

ETUDE OPINIONWAY-SMARTWAY « LES FRANÇAIS & LES FRUITS & LÉGUMES »

**ADIEU LES « 5 FRUITS & LEGUMES PAR JOUR » :
ENTRE INFLATION ET RECHERCHE DE QUALITÉ, LES FRANÇAIS N’Y ARRIVENT PLUS**

Smartway, qui accompagne depuis 12 ans les distributeurs dans la lutte contre le gaspillage alimentaire, a souhaité se pencher sur un gisement jusque-là peu adressé : les fruits & légumes, qui représentent jusqu’à 40% des produits jetés. Afin d’aider les distributeurs à mieux comprendre les comportements et les attentes des Français, ils ont mandaté OpinionWay pour réaliser une enquête exclusive sur leurs habitudes de consommation. Où les achètent-ils en priorité, quels critères priorisent-ils lors de leurs achats ? La hausse des prix a-t-elle affecté leur consommation et quel budget y consacrent-ils chaque mois ?

Avec la hausse des prix, plus d’un Français sur deux admet consommer moins de fruits & légumes, avec des budgets qui passent du simple au double entre plus jeunes et seniors, tandis que la fameuse incitation du « 5 fruits & légumes par jour » est clairement boudée. Et même si c’est en grandes surfaces alimentaires qu’ils achètent majoritairement leurs fruits & légumes, tous les Français se retrouvent autour d’une même exigence : celle de la qualité et de la fraîcheur, qui détermine l’enseigne choisie et incite à l’acte d’achat.

L’INFLATION PÈSE SUR LA CONSOMMATION, LES GRANDES SURFACES DOMINENT, MAIS LE BUDGET DOUBLE ENTRE LES JEUNES ET LES SENIORS

- En raison de l’inflation, **plus d’1 Français sur 2 (53%)** reconnaît **consommer moins de fruits & légumes** sous au moins une forme (vrac, conserve, surgelés, emballés).
- L’incitation à **consommer 5 fruits & légumes par jour** est peu suivie par les Français : **53%** le vivent comme un **objectif difficile à atteindre** ou un **luxe compliqué à s’offrir** (notamment 1/3 des 25-34 ans) tandis que **19% ignorent délibérément** cet objectif.
- Le **budget moyen** dépensé chaque mois par les Français pour les fruits & légumes est de **79 euros**. Une somme qui monte à 108€ pour les 65 ans et + mais n’est que de 46€ pour les plus jeunes.
- Ce sont dans les **hypermarchés (44%)** et les **supermarchés (41%)** que les Français achètent majoritairement leurs fruits & légumes, loin devant les **producteurs et marchés (25%)** ou les **primeurs (20%)**.

LA QUALITÉ / FRAICHEUR, CRITÈRE DÉTERMINANT DANS LE CHOIX DES PRODUITS ET DES COMMERÇANTS

- Pour près de **9 Français sur 10 (87%)**, c’est la qualité / fraîcheur qui influence le choix de l’enseigne.
- Pour **67%** des Français, c’est également le **1^{er}** critère qui les incite à acheter les fruits & légumes en vrac, exæquo avec le prix.
- Assez logiquement, 1 Français sur 2 déclare que le manque de qualité/fraîcheur des produits les incite à ne pas choisir un commerçant pour l’achat de fruits & légumes.

