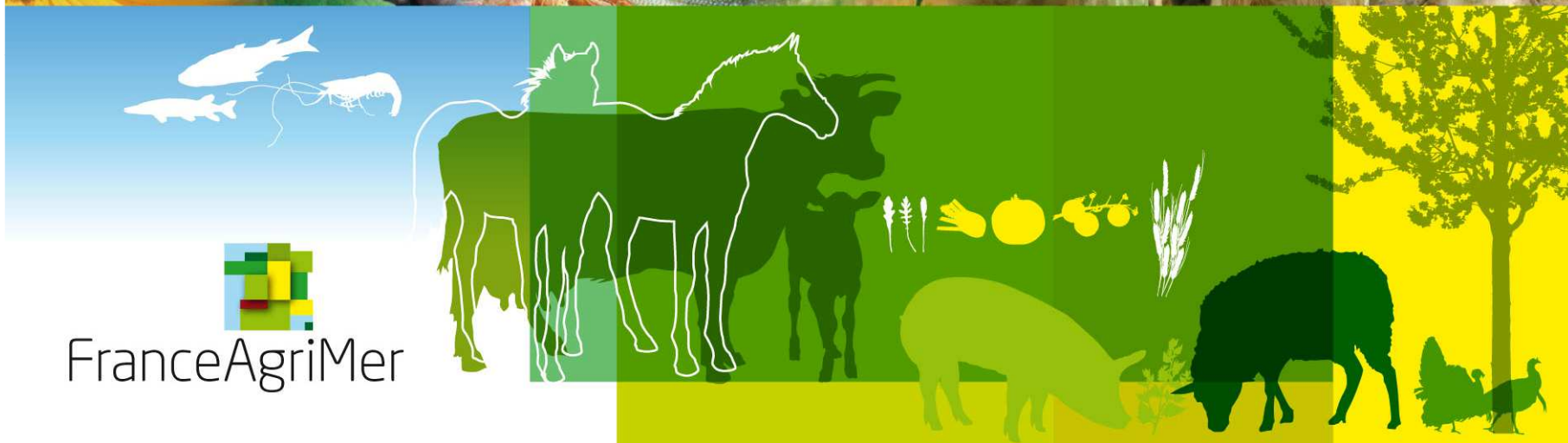


CÉRÉALES /
FRUITS ET LÉGUMES /
HORTICULTURE /
LAIT /
OLÉO-PROTÉAGINEUX /
PÊCHE ET AQUACULTURE /
PLANTES À PARFUM, AROMATIQUES ET MÉDICINALES /
SUCRE /
VIANDES BLANCHES /
VIANDES ROUGES /
VINS /

FranceAgriMer




FranceAgriMer

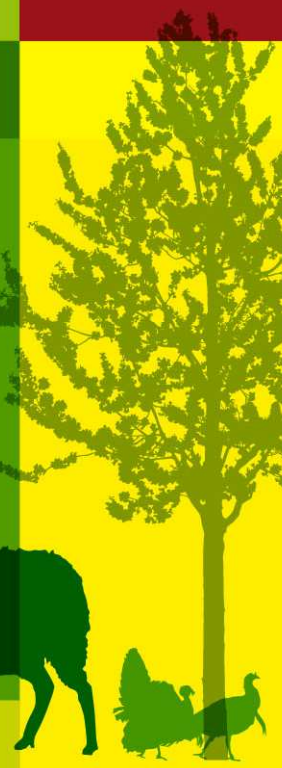
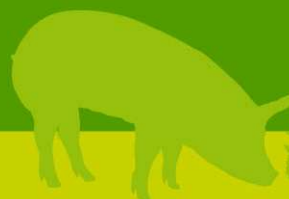
Fruits et légumes :

Evolutions et tendances de consommation

Caroline Blot

17 janvier 2012

SIVAL





Sommaire

- Les tendances de consommation
- Les attentes des consommateurs



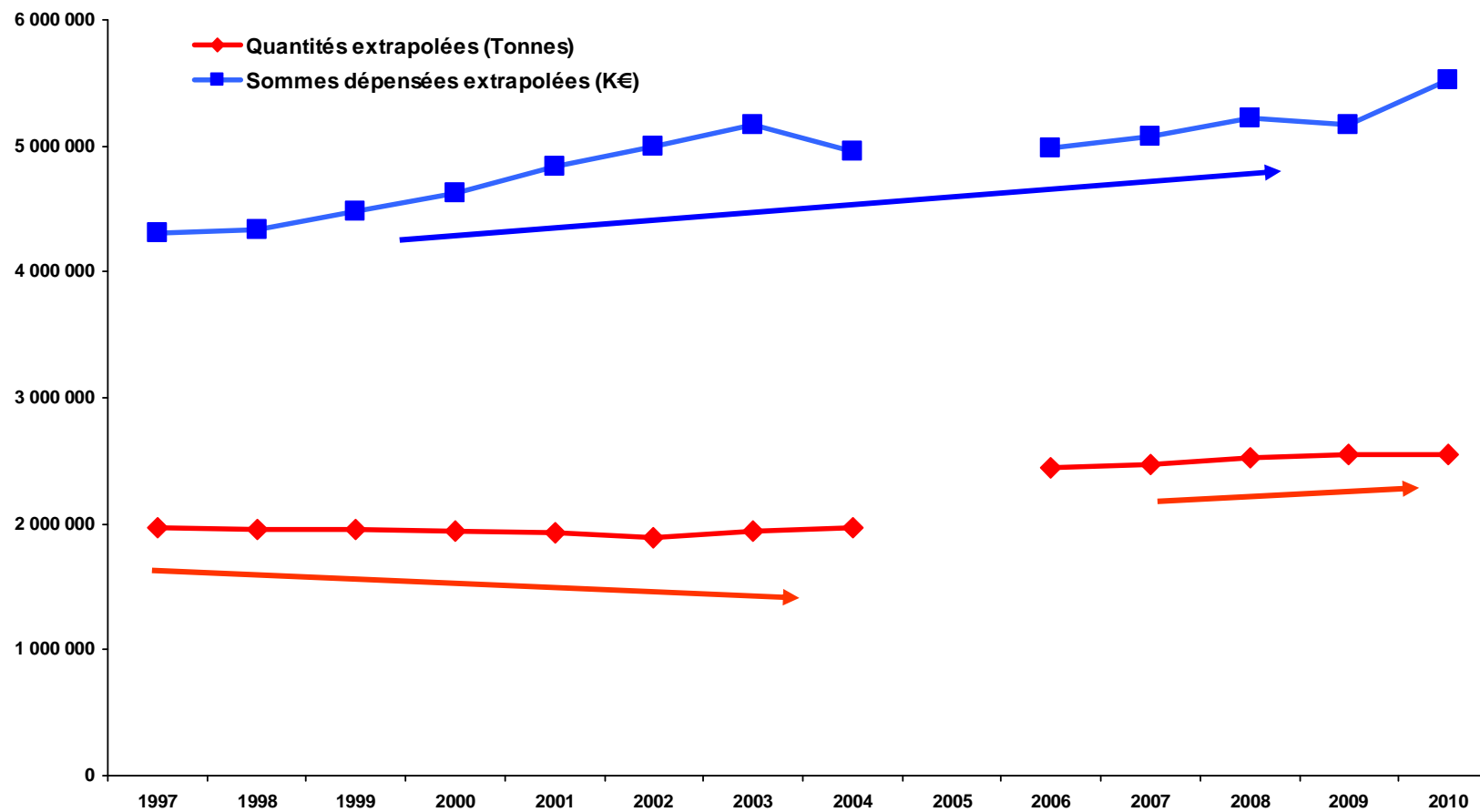
Sommaire

- Les tendances de consommation :

Les évolutions de consommation en fruits et légumes

Consommation à domicile

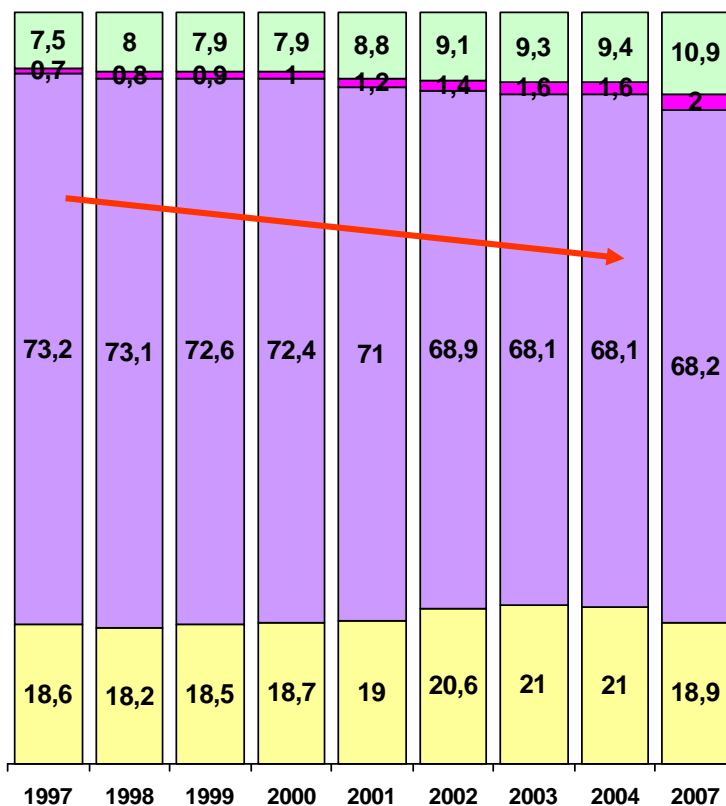
TOTAL LEGUMES FRAIS ET TRANSFORMES (hors PDT)



