



# La consommation d'asperges en France: situation actuelle et perspectives



Mardi 29 Octobre 2019  
International Asparagus Days  
Angers





# QUI SOMMES NOUS?

**7** adhérents représentant près  
de **170** producteurs



**1 100** ha en  
production



**5 300 T** d'asperges  
produites en 2019  
~**30 %** de la  
production française  
d'asperges





# QUI SOMMES-NOUS ?



Association de producteurs français d'asperges  
(blanches, violettes, vertes et pourpres)

❖ Créée en 2008, reconnue Association d'Organisations de Producteurs pour l'asperge par les Pouvoirs Publics français

❖ Basée à Bordeaux

Pilotée par un Conseil d'Administration  
présidé par Christophe PAILLAUGUE,  
producteur d'asperges dans les Landes



Gérée et animée par 1 animatrice et 1  
chargée de mission





## NOS MISSIONS



Etudier l'évolution de la **production** et des **marchés** : anticipation de l'offre, suivi et analyse des campagnes française et européenne



Soutenir et développer la **consommation d'asperges**



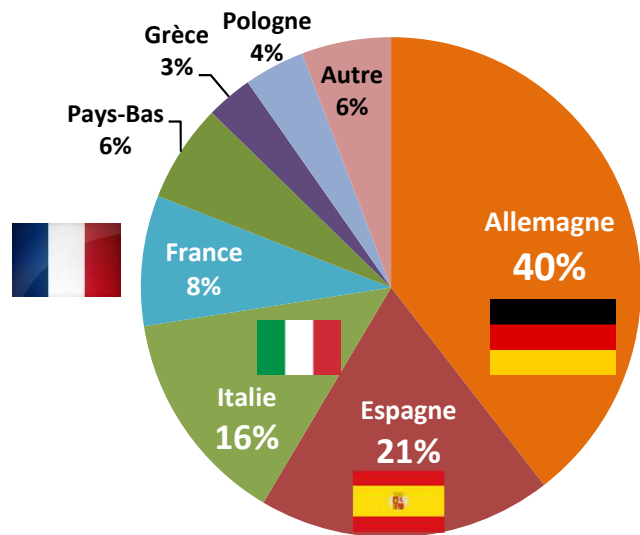
Répondre aux problématiques agronomiques et techniques liées à la production d'asperges : lien entre la recherche, l'expérimentation et les producteurs



Défendre les **intérêts des producteurs** d'asperges et être l'interlocuteur privilégié de la filière et des pouvoirs publics



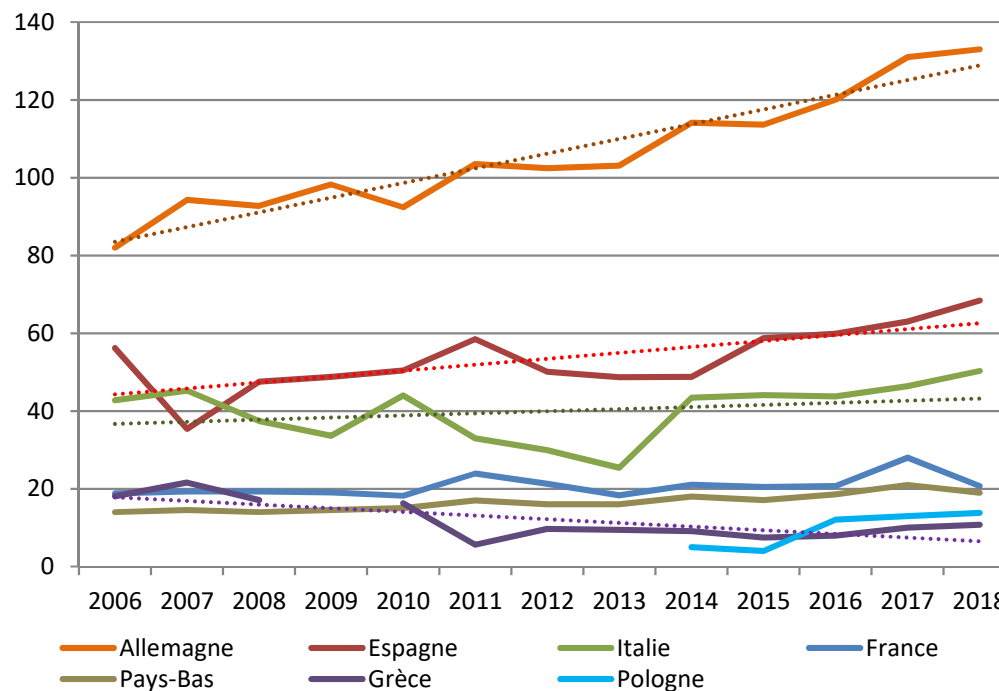
Répartition de la production européenne d'asperge en 2018



