



## Evaluation objective et sensorielle de la valeur ornementale de rosiers

Gilles Galopin<sup>1</sup>, Morgan Garbez, Ronan Symoneaux, Étienne Belin, Yves Caraglio, Yann Chéné, Nicolas Donès, Jean-Baptiste Durand, Gilles Hunault, Daniel Relion, Monique Sigogne, David Rousseau

Source : Gilles Galopin

### 1. Enseignant-chercheur, Agrocampus Ouest, Angers

Orateur : Gilles GALOPIN

Pour répondre aux attentes sociales, la filière horticole se doit d'être plus innovante. L'innovation se mesure par le nombre de produits nouveaux mis sur le marché chaque année. Ce produit intègre la plante et l'ensemble des composantes qui peuvent être perçues et acceptées par le consommateur. Pendant longtemps, nous avons confondu la création variétale et l'innovation horticole, ce qui fait qu'aujourd'hui, la palette végétale disponible est très importante mais les innovations produites restent faibles. De plus, les créations variétales, longues et coûteuses, ont souvent été évaluées par les sélectionneurs et pas par les consommateurs, ce qui a réduit leur intérêt commercial.

L'objectif du travail réalisé est de proposer une méthode plus objective, plus réactive et plus performante pour répondre aux attentes des consommateurs. De façon numérique, nous mesurons les corrélations entre les caractéristiques du produit et les perceptions des consommateurs avec des outils d'analyse architecturale et d'analyse sensorielle. Une automatisation du processus est possible par des outils d'acquisition et d'analyse d'images en rotation.

La méthode a été mise au point et validée sur des rosiers buissons. Elle a permis d'identifier 1209 descripteurs architecturaux, 12 descripteurs sensoriels et 700 descripteurs morphométriques avec la validation de modèles prédictifs et performants.

L'apport de la numérisation dans cette méthode permet d'ouvrir de nouvelles perspectives avec notamment une meilleure valorisation commerciale des taxons existants ou l'introduction de l'analyse sensorielle en amont des programmes de sélection comme pour le Lagerstroemia.

#### **Abstract : Objective and sensory evaluation of the ornamental value of roses**

To meet social expectations, the horticultural sector must be more innovative. Innovation is measured by the number of new products put on the market each year. This product includes the plant and all the components that can be perceived and accepted by the consumer. For a long time, we have confused plant breeding with horticultural innovation, which means that today, the available range of plants is very important but the innovations produced remain low. In addition, variety creations have often been evaluated by breeders and not by consumers, which has reduced their commercial interest.

The objective of the work carried out is to propose a more objective, reactive and efficient method to meet consumer expectations. Numerically, we measure the correlations between product characteristics and consumer perceptions using architectural and sensory analysis tools. Process automation is possible through rotating image acquisition and analysis tools.

The method was developed and validated on bush roses. It identified 1209 architectural descriptors, 12 sensory descriptors and 700 morphometric descriptors with the validation of predictive and high-performance models.

The contribution of digitization in this method opens up new perspectives with, in particular, a better commercial valuation of existing taxa or the introduction of sensory analysis before selection programmes, as in the case of Lagerstroemia.