

La qualité de l'oignon

B GUERBER-CAHUZAC

Isab

BP 313

60026 Beauvais cedex

France

La qualité de l'oignon.

RÉSUMÉ

Depuis dix ans la production française d'oignon progresse et se spécialise vers l'oignon jaune de conservation. Cette évolution résulte d'une meilleure maîtrise des quantités produites et, surtout, de la qualité du produit maintenue tout au long de la campagne. Cependant, malgré quelques structures commerciales importantes, l'offre comme la demande demeurent très dispersées. Le grand nombre d'acteurs de la filière a rendu nécessaire la mise au point d'outils de référence pour juger de la qualité de l'oignon. En l'absence de tout défaut interne au bulbe, les principaux critères pris en compte pour sa commercialisation sont l'homogénéité du calibre, l'habillage et la fermeté. Pour répondre à cette demande, les producteurs doivent, en priorité, optimiser leur choix variétal et leur conduite culturale. Les étapes ultérieures de séchage, conservation et conditionnement ne permettront au mieux que de préserver le « capital qualité » acquis à la sortie du champ. Pour une variété donnée, ce « capital qualité » est avant tout associé à la réussite de la mise en place du peuplement et à la gestion optimale des besoins hydriques et nutritionnels de l'oignon.

Reçu le 4 octobre 1996
Accepté le 21 janvier 1997

Fruits, 1996, vol 51, p 341-346
© Elsevier, Paris

MOTS CLÉS

Oignon, qualité, offre et demande, commercialisation, préférence alimentaire.

Onion quality.

ABSTRACT

Onion production has been progressing in France over the last 10 years, especially yellow onions which can withstand long storage. This increased production is the result of better control of quantities produced, and especially the maintenance of product quality throughout the season. However, both supply and demand are highly dispersed, despite the existence of a few important marketing structures. Because of the many participants in this subsector, reference tools had to be developed in order to assess onion quality. When there are no internal bulb defects, the main marketing criteria considered are size homogeneity, trimming and firmness. To meet this demand, producers should first optimize their varietal choices and crop management practices. Subsequent drying, storage and packaging steps will, at best, maintain the 'quality capital' present at harvest. For any given variety, this 'quality capital' is mainly dependent on success in setting up the crop and optimal management of the onions' water and nutritional needs.

KEYWORDS

Onions, quality, supply balance, marketing, feeding preferences.

La calidad de la cebolla.

RESUMEN

Desde hace diez años la producción francesa de cebolla progresa y se especializa en la cebolla amarilla de conservación. Esta evolución resulta de un mejor dominio de las cantidades producidas y, sobre todo, de la calidad del producto mantenida durante toda la campaña. Sin embargo, a pesar de algunas estructuras comerciales importantes, la oferta como la demanda quedan muy dispersadas. El gran número de actores de la cadena volvió necesaria la elaboración de instrumentos de referencia para juzgar de la calidad de la cebolla. En ausencia de defectos internos del bulbo, los principales criterios tomados en cuenta para su comercialización son la homogeneidad del calibre, l'habillage y la firmeza. Para responder a esta demanda, los productores deben, en prioridad, optimizar su selección varietal y su conducta de cultivo. Las etapas posteriores de secado, conservación y acondicionamiento permitirán en el mejor caso solo preservar el « capital calidad » adquirido al salir del campo. Para una variedad dada, este « capital calidad » está antes todo asociado al éxito del montaje de los rodales y a la gestión óptima de las necesidades hídricas y nutricionales de la cebolla.

PALABRAS CLAVES

Cebolla, calidad, oferta y demanda, mercadeo, preferencias alimentarias.

● introduction

Quatrième légume produit dans le monde, l'oignon est soumis à la dure loi d'un marché concurrentiel mondial. L'Union européenne n'échappe pas à ce contexte, d'autant plus que sa production demeure déficitaire et qu'elle importe des oignons venant des pays de l'Est (Pologne, Hongrie) et de l'hémisphère Sud (Australie, Nouvelle-Zélande, Chili).

En France, une reconquête du marché intérieur s'est amorcée depuis quelques années, notamment grâce à une amélioration de la qualité. Cette démarche entreprise par la section nationale des producteurs d'oignons de l'Afcofel¹, qui regroupe une dizaine de groupements de producteurs, s'est traduite par la mise en place d'une « charte de qualité » et d'une marque commerciale « oignon de France ».

1. Afcofel : Association française des comités économiques fruits et légumes.

Mais que recouvre ce nouvel enjeu commercial, qu'entend-t-on par maîtrise de la qualité ?

