



RÉPUBLIQUE  
FRANÇAISE

*Liberté  
Égalité  
Fraternité*



FranceAgriMer

ÉTABLISSEMENT NATIONAL  
DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE ET DE LA MER

LES  
DONNÉES



# Achats de fruits et légumes frais par les ménages français pour leur consommation à domicile

Données 2021





*En lien avec la présentation par Kantar du bilan 2021 des achats des ménages et 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>e</sup> gamme. Afin d'explicitier les évolutions du secteur en 2021, certaines informations conjoncturelles complètent l'analyse. Les résultats 2021 sont comparés à ceux de 2020 et à la moyenne 2016-2020.*

**Cette publication a été rédigée conjointement avec le CTIFL et INTERFEL sur la base des données du panel de ménages acheteurs KANTAR, cofinancée par FranceAgriMer, INTERFEL, le CTIFL, le CNIPT et l'AIB.**

# MÉTHODE

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 frais en 2021, 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

## ● Reprise de l'activité et de la consommation des ménages

A la mi-décembre 2021, les résultats prévisionnels de l'INSEE décrivent une reprise du PIB français de l'ordre de 6,7 % sur un an (après une contraction de - 8 % en 2020). Cette progression de l'activité est principalement attribuable à un vif rattrapage de la demande intérieure, en particulier au troisième trimestre, à la suite de la levée des restrictions liées à la situation sanitaire. La consommation des ménages afficherait ainsi un rebond de 4,5 % en 2021 (après une chute de - 7,2 % en 2020). Le taux de chômage (au sens du Bureau International du Travail) s'établirait à 7,8 % en fin d'année, légèrement en deçà de son niveau d'il y a un an, dans un contexte de reprise de l'emploi. L'inflation d'ensemble ressortirait en nette augmentation (+ 1,7 %, après + 0,5 % en 2020), principalement guidée par les prix de l'énergie, dans un contexte de reprise économique mondiale. Les prix des produits alimentaires progresseraient globalement moins vite (+ 0,6 % sur un an), mais dans des proportions similaires en produits frais (+ 1,8 %). Compte tenu de la hausse des prix à la consommation, mais aussi d'un net rebond des revenus d'activité et d'un recul modéré des prestations sociales, le pouvoir d'achat par unité de consommation augmenterait en 2021 (+ 1,8 %, après + 0 % en 2020).

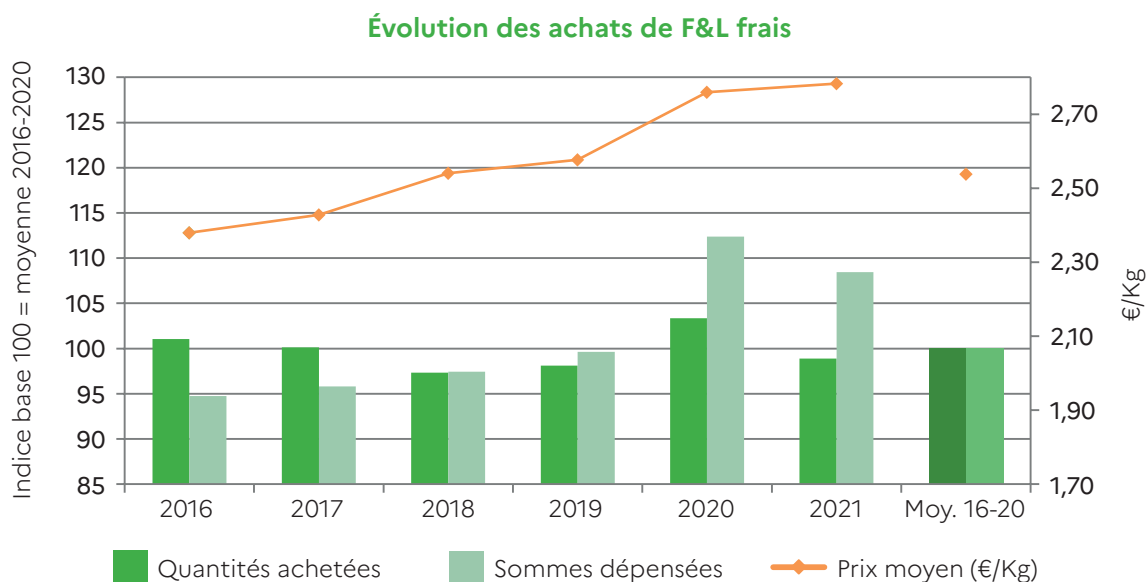
## ● Produits grande consommation : timide reprise de la fréquence d'achat et réduction des quantités achetées par acte

Sur le marché des produits de grande consommation et frais libre-service (PGC+FLS), le volume d'achat des ménages pour la consommation au domicile a décliné (- 3,9 %), après son bond important en 2020 (+ 7 %). La dépense des ménages a suivi une baisse plus modérée (- 2,7 %), dans un contexte de progression du prix moyen d'achat (+ 1,3 %). La fréquence d'achat des ménages est repartie à la hausse (+ 0,7 %) tout en restant éloignée de son niveau de 2019 (101 actes contre 105). En revanche, les quantités achetées par acte se sont réduites (- 4,6 %), demeurant toutefois supérieures à leur niveau d'avant 2020.