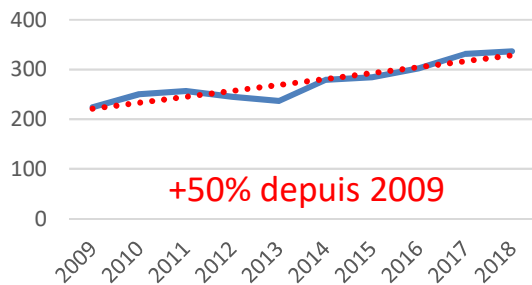
**Poursuite du développement de la production en Allemagne.**

**Développement continu et significatif de la production d'asperges en Europe depuis 2014**

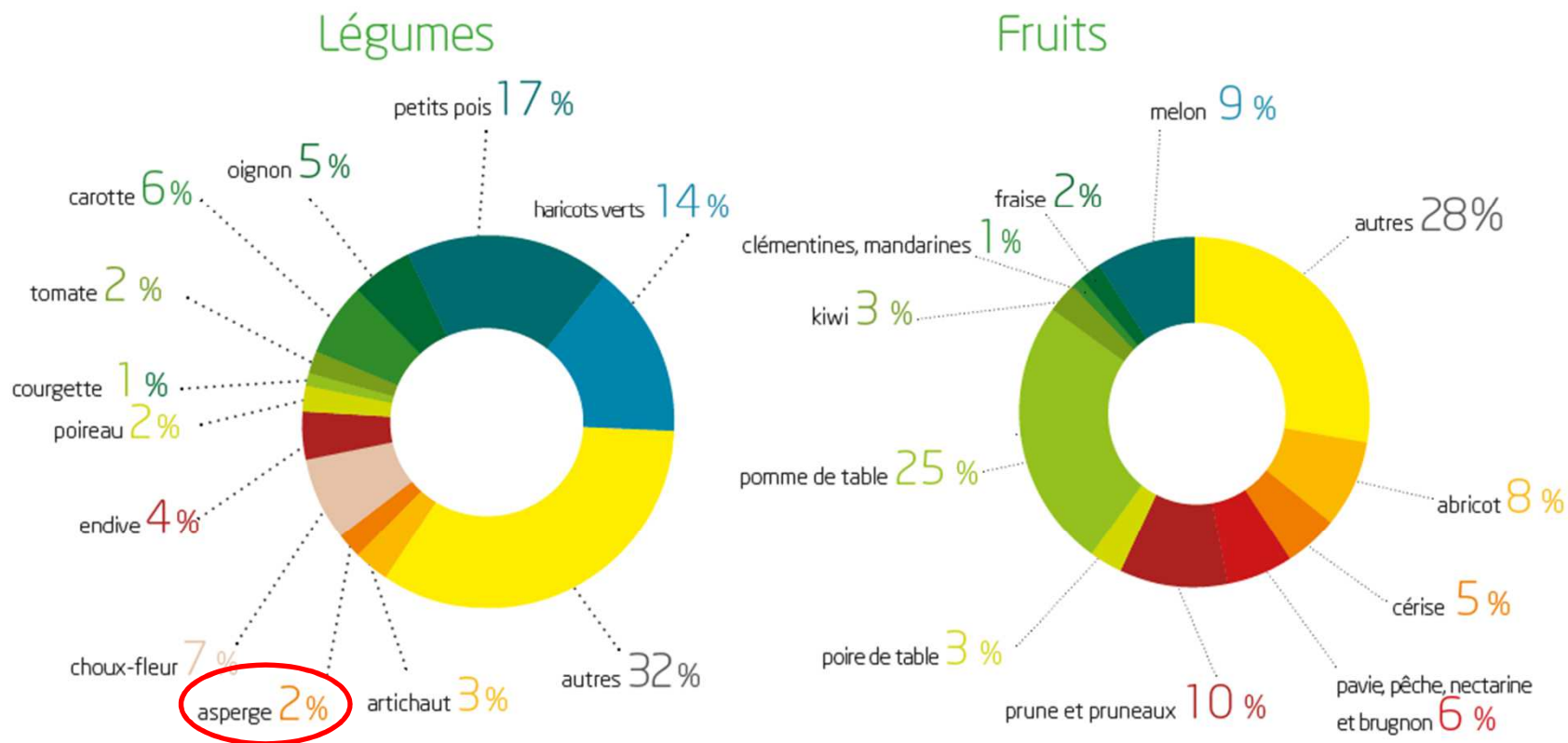
Evolution de la production d'asperge en Europe



**Production totale  
EUROPE 2018  
336 570 tonnes**



Surfaces en production : poids des différentes espèces en 2017



\* Salade : laitue, chicorée, cresson, mâche  
Source : Agreste - élaboration FranceAgriMer

## Répartition de la production française en 2017

- + de 4 000 tonnes
- de 2 000 à 4 000 tonnes
- de 1 000 à 2 000 tonnes
- - de 1 000 tonnes

