces termes sur une échelle de 0 à 5 pour qualifier chacune des huiles qui leur sont été soumises à dégustation. L'objectif était de déterminer l'adéquation de chacun des termes au produit dégusté.

De même que les consommateurs ont noté les termes qu'ils ont eux-mêmes générés au cours de la réunion, une liste de termes fournis par AFIDOL a également été soumise à notation sur le même principe : sur une échelle de 0 à 5

les consommateurs ont évalué l'adéquation entre le terme qui leur est soumis et chacun des produits (0 = pas du tout adapté ; 5 = tout à fait adapté).

Cela a permis une première quantification des résultats et a aidé à déterminer, pour chacun des produits testés quel est le terme qui le caractérise le mieux.

Pour sélectionner les termes les plus pertinents, le calcul de la moyenne géométrique de chaque terme a été réalisé, et ceux présentant une moyenne géométrique élevée ont été gardés.

Annexe 2 : liste des termes concernant les huiles d'olive retenus après le calcul des moyennes géométriques

3- La Phase de Génération de Termes concernant les Olives

Comme pour les huiles d'olive, les produits ont été présentés aux consommateurs. Dans un premier temps, des termes concernant l'aspect des différentes olives ont été générés. Chacune des références a été présentée aux consommateurs de manière anonyme (avec un code à trois chiffres) dans des coupelles blanches et il leur a été demandé de citer les termes qui leur paraissaient pertinents pour décrire ces différents produits.

Une fois le travail réalisé sur le visuel, les différentes olives ont été représentées aux consommateurs dans des coupelles transparentes. Les consommateurs ont goûté les différentes olives, et il leur a été demandé, pour chacune d'entre elles, de citer des termes ou des idées qui permettaient de les qualifier plus particulièrement au niveau du goût et de l'odeur.

Il a été rappelé aux consommateurs que les termes cités ne sont pas nécessairement à connotation positive de manière à pouvoir également déterminer quels peuvent être les freins à l'achat.

Le jeu du portrait chinois a permis de compléter cette liste. Il a été demandé que, pour chaque idée qui avait été citée, les qualificatifs correspondants soient mentionnés.