Après une présentation rapide de la filière, nous essaierons de définir, dans un premier temps, les critères d'évaluation de la qualité. Puis nous remonterons la filière, en partant des attentes du consommateur pour aboutir au stade de la parcelle cultivée.

● présentation de la filière

Parmi tous les types d'oignons cultivés, seul le type « jaune », commercialisé en sec, sera présenté dans cette étude. Il représente 90 % du marché français. Il correspond à un oignon dit de jours longs, semé au printemps et récolté de mi-août à mi-septembre.

Préséché au champ ou directement placé en silo ventilé, cet oignon est ensuite progressivement refroidi pour être conservé pendant une période pouvant s'étendre jusqu'à 9 mois (figure 1). Au-delà de 6 mois, cepen-

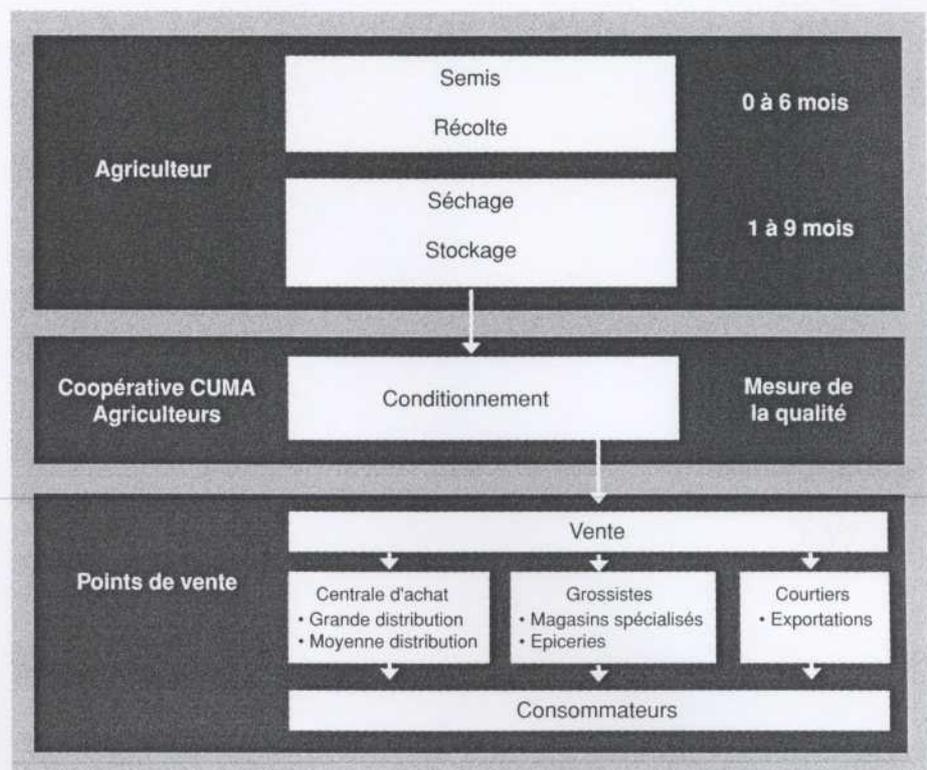


Figure 1
Schéma des différentes étapes de la filière de l'oignon menant du producteur aux consommateurs.

dant, l'utilisation d'inhibiteur de germination (hydrazide maléique) et d'une salle frigorifique devient une nécessité.

Les oignons sont sortis du silo et conditionnés en fonction de la demande du marché. Le conditionnement est réalisé, le plus souvent, dans des structures de type coopérative. Ce sont les points de rencontre entre les producteurs et les acheteurs représentés par des centrales d'achat, des grossistes, des demi-grossistes ou des courtiers.

C'est à ce stade que la « qualité » du lot livré par les producteurs peut être appréciée ; la réussite de la transaction nécessite alors qu'un même langage soit utilisé par tous les acteurs de la filière.

L'oignon ensaché et palettisé est ensuite transporté vers les points de vente où il est mis à la disposition des consommateurs.

● critères utilisés pour mesurer la qualité de l'oignon

Pendant la phase de conditionnement qui permet de juger de la qualité de l'oignon, le lot livré par le producteur va subir différentes opérations : équeutage, passage sur une table de visite, calibrage, ensachage, pesage et palettisation.

