

LES  
DONNÉES



# Achats de fruits et légumes frais par les ménages français

en 2019



FranceAgriMer





Suite à la présentation par Kantar du bilan 2019 des achats des ménages et à sa diffusion auprès des acteurs de la filière, ce panorama synthétise l'évolution de l'activité du marché des fruits et légumes frais (hors pomme de terre), incluant la 4<sup>ème</sup> gamme. Afin d'explicitier les évolutions du secteur, certaines informations conjoncturelles complètent l'analyse. Les résultats 2019 sont comparés à ceux de 2018 et à la moyenne 2014-2018.

Cette publication a été rédigée conjointement avec le CTIFL et INTERFEL sur la base des données du panel de consommateurs KANTAR Worldpanel co-financée par FranceAgriMer, INTERFEL, le CTIFL et le CNIPT.

### Rappel Méthodologique

Le panel Kantar mesure les achats de 12 000 ménages représentatifs de la population française, pour leur consommation au domicile. Les achats effectués hors domicile (restauration commerciale et collective) et sur les lieux de vacances sont donc exclus.

Ce document vise à mesurer l'évolution du marché des fruits et légumes en 2019, sur la base des quantités achetées et des sommes dépensées par ménage.

La sélection des fruits et légumes en hausse ou en baisse (« TOP : évolution en valeur ») est fondée sur les indicateurs suivants :

- l'évolution de la valeur des achats consacrés à l'espèce,
- la part de marché annuelle de l'espèce dans le chiffre d'affaires global du marché des fruits et légumes.

Ceci afin d'éviter que l'analyse porte sur des espèces dont l'évolution du taux de croissance est forte mais dont le poids est faible sur le marché.

## Tendances de consommation

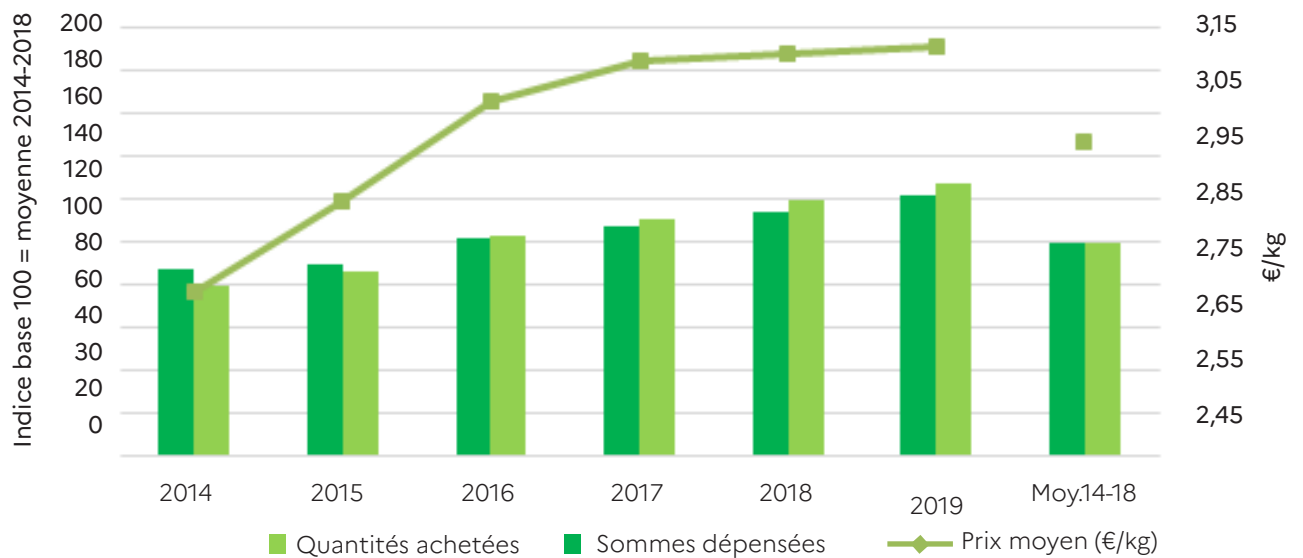
### Progression du pouvoir d'achat

Publiés en décembre 2019, les résultats prévisionnels de l'INSEE décrivent un nouveau ralentissement de la croissance française sur un an (+ 1,3 % en 2019 vs + 1,7 % en 2018), notamment en raison d'un climat des affaires économiques dégradé dans l'industrie. Cependant, le taux de chômage (au sens du Bureau International du Travail), en baisse depuis mi-2015, s'établirait à 8,6 % au troisième trimestre (- 0,5 point sur un an). Par ailleurs, de nombreuses mesures de soutien budgétaire, prises notamment en réponse au mouvement des gilets jaunes, ont contribué à la forte progression du pouvoir d'achat par unité de consommation (+ 1,6 % en 2019 vs + 0,7 % en 2018), la plus élevée depuis 2007. Dans le même temps, les prix de la consommation ont connu un ralentissement (+ 1,1 % en 2019), après l'accélération observée en 2018 (+ 1,7 %) sous l'effet de la hausse des cours du pétrole (+ 1,5 %). Les dépenses de consommation des ménages progresseraient ainsi à un rythme supérieur à celui de 2018 (+ 1,2 % en 2019 vs + 0,9 % en 2018).