Annexe 3 : liste des termes générés concernant les olives

4- La Phase de Réduction de Termes / de Notation concernant les Olives

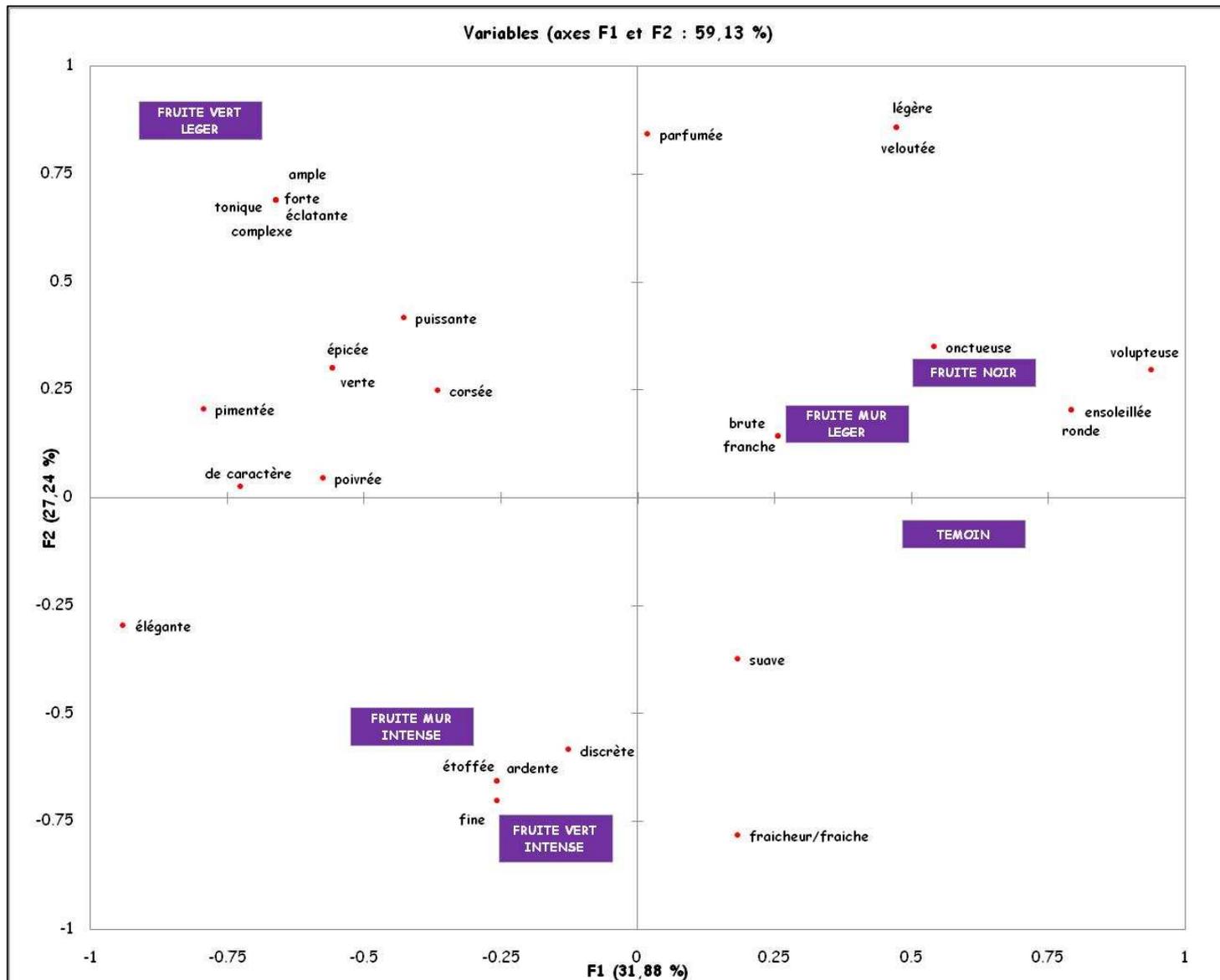
Une fois la liste de termes générée, les consommateurs ont été amenés à **évaluer chacun de ces termes sur une échelle de 0 à 5 pour qualifier chacune des olives qui leur sont été soumises à dégustation.**

Cela a permis une première **quantification des résultats** et a aidé à déterminer, pour chacun des produits testés quel est le terme qui le caractérise le mieux.

Pour sélectionner les termes les plus pertinents, le calcul de la moyenne géométrique de chaque terme a été réalisé, et ceux présentant une moyenne géométrique élevée ont été gardés.

Annexe 4 : liste des termes concernant les olives retenus après le calcul des moyennes géométriques

5- Positionnement de chacune des Huiles d'Olives par rapport aux termes générés par les consommateurs.



Sur le graphique ci-dessus, chacun des 6 produits a été positionné par rapport aux différents qualificatifs retenus (28 au total).