## ● Diminution du volume d'achat de produits frais

Sur le marché des Produits Frais Traditionnels (PFT : marée, viande, volaille, charcuterie-traiteur, fromages, fruits et légumes et pommes de terre frais), la dépense des ménages a connu une contraction (-1,6 %), après sa forte progression de 2020. Celle-ci provient d'abord d'une diminution des quantités achetées (- 4,1 %), alors que le prix moyen d'achat est toujours en progression (+ 2,6 %). La baisse des quantités achetées a été particulièrement marquée en volaille (- 6,5 %), viande (- 5 %) ainsi qu'en fruits, légumes et pommes de terre (- 4,7 %). Cela peut être rapproché d'une hausse des prix particulièrement sensible en volaille (+ 2,8 %), plus modérée en viande et fruits, légumes et pomme de terre (+ 1,2 %). A l'inverse, le rayon « marée » a connu une progression franche de ses achats (+ 6,9 %), avec un prix globalement stable. Le rayon « charcuterie-traiteur » est le seul autre à observer une hausse de son volume d'achat (+ 3,2 %), et ce, malgré une légère hausse de prix (+ 1,5 %).

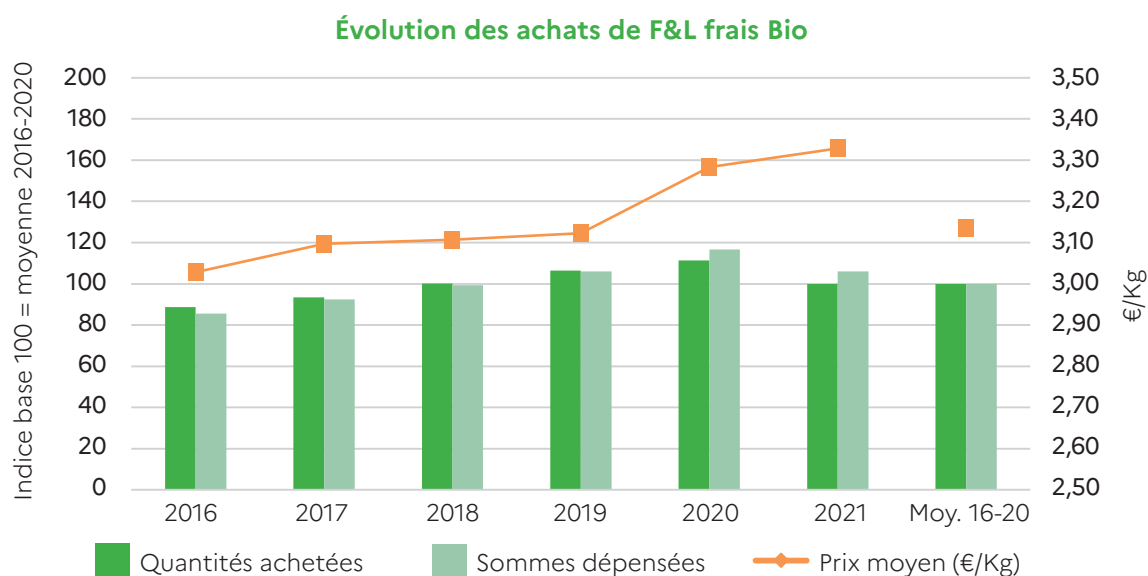
# ÉVOLUTION DES ACHATS DE FRUITS ET LÉGUMES FRAIS



## Un volume d'achat de retour « à la normale »

Après une année 2020 caractérisée par un niveau record des achats pour la consommation au domicile, 2021 marque une diminution attendue des achats de fruits et légumes frais des ménages, en volume (- 4,3 %) comme en valeur (- 3,5 %). La baisse du volume d'achat s'explique par les quantités achetées par acte (- 4,9 %). Ce recul intervient dans un contexte de nouvel accroissement du prix moyen d'achat (+ 0,9 %), après la forte progression déjà connue en 2020. Si la dépense des ménages reste ainsi à un niveau particulièrement élevé, on note que le volume d'achat reste en progrès, par rapport à 2018 et 2019.

## Une progression interrompue pour les fruits et légumes bio



Pour la première fois, en 2021, les parts de marché du bio diminuent en volume (- 0,5 point à 7,4 %) comme en valeur (-0,5 point à 9,1 %). En effet, si en 2020 les achats en fruits et légumes biologiques des ménages avaient connu des progressions comparables à celle de l'ensemble des fruits et légumes frais, ils subissent en 2021 des diminutions des quantités achetées (- 10,4 %) et des sommes dépensées (- 9,1 %), plus fortes qu'en conventionnel. Ces reculs viennent notamment d'une baisse de la taille de clientèle (- 2,4 pts à 79,9 % de ménages acheteurs), cette dernière demeurant néanmoins en progrès par rapport à 2019. Ils proviennent aussi d'une diminution des quantités achetées par acte (- 4,3 %) et de la fréquence d'achat (- 3,5 %), lesquels s'établissent en deçà de leur niveau d'avant 2020.