UNE MEILLEURE INFORMATION DEMANDÉE PAR LES FRANÇAIS POUR MOINS GASPILLER LES FRUITS & LÉGUMES

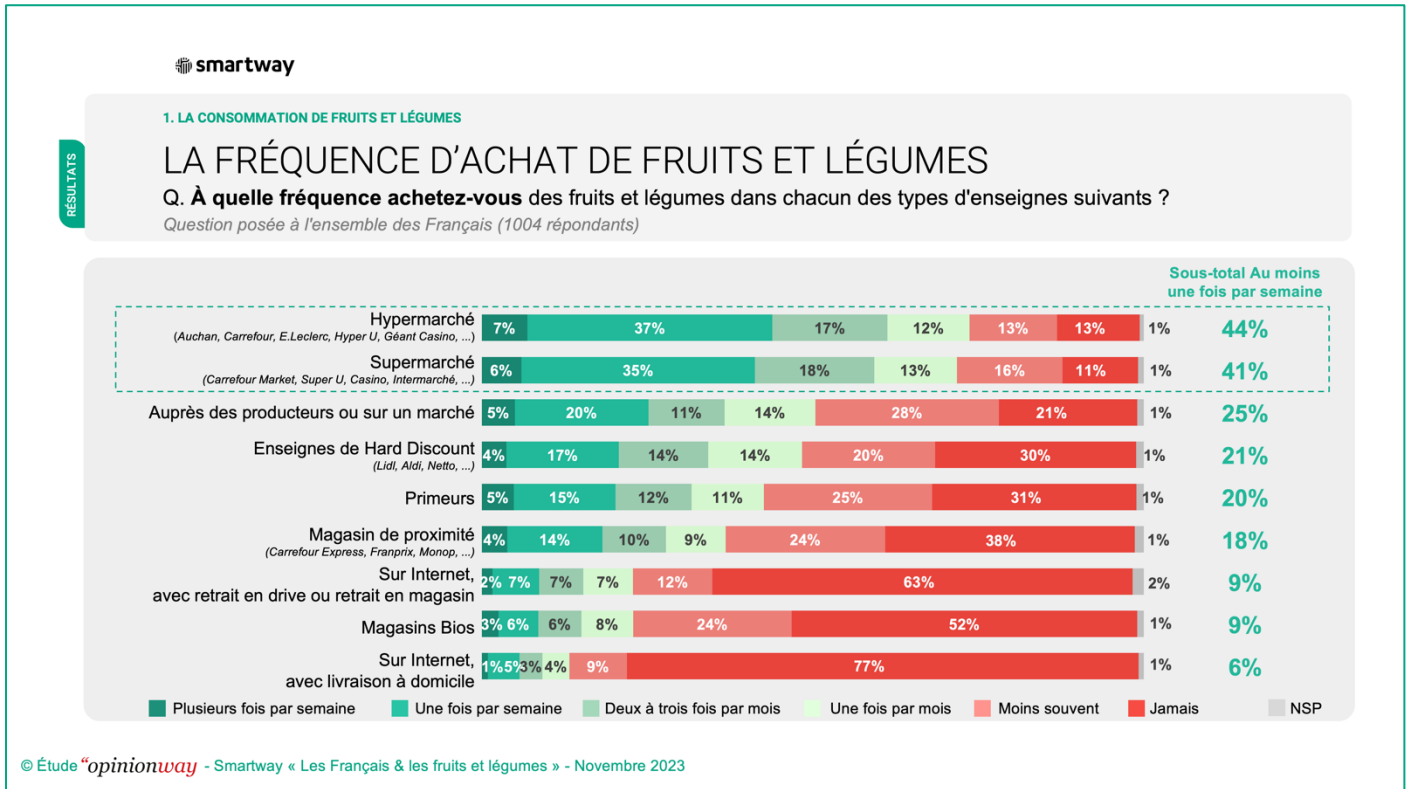
- 6 Français sur 10 (**59%**) ont déjà **consommé des produits à l’aspect périmé**.
- Il est arrivé à la moitié d’entre eux (**49%**) de **jeter des fruits & légumes entamés car ils n’étaient pas suffisamment sûrs de leur fraîcheur**.
- **69%** des Français estiment qu’ils **gaspilleraient moins** de fruits & légumes en étant **mieux informés** sur ceux qui se conservent mieux hors du réfrigérateur, ou encore en sachant plus sur la durée (69%) et le mode de conservation (68%).

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Étude OpinionWay-Smartway : Les Français & les fruits & légumes » et aucune reprise de l’enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

L’ensemble des supports de cette étude est disponible en téléchargement ici :
<https://smartway.ai/fr/blog/2023/11/23/etude-francais-fruits-legumes-inflation>

DES FRUITS ET LÉGUMES PRINCIPALEMENT ACHETÉS EN HYPER ET SUPERMARCHÉS.

Où et à quelle fréquence les Français achètent-ils leurs fruits & légumes ? Ce sont clairement les hypermarchés (44%) et supermarchés (41%) qui ressortent, suivis assez loin derrière par les achats auprès de producteurs ou sur un marché (25%). Seul 1 Français sur 10 (9%) se fournit en magasin bio, et 6% sur Internet avec livraison à domicile.