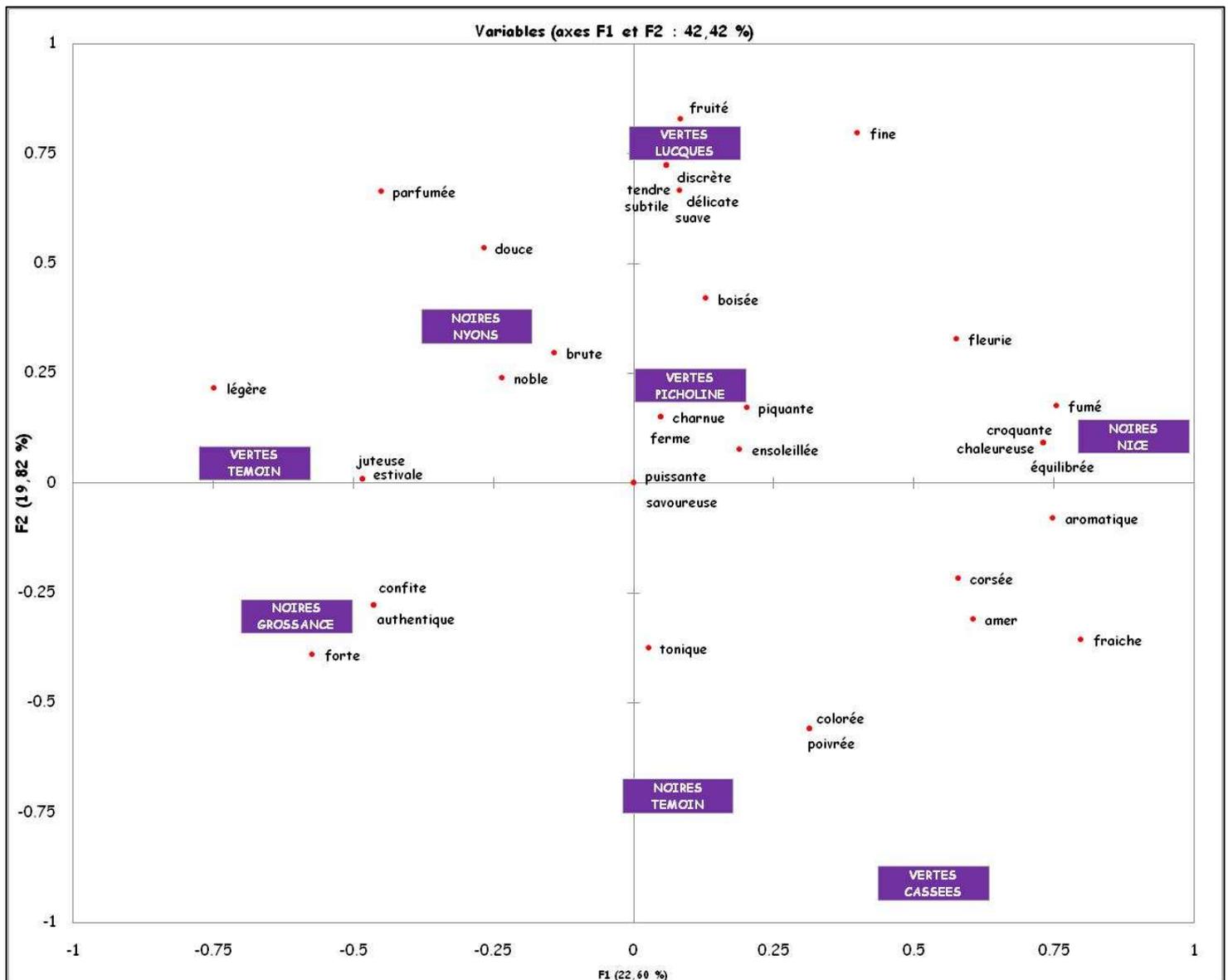
Le principe de lecture est le suivant :

- plus le produit est près d'un groupe de termes, plus ces qualificatifs ont été cités par les consommateurs pour décrire le produit ;
- à l'inverse, plus un produit est éloigné d'un qualificatif, moins il peut être décrit par ce qualificatif.

Exemple d'interprétation : le produit **Fruité Noir** peut être décrit par les qualificatifs : « voluptueuse », « ronde », « ensoleillée », « onctueuse ». A l'inverse, les qualificatifs « corsée », « pimentée », « épicée », « verte », « puissante » ou encore « fraîche » ne lui correspond pas du tout selon les consommateurs.

6- Positionnement de chacun des types d'Olives par rapport aux termes générés par les consommateurs.

Ci-dessous, le même type de graphique que précédemment, mais, cette fois, pour les olives.



PHASE 2 :

Etude Quantitative

-

Enquête Téléphonique

2^{ème} Phase : enquête téléphonique pour valider de manière robuste les résultats obtenus lors de la phase qualitative.

Objectif :

Valider de manière quantitative que les termes générés lors de la réunion de groupe sont bien adaptés à l'univers de l'huile d'olive. Après validation avec AFIDOL, seuls les termes concernant les huiles d'olive ont été présentés dans l'enquête téléphonique.

Démarche mise en œuvre :

Pour atteindre cet objectif, une enquête par téléphone a été réalisée auprès d'un échantillon d'habitants des trois régions représentées pendant la réunion de groupe (Ile-de-France, Rhône-Alpes et Provence). 250 personnes ont ainsi été sollicitées dans le cadre de cette étude.

Les termes sélectionnés lors de la phase qualitative leur ont été soumis pour valider leur bonne adéquation avec l'univers de l'huile d'olive. Les termes retenus ont été soumis à validation à AFIDOL avant le lancement de l'enquête téléphonique.