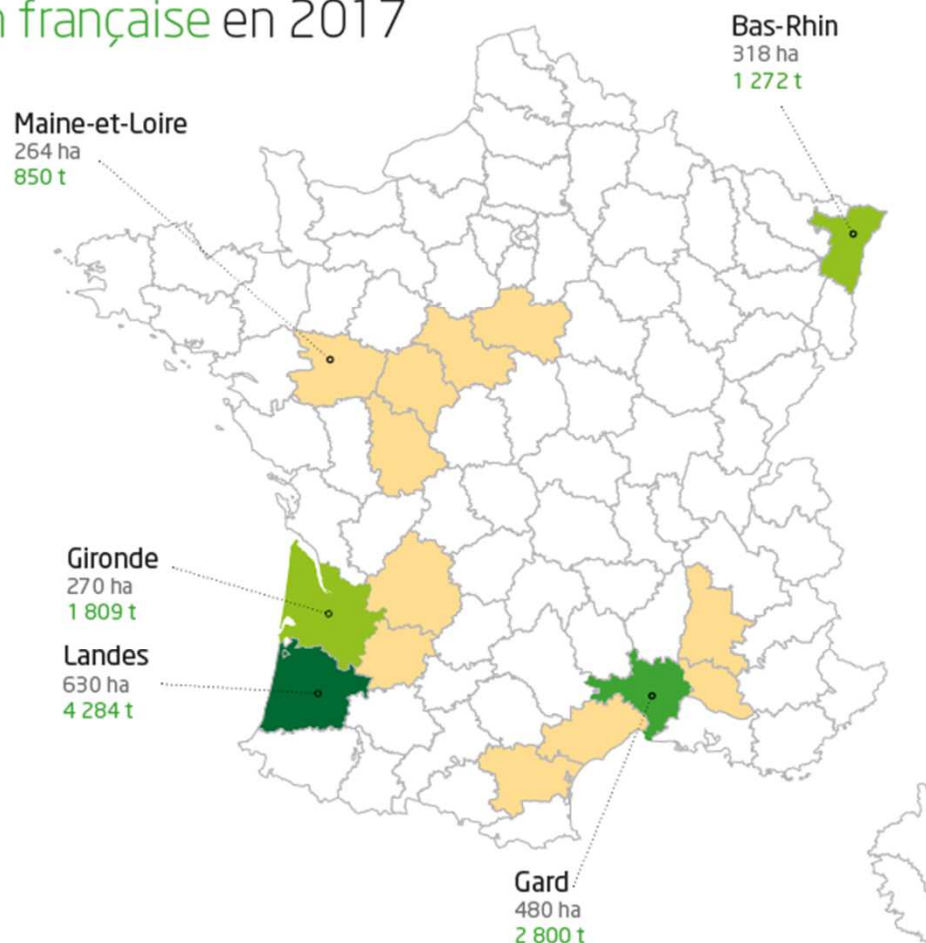
Source : Agreste - élaboration FranceAgriMer

### Total France :

4 459 ha / 21 627 t

### 5 premiers départements producteurs

Landes  
Gard  
Gironde  
Bas-Rhin  
Maine-et-Loire



**Production asperges France 2018 = 20 680 T**

(source: EUROSTAT)

# La (future) consommation de l'asperge par les moins de 35 ans

Etude réalisée par:



À la demande de:



Etude financée par:







# Pourquoi cette étude?



## ✓ Problématique et constats:

- **81%** des quantités d'asperges achetées par les ménages français le sont par des **+ de 50 ans** (63% pour le total F&L)\*
- **5%** des quantités d'asperges achetées par les ménages français le sont par des **- de 35 ans**
- Pourtant, les **moins de 35 ans sont les consommateurs de demain!**
- Plusieurs études montrent que les séniors de demain ne consommeront pas comme les séniors d'aujourd'hui!
- La commercialisation des F&L évolue: circuits de distribution, modes de présentation, communication sur le point de vente....



Comment inciter la génération des jeunes adultes à la consommation de l'asperge, à domicile et hors domicile ?



\* source: Kantar World Panel



## Comment inciter la génération des jeunes adultes à la consommation de l'asperge, à domicile et hors domicile ?

### Quelle place pour l'asperge fraîche face à l'évolution:

- Des circuits de distribution
- Modes de présentation

### Comprendre la consommation actuelle de l'asperge par les - de 35 ans

### Connaitre la perception et les attentes éventuelles des - de 35 ans



Identifier les opportunités pour développer les achats d'asperges par les - de 35 ans



# Méthodologie



## 1) Observer, comprendre, analyser = phase qualitative

- **2 groupes de 10 consommateurs d'asperges de – de 35 ans à Paris et à Bordeaux**
  - 1 séance de groupe avec remise d'asperges fraîches à cuisiner
  - 1 semaine d'échanges sur une plateforme online pour décrire achat, préparation, consommation de l'asperge...
- **1 test au restaurant: « Chez Flo » à Parentis en Born (Landes)**

