



# Importance de la couleur des cidres pour les consommateurs

Ronan SYMONEAUX



Isabelle Maître



Cécile Coulon-Leroy



Ronan Symoneaux



Céline Brasse



Corinne Patron

## UR GRAPPE



Développement et adaptation des méthodologies sensorielles

Qualité sensorielle et déterminants d'appréciation en lien avec la matière première les pratiques et les procédés

Typicité et Terroir

Perception et comportement alimentaire des séniors

# La couleur, l'aspect, des attributs déterminants dans l'appréciation des produits alimentaires

De nombreuses études mentionnent l'impact de la couleur sur la perception des autres modalités sensorielles (Spence et al., 2010, & Spence, 2015)

- Plus de coloration -> plus intense en saveur
- Peu d'impact sur la sucrosité dans certaines conditions
- La couleur génère une attente psychologique associée à des effets de contraste et d'assimilation (Zellner, Strickhouser, & Tornow, 2004)
- La couleur peut modifier la reconnaissance des saveurs
- Les interactions avec la couleur peuvent dépendre de l'âge, de l'expertise, de la familiarité et au produit et de la culture

Au delà de la partie perceptive, la couleur impacte énormément nos préférences et nos actes d'achats

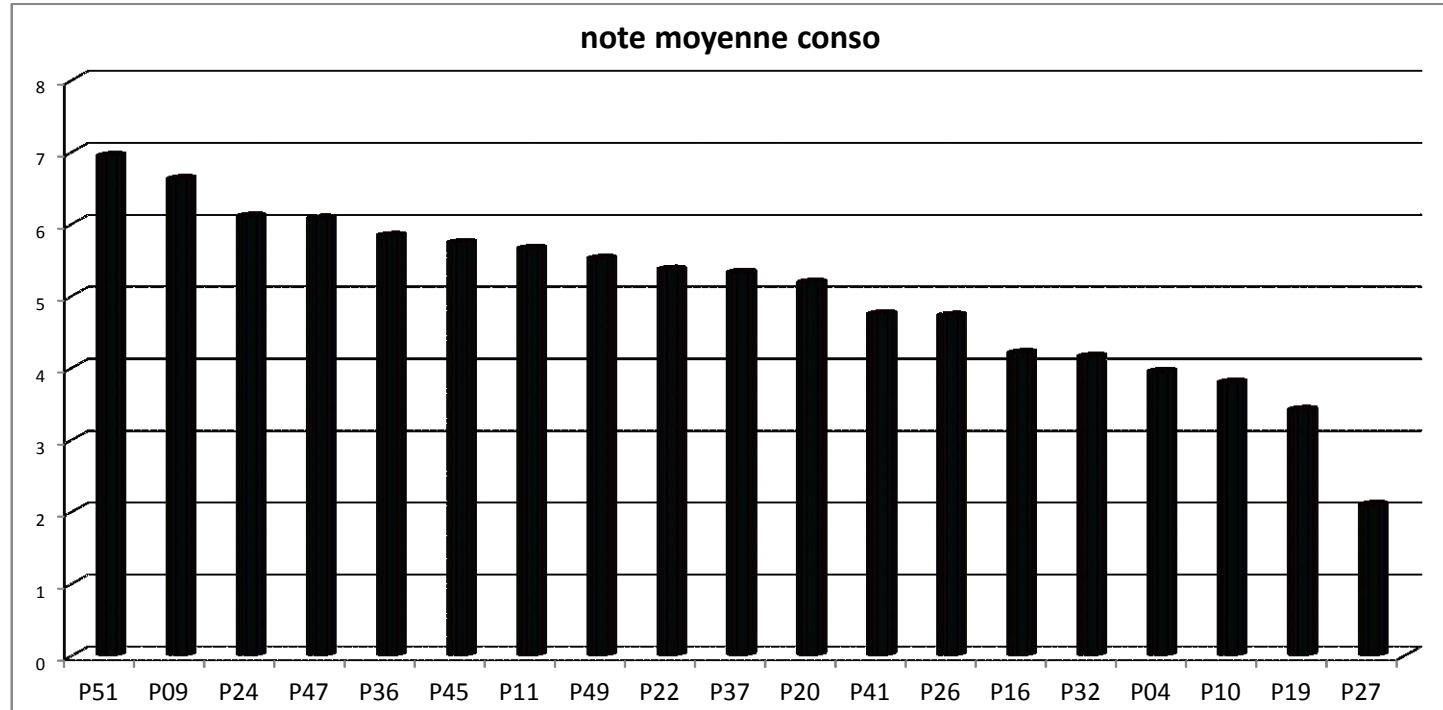
Mais une majorité des travaux scientifiques sont fait avec

- Des couleurs contrastées
- Dans des solutions modèles
- Et sur des tests de reconnaissance ou de seuil de perception

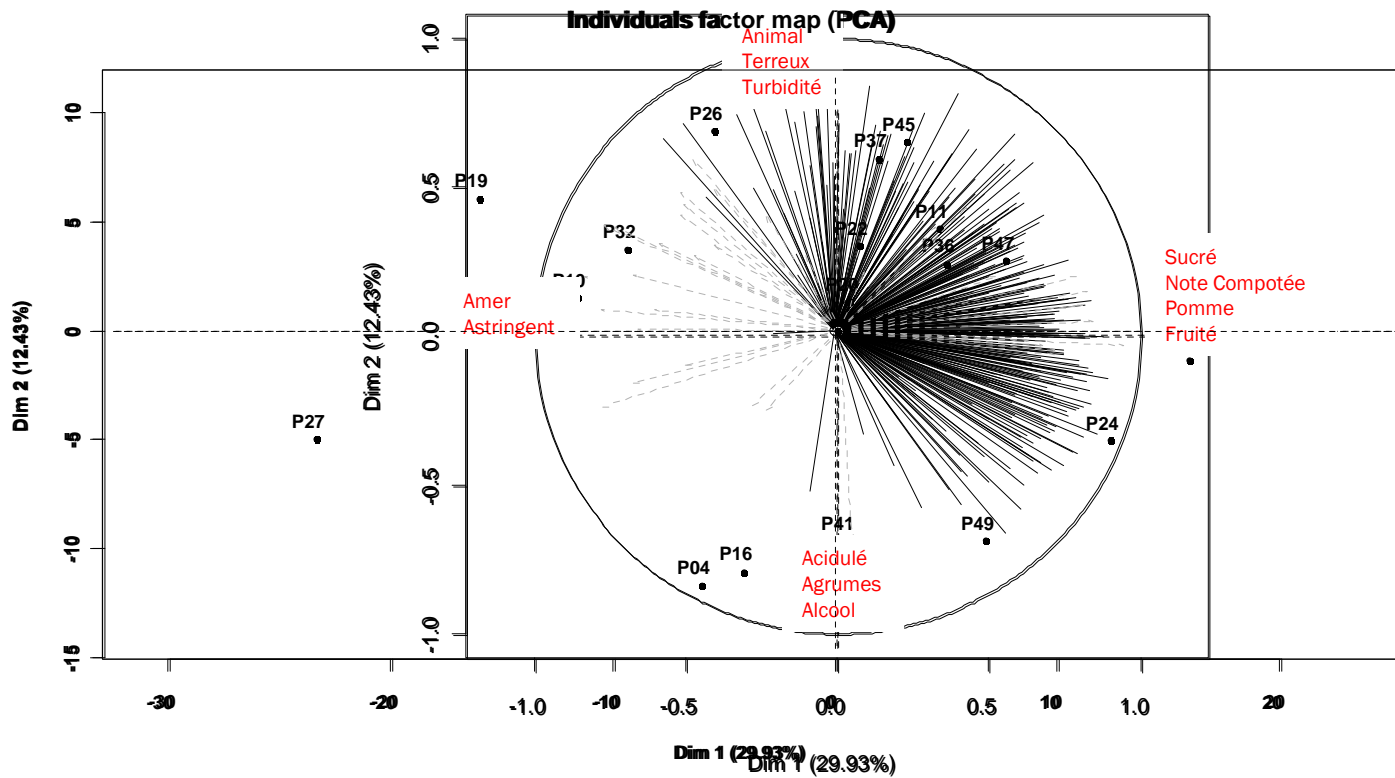


Mais il n'y a aucune étude sur le cidre et ni même sur des espaces colorimétriques proches du cidre