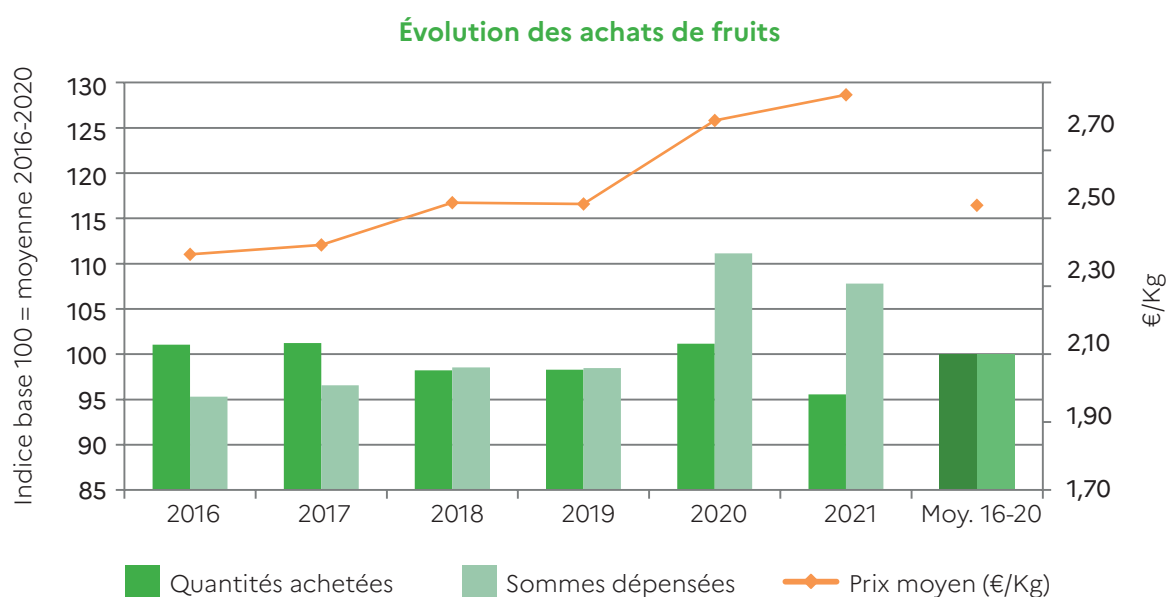
## Conjoncture

Le volume d'achat de fruits et légumes frais a été globalement stable sur les 3 premiers trimestres de 2021 par rapport à la moyenne des 3 dernières années. Il a ensuite reculé à partir d'octobre et tout au long de l'automne. En conséquence des épisodes de gel exceptionnel ayant eu lieu en avril, l'offre de fruits d'été (fruits à noyaux notamment) a été en retrait de manière globale en France et en Europe. Cela a eu un impact baissier sur le volume d'achat global de fruits d'été, en conjugaison avec une météo estivale globalement maussade et peu favorable aux achats de produits météo-sensibles. En produits d'automne-hiver, dans un contexte d'offre d'un bon niveau, l'automne relativement doux en termes de températures, n'a pas permis un basculement correct vers la consommation de produits de saison, notamment en légumes à cuire. Des arbitrages de consommation, liés à des tensions sur le pouvoir d'achat pour certaines catégories de ménages, ont pu se superposer à cette situation, dans un contexte de fréquentation des points de vente ralentie et non compensée par une hausse du panier d'achat en volume, comme celle observée lors des périodes de confinements nationaux en 2020. La persistance de la crise sanitaire et de ses impacts, ainsi qu'un contexte inflationniste sur différents postes (carburants, énergie, matières premières alimentaires) ont également pu contribuer à modifier les arbitrages d'achat des ménages. Enfin, un phénomène de « cook fatigue » a aussi été observé : après plus d'une année à avoir davantage cuisiné lors des confinements/couvre-feux/restrictions, une réorientation vers des achats jugés plus « pratiques » par les consommateurs a été constatée (conserves/surgelés/produits transformés et « tout prêt »/traiteur...).

Total fruits et légumes*	2020	2021	Moy.16-20
Quantité Achetée par ménage (Kg)	174,4	166,9	168,7
Somme dépensée par ménage (€)	481,3	464,4	428,2
% de ménages acheteurs	99,9	99,8	99,8
Prix moyen (€/Kg)	2,76	2,78	2,54
Quantité Achetée par ménage acheteur (Kg)	174,7	167,2	169,0
Nombre d'actes d'achat par ménage	64,2	64,6	65,5
Quantité achetée par acte (Kg)	2,7	2,6	2,6

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

# ÉVOLUTION DES ACHATS DE FRUITS FRAIS : DES PRIX QUI AUGMENTENT MODÉRÉMENT ET UNE DIMINUTION MARQUÉE DES VOLUMES ACHETÉS



Après une forte hausse en 2020, le prix moyen d'achat des fruits frais a augmenté de façon plus modérée en 2021 (+ 2,7 %), du fait notamment du moindre impact de la crise sanitaire sur l'ensemble de la filière. Cette variation du prix moyen payé par les ménages pour l'ensemble des fruits frais cache cependant une réalité contrastée. On relève ainsi une forte hausse pour les fruits « métropolitains » (+ 8,4 %) alors que le prix moyen des agrumes est en diminution (- 3,9 %). Par ailleurs, si les sommes dépensées en fruits frais ont diminué par rapport à 2020 (- 3 %), elles demeurent nettement supérieures à la moyenne 5 ans (+ 7,8 %). Enfin, contrairement aux fruits métropolitains et aux agrumes, les quantités achetées de fruits exotiques sont restées en progression par rapport à 2020 (+ 1,9 %) et plus encore par rapport à la moyenne 5 ans (+ 10,2 %).



