

ÉTUDES Fruits et Légumes



BAROMÈTRE DE CONFIANCE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS 2022

Étude réalisée par l'institut CSA Research pour FranceAgriMer et Interfel.

Contexte et objectifs :

Si le baromètre de confiance 2021 pointait déjà une attention plus marquée des Français vis-à-vis des prix des fruits et légumes frais dans un contexte de hausse des prix généralisée, l'année 2022 a été encore plus agitée :

- Inflation des prix des produits de la vie courante qui s'est fortement accélérée sur le 1^{er} semestre ;
- Épisode de sécheresse record lors de l'été, qui a conduit à des restrictions d'eau, ayant impacté la production de fruits et légumes.

À l'issue de cette année 2022 mouvementée, Interfel et FranceAgriMer ont conduit une nouvelle mesure du baromètre de confiance envers les fruits et légumes frais visant à :

- **Suivre dans le temps l'évolution de la confiance des Français, ainsi que les leviers de confiance et sources d'inquiétudes envers ces produits ;**
- **Mesurer l'impact de l'actualité sur la filière et les comportements d'achat et de consommation.**

Méthodologie :

CSA Research a mené une enquête online, du 24 novembre au 2 décembre 2022, auprès de 1 005 individus représentatifs de la population française âgés de 18 ans et plus.

Principaux résultats :

Une confiance à l'égard des fruits et légumes frais élevée et stable sur les 3 dernières années.

Auprès des Français, les produits frais maintiennent leur position de leader de l'univers alimentaire – devant les produits surgelés, en conserve et les plats cuisinés – avec plus de 4 répondants sur 10 ayant tout à fait confiance envers ce type de produits.

Au sein de cet univers, la confiance accordée aux fruits et légumes demeure immuablement élevée : 93% des Français ont confiance dans ces produits frais. Ce niveau reste stable depuis 2019, malgré le contexte difficile de ces dernières années. La crise sanitaire et l'inflation n'ont donc pas ébranlé cette confiance forte. D'ailleurs, lorsque l'on interroge directement les Français sur l'impact de ces 2 actualités survenues au cours des 2 dernières années, 72% indiquent que cela n'a pas fait évoluer leur confiance vis-à-vis des fruits et légumes frais.

Cette confiance repose essentiellement sur :

- L'origine des produits, 1^{er} facteur de réassurance cité spontanément par 31% des Français...
- ...cette année ex-aequo avec l'aspect des produits (29%) qui progresse de 5 points sur un an.

A noter que les mentions relatives aux modes de culture, notamment l'agriculture biologique, comme facteur de réassurance (en 3^e position derrière la maîtrise de l'approvisionnement) reculent de 5 points en un an.

En parallèle, le sentiment d'être bien informé sur les fruits et légumes frais est lui aussi constant (61% d'accord), au même titre que le TOP 5 des acteurs de confiance.



Les fruits et légumes sont relativement préservés dans le contexte inflationniste...

La perception d'une hausse des prix des fruits et légumes frais est plus marquée que l'an dernier : 86% des Français indiquent que le prix des légumes a augmenté en 2022 vs. 74% en 2021 (+ 12 points en 1 an) et 85% que le prix des fruits a augmenté en 2022 vs. 79% en 2021 (+6 points en 1 an).

Toutefois, ces scores progressent moins fortement pour les fruits et légumes que pour d'autres produits frais, tels que la viande ou les produits laitiers.

Bien que les fruits et légumes frais soient plus chers, 96% des Français déclarent continuer d'en consommer et d'en acheter. On note néanmoins que la consommation déclarée de fruits et légumes frais au quotidien recule sur un an, passant de 59% en 2021 à 53% des Français en 2022.

Les fruits et légumes sont par ailleurs moins durement impactés que d'autres produits frais – notamment viande et poisson – par la réduction déclarée des dépenses en matière d'alimentation : 80% des Français n'auraient en effet pas réduit leurs dépenses pour l'achat de fruits et légumes frais.

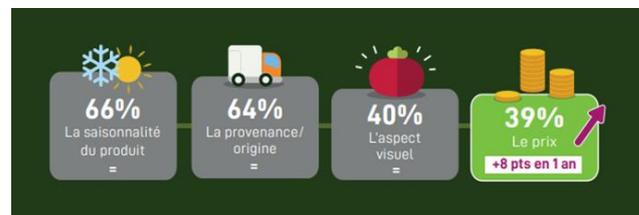
... pour autant, les Français ont été très sensibles à l'actualité autour de la hausse du prix des fruits et légumes.