## 2) Mesurer, quantifier et dégager les pistes de travail: phase quantitative

- Mesurer les résultats issus de la phase qualitative
- **Enquête online auprès de 2000 français(es) de 25 à 35 ans**

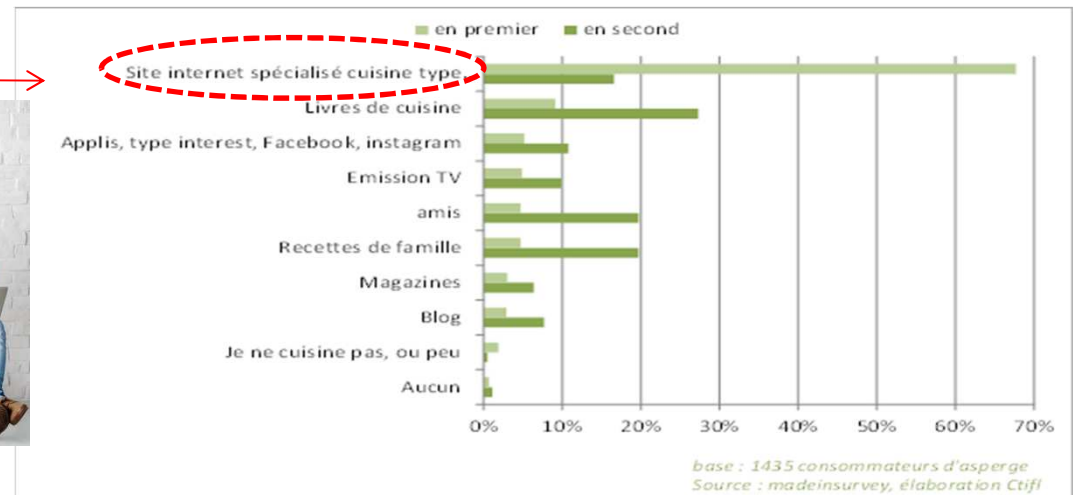




# Les - de 35 ans: portrait d'une génération



- ✓ **Des revenus peu élevés** : arbitrages
- ✓ Sensibilité à l'**environnement**
- ✓ Achat **local, bio** ... accentué par l'arrivée d'un enfant dans le foyer
- ✓ **Santé et plaisir** : fait maison, sain, équilibré, détox, saveur
- ✓ Ouverts, curieux, **prêts à changer leurs habitudes culinaires**
- ✓ **Une génération connectée**





# Les - de 35 ans: quelle image ont-ils de l'asperge?



- ✓ **Légume de saison**: naturalité, fraîcheur
- ✓ Légume qui inspire **confiance**/ associée aux souvenirs d'enfance
- ✓ **Simple et sophistiquée**
- ✓ **Bonne pour la santé**
- ✓ Asperge blanche = pure, délicate, sophistiquée, luxueuse, solitaire
- ✓ Asperge verte: la couleur verte permet d'intégrer l'asperge à l'univers des légumes
- ✓ Au final, peu d'évolution en terme d'image depuis l'étude de 2011



Ce légume **correspond** particulièrement **aux attentes actuelles de la génération étudiée** :

manger bon, sain, des produits respectant  
l'environnement,  
locaux de préférence, avec de l'originalité.





## Les - de 35 ans: que connaissent ils de l'asperge?



### ✓ Les asperges blanches vendues en botte!

- Les autres couleurs d'asperges (verte, violette...): encore peu connues
- Les autres présentations (vrac, sachet, barquette...): encore peu connues

### ✓ L'asperge comment ça pousse? D'où ça vient?: connaissances des – de 35 ans très limitées sur ces questions...

### ✓ L'asperge en « cuidité »!

- Consommée **cuite et froide** avec de la vinaigrette ou de la mayonnaise le + souvent
- « Ah bon, l'asperge, ça se consomme autrement? »



Des connaissances sur l'asperge limitées **MAIS**

Une **génération** ouverte aux découvertes et explications fournies et **prête à changer ses habitudes** !

