

Contexte et objectifs

Bien que l'inflation globale ait ralenti en 2024 (+ 2,0 % contre + 4,9 % en 2023 et + 5,2 % en 2022 d'après l'INSEE), l'année 2024 a été à nouveau marquée par une relative inquiétude des Français concernant leur pouvoir d'achat. L'instabilité politique et économique ont en effet maintenu un climat d'incertitude poussant les Français à rester vigilants quant à leurs dépenses.

L'année 2024 a également été marquée par la forte mobilisation des agriculteurs, qui ont organisé des manifestations et blocages routiers afin de faire entendre leurs revendications.

C'est dans ce contexte particulier qu'Interfel et FranceAgriMer ont réalisé leur 11^{ème} mesure du baromètre de confiance envers les fruits et légumes frais dont les objectifs sont de :

1. **Mesurer et suivre dans le temps l'évolution de la confiance, des facteurs de réassurance et des sources d'inquiétudes associées à la consommation de fruits et légumes frais ;**
2. **Évaluer l'impact de l'actualité sur la filière et les comportements d'achat et de consommation.**

Méthodologie de l'étude

L'institut d'études CSA a réalisé une enquête en ligne du 21 au 29 novembre 2024, auprès d'un échantillon représentatif de 1 009 Français âgés de 18 ans et plus.

Principaux Résultats

Toujours une grande confiance des Français envers les fruits et légumes frais.

Comme observé depuis plusieurs mesures, la confiance envers les produits frais reste élevée et supérieure à celle des autres univers produits (produits surgelés, conserves et plats cuisinés).

4 Français sur 10 (40 %) ont tout à fait confiance dans les produits frais ; un score stable par rapport à 2023.

Au sein de cet univers, les fruits et légumes arrivent toujours en tête, avec un niveau de confiance élevé et stable pour la 5^{ème} année consécutive.

Plus de 9 Français sur 10 (93 %) ont confiance dans cette catégorie de produits frais, dont 35 % ont tout

à fait confiance. Un très bon niveau de confiance, qui les positionne ex-aequo avec le pain (92 % dont 38 % ont tout à fait confiance).

La part de Français déclarant avoir **autant** confiance qu'avant envers les fruits et légumes frais atteste de ce maintien. Ils sont toujours 3 Français sur 4 (76 %) à indiquer avoir autant confiance qu'avant ; un niveau également similaire à l'an dernier (75 %).

Cette grande confiance est à nouveau principalement portée par l'origine des produits, citée spontanément comme le premier facteur de réassurance par 33 % des répondants.

Il est suivi par les mentions sur l'aspect des produits (26 %) et la maîtrise de l'approvisionnement (17 %). Notons toutefois que ce facteur s'effrite depuis 2020 (- 9 points en 4 ans), notamment en raison d'un recul des mentions relatives aux achats chez des acteurs de confiance. Cela n'a pas d'impact toutefois sur le classement des facteurs de réassurance.

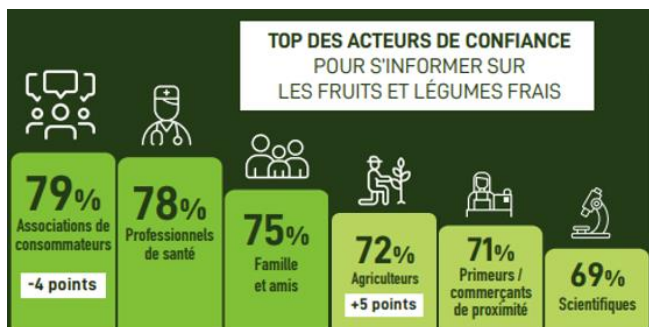
Par ailleurs, les Français restent très attachés à la catégorie. Près de 9 sur 10 (85 %) indiquent qu'il est important ou essentiel de manger au moins 5 portions de fruits et légumes par jour.

Quelques changements cette année dans le top des acteurs de confiance.

Si les associations de consommateurs sont à nouveau en tête des acteurs de confiance pour s'informer sur les fruits et légumes frais, la confiance qui leur est accordée s'effrite. En effet, ils perdent - 4 points, ce qui les positionne désormais premiers ex-aequo avec les professionnels de santé et la famille / les amis.

On retrouve sur la deuxième marche du podium 3 autres acteurs ex-aequo, parmi lesquels les agriculteurs qui bénéficient d'un regain de confiance.

