



# L'INDUSTRIE DES FRUITS ET LÉGUMES - SÉRIE

14 septembre 2021

## Session N°1

Tendances et perspectives d'un secteur dynamique



ANNÉE INTERNATIONALE DES  
**FRUITS ET DES LÉGUMES**  
2021



FRUIT AND VEGETABLES SCHEME





Fédération du Commerce  
et de la Distribution



# Fruits et légumes en GMS

*Jeff Mahintach U-Enseigne*

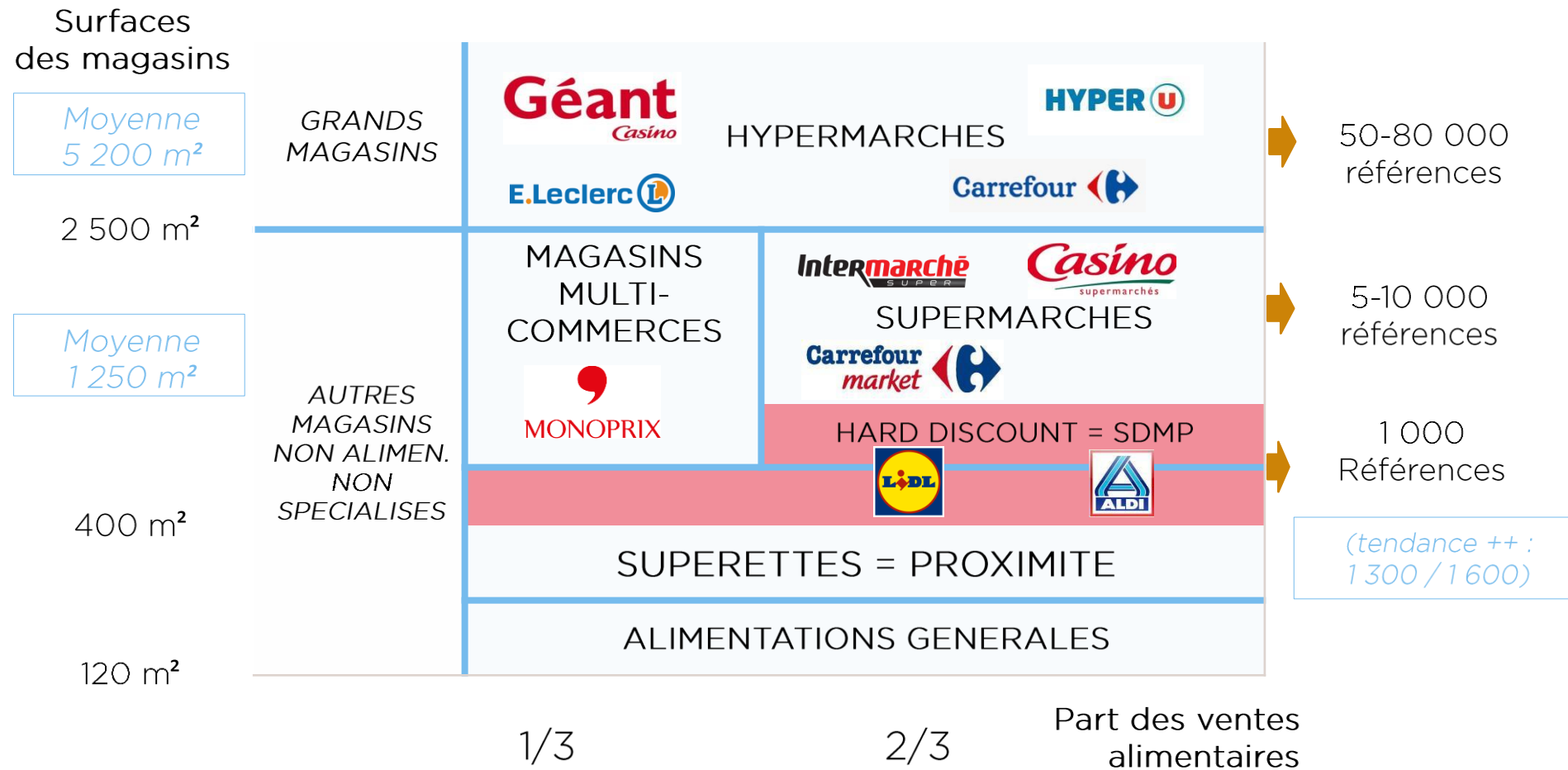
---

Septembre 2021