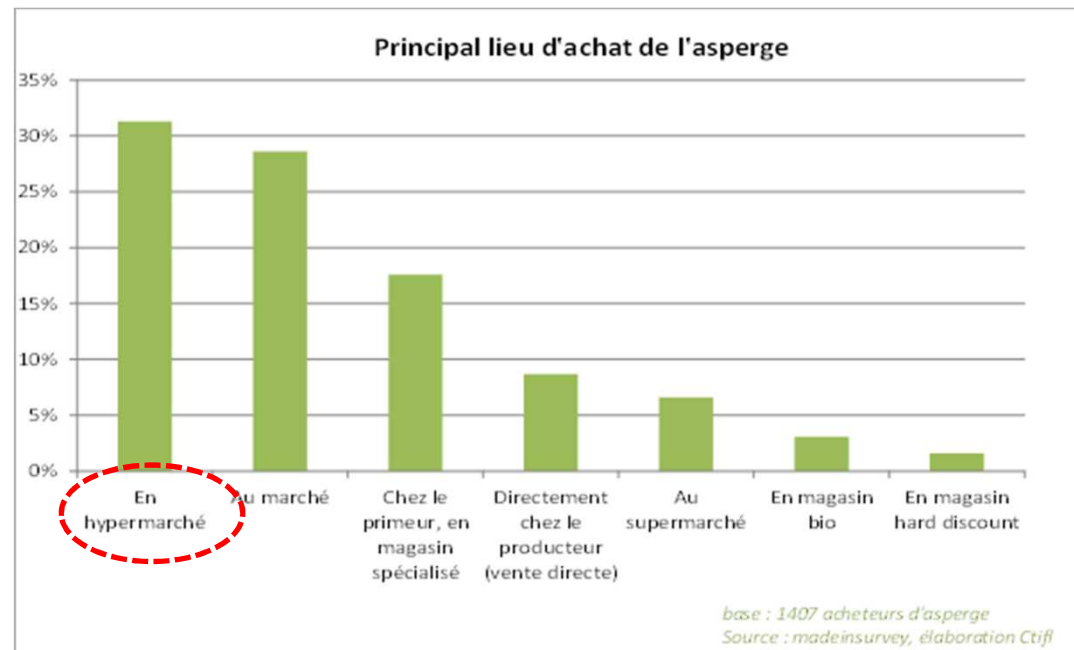




# Les - de 35 ans: leurs achats d'asperges...



- ✓ **Des achats spontanés** et non programmés
- ✓ **11% des ménages** où le responsable des achats a – **de 35 ans achètent de l'asperge fraîche au moins 1 x dans l'année**, ils sont 13% pour les familles avec un bébé.
- ✓ Ils disent préférer les circuits traditionnels, mais **les GMS sont encore les plus fréquentées** : praticité, prix, offre variée (en théorie)



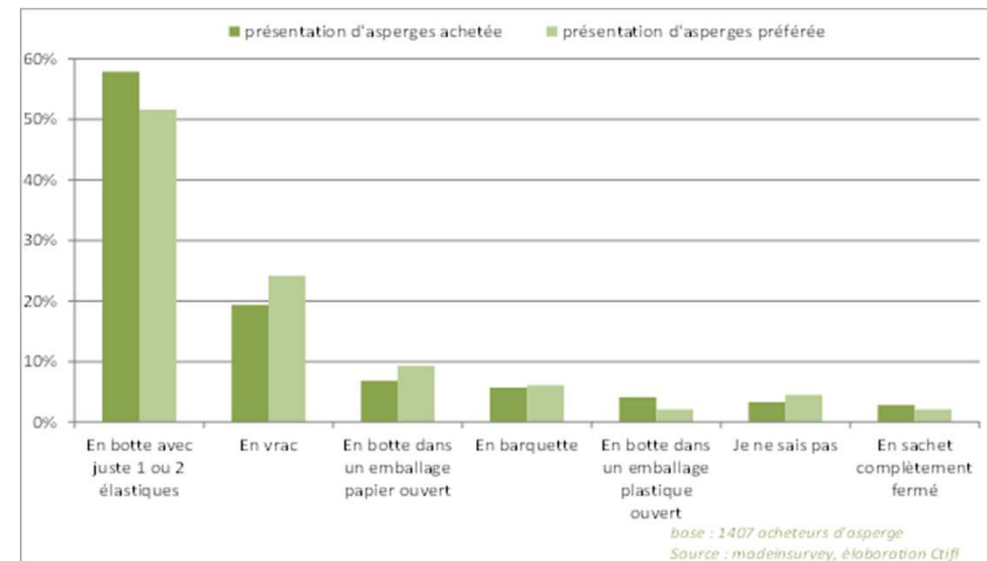


# Les - de 35 ans: leurs achats d'asperges...



- ✓ **Raisons d'achat** : Légume **rare**, à la **saison courte**, pour changer, fêter l'arrivée du **printemps**, se faire **plaisir**
- ✓ **Raisons de non achat** : l'**absence**, le **prix**, la mé-qualité, l'**origine non française**

- ✓ **Préférence pour le vrac** qui ne se traduit pas dans leurs achats
- ✓ Ils achètent **majoritairement des bottes** (rapide, pratique, esthétique)
- ✓ **Asperge pré emballée: peu connue**, forts « à-priori » sur le film plastique mais non spécifique à l'asperge







