

CONSOMMER 5 FRUITS ET LEGUMES PAR JOUR : FONDAMENTAL, MAIS UN LUXE DIFFICILE A S'OFFRIR

*Résultat de l'étude exclusive OpinionWay pour Bizerba
« Les Français et la consommation de produits frais » - Septembre 2016*

Paris, le 6 septembre 2016 - Les fruits et légumes n'ont jamais été aussi chers que cet été selon l'Observatoire des prix « fruits et légumes » été 2016 de Famille Rurale. A une semaine du coup d'envoi de la Paris Retail Week 2016, Bizerba, leader des solutions technologiques dédiées aux rayons frais pour les magasins, a mandaté l'institut OpinionWay pour étudier les habitudes de consommation de produits frais par les Français, leurs parcours d'achats et le budget alloué.

EN BREF

QUI ?

- 83% des Français expriment leur sensibilité à la campagne « 5 fruits et légumes par jour » mais pour plus d'un quart des Français c'est un **luxe difficile à s'offrir** et pour plus d'un autre quart un objectif difficile à atteindre
- **34% des Français consomment plus de produits frais qu'il y a 5 ans**, majoritairement pour consommer plus sainement et pour limiter leur consommation de produits industriels
- Plus de la moitié de ceux qui en consomment moins pensent que **les prix ont augmenté** et/ou qu'ils ont moins de moyens financiers

COMBIEN ?

- **Les Français dépensent en moyenne 182€ par mois** pour l'achat de produits frais mais 30% d'entre eux moins de 100€ par mois.
- **Tous les types de produits frais sont jugés trop chers** sauf boulangerie/pâtisserie
- Les 3 premiers freins à l'achat de produits frais sont le **prix trop élevé, l'aspect visuel et la mauvaise qualité perçue**

OÙ ?

- C'est en **grandes et moyennes surfaces alimentaires** que les Français préfèrent largement acheter leurs produits frais (viande, poisson, charcuterie/traiteur, fromage, fruits et légumes) - mis à part la boulangerie/pâtisserie
- **Les GMS sont également jugées plus fiables** pour le choix/variété (58%), le respect de la chaîne du froid et de l'hygiène (53%), le meilleur rapport qualité/prix (45%)
- **Alors que les commerçants indépendants et les producteurs en direct** sont privilégiés pour leurs conseils de préparation (49%) et le plaisir de l'acte d'achat (34%)
- Contrairement au « buzz » ambiant sur la montée de la **vente sur Internet** et des **magasins bios**, les Français classent systématiquement ces 2 circuits en queue de peloton sur tous les items cités

QUOI ?

- Les **produits frais en vrac ou à la coupe sont largement préférés aux produits pré-emballés** car ils ont plus de goût (84%), sont meilleurs pour la santé (82%) et de meilleure qualité (82%)
- A l'inverse, il est reconnu aux produits frais pré-emballés un étiquetage plus complet pour la Date Limite de Consommation (75%), la composition (73%) et l'origine (64%).

LE POUVOIR D'ACHAT DES FRANÇAIS FREINE LA CONSOMMATION DE PRODUITS FRAIS

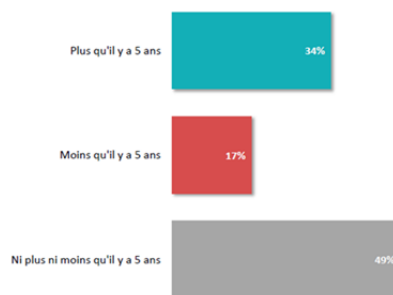
Produits frais et santé, une association de fait :

34% des Français déclarent consommer davantage de produits frais depuis 5 ans. Ces derniers souhaitent ainsi s'alimenter plus sainement (**59%**), limiter leur consommation de produits industriels (**45%**) ou cuisiner davantage (**28%**).



L'évolution de la consommation de produits frais au cours des cinq dernières années

Q. Avez-vous le sentiment de consommer plus, moins, ou ni plus ni moins de produits frais qu'il y a 5 ans ?



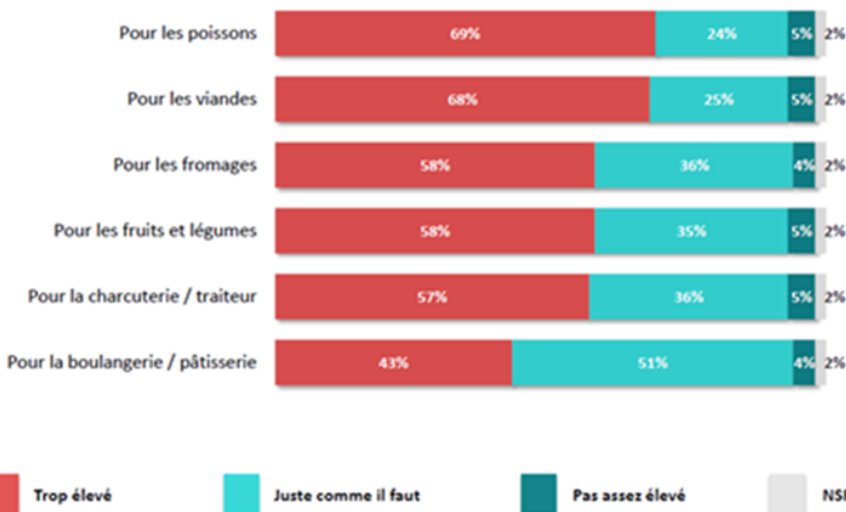
Pouvoir d'achat, un frein à la consommation de produits frais :

En l'espace de cinq années, **17%** des Français ont limité leurs achats de produits frais.

Cette tendance prend racine dans la baisse de leurs moyens financiers pour **51%** d'entre eux et **53%** pointent du doigt l'augmentation du prix de ce type de denrées. Enfin, **27%** des Français estiment que manger 5 fruits et légumes par jour est un luxe difficile à s'offrir et pour **26%** un objectif difficile à atteindre.

PLUS DE 10% DU SALAIRE MEDIAN CONSACRÉ AUX PRODUITS FRAIS !

Q. Et considérez-vous globalement que le prix des produits frais est trop élevé, pas assez élevé ou juste comme il faut pour chacun des types de produits suivants ?



182€
/ mois en moyenne pour l'achat de produits frais

Alors que l'INSEE établit le salaire médian des Français à 1772 € par mois, ceux-ci déclarent dépenser en moyenne **182 € par mois** pour l'achat de produits frais, soit plus de 10%. **30%** déclarent dépenser chaque mois entre 0 et 99 €, **27%** entre 100 et 199 € et **21%** 300 € et plus.

Des prix trop élevés

Alors que la majorité des Français dénonce le coût des tous les autres produits frais, seulement **43%** des Français jugent la boulangerie/pâtisserie trop onéreuse.

Commerces indépendants et magasins bios pointés du doigt

Pour **87%** des Français, les points de ventes spécialisés dans l'alimentation bio pratiquent des tarifs trop élevés, tout comme les commerces indépendants pour près de 6 consommateurs sur 10 (**59%**).

Les facteurs déterminants pour acheter des produits frais

Prix, qualité perçue, origine et aspect visuel sont les principaux leviers de décision du consommateur pour acheter des produits frais.

Les principaux freins à l'achat de produits frais

Prix, qualité perçue, aspect visuel et date de péremption sont les principaux freins à l'achat de produits frais.

Les éléments encourageant l'achat de produits frais TOP 3

Q. Si vous n'en aviez pas d'abord l'intention, quels sont les éléments principaux qui vous incitent à acheter chacun des types de produits suivants ?

Trois réponses possibles par produit – Total supérieur à 100%

1101 personnes



Vos viandes



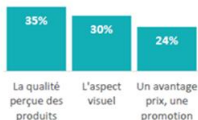
Vos poissons



Vos produits charcuterie / traiteur



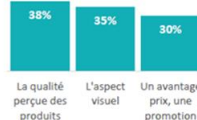
Vos produits de boulangerie / pâtisserie



Vos fromages



Vos fruits et légumes



LES GRANDES SURFACES ECRASENT TOUS LES TYPES DE POINTS DE VENTE

Où acheter des produits frais ? La grande distribution loin devant les autres formes de commerces

Si **63%** des Français privilégient toujours le savoir-faire des artisans boulangers/pâtisseries dans des commerces indépendants, les grandes et moyennes surfaces demeurent le lieu privilégié d'achat de l'ensemble des autres types de produits frais (Fromage, Charcuterie/Traiteur, Poisson, Viande et Fruits & Légumes).

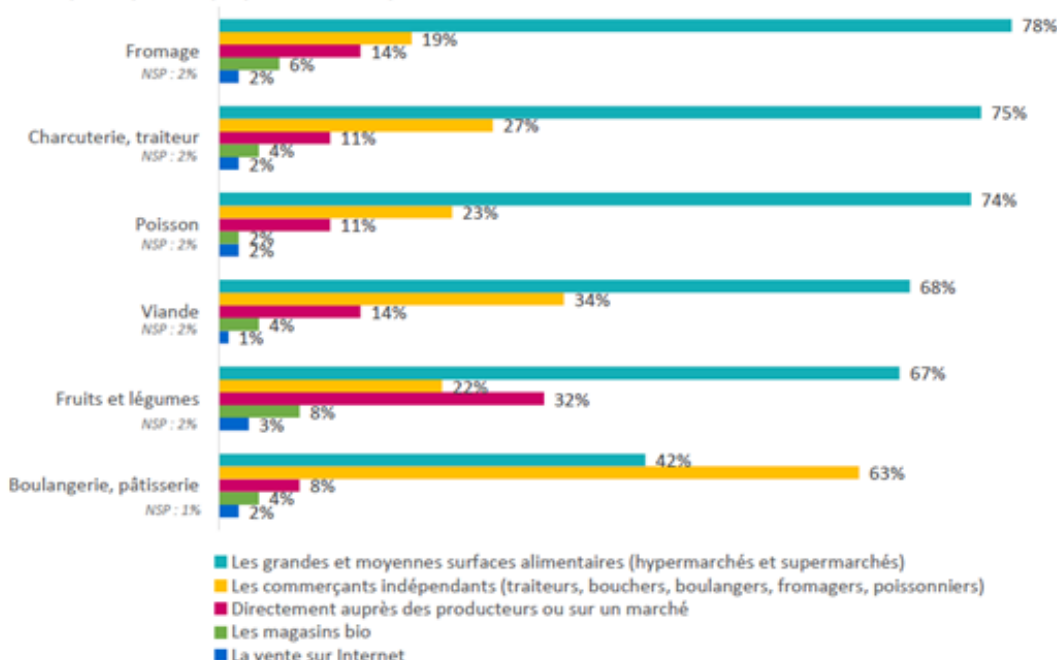


Le point de vente privilégié par produit frais

Q. Quels points de vente privilégiez-vous pour l'achat de chacun des types de produits frais suivants ?

Trois réponses possibles par produit – Total supérieur à 100%

1101 personnes



En l'espèce, exhaustivité du choix (**58%**), respect de la chaîne du froid ou des normes d'hygiène (**53%**) et rapport qualité/prix (**45%**) sont autant d'arguments pour consommer en grandes et moyennes surfaces alimentaires.

De son côté, le commerce indépendant demeure cependant le lieu idéal pour l'achat d'impulsion et associé au plaisir. Ainsi, **54%** des Français développent l'envie d'acheter des produits frais lors de leur visite sur un marché.

EN VRAC, A LA COUPE OU PRE-EMBALLÉS ?

Le conditionnement des produits frais fait débat

En termes de conditionnement, les Français préfèrent largement acheter leurs produits frais en vrac, à la coupe ou en vente servie pour les Fruits & Légumes (87%), la Boulangerie pâtisserie (70%) et le Poisson (62%) alors qu'ils privilégient le pré-emballé en libre-service pour le Fromage (62%), la Charcuterie/Traiteur (57%) et la Viande (53%)

Vrac ou à la coupe riment avec santé

8 Français sur 10 considèrent que les produits frais en vrac ou à la coupe ont plus de goût, sont meilleurs pour la santé et de meilleure qualité que les produits frais pré-emballés. De facto, **75%** d'entre eux affirment qu'ils contiennent moins de produits néfastes pour la santé.