# Le projet Casdar Cidre 2008-2011 donnait peu d'informations sur l'importance de la couleur sur l'appréciation du cidre



# Les divergences d'avis...

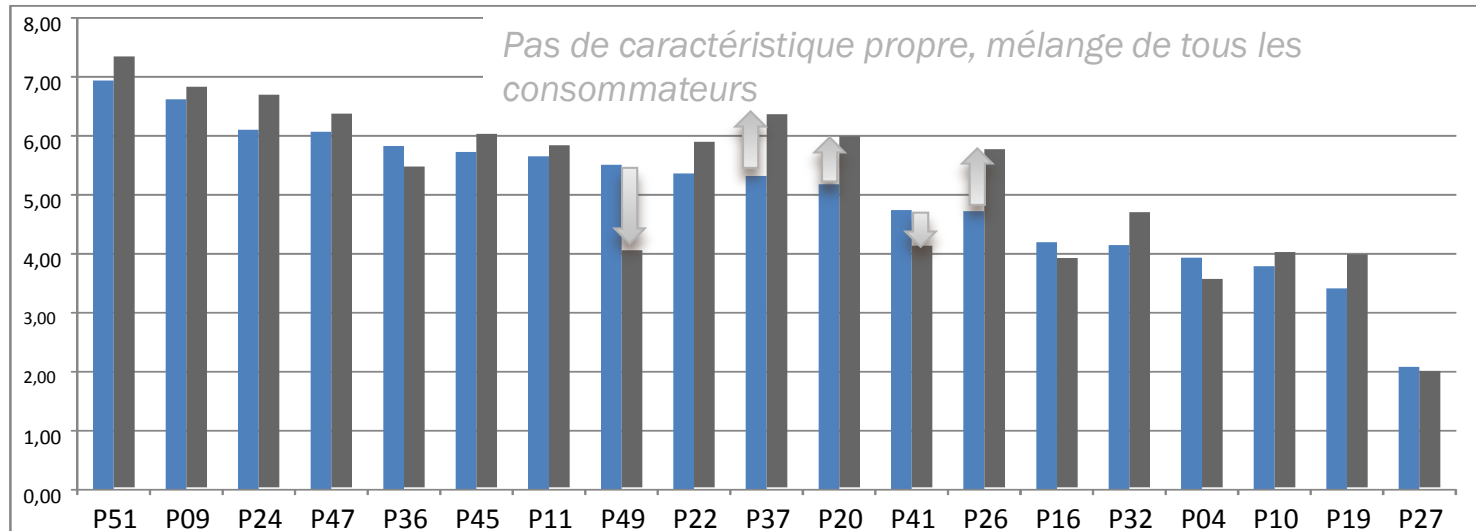


## Un groupe proche du comportement moyen (n=105)

Une appréciation proche de la moyenne du groupe

La mousse peut être un critère valorisant

Recherche d'équilibre aromatique



# Les connaisseurs

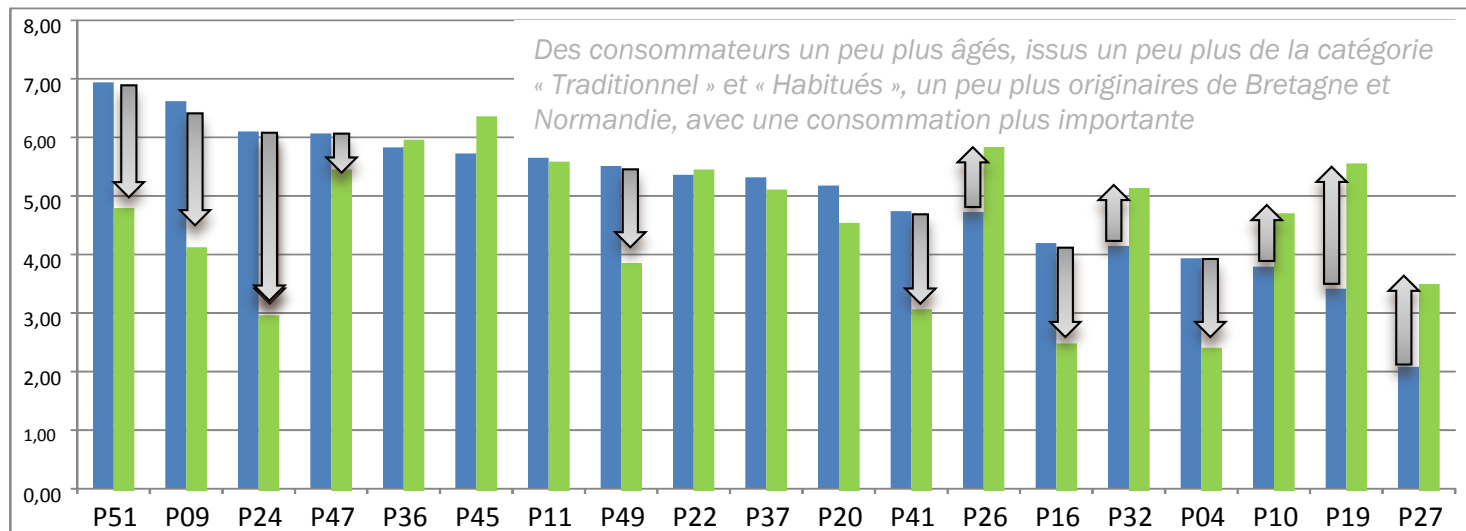
Les cidres Sucrés avec des notes comptotées, caramel au lait sont rejetés

et les « produit nouveaux » également

Les produits dans un équilibre Sucre-Amer-Astringent s'exprime nt mieux

L'intensité de l'effervescence est appréciée.

Trouble ou limpide, peu d'importance



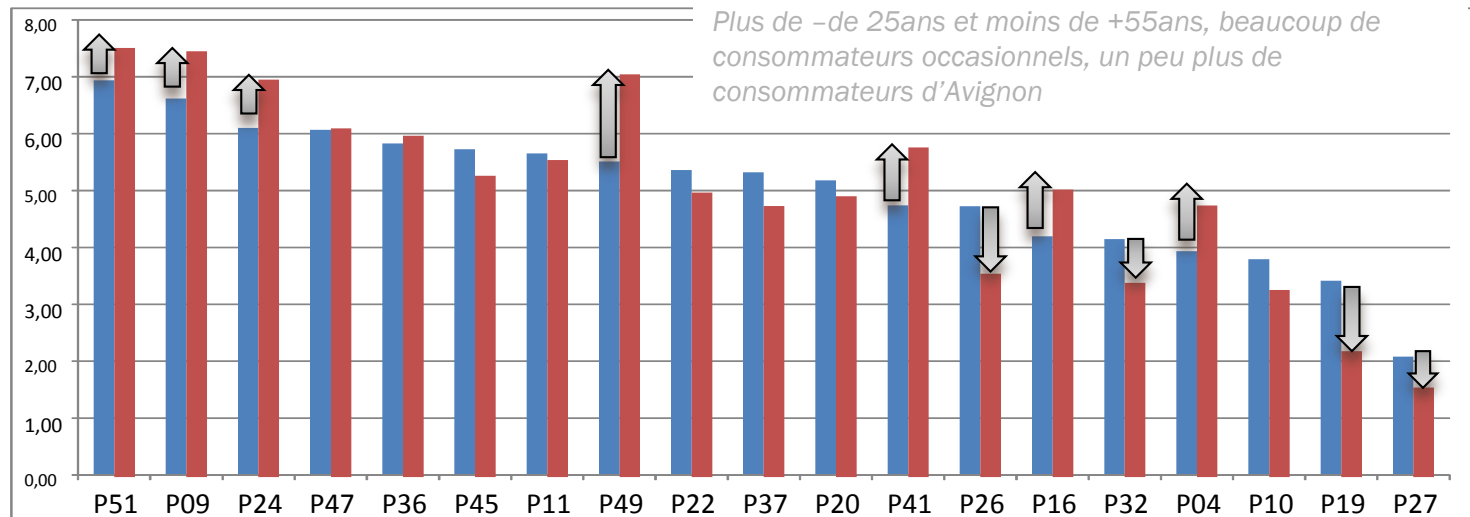
# Les nouveaux consommateurs, occasionnels (n=169)

Performance des produits plus sucrés et moindre appréciation des produits secs

Meilleure appréciation que les autres des produits « originaux »

- Ciders, Apfel Frost et deux autres produits
- Apprécie le caractère alcooleux, acidulé, le sucré, fruité
- Apprécie les couleurs sortant de l'ordinaire le plus pale & le plus rosé

Sanctionne l'amertume, l'absence de fruité, l'excès d'effervescence & le trouble







# Difficile de conclure sur l'importance de la couleur mais il doit participer à la satisfaction globale...

## Evolution dans la consommation, dans la perception en fonction de la fréquence de consommation

- Passer par le doux ou le demi-sec avant d'aller vers le brut, et les notes d'évolution
- Eduquer le consommateur sur les différences entre les cidres
- La cible des « Traditionnels » revendiquent une moindre appréciation du sucré mais également des produit trop secs !

## Des cidres qui segmentent avec une éventuelle sensibilité à la couleur des cidres

- Les cidres, des cidres plus acidulés, plus clairs, des couleurs différentes
- Des drivers sensoriels segmentant : mousse et effervescence, couleurs, trouble
- Mais le protocole ne permet pas de vraiment valider l'importance de la couleur et de l'aspect



## Le projet CICHROM et les consommateurs

---

Apporter de l'information aux professionnels de la filière sur l'importance de la couleur dans l'appréciation du cidre et sur un certain nombre de variables en lien avec l'aspect du produit.

# La perception de la couleur par les consommateurs



## Approche qualitative

54 consommateurs



## Approches quantitatives

240 consommateurs

212 consommateurs

*Caen, Angers, Avignon  
Réguliers et Occasionnels*

*Hommes et Femmes  
Âges variés*



# Les questions du quali...

Quel consommateur de cidre êtes-vous ?

Quels sont les critères d'achats du cidre ?

- Identifier la place des attributs visuels dans l'acte d'achat

Évocation, réaction face à différentes couleurs

- Différentes couleurs en bouteille ou au verre



- Le trouble et le limpide



Perception de différents types de contenant

Des techniques d'animation et de questionnement spécifiques pour encourager les prises de parole

La présentation d'une vingtaine de produits avec des couleurs, des contenants, des goûts différents



# Quelques informations issues des tables rondes

Ronan SYMONEAUX



## Un produit qui « *plait mais auquel on ne pense pas* »

---

Les mêmes résultats que pour le CASDAR Cidre

Un produit qui plait, convivial, festif & familial qui évoque des souvenirs

Un produit saisonnier et ancré dans des usages spécifiques

Un produit sensoriel avec le fruité, les équilibres doux – brut, la couleur qui est mentionnée

Un produit auquel on ne pense pas (*hors région de production*)

# La couleur entre dans les qualités et défauts du cidre...

## Les critères d'un bon cidre...

- La teneur en sucre et l'amertume
- La description de la couleur
  - Ambrée, Dorée ,Un peu marron, Rouille, Pas trop claire...
- Ils s'expriment très peu sur les arômes se limitant généralement au fruité
- La persistance en bouche, le pétillant, la fraîcheur et la teneur en alcool.

