

## Actualité Innovation

### Un projet pour diversifier et moderniser l'offre des poires

Le verger de poiriers français est aujourd'hui vieillissant et dominé par les variétés Jules Guyot et Williams, qui représentent plus de 75 % de la production. Avec une production nationale de 126 000 tonnes pour une consommation estimée à 200 000 tonnes, la France peine à répondre à la demande du marché. Face à ce constat, le projet **Poire Coco (Conservation et consommation)** vise à mieux adapter l'offre de poires aux attentes des consommateurs tout en préparant les variétés de demain.

#### À la recherche de la poire idéale

L'étude menée dans le cadre de Poire Coco a permis d'identifier six profils sensoriels parmi une vingtaine de variétés de poires, répartis selon quatre axes : **acidité, fermeté, fondant et arôme**. Parmi eux, certaines variétés comme Rocha et Q-Tee se distinguent par leur fermeté et leur douceur, tandis que d'autres, comme Comice et Conférence, sont très juteuses et fondantes. Williams et Guyot, les références actuelles, sont jugées **aromatiques et légèrement acides**.

Les résultats révèlent que la poire idéale, selon les préférences des consommateurs, devrait être **fondante, sucrée, aromatique et juteuse**. L'étude a également mis en lumière des différences de perception entre les adultes et les enfants : si leurs notes d'appréciation sont similaires, les plus jeunes se montrent plus exigeants sur le goût et préfèrent une peau plus fine.

#### Comment les Français les consomment-ils ?

L'étude a également permis d'analyser les comportements des consommateurs de poires en France :

- **Délai de consommation** : 38 % des consommateurs mangent leurs poires immédiatement après achat, tandis que 39 % attendent qu'elles mûrissent.
- **Mode de consommation** : 46 % consomment la poire en quartiers, 35 % la croquent directement, et 19 % alternent entre ces deux méthodes.
- **Peau ou pas peau ?** De façon surprenante, 56 % des consommateurs mangent la poire avec la peau, contre 29 % qui la préfèrent épluchée.

Outre le goût et la texture, d'autres critères influencent l'achat des poires, notamment **l'aspect du fruit (80 %), le prix (60 %), l'origine (41 %) et la variété (38 %)**.

Grâce au projet Poire Coco, la filière espère ainsi diversifier son offre et séduire de nouveaux consommateurs, en proposant notamment des poires bicolores et croquantes, qui suscitent un intérêt grandissant.