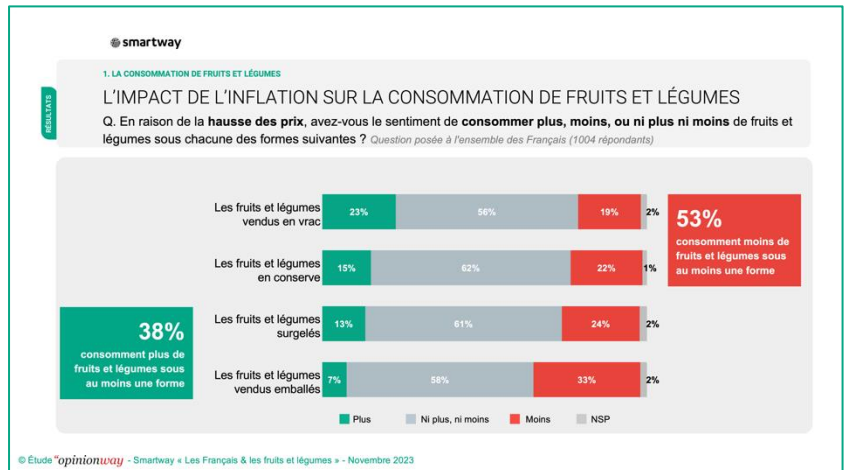


EN PÉRIODE D'INFLATION, 1 FRANÇAIS SUR 2 CONSOMME MOINS DE FRUITS & LÉGUMES

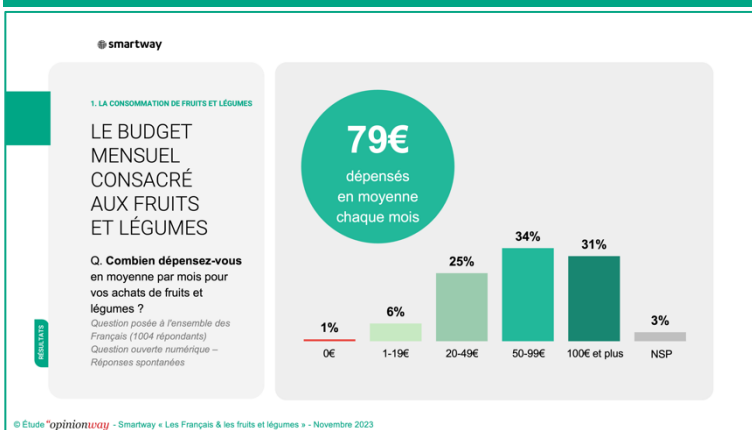
La hausse des prix actuelle a-t-elle un impact sur la consommation de fruits & légumes des Français ? **53%** d'entre eux reconnaissent consommer moins de fruits & légumes sous au moins une forme – en vrac, en conserve, surgelés ou emballés.

Seule forme pour laquelle l'inflation a eu un effet boostant : les fruits & légumes vendus en vrac avec **23%** qui en achètent plus (vs 19% qui en achètent moins).

Toutes les autres formes pâtissent de l'inflation : les fruits & légumes vendus emballés (33%) suivis par les fruits & légumes surgelés (24%) et les fruits et légumes en conserve (22%).



UN BUDGET MENSUEL QUI DOUBLE ENTRE LES JEUNES ET LES SENIORS

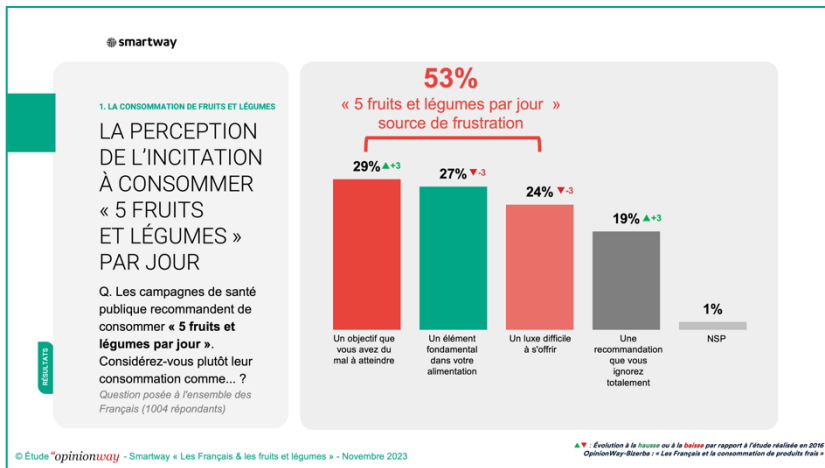


En moyenne, les Français consacrent **79 euros par mois** à leurs achats de fruits & légumes.

Plus ils avancent en âge, plus les consommateurs augmentent ce budget, le différentiel allant du simple à plus du double.

Ainsi, les **18-24 ans** déclarent dépenser un budget mensuel moyen de **46€** alors que chez les personnes de **65 ans et plus**, il s'élève à **108€**.

« 5 FRUITS ET LÉGUMES PAR JOUR » : UNE RECOMMANDATION BOUÉE PAR LES FRANÇAIS



Que pensent les Français du fameux « 5 fruits & légumes par jour » recommandé par les campagnes de santé publique ? Clairement, peu de Français suivent cette recommandation, et ce pour différentes raisons. Ainsi, **29%** reconnaissent qu'ils ont du mal à atteindre cet objectif tandis que **24%** considèrent qu'il s'agit d'un luxe difficile à s'offrir (et même 32% des 25-34 ans) et que **19%** ignorent totalement cette incitation. Un chiffre qui monte à 35% sur la catégorie des 18-24 ans.