## Les défauts d'un mauvais cidre

- Les mauvais goût, sent la ferme , malodorant
- Certaines couleurs
  - Vert, Trop jaune, Trop clair



Une situation un peu paradoxale pour le trouble entre négatif et positif



## ... mais pas dans l'acte d'achat !

---

D'abord c'est du doux ou du brut

### Le prix & la marque

- Des marques connues , les promotions ou la réputation
- Un prix en fonction de l'occasion de consommation
- Un positionnement dans le rayon
  - A hauteur du regard ou en tête de gondole (promotion)

La provenance est subie ou indiffère malgré quelques comportements régionalistes

### Des attributs visuels mais peu (pas) la couleur du cidre

- La couleur et le « design » des étiquettes
- Le type de contenant : Verre vs PET
- Eventuellement des idées de recettes ou dos

« La couleur du cidre ne peut pas être un critère car les bouteilles sont vertes »



## Le rayon du cidre : un rayon « *triste avec tout ce vert* »

Le rayon des cidres est *triste* avec des couleurs sombres et des bouteilles vertes qui masquent la couleur.

Un rayon sombre qui gagne en couleur grâce aux nouvelles étiquettes

Un petit rayon, avec peu de diversité, qui ne bouge pas beaucoup sauf pour L'Épiphanie et la chandeleur



# Un possible impact de la couleur sur les perceptions sensorielles

*Via ajout de colorant dans un cidre Brut MDD*



## Des différences organoleptiques dues à la couleur

- Le cidre jaune paille : meilleure odeur, meilleur gout (Moins amer et acide) mais peu sucré et manquant de pétillant.
- Le cidre orangé : odeur plus forte, un arrière-gout de « caramel » , plus sucré.

Dans les deux cidres, le gout fruité a été très discuté ne permettant pas de dire si un cidre a été perçu comme plus fruité que l'autre



## La phase qualitative confirme certaines hypothèses

---

Un attrait pour la couleur même si ce ne peut pas être un critère d'achat

Un possible effet de la couleur sur les caractéristiques sensorielles des cidres

D'autres éléments relatifs aux contenants et aux couleurs



# Importance de la couleur des cidres pour les consommateurs

Ronan SYMONEAUX



# Perception de la couleur des cidres et des contenants

## Impact sur les préférences et interaction avec les autres caractéristiques sensorielles

Ronan SYMONEAUX



# Quelques réflexions sur les contenants...

Ronan SYMONEAUX



# De la place pour une diversification par le type de bouteille

## La bouteille verte : la référence, la tradition

- Rassurant, Fait plus naturel car les cidriers n'utilisent que ça
- Mais une bouteille un peu triste, ringard pour certains ?
- Pourquoi la couleur verte ? Conservation, Cacher la couleur, Economie

## La bouteille PET pour une consommation quotidienne ou bas de gamme

## La bouteille polie : étonnante et attirante

- Un aspect « givré » original qui séduit pour son adéquation avec l'attente d'un produit rafraichissant
- Un positionnement plus haut de gamme
- La conquête de nouveaux consommateurs ?

## La bouteille noire : une bouteille d'exception

- Une bouteille plus « chic » pour une occasion spéciale :
- Doit il y avoir une surprise au moment du service , Il faut un cidre de qualité dedans
- Faut associer ce contenant à un positionnement assumé et un travail sur l'étiquette
- Quelques personnes ne sont pas du tout convaincu par ce contenant



# Les bouteilles incolores ne laissent pas indifférentes !

## Un contenant qui « dynamiserait, égalerait le rayon cidre »

- « Ca fait plaisir de voir la couleur des cidres », « Ca donne envie de goûter »
- « C'est attrayant pour les jeunes », « pour de nouveaux consommateurs »
- Des analogies avec les rayons « du vin pétillant, le champagne rosé, ou le vin rosé » qui ont su valoriser la couleur

## Possibilité de proposer de la segmentation par le visuel

- Permet de choisir sur la couleur alors qu'aujourd'hui ce n'est pas un critère de choix
- Une manière différente d'appréhender le cidre & sa qualité

## Un vrai changement dans l'acte d'achat qui mériterait des explications aux consommateurs

- La crainte de la moindre conservation
- La crainte de l'inconnu
- La crainte de l'origine de la couleur







# Des interrogations sur l'origine des couleurs

Une réelle méconnaissance de l'origine de la couleur d'où une nécessité de communiquer sur l'origine de la couleur si objet d'une segmentation future

Mais capable d'émettre des hypothèses

- Du processus de fabrication
  - Manière dont elles sont pressées , Fermentation , Oxydation, Temps de macération
  - Temps de maturation : *jaune pour un cidre jeune*
- De la pomme
  - Pectine
  - Variété, du nombre de variété
  - Quantité de pomme : *plus on met de pomme plus il y aura de couleur*
  - Maturité des fruits
  - De la peau ou de la chair
- D'ailleurs
  - Colorant industriel
  - Autres fruits

Des réserves fortes quant à l'emploi de colorants



## ... et sur les couleurs

Ronan SYMONEAUX

# Des avis différents faces aux couleurs des cidres

## Le cidre orangé et limpide est le plus consensuel

- Il plait par sa naturalité
- Belle couleur, c'est la bonne couleur
- Doré, Orangée, Brillant, Mielleux, Sirupeux

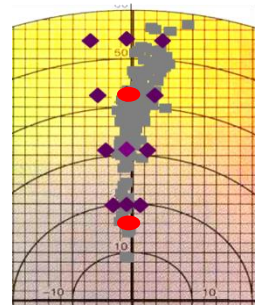


## Le cidre clair rejeté par une majorité des consommateurs

- Pas assez coloré, trop clair, trop pâle, fait penser à de l'eau
- Donne impression d'un cidre artificiel, sans goût, une impression d'amertume
- Ca fait mauvais vin blanc, cidre dilué...

## Quelques consommateurs préfèrent la couleur très claire

- Préfèrent la couleur pâle
- Emettent des doutes sur la couleur du cidre orangé (colorant, caramel, artificiel)



# Le cidre orangé trouble : naturel et authentique

Donne une impression de cidre naturel et authentique

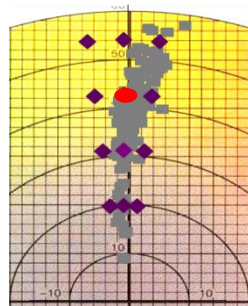
- Fermier ou Artisanal ou « bio »
- Cidre de qualité
- « Pas pasteurisé » ; « pas ultrafiltré »

Mais le trouble partage les avis

Il est à la fois rassurant pour l'authenticité du produit

Mais beaucoup préfèrent quand même la version limpide : le trouble « n'est pas beau »

N'est pas toujours un gage de qualité



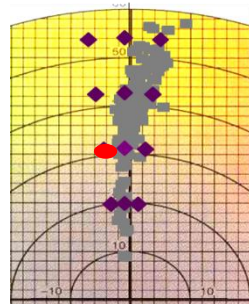
# Cidre avec des reflets légèrement verts

Une couleur de cidre qui déplaît de manière générale

- « Pas assez doré », « pas assez coloré »
- « La couleur ne me plaît pas »
- « Couleur de jus de pomme »

Cependant, cette couleur plaît à certains

- « C'est la bonne couleur dans cidre transparent » ; « Fait plus du cidre »
- « Je préfère cette couleur »



# Le cidre marron foncé divise

Une belle couleur pour les amateurs de cidre fermier et brut

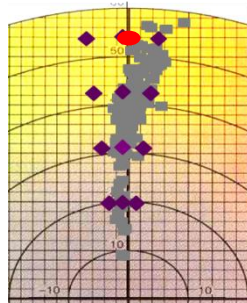
- « Couleur ambrée agréable au visuel »
- « Couleur naturelle »

La couleur d'un cidre particulier

- « Un cidre fermier », « du terroir »
- « Fait penser à un vieux cidre brut », « corsé et fort »

Une couleur trop foncée, désagréable pour les autres participants

- « Trop marron : on dirait du coca » ; « du Caramel ? »
- « Trop foncé » ; « Sombre, ce n'est pas la couleur de la pomme »



# Un cidre légèrement rosé peu apprécié par la majorité

Une Teinte légèrement rosée inattendue qui suscite la curiosité

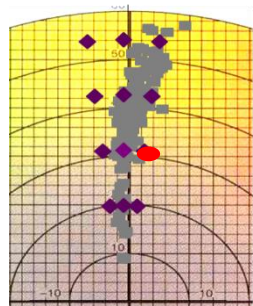
- « Jolie couleur » ; « il est quand même attirant »
- Couleur qui donne envie d'en acheter, d'en boire

En revanche « Ca ne fait pas cidre » , une couleur pas appropriée

- Un visuel pas rassurant pour du cidre
- « Vin rosé ou Champagne rosé », « ça fait penser à du raisin mais pas à la pomme »
- « Couleur foncé » ; « trop orangé » ; « sombre »
- « Ca fait cidre industriel »

Cette couleur véhicule des impressions gustatives

- Ca fait « Trop sucré »
- Ca doit être « Fruité », « fraise ou framboise »



# Le cidre rosé : un visuel qui surprend

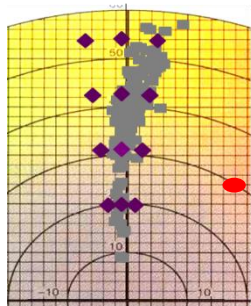
## Une couleur innovante et attirante qui interroge

- « Donne envie de le goûter » ; « Appétissant »
- « Super originale, on n'a pas l'habitude »; « Jolie »
- « Féminin »
- En apéritif, En cocktail, Avec le dessert

## Mais cependant, pour certains consommateurs

- Pas naturel, il y a des colorants
- C'est « aux fruits rouges » ?

