

Paris, le 27 février 2023

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

BAROMÈTRE DE CONFIANCE ENVERS LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

Une confiance des consommateurs élevée et constante depuis trois ans

Entre l'accélération de l'inflation des prix des produits de la vie courante et un épisode record de sécheresse lors de l'été ayant impacté la production de fruits et légumes, l'année 2022 a été particulièrement mouvementée. A l'occasion du Salon international de l'agriculture, Interfel, l'Interprofession des fruits et légumes frais et FranceAgriMer ont présenté le 27 février 2023 lors d'une conférence de presse les résultats du baromètre de confiance 2022 envers les fruits et légumes frais. Interfel et FranceAgriMer ont mis en place cette enquête annuelle depuis 2014 afin de mesurer et suivre l'évolution de la confiance des consommateurs français vis-à-vis des fruits et légumes frais.

Ce baromètre, issu d'une enquête on-line réalisée par l'institut CSA, a également pour objectifs de comprendre quels sont les sources d'inquiétudes et les leviers de confiance associés à la consommation de fruits et légumes frais, et de mesurer l'impact de l'actualité autour de la filière sur la perception et les comportements d'achat des Français. Dans ce but, 1 005 individus, âgés de 18 ans et plus, représentatifs de la population française ont été interrogés du 24 novembre au 2 décembre 2022.

Une confiance à l'égard des fruits et légumes frais élevée et stable sur les trois 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. **En 2022, 93 % des Français indiquent avoir confiance dans les fruits et légumes frais** ; malgré un contexte économique compliqué marqué notamment par la crise sanitaire et une inflation globale, ce marqueur de confiance reste stable et n'a pas été ébranlé. Cette confiance repose essentiellement sur l'**origine des produits**, 1^{er} facteur de réassurance cité spontanément par **31 %** des Français, ex aequo- avec l'**aspect des produits (29 %)**, qui progresse de 5 points sur un an.

Contexte inflationniste : les fruits et légumes relativement préservés...

La part de Français ayant le sentiment que les prix des fruits et légumes frais ont augmenté en 2022 progresse par rapport à l'an dernier : 86 % ont perçu une hausse des prix pour les légumes vs. 74 % en 2021 (+ 12 points) et 85 % pour les fruits vs. 79 % en 2021 (+ 6 points). Toutefois, ces scores progressent moins fortement que pour d'autres produits frais.

Bien qu'ils soient plus chers, **96 % des Français indiquent continuer de consommer et d'acheter des fruits et légumes frais**. On note néanmoins que la consommation déclarée de fruits et légumes frais au quotidien **reculé 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 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**.

... Mais des Français très sensibles à l'actualité autour de la hausse du prix des fruits et légumes

Si on note une baisse de la satisfaction des Français au sujet du prix des fruits et légumes (**37 % se disent satisfaits du prix des fruits et légumes frais en 2022 contre 52 % en 2020**), cette perception n'est pas un frein à leur achat. La saisonnalité et la provenance /l'origine des produits (ex-aequo à la 1^{ère} place) restent les principaux critères déterminants lors de l'achat des fruits et légumes frais. Toutefois, le critère prix ressort davantage que les années précédentes en se positionnant désormais ex-aequo, à la 2^{nde} place des critères de choix lors de l'achat, avec l'aspect visuel des produits.

Inflation et « Glissement de gamme » : les consommateurs ajustent le contenu de leur panier

Pour faire face à l'inflation en 2022, **46 % des Français** indiquent procéder à ce que l'on appelle un « glissement de gamme » en achetant moins de fruits et légumes avec des logos ou labels ou d'origine France ou locale. Néanmoins, bien qu'ils achètent moins de produits avec logos/labels, la confiance qui leur est accordée reste forte. **Plus de 8 Français sur 10** mentionnent au moins un logo/label leur donnant davantage confiance dans les fruits et légumes.

Les Français, et plus particulièrement les jeunes, sensibles à l'actualité autour du changement climatique et notamment à la problématique du manqué d'eau

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 qui progressent de 12 points en un an, avec 66 % des Français qui déclarent avoir entendu parler de ces aléas climatiques. En effet, près de **4 Français sur 5** se disent inquiets de la disparition potentielle de certains fruits et légumes à l'avenir, par manque d'eau. Une inquiétude plus forte encore auprès des **moins de 35 ans, qui se disent inquiets à 83 %**.

En conclusion, la confiance envers les fruits et légumes frais reste élevée et constante depuis trois années consécutives. D'une manière générale, les fruits et légumes frais résistent pour le moment relativement mieux que d'autres produits frais face à l'inflation globale. Toutefois, cela engendre des changements dans les habitudes d'achat des Français. En effet, ces derniers ne sont pas totalement sereins face à l'avenir, avec 19 % qui se disent très inquiets face au contexte économique. Plus de sept Français sur dix ont également des craintes à plus long terme vis-à-vis de l'impact du changement climatique, et notamment du manque d'eau.

Pour consulter la synthèse de ce baromètre : <https://www.franceagrimer.fr/content/download/70648/document/SYN-FL-2023-Barometre-de-confiance-FL-2022.pdf> et son infographie : <https://www.franceagrimer.fr/content/download/70649/document/SYN-FL-2023-Barometre-de-confiance-FL-2022-INFOGRAPHIE.pdf>

Contacts presse

Interfel

Victoire Genest

Tél : 06 15 52 15 08

Mail : v.genest@interfel.com

FranceAgriMer

presse@franceagrimer.fr

Laurence Gibert-Mesnil

Tél : 01 73 30 25 38

Mail : laurence.gibert-mesnil@franceagrimer.fr

Virginie Nicolet

Tél : 01 73 30 22 54

Mail : virginie.nicolet@franceagrimer.fr

Source : Baromètre de confiance envers les fruits et légumes frais, enquête menée par l'institut CSA auprès d'un échantillon de 1 005 individus représentatifs de la population française (24 novembre au 2 décembre 2022) pour FranceAgriMer et Interfel.