# Les - de 35 ans: préparation et consommation

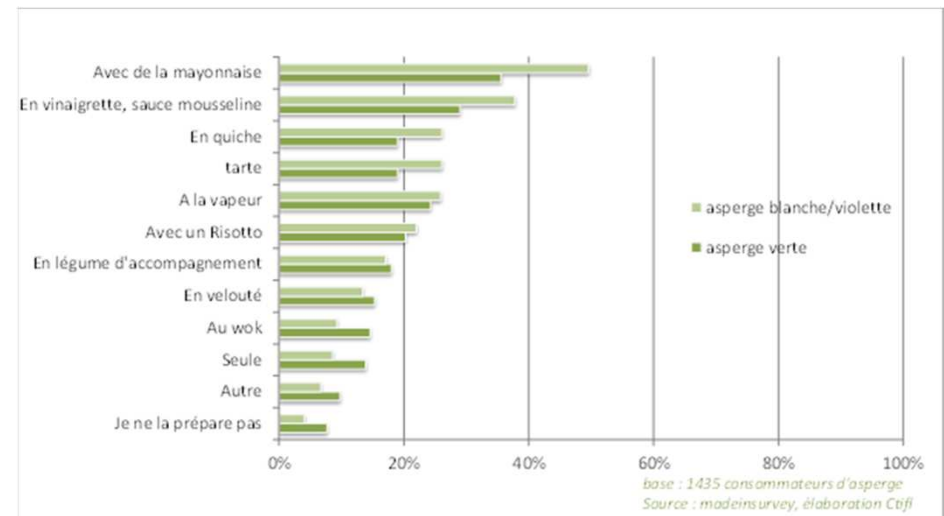


## ✓ L'épluchage: une corvée?

- **Apprentissage par un proche** : généralement la mère ou la grand-mère
- Sinon, **recherche d'informations sur internet**
- L'épluchage de l'asperge reste un frein très relatif....le temps à y consacrer est justifié par la rareté et la saveur du légume

## ✓ L'asperge ça se consomme autrement qu'en crudité?

- La **cuisson** reste « classique » et **hyper simple**: eau ou vapeur
- La consommation en **crudité** reste très majoritaire





# Les - de 35 ans: consommation hors domicile

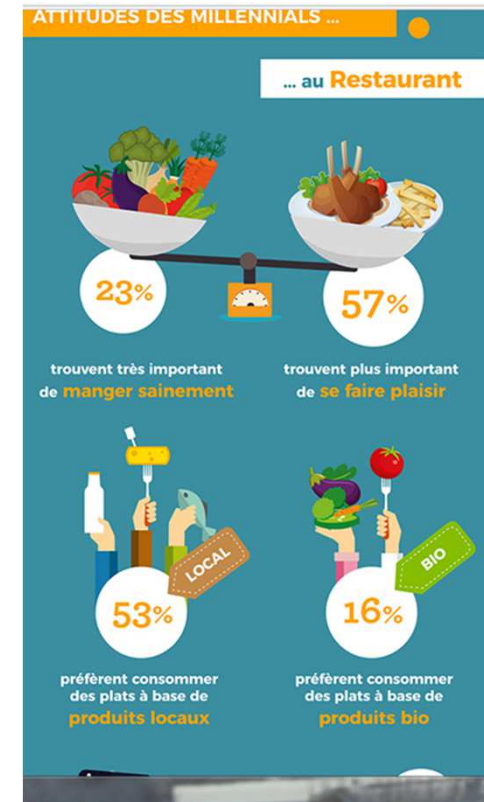


- ✓ **Les restaurants:** un secteur fréquenté et influencé par les Millenials ( ceux qui sont nés entre 1980 et 2000 = les – de 35 ans)
- ✓ **71% de l'ensemble des 25-35 ans s'inspirent d'un plat dégusté au restaurant pour refaire une recette adaptée à la maison**

**MAIS**

**L'asperge est quasi invisible à la carte des restaurants!**

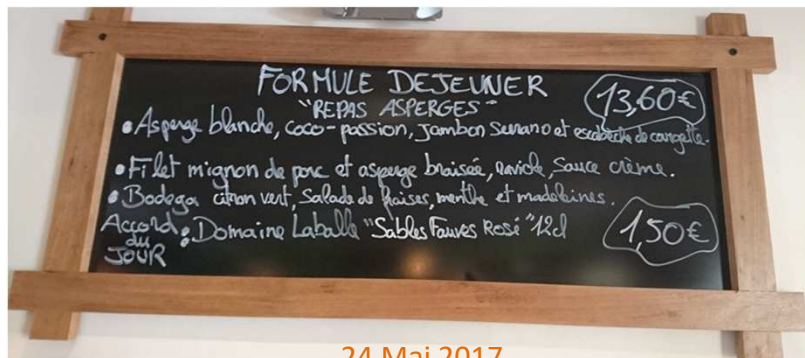
*Un peu moins vrai quand même dans les zones de production!*



Source food service vision 2017



# Les - de 35 ans: test au restaurant!



24 Mai 2017

Restaurant « Chez Flo » à Parentis en Born



- ✓ Ce jour là, les clients n'aimant pas l'asperge sont rares... **Menu très apprécié** dans l'ensemble
- ✓ **Les femmes plus volontaires que les hommes pour refaire les recettes à la maison.** Les jeunes femmes referont probablement l'entrée, probablement pas le plat.
- ✓ **La moitié des jeunes hommes ne referont pas les recettes** car : ils ne cuisinent pas ou peu, elles leur semblent trop compliquées ; l'autre moitié déclare avoir l'intention de les refaire, en tout cas probablement
- ✓ **Menu testé dans l'enquête on line**: sur les 612 non consommateurs d'asperges interviewés, 43% déclarent que ce menu leur fait assez voire beaucoup envie.