Une alternative pour se développer mais pas forcément pour les consommateurs de cidre





## Des couleurs consensuelles et des couleurs plus segmentantes

- En lien avec le profil de consommation des consommateurs ?



Une méconnaissance de la diversité des couleurs et de leur origine et des craintes quant à l'utilisation des colorants

Un intérêt, une surprise pour une segmentation sur la couleur mais qui nécessite un accompagnement

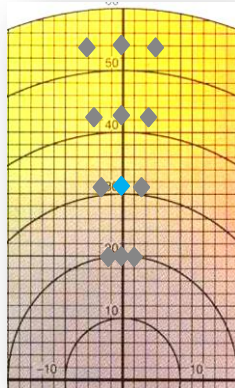
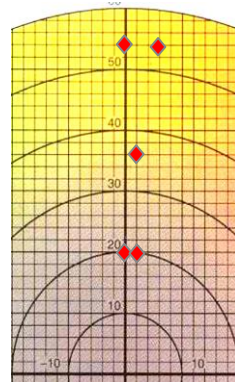
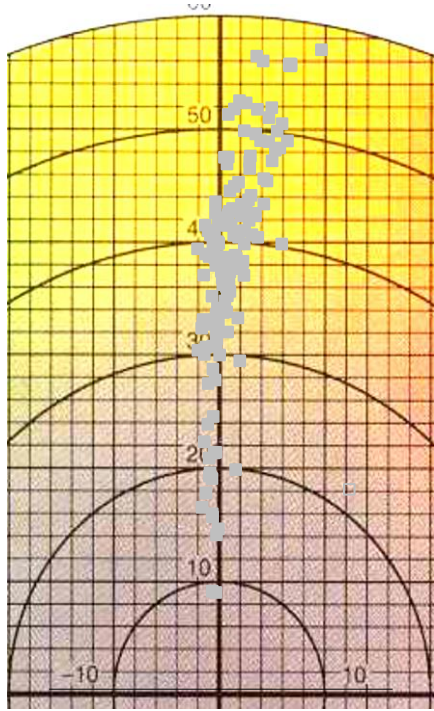
Le trouble donne un aspect authentique et naturel mais peu apprécié visuellement



# Impact de la couleur sur la perception sensorielle

Ronan SYMONEAUX

# De la couleur des cidres à la création de plan d'expériences intégrant la couleur





## **Impact de la couleur sur les préférences et interaction avec les autres caractéristiques sensorielles**

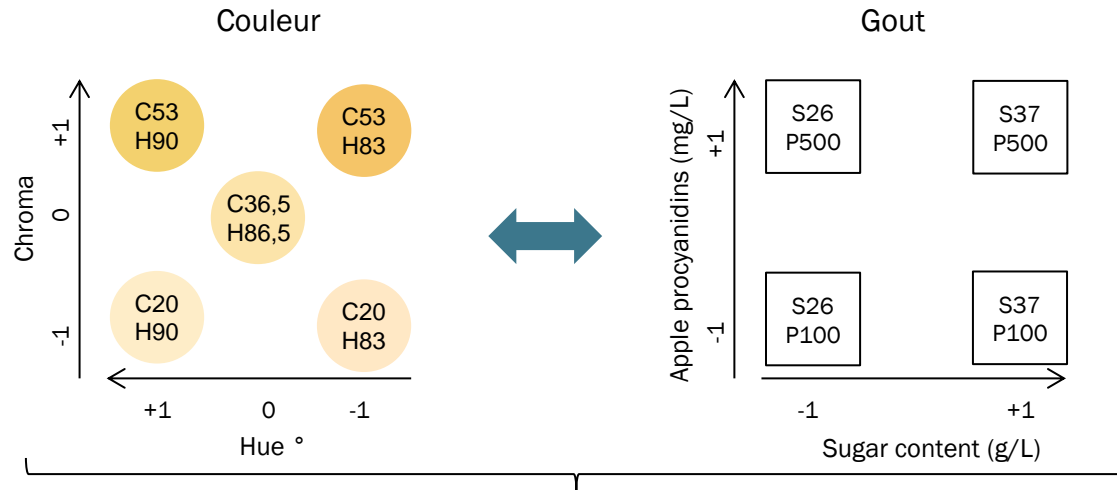
1°) Est-ce que la couleur modifie la perception sensorielle du cidre?

2°) La couleur intervient elle dans l'appréciation des cidres quand ils sont dégustés?

3°) Comment la couleur pourrait elle intervenir dans l'acte d'achat de bouteille de cidres transparentes ?

# Impact de la couleur sur la flaveur...

Utilisation d'un cidre très pale sans intensité gustative



(20 produits + 4 répétition) évalué deux fois par le panel entraîné



17 Dégustateurs Entraînés

11 Descripteurs

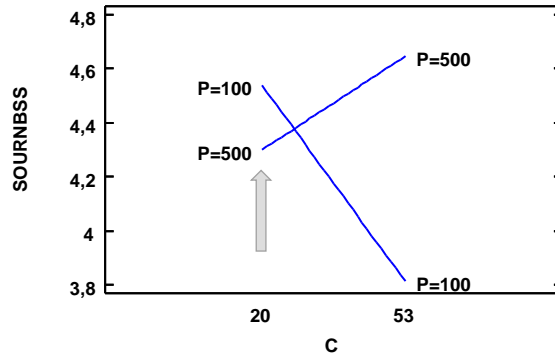
3 saveurs+ astringence  
8 arômes

Evaluation under white light  
(6 500 °K)

Code	Couleur	Niveau de sucres totaux (g/L)	Niveau de procyanidines (mg/L)
C1_S26_P1	C1	26	100
C2_S26_P1	C2	26	100
C3_S26_P1	C3	26	100
C4_S26_P1	C4	26	100
C5_S26_P1	C5	26	100
C1_S26_P5	C1	26	500
C2_S26_P5	C2	26	500
C3_S26_P5	C3	26	500
C4_S26_P5	C4	26	500
C5_S26_P5	C5	26	500
C1_S37_P1	C1	37	100
C2_S37_P1	C2	37	100
C3_S37_P1	C3	37	100
C4_S37_P1	C4	37	100
C5_S37_P1	C5	37	100
C1_S37_P5	C1	37	500
C2_S37_P5	C2	37	500
C3_S37_P5	C3	37	500
C4_S37_P5	C4	37	500
C5_S37_P5	C5	37	500
C3_S26_P1	C3	26	100
C3_S26_P5	C3	26	500
C3_S37_P1	C3	37	100
C3_S37_P5	C3	37	500

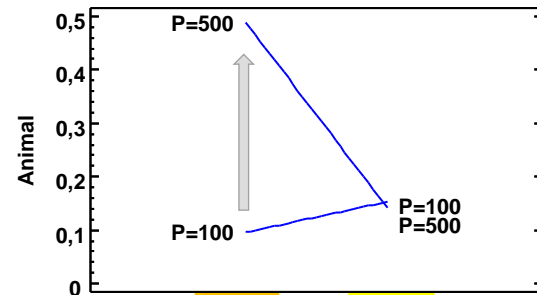
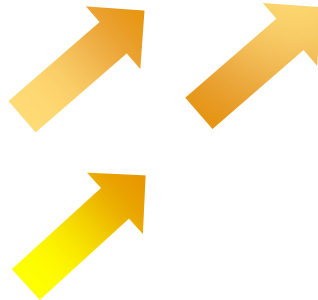
# Pas d'impact de la couleur sur les saveurs et l'astringence

	Acidité	Sucrosité	Amertume	Astringence
A:Chroma				
B:Hue				
C:Fructose	- -	+ + +	- - -	-
D:Procy		- - -	+ + +	+ + +
AD	+			



# Un léger impact sur les arômes mais marginal

	Aroma Intensity	Fruity Apple	Cooked Apple Caramel	Citrus Fruit	Vegetal	Animal	Earthy Moisture	Alcohol
A:Chroma			+++	---				
B:Hue			--					
C:Sugar	+++		+++	---	-		-	--
D:Procyta			--			+		
BD						--		







## **Impact de la couleur sur les préférences et interaction avec les autres caractéristiques sensorielles**

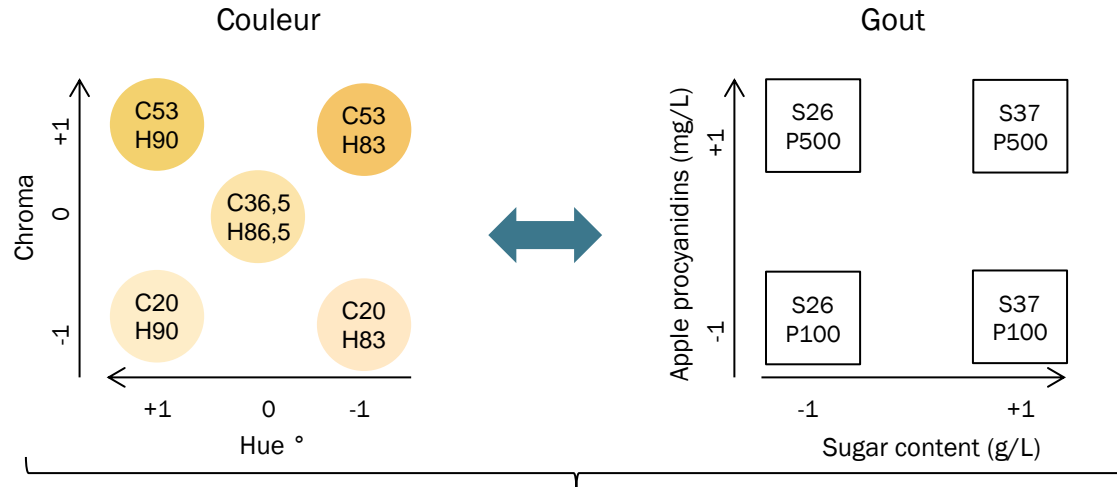
1°) Est-ce que la couleur modifie la perception sensorielle du cidre?