Ils retrouvent en effet leur niveau d'il y a 2 ans, après avoir perdu - 6 points entre 2022 et 2023. 72 % des Français accordent leur confiance aux agriculteurs, ce qui les positionne ex-aequo avec les primeurs / commerçants de proximité et les scientifiques (dont les scores se maintiennent aux niveaux de l'an dernier).



Par ailleurs, toujours en matière d'information, **54 % des Français indiquent avoir le sentiment d'être suffisamment bien informés sur les fruits et légumes frais** (production, qualité, traçabilité, apport nutritionnel, provenance, saisonnalité...). Cet indicateur se maintient en 2024 après avoir décroché de - 7 points entre 2022 et 2023.

La mobilisation agricole a retenu l'attention des Français qui soutiennent le mouvement.

Les difficultés rencontrées par les producteurs et plus largement la mobilisation des agriculteurs sont les premiers sujets d'actualité mentionnés par les Français :

- Interrogés sur les événements ou actualités concernant les fruits et légumes dont ils se souviennent depuis un an, **22 % des Français citent spontanément les difficultés des producteurs contre 14 % en 2023** ; soit + 8 points en un an.
- Sur une liste d'actualités, **la mobilisation des agriculteurs se positionne en tête** avec près de 2 Français sur 3 (64 %) indiquant en avoir entendu parler.

S'agissant de cette mobilisation, la majorité des Français (87 %) estime qu'elle est légitime. Ils manifestent même un fort engouement à ce sujet pour la moitié d'entre eux : 50 % se positionnent sur la modalité « oui, tout à fait légitime ».

Aussi, quand on les interroge sur les raisons de cette mobilisation agricole, 22 % restituent spontanément la faible rémunération des agriculteurs. On retrouve ensuite les mentions en lien avec la provenance des produits agricoles : les accords du Mercosur/le libre-échange (21 %) ou encore les différences entre les normes des produits importés et français (15 %).

Ce contexte de mobilisation agricole semble avoir réveillé certains sujets, sources d'inquiétudes pour les Français.

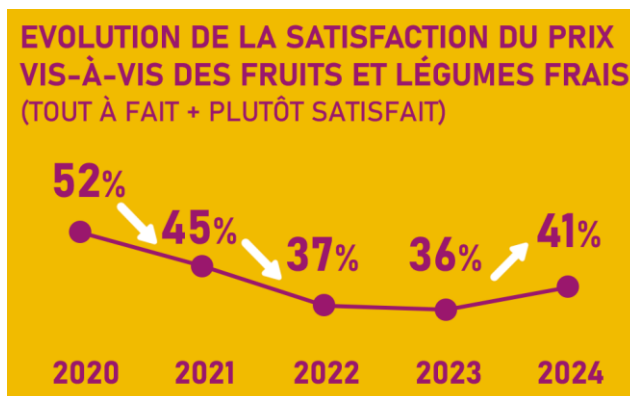
Cette actualité a mis indirectement l'accent sur la provenance des produits. On constate cette année une hausse des inquiétudes concernant l'origine / le manque de traçabilité des fruits et légumes frais, alors même que cet indicateur était en recul ou stable depuis plusieurs mesures.

Près de 3 Français sur 10 (28 %) citent spontanément l'origine / le manque de traçabilité des fruits et légumes frais comme l'une des raisons principales de non-confiance envers les fruits et légumes frais (+ 7 points par rapport à 2023). Cette progression est confirmée quand une liste d'inquiétudes est présentée aux répondants.

En sus, cette situation semble également avoir un impact sur les préoccupations vis-à-vis des résidus de pesticides. Cette année, **41 % des Français se déclarent très inquiets vis-à-vis des résidus de pesticides**, là où ils étaient 34 % en 2023. Pour autant, **ce niveau reste en deçà de celui enregistré en 2018**, où la part de très inquiets atteignait 49 %.

Après 3 années d'inflation, les Français ont bien perçu le ralentissement des prix à la consommation.

Cette année, le prix cristallise moins l'attention des Français. On constate pour la première fois depuis 2021, **un recul des mentions relatives aux prix élevés dans les actualités restituées spontanément** autour des fruits et légumes frais (8 % en 2024 vs. 14 % en 2023).



Dans le même temps, **la part de Français satisfaits du prix des fruits et légumes frais progresse significativement de + 5 points**, après avoir baissé à plusieurs reprises depuis 2020.