Annexe 5 : liste des termes concernant les huiles d'olive retenus pour l'enquête téléphonique

Sélection des contacts :

De manière à s'assurer de la pertinence de l'échantillon interrogé, un échantillonnage par région a été effectué.

Des quotas ont également été définis concernant l'âge (2/3 entre 25 et 45 ans, 1/3 entre 45 et 65 ans), la CSP (aisée) ou la fréquence de consommation d'huile d'olive (au moins une fois par mois).

Elaboration du questionnaire :

Mise en place du questionnaire en relation avec AFIDOL en fonction des objectifs définis (liste de termes à évaluer).

Annexe 6 : questionnaires

Pour limiter les biais, il a été prévu dans le questionnaire une rotation entre les différents termes soumis aux consommateurs (autrement dit, ce ne sont pas toujours les mêmes termes qui ont été soumis en premier au jugement des consommateurs).

Réalisation de l'étude :

L'enquête a été réalisée par téléphone gérée par système d'appel CATI (Computer Assisted Telephone Interviewing).

Temps moyen estimé pour chaque appel téléphonique abouti : environ 10 minutes.

Résultats de l'enquête téléphonique :

CONCLUSION :

Parmi les 32 termes soumis à l'appréciation des consommateurs pour décrire une huile d'olive, 5 font la quasi-unanimité :

- Parfumée : 90 % de plutôt ou tout à fait d'accord ;
- Aromatique : 87 % ;
- Fruitée : 86 % ;
- Authentique : 83 % ;
- Intensité aromatique : 82 %.

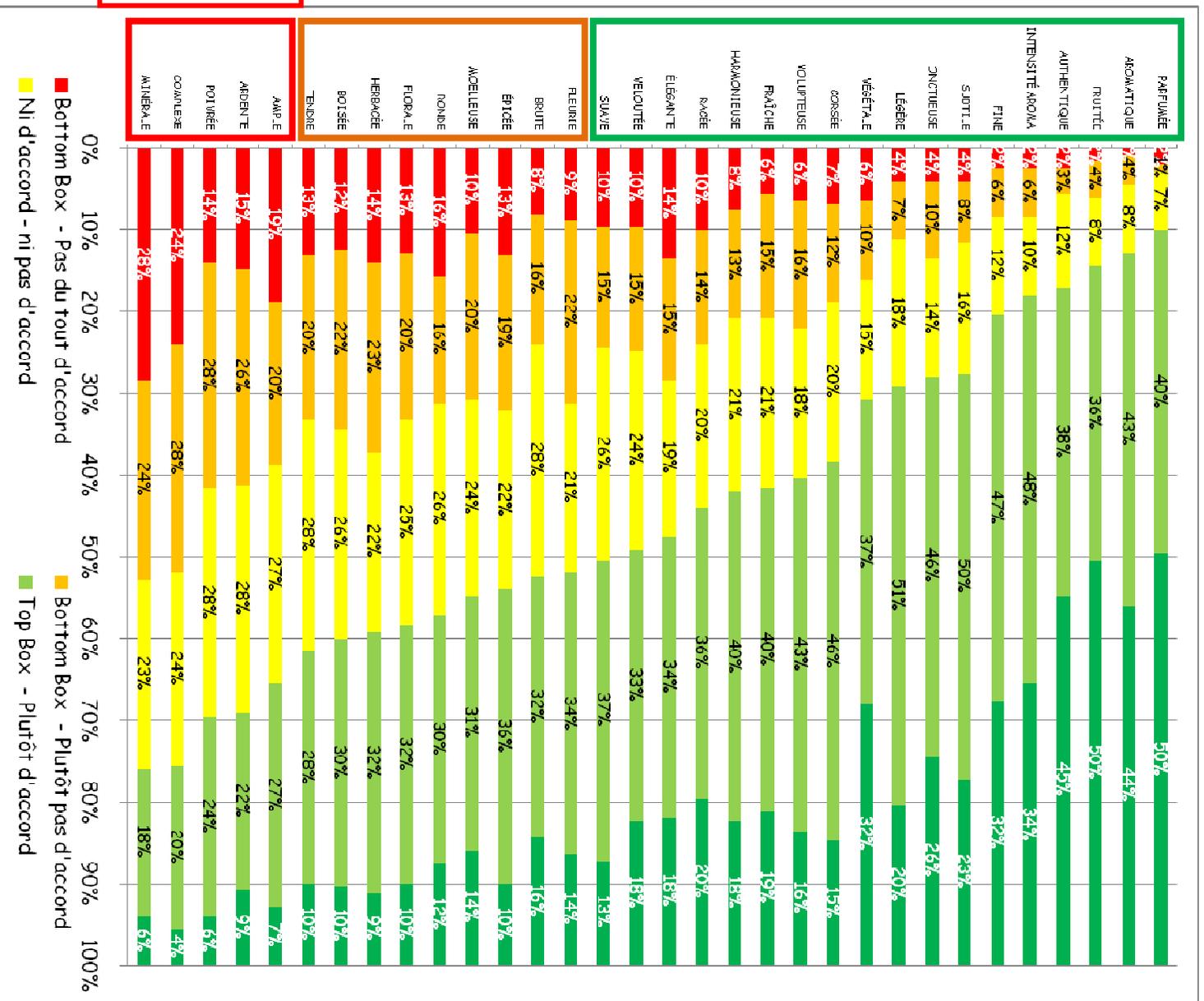
A l'inverse, les termes « Poivrée » (42 % de pas d'accord, contre seulement 30 % de d'accord), « Complexe » et « Minérale » (52 % de pas d'accord et 24 % de d'accord tous les deux) ne sont absolument pas considérés comme des termes susceptibles de décrire une huile d'olive.