2°) La couleur intervient elle dans l'appréciation des cidres quand ils sont dégustés?

3°) Comment la couleur pourrait elle intervenir dans l'acte d'achat de bouteille de cidres transparentes ?

# Impact de la couleur sur le goût et l'appréciation en combinant deux plans expérimentaux

Utilisation d'un cidre très pale sans intensité aromatique



“Seulement” 20 produits pour les consommateurs



17 Dégustateurs Entraînés

11 Descripteurs

3 saveurs+ astringence  
8 arômes

212 Consommateurs

De Caen, Angers, Avignon en  
relation avec la consommation de  
cidre

Evaluation under white light  
(6 500 °K)

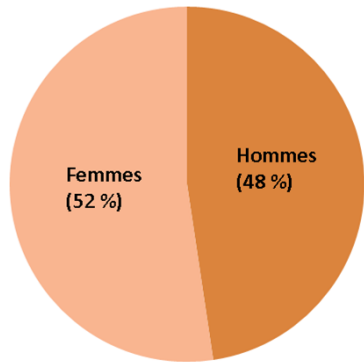
# Une note d'appréciation et des commentaires

<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	842
extrêmement désagréable	très désagréable	désagréable	plutôt désagréable	ni agréable ni désagréable	plutôt agréable	agréable	très agréable	extrêmement agréable		

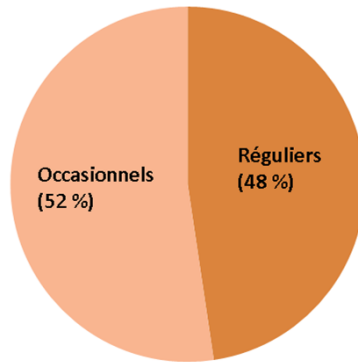
Merci de nous indiquer ce que vous avez aimé dans ce produit :

Et ce que vous n'avez pas aimé :

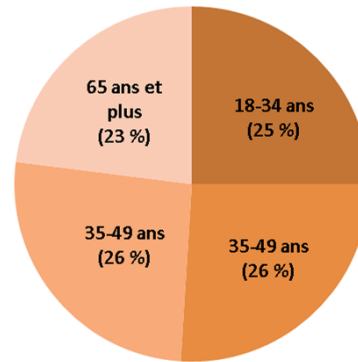
# 212 consommateurs « équilibrés »



*Sexe*

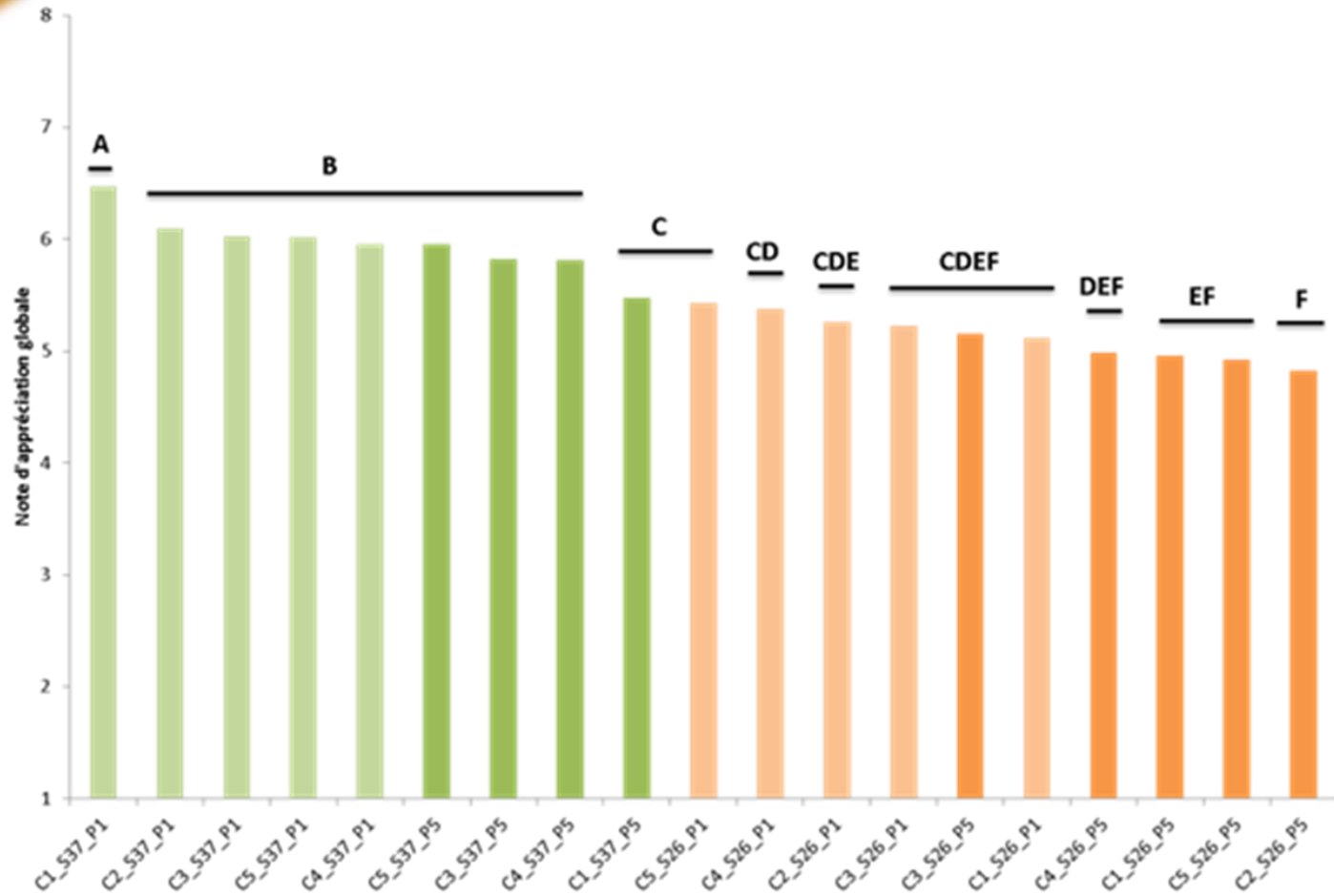


*Fréquence de consommation*

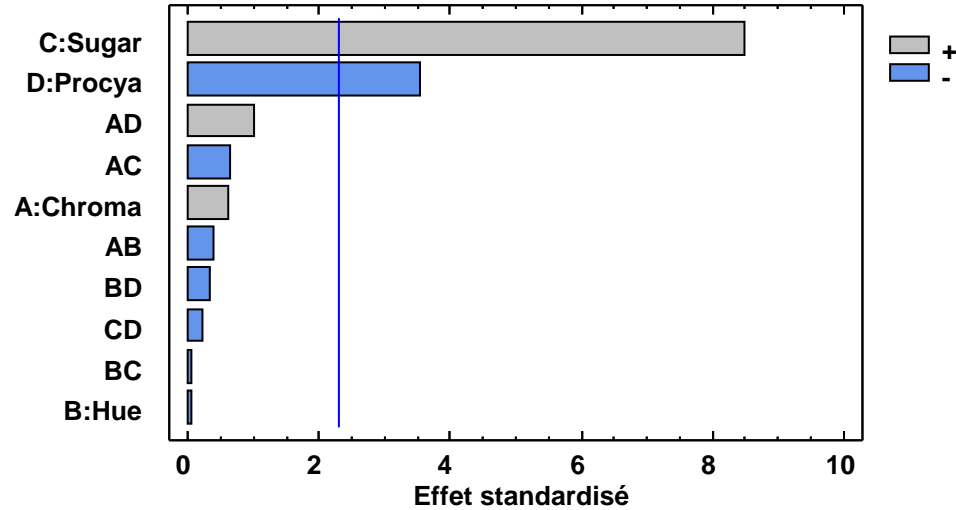


*Âge*

# Une appréciation fortement tirée par les saveurs



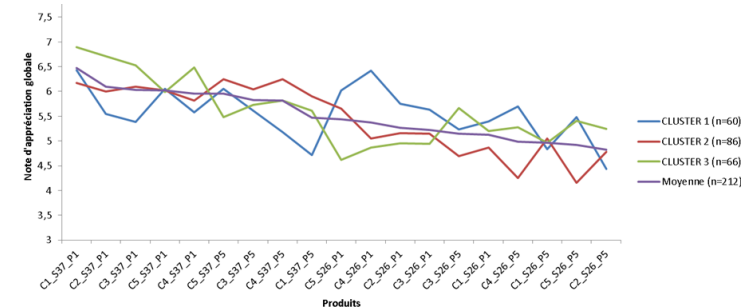
# Uniquement le taux de sucres et les polyphénols au niveau global