Les Français ont en effet perçu le ralentissement des prix à la consommation puisque la perception de l'augmentation des prix est cette année en recul pour l'ensemble des produits frais, fruits et légumes inclus.

En conséquence, la part de Français indiquant réduire leurs dépenses alimentaires de produits frais diminue par rapport à 2023. C'est notamment vrai pour les fruits et légumes frais : 20 % indiquent avoir réduit leurs dépenses en 2024 sur cette catégorie, alors qu'ils étaient 25 % l'an dernier.

Autre signal positif : le « glissement de gamme », c'est-à-dire notamment le fait d'acheter moins de fruits et légumes avec labels/logos ou d'origine France/locale, devrait se stabiliser en 2025. En effet, auprès des consommateurs ayant réduit ce type d'achat depuis le début de l'inflation des prix en 2021 (62 % des Français), 90 % envisagent de maintenir ou reprendre leurs achats de fruits et légumes avec labels/logos ou d'origine France/locale au cours de l'année à venir.

Soulignons que les **labels et logos restent un gage de confiance auprès des consommateurs**. On retrouve d'ailleurs dans le TOP 3 des labels/logos qui donnent davantage confiance à l'égard des fruits et légumes frais, les allégations du type sans ou zéro résidu de pesticides (75 %) puis les logos Vergers écoresponsables (71 %) et fruits et légumes de France (67 %).

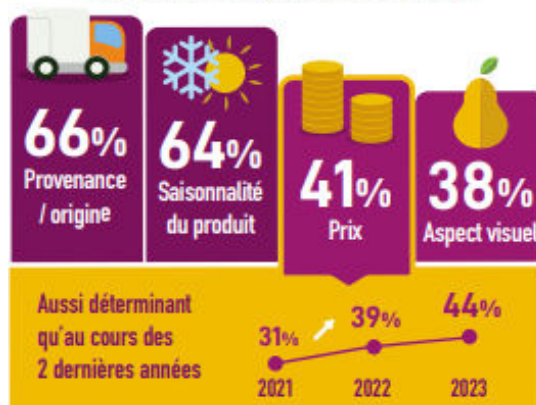
Cependant, les Français restent attentifs aux prix et ne sont pas encore enclins à reprendre leurs anciennes habitudes.

Si le **prix** est moins restitué spontanément dans les actualités autour des fruits et légumes frais, il n'en reste pas moins **un critère auquel les Français restent attentifs lors de leurs achats**.

Pour la 3^{ème} année consécutive, **le prix se positionne à la seconde place du classement des critères de choix lors des achats de fruits et légumes frais**, derrière la provenance / origine et la saisonnalité (1^{er} ex-aequo). Le critère prix reste ainsi aussi

déterminant qu'au cours des 2 dernières années. Pour rappel, c'est entre 2021 et 2022 que celui-ci avait pris de l'ampleur en progressant de + 8 points.

TOP DES CRITÈRES D'ACHAT



Ainsi, malgré des signes positifs, la consommation quotidienne déclarée de fruits et légumes frais ne repart toujours pas à la hausse : elle se maintient aux niveaux de 2022 et 2023. 54 % des Français déclarent en consommer tous les jours.

Pour conclure

Dans cette 11^{ème} mesure du baromètre, les fruits et légumes frais bénéficient une nouvelle fois d'une forte confiance, malgré le réveil de certaines inquiétudes concernant l'origine / le manque de traçabilité et les résidus de pesticides ; des hausses qui semblent être en lien avec le contexte de forte mobilisation agricole. Par ailleurs, un quart des Français (26 %) déclarent être également très inquiets de l'impact du climat sur l'offre de fruits et légumes disponible (+ 5 points vs. 2023).

Sur le plan du pouvoir d'achat, on relève des signaux positifs pour les fruits et légumes frais : une hausse de la satisfaction du prix, un ralentissement de la part des Français indiquant limiter leur consommation en 2024 et une stabilisation du « glissement de gamme » projetée pour 2025. Néanmoins, nous sommes encore loin de la situation de 2020/2021 avec des Français qui demeurent très vigilants quant à l'avenir.

Étude réalisée par l'Institut CSA Research pour Interfel et FranceAgriMer.

Renseignements :

- d.miladinovic@interfel.com

- nollan.rioual-puget@franceagrimer.fr

Retrouvez nos publications sur :

<https://www.interfel.com/services/documentation>