## Les fruits « métropolitains » : une baisse sensible du volume d'achat

En 2020, les ménages à la recherche de produits « essentiels », à bonne capacité de conservation, s'étaient davantage tournés vers un produit comme la pomme, dont le volume d'achat avait fortement progressé par rapport à 2019 (+ 10 %), revenant ainsi à un niveau proche de 2014, après plusieurs années de diminutions. 2021 marque en revanche une baisse importante des quantités achetées de fruits métropolitains (- 9 % /2020 et - 10,2 % / moy-5 ans), observable surtout en fruits à pépins et fruits à noyau. La baisse des sommes dépensées a été moindre (- 1,3 %) en raison de l'augmentation du prix moyen d'achat. On note toutefois le rebond des achats de fraise (+ 6,1 %), ainsi que l'accélération des achats de petits fruits rouges (+ 14,5 %).

## Les agrumes : une baisse des achats plus marquée en valeur

Le citron dont les achats avaient été particulièrement dynamiques en 2020, connaît en 2021 un recul d'autant plus fort (- 11,7 % en quantités achetées et - 20,8 % en sommes dépensées). Les achats de clémentine-mandarine ont diminué, mais de façon beaucoup plus modérée (- 0,9 % en volume et - 1,9 % en valeur). Enfin, les achats d'orange ont également diminué de façon sensible (-8,7 % en volume et -13,1 % en valeur).

## Les fruits exotiques : des quantités achetées en hausse

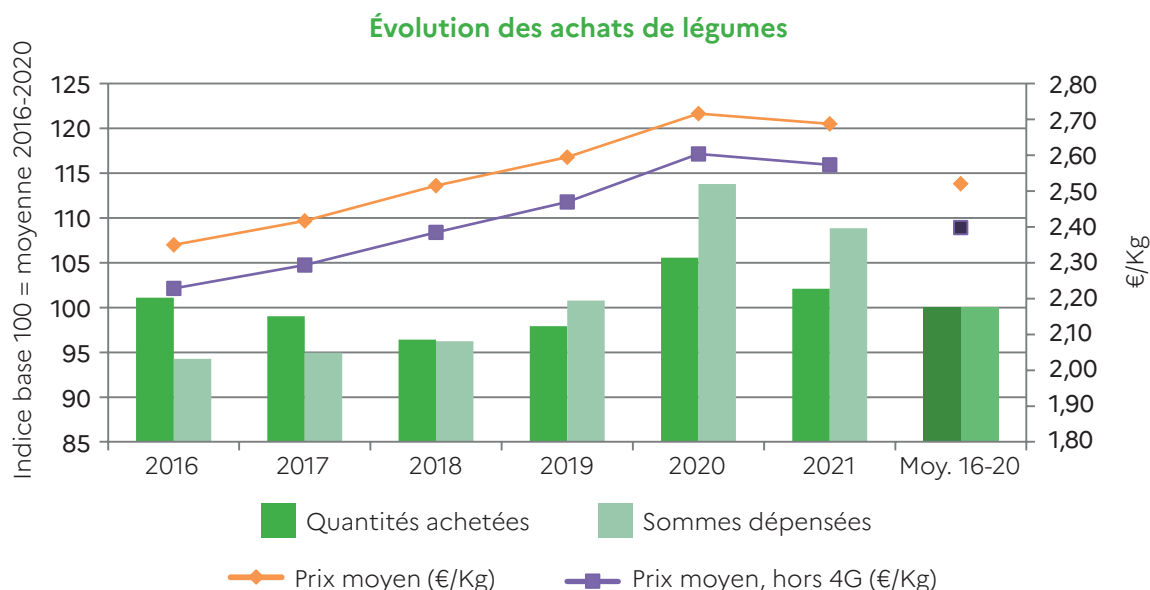
Avec un volume d'achat en augmentation (+ 1,9 %), les fruits exotiques font figure d'exception. Les achats d'avocat ont été en hausse, tant en volume (+ 6,8 %) qu'en valeur (+ 2,8 %), en grande partie du fait d'une hausse de la fréquence d'achat. Avec un prix moyen payé en diminution, les achats de banane se sont légèrement accrus en volume (+ 0,3 %), mais ont baissé en valeur (- 1,8 %).