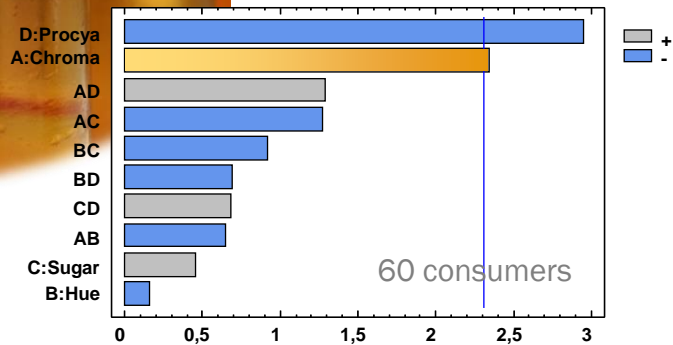


CAH suivie d'une consolidation Kmeans

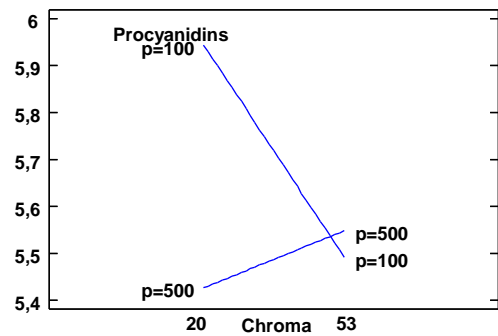
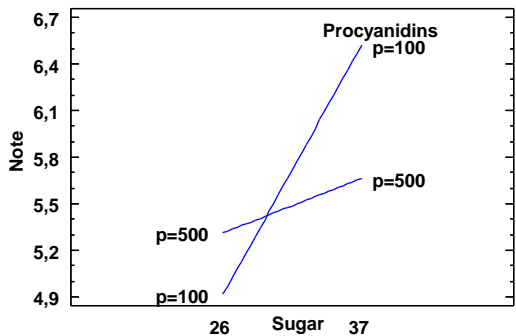
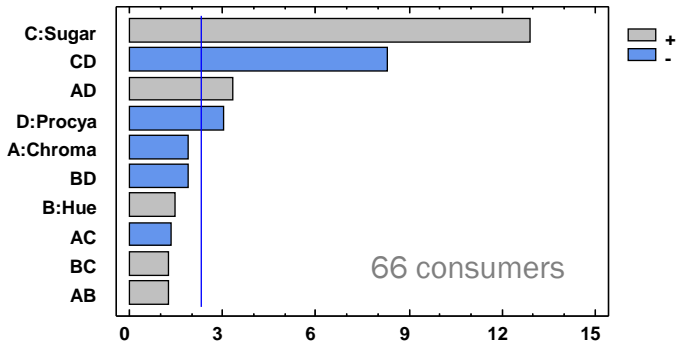
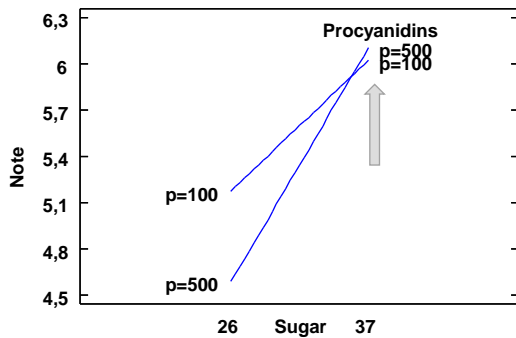
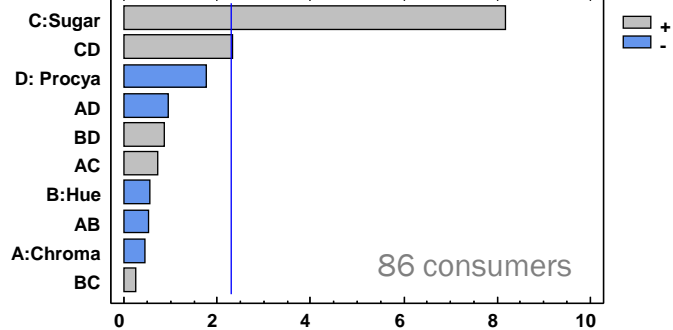


3 clusters





Pas de corrélation entre les groupes et les caractéristiques socio démographiques et de consommation



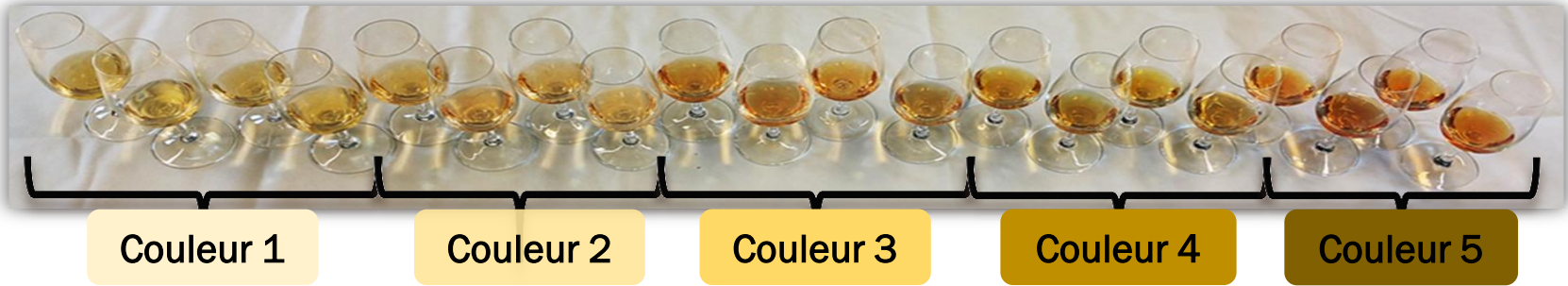
# La couleur du cidre est appréciée, mais moins les couleurs claires



Critère	Couleur 1	Couleur 2	Couleur 3	Couleur 4	Couleur 5
D_Couleur	26	29 (+) ***	10 (-) *	14	13
Q_Couleur	181 (-) ***	237 (-) ***	378 (+) ***	334 (+) **	353 (+) ***



# Les couleurs pales sont critiquées par beaucoup de consommateurs



Critère	Couleur 1	Couleur 2	Couleur 3	Couleur 4	Couleur 5
D_Couleur claire	264 (+) ***	157 (+) ***	19 (-) ***	7 (-) ***	1 (-) ***
D_Couleur jaune	14 (+) ***	5	1 (-) *	7	3
D_Couleur rosée	0 (-) *	23 (+) ***	0 (-) *	0 (-) *	0 (-) *
Q_Couleur claire	32 (+) ***	16	4 (-) *	2 (-) **	0 (-) ***
Q_Couleur jaune	16 (+) ***	5	3	6	4
Q_Couleur rosée	0 (-) *	18 (+) ***	1	0 (-) *	3

# Les couleurs soutenues partages les critiques positives et négatives



Critère	Couleur 1	Couleur 2	Couleur 3	Couleur 4	Couleur 5
D_Couleur foncée	0 (-) ***	1 (-) ***	18 (-) **	47 (+) ***	90 (+) ***
D_Couleur terne	6	4	5	4	12 (+) **
D_Couleur verdâtre	1	0	0	8 (+) ***	0
Q_Couleur ambrée	2 (-) ***	8 (-) ***	45	54 (+) **	81 (+) **
Q_Couleur dorée	21	7 (-) ***	36 (+) **	37 (+) ***	14 (-) *
Q_Couleur foncée	0 (-) ***	4 (-) **	10	17	31 (+) ***
Q_Couleur mordorée	0	1	5	2	6 (+) *
Q_Couleur orangée	0 (-) *	4	6	6	10 (+) *



## **Impact de la couleur sur les préférences et interaction avec les autres caractéristiques sensorielles**

1°) Est-ce que la couleur modifie la perception sensorielle du cidre?

2°) La couleur intervient elle dans l'appréciation des cidres quand ils sont dégustés?

3°) Comment la couleur pourrait elle intervenir dans l'acte d'achat de bouteille de cidres transparentes ?

# Un test hédonique sur la couleur en bouteille (33cl)

Évaluer la performance visuelle de différentes couleurs

Trois plans d'expériences

- Les cidres « classiques »
- Les cidres rosés
- Les cidres très clairs (avec et sans information)



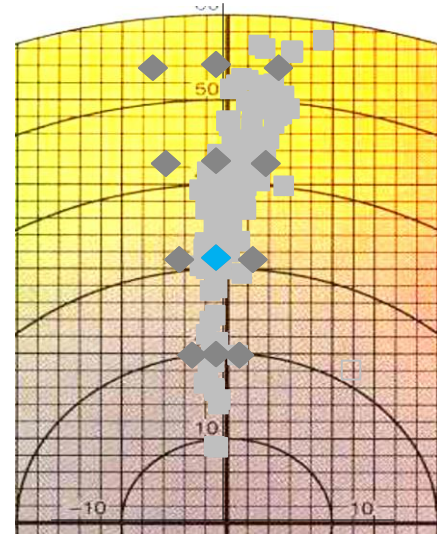
**Nous allons vous présenter différents cidres dans des bouteilles transparentes. Tous les produits que vous allez voir sont fabriqués uniquement à base de pommes et balaient toute la diversité possible des cidres que vous pouvez trouver chez des producteurs de cidre ou en grande surface.**

# Les cidres « classiques »

## Plan complet à deux facteurs

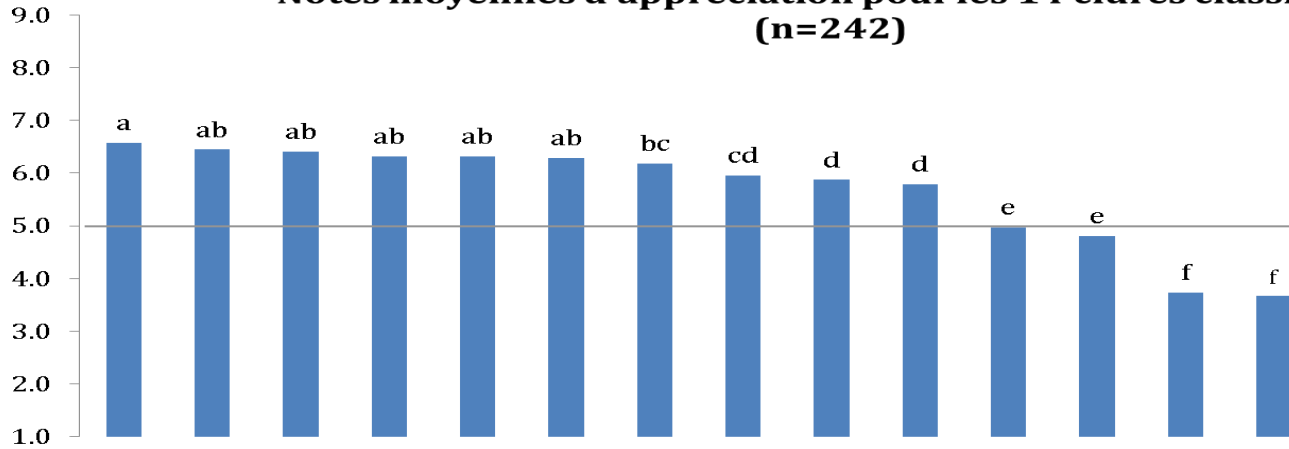
- Facteurs : saturation(C) et teinte (h)
- 3 répétitions d'un point du milieu du domaine