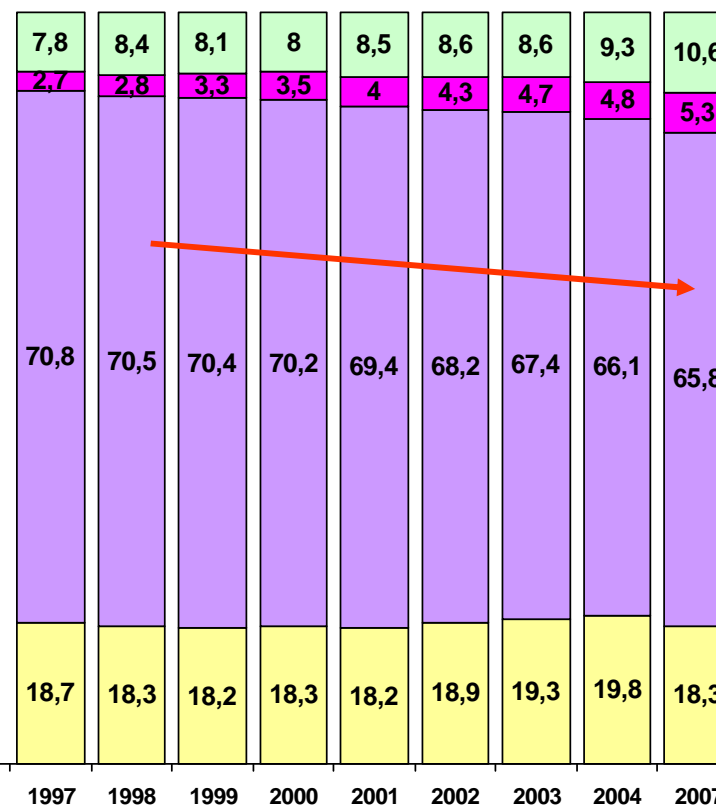
Source : Kantar Worldpanel

Les légumes frais contribuent le plus à la baisse des achats de Légumes

Part de marché volume



Part de marché valeur

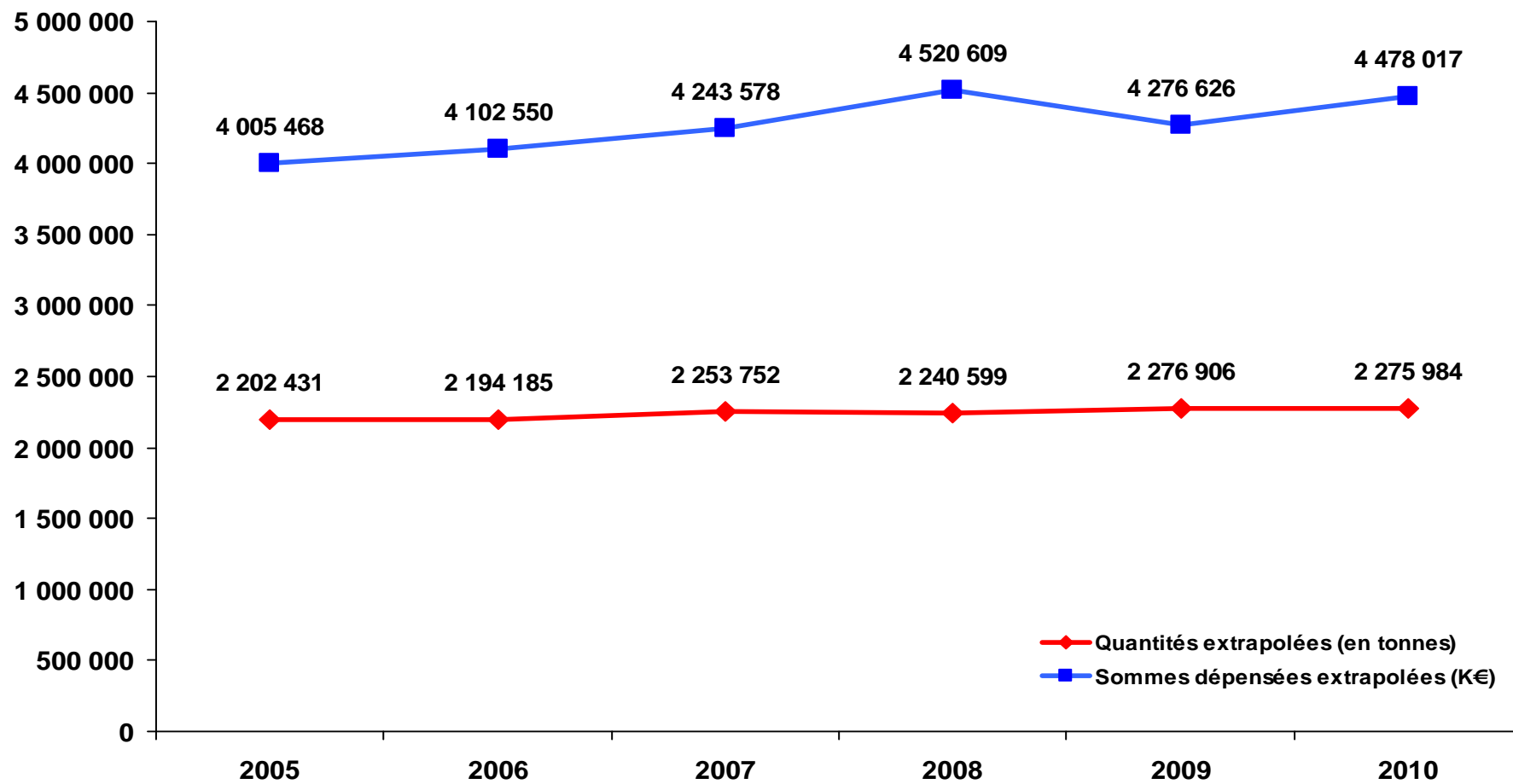


■ LEG APPERTISES
 ■ LEGUMES FRAIS
 ■ 4EME GAMME
 ■ LEG SURGELES

Source : Kantar Worldpanel

Consommation à domicile

TOTAL FRUITS FRAIS



◆ Quantités extrapolées (en tonnes)
 ■ Sommes dépensées extrapolées (K€)

Source : Kantar Worldpanel



Les tendances de consommation



LES GRANDES TENDANCES

NUTRITION

/ SANTE

/ FORME



NATURALITE



PLAISIR

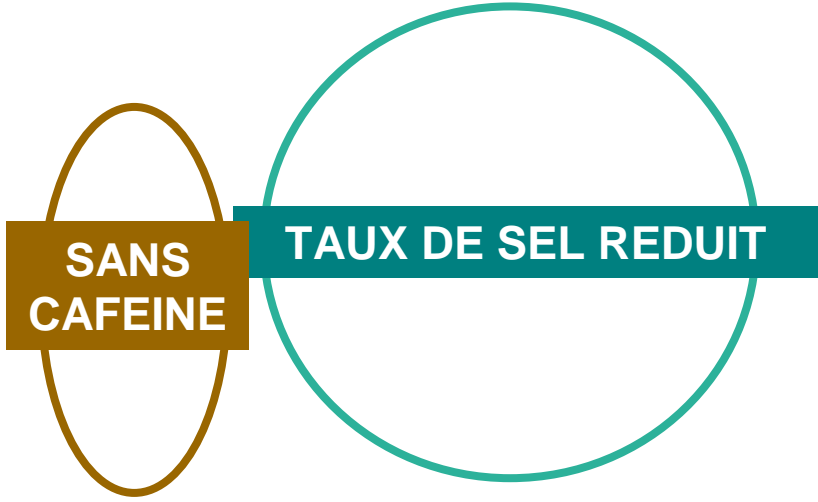
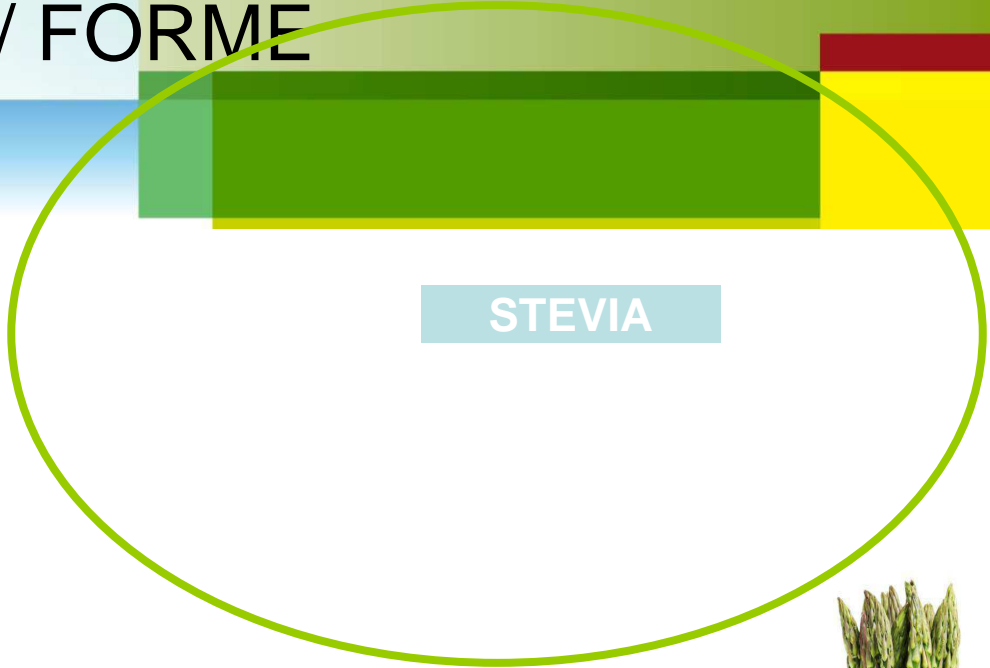
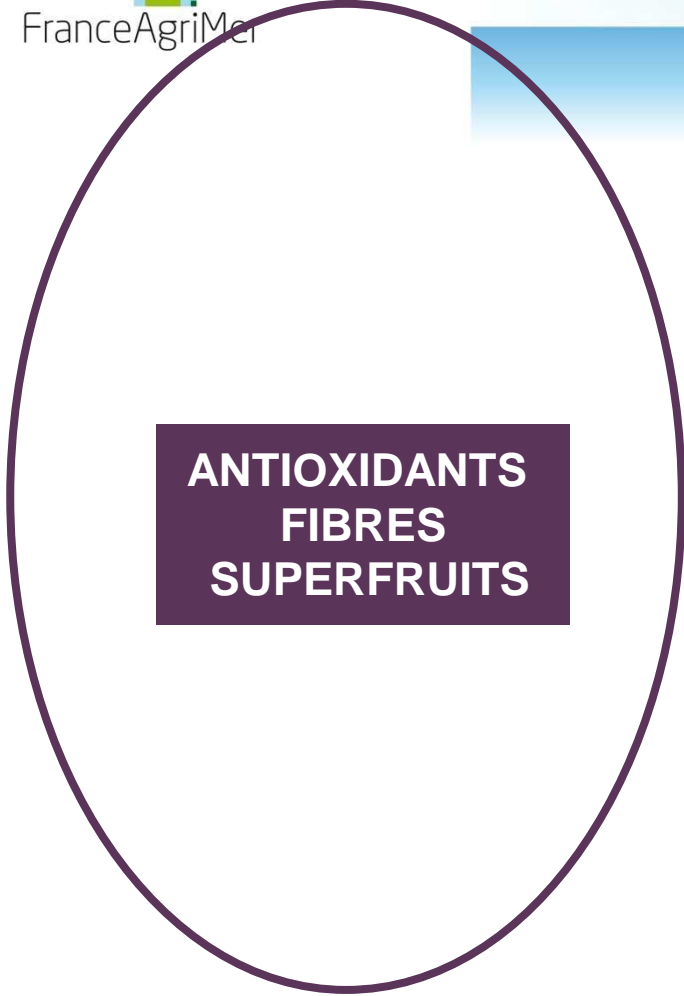


