

Paris, le 26 février 2024

COMMUNIQUE DE PRESSE

BAROMETRE DE CONFIANCE ENVERS LES FRUITS ET LEGUMES FRAIS ENQUETE 2023

Une confiance des consommateurs bien ancrée

Avec + 4,9 % d'après l'INSEE, l'inflation des produits de la vie courante s'est poursuivie en 2023, entraînant des changements durables dans le comportement d'achat des Français depuis 2 ans. A l'occasion du Salon international de l'agriculture (SIA), Interfel, l'Interprofession des fruits et légumes frais et FranceAgriMer ont présenté le 26 février 2024, lors d'une conférence de presse, les résultats du baromètre de confiance 2023 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 quelles sont les sources d'inquiétudes et quels sont 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, 1 006 individus, âgés de 18 ans et plus, représentatifs de la population française ont été interrogés du 23 novembre au 1^{er} décembre 2023.

Une confiance bien ancrée à l'égard des fruits et légumes frais sur les quatre dernières années

Auprès des Français, les produits frais se maintiennent **en première position (96 % de confiance)** au sein de l'univers alimentaire - devant les produits surgelés (88 %), les conserves (86 %) et les plats cuisinés (56 %). **En 2023, 94 % des Français indiquent avoir confiance dans les fruits et légumes frais** ; un indicateur de confiance qui reste stable pour la 4^e année consécutive et positionne les fruits et légumes au même niveau que le pain. Cette confiance repose essentiellement sur l'origine des produits, 1^{er} facteur de réassurance cité spontanément par **3 Français sur 10 (30 %)**, suivi par **l'aspect des produits (26 %)** et enfin la **maîtrise de l'approvisionnement (21 %)** - achat chez des acteurs jugés de confiance ou encore achat de produits de saison... **Comme pour l'indicateur de confiance, la satisfaction globale envers les fruits et légumes se maintient à un niveau élevé (82 %).**

Un maintien du TOP 5 des acteurs de confiance pour s'informer sur les fruits et légumes frais

Le TOP 5 des acteurs de confiance reste identique par rapport à 2022 :

- ✓ 1^{er} : les associations de consommateurs, historiquement en tête ;
- ✓ 2^e : les professionnels de santé, la famille/les amis et les primeurs/commerçants ;
- ✓ 3^e : Les agriculteurs (ex aequo avec les scientifiques).

Contexte inflationniste : les Français davantage attentifs au prix des fruits et légumes depuis 2 ans

On note une attention accrue au niveau du prix des fruits et légumes, positionnant à nouveau ce critère **au 2^e rang des critères d'achat**, avec **44% (+ 13 points en 2 ans)** des Français qui le considèrent comme déterminant dans leur acte d'achat, derrière la saisonnalité et la provenance ou l'origine du produit. Malgré ce contexte, les Français restent fortement attachés à la consommation de fruits et légumes : 85% indiquent que « manger au moins 5 portions de fruits et légumes par jour est essentiel ou important ».

Inflation et « Glissement de gamme » : poursuite des comportements d'achats mis en place en 2022 avec une attention un peu plus marquée sur le prix des fruits et légumes

Pour maîtriser leur budget, les Français maintiennent leurs actions mises en place depuis 2022. En effet, **70 % (+4 points) des Français** indiquent comparer davantage les prix des fruits et légumes entre et au sein d'un même **point de vente**.

Autre stratégie, les Français opèrent 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 (**50 %, stable par rapport à 2022**).

Enfin, **47 %** indiquent également **acheter davantage de fruits et légumes qu'ils considèrent de saison**.

Les Français, plus particulièrement les jeunes, sensibles à la thématique du changement climatique

Les Français prennent conscience de l'impact du changement climatique à plus long terme : en effet, 9 Français sur 10 pensent que notre alimentation va changer dans le futur en raison de ce phénomène, dont 60 % fortement et 21 % très fortement. Ce résultat est encore plus élevé chez les jeunes âgés de 18 à 24 ans : 73 % pensent qu'elle changera fortement et, 40 %, très fortement. Ainsi, 61 % des Français se disent prêts à consommer davantage d'aliments d'origine végétale en raison du changement climatique, avec une prédominance chez les jeunes de 18-24 ans (82 %) et 25-34 ans (77 %).

En conclusion, cette 10^e édition du baromètre de confiance montre à quel point les Français gardent un très bon niveau de confiance, une très forte satisfaction et un fort attachement envers les fruits et légumes frais ; en atteste la part élevée de Français pour qui il est important d'en consommer au moins 5 quotidiennement. Et, pour continuer d'en consommer dans un contexte d'inflation globale, les Français adoptent des comportements stratégiques d'achat.

Pour consulter la synthèse de ce baromètre : [Lire ici](#)

Pour consulter l'infographie de ce baromètre : [Lire ici](#)

Source : Baromètre de confiance envers les fruits et légumes frais, enquête menée par l'institut CSA auprès d'un échantillon de 1 006 individus représentatifs de la population française (23 novembre au 1^{er} décembre 2023) pour FranceAgriMer et Interfel.

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