

● Décembre 2016

Baromètre de confiance des fruits et légumes frais en 2016

Etude réalisée par l'institut BVA-services et financée par FranceAgriMer et Interfel

Contexte et objectif

Depuis plusieurs années, les consommateurs manifestent une inquiétude croissante sur la qualité des produits alimentaires qui leur sont proposés. Cette défiance peut aussi concerner les fruits et légumes frais. Pour mesurer la confiance des consommateurs dans ces produits, FranceAgriMer et Interfel font réaliser depuis trois ans un sondage pour suivre l'évolution de la perception des français vis-à-vis des fruits et légumes frais.

Méthodologie

Ce baromètre a été réalisé auprès d'un échantillon de 1000 personnes en octobre 2016 à partir d'un questionnaire qui s'inscrit dans la continuité des précédents afin d'obtenir des éléments de réponse sur la confiance accordée par les consommateurs français aux fruits et légumes frais et l'évolution des perceptions.

Les principaux résultats

Une confiance élevée dans les fruits & légumes et le maintien d'une consommation qui incitent à un certain optimisme.

Les fruits et légumes bénéficient d'un niveau de confiance élevé avec respectivement 91% et 89% des français qui ont tout à fait ou plutôt confiance en ces produits. Seuls le pain (93%) et les produits laitiers (89%) atteignent ce niveau alors que la viande (80%), le poisson (80%) et la volaille (78%) sont plus en retrait.

Pour autant, la confiance accuse une légère baisse directement imputable au sujet des pesticides qui est présent à l'esprit de la plupart des français et cristallise les principales inquiétudes de la population.

La majorité des français (67%) ont autant confiance qu'avant dans les fruits et légumes mais 22% ont

plutôt moins confiance qu'avant (+2 points par rapport à l'année dernière) et seulement 11% plus confiance (-3 points par rapport à l'année dernière). Cette année, les traitements chimiques sont la principale source d'inquiétude pour les français au sujet des fruits et légumes frais.

Cette « pression » sur les pesticides est accentuée par :

- la baisse des autres sources de perte de confiance : le manque de traçabilité ou produits étranger et le mauvais aspect des produits.
- La pression médiatique : en assisté, 75% des français se souviennent d'au moins une des actualités suivantes : l'interdiction d'un pesticide (diméthoate) utilisé par les producteurs de cerise, la pétition lancée contre Monsanto, l'émission Cash Investigation sur France 2 sur les pesticides ou la course au 0 pesticide lancée par Greenpeace*.

** NB : Cette présence est à tempérer néanmoins. En spontané seulement 11% des français se souviennent des pesticides dans l'actualité des fruits et légumes.*

D'autres sujets moins « négatifs » pour la filière ont aussi été très remarqués : la hausse des prix justifiée par les conditions météorologiques (78 %), la maltraitance des animaux dans les abattoirs (88 %).

Cette pression sur les pesticides entraîne dans son sillage une diminution de la confiance dans les agriculteurs qui restent cependant très bien placés avec 68 % d'opinions favorables (associations de consommateur : 78%, professionnels de santé :

75%, médias : 31%, grande distribution : 27%, pouvoirs publics : 27%).

Le maintien voire le développement de la confiance passe par une communication factuelle sur la présentation des techniques alternatives, l'innovation technologique, la valorisation de la formation des agriculteurs, l'information sur la réglementation.

Ces thèmes constituent des sources de valorisation d'autant plus importantes qu'ils surprennent positivement la moitié des français quand on les informe à leur sujet.



Rédaction : BVA/Interfel / FranceAgriMer

Ont contribué à ce numéro : unité Culture et filières spécialisées/service Marchés et études des filières

Renseignements : d.miladinovic@interfel.com

raphaël.bertrand@franceagrimer.fr