### Produits grande consommation : nouveau recul en volume

Sur le marché des produits de grande consommation et frais libre-service (PGC+FLS), le décrochage en volume intervenu en 2018 (- 1,2 %) s'atténue en 2019 (- 0,4 %). En valeur, la progression de la dépense des ménages pour la consommation au domicile reste très modérée (+ 0,2 %), tandis que le prix moyen d'achat est en légère croissance (+ 0,5 %). La fin de l'hyperconsommation et la tendance à donner davantage de priorité à la qualité d'un produit qu'à son prix semblent se maintenir. Les progressions continues achats des produits en bio sont encore une fois un exemple de la propension croissante du consommateur à payer plus en raison de préoccupations liées à la santé ou à l'environnement.

### Évolution des achats de fruits et légumes bio : une progression constante depuis 2015

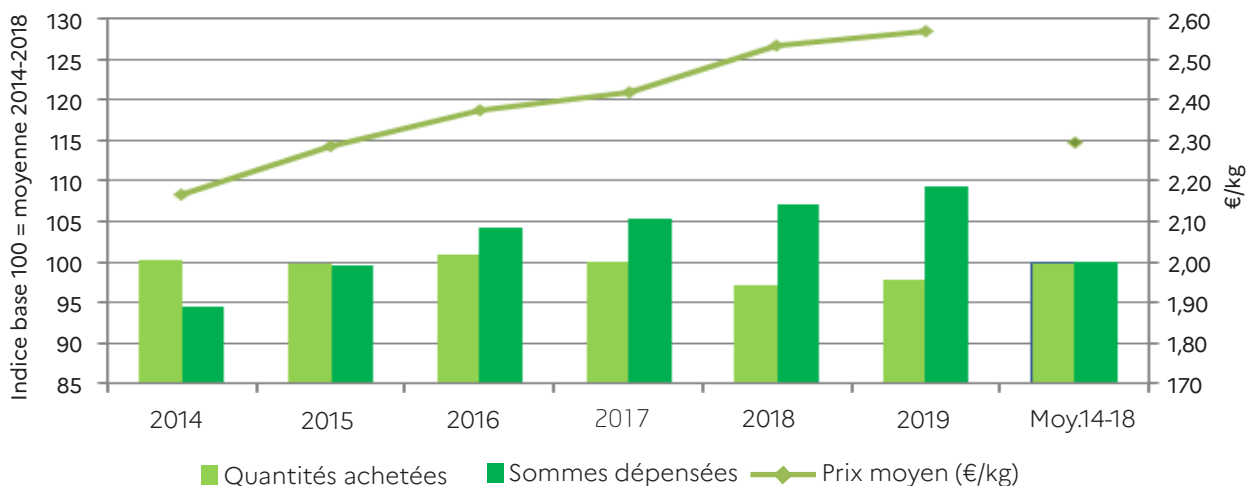


Les achats en fruits et légumes frais biologiques représentent 8 % des quantités achetées de fruits et légumes et 10 % des sommes dépensées (+ 2 points de parts de marché en volume et en valeur par rapport à la moyenne 5 ans). Les achats en fruits et légumes biologiques des ménages français sont en progression constante depuis 2015 et en augmentation de 6 % en volume et de 6,5 % en valeur par rapport à 2018, avec des prix d'achat stables depuis 2017.

### Hausse de la dépense en produits frais

Sur le marché des PFT (Produits Frais Traditionnels : marée, viande, volaille, charcuterie-traiteur, fromages, fruits-légumes et pomme de terre), la progression de la dépense des ménages (+ 1 %) a été tirée par la hausse du prix moyen d'achat (+ 1,1 %), le volume d'achat demeurant stable. Ce dernier a néanmoins progressé en fruits, légumes et pomme de terre (+ 0,8 %), et ce, malgré l'accroissement significatif du prix moyen (+ 3 %). Il en résulte une dépense en nette hausse pour ces produits (+ 3,8 %). À l'inverse, les quantités achetées ont connu des reculs particulièrement marqués dans les rayons viande (- 4 %), fromages (- 3,1 %) et marée (- 2,9 %). Cela n'a pas permis une progression des dépenses, hormis en fromages (+ 0,4 %), où l'accroissement du prix a été particulièrement significatif (+ 3,6 %).

### Évolution des achats de fruits et légumes frais



## Les sommes dépensées : vers un nouveau record

En 2019, les sommes dépensées par les ménages pour leurs achats de fruits et légumes frais ont atteint un nouveau sommet (+ 2,2 %). Leur progression est portée par un nouvel accroissement du prix moyen d'achat (+ 1,4 %), ce dernier s'établissant bien au-delà de sa moyenne quinquennale (+ 9 %). Cela n'a cependant pas empêché un rebond des quantités achetées (+ 0,7 %), après deux années de baisses consécutives.