Selon les recommandations du Ctifl (MOREAU et al, 1996), élaborées avec le réseau d'expérimentation oignon, les bulbes doivent être secs, fermes, habillés d'une tunique uniforme, propres, équeutés à 4 cm, sans germination apparente ou latente, de couleur homogène, de forme homogène et sains. L'appréciation de ces différents critères est rendue plus ou moins délicate par manque d'outils de mesure objectifs.

L'aspect « sec » de l'oignon fait référence à l'humidité des tuniques ; ce caractère dépend lui-même de l'hygrométrie de l'air au moment du conditionnement.

Le caractère de « fermeté » est le plus souvent apprécié par le toucher et seuls des lots

considérés comme « mous » sont retirés de la vente. Un appareil de mesure existe cependant (Penerobot ; Ctifl-Copa technologie), mais, du fait de son coût et du manque de rapidité de sa mise en œuvre, il n'est pas utilisé par les centres de conditionnement.

L'habillage est jugé visuellement, mais seuls les oignons présentant une écaïlle blanche apparente sont éliminés au passage sur la table de visite.

Pour la forme et la couleur, des documents d'identification ont été publiés en 1992 par le Ctifl. Un guide des dix formes d'oignon les plus courantes et un code des couleurs permettent aux partenaires commerciaux de parler le même langage.

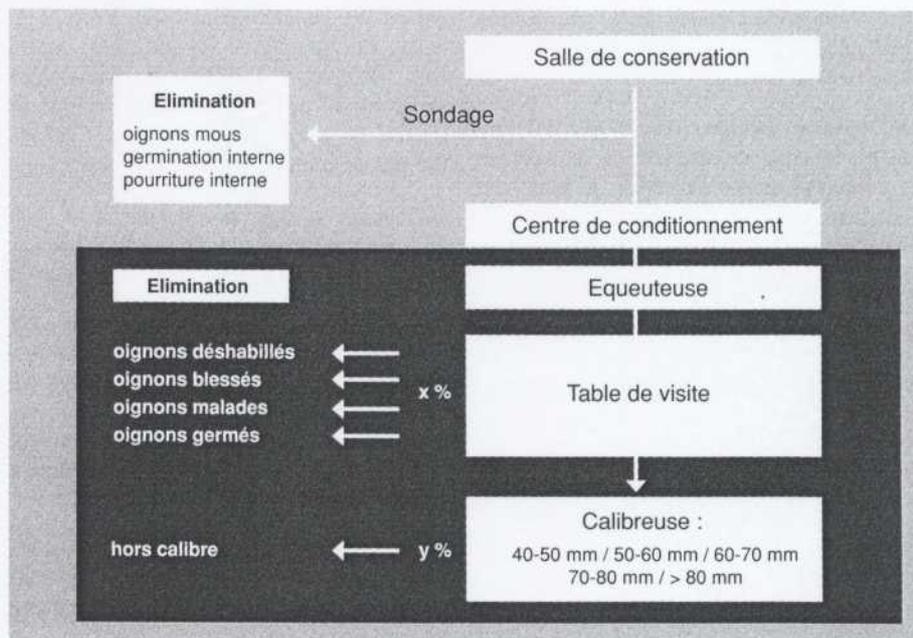
Les bulbes dont la germination a déjà commencé lors de leur passage sur la table de visite sont éliminés, de même les oignons qui présentent un état sanitaire défectueux. Les oignons à germination latente sont détectés par sondages effectués par des sections transversales.

● la qualité de l'oignon vue par le consommateur

À notre connaissance, peu d'études ont été réalisées sur les attentes des consommateurs en matière de qualité de l'oignon. En 1988, cependant, une enquête réalisée en Grande-Bretagne par le Bopa (British Onion Producers Association) faisait ressortir que certains critères de choix étaient prioritaires dans l'achat des oignons. Il s'agissait de l'habillage du bulbe (89 % des consommateurs), de sa propreté (80 %), de son calibre (74 %) et de sa couleur (67 %).

Une autre enquête a été réalisée par l'Isab (Institut supérieur agricole de Beauvais, France) en 1989 auprès de 240 personnes représentatives des catégories socioprofessionnelles et des classes d'âge du panel Insee-nord de la France (BOUVRAIN et al, 1989). La fermeté a été définie comme le premier critère de choix des oignons par 65 % des personnes interrogées qui ont

Figure 2
Étapes de la chaîne de conditionnement où peut s'effectuer le contrôle de la qualité de l'oignon.



placé, à sa suite, les caractères de couleur et calibre. L'aspect « habillage du bulbe » n'avait malheureusement pas été inclus dans le questionnaire. L'enquête a également fait ressortir que les consommateurs recherchaient plutôt des oignons de forme ronde, de couleur soutenue (jaune cuivrée), de calibre moyen et conditionnés en vrac ou en petit filet (0,5 à 1 kg).