# La typologie des magasins non spécialisés selon l'INSEE

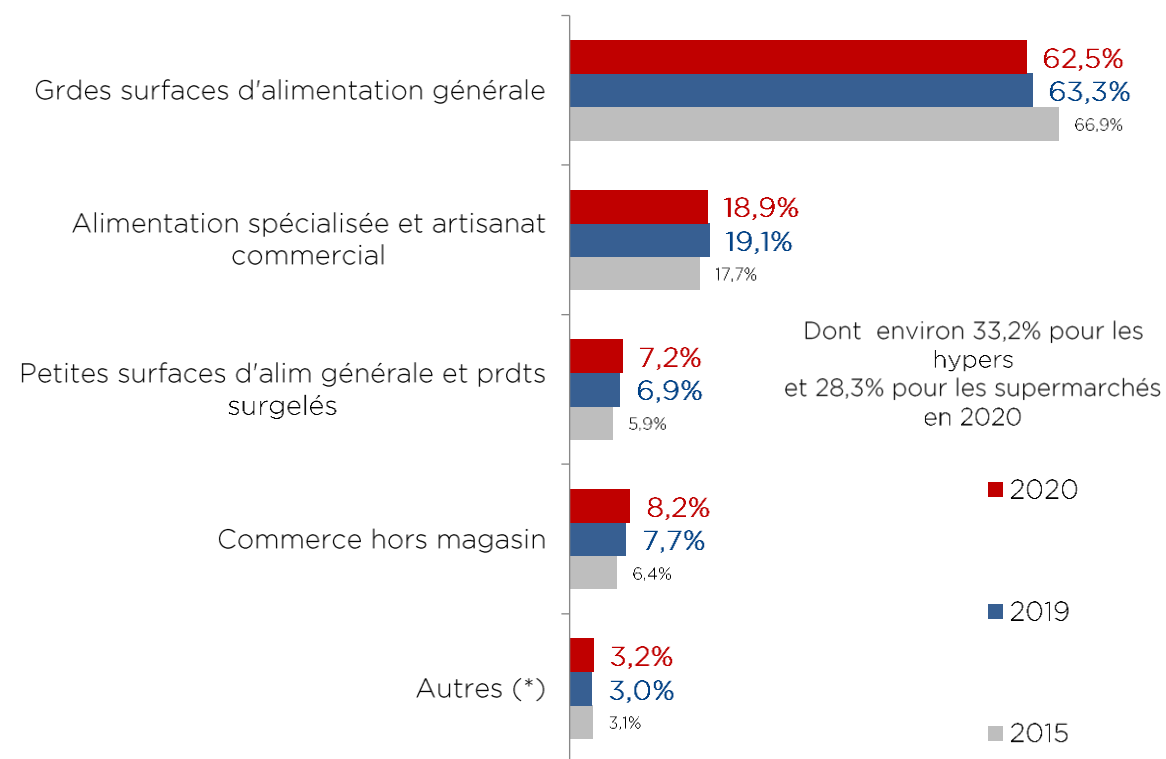
## Le commerce alimentaire en France



# Le poids du commerce de détail alimentaire

Le commerce de détail alimentaire non spécialisé :  
70% du marché alimentaire en 2020 (conso à domicile)

Parts de marché - Produits alimentaires hors tabac (en %)



(\*) Ventes au détail du commerce de gros, de divers prestataires de services et ventes directes des producteurs / pharmacies