## Conjoncture 2019

Au 1<sup>er</sup> trimestre, les achats en valeur ont progressé par rapport à 2018. L'hiver a été marqué par la douceur des températures et des intempéries qui ont contribué à fragiliser les rendements et ont conduit à la baisse de l'offre de légumes.

Au 2<sup>e</sup> trimestre, le printemps frais et venté a entraîné des perturbations sur les produits de printemps et du retard sur la mise en place des débuts de campagne des produits d'été.

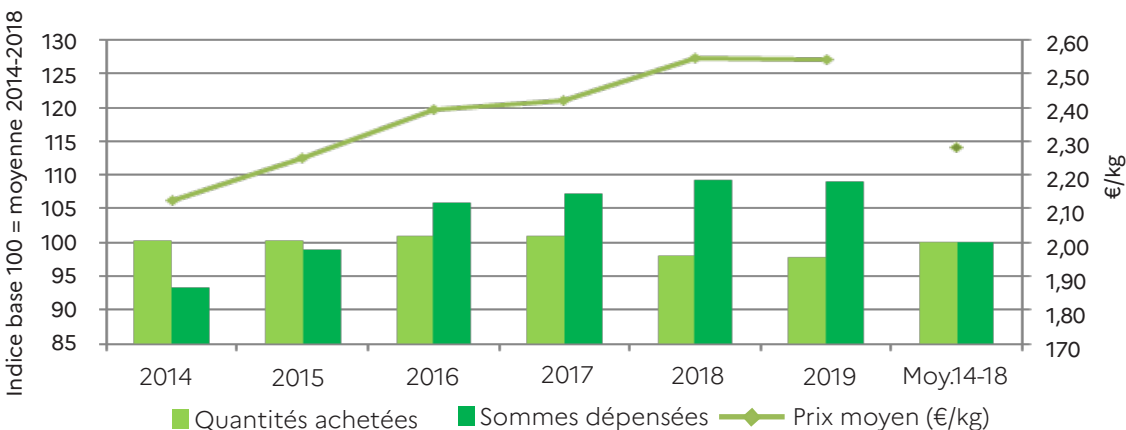
Au 3<sup>e</sup> trimestre, les achats en valeur ont augmenté de manière plus marquée par rapport aux autres trimestres grâce à la progression conjointe des achats en volume (notamment en juillet) et du prix moyen payé à l'achat, sous l'effet d'une météo chaude et ensoleillée favorable aux achats.

Au 4<sup>e</sup> trimestre, les achats en valeur ont été stables par rapport à 2018 et à la moyenne 3 ans, avec toutefois un recul observé en décembre, dans un contexte de lente mise en place des produits d'automne-hiver et de volumes de légumes affectés par la sécheresse estivale. Les grèves dans les ports en fin d'année ont également eu un impact négatif sur les approvisionnements et ainsi sur les achats des ménages, notamment pour les fruits exotiques.

Total fruits et légumes*	2018	2019	Moy. 2014-18
Quantité achetée par ménage (kg)	168,3	165,0	168,0
Somme dépensée par ménage (€)	414,7	423,6	395,6
% de ménages acheteurs	99,8	99,9	99,8
Prix moyen (€/kg)	2,53	2,57	2,36
Quantité achetée par ménage acheteur (kg)	164,1	165,2	168,3
Nombre d'actes d'achat par ménage	65,0	65,0	65,9
Quantité achetée par acte (kg)	2,5	2,5	2,6

\*y.c bio et 4<sup>e</sup> gamme, hors pomme de terre

## Évolution des achats de fruits : une stabilisation en volume et en valeur



Après avoir connu une croissance continue depuis 2014, le prix moyen d'achat des fruits se stabilise en 2019, mais demeure toujours bien au-delà de son niveau moyen sur cinq ans (+ 8,3 %). Cette stabilisation s'explique par une baisse du prix des fruits « métropolitains » (- 2,1 %) et des agrumes (- 2,4 %), contrebalancée par une hausse du prix des fruits exotiques (+ 3,7 %), par rapport à 2018. Dans ce contexte, les quantités achetées et les sommes dépensées en fruits par les ménages se maintiennent par rapport à 2018. Toutefois, les quantités achetées restent

inférieures à la moyenne 5 ans (- 2,2 %) et les sommes dépensées supérieures (+ 6 %). Cette année, le volume d'achat en fruits « métropolitains » est en augmentation (+ 3,2 %), quand celui des fruits exotiques baisse (- 3 %). Les sommes dépensées pour ces deux catégories restent stables. En revanche, les achats d'agrumes sont en repli cette année, tant en volume (- 2,6 %) qu'en valeur (- 4,9 %).