Parmi les termes obtenant des résultats intermédiaires, on trouve « Fleurie » (48 % d'accord, 31 % pas d'accord), « Brute » (48 % d'accord, 24 % pas d'accord), « Épicée » (46 % d'accord, 32 % pas d'accord) ou encore « Moelleuse » (45 % d'accord, 30 % pas d'accord).

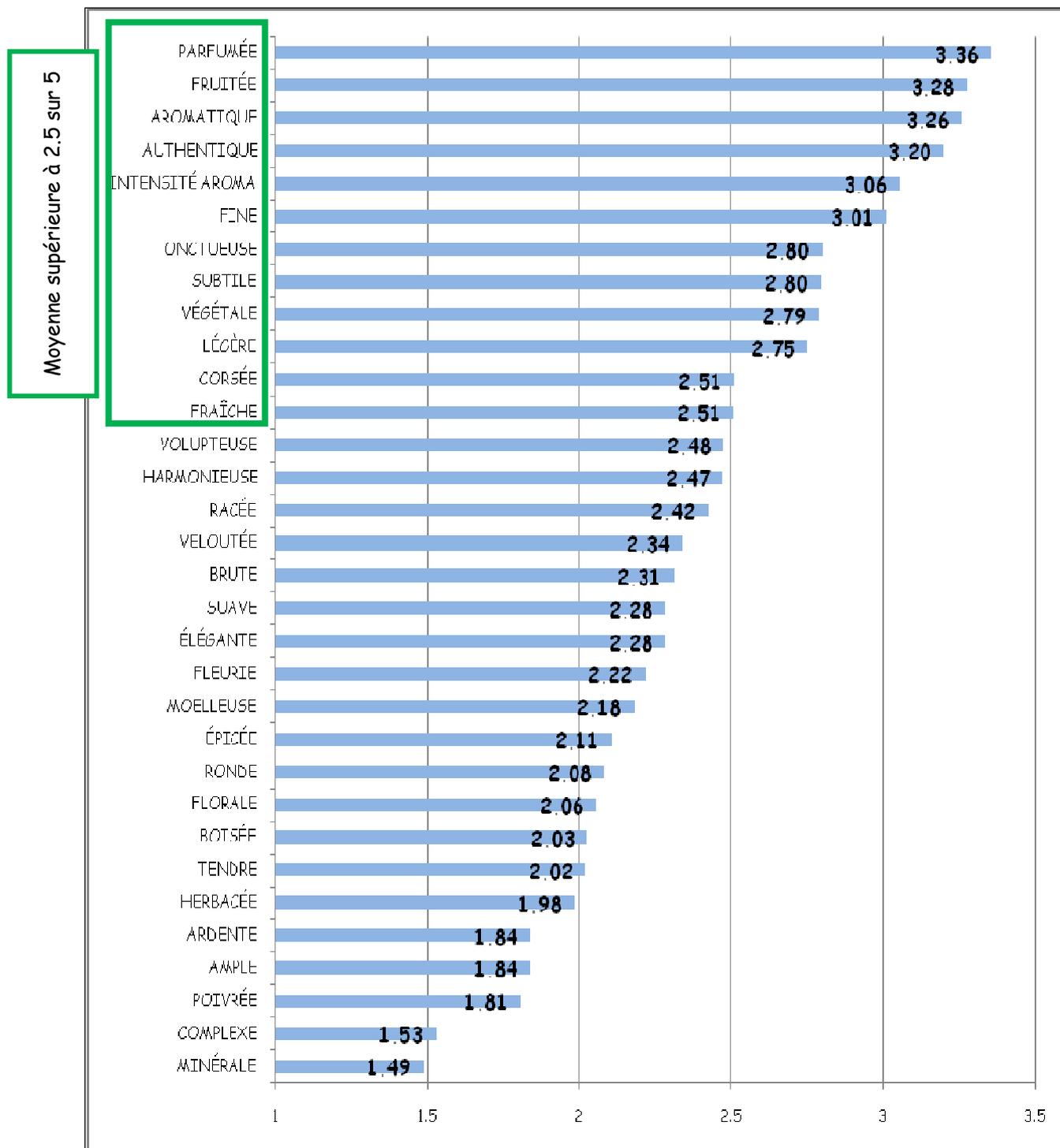
Le graphique présenté page suivante permet de visualiser la répartition des réponses pour l'ensemble des qualificatifs évalués :