PRATICITE



NUTRITION / SANTE / FORME

FranceAgriMer



DES CONSOMMATEURS SOUCIEUX DE LEUR SANTÉ

L'ERE DU MANGER MIEUX...CONSCIENT DE
L'IMPACT DE LEUR ALIMENTATION SUR LEUR
SANTÉ

81 % des français jugent « que
l'alimentation joue un rôle important
sur la santé ».

80 % « Sont inquiets des résidus de
pesticides présents dans les fruits,
légumes et céréales »

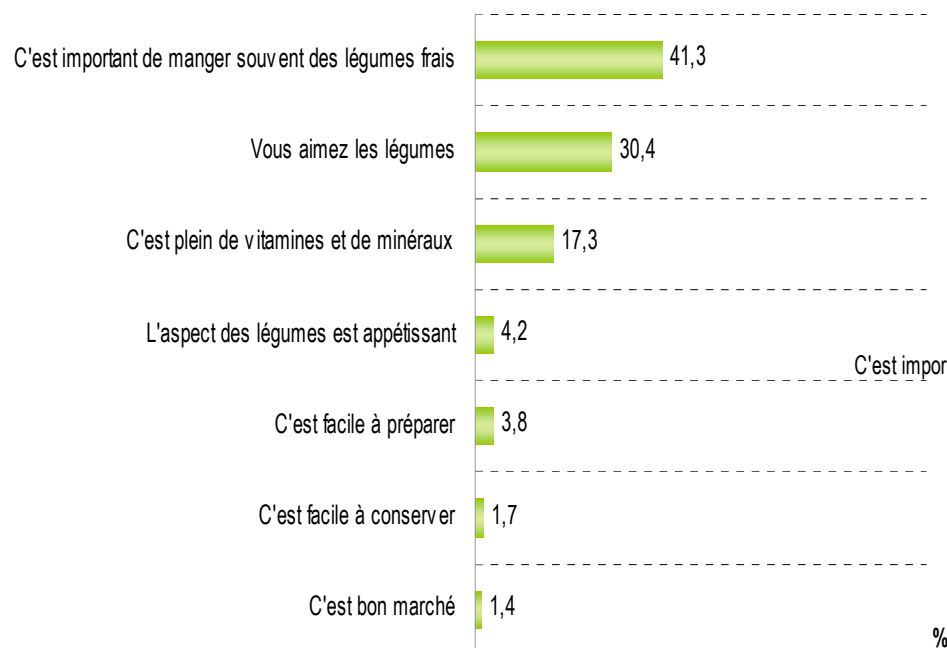
76 % Essaient d'éviter d'acheter des
produits avec OGM



Pourcentages de Français déclarant acheter des légumes frais pour ces diverses raisons

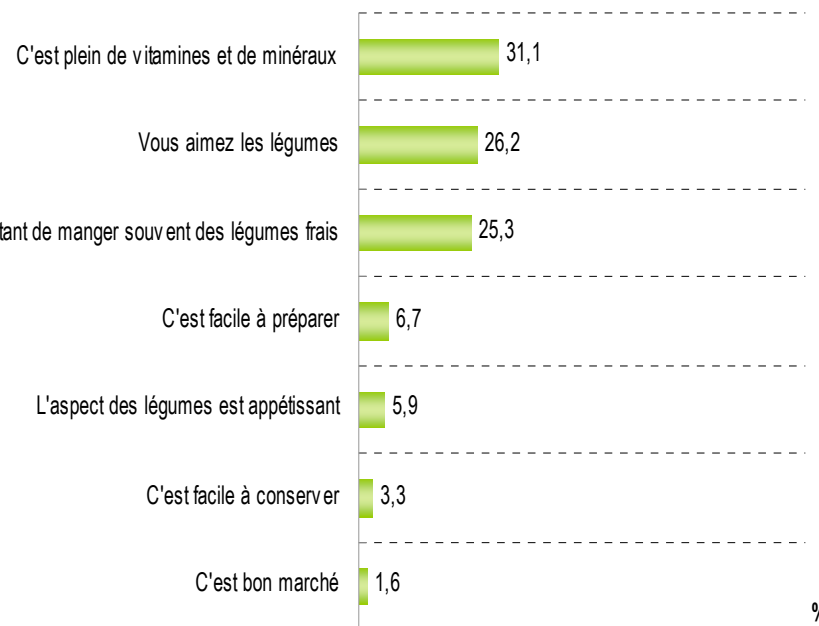
Questions : Pour quelles raisons principales achetez-vous souvent des légumes frais ?

Base : 878 individus âgés de 18 ans et plus achetant souvent des légumes frais



Première raison

Seconde raison

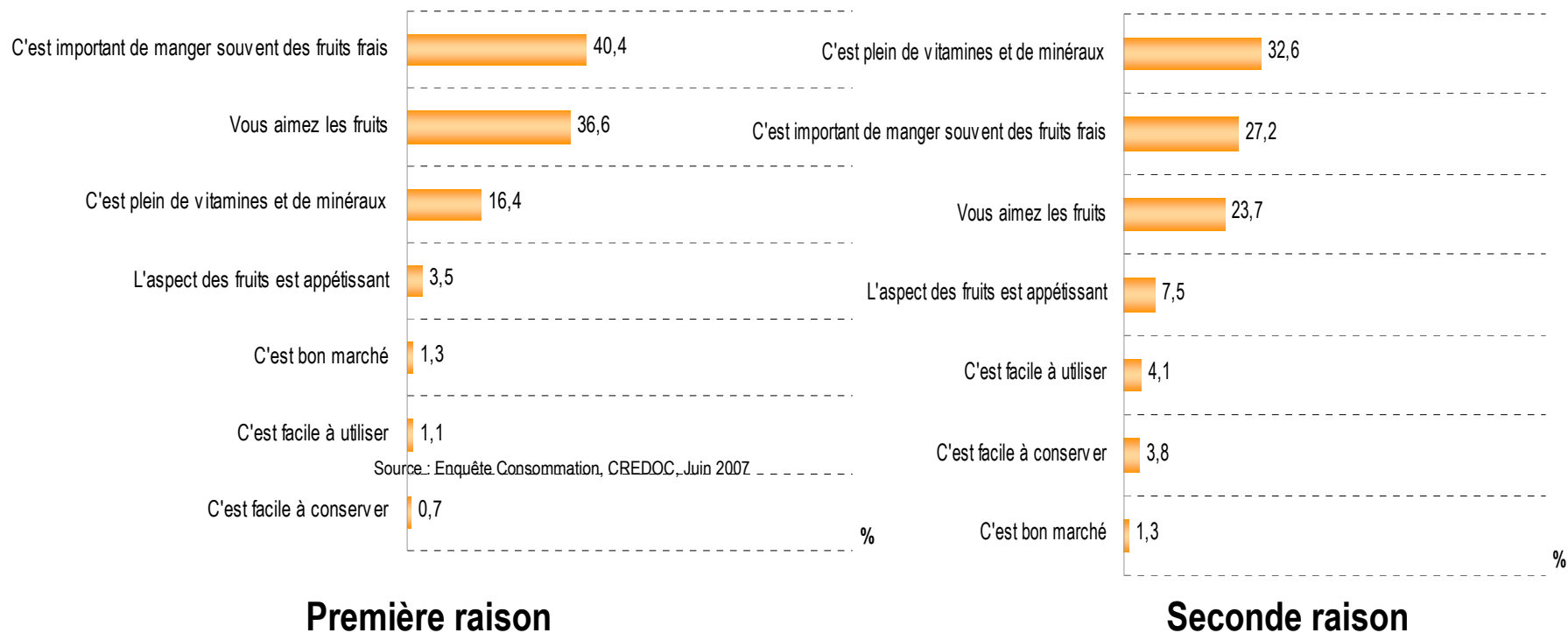


Facteurs structurels: très forte image santé, avant le plaisir et le goût

Pourcentages de Français déclarant acheter des fruits frais pour ces diverses raisons

Questions : Pour quelles raisons principales achetez-vous souvent des fruits frais ?