### Les fruits « métropolitains » : légère hausse du volume d'achat

La pomme connaît, pour la première fois depuis 2014, une hausse du volume d'achat (+ 1,3 %), même s'il reste en-deçà de son niveau moyen sur 5 ans (- 5,4 %). Pour la poire, le recul des quantités achetées, observé depuis 2014, s'accroît en 2019 (- 7 %), avec une taille de clientèle qui diminue cette année. Les achats de raisins se replient fortement cette année, tant en volume (- 6 %) qu'en valeur (- 5,9 %), avec des quantités achetées au plus bas sur les 9 dernières années. Pour l'abricot et la pêche-nectarine, les volumes achetés et les dépenses sont en hausse, avec un prix moyen d'achat en diminution par rapport à 2018, qui avait été une année déficitaire en offre. Pour ces deux produits, ces progressions sont le fruit d'un accroissement de la taille de la clientèle et de la fréquence d'achat. Les sommes dépensées en cerise ont fortement augmenté par rapport à 2018 (+ 12,8 %), malgré un recul des quantités achetées et de la taille de la clientèle, sous l'effet de l'augmentation du prix moyen d'achat par rapport à 2018 (+ 17,7 %). Concernant la fraise, le volume d'achat augmente par rapport à l'année dernière (+ 7,2 %) pour retrouver son niveau de 2017, mais reste inférieur au volume d'achat moyen sur 5 ans (- 4 %). Cependant, les sommes dépensées sont au plus haut sur les 9 dernières années. En petits fruits rouges, les sommes dépensées sont en constante augmentation depuis 2013, tout comme la taille de la clientèle. Ainsi, en 2019, les hausses des sommes dépensées et des quantités achetées sont très nettes (respectivement + 16,4 % et + 2,6 %), dans un contexte de prix en recul (- 3,3 %).

### Les agrumes : des achats en baisse

Pour la 2<sup>e</sup> année consécutive, la taille de la clientèle du marché de la clémentine-mandarine diminue (- 2 pts à 83,8 % de ménages acheteurs) et entraîne cette année une baisse du volume d'achat (- 6,5 %) et des sommes dépensées par les ménages (- 4,8 %). En citron, la diminution du prix moyen d'achat (- 7,1 %) a conduit au recul des sommes dépensées sur un an (- 11,6 %). Avec une taille de clientèle qui se contracte et une fréquence d'achat en repli, les quantités achetées sont également en baisse (- 4,9 %).

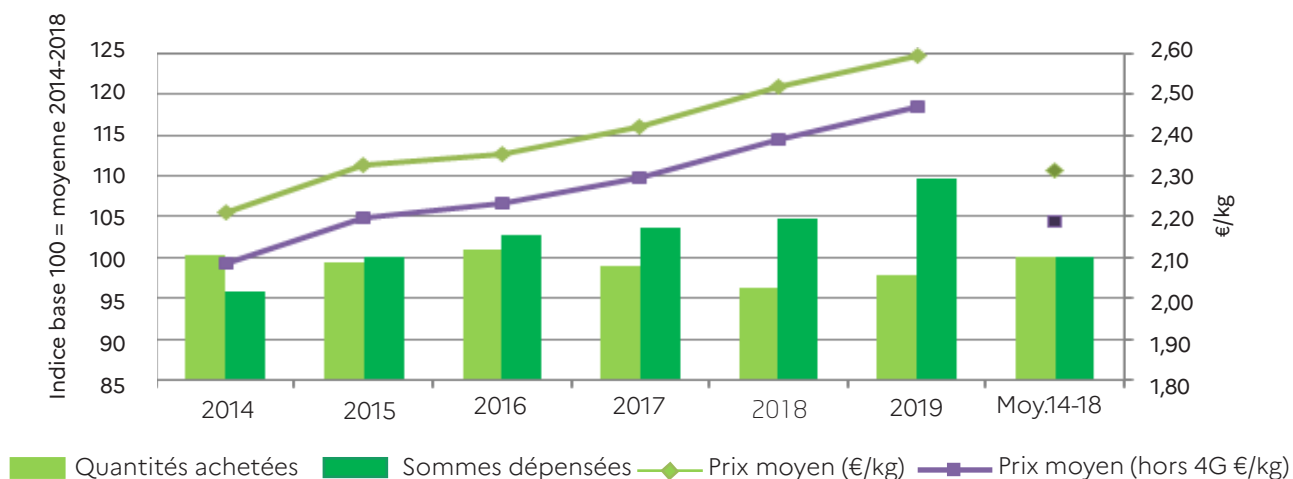
### Les fruits exotiques : des quantités achetées en baisse et des sommes dépensées stables

Avec une hausse notable de leur prix moyen, les achats d'avocats en volume ont diminué par rapport à 2018 mais restent supérieurs à la moyenne 5 ans, quand les sommes dépensées continuent de progresser (+ 3,7 %). Enfin, les quantités achetées de bananes se maintiennent, bien que la taille de la clientèle et les sommes dépensées soient au plus haut.

