

Plantes ornementales : Intégrer la diversité des attentes des consommateurs par des études sensorielles

Ronan SYMONEAUX^{1,2}, Gilles GALOPIN³, Alain FERRE⁴



¹ UR GRAPPE, SensoVeg, Univ. Bretagne Loire, ESA, INRA, SFR 4207 Quasav, Angers, France.

² Vegeconso Living Lab, Angers, France.

³ Agrocampus Ouest, IRHS - UMR 1345, SFR 4207 Quasav, Angers, France

⁴ Arexhor Pays de la Loire, Les Ponts de Cé, France.

Dans la filière des plantes ornementales, les innovations sont généralement développées et lancées sans intégrer les consommateurs en amont, lors du développement des concepts et des produits. Dans les filières alimentaires mais aussi dans les cosmétiques, l'automobile,... les sciences des consommateurs sont en revanche régulièrement utilisées pour mieux comprendre les perceptions des consommateurs, la diversité de leurs réactions. Cette connaissance peut être une voie de progrès pour améliorer le succès des innovations et la performance des produits en jardinerie.

Plusieurs études ont été menées dans le cadre du projet Evalinnov pour évaluer l'intérêt de ces approches. Un développement méthodologique est nécessaire pour adapter, aux spécificités du végétal d'ornement et autres produits horticoles, les méthodes couramment utilisées dans d'autres secteurs d'activités. Des exemples concrets seront présentés sur des nouveaux cultivars de viola, de viola cornuta et de bégonias, ainsi que sur une innovation variétale de rupture proposée en jardinerie. Ces nouvelles variétés ont été présentées à des consommateurs pour recueillir leurs perceptions.

Les résultats de ces travaux montrent que les attentes, les réactions de consommateurs peuvent être diverses face à des produits variés. Pour chaque produit et concept, les forces et faiblesses sont identifiées et permettent de donner des pistes d'amélioration en intégrant la diversité des consommateurs. Ces informations peuvent être très riches pour les acteurs de la filière.

Des limites méthodologiques peuvent être discutées à l'issue de ces projets concernant l'intégration de la variabilité des plantes et le contexte d'évaluation.

Abstract : Ornamental plants: Integrate the diversity of consumers' expectations by using sensory studies

In the sector of ornamental plants, the innovations are generally developed and launched without integrating the consumers' insights during the development of the concepts and the products. In the food sectors but also in the cosmetics, the automobile, ... consumer sciences are used regularly to understand better the perceptions of the consumers, the diversity of their reactions. This knowledge can be a way of progress to improve the success of the innovations and the performance of products in garden center.

Several studies were led within the framework of the project Evalinnov to estimate the interest of these approaches. A methodological development is necessary for adapting the methods that were usually used in other business sectors, to the specificities of the ornamental plant and other horticultural products. Concrete examples will be presented on new cultivars of viola, viola cornuta and begonias. These new varieties were presented to consumers to collect their perceptions.

The results of these works show that expectations and consumers' reactions can be diverse in front of varied products. For every product and concept, strengths and weaknesses are identified and allow to give ways of improvement by integrating the diversity of the consumers. This information can be very rich for the actors of the sector.

Methodological limits will be discussed concerning the integration of the variability of plants and context of evaluation.