

# ÉTUDES Fruits et Légumes



## Baromètre de confiance des fruits et légumes frais 2021

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

### Contexte et objectif

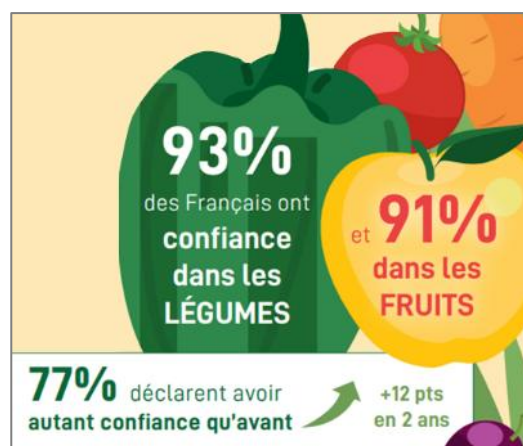
Si la crise sanitaire n'a pas ébranlé la confiance des Français envers les fruits et légumes frais, comme constaté lors de l'édition 2020 du baromètre de confiance, elle a exercé une influence forte sur les sujets d'actualité relayés par les media et sur le quotidien des Français. Après les restrictions sanitaires, ils ont ainsi dû faire face, en fin d'année 2021, à l'inflation des prix des produits de la vie courante (carburant, énergie, alimentation...).

C'est dans ce contexte qu'a été menée la 8<sup>e</sup> vague du baromètre de confiance envers les fruits et légumes frais mis en place par Interfel et FranceAgriMer en 2014 ; dont l'objectif est de **suivre dans le temps l'évolution de la confiance et des inquiétudes des Français sur les fruits et légumes frais** qu'ils consomment et d'évaluer l'impact de l'actualité sur leurs perceptions et comportements d'achat et de consommation.

### Méthodologie :

CSA Research a mené une enquête online du 25 novembre au 5 décembre 2021 auprès de 1 024 individus représentatifs de la population française âgés de 18 ans et plus.

### Principaux résultats



Une confiance renouvelée : les fruits et légumes frais se maintiennent à un niveau de confiance élevé pour la 2<sup>e</sup> année consécutive

Les fruits et légumes frais arrivent toujours en tête de la confiance accordée aux produits frais, ex-

aequo avec le pain. Avec des résultats stables par rapport à 2020, les fruits et légumes frais maintiennent donc **un très bon niveau de confiance avec 93% des Français qui accordent leur confiance aux légumes et 91% aux fruits.**

La part de Français déclarant avoir **autant** confiance qu'avant envers les fruits et légumes frais atteste de ce maintien. Cette année, ce score atteint en effet son niveau le plus élevé jamais enregistré : 77%, soit + 6 points en un an, alors même que ce score avait déjà progressé de 6 points entre 2019 et 2020.

Cette confiance envers les fruits et légumes frais est à nouveau principalement portée par **l'origine**

**des produits**, citée spontanément par 32% des Français comme le 1<sup>er</sup> facteur de réassurance, devant l'aspect des produits (24%) et la maîtrise de l'approvisionnement (23%).

**L'actualité 2021 : principalement marquée par les aléas climatiques et la hausse des prix...**

Les difficultés rencontrées par les producteurs en raison des intempéries survenues en 2021 ont cristallisé l'attention des Français. Il s'agit cette année du 1<sup>er</sup> sujet d'actualité restitué en spontané, comme en assisté :

> Interrogés sur les événements ou actualités concernant les fruits et légumes dont ils se souviennent depuis un an, 15% des répondants citent spontanément la baisse des productions dues à la sécheresse, au gel, ... (+ 11 points vs. 2020).

> En assisté, cette thématique déjà testée dans les dernières éditions du baromètre, émerge également davantage: 61% indiquent en avoir entendu parler en 2021 vs. 54% en 2020 ; soit + 7 points.

**Ainsi les aléas climatiques devancent désormais les traitements chimiques**, historiquement cités en 1<sup>er</sup> comme sujet d'actualité.

Juste derrière, le sujet de la hausse du prix des fruits et légumes frais est également davantage restitué qu'auparavant : 10% des répondants le citent spontanément vs. 3% en 2020.

On note d'ailleurs une baisse de la satisfaction des Français à ce sujet : 44% se disent satisfaits du prix des fruits et légumes frais contre 52% en 2020.

La perception d'une hausse des prix est d'ailleurs confirmée en déclaratif : 79% indiquent que le prix des fruits a augmenté en 2021 (vs. 71% en 2020) et 74% pour le prix des légumes (vs. 69% en 2020). A noter toutefois que cette perception de hausse des prix est généralisée à l'ensemble des produits frais qui ont été enquêtés.

Pour autant, seuls 4% des Français envisagent aujourd'hui de réduire en 1<sup>er</sup> cette dépense dans le contexte d'inflation actuel des prix.