Total Fruits	2018	2019	Moy. 14-18
Quantité Achetée par ménage (kg)	83,0	82,9	84,7
Somme dépensée par ménage (€)	211,2	210,7	198,8
% de ménages acheteurs	99,1	99,2	99,2
Prix moyen (€/kg)	2,55	2,54	2,35
Quantité achetée par ménage acheteur (kg)	83,7	83,6	85,5
Nombre d'actes d'achat par ménage	45,6	45,6	45,9
Quantité achetée par acte (kg)	1,8	1,8	1,9

TOP Fruits : Évolution en valeur (sommes dépensées pondérées par le poids du produit dans le rayon)	
Produit	% Variation 2019/18
<b>En hausse</b>	
Kiwi	16 %
Ananas	14 %
Petits fruits rouges	13 %
Mangue	7 %
Pomme	5 %
Avocat	4 %
Banane	3 %
<b>En baisse</b>	
Poire	- 2 %
Pêche-nectarine	- 4 %
Raisin	- 5 %
Cerise	- 8 %
Abricot	- 11 %

## Évolution des achats de légumes : nette progression des dépenses



En légumes (y.c. 4<sup>e</sup> gamme), les sommes dépensées ont connu une franche progression (+ 4,7 %), notamment en raison d'un prix en hausse pour la cinquième année consécutive (+ 3,1 %). Ces deux indicateurs s'établissent ainsi bien au-delà de leur moyenne quinquennale. Cela n'a pas empêché le rebond des quantités achetées (+ 1,5 %), sous l'effet conjoint de la hausse de la fréquence d'achat (+ 0,4 %), mais aussi des quantités achetées par acte (+ 1,1 %).

### 4<sup>e</sup> gamme : baisse du volume d'achat

En légumes de 4<sup>e</sup> gamme, les quantités achetées ont diminué (- 3,5 %), pénalisées par le repli de la fréquence d'achat (- 1,7 %) et la taille de la clientèle (- 0,6 pt à 74,5 % de ménages acheteurs). Les sommes dépensées sont ainsi en baisse (- 2,2 %), malgré la hausse du prix (+ 1,4 %). Ces reculs sont largement imputables à la salade. En effet, bien que celle-ci constitue encore la grande majorité des achats de légumes de 4<sup>e</sup> gamme, on constate que la part des « autres légumes en sachets » progresse régulièrement, pour atteindre 17,4 % en volume (contre 13,1 % pour la moyenne quinquennale), avec notamment une hausse significative en 2019 (+ 4,1 %).

### Légumes feuillus et à tige : hausse de la dépense, excepté en salade

En légumes feuillus ou à tige, les achats de choux-fleurs ont progressé en volume et en valeur (+ 5 %), grâce à l'accroissement de la taille de la clientèle et de la fréquence d'achat, avec un prix stable. En revanche, les hausses des dépenses en brocoli (+ 4,5 %) et en chou pommé (+ 8,6 %) s'expliquent par de nettes augmentations du prix (respectivement + 9,3 % et + 13,4 %), tandis que les quantités achetées ont diminué (- 4 %). En poireau, endive ou encore asperge, les évolutions ont été comparables avec des progressions des prix entraînant celles des dépenses, bien que le volume d'achat reculait. Enfin, la salade et la mâche de 1<sup>ère</sup> gamme ont observé des baisses simultanées de leurs achats en volume comme en valeur, en raison de contractions soit : de la fréquence d'achat (salade), soit de la taille de la clientèle (mâche).

### Légumes-fruits : progression quasi-générale des achats

Dans la famille des légumes-fruits, on observe un développement quasi-général des achats, en volume comme en valeur. En tomate, la dépense a essentiellement progressé *via* le prix (+ 6 %), les quantités achetées demeurant stables. En melon, aubergine et poivron, des hausses de prix comprises entre 2 et 3 % n'ont pas freiné les volumes d'achats, pour des sommes dépensées en net accroissement. En courgette comme en concombre, malgré des baisses de prix (- 4 %), les dépenses ont cru grâce à des progressions plus franches du volume d'achat (respectivement + 6,6 % et + 8,2 %), des acheteurs plus nombreux et une fréquence d'achat plus élevée. En pastèque, un prix en léger recul (- 1 %) s'est accompagné à nouveau de progressions spectaculaires des achats en volume (+ 18 %) et en valeur (+ 17 %), par l'accroissement de la taille de la clientèle (+ 4,8 pts à 37,6 % de ménages acheteurs) et de la fréquence d'achat. À l'inverse, une nette diminution de la fréquence d'achat (- 8,6 %) a entraîné le recul des achats de citrouilles et potirons, en volume et en valeur (- 7,5 %).