Total fruits	2020	2021	Moy.16-20
Quantité Achetée par ménage (Kg)	85,6	80,9	84,6
Somme dépensée par ménage (€)	238,7	231,6	214,8
% de ménages acheteurs	99,2	99,0	99,2
Prix moyen (€/Kg)	2,79	2,86	2,54
Quantité Achetée par ménage acheteur (Kg)	86,3	81,7	85,3
Nombre d'actes d'achat par ménage	45,5	45,1	45,9
Quantité achetée par acte (Kg)	1,9	1,8	1,9

**TOP Fruits : Évolution en valeur**  
(sommes dépensées pondérées par le poids du produit dans le rayon)

En hausse		Var. 2021/2020
Mangue		+ 19 %
Petits fruits rouges		+ 13 %
Pêche-nectarine		+ 7 %
Raisin		+ 4 %
Fraise		+ 4 %
Avocat		+ 3 %
En baisse		
Poire		- 7 %
Pomme		- 9 %
Cerise		- 9 %
Orange		- 13 %
Pomelo		- 15 %
Citron		- 20 %

# ÉVOLUTION DES ACHATS DE LÉGUMES FRAIS : NIVEAUX TOUJOURS ÉLEVÉS, EN VOLUME ET VALEUR



Après avoir atteint des niveaux records en 2020, les achats de légumes (y.c. 4ème gamme) diminuent logiquement cette année. Le recul du volume d'achat (- 3,3 %) est passé par celui des quantités achetées par acte. Son niveau demeure néanmoins au-dessus de la moyenne 5 ans (+ 2,2 %). Avec un prix moyen d'achat en léger recul (- 1,1 %), les sommes dépensées diminuent également sur un an (- 4,3 %). Ces dernières restent cependant, elles-aussi, bien au-delà de leur moyenne 5 ans (+ 8,9 %).

## Progression du préemballé

Après avoir bondi en 2020, les parts de marché du préemballé connaissent de nouvelles progressions en 2021, en volume (+ 0,8 point à 35,7 %) comme en valeur (+ 0,8 point à 37,7 %). Les achats de légumes préemballés ont en effet connu une diminution moins forte que celle des légumes en vrac (- 1 % en quantités achetées et - 2,4 % en sommes dépensées). De même, les achats de légumes de 4ème gamme ont baissé moins fortement que ceux de 1ère gamme, en volume comme en valeur. La part de marché de la 4ème gamme sur l'ensemble des achats de légumes frais reste ainsi stable en volume (2,1 %) et progresse légèrement en valeur (+ 0,2 point à 6,3 %).

## 🍷 Légumes feuillus et à tige : des situations contrastées

En 2021, les achats d'asperge restent au-dessus de leur moyenne 5 ans, malgré une baisse du volume d'achat (- 6,6 %, après la forte progression de 2020). La dépense est restée stable, via la progression du prix moyen d'achat (+ 7,4 %). En ce qui concerne les achats d'artichaut, la dépense reste stable grâce à la hausse du prix (+ 4,8 %) mais ce produit subit une nouvelle baisse des quantités achetées (- 4,2 %). En chou-fleur, les quantités achetées diminuent (- 10,9 %), pour retrouver leur niveau de 2019. Cela entraîne la baisse des dépenses (- 12,4 %), le prix moyen étant resté quasi-stable (-1,7 %). En revanche, en chou pommé, la baisse de la dépense est surtout passée par celle du prix (- 9,3 %). Mais les quantités achetées demeurent quasi-stables, et bien au-dessus de leur moyenne 5 ans (+ 24,6 %). De même, en salade, de sensibles baisses des achats (- 3,4 % en volume, - 5,5 % en valeur) n'ont pas empêché leurs niveaux de rester au-delà de leur moyenne 5 ans. En poireau, un nouvel accroissement du prix (+ 4,5 %) n'a pu empêcher la baisse des dépenses (- 7,1 %), en raison du recul marqué des quantités achetées (- 11,1 %), de retour à leur niveau moyen sur 5 ans. Enfin, en endive, le volume d'achat est resté stable sur un an. Il reste cependant en baisse par rapport à la moyenne 5 ans (- 8,9 %). A l'inverse, le prix et la dépense, bien qu'en franc recul sur un an, restent en progression par rapport à la moyenne 5 ans.

## 🍷 Légumes-fruits : la tomate se distingue

Après les franches progressions de 2020, on observe cette année pour l'ensemble des légumes « ratatouille » (aubergine, courgette, poivron) comme pour le concombre, une baisse des quantités achetées et du prix moyen d'achat, entraînant celle, plus forte, des sommes dépensées. Leurs niveaux d'achat restent néanmoins en hausse par rapport à la moyenne 5 ans. La tomate se distingue quant à elle par un volume d'achat plutôt en hausse (+ 0,9 %) et une nouvelle progression du prix (+ 2,5 %). Ces évolutions amènent les sommes dépensées vers un niveau record (+ 3,4 %). En revanche, en melon et pastèque, le volume d'achat se montre plutôt stable, après avoir diminué en 2020. Si en pastèque la tendance reste favorable par rapport à la moyenne 5 ans, ce n'est pas le cas en melon. Enfin, en citrouille/potiron, les achats redescendent à leur niveau de 2019 (en volume comme en valeur), dans un contexte de prix moyen en hausse (+ 5,3 %).