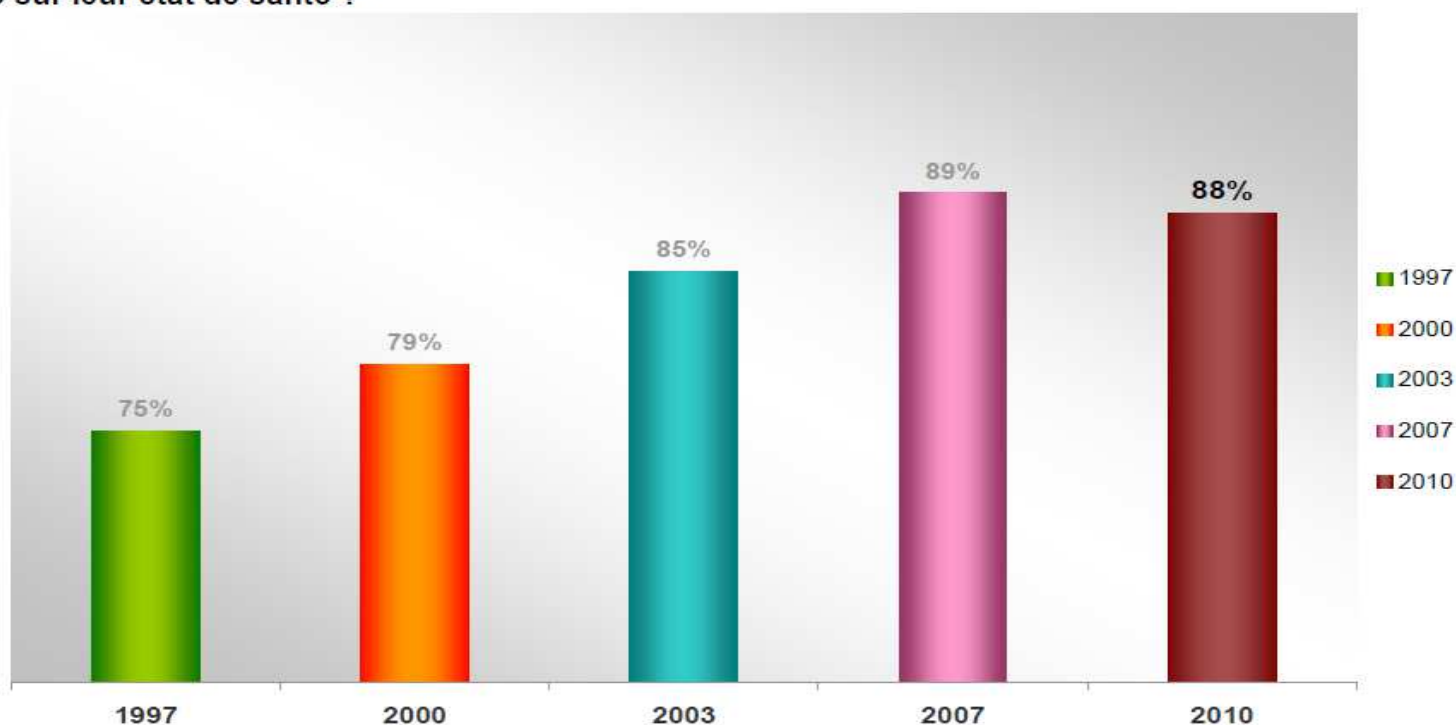
Base : 926 individus âgés de 18 ans et plus achetant souvent des fruits frais



Les gros consommateurs de fruits et légumes sont plus préoccupés par leur santé

Stabilisation de la prise de conscience que la santé passe par l'alimentation

Pensez-vous que la manière dont les personnes de votre foyer (y compris vous-même) mangent a une influence sur leur état de santé ?



98

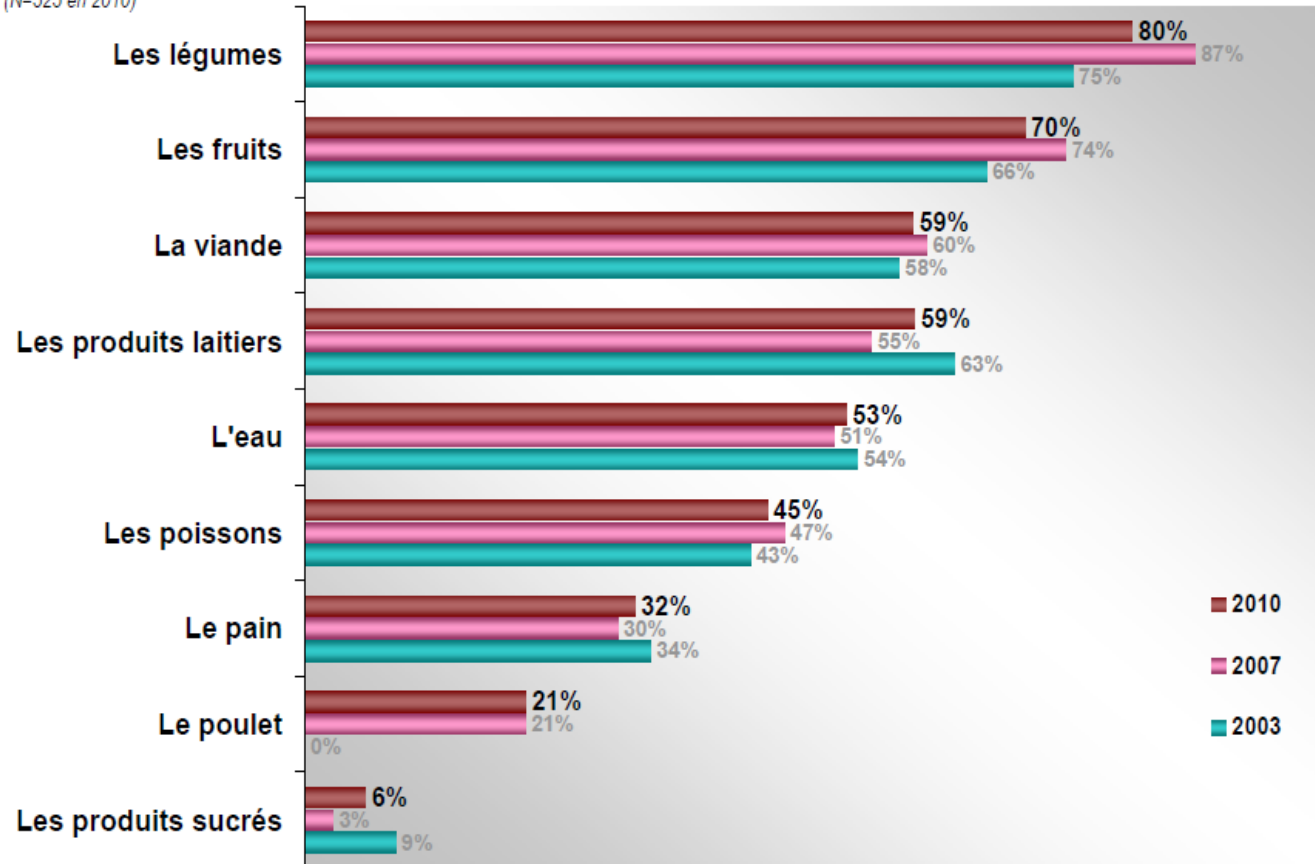
Source : CRÉDOC, Enquêtes CAF 1988, 1997, 2000, CCAF 2004, 2007 et 2010



Le message du PNNS sur les F&L a été le mieux entendu

Quel aliment faut-il privilégier pour avoir une bonne alimentation ?

Base : Enfants (N=525 en 2010)