## Racines, bulbes et tubercules : prix et dépenses en hausse, sauf en ail

Dans le groupe des racines, bulbes et tubercules, certaines espèces ont connu des hausses de prix particulièrement fortes, comme c'est le cas en échalote (+ 23 %) et, à un degré moindre, en oignon (+ 12 %). Cependant, cela n'a que peu impacté le volume d'achat, les dépenses s'inscrivant ainsi en nette croissance. En carotte et en navet, des progressions plus modérées du prix (entre 2 et 4 %) ont été accompagnées de légères hausses du volume d'achat, pour des sommes dépensées en progrès. En revanche, des acheteurs d'ail moins nombreux (- 0,6 pt à 62 % d'acheteurs) ont conduit à un recul du volume d'achat (- 2 %), avec un prix stable.

Total légumes*	2018	2019	Moy. 2014-18	TOP légumes : Évolution en valeur (sommes dépensées pondérées par le poids du produit dans le rayon)	
Quantité Achetée par ménage (kg)	80,8	82,1	83,3	<b>Produit</b>	<b>% Variation 2019/18</b>
Somme dépensée par ménage (€)	203,5	213,0	196,8	<b>En hausse</b>	
% de ménages acheteurs	99,6	99,6	99,6	Échalote	20 %
Prix moyen (€/kg)	2,5	2,6	2,4	Pastèque	18 %
Quantité Achetée par ménage acheteur (kg)	81,2	82,4	83,6	Oignon	14 %
Nombre d'actes d'achat par ménage	49,8	50,1	50,5	Poireau	8 %
Quantité achetée par acte (kg)	1,6	1,6	1,7	Melon	8 %
				Carotte	6 %
				Tomate	6 %
				<b>En baisse</b>	
				Ail	- 1 %
				4 <sup>e</sup> gamme	- 2 %
				Haricots verts	- 5 %
				Citrouille et potiron	- 7 %

## Évolution des achats par circuit de distribution

L'année 2019 a montré peu d'évolutions dans la répartition des parts de marché par circuit de distribution. Du côté des formats généralistes, les hypermarchés ont néanmoins connu une progression comparable à celle de l'année dernière (+ 0,3 point). À l'inverse, pour la 1<sup>ère</sup> fois en quatre ans, les supermarchés observent un léger fléchissement de leur part de marché, alors que celle des achats « on-line » reste stable (2,1 %).

Du côté des formats spécialisés, on remarque un léger rebond de la part des marchés (+ 0,1 point), après plusieurs années de baisse. En revanche, la progression des Grandes Surfaces Frais connaît une pause, après plusieurs années de croissance ininterrompue. Enfin, la part de marché des circuits spécialisés alternatifs (vente directe, magasins bio...) reste également stable (5,4 %).

**Hypermarchés** Le rebond de la part de marché observé en 2018 se poursuit cette année pour ce format de magasin (+ 0,3 point à 33,1 %). Les sommes dépensées y ont en effet davantage progressé que dans les autres circuits (+ 2,9 %). Cette évolution est imputable aux légumes (+ 7,4 %), dont la hausse du prix (+ 4,2 %) n'a que peu freiné le volume d'achat (+ 3,1 %), sous l'effet de l'accroissement de la fréquence d'achat et des quantités achetées par acte. Les achats de fruits sont restés stables dans ce circuit.

**Supermarchés** Après trois années de progression, ce circuit voit sa part de marché fléchir légèrement en 2019 (- 0,2 point à 19 %). La progression de la dépense des ménages y a en effet été relativement modeste (+ 1,2 %), malgré une hausse du prix plus forte que dans les autres circuits (+ 2 %), en particulier pour les légumes (+ 4,6 %). Cela s'explique par une baisse des quantités achetées, en fruits (- 0,3 %) comme en légumes (- 1,4 %), conséquence d'une taille de clientèle en recul (- 0,8 point à 65,1 % de ménages acheteurs).

**Enseignes à Dominante Marque Propre (EDMP, ex-Hard Discount)** La part de marché de ce format de magasin est stable en 2019. Comme pour l'ensemble du marché, la hausse des sommes dépensées dans ce circuit (+ 2,1 %) est corrélée à celle des légumes (+ 4,9 %). La hausse contenue de leur prix (+ 1,6 %) s'est accompagnée d'un accroissement du volume d'achat (+ 3,3 %), grâce à une taille de clientèle élargie (+ 0,8 point à 54,1 % de ménages acheteurs).

**Marchés** Après plusieurs années de baisse, la part de marché de ce circuit cesse de décliner, affichant même un léger rebond (+ 0,1 point à 10,9 %). La hausse globale de la dépense sur les marchés (+ 3 %) est, ici aussi, imputable aux légumes (+ 6,6 %), dont la progression du prix (+ 3,4 %) a accompagné celle du volume d'achat (+ 3,1 %). Ce dernier a d'ailleurs connu une progression globale sur ce circuit (+ 2,1 %). Le développement de la fréquence

