

Réflexion sur la segmentation du marché de l'abricot

Infos Ctifl N°313- la Prune, des goûts et des couleurs , page12

La **segmentation** par couleur est saluée par les distributeurs pour ses effets de **dynamisation du rayon**, de création d'un **effet de gamme**, et de **clarification de l'offre**, (.....) car le consommateur ne connaîtra jamais le nom de toutes les variétés Cependant, si cette stratégie (...) est bienvenue chez les distributeurs, elle demeure insuffisante car elle ne fournit pas d'information sur les caractéristiques du produit et surtout, ne règle pas le problème de variétés peu gustatives pénalisant le marché. **L'homogénéisation qualitative** de la gamme par couleur apparaît donc comme l'enjeu prioritaire.

Réflexion sur la segmentation du marché de l'abricot

Le développement des variétés de plus en plus colorées s'est fait au détriment des abricots « classiques », parfois bien meilleures .

L'arrivée, en nombre, de variétés rouges, peut amplifier ce phénomène.

La première expérience de la gamme Rubisco® doit être analysée

Réflexion sur la segmentation du marché de l'abricot

Cahier des charges pour les abricots rouges:
homogénéisation qualitative et reconnaissance
par le consommateur

- Présentation 90% rouge ?
- Niveau gustatif minimum ? Sucre, acide..

Etanchéité entre les gammes: fin de récolte
d'une variété rouge ne doit pas être
commercialisée avec les variétés bicolores

Le potentiel aromatique des abricots blancs
est le garant d'une reconnaissance par le
consommateur

Réflexion sur la segmentation du marché de l'abricot



Rouge



Bicolore



Orangé



Blanc