Au final, **seul 27%** des Français considèrent cet élément fondamental dans leur alimentation. C'est surtout vrai pour les 65 ans et +, qui sont 40% à donner cette réponse (vs 15% des 18-24 ans).

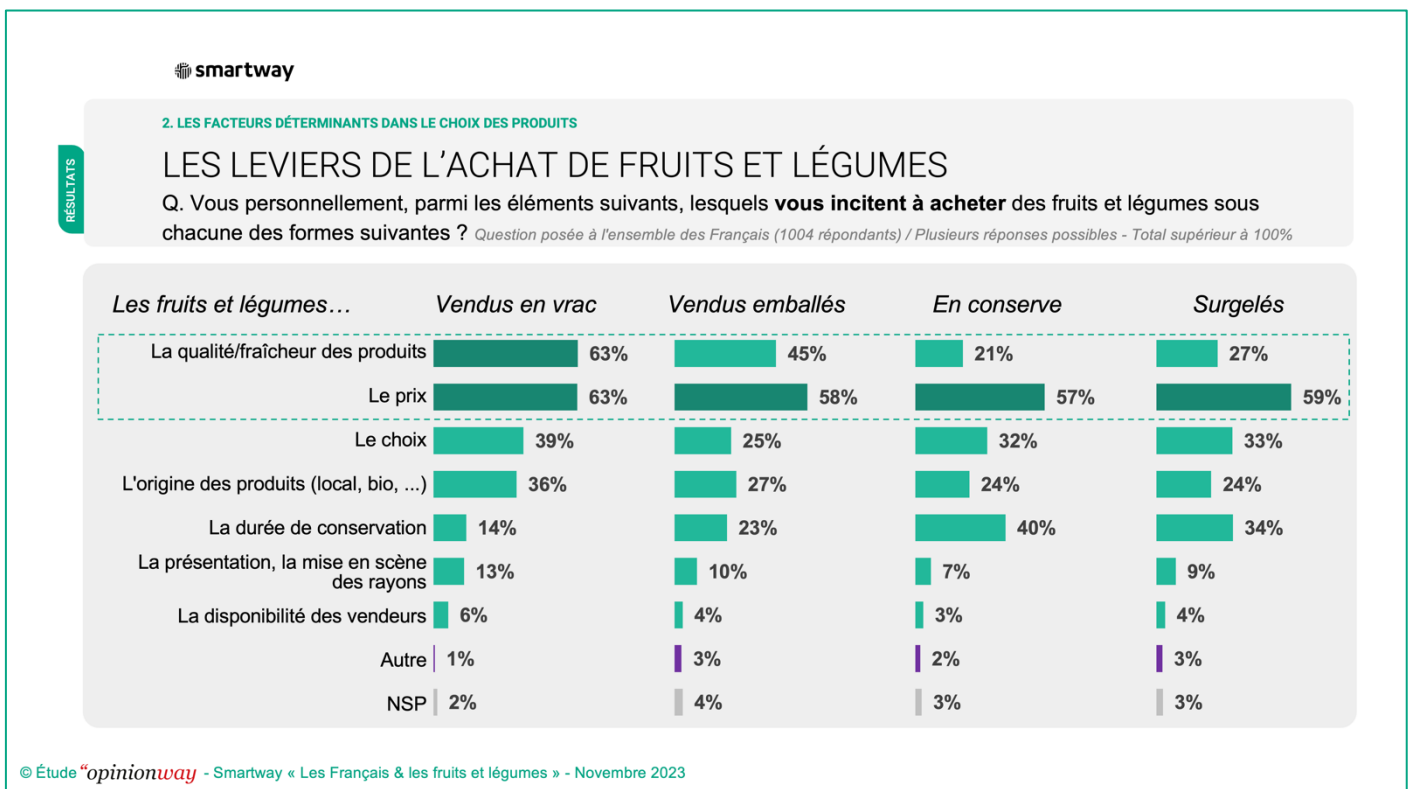
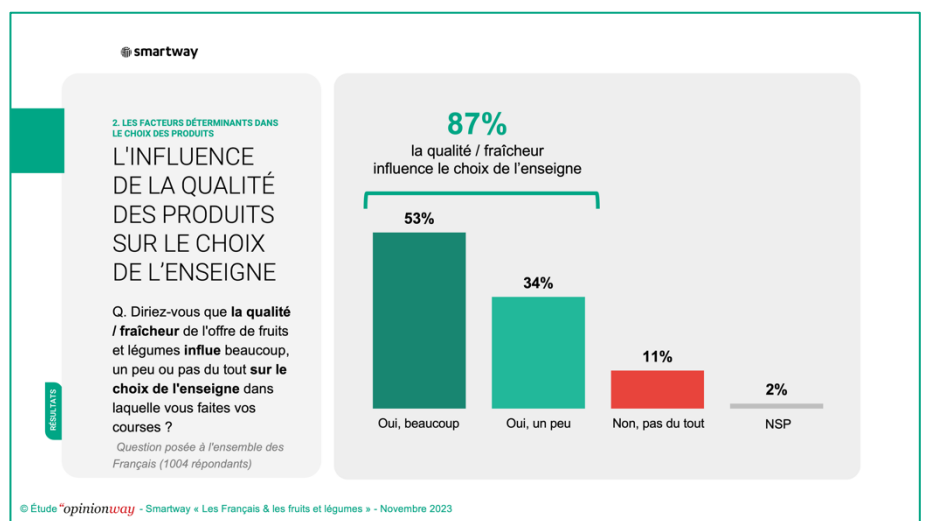
LA QUALITÉ / FRAICHEUR DES FRUITS & LÉGUMES, 1^{ER} DRIVER DES FRANÇAIS POUR CHOISIR LEUR ENSEIGNE

