

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.