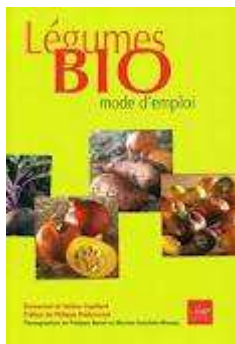


122

Source : CRÉDOC, Enquêtes CCAF 2004, 2007 et 2010



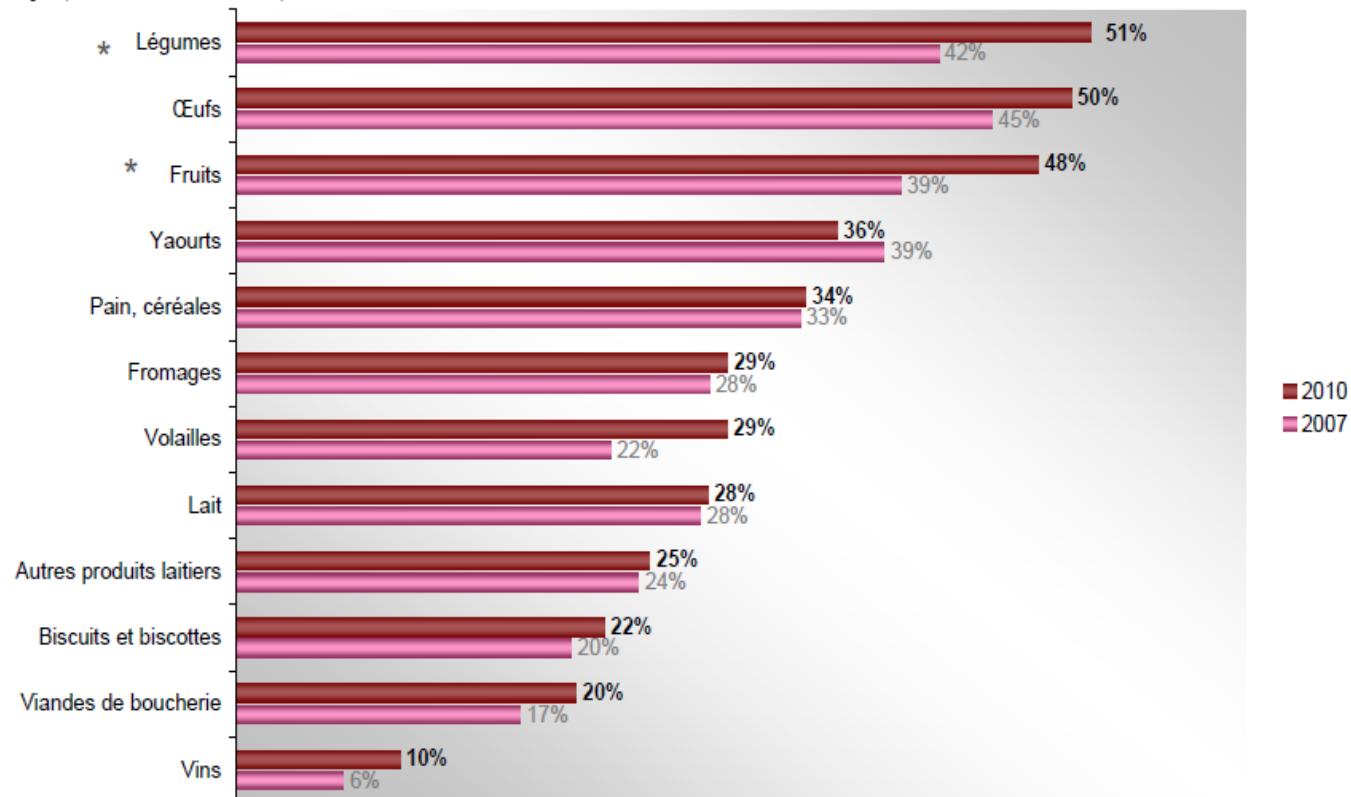
NATURALITE / ECOLOGIE



Fortes hausses de l'achat de fruits, légumes, œufs et volailles bio

Produits bio achetés (Réponses « systématiquement » + « de temps en temps »)

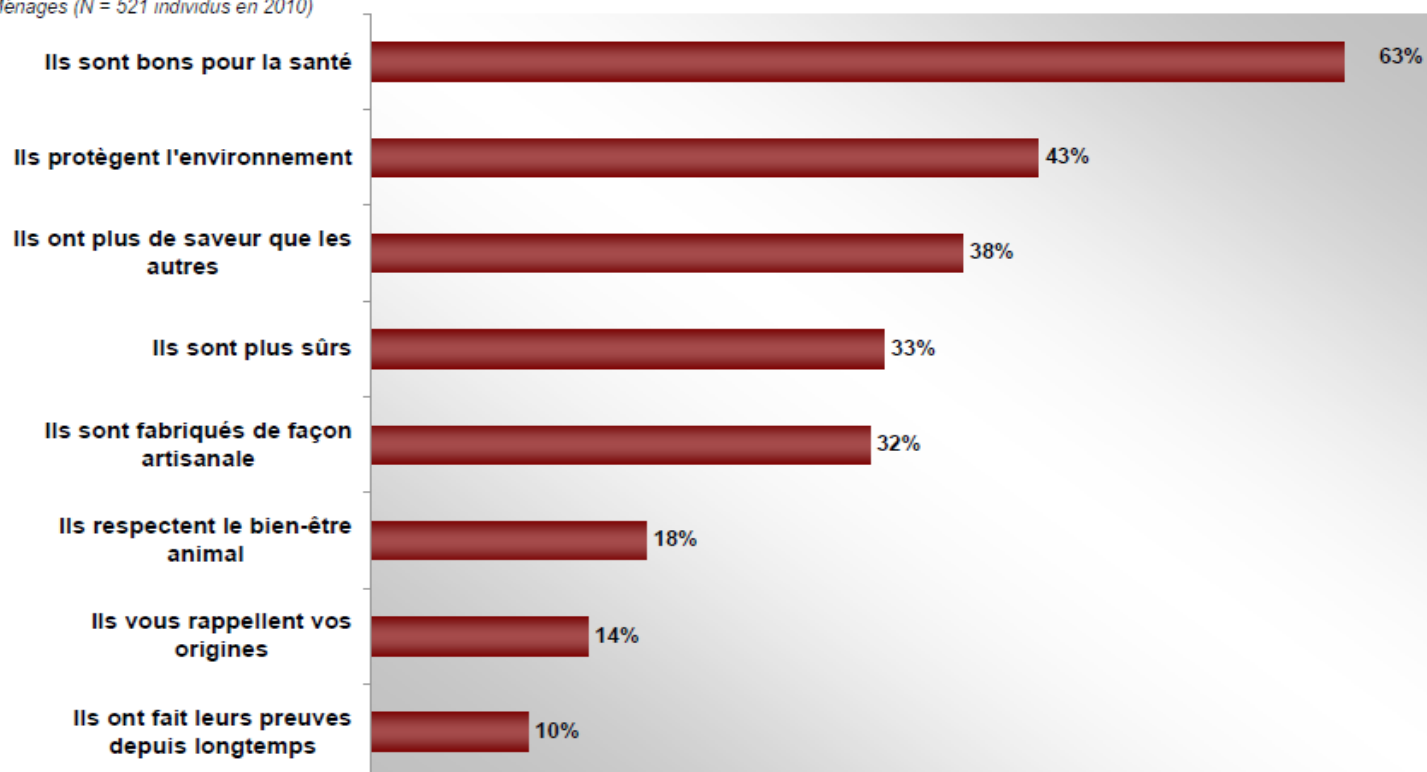
Base : Ménages (N = 521 individus en 2010)



Consommer des produits bios parce qu'ils sont bons pour la santé et parce qu'ils protègent l'environnement

Pour quelles raisons consomme-t-on chez vous des produits bios ?

Base : Ménages (N = 521 individus en 2010)



PRATICITE



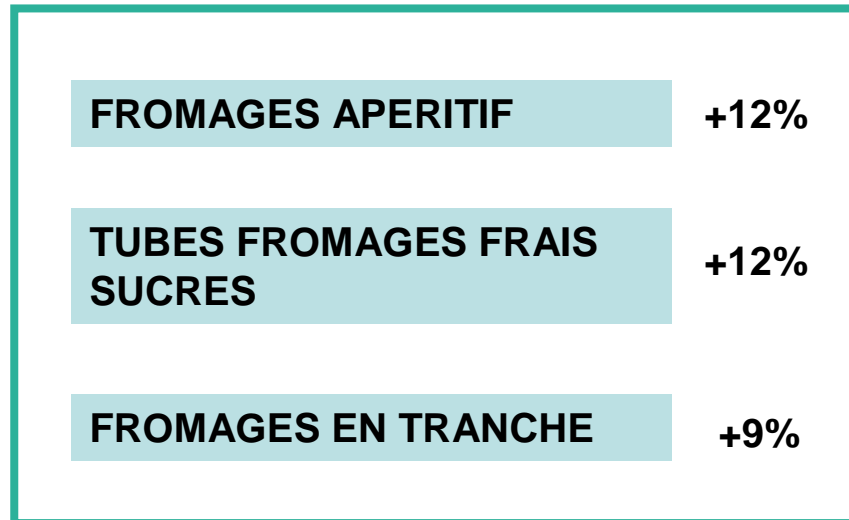
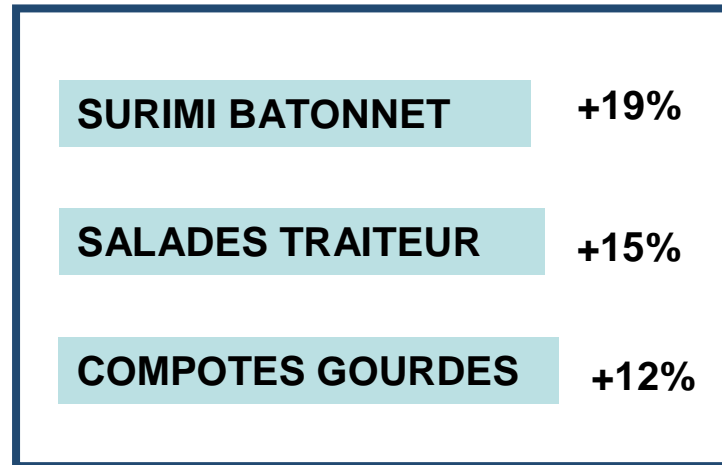
SNACKING