Smartway a souhaité savoir à quel point la **qualité / fraîcheur** de l'offre de fruits & légumes **influe** sur le choix de l'enseigne dans laquelle ils font leurs courses.

Indéniablement, il s'agit du critère numéro un puisque **87% des répondants** se déclarent influencés par cet item.

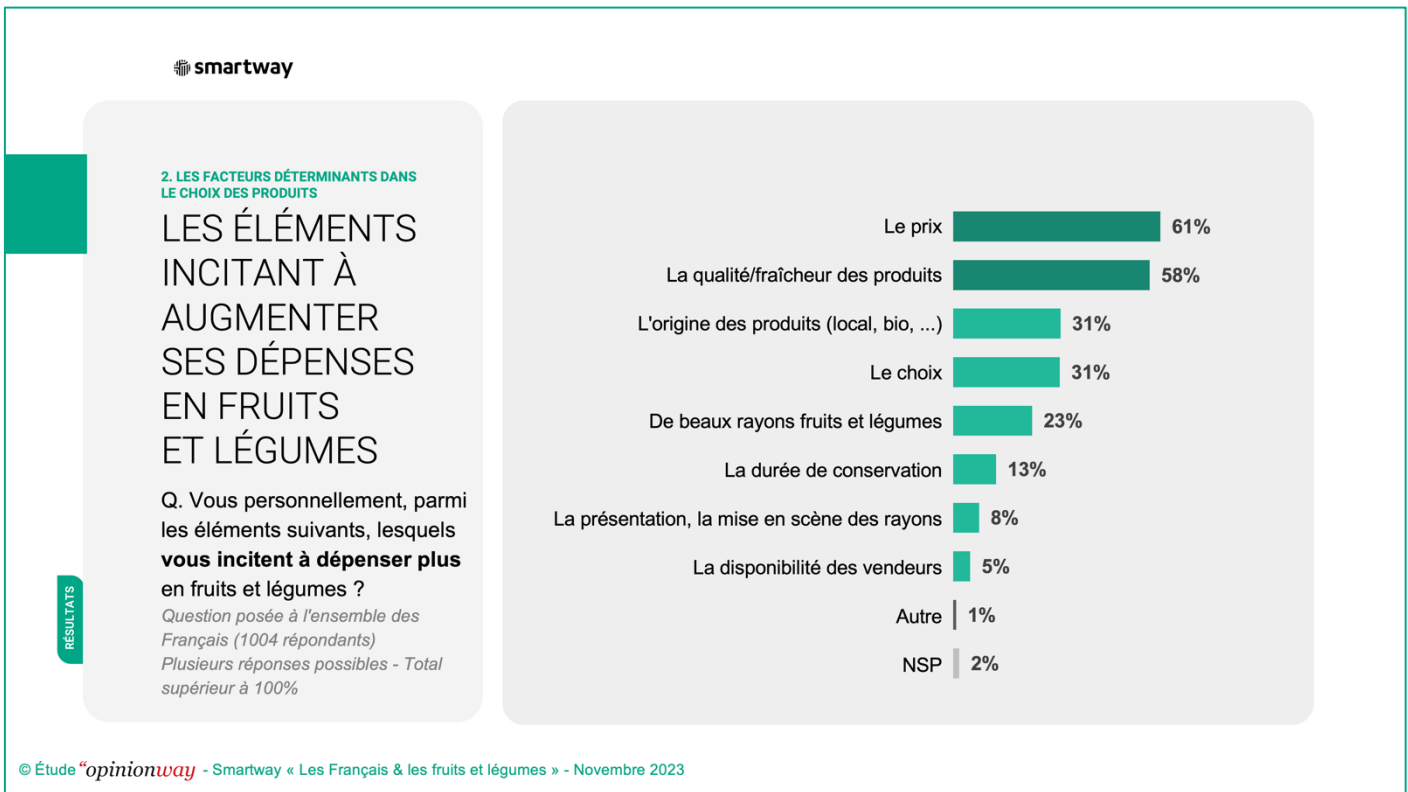
Mais alors, qu'est-ce qui incite les Français à acheter des fruits & légumes ? En ce qui concerne les fruits & légumes en vrac, la qualité/fraicheur des produits et les prix sont cités en premier (63%, et même 77% des 65 ans et +) suivis par le choix (39%) et l'origine de produits (36%)