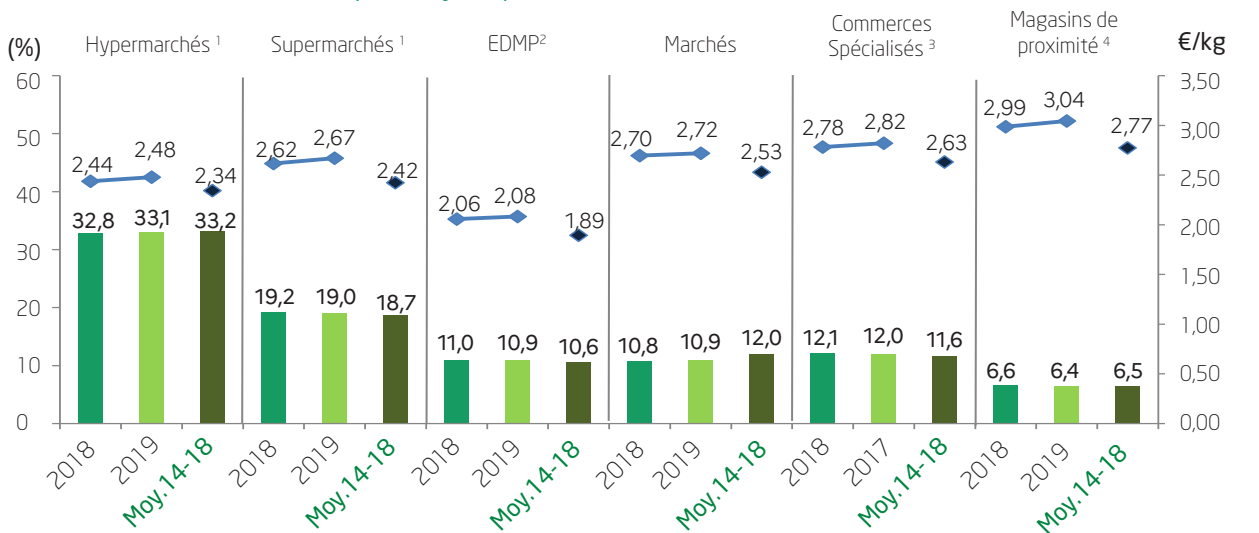


d'achat et des quantités achetées par acte ont fait plus que compenser la taille de clientèle une nouvelle fois en recul (- 1,3 point, à 30,3 % de ménages acheteurs).

**Commerces spécialisés** Au sein de ce circuit, les primeurs traditionnels conservent une part de marché stable, à hauteur de 7,2 %. La progression des sommes dépensées dans ces magasins (+ 1,5 %) s'est appuyée sur la hausse du prix moyen (+ 1,9 %), pour compenser une certaine contraction du volume d'achat (- 0,4 %), tout particulièrement en légumes (- 1,4 %). Les Grandes Surfaces Frais (GSF) affichent également une part de marché stable (4,9 %), après plusieurs années de progressions. La hausse globale des sommes dépensées (+ 1,8 %) est portée par les légumes (+ 3,8 %), dont l'accroissement du prix (+ 5,4 %) a largement compensé la baisse du volume d'achat (- 1,5 %). À l'inverse, en fruits, la hausse du volume d'achat (+ 3,7 %) n'a pu compenser un prix en baisse (- 4,1 %), ne permettant pas aux dépenses de progresser (- 0,6 %).

**Magasins de proximité** En 2019, la part de marché de ce circuit de complément (plus petites quantités achetées par acte) connaît un léger recul (- 0,2 point à 6,4 %). Les sommes dépensées y sont restées globalement stables (- 0,3 %), malgré, ici aussi, une hausse en légumes (+ 4,5 %) et une diminution en fruits (- 3,5 %). La hausse du prix dans ce circuit (+ 2 %) s'est accompagnée d'une baisse de la taille de la clientèle (- 0,7 point à 59,4 % de ménages acheteurs) et des quantités achetées (- 1,7 %).

#### Parts de marché en valeur et prix moyens par circuit de distribution (total F&L frais, Y.C. 4<sup>e</sup> gamme)



<sup>1</sup> hors "On-line"

<sup>2</sup> Enseigne à dominante marque propre (anciennement Hard-Discount)

<sup>3</sup> Primeurs et grandes surfaces frais

<sup>4</sup> Supérettes et enseignes généralistes de proximité

## Achats de fruits et légumes selon les profils de clientèle

### Cœur de clientèle et sous-acheteurs

Les plus gros acheteurs de fruits et légumes sont les sexagénaires et les septuagénaires. En effet, si les ménages seniors représentent 36 % de la population française, ils pèsent pour 45 % du volume des achats de fruits et légumes frais pour une consommation au domicile. En 2019, le niveau moyen d'achat est de 207 kg pour les sexagénaires et de 218 kg pour les septuagénaires et plus, contre environ 165 kg pour les ménages français dans leur ensemble.

À l'inverse, les jeunes, les quadragénaires et les familles avec bébé ou enfant sont des ménages sous-acheteurs de fruits et légumes, au regard de leur poids dans la population. En 2019, leur niveau moyen d'achat ne s'élève qu'à 94 kg pour les jeunes, 127 kg pour les quadragénaires, 122 kg pour les familles avec un bébé et 135 kg pour celles avec un enfant.