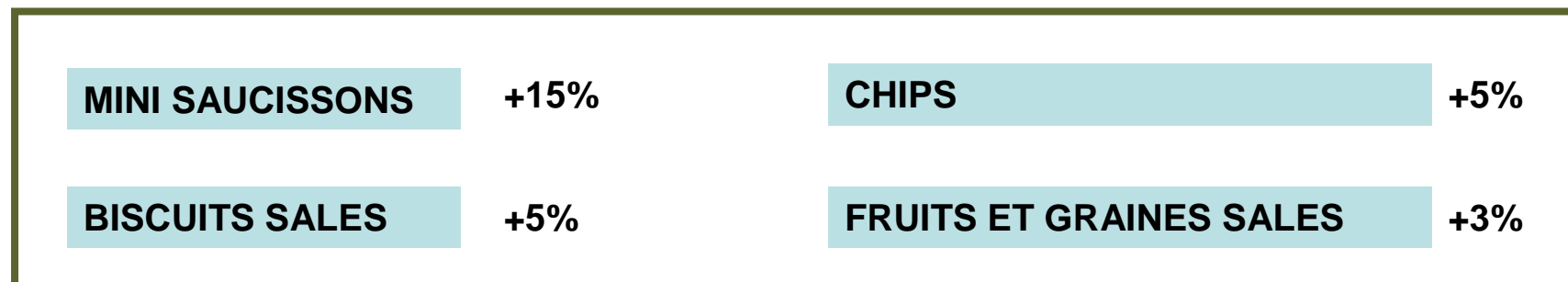
JE CUISINE MOI-MEME
MAIS RAPIDEMENT

LES PLUS DYNAMIQUES : DES MARCHES QUI RECRUTENT ET FIDELISENT

Les snacks fromagers



Les snacks ambiants salés



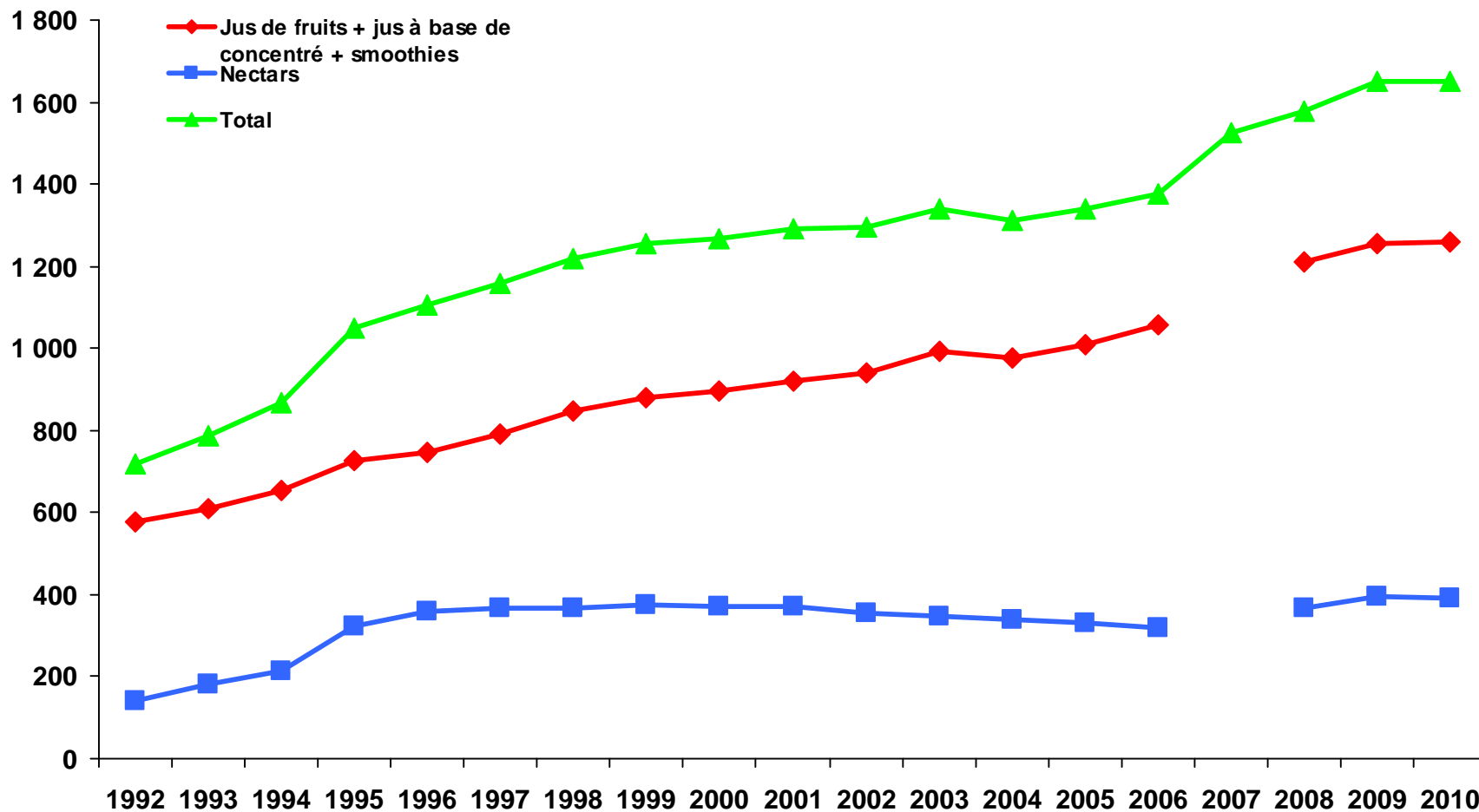
Source : Kantar Worldpanel TOTAL PGC-FLS – TOUS CIRCUITS – CAM 1T 2011 vs CAM 1T 2010



FranceAgriMer

CONSOMMATION JUS DE FRUITS ET NECTARS EN FRANCE

Millions de litres



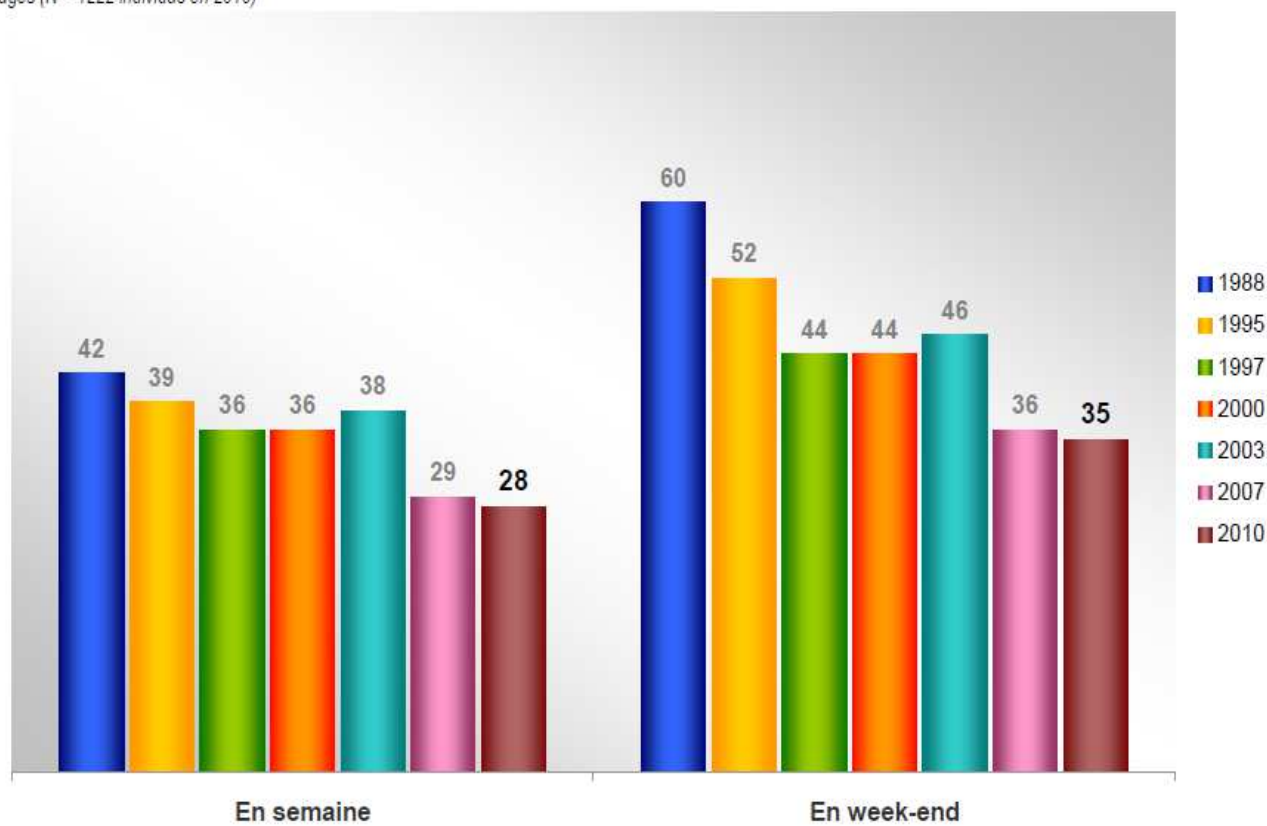
- Attentes des consommateurs en fonction
 - des lieux d'achats
 - du prix
 - de la qualité

DES CONSOMMATEURS PRESSES QUI FONT DES CHOIX EN TERMES DE PREPARATIONS DE REPAS ET DE CIRCUITS

Stabilisation du temps passé à cuisiner en 2010

Chez vous, combien de temps dure la préparation d'un dîner en général ? En minutes

Base : Ménages (N = 1222 individus en 2010)