# Les conclusions de l'étude....



## Ce qui change peu par rapport aux études précédentes :

- **L'image globale de l'asperge!** produit naturel, venant de la terre, savoureux, bon pour la santé, parfois cher

## Ce qui pourrait changer :

- **Concernant l'image:** intérêt pour les différentes couleurs d'asperges, réassurance sur le mode de culture, **meilleure connaissance de la famille « asperge »**
- **Concernant les modalités d'achat:** **moins de réticence** à acheter l'asperge en **sachet fraîcheur**, moins de réticence **sur le prix** par la connaissance du travail humain qu'il y a derrière la production d'asperges
- **Concernant les usages:** **la nouveauté fait le buzz!** Nouvelles couleurs, nouveaux moments et nouvelles occasions de consommation, nouveaux usages (crue! Chaude! En légume...)



# Les objectifs du programme Communication d'Asperges de France en 2018 et 2019

## PRO

**Cible: opérateurs de la filière F&L,**  
AVAL de la filière F&L

### Objectifs du programme

- ❖ Informer sur le **lancement de la campagne française d'asperges 2018** et sur la **disponibilité** de l'asperge française sur la période de consommation
- ❖ **Mettre en avant les résultats de l'étude Ctifl** sur la consommation d'asperges et les – de 35 ans, notamment sur ce qui concerne **le point de vente**

## Conso

**Cible: Acheteurs et non acheteurs d'asperges,**

En particulier les – de 35 ans

### Objectifs du programme

- ❖ Inciter les consommateurs actuels à **diversifier leurs usages**
- ❖ Intéresser des non consommateurs actuels à l'asperge en **mettant en avant des usages nouveaux**
- ❖ **Message: l'asperge n'est pas qu'une crudité c'est aussi un légume!**

Objectifs en lien direct avec les pistes dégagées dans l'étude sur la consommation de l'asperge CTIFL 2017

## Fiche produit ASPERGE - Diffusion de l'acheteur jusqu'aux chefs de rayon

**ASPERGES DE FRANCE** **L'asperge, l'atout fraîcheur de votre rayon !**

**Blanche, violette ou verte : des asperges pour tous les goûts**

L'asperge (*Asparagus officinalis*) fait partie de la famille des légumes-tiges. Elle se décline en plusieurs types commerciaux, selon sa couleur principale. La production française d'asperges est majoritairement blanche et blanche/violette.

Les différentes parties du turion de l'asperge\* :

Blanche	Bianche/violette	Verte
<b>SON ASPECT</b> Turion blanc, avec légère coloration rosée possible.	<b>SON ASPECT</b> Turion en partie blanc, bourgeon coloré rose à violet/pourpre.	<b>SON ASPECT</b> Bourgeon et grande partie du turion de couleur verte, sans fibre.
<b>PRÉPARATION</b> Épluchage nécessaire du turion avant cuisson.	<b>UNE SAVEUR...</b> Un peu plus fruitée que l'asperge blanche	<b>PRÉPARATION</b> Pas d'épluchage nécessaire ; cuisson plus rapide que l'asperge blanche.
<b>UNE SAVEUR...</b> Fine et délicate, avec une certaine amertume caractéristique		<b>UNE SAVEUR...</b> Prononcée

\* Pour 1 kg d'asperges vertes acheté par les ménages français en 2017, ce sont « de 6 kg de blanches/ violettes qui l'ont été ! »  
\*Source : Kantar World Panel

Selon le diamètre et la variété de l'asperge, le temps de cuisson varie de 12 à 16 minutes si cuisson à la vapeur - cuisson possible aussi au four, à la poêle...

**PLUS D'INFORMATIONS** <http://asperges-de-france.fr/preparation>

**LE SAVIEZ-VOUS ?**  
La couleur de l'asperge dépend du mode de culture... et non de la variété  
Les asperges blanches poussent à l'abri dans une butte de terre. Dès qu'elles pointent le bout de leur nez et qu'elles voient la lumière, elles commencent à se colorer en violet. Les asperges vertes poussent à l'air libre en présence de lumière permettant ainsi au mécanisme de photosynthèse de s'opérer.