## 🍷 Racines, bulbes et tubercules : un recul général du volume d'achat

En oignon, carotte, navet ou encore céleri-rave, une baisse des quantités achetées a été observée cette année, après les progressions parfois très franches de 2020. Associé à une baisse du prix (de - 1,8 % en oignon à - 6 % en carotte et navet), ce recul a entraîné une baisse plus forte des sommes dépensées. L'ail a également observé une baisse du volume d'achat, de retour à son niveau de 2019 (- 8,4 %). Mais une nouvelle hausse de son prix (+ 3,5 %) a permis d'atténuer le recul de la dépense (- 5,2 %). En échalote, la dépense des ménages n'a jamais été aussi élevée (+ 15 %). Elle est entraînée par l'accroissement spectaculaire du prix (+ 26 %), compensant largement la baisse des quantités achetées (- 8,9 %).

Total Légumes*	2020	2021	Moy.16-20
Quantité Achetée par ménage (Kg)	88,5	85,6	83,8
Somme dépensée par ménage (€)	240,4	230,0	211,3
% de ménages acheteurs	99,6	99,5	99,6
Prix moyen (€/Kg)	2,7	2,7	2,5
Quantité Achetée par ménage acheteur (Kg)	88,9	86,0	84,2
Nombre d'actes d'achat par ménage	50,3	50,2	50,3
Quantité achetée par acte (Kg)	1,8	1,7	1,7

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

### TOP Légumes : Évolution en valeur (sommes dépensées pondérées par le poids du produit dans le rayon)

En hausse	Var. 2021/2020
Echalote	+ 16 %
Petit pois	+ 9 %
Haricot vert	+ 4 %
Tomate	+ 4 %
Champignon de couche	+ 2 %
Asperge	+ 1 %
En baisse	
Melon	- 4 %
Salade	- 5 %
Concombre	- 7 %
Oignon	- 9 %
Endive	- 9 %
Carotte	- 12 %
Courgette	- 17 %

# ÉVOLUTION DES ACHATS PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION

En 2021, les hypermarchés voient leur part de marché se stabiliser sur un an (31,3 %), mais toujours en baisse par rapport à la moyenne-5 ans. En revanche, la part de marché des achats effectués en « On-line » (enseignes généralistes) se stabilise également sur un an (3,3 %), après sa forte progression de 2020. Du côté des formats généralistes, les supermarchés et les magasins de proximité subissent les évolutions les plus défavorables, alors qu'au contraire, les EDMP voient leur part de marché s'accroître franchement. Parmi les formats spécialisés, la part des achats effectués sur les marchés a connu un rebond, mais reste inférieure à sa moyenne-5 ans. A l'inverse, les primeurs (en magasin) ont vu leur part fléchir légèrement, alors que la progression des GSF s'est accélérée. Enfin, la part de marché des circuits spécialisés alternatifs (vente directe, magasins bio...) a diminué (- 0,4 point à 5,6 %), ce qui est essentiellement imputable au recul sur un an des achats effectués en vente directe.

## Hypermarchés

En 2021, la stabilité de la part de marché de ce format de magasin (31,3 %) s'explique par une diminution des achats comparable à celle observée sur l'ensemble du marché, en volume comme en valeur. La baisse des quantités achetées est d'abord venue de celle des quantités achetées par acte (- 5,7 %). Celle-ci n'a pas été compensée une fréquence d'achat dont le rebond (+ 1,6 % à 26 actes d'achat) est resté trop mesuré pour lui permettre de retrouver son niveau d'avant 2020 (27 actes en moyenne 5 ans).

## Supermarchés

Après avoir bien résisté en 2020, la part de marché des supermarchés cède du terrain (-0,5 pt, à 17,8 %). En effet, si ce format de magasin a observé une diminution des quantités achetées par acte et un rebond de la fréquence d'achat comparables à ceux constatés en hypermarchés, il a en revanche été pénalisé par une contraction de sa taille de clientèle (- 0,7 point à 64,5 % de ménages acheteurs). En conséquence, les achats de fruits et légumes des ménages ont diminué de façon plus nette en supermarchés que sur l'ensemble du marché, tant en termes de quantités achetées (- 5,5 %) que de sommes dépensées (-5,9 %).

## Enseignes à Dominante Marque Propre (EDMP, ex-Hard Discount)

Après une progression significative en 2020, la taille de clientèle de ce format de magasin s'est stabilisée (+ 0,1 pt à 61 % de ménages acheteurs). De plus, si les quantités achetées par acte y ont fléchi (- 1,6 %), la fréquence d'achat y a nettement progressé (+ 4,2 %). Cela a conduit à un nouvel accroissement du volume d'achat dans les EDMP (+ 2,8 %). Avec une nouvelle progression du prix dans ce circuit (+ 1,7 %) – dont le positionnement prix reste par ailleurs le plus bas – la dépense des ménages y a progressé de façon notable (+ 4,5 %). Cela a permis un net gain de part de marché (+ 0,9 point à 11,9 %).

## Marchés

Après une année 2020 particulièrement défavorable aux marchés, ceux-ci voient leur part dans les achats globaux de fruits et légumes frais rebondir (+ 1,2 point à 10,6 %), grâce au

retour à la hausse de la fréquence d'achat (+ 10,7 %). Cela s'est traduit par une progression du volume d'achat (+ 2,6 %) qui, associée à une progression du prix moyen d'achat (+ 5,8 %), a entraîné le net accroissement de la dépense des ménages (+ 8,6 %). En revanche, la taille de clientèle reste orientée à la baisse dans ce circuit (-1,4 point à 28,7 % de ménages acheteurs).