Plus de 50 % des répondants « plutôt » ou « tout à fait » d'accord.

Part des « pas d'accord » supérieures à la part des « d'accord »



Si l'on s'intéresse non plus à la répartition des notes, mais à la moyenne globale (selon le principe suivant : pas du tout d'accord = 1 ... tout à fait d'accord = 5), on obtient globalement la même hiérarchie des critères. Le graphique présenté ci-dessous permet de visualiser cette répartition.



Au final, seuls 12 qualificatifs obtiennent une moyenne supérieure à 2.5 sur 5 :
parfumée, fruitée, aromatique, authentique, intensité aromatique, fine,
onctueuse, subtile, végétale, légère, corsée, fraîche.

ANNEXES

Annexe 1 : liste des termes générés concernant les huiles d'olive (avec en rouge les termes à connotation négative)

acide	générosité	sirupeuse	bonheur	brume
accroche en gorge	gout d'olive	solide	été	camailieu jaune
accompagnement	gout dur	suave	temps libre	or
agrume	gouteuse	sucrée	méditerranée	paille
agréable	grasse	tenace	peu cuit	champs
agressive	herbacée	tenue	fluide	ténèbres pour l'huile foncée
amer	industrielle	tendre	troublé	arc en ciel
ample	irritante	tonique	or	Italie
apéritif plein air	jeune	typique	épaisseur	épicee
âpre	légère	velouté	viscosité	saveurs
aromes	longue en bouche	verte	verte	Nyons
artisanale	lumineuse	voluptueuse	parfum	opaque
ardente	lisse		gout	huile nouvelle
austère	mariage avec fromage	limpide	aromes	fraiche
appétissante	meilleur sur pomme de terre	lumineux	oméga	bord de mer
brute	monotone	soleil	crue	cuisine
campagnarde	naturelle	sud	maturité	belle odeur
calme	odeur prononcée	plat légumes	dépôt	pour poisson
caractère	olives noires	vacances	filtrée	pour grands restaurants
chaleureuse	olives vertes	salades	1ère pression à froid	étouffée
citronnée	olives vertes par mures	générosité	récolte	feuille verte
colorée	onctueuse	partage autour d'une table	AOC	fade
corsée	odorante	ambiance familiale	qualité	fragile
complexe	passé partout	ambiance amicale	le midi	fine
détente	passée	ambiance chaleureuse	rayon de soleil	florale
douce	parfum d'Italie	marché provençal	pas trop gras	fleurie
discrète	parfumée	Provence	vierge	fort
dure	partage	herbes provençale	olive verte	fraicheur
éblouissante	pas mature	respect santé	pays chaud	franche
éclatante	peu de gout	moelleuse	lumière	fruité
ensoleillée	persistante	cigales	foncée	fruits confits
élégante	piquante	couleur ocre	gras	râpeuse
épicee	pimentée	nature	épais	rance
huile pour cheveux	poivrée	usage multiple	huile solaire	ronde
limpidité	pour la cuisine	claire	lipide	rugueuse
brouillard	pour le barbecue	voilée	thym/lavande	salée
clarté	puissant	jaune		sans saveur