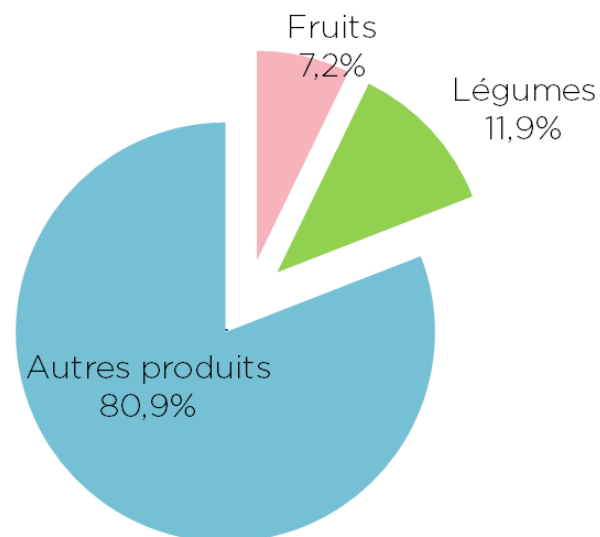
Source : INSEE, Le commerce en 2020

Source : INSEE : « Base permanente des équipements : commerce » 2019, sur la base de 35 293 communes en France Métropolitaine

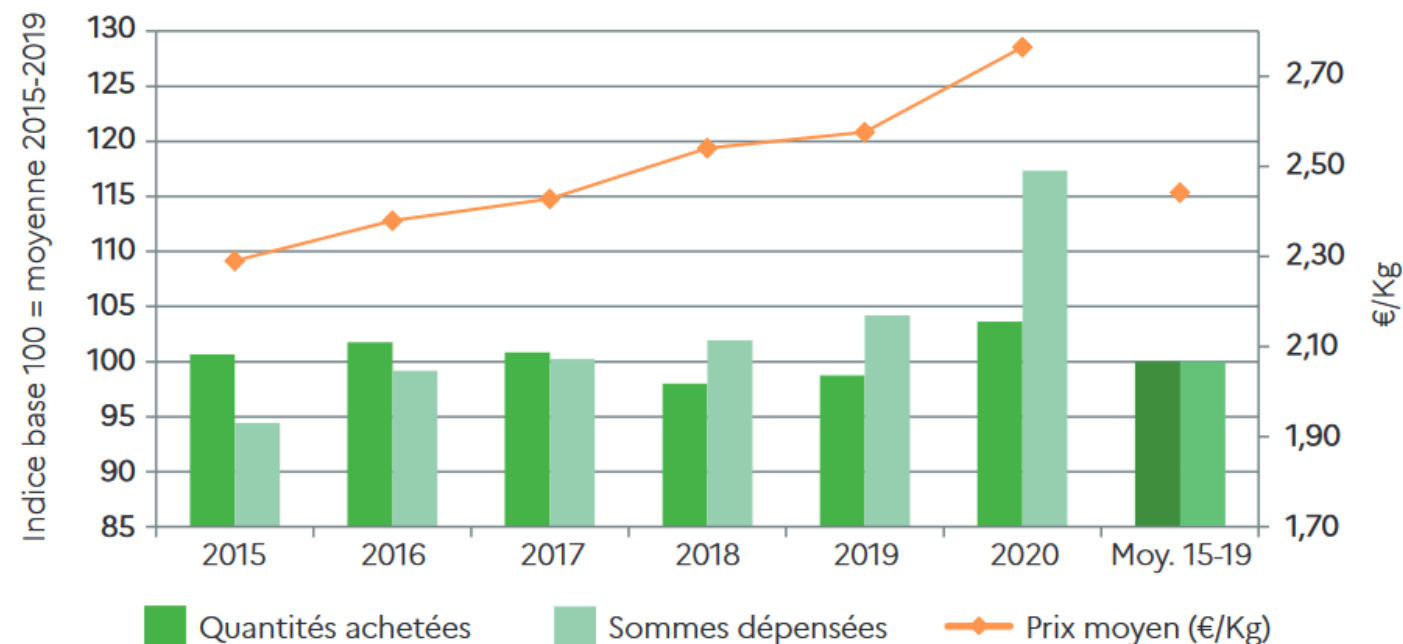
# La consommation de fruits et légumes en France

Selon les données Kantar pour FranceAgriMer, les quantités achetées en 2020 s'inscrivent en hausse par rapport à 2019 (+4,9%), portées par l'accroissement des quantités achetées par acte (+6,4%). Les sommes dépensées qui affichent le développement le plus spectaculaire (+12,6%), boostées par une forte progression du prix moyen d'achat (+ 7,3%).