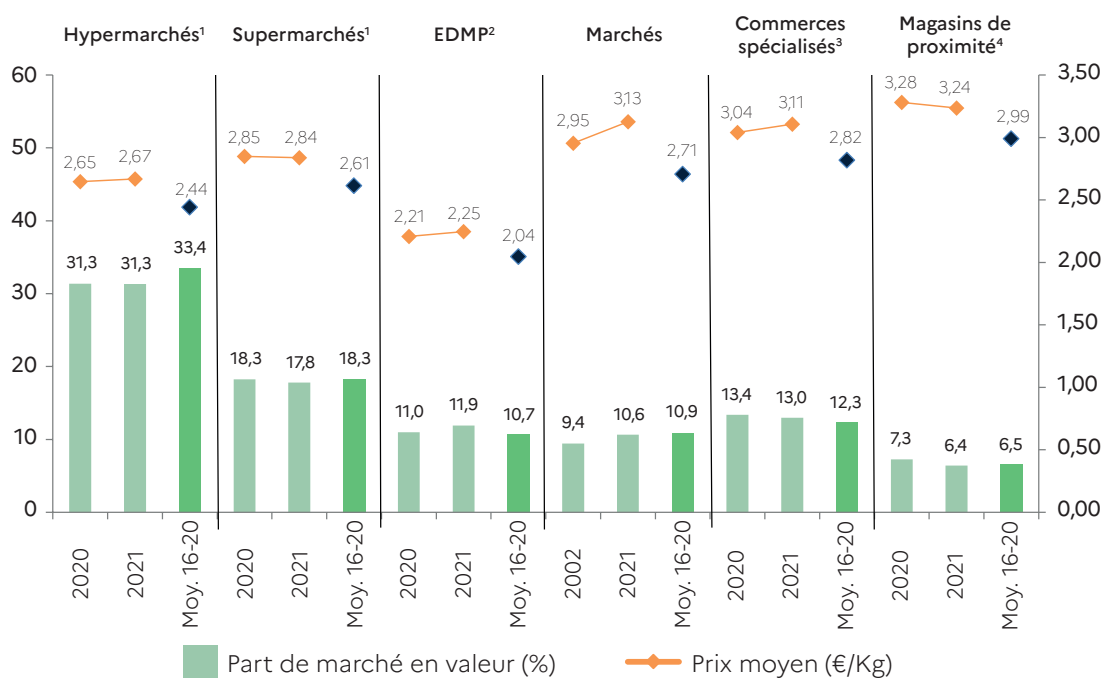
## Commerces spécialisés

En 2021, les commerces spécialisés ont vu leur part dans les achats de fruits et légumes des ménages diminuer sensiblement (-0,4 point à 13 %). Au sein de ce circuit, les primeurs traditionnels ont vu leur part de marché reculer (- 0,7 point à 7,6 %), après le bond de 2020. Leur taille de clientèle a en effet fléchi (-2,7 points à 24 % de ménages acheteurs), tout comme les quantités achetées par acte (- 7,7 %). Le volume d'achat en ressort en forte baisse (- 12,3 %), tout comme la dépense des ménages (- 12,1 %). A l'inverse, les Grandes Surfaces Frais (GSF) ont vu la progression de leur part de marché s'accélérer (+ 0,4 point à 5,4 %). Ce circuit a en effet continué de gagner de nouveaux acheteurs (+ 1,9 point à 19 % de ménages acheteurs). Cela a permis de compenser en partie le recul de la fréquence d'achat et des quantités achetées par acte, pour aboutir à une baisse modérée du volume d'achat dans ce circuit (- 2,4 %), mais aussi à une hausse de la dépense des ménages (+ 3,5 %), compte tenu de celle du prix moyen d'achat (+ 6 %).

## Magasins de proximité

Après une franche progression, la part de marché de ce circuit de complément (plus petites quantités achetées par acte) a retrouvé son niveau d'avant 2020 (- 0,9 point à 6,4 %). En effet, bien que sa taille de clientèle reste quasi-stable sur un an (60 % de ménages acheteurs) et toujours en hausse par rapport à la moyenne 5 ans, la fréquence d'achat et les quantités achetées par acte ont nettement diminué, pour entraîner la baisse des quantités achetées (- 13,8%). Celle-ci, couplée à un recul du prix moyen (-1,4 %), a mené la dépense dans ce circuit vers une nette diminution (- 15 %).

Parts de marchés 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>Enseignes 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 FRAIS SELON LES PROFILS DE CLIENTÈLE

## Cœur de clientèle et sous-acheteurs

Les plus gros acheteurs de fruits et légumes frais sont les sexagénaires et les septuagénaires. En effet, si les ménages séniors représentent 35,5 % de la population française, ils pèsent pour 44,5 % du volume des achats de fruits et légumes frais pour une consommation au domicile. En 2021, le niveau moyen d'achat est de 209 kg pour les sexagénaires et de 227 kg pour les septuagénaires et plus, contre environ 169 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 frais, au regard de leur poids dans la population. En 2021, leur niveau moyen d'achat ne s'élève qu'à 93 kg pour les jeunes, 124 kg pour les quadragénaires, 121 kg pour les familles avec un bébé et 132 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 176 kg et 174 kg par ménage en 2021.