Enfin, les quinquagénaires et les familles avec adolescent/jeune adulte ont un niveau d'achat proche de la moyenne nationale, avec respectivement 174 kg et 173 kg par ménage en 2019.

## Évolutions 2018/2019

En 2019, les volumes d'achat ont évolué de manières différentes selon les profils de ménages.

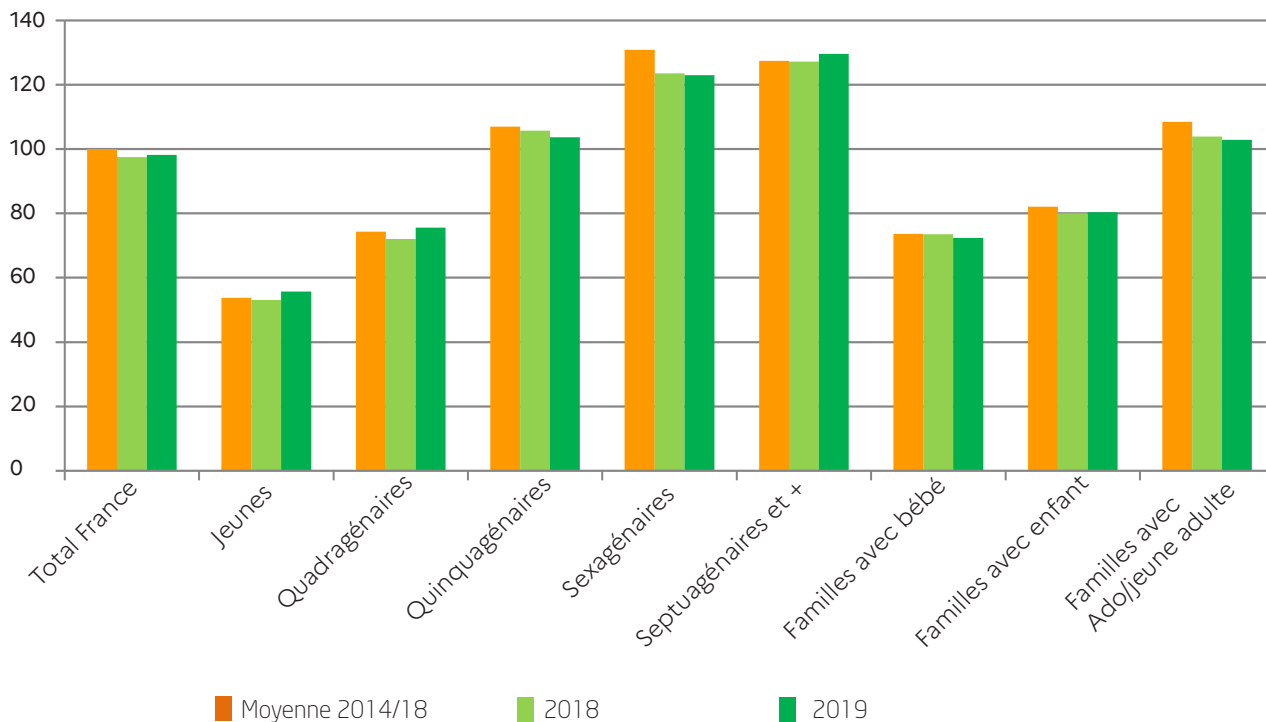
Les jeunes et les quadragénaires sont ceux pour qui les volumes d'achat, augmentent le plus (+ 5 %), portés par la hausse de la fréquence d'achat pour les quadragénaires et par les quantités achetées par acte pour les jeunes.

Les septuagénaires et plus ont aussi augmenté leur volume d'achat principalement par des quantités achetées par acte d'achat en hausse. Il s'agit du profil de ménages qui a le plus augmenté sa dépense consacrée aux achats de fruits et légumes frais.

En revanche, les quinquagénaires et les familles avec bébé ont diminué leur volume d'achat (respectivement -1,9 % et -1,6 %), principalement par une moindre fréquence d'achat. Leurs dépenses se sont stabilisées.

Pour les autres profils de ménages (sexagénaires, familles avec enfant et celles avec un adolescent/jeune adulte), le volume d'achat est resté stable par rapport à 2018, à l'image de celui de l'ensemble de la population française.

### Indice d'achat en volume / ménage (total F&L frais ; base 100 = total France, moyenne de 2014 à 2018)





# LES DONNÉES



Achats de fruits et légumes frais par les ménages français en 2019  
**Édition mars 2020**

Directrice de la publication : Christine Avelin / Rédaction : direction Marchés, études et prospective  
- CTIFL et INTERFEL - Conception et réalisation : service Communication / Impression : Service  
Arborial - N° ISSN : 2268-1345

12 rue Henri Rol-Tanguy / TSA 20002 / 93555 Montreuil cedex  
**Tél. :** +33 1 73 30 30 00 — **www.franceagrimer.fr**