**...tandis que les traitements chimiques, relayés au 2<sup>nd</sup> plan de l'actualité, génèrent moins d'inquiétudes.**

La présence à l'esprit des traitements chimiques est en diminution constante depuis 2019. Ainsi, seuls 7% les citent spontanément comme sujet d'actualité en 2021 contre 14% en 2020 et 24% en 2019.

De ce fait, et après avoir fortement baissé ces 2 dernières années, l'inquiétude des Français à ce sujet se maintient au niveau le plus bas jamais enregistré : 27% des répondants citent spontanément les traitements chimiques comme raison de non-confiance envers les fruits et légumes frais. En lien, **les craintes vis-à-vis des résidus de pesticides diminuent à nouveau** : 37% des Français se disent très inquiets en 2021 vs. 49% en 2018 (- 12 points en 3 ans).

**Un sentiment d'information stable et des Français en attente de plus d'informations sur la saisonnalité, à laquelle ils attachent beaucoup d'importance.**

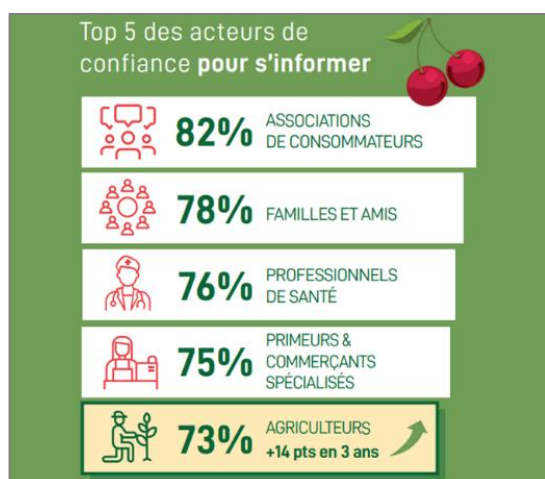
Après avoir progressé de 10 points entre 2019 et 2020, la part de Français ayant le sentiment d'être bien informés sur les fruits et légumes se maintient à un niveau de 62% en 2021.

Lorsque l'on interroge les Français sur les informations qu'ils souhaiteraient davantage avoir en point de vente, 59% citent les modes de production, suivis de près par la saisonnalité des produits (50%).

Le fait que les produits soient de saison demeure d'ailleurs le 1<sup>er</sup> critère de choix lors de l'achat de fruits et légumes frais, au même niveau que l'origine des produits.

**La notion de saisonnalité est en effet un élément important pour les Français** puisque plus de 3 sur 5 (63%) indiquent avoir déjà renoncé à un achat parce que le produit désiré n'était pas de saison.

Les primeurs et agriculteurs maintiennent leur position en haut du classement des acteurs de



confiance pour s'informer sur la catégorie.

Après avoir rejoint en 2020 les associations de consommateurs, l'entourage et les professionnels de santé, historiquement en tête des acteurs de confiance, **les primeurs et agriculteurs confirment leur place au sein du Top 5 des acteurs de confiance pour s'informer sur la catégorie.**

Bien plus bas dans le classement, la grande distribution parvient également à maintenir son niveau de 2020 ; année au cours de laquelle la confiance accordée à cet acteur avait progressé, du fait de son rôle clé pendant les périodes de confinement.

La visibilité du logo HVE progresse pour la 2ème année consécutive.

Le logo HVE, qui avait déjà vu sa notoriété progresser de 6 points entre 2019 et 2020, poursuit son installation : 29% des Français indiquent avoir déjà vu ce logo en 2021 (vs. 22% en 2020 ; + 7 points).

Si les labels et logos plus connus, tels qu'Agriculture Biologique ou Vergers écoresponsables, demeurent de solides facteurs de réassurance, on note toutefois un léger effritement de la confiance qui leur ait accordée. Dans le même temps, les allégations du type sans ou zéro résidu de pesticides, testées pour la 1ère fois dans le baromètre, présentent un fort

pouvoir de réassurance. Au près de ceux qui les ont déjà vu, 77% indiquent que ces allégations leur donnent davantage confiance dans les fruits et légumes.

### Pour conclure

La confiance envers les fruits et légumes frais se stabilise pour la 2<sup>e</sup> année consécutive au niveau élevé de 2019, avec une actualité principalement marquée par les aléas climatiques, relayant les traitements chimiques au 2<sup>nd</sup> plan. Le repli de l'actualité et des craintes à ce sujet se poursuit : en atteste le niveau d'inquiétudes vis-à-vis des résidus de pesticides à son plus bas niveau.



Rédaction : CSA / Interfel / FranceAgriMer

Ont contribué à ce numéro : unité Filières spécialisées / service Analyse économique des filières

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](http://www.franceagrimer.fr)

FranceAgriMer  
@FranceAgriMerFR