Les nombreuses discussions menées avec différents responsables commerciaux font ressortir que l'oignon s'achète d'abord avec les yeux. À cette étape, la tenue des tuniques (habillage), la couleur et l'homogénéité du calibre sont essentiels.

Ensuite, l'oignon s'achète au toucher qui permet d'estimer la fermeté. Enfin, s'il ne veut pas décevoir, il faut qu'il puisse être stocké quelques semaines dans une cuisine sans germer, ni pourrir.

● la qualité pour le producteur

Dans la majorité des cas, le producteur n'apprécie la qualité d'un lot que lorsqu'il

est sorti du local de stockage pour passer sur la chaîne de conditionnement.

À ce stade, les oignons « mous » ou présentant un démarrage important de germination ou de pourriture interne sont éliminés, mais ce type de situation est exceptionnel.

Lors du conditionnement des oignons, deux étapes sont donc essentielles pour ajuster la qualité de ce produit à la demande du marché (figure 2) :

- le passage sur la table de visite où sont éliminés les oignons déshabillés, blessés, malades ou germés ;
- la calibreuse qui permet de ne retenir que les oignons d'un calibre commercialisable, car supérieur 40 mm de diamètre.

Les oignons restants, calibrés de 10 mm en 10 mm, sont pesés et ensachés. Leur prix varie en fonction de leur calibre et des marchés.

La rémunération du producteur s'établira comme suit :

$$\text{Produit brut} = (x F \times a t) + (y F \times b t) + \dots + (z F \times e t) - (\text{coût}_{\text{cond}} + \text{frais}_{\text{com}})$$

où x, y et z sont les prix par tonne, des oignons de calibre 1, 2 à n ; a, b et e, le

nombre de tonnes d'oignons de ces calibres 1, 2 à n ; $\text{coût}_{\text{cond}}$ correspond aux frais de conditionnement ; $\text{frais}_{\text{com}}$ sont les frais de commercialisation.

Entre la production brute au champ et le volume commercialisé, il peut y avoir des écarts importants, souvent mal compris par le producteur qui, ayant la conviction d'avoir conduit ses parcelles de façon homogène, ne trouve pas d'explication rationnelle à ses résultats fluctuants.

● facteurs de variation de la qualité

Pour mieux maîtriser la qualité, il faut pouvoir en identifier les facteurs de variation. Deux d'entre eux, les effets variétaux et d'environnement, agissent en interaction et peuvent contribuer à expliquer les écarts de qualité observés.

L'effet variétal a été mesuré dans le cadre d'un réseau d'essais de variétés, coordonné par le Ctifl. L'exploitation des résultats de

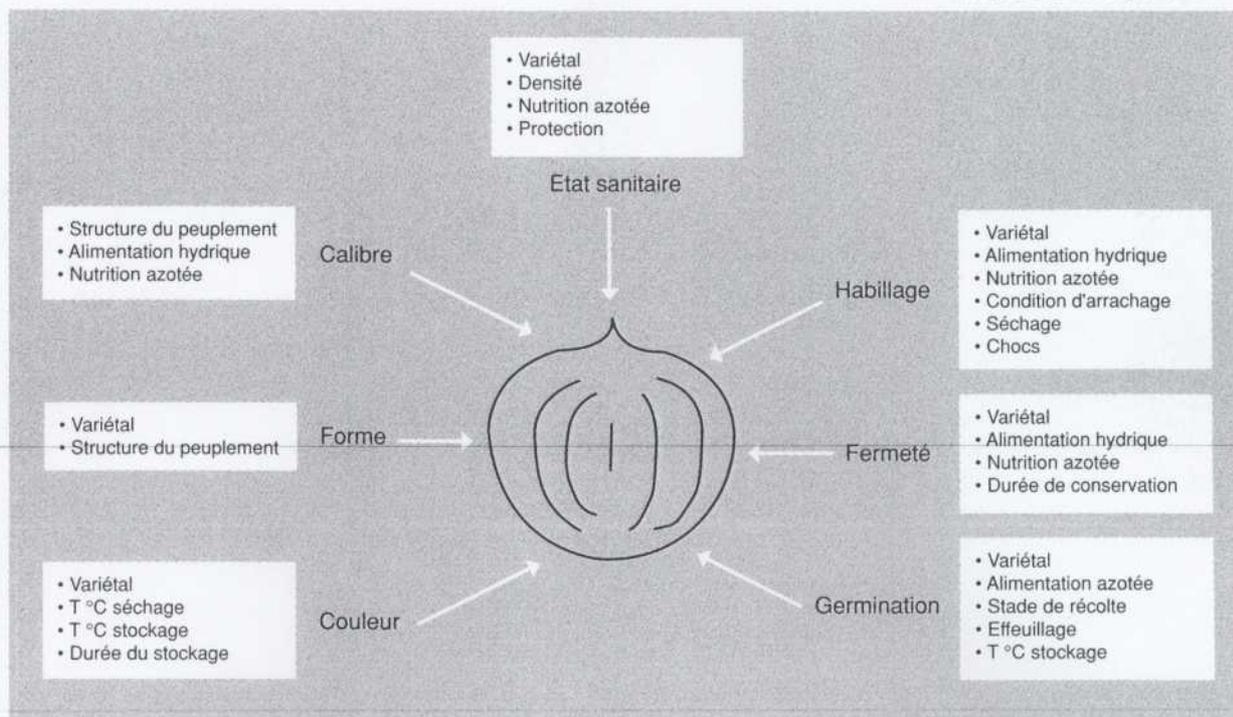
ces expérimentations a révélé qu'il existait des différences importantes entre les variétés, qui justifiaient d'orienter le choix variétal fait par le producteur.