Saturation (C)	20	20	20	31	31	31	31	31	42	42	42	53	53	53
Teinte (h)	83	90	97	83	90	90	90	97	83	90	97	83	90	97

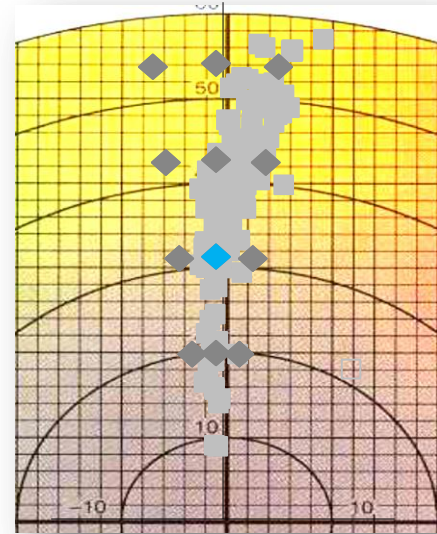


# Une mauvaise performance des teintes de 97°

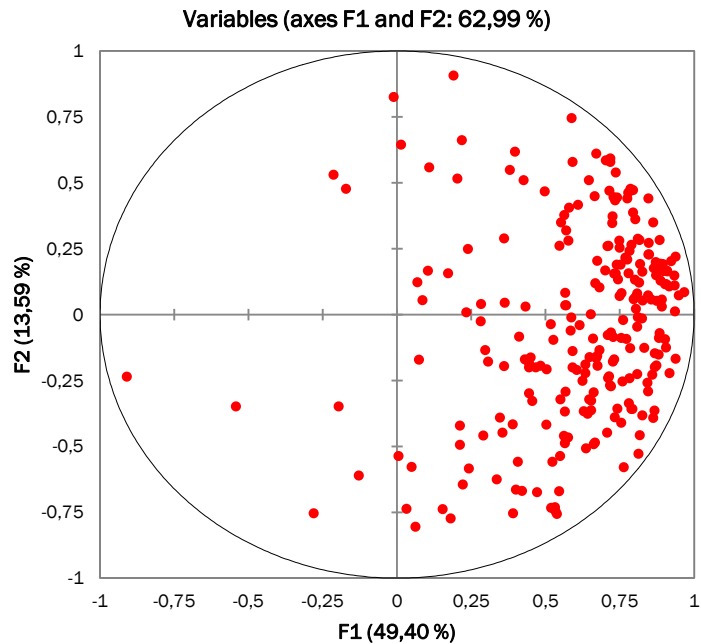
Notes moyennes d'appréciation pour les 14 cidres classiques (n=242)



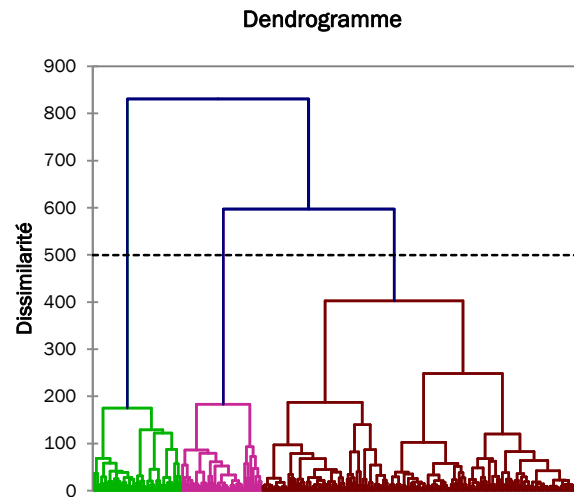
<b>C</b>	42	42	31	31	31	53	31	20	53	20	31	20	53	42
<b>h</b>	90	83	90	90	90	90	83	83	83	90	97	97	97	97



# Vers une segmentation des consommateurs sur leurs appréciations

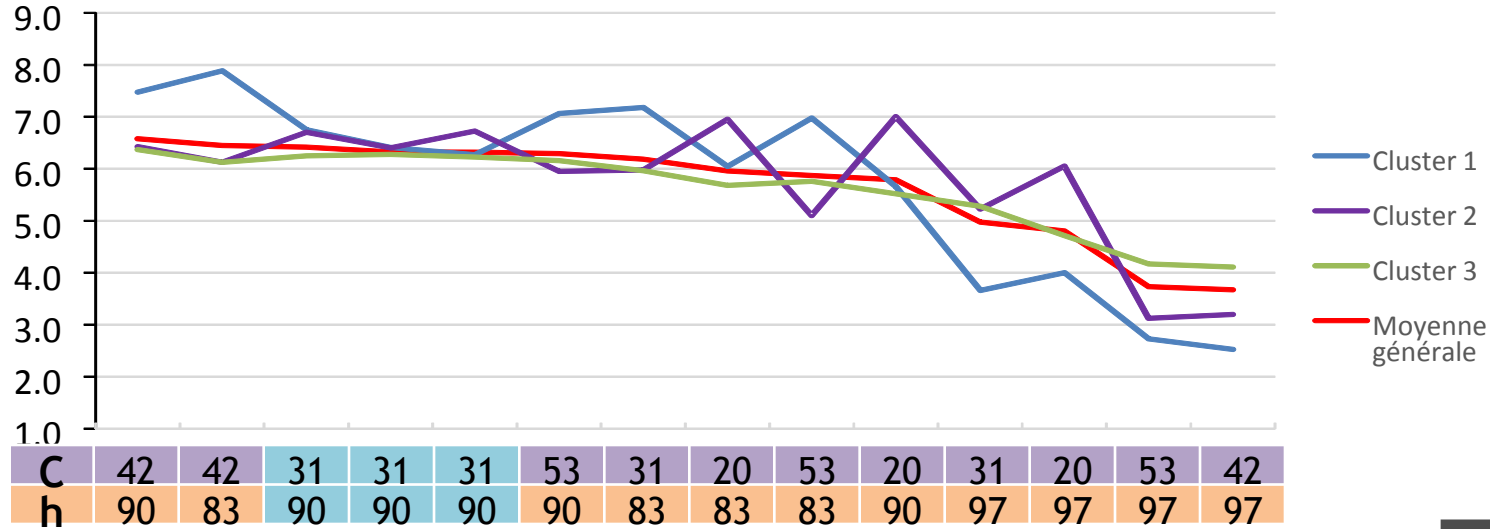


CAH



ACP sur notes centrées par consommateur

# Des différences d'appréciation sur un socle commun

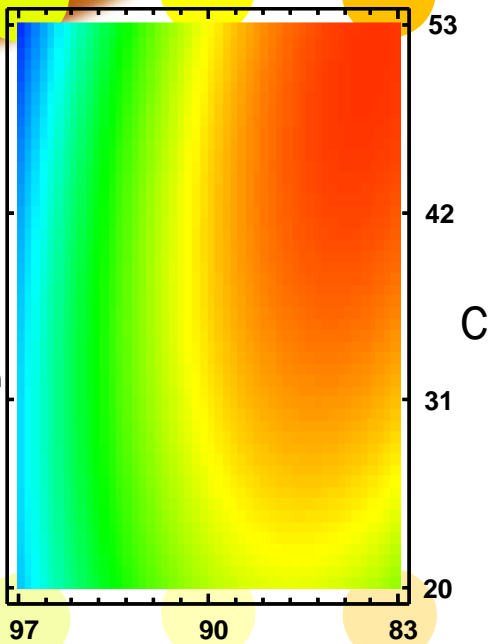


groupe	Nbre de conso
1	44
2	40
3	158



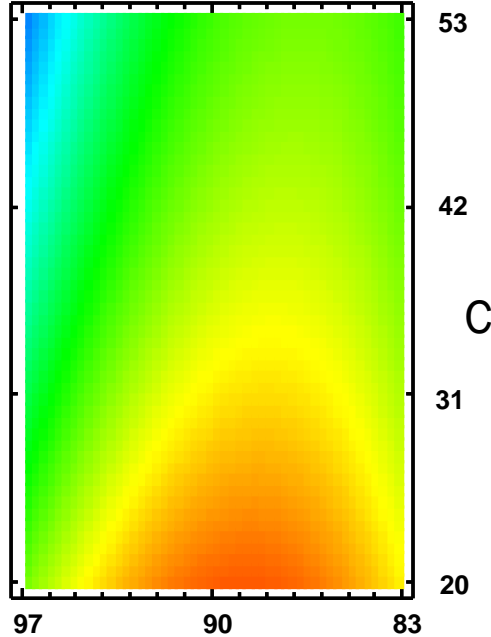
# Des opinions variées pour des cibles spécifiques