Segmentation de la consommation alimentaire des ménages  
(% des dépenses en 2020, conso à domicile)



## Évolution des achats de F&L frais

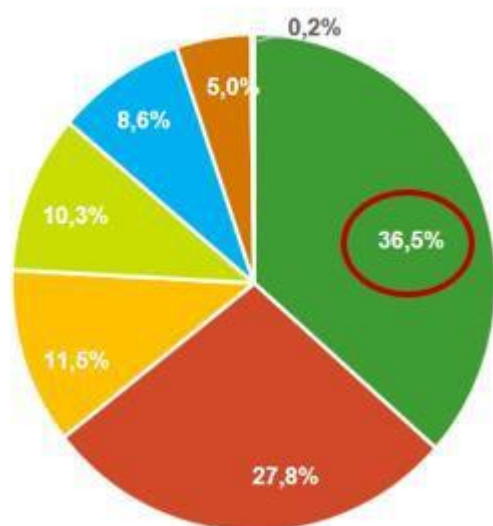


# Les fruits et légumes en GMS

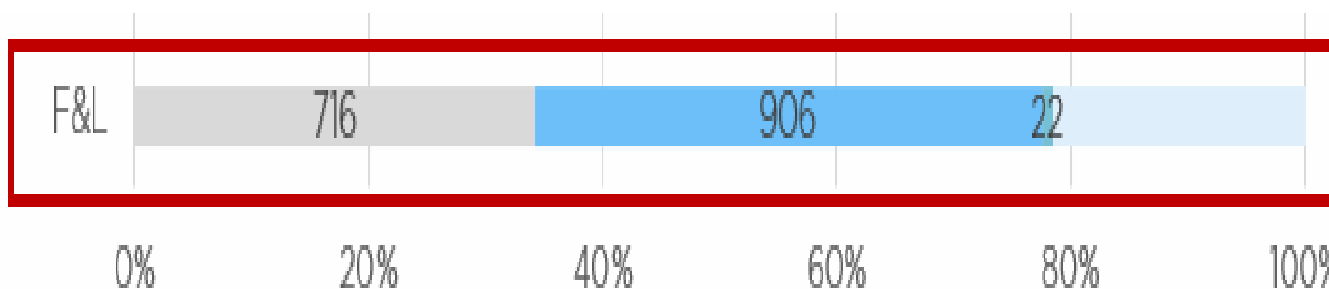
Les fruits et légumes frais représentent 36,5% du chiffre d'affaires « poids variables » en GMS, soit un peu moins de 7% des ventes totales des GMS (alimentaire + non alimentaire).

La baisse constatée en 2021 de 4% ne doit pas occulter une hausse de plus de 6% par rapport à 2019 (avant COVID)

POIDS CA – CC P07 2021



Le commerce alimentaire généraliste représente 34% des ventes en valeur de fruits et légumes bio en 2020 (37% des fruits et 31% des légumes). Il constitue le deuxième circuit de distribution après la distribution spécialisée bio (43%, dont 53% pour les fruits et 41% pour les légumes).