Au sein d'une même variété, ce sont alors les conditions de croissance au champ qui permettent d'expliquer les variations de qualité observées sur les oignons récoltés. Les étapes d'arrachage, de séchage, de stockage et de conditionnement contribuent, au mieux, à maintenir, ensuite, ce « capital qualité » acquis à la sortie du champ.

Pour comprendre les variations de qualité notées d'un lot d'oignons à l'autre, il faut donc confronter les connaissances acquises sur le rôle des facteurs agronomiques (figure 3) aux itinéraires techniques mis en œuvre dans les parcelles de production.

Par exemple, la structure du peuplement observée au travers des hétérogénéités spatiales des plants et de l'échelonnement des dates de levée aura des conséquences sur la répartition des calibres, la forme du bulbe, l'échelonnement des maturités et la durée de la conservation (GUERBER-CAHUZAC et al, 1993).

Figure 3
Principaux facteurs de variation de la qualité de l'oignon.



L'alimentation hydrique aura une action sur la fermeté et l'habillage du bulbe, ainsi que sur la répartition des calibres.

L'alimentation azotée, enfin, se répercutera sur la répartition des calibres et sur la sensibilité du plant aux complexes parasitaires ou sur l'habillage et la durée de la conservation du bulbe.

Si, pour chacun de ces critères de type qualitatif, l'effet variétal est, le plus souvent, prépondérant, l'expression du caractère est toujours, par ailleurs, dépendant d'un ensemble de facteurs agronomiques dont le poids explicatif est difficile à mesurer.

● conclusion

Pour le consommateur la qualité de l'oignon jaune est surtout liée à l'aspect et à la fermeté du bulbe. Le producteur doit adapter son itinéraire technique pour répondre au mieux à cette demande, en y ajoutant un critère supplémentaire constitué par l'aptitude à la conservation.

Si, aujourd'hui, d'un point de vue strictement commercial, ces seuls critères sont considé-

rés, dans un proche avenir, l'oignon n'échappera pas à un cahier des charges plus large qui devra prendre en compte :

- la composition du bulbe (taux de matière sèche, sucres, etc),
- la puissance et la composition aromatique,
- le comportement à la cuisson.

Des travaux de recherche sur ces thèmes ont déjà été entrepris. Il est autant de l'intérêt des producteurs que des consommateurs d'oignons de dépasser le stade d'un aliment tout venant pour aboutir à un produit qui pourra être décliné en termes de variété, itinéraire technique et usage préférentiel.

● références

Bouvrain S, de Guizelin P, Gueho A, Josquin FX (1989) *Étude du comportement des consommateurs vis-à-vis de l'oignon jaune*. Beauvais, France, Isab, 19 p

Guerber-Cahuzac B, Moreau B (1993) Oignon : le peuplement assure le rendement. *Infos Ctifl* 88, 29-32

Moreau B, le Bohec J, Guerber-Cahuzac B (1996) *L'oignon de garde*. Paris, France, Ctifl, 320 p