**PLUS D'INFORMATIONS TECHNIQUES** [www.ctifl.fr/EquipementsFruitsEtLégumes/Fiche/FLSENSIBLE/ASPERGE](http://www.ctifl.fr/EquipementsFruitsEtLégumes/Fiche/FLSENSIBLE/ASPERGE)

**Des conditionnements adaptés aux attentes de vos clients**

- en urac, en caisse bois de 5 kg généralement
- en bottes, différents grammages sont disponibles : 500g et 1kg le + souvent
- en sachet fraîcheur (500g, 750g, 1kg...) le film microperforé permet aux échanges gazeux de s'opérer et d'éviter le dessèchement trop rapide de l'asperge. La qualité des asperges est préservée plus longtemps.

### Comment valoriser l'asperge en point de vente pour capter les consommateurs ?

En 2017, une étude a été menée par le CTIFL sur la consommation de l'asperge avec un focus sur la génération des - de 35 ans. Les achats d'asperges sont majoritairement spontanés et non programmés. Comment inciter cette jeune génération à acheter et à consommer plus d'asperges aujourd'hui et demain ? Beaucoup de choses se jouent sur le point de vente !

#### 1 UNE GAMME DIVERSIFIÉE EN RAYON : JOUER SUR LES COULEURS ET LES DIFFÉRENTS CONDITIONNEMENTS POUR CRÉER UN PÔLE ASPERGE ATTRACTIF

##### LA COULEUR



##### Extrait de l'étude

« La mission achat a mis en évidence 2 freins importants à l'achat d'asperges : le déficit de l'offre (absente ou peu visible, difficulté à reconnaître une bonne asperge, prix trop élevé) et la méconnaissance des différents usages possibles de l'asperge pour varier les plaisirs. »

#### LE CONDITIONNEMENT



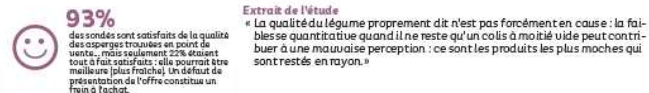
#### 2 METTRE EN AVANT L'ORIGINE... SURTOUT SI ELLE EST RÉGIONALE OU FRANÇAISE



##### Extrait de l'étude

« Le fait de ne pas trouver d'asperge d'origine française peut représenter un frein à l'achat. Certains participants de l'étude ont refusé d'acheter de l'asperge espagnole ou grecque et préfèrent visiter un autre point de vente pour remplir leur mission.

#### 3 PRÉSERVER LA QUALITÉ EN RAYON ET GARDER UN RAYON ATTRACTIF TOUTE LA JOURNÉE



**\* EN SAVOIR PLUS** Étude téléchargeable sur le site internet du Ctifl • La consommation de l'asperge • Catherine BAROS et Pascal CAVARD-VIBERT, 2017

POUR SUIVRE L'ACTUALITÉ DE LA FILIÈRE ASPERGE  
[asperges-de-france.fr](http://asperges-de-france.fr) - [aspergesdefrance](https://www.facebook.com/aspergesdefrance)

Asperges de France : MIN de Brienne, 110 quai de Paludate, 33800 Bordeaux  
T. 05 64 31 08 49 - [contact@asperges-de-france.fr](mailto:contact@asperges-de-france.fr)



# Programme Communication 2019

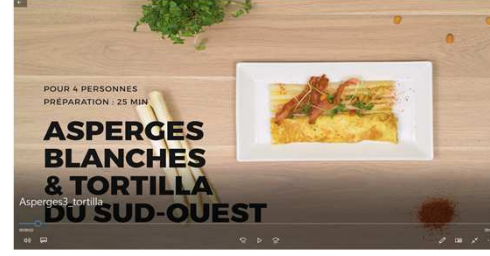
Réalisation de 4 vidéos « Halte aux idées reçues » pour une meilleure mise en avant de l'asperge dans les points de vente



# Programme Communication 2019

Réalisation de vidéos recette ASPERGE ciblées vers les – de 35 ans et diffusées sur les Réseaux Sociaux

En 2018,  
partenariat  
avec



En 2019,  
partenariat  
avec le chef

Florent  
CARLE





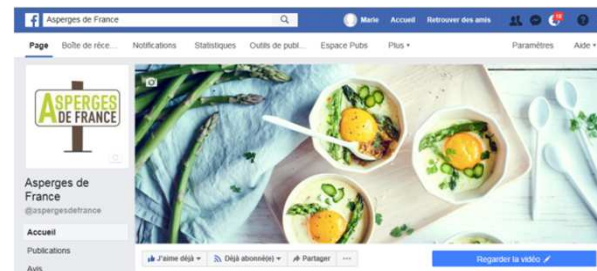


# Merci de votre écoute!

## Suivez l'actualité d'Asperges de France!



[www.asperges-de-france.fr](http://www.asperges-de-france.fr)



 [aspergesdefrance](https://www.facebook.com/aspergesdefrance)



 [aspergesdefrance](https://www.linkedin.com/company/aspergesdefrance)

**Céline GENTY**

 [contact@asperges-de-france.fr](mailto:contact@asperges-de-france.fr)

 05.64.31.08.49