Annexe 2 : liste des termes concernant les huiles d'olive retenus après le calcul des moyennes géométriques

aromatique	voluptueuse
campagnarde/rustique	de caractère
chaleureuse	ensoleillée
florale	onctueuse
générosité/généreuse	ronde
fraicheur/fraiche	suave
légère	ample
veloutée	ardente
corsée	brute
discrète	complexe
élégante	éclatante
fine	étouffée
parfumée	forte
puissante	franche
verte	tonique

Annexe 3 : liste des termes générés concernant les olives (avec en rouge les termes à connotation négative)

absence d'odeur	éventée	originale
authentique	estivale	paprika
absence gout olive	équilibrée	piquante
agréable	expérimentée	parfumée
aérée	écrasée	pas de tenues en bouche
aromatique	ensoleillée	pas mure
artisanale	fade	pâteuse
amer	fraiche	passée
appétissante	fauve	peau reste en bouche
âpre	ferme	peu charnue
agrumes	fougasse	peu gouteuse
astringent	fumé	peu macérée
arrière gout désagréable	fruitée	peu salée
acide	florale	poreuse
attrayante	fruité	pimentée
allongée	fleurie	poivrée
boisée	fine	puissante
bon gout	faible	premier prix
brute	forte	rance
banale	gout pharmaceutique	rude
brillante	gros noyau	râpeuse
charnue	grosse peau	sèche
chaleureuse	gouteuse	salée
conviviale	herbacée	sans intérêt
chocolatée	indien	sous bois
classique	industrielle	saumure
chimique	juteuse	savoureuse
concentrée	jeune	sucrée
comptée	joviale	suave
croissant	légère	subtile
croquante	lisse	tendre
curry	moelleuse	tenace
colorée	ordinaire	tonique
complexe	moisie	trop mûre
confit	molle	typée
café	moirée	vieillie en fut de chêne
corsée	mystérieuse	vin
desséchée	noyau allongé	vigoureuse
douce	noble	verte
dénaturée	noire	végétale
décoratives	naturelle	vinaigré
discrète	odeur de marché	épicée
dure	odeur trop forte	
délicate	odorante	

authentique	ferme
aromatique	fumé
amer	fruité
boisée	fleurie
brute	fine
charnue	forte
chaleureuse	juteuse
croquante	légère
colorée	noble
confite	piquante
corsée	parfumée
douce	puissante
discrète	savoureuse
délicate	suave
estivale	subtile
équilibrée	tendre
ensoleillée	tonique
fraiche	

Annexe 5 : liste des termes concernant les huiles d'olive retenus pour l'enquête téléphonique

1- ample
2- ardente
3- aromatique
4- authentique
5- boisée
6- brute
7- complexe
8- corsée
9- élégante
10- épicée
11- fine
12- fleurie
13- florale
14- fruitée
15- fraîche
16- harmonieuse
17- herbacée
18- légère
19- minérale
20- moelleuse
21- onctueuse
22- parfumée
23- poivrée
24- racée
25- ronde
26- suave
27- subtile
28- tendre
29- végétale
30- veloutée
31- voluptueuse
32- intensité aromatique

QUESTIONNAIRE FILTRE

Bonjour, je m'appelle XXXX, et je travaille pour la société ADN Marketing sur une étude visant à l'amélioration de produits alimentaires. Auriez-vous un court instant à m'accorder pour répondre à quelques questions. Cet appel est destiné à recueillir votre avis, et non à vous proposer un produit ou un service., Je vous remercie.