## Évolutions 2020/2021

En 2021, avec la reprise partielle de la restauration hors foyer et la diminution du télétravail par rapport à 2020, les volumes d'achat pour la consommation à domicile ont diminué, de manière plus ou moins marquée, chez tous les profils de ménages, à l'exception des septuagénaires. Pour la plupart des foyers, les achats 2021, se situent en dessous de la moyenne 5 ans.

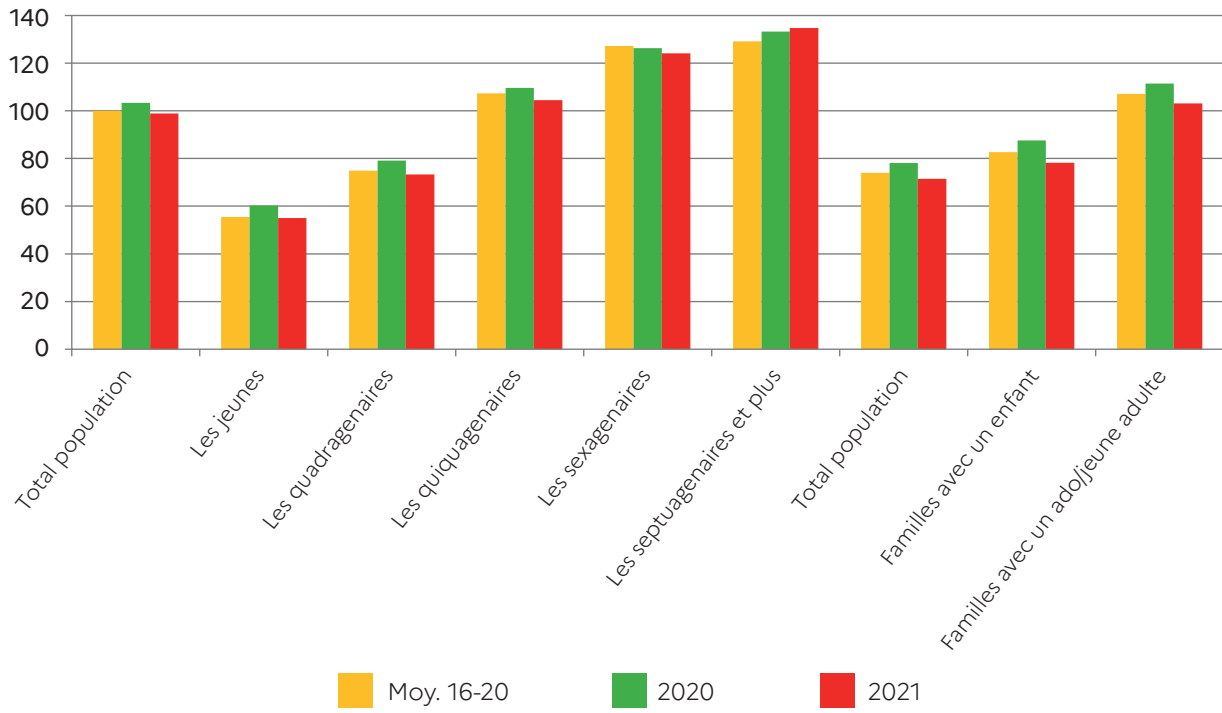
Les sous-acheteurs que sont les jeunes et les familles avec bébé ou enfant, ainsi que les familles avec adolescent ou jeune adulte sont ceux qui ont le plus diminué leur volume d'achat par rapport à 2020 (de - 7 % pour les familles avec un adolescent à - 11 % pour les familles avec un enfant). Les quadragénaires ont également vu leurs achats reculer (- 7 %). En revanche, les sexagénaires et les septuagénaires et plus, qui constituent le cœur de clientèle, ont connu des trajectoires différentes. Si on constate une diminution plus modérée des achats chez les sexagénaires (- 2 %), les septuagénaires, qui sont pourtant les plus gros acheteurs de fruits et légumes, ont légèrement accru leur volume d'achat (+ 1 %), à l'inverse de toutes les autres catégories.

Pour les autres profils de ménages (quadragénaires et quinquagénaires), le volume d'achat a également diminué, de l'ordre de - 6 % par rapport à 2020.



### Indice d'achat en volume/ménage

Total fruits et légumes frais ; base 100 = total France, moyenne de 2016 à 2020







## LES DONNÉES



Achats de fruits et légumes frais par les ménages français pour leur consommation à domicile - Données 2021  
**édition mars 2022**

Directrice de la publication : Christine Avelin  
Rédaction : direction Marchés, études et prospective - CTIFL et INTERFEL  
Conception et réalisation : service Communication / Impression : service Arborial  
Photographie ©Cheick Saidou / agriculture.gouv.fr  
ISSN : 2273-6932

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex  
Tél. : 01 73 30 30 00 ■ [www.franceagrimer.fr](http://www.franceagrimer.fr)

 FranceAgriMer  
 @FranceAgriMerFR