

Superlatifs divers cités

Pendant les mois qui ont suivi, j'ai souvent repensé à l'affiche des fromages. J'ignore quelles ont été les retombées commerciales de cette campagne publicitaire pour les auteurs, en tout cas en ce qui me concerne, elle fut comme une sorte de révélation. Récemment, la même question me venait à l'esprit: *et si l'exploitation de la richesse gastronomique de notre beau pays était encore incomplète?* Somme toute, ce qui m'avait le plus interpellé, c'était la norme diversité mise en avant avec ce chiffre de 1000 produits différents au sein d'une même famille. Je me suis donc empressé de questionner mon entourage: proches, amis et collègues de travail pour connaître l'ordre de grandeur qu'ils avaient en tête. Mais la disparité des réponses obtenues était telle que cela ne m'a pas permis de tirer de conclusion évidente. C'est pour cette raison que j'ai par la suite réalisé un sondage d'opinion en bonne et due forme. Pour ce faire, j'ai rédigé un questionnaire sur les différents fromages et leur mode de consommation, dans lequel j'ai glissé une question spécifique sur le nombre supposé être existant. Je l'ai ensuite soumis à un échantillon représentatif de 58 personnes (différentes catégories socioprofessionnelles, étrangers de plusieurs pays du monde entier). Cette fois-ci, la conclusion s'est dessinée bien plus nettement. Il se trouve en effet que la diversité fromagère de notre pays est majoritairement estimée dans la fourchette de 300 à 500 produits. Globalement donc, les consommateurs, avérés ou potentiels, sont conscients de l'importance de la diversité. Ils la sous-estiment toutefois de moitié. J'ai également acheté et lu plusieurs livres traitant de l'ensemble des fromages recensés en France. Le chiffre de 1000 fait en effet la quasi unanimité. J'en ai même trouvé un qui énumère une liste de 1200 variétés, on dirait le superlatif! Pascal Duret
Les Auberges Duret

About the Author

Ancien cadre dirigeant de l'industrie automobile, Pascal s'est reconverti dans la distribution de spécialités gastronomiques françaises. Il a pour cela développé un nouveau concept de vente basé sur le slogan: Choose, Taste & Learn ... Pour faire un tour de France des confiseries de chaque région, visitez:

Son site web: <http://www.france-en-confiserie.com>

Son blog: <http://france-en-confiserie.blogspot.com> Ses tweets: <http://www.twitter.com/600conf>

Source: <http://www.secrets-de-comment.com> | [Formation Marketing](#) | [NetConcept, droits de revente](#)