

Quelles évolutions de la consommation, des goûts, de la confiance pour les Fruits et Légumes ? Impact pour le futur

Journées d'études AAF, AEHA & CGEDD : Fruits et légumes : quelles évolutions ?



Une présentation en 3 temps

- Evolution de la consommation et des paniers



- Les goûts, une approche holistique à développer



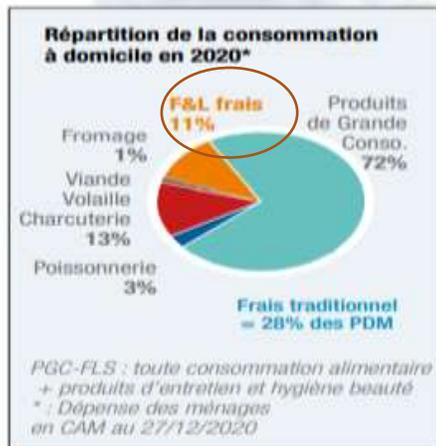
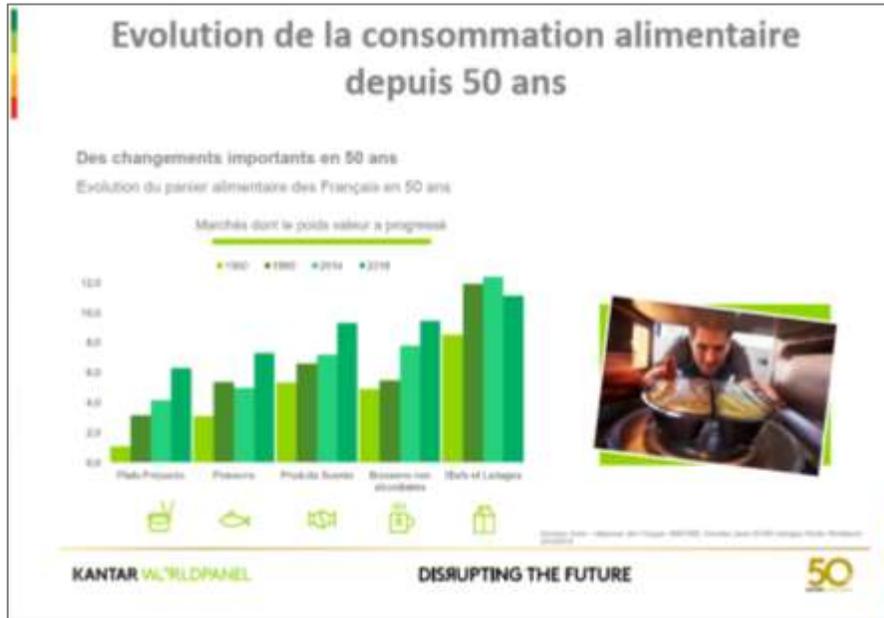
- Un capital confiance, et des pistes pour l'avenir



Marché des fruits et légumes frais en France

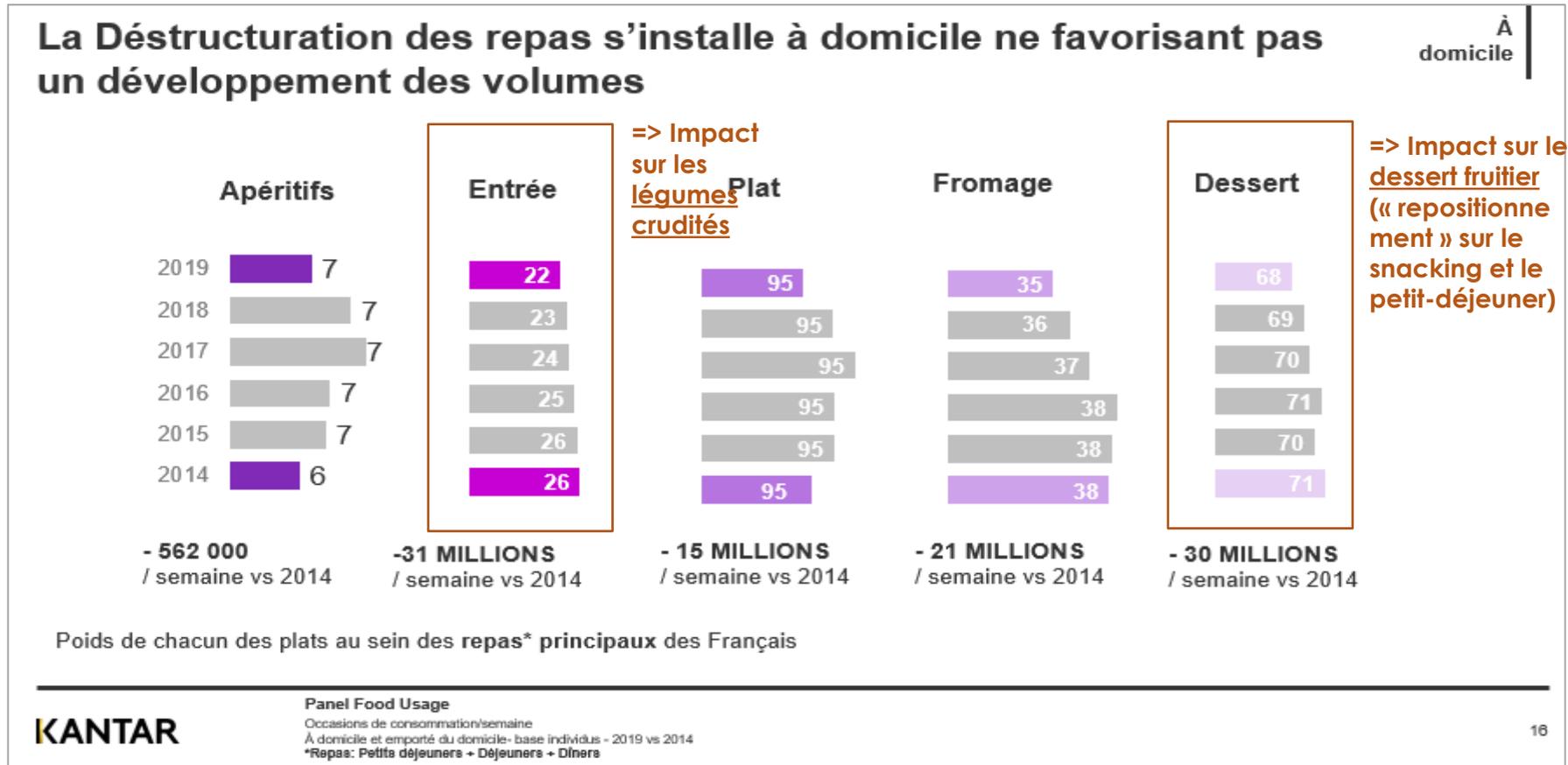
Evolution de la consommation alimentaire

Quel poids des F&L frais dans le budget alimentaire ?



- Un **poids des F&L dans les dépenses alimentaires** qui tend à s'éroder sur le long au terme (source INSEE / Kantar).
- Aujourd'hui, **environ 11% du budget alimentaire est dédié aux F&L frais** (source panel conso. Kantar, 2020).

Des habitudes alimentaires qui évoluent vers une simplification des repas – à domicile

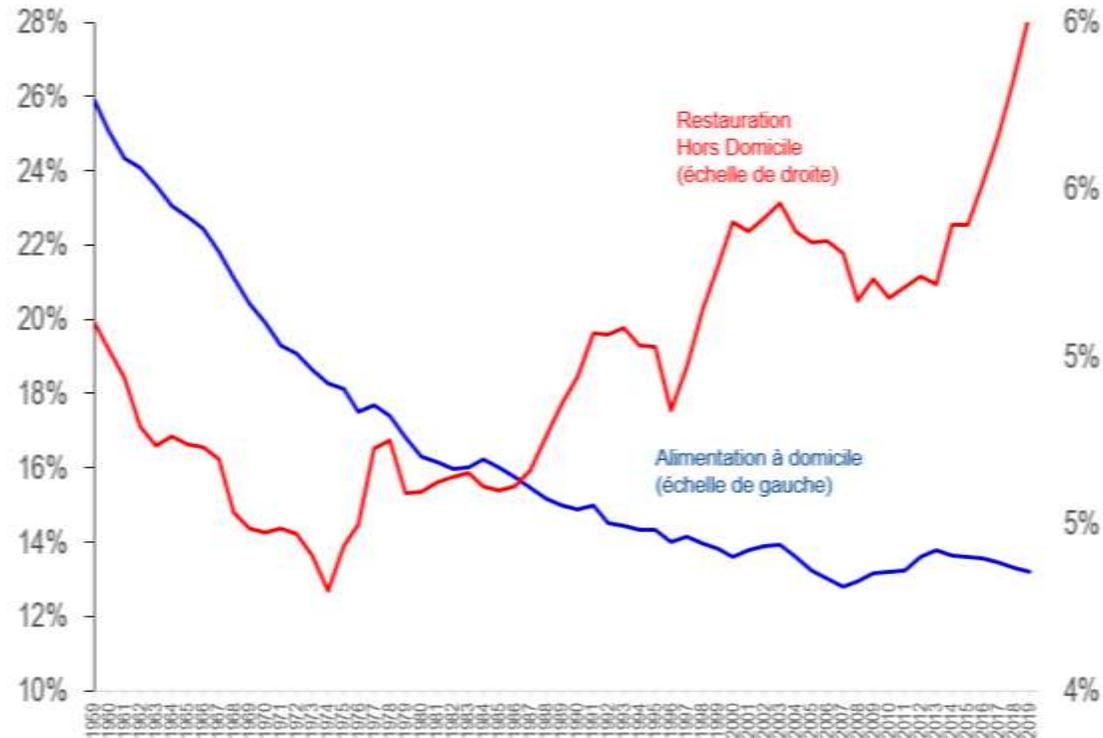


- A noter également : **le temps passé à préparer le dîner s'est largement érodé entre 2016 et 1998** : il est de 29 min en semaine (42 min en 1998) et 36 min le week-end (60 min en 1998).
=> Recherche de praticité / rapidité dans la préparation des repas.

Des habitudes alimentaires qui évoluent – plus de consommation hors domicile

Avant le Covid-19, les marchés de l'alimentation à domicile sont concurrencés par le hors domicile

Coefficients budgétaires de la RHD et de la consommation à domicile



Source : Comptabilité nationale, INSEE



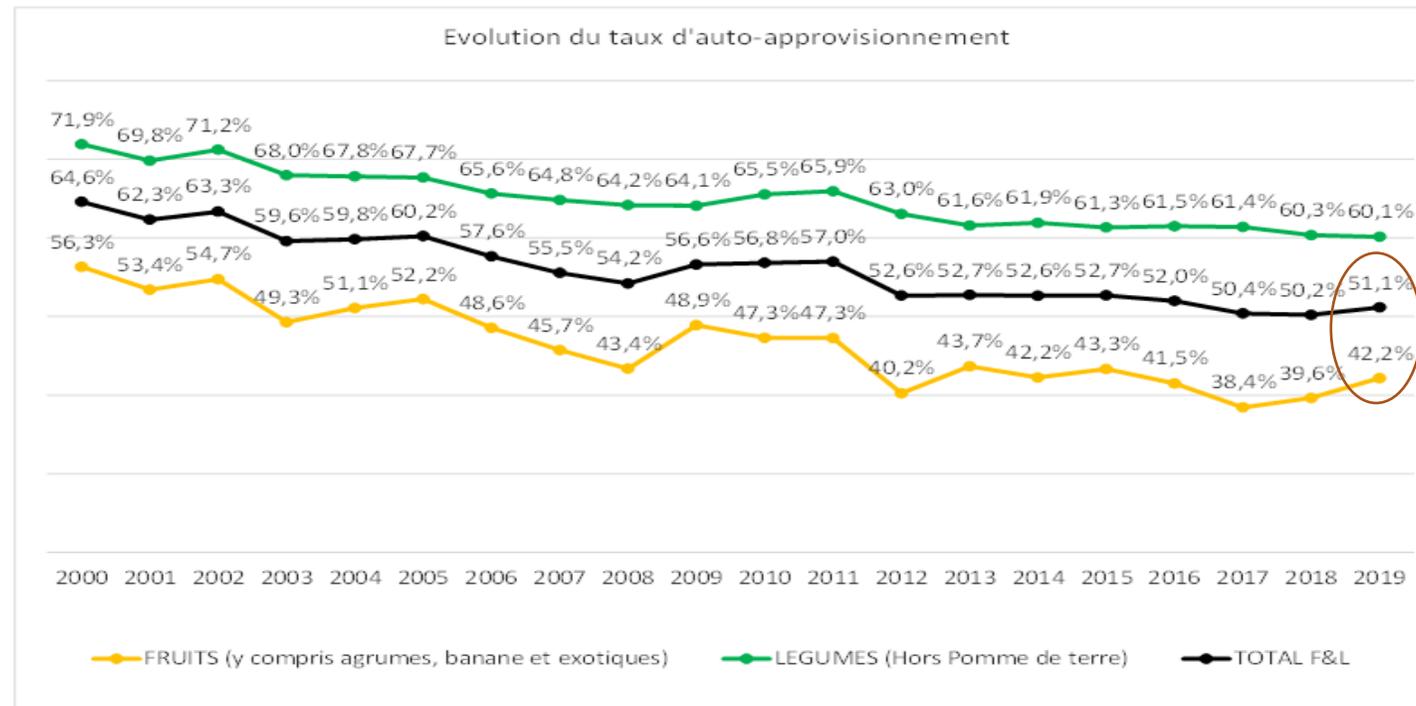
- Poids des dépenses de consommation des ménages allouées à la **RHD en progression** (environ 6% en 2019), versus une stabilisation autour 14% pour la consommation à domicile

NB : d'après le panel Kantar, **1/4 des repas seraient pris en RHD**, taux en progression ces dernières années (2019)

Et les fruits et légumes frais? Quelle consommation ?

Un poids de la production française (notamment en fruits) dans le disponible en France en baisse sur 20 ans ...

Une contraction du taux d'auto-approvisionnement de l'ordre de 15 points depuis 2000 :



Sources : CTIFL d'après Agreste – SAA, Douane française, Unilet

... à lier à l'évolution du panier d'achat des ménages sur le long terme

Evolution de la Composition du panier d'achat (en PDM volume) entre 1996-97 et 2016-17 (en 20 ans)	Progression des PDM volume de plus de +0,6 points	Recul des PDM volume de moins de -0,9 points
<u>Panier fruits frais:</u>	Clémentine	Raisin
	Banane	Pomme
	Ananas	Pamplemousse
	Mangue	
	Avocat	
	Kiwi	
<u>Panier légumes frais:</u>	Oignon	Tomate
	Pastèque	Chou-fleur
	Courgette	Salade
	Concombre	Endive
	Poivron	Artichaut
	Potiron/citrouille	Poireau

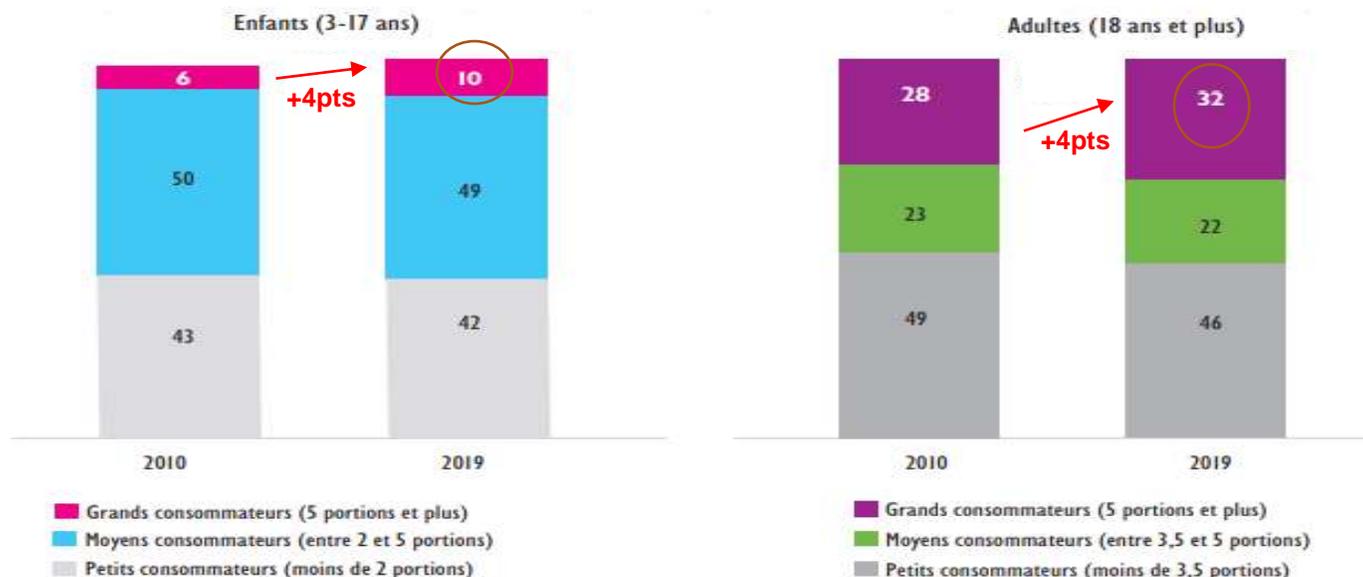
➤ Facteurs explicatifs :
évolutions de **l'offre** et des **comportements de consommation**

Source : panel conso. Kantar / Ctifl, consommation à domicile

Indicateurs clés de consommation de fruits et légumes – les Français végétalisent davantage leur assiette

HAUSSE DU SUIVI DE LA RECOMMANDATION SUR LES FRUITS ET LÉGUMES CHEZ LES ENFANTS COMME CHEZ LES ADULTES

Répartition des enfants et des adultes selon le nombre de portions de fruits et légumes consommées en moyenne par jour (en %)



⇒ Poids des « gros » consommateurs en progression entre 2010 et 2019

- Néanmoins, une **consommation moyenne de F&L** qui reste **en-dessous des recommandations du PNNS** : 2,67 portions/j pour les enfants et 4,17 portions/j pour les adultes en 2019, versus les 5 recommandées.
- Observation d'un **effet « générationnel »**. A noter, moins de petits consommateurs chez les jeunes adultes en 10 ans, plus sensibles aux messages de prévention sur l'alimentation et la santé et davantage préoccupés par l'environnement

Périmètre : consommation à domicile et hors domicile, total F&L (toutes gammes), hors confitures, jus de fruits, fruits et légumes secs et pomme de terre.

Goût et confiance

Des pistes de réflexions

Les goûts, une approche holistique à développer

Une évolution de l'alimentation à mettre en regard de l'évolution des goûts

Australopithèques	Premiers hommes	Paléolithique moy. et sup.	Proto-Histoire et Histoire	Aujourd'hui
plantes tubercules, racines...	plantes tubercules, racines...	plantes tubercules, racines...	plantes tubercules, racines...	légumes, fruits peu de fibres végétales
		<i>suivant climat</i>	céréales et produits laitiers	sucre rapides
	viande (charognage et chasse)	produits carnés (chasse et pêche)	produits carnés élevage, chasse, pêche	céréales et pain
insectes				produits laitiers (acides gras saturés)
petits animaux			sel +	viande (acides gras saturés) et poisson
				sel ++

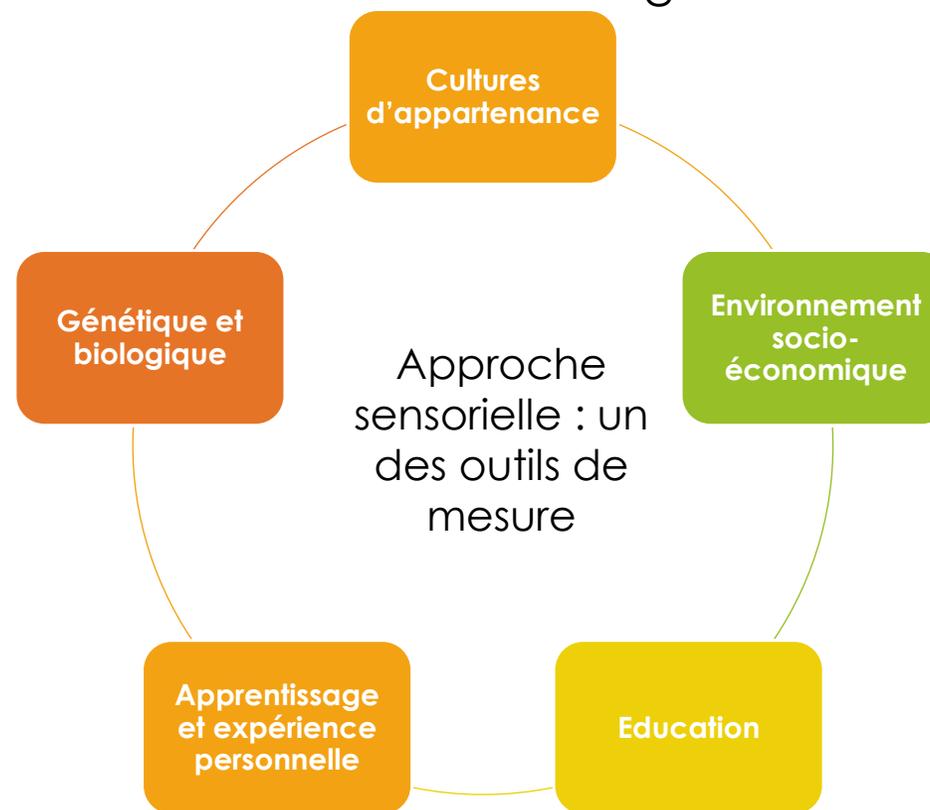
www.homnides.com

Au XIXème siècle jusqu'à aujourd'hui, la mondialisation se développe :

- Elargissement de la palette des possibles
- Et une forme d'uniformisation avec le développement de l'industrialisation de l'alimentation

Le goût des aliments mobilise les 5 sens : il correspond à la saveur, aux arômes, et aux sensations trigéminales que l'aliment induit (INRAE).

Les déterminants du goût



E. Birlouez, 2013, Le Défi Gustatif des F&L

Les spécificités des F&L : une diversité de produits pour une diversité de goûts

- Une offre large : 130 produits (plus de 80 espèces)
- Une offre qui évolue au cours de l'année (saison)
- Des combinaisons entre produits : des possibilités de préparations et d'association nombreuses
- Des produits qui évoluent dans le temps (conservation, fruits climactériques) : une composition qui peut évoluer, des goûts qui évoluent
- Un signifiant « inconscient » : savoir-faire de production, des saisons, des paysages, un côté « nature » qui rassurent



Le goût est une affaire de toute la filière :

- Production : variété, conduite, récolte
- Des expéditeurs à la distribution : stockage, conservation, transport (transformation)
- Les consommateurs : condition de préparation et de cuisson

Quelles sont les leviers d'actions : segmenter l'offre, développer l'éducation alimentaire

Développer et segmenter l'offre

Par exemple, un goût ou une texture désagréables peuvent être critères de rejet : par ex, l'amertume. Dans le chou de Bruxelles (van Doorn *et al.*, 1998), dans le brocoli et le chou-fleur (Cox *et al.*, 2012), dans l'endive. ⇒ *Évolution des variétés (teneurs de certains glucosinolates) pour gérer l'amertume*

Enjeu du futur : proposer une gamme de variétés d'un produit en fonction des typologies de consommateurs (cf. tomates et ses 480 variétés inscrites au catalogue)

Accompagner l'éducation alimentaire des jeunes, et des adultes

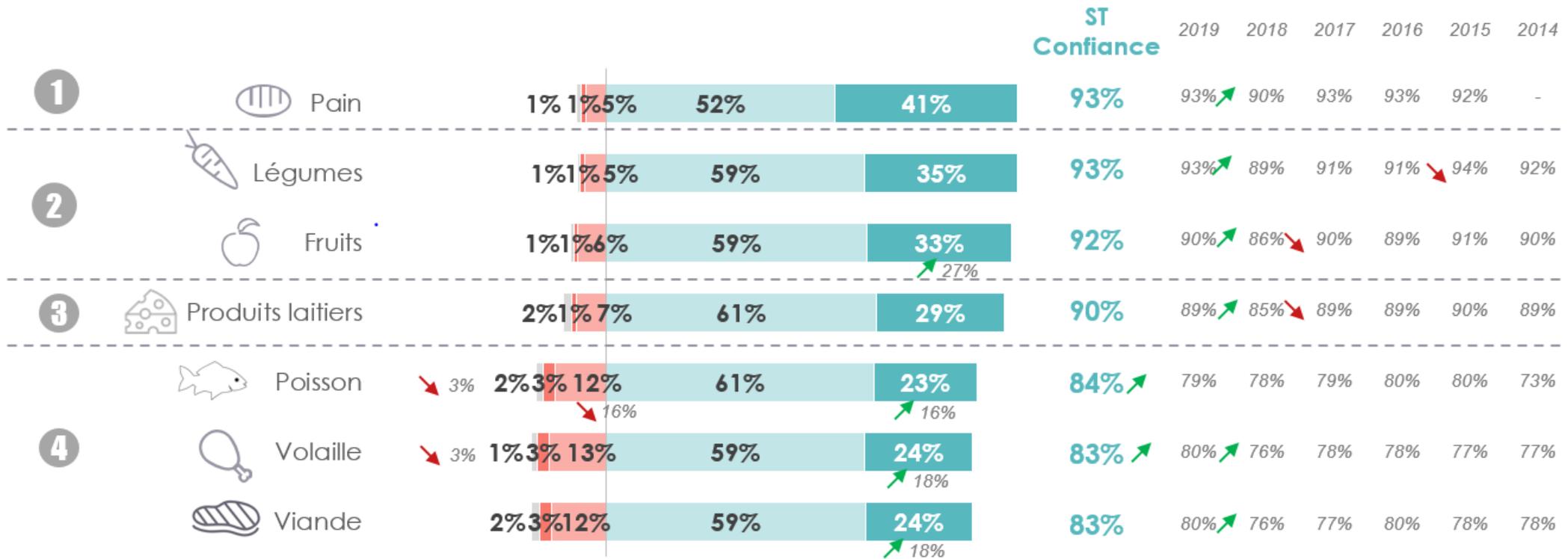
Du plaisir à la consommation : Apprendre aux jeunes mangeurs :

- à choisir des produits goûteux
- à les préparer (afin de correspondre à leurs préférences alimentaires)

Du partage d'un aliment : Développer une approche « intime » en renforçant par exemple l' « histoire » du produit qui inscrit ce dernier dans un espace alimentaire valorisant des filiations identitaires qui rassurent les consommateurs urbains

Les consommateurs se déclarent confiants envers les fruits et légumes

CONFIANCE ENVERS LES DIFFÉRENTS TYPES DE PRODUITS FRAIS

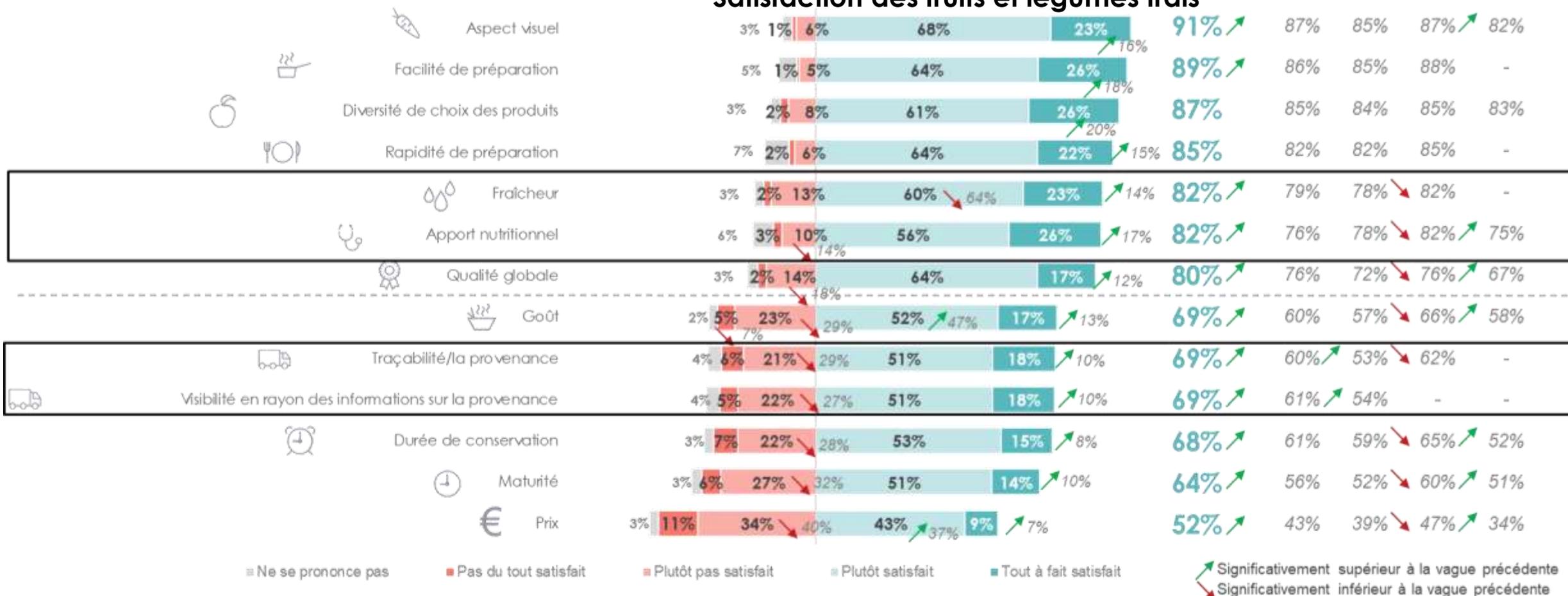


■ Ne se prononce pas ■ Pas du tout confiance ■ Plutôt pas confiance ■ Plutôt confiance ■ Tout à fait confiance

↗ ↘ Significativement supérieur / inférieur à la vague précédente

Satisfaction des fruits et légumes frais

Satisfaction des fruits et légumes frais



Q9. De manière globale, pour chacun des sujets suivants concernant les fruits et légumes frais, diriez-vous que vous êtes tout à fait satisfait, plutôt satisfait, plutôt pas satisfait ou pas du tout satisfait

Des pistes pour l'avenir

I Le goût : une affaire de tous

Passer du consommateur au «Consom'Acteur»

Le consommateur est un être insaisissable, complexe, avec des goûts qui peuvent varier selon les circonstances. Il faut reconnaître cette diversité comme une valeur. **Valoriser les produits, c'est aussi valoriser l'individu.**

La consommation des prochaines décennies se construit aujourd'hui :

- de manière subjective via l'éducation des enfants, et même en amont dès la conception et les premiers mois de vie, qui vont influencer ses goûts futurs ;
- de manière plus objective dans les laboratoires de recherche et développement : les variétés de demain s'élaborent déjà.

I La consommation : être en lien avec aujourd'hui et demain

Développer le capital confiance des F&L avec une information collective en lien fort avec les besoins de la société et des citoyens.

Les fruits et légumes sont au cœur des régimes durables : bon pour la santé, accessible (sécurité alimentaire), limitant l'impact sur l'environnement et du climat (eau, biodiversité, empreinte carbone, GES, Utilisation des ressources et des sols), socialement et économiquement acceptable, respectueux de la culture locale

Prendre de l'avance sur le temps tout en gérant l'instantanéité du besoin et le périssable

d.tailliez@aprifel.com

d.miladinovic@interfel.com