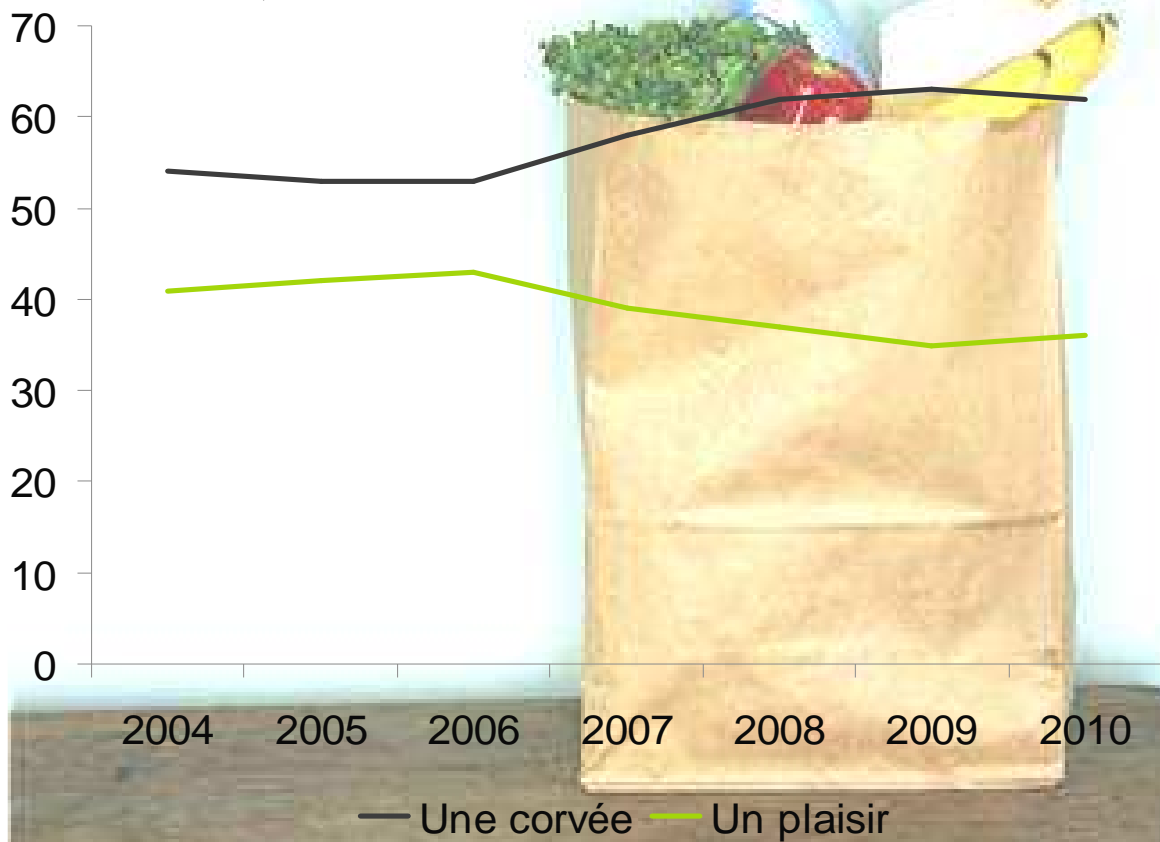


FAIRE SES COURSES : TOUJOURS UNE CORVEE POUR PRES DES 2/3 DES MENAGES

LES SOLUTIONS
POUR LIMITER LA
CONTRAINTE :

LES COURSES : CORVÉE OU PLAISIR ?

Pour vous, faire vos courses hebdomadaires, c'est plutôt :



➔ Aller moins loin pour faire ses courses : **PROXIMITE**

➔ Utiliser les nouveaux modes de distribution : **DRIVE & INTERNET**

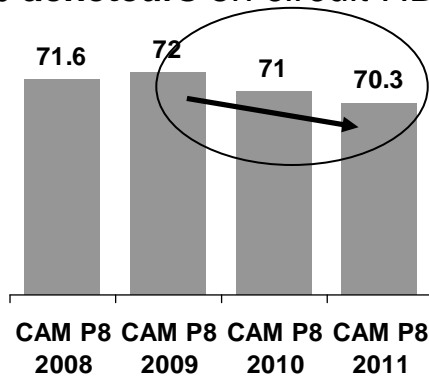
➔ Utiliser les automatisations en magasin (caisses auto, scanettes)

Source : TNS SOFRES 2010

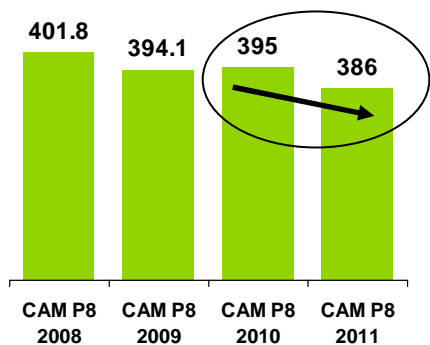
Source : Kantar Worldpanel

LE HARD DISCOUNT EN DIFFICULTE

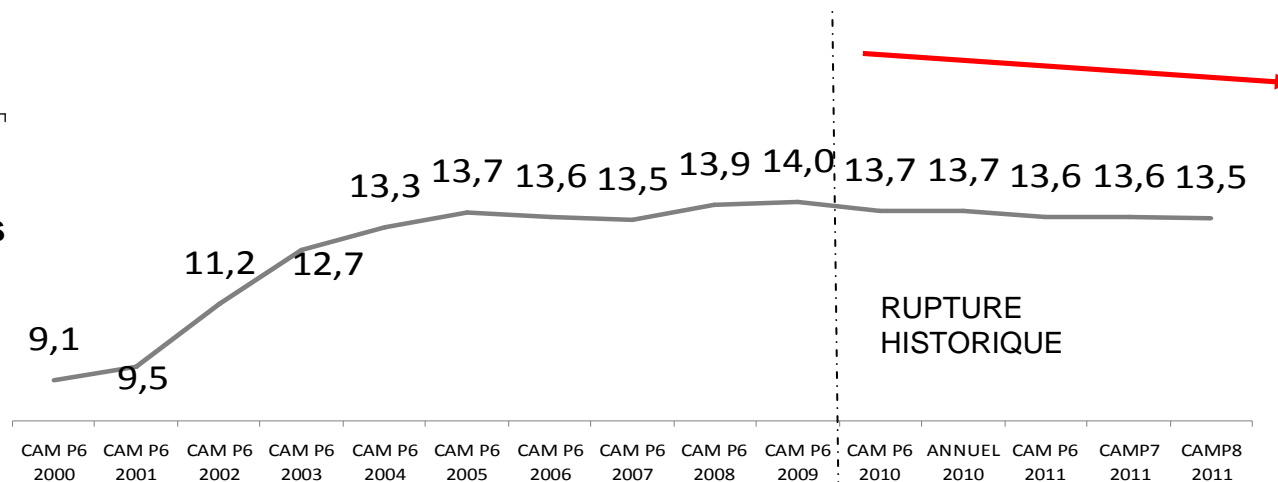
% acheteurs en circuit HD



Nombre moyen d'articles achetés en HD



PDM valeur du HD vs univers HM+SM+HD+Proxi (%)