Lorsque l'on demande aux Français de quels événements ou actualités ils se souviennent depuis un

an concernant les fruits et légumes, les mentions spontanées sur la hausse des prix progressent pour la 2^e année consécutive (+4 points). Ainsi, 14% citent cette thématique, la positionnant en tête des actualités restituées, ex-aequo avec les difficultés des producteurs (16%).

Un autre indicateur sur le prix évolue pour la 2^e année consécutive : il s'agit de la part de Français satisfaits du prix des fruits et légumes frais qui recule de 8 points, après avoir déjà perdu 7 points entre 2020 et 2021. Ainsi, 37% indiquent aujourd'hui en être satisfaits contre 52% il y a 2 ans.

En dépit de l'inflation, la saisonnalité et la provenance / l'origine des produits restent les principaux critères déterminants lors de l'achat des fruits et légumes frais (ex-aequo à la 1^{ère} place). Toutefois, le critère prix ressort davantage que les années précédentes. Il se positionne désormais ex-aequo, à la 2nd place des critères de choix lors de l'achat, avec l'aspect visuel des produits.



Ce critère progresse quelle que soit la CSP (catégorie socioprofessionnelle) mais apparaît d'autant plus important auprès des CSP- (48% y prêtent attention contre 39% auprès de l'ensemble des Français).

66% des Français indiquent donc désormais comparer davantage les prix en point de vente ou entre les points de vente pour acheter là où les fruits et légumes sont les moins chers.

Les consommateurs ajustent également le contenu de leur panier.

Une partie des Français procèdent à ce que l'on appelle un « glissement de gamme » en achetant moins de fruits et légumes avec logos / labels ou d'origine France /

locale. 46% indiquent en effet avoir mis en place cette action pour faire face à l'inflation en 2022.

Bien qu'ils achètent moins de produits avec logos / labels, la confiance qui leur ait accordé reste forte. Plus de 8 Français sur 10 mentionnent en effet au moins un logo / label leur donnant davantage confiance dans les fruits et légumes.

De la même manière, 2 Français sur 3 affirment avoir davantage confiance lorsque l'affichage en point de vente indique que le produit est issu d'une production locale.

Outre le prix, l'actualité autour du changement climatique retient à nouveau l'attention des Français.

Les aléas climatiques et leurs conséquences marquent aussi l'actualité 2022 des fruits et légumes frais, et tout particulièrement les épisodes de sécheresse, de grêle ou de gel dont la visibilité progresse de 5 points en 1 an : 66% des Français en ont entendu parler parmi une liste d'actualités proposées. De même, 61% ont eu connaissance des restrictions d'eau pendant l'été 2022 ayant impacté la production de fruits et légumes.

Un contexte incertain qui pousse les Français à s'inquiéter de l'impact du climat sur l'offre disponible : plus de 7 sur 10 se disent inquiets à ce sujet, dont 23% très inquiets.

De la même manière, 78% expriment des craintes quant au fait que certains fruits et légumes puissent disparaître à l'avenir car il ne sera plus possible de les cultiver par manque d'eau. Une crainte plus forte encore auprès des jeunes : 83% des moins de 35 ans se disent inquiets à ce sujet.

Quant aux inquiétudes relatives aux résidus de pesticides, elles demeurent existantes, mais se maintiennent à un niveau bas : comme en 2021, moins de 4 Français sur 10 sont très inquiets du sujet (pour rappel, ils étaient 1 sur 2 en 2018).

Pour conclure :

Les fruits et légumes frais résistent pour le moment relativement mieux que d'autres produits frais face à l'inflation globale des prix selon les retours consommateurs. Toutefois, cela engendre des changements dans les habitudes d'achat des Français.

Par ailleurs, ces derniers ne sont pas totalement sereins face à l'avenir :

- 63% indiquent en effet être inquiets à l'idée de ne pas pouvoir acheter / consommer suffisamment de fruits et légumes frais dans les prochains mois en raison de l'inflation des prix ; une inquiétude toutefois modérée avec 19% se disant très inquiets.
- Les Français expriment également des craintes vis-à-vis du changement climatique et notamment du manque d'eau.



Rédaction : CSA Research / Interfel / FranceAgriMer

Renseignements :

- d.miladinovic@interfel.com
- pauline.cuenin@franceagrimer.fr

Directrice de la publication : Christine Avelin / Rédaction : direction Marchés, études et prospective

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 — www.franceagrimer.fr

 FranceAgriMer
 @FranceAgriMerFR