Appréciation



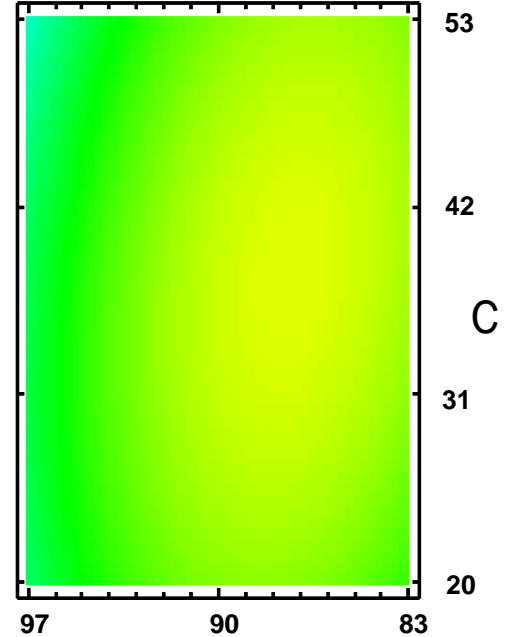
Des amateurs des cidres  
orangés et saturés  
(n=44)

Plus de consommateurs réguliers  
Plus de Caennais



Des amateurs de cidres pâles  
(n=40)

Plus de consommateurs occasionnels  
Plus d'avignonnais



Des avis moins tranchés mais vers  
l'orangé (n=158)

Plus de consommateurs d'Angévins

# Pour les cidres rosés

Nous allons maintenant vous présenter une série de Cidres Rosés

**Les Cidres Rosés sont élaborés avec des pommes à chair rouge comme la Geneva et la Rouge délice.**



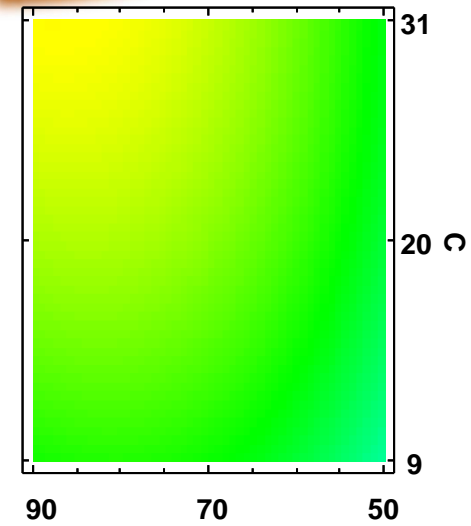
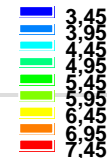
Nous vous demandons de donner une note d'appréciation de **l'aspect visuel** allant de "Extrêmement Désagréable" à "Extrêmement Agréable" .

Si vous le souhaitez vous pourrez indiquer ce que vous aimez , ce que vous n'aimez pas et ce que vous évoque le cidre dans l'emplacement prévu à cet effet .

NB: Vous ne devez pas ouvrir les bouteilles.

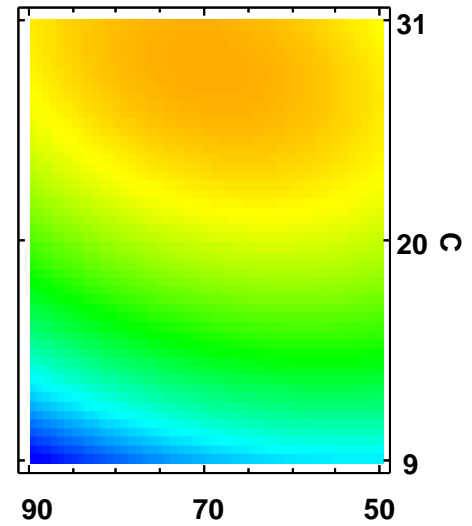
[Page Suivante](#)

# Des appréciations vraiment diverses



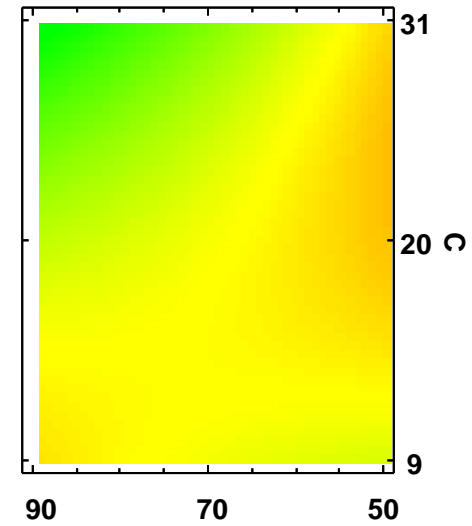
h  
Reste sur les cidres  
« classiques »  
(n=93)

Un peu plus  
d'Avignonnais



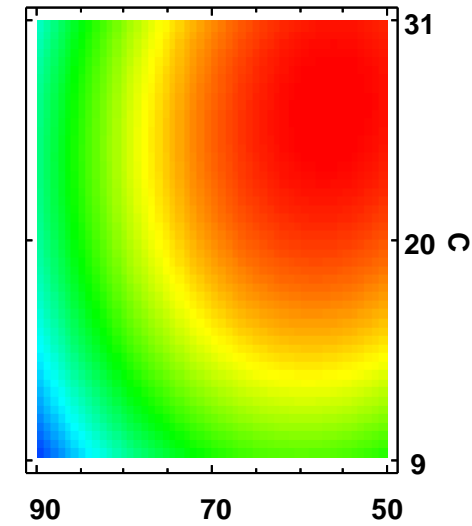
h  
De la saturation  
et pas pâle  
(n=58)

Un peu plus  
d'Angevins



h  
Du rouge soutenu ou  
du pâle  
(n=42)

Des conso plus  
occasionnels  
Peu de Caennais et plus  
d'Avignonnais



h  
Rouge et saturé !!  
(n=49)

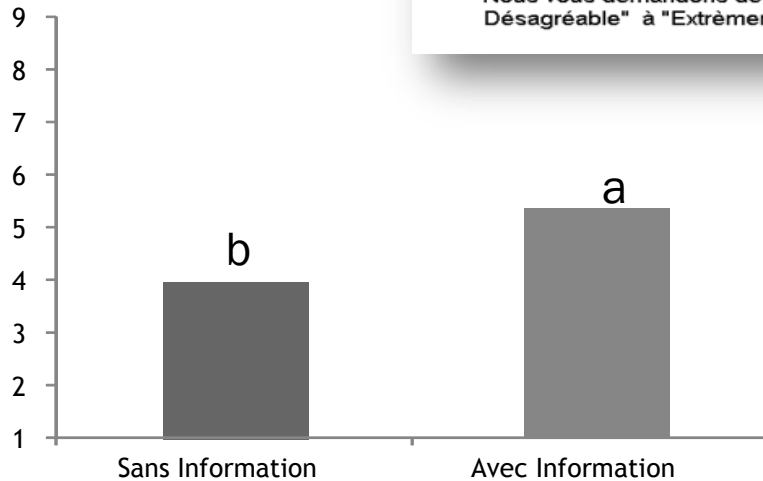
Des consommateurs plus  
régulier  
Des Caenais

# Le cidre très clair




**Un cidre qui a été produit avec des variétés de pommes spécifiques notamment la variété Guillevic afin d'obtenir un produit d'une couleur très pale avec un gout fruité et acidulé.**

Nous vous demandons de donner une note d'appréciation de **l'aspect visuel** allant de "Extrêmement Désagréable" à "Extrêmement Agréable" .





# Conclusions




## Impact de la couleur sur les préférences et interaction avec les autres caractéristiques sensorielles

1°) Est-ce que la couleur modifie la perception sensorielle du cidre?

- Les saveurs et l'astringence sont très résistants aux modifications de couleur
- Les arômes en revanche sont un peu influencés par la couleur
- Le fructose et les procyanidines agissent sur toutes les composantes organoleptiques

**ET**  
**MAINTENANT ?**  
QU'EST-CE QU'ON FAIT ?

- Remettre ces résultats en lien avec la littérature
- Faire une évaluation en lumière rouge ou en verre noir
- Ajouter la dimension acide et la coloration très pâle




## Impact de la couleur sur les préférences et interaction avec les autres caractéristiques sensorielles

2°) La couleur intervient elle dans l'appréciation des cidres quand ils sont dégustés?

- Les saveurs sont les principaux leviers de l'appréciation
- Mais la saturation peut être importante pour certains consommateurs
- Pas d'impact de la teinte dans la zone de couleur étudiée

**ET**  
**MAINTENANT ?**  
QU'EST-CE QU'ON FAIT ?

- Approfondir en ajoutant les cidres rosés et pales, et l'acidité
- Etudier l'importance des arômes face aux saveurs et à la couleur
- Quel impact, quelle image , quelle perception du trouble ?



## Impact de la couleur sur les préférences et interaction avec les autres caractéristiques sensorielles

3°) Comment la couleur pourrait-elle intervenir dans l'acte d'achat de bouteille de cidres transparentes ?

- Une couleur jaune orange est particulièrement consensuelle
- La saturation et la teinte impacte les consommateurs
- Une segmentation pourrait être faite sur la couleur, les nouveaux consommateurs n'ayant pas les mêmes appréciations que les réguliers

**ET**  
**MAINTENANT ?**  
QU'EST-CE QU'ON FAIT ?

- Tester différentes tailles de bouteilles
- Faire un test des bouteilles transparentes en condition réelle sur un linéaire
- Impact et perception du trouble





La couleur une variable qui est intégrée par certains consommateurs dans leur appréciation mais pas dans leur acte d'achat.

Une non-connaissance de la diversité des couleurs possibles et un certain attrait pour celle-ci : une voie de segmentation ?

Une dynamisation de l'univers produit par l'entrée de la couleur serait envisageable mais sous condition

- Information sur l'origine de la couleur
- Une maîtrise et régularité de la couleur
- L'analogie avec le marché du vin rosé qui pourrait être analysée
- De la place pour une segmentation par les contenants