Nous souhaitons interroger des personnes exerçant certaines professions, pouvez-vous me dire si vous-même ou un membre de votre foyer travaille (LIRE LISTE plusieurs réponses possibles)

- Dans le secteur public**
- Chez un fabricant ou dans un magasin de produits alimentaires STOP ENQUETE
- Dans la banque ou l'assurance**
- Dans les études de marché ou les sondages d'opinion STOP ENQUETE
- Dans le marketing ou la publicité STOP ENQUETE
- Dans les relations publiques STOP ENQUETE

Quel âge avez-vous ? NOTER L'AGE EN CLAIR :puis recoder

- Moins de 25 ans STOP ENQUETE
- Entre 25 et 45 ans 66 %
- Entre 45 et 65 ans 33 %
- 65 ans et plus STOP ENQUETE

Sexe : Homme 50 % Femme 50 %

Parmi les produits suivants, quels sont ceux que vous consommez régulièrement ?

- Du vinaigre balsamique
- De l'huile d'olive et des olives** **SI NON STOP ENQUETE**
- De l'huile de noix

Consommez-vous de l'huile d'olive ?

- Au moins une fois par mois 100 %
- Moins souvent Stop enquête

Dans quelle région de France vivez-vous ?

- Sud-Ouest
- Provence (Sud-Est : Marseille, Nice...) 1/3 des consommateurs
- Rhône-Alpes (Lyon et sa région) 1/3 des consommateurs
- Paris, Ile de France 1/3 des consommateurs
- Auvergne

Annexe 6 : questionnaires

En plus de la région dans laquelle vous vivez, allez-vous dans une de ces régions au moins une fois par mois ?
(ne pas citer celle cochée à la question ci-dessus)

- Provence (Sud-Est : Marseille, Nice...) 1/3 des consommateurs
Rhône-Alpes (Lyon et sa région) 1/3 des consommateurs
Paris, Ile de France 1/3 des consommateurs

Quelle est votre profession ?

- Artisan, commerçant, chef d'entreprise }
Cadre et profession libérale } CSP Aisée et moyenne supérieure : 100 %
Profession intermédiaire }
Agriculteur, exploitant STOP ENQUETE
Employé STOP ENQUETE
Ouvrier STOP ENQUETE

Si profil du répondant correspond à la cible, noter son numéro de téléphone, lui poser les questions de l'étude,

Je vais maintenant vous poser les questions concernant l'étude sur laquelle je travaille :

A la fin le remercier de sa participation et lui dire que votre travail peut être vérifié par son supérieur :
Je vous remercie de votre participation et du temps que vous m'avez accordé. Pour vérifier la qualité de mon travail, mon responsable peut éventuellement vous appeler ; pouvez-vous me donner votre Nom et votre Prénom (ou seulement votre prénom si vous préférez) afin qu'il puisse demander à s'adresser à vous ?

Nom : Prénom :

Si le profil du répondant ne correspond pas à la cible, le remercier de sa participation :

Je vous remercie du temps que vous m'avez accordé pour répondre à ces questions ; malheureusement votre profil ne correspond pas aux personnes concernées par cette étude. Je vous souhaite une très bonne journée.

Je vous appelle pour vous demander votre avis sur des mots qui permettraient de mieux qualifier / décrire le goût d'une huile d'olive.

Comme vous le savez peut-être, les huiles d'olive de France ont une diversité aromatique très grande en fonction des variétés, des terroirs et des savoir-faire. Afin d'aider les consommateurs à mieux identifier la ou les huiles d'olive qui leur conviennent, la filière oléicole française souhaite établir une liste de termes descriptifs simples qui pourront être utilisés sur l'étiquette pour qualifier telle ou telle huile en fonction de son goût.

Pour chacun des mots que je vais vous citer, pourriez-vous m'indiquer s'il vous aide à identifier la famille aromatique à laquelle pourrait appartenir une huile d'olive et donc à faire votre choix entre plusieurs huiles d'olive sur le critère du goût. Chaque mot évoque un goût ou une sensation associée.

authentique

tout à fait d'accord

plutôt d'accord

ni d'accord, ni pas d'accord

plutôt pas d'accord

pas du tout d'accord

Ecran Suivant

Nota : chacun des mots retenus pour la partie quantitative de l'étude sont ensuite soumis l'évaluation du consommateur selon le même schéma.