# Les fruits et légumes transformés

## Légumes en conserves



Les légumes en conserve sont privilégiés à la maison



**86%**

consommés à domicile



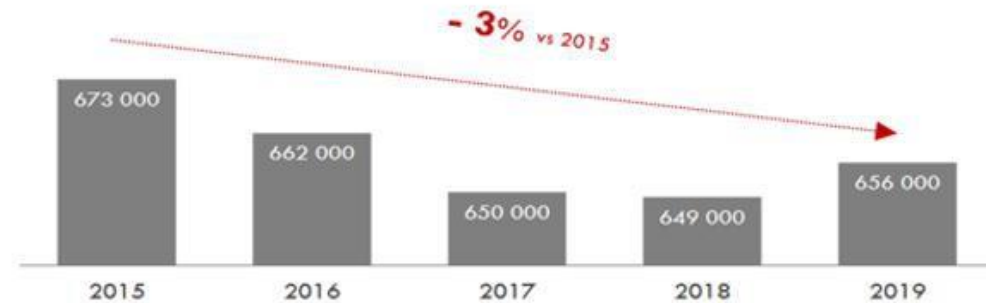
Les légumes surgelés consommés autant à la maison que par la restauration



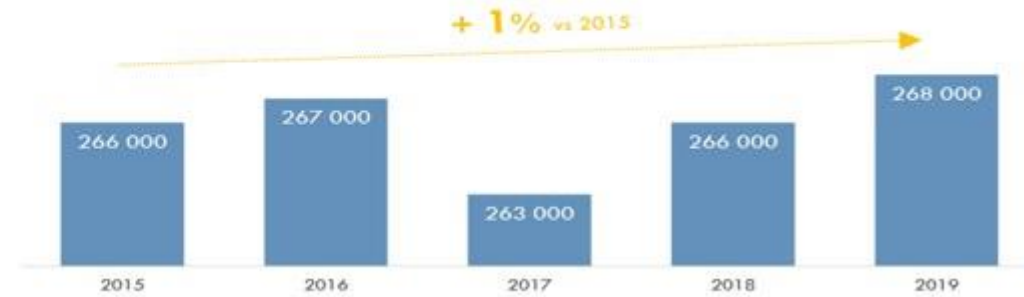
**51%**

consommés à domicile

Déconsommés par les ménages et la restauration ces dernières années



Une consommation relativement stable ces dernières années





# Les attentes des consommateurs

## Produits locaux, origine France, produits respectueux de l'environnement...

Les attentes des Français en termes de qualité et de valorisation se matérialisent aussi dans leurs actes de consommation : depuis le début des années 2010, la tendance au «moins mais mieux» s'est progressivement installée dans leurs achats.

De manière générale la crise a incité les Français à réfléchir à leur consommation



Source : Baromètre Max Havelaar – Opinionway – Octobre 2020

L'alimentaire résiste dans les secteurs privilégiés pour l'achat de produits responsables