Pour les autres formes (vendus emballés, en conserve, surgelés), c'est le prix qui arrive à chaque fois en premier. La qualité/fraicheur arrive en second (45%) pour les fruits & légumes emballés. Concernant les fruits & légumes en conserve (40%) et surgelés (34%), les Français sont attentifs à la durée de conservation.



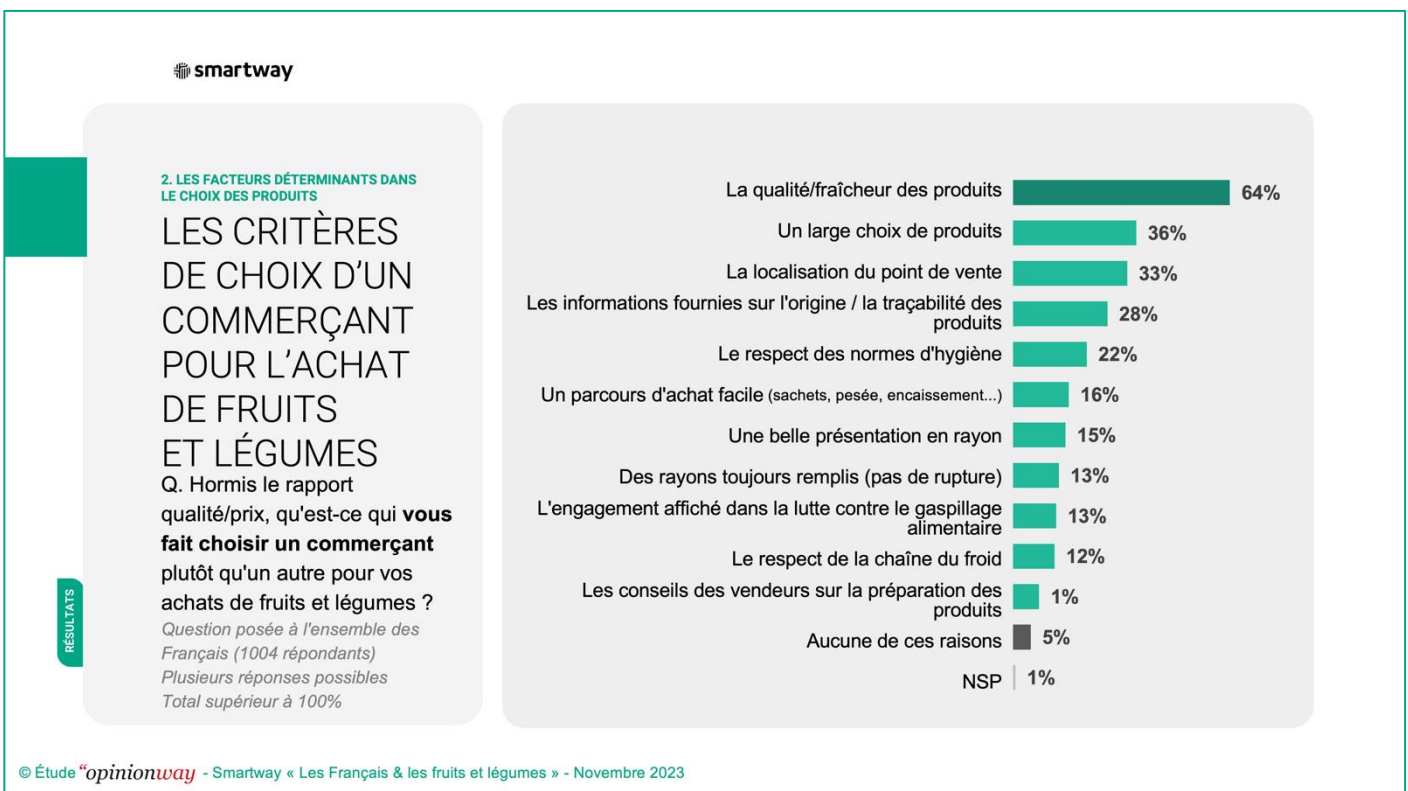
LE PRIX ET LA QUALITÉ / FRAICHEUR DES FRUITS & LÉGUMES : LES 2 CRITÈRES QUI FONT DÉPENSER PLUS

Lorsqu'on interroge les Français sur les éléments qui pourraient les inciter à dépenser plus, les deux premiers critères cités sont le prix (61%) et la qualité/fraicheur des produits (58%). Le choix et l'origine des produits (local, bio...) arrivent après avec **31%** des réponses.



Cette question de la **qualité et de la fraicheur des fruits & légumes** est sans conteste au cœur de la préoccupation des Français. Ainsi, si on leur demande, hormis le rapport qualité/prix, ce qui les **fait choisir un commerçant** plutôt qu'un autre pour leurs achats de fruits & légumes, c'est ce critère qui ressort pour **64%** des Français. Un chiffre qui monte à **76% chez les 65 ans et +**.

Viennent ensuite le large choix de produits (36%), la localisation du point de vente (33%) et les informations fournies sur l'origine / la traçabilité des produits (28%). Assez logiquement, **1 Français sur 2** déclare que le manque de qualité/fraicheur des produits les incite à ne pas choisir un commerçant pour l'achat de fruits & légumes. Le non-respect des normes d'hygiène est cité à **40%**.



LES FRANÇAIS ET LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE DE FRUITS & LÉGUMES

Quelles sont les habitudes des Français en termes de consommation de fruits & légumes ? 6 Français sur 10 (**59%**) ont déjà consommé des produits à l'aspect périmé, tandis qu'il est arrivé à la moitié d'entre eux (**49%**) de jeter des fruits & légumes entamés car ils n'étaient pas suffisamment sûrs de leur fraîcheur. Dans les autres habitudes : congeler des fruits & légumes avant de ne plus pouvoir les consommer (46%) ou encore les laver avant de les mettre au réfrigérateur (44%).

smartway

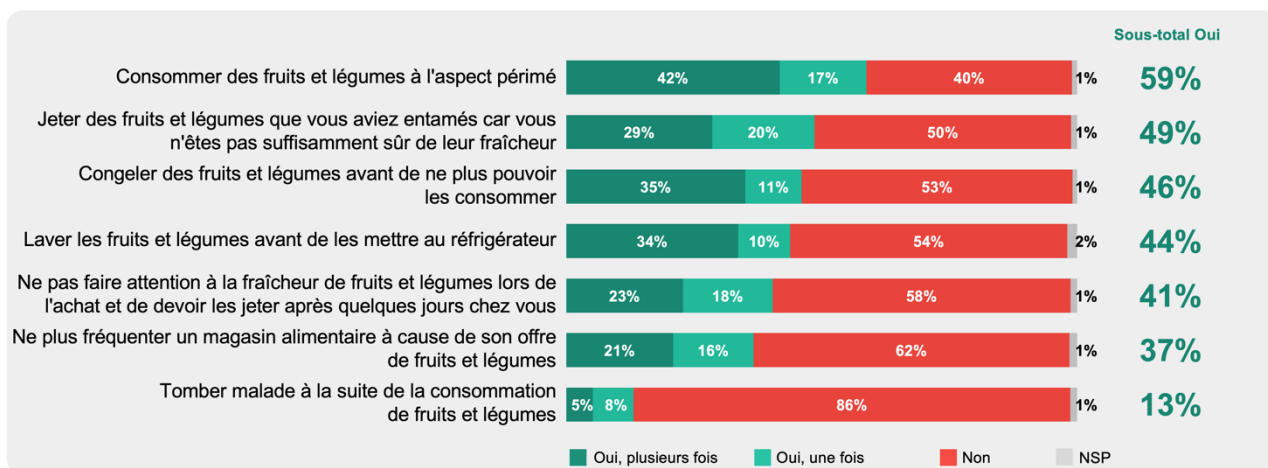
3. LES HABITUDES DE CONSOMMATION ET LA LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE

RÉSULTATS

LES HABITUDES DE CONSOMMATION DES FRUITS ET LÉGUMES

Q. Vous personnellement, **vous est-il déjà arrivé de...** ?

Question posée à l'ensemble des Français (1004 répondants)



© Étude "opinionway - Smartway « Les Français & les fruits et légumes » - Novembre 2023

OpinionWay et Smartway ont ensuite demandé aux Français quelles informations leur permettraient de gaspiller moins de fruits & légumes. En premier lieu, 69% estiment qu'ils en jetteraient moins en étant mieux informés de ceux qui se conservent mieux hors du réfrigérateur, ou encore en en sachant plus sur la durée (69%) et le mode de conservation (68%). Sont ensuite évoquées les bonnes pratiques de rangement des fruits & légumes dans un réfrigérateur (67%) ou encore les possibilités de consommation de fruits & légumes ayant changé de texture, d'aspect ou de couleur (67%).

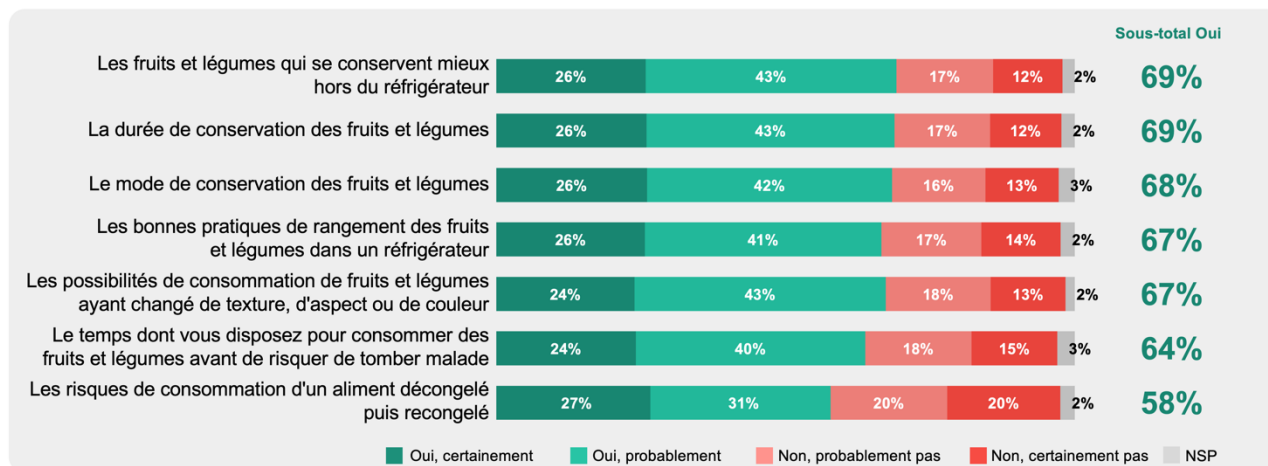
smartway

3. LES HABITUDES DE CONSOMMATION ET LA LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE

RÉSULTATS

LES MOYENS DE LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Q. Pensez-vous que vous jetteriez moins de fruits et légumes **si vous étiez mieux informé** de chacun des éléments suivants ? Question posée à l'ensemble des Français (1004 répondants)



© Étude "opinionway - Smartway « Les Français & les fruits et légumes » - Novembre 2023

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « Étude OpinionWay-Smartway : Les Français & les fruits & légumes » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

**L'ensemble des supports de cette étude est disponible en téléchargement ici :
<https://smartway.ai/fr/blog/2023/11/23/etude-francais-fruits-legumes-inflation>**

CONTACTS PRESSE

Agence Presse & Cie

Laetitia Munoz : 06 20 49 90 39

lmunoz@presse-cie.com

iloveretail.fr

Mike Hadjadj : 06 27 30 52 08

mike@iloveretail.fr

Méthodologie :

Étude réalisée les 8 et 9 novembre 2023, auprès d'un échantillon de 1004 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Cet échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview).

A propos de Smartway :

Un magasin alimentaire jette autant que ce qu'il gagne ! Alors que de plus en plus de consommateurs sont dans le besoin, ce gaspillage n'est plus toléré : les magasins peuvent aujourd'hui y remédier, tout en augmentant leur rentabilité.

Entreprise engagée depuis 2012, à l'origine des rayons « Zéro Gâchis », Smartway a créé le premier Food Waste Management System, reposant sur une intelligence artificielle unique, pour optimiser le parcours des produits alimentaires en fin de vie.

Avec Smartway, Sustainable is profitable : nous accompagnons la grande distribution alimentaire à transformer son modèle.

« Ensemble, construisons un quotidien sans gaspillage ». smartway.ai

A propos d'Opinionway :

Créé en mars 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay est un acteur majeur de l'innovation dans les études marketing et opinion. Sa vocation consiste à rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain. La société intervient dans de nombreux domaines comme la compréhension des marchés, les problématiques de marques, le développement de produits et de services, etc. auprès de cibles BtoB ou BtoC pour des clients à forte notoriété. www.opinionway.com