Source : Kantar Worldpanel

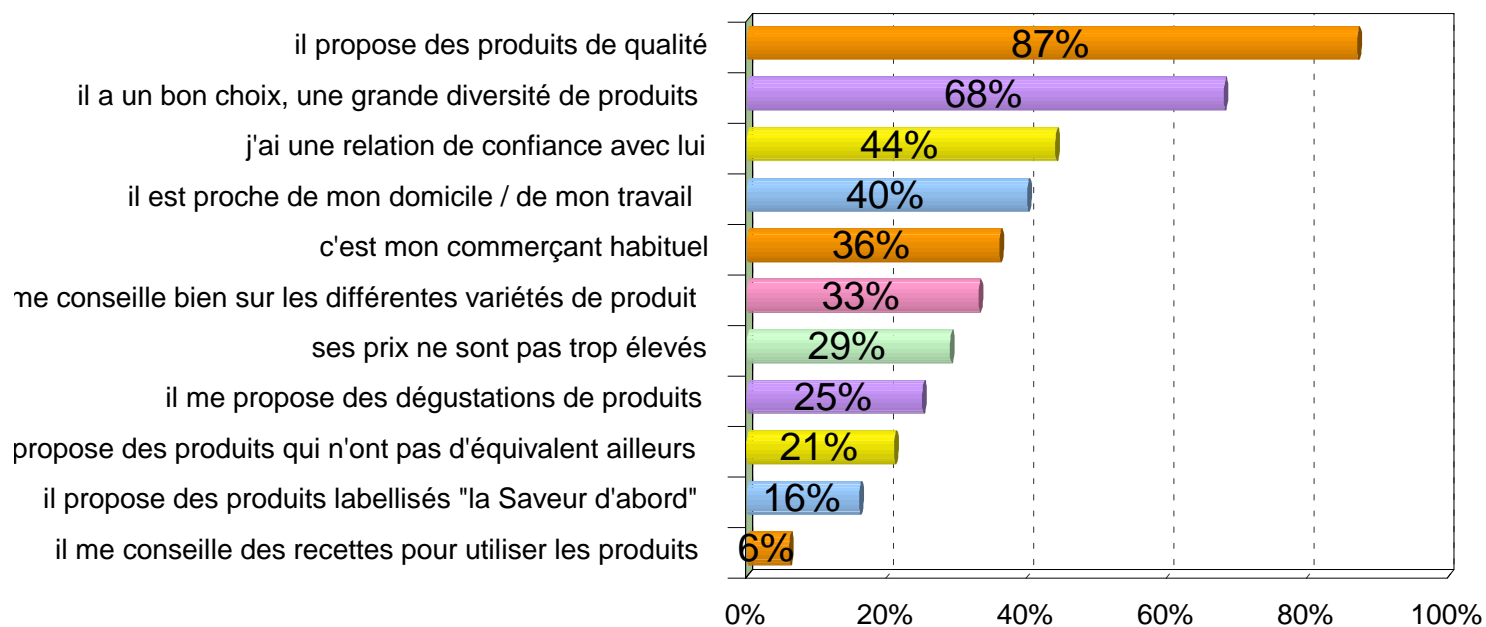
Les attentes : prix, aspect et qualité



250 questionnaires en rayon chez des détaillants spécialisés

Le choix et la qualité

14. Q9-Et parmi ces raisons, quelles sont celles qui vous ont fait choisir ce commerçant



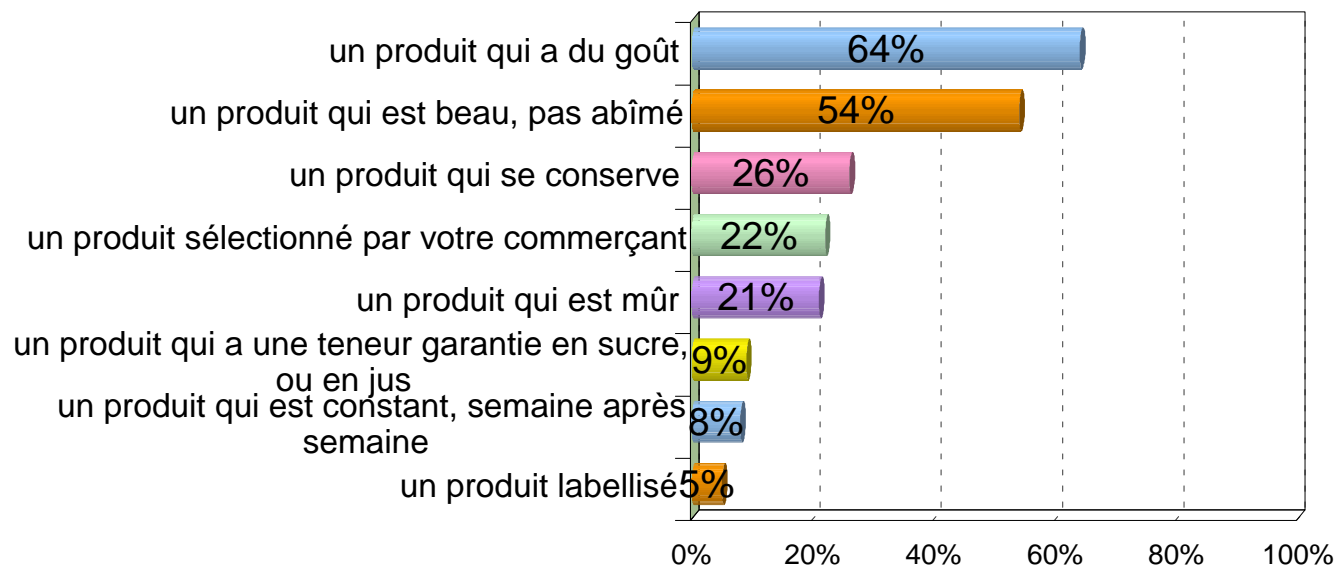
Évaluation de la qualité

250 questionnaires en rayon
chez des détaillants spécialisés

Le goût et l'aspect sont les indicateurs de qualité

Moins bonne compréhension spontanée de la notion de teneur en sucre

51. Q37-Qu'est-ce que qu'un produit de qualité pour vous quand on parle de fruits ?

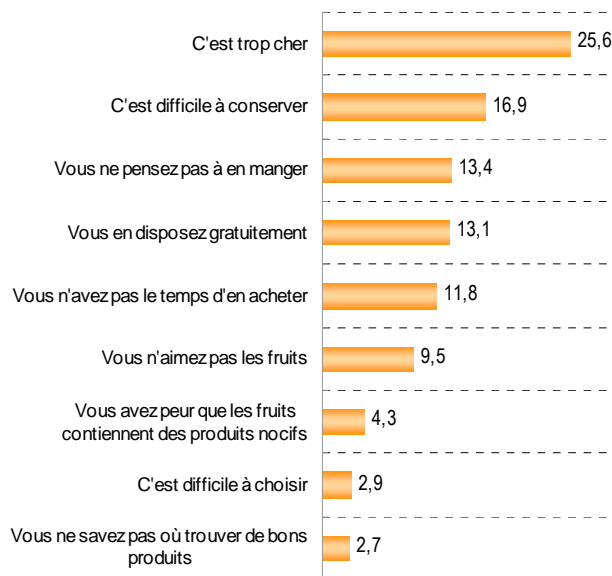


Facteurs structurels : Déficit perception prix & conservation/praticité

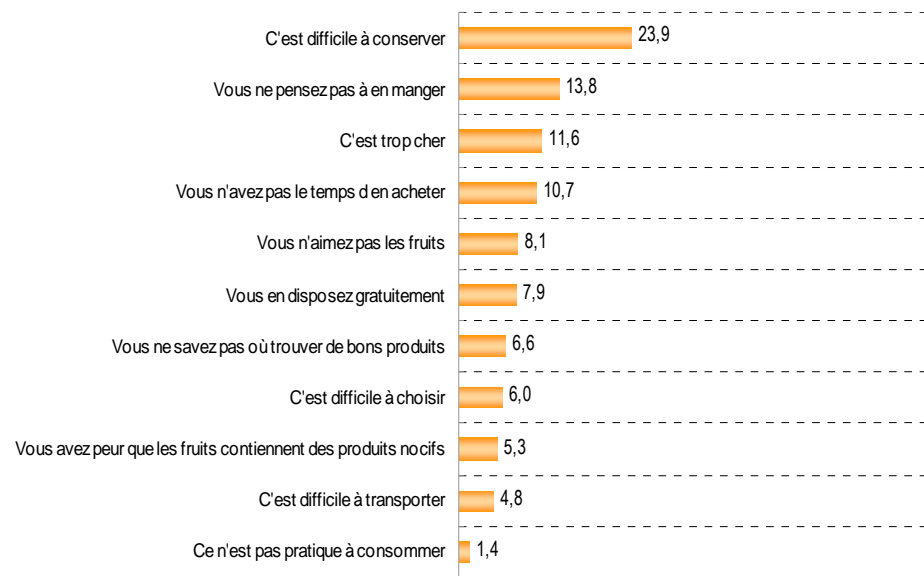
Pourcentages de Français déclarant ne pas acheter de fruits frais pour ces diverses raisons

Questions : Pour quelles raisons principales n'achetez-vous pas ou peu de fruits frais ?

Base : 87 individus âgés de 18 ans et plus achetant rarement ou jamais de fruits frais



Première raison

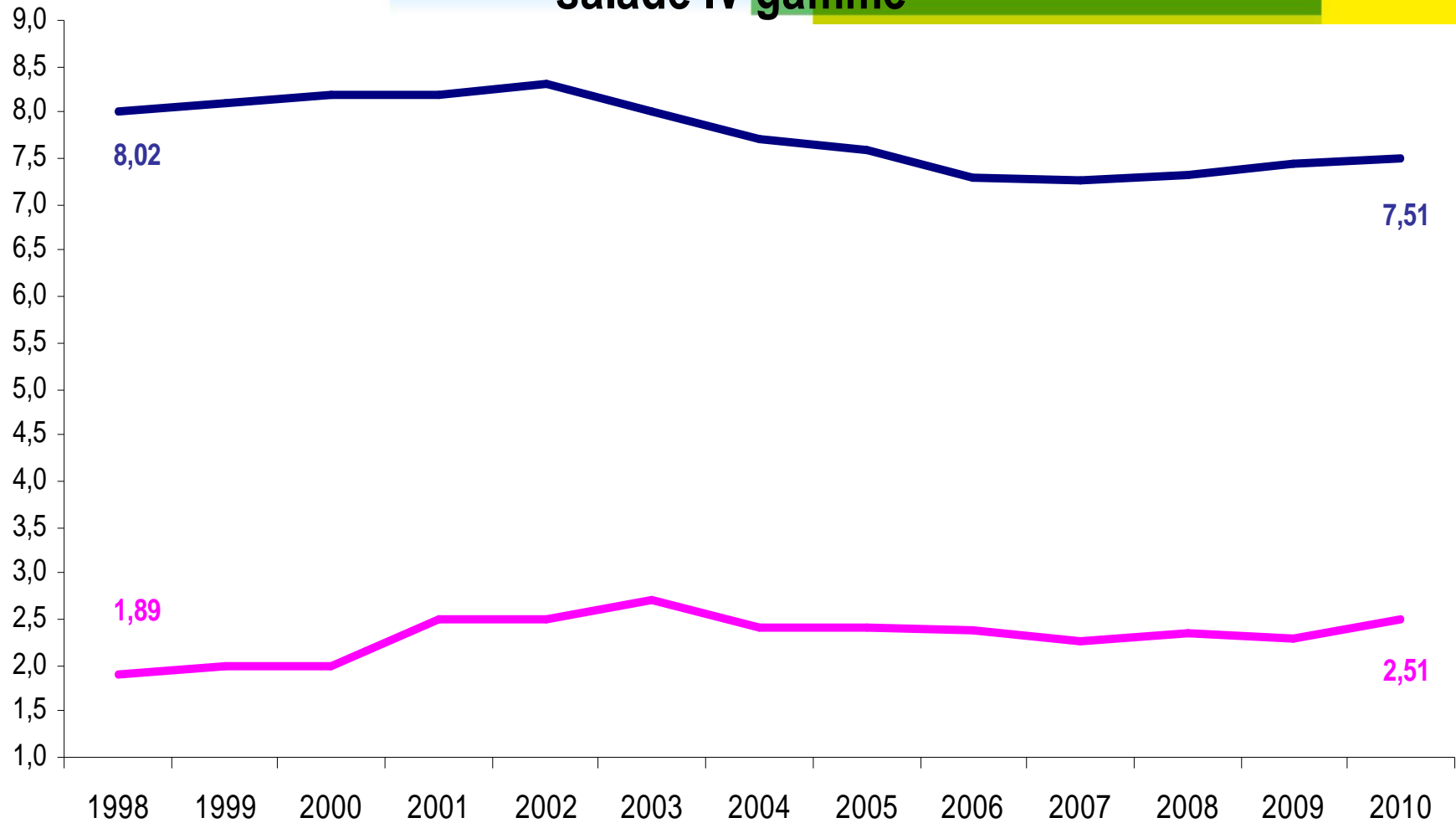


Seconde raison



FranceAgriMer

Prix moyen en euros/ kg et par an de la salade et de la salade IV gamme



Forces

- Association bénéfique entre consommation de fruits et légumes et santé
- Légère croissance du niveau de consommation des fruits et légumes transformés
- Diversification de l'offre
- Niveau de qualité reconnu chez les clients

Faiblesses

- Stabilité du niveau de consommation de F&L frais
- Evaluation de la qualité difficile à appréhender par le consommateur
- Prix jugés élevés
- Un fort décalage entre les discours valorisant des légumes et les comportements au quotidien

Conclusions : Consommation, synthèse