L'origine France et le local

**79%\*** j'essaie d'acheter des produits locaux aussi souvent que possible (vs 79% en 2019)

LinkQ COVID-19 : terrain AVRIL 2020  
2019 : questionnaire Opinion

Source : Kantar



# Les attentes des consommateurs

## Le prix !

IMPORTANCE ACCORDÉE À L'ENGAGEMENT DES ENTREPRISES

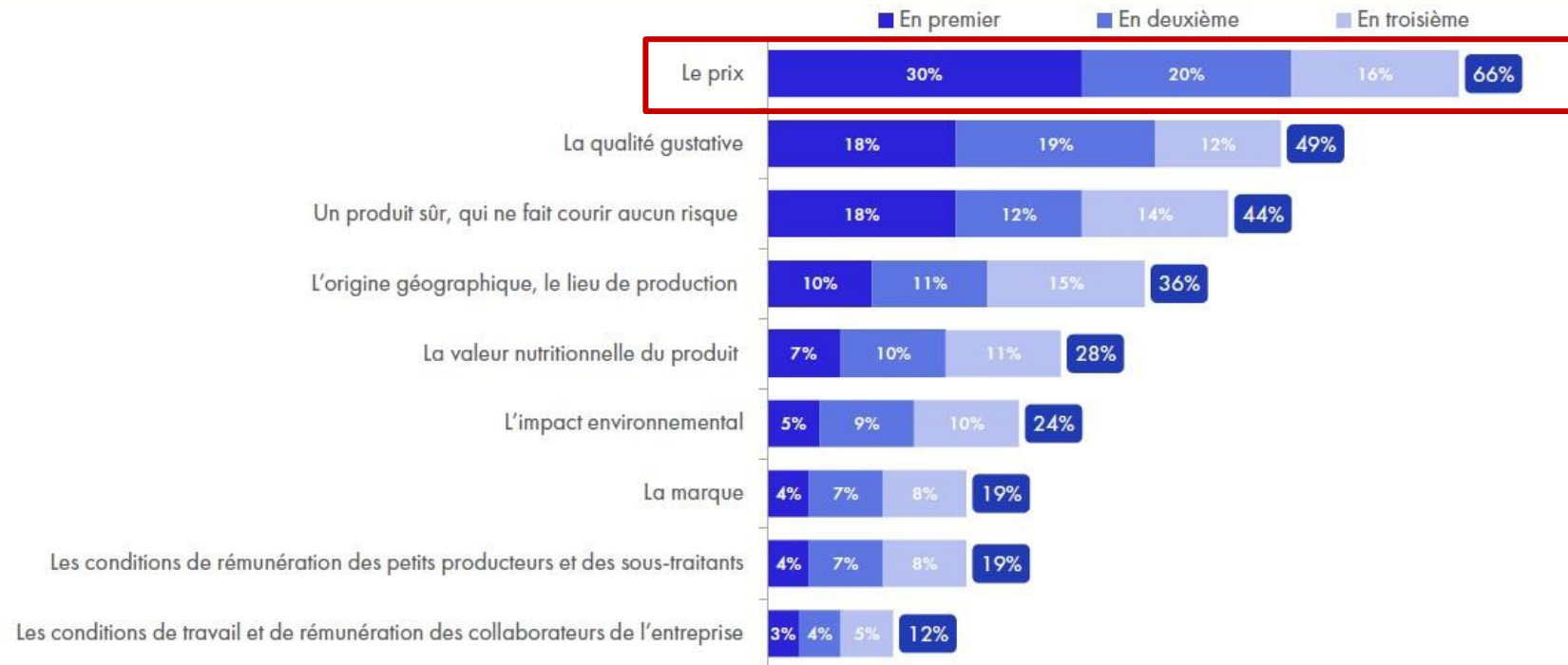
trusteam  
finance

L'OBSoCo

Le prix est, de loin, le premier critère de choix des produits alimentaires. L'impact environnemental se place en 6<sup>ème</sup> position, loin derrière l'origine géographique

« De manière générale, pour vos achats de produits alimentaires, merci de classer les trois critères qui sont les plus importants dans vos choix des produits et des marques »

Base totale, n=2000



@L'ObSoCo/Trusteam – Baromètre de l'engagement – Juin 2021

# Et demain, les enjeux pour la GMS

- Maintien de la consommation des F&L frais
  - Dispositifs de communication pour la promotion des F&L
  - Travail en collaboration avec l'amont pour la qualité des produits
- Renforcement des liens avec l'amont de la filière
  - Mise en place de partenariats pluriannuels
  - Accompagnement de filières vertueuses
- Limiter notre impact sur l'environnement
  - Réduction des emballages plastiques
  - Approvisionnement locaux
  - Renforcement de l'offre issue de pratiques agricoles respectueuses de l'environnement (bio, HVE...)
  - Accélération des travaux sur la recherche agronomique
  - Actions de pédagogie auprès des consommateurs pour une meilleure adéquation entre le comportement des clients et les attentes sociétales



# L'INDUSTRIE DES FRUITS ET LÉGUMES - SÉRIE



ANNÉE INTERNATIONALE DES  
FRUITS ET DES LÉGUMES  
2021



FRUIT AND VEGETABLES SCHEME



## Merci



*Cette série d'événements est organisée par le Régime de l'OCDE pour l'application de normes Internationales aux fruits et légumes et le COLEACP.*

*Le COLEACP opère dans le cadre de la coopération au développement entre l'Organisation des États d'Afrique, des Caraïbes et du Pacifique (OEACP) et l'Union européenne, avec le soutien de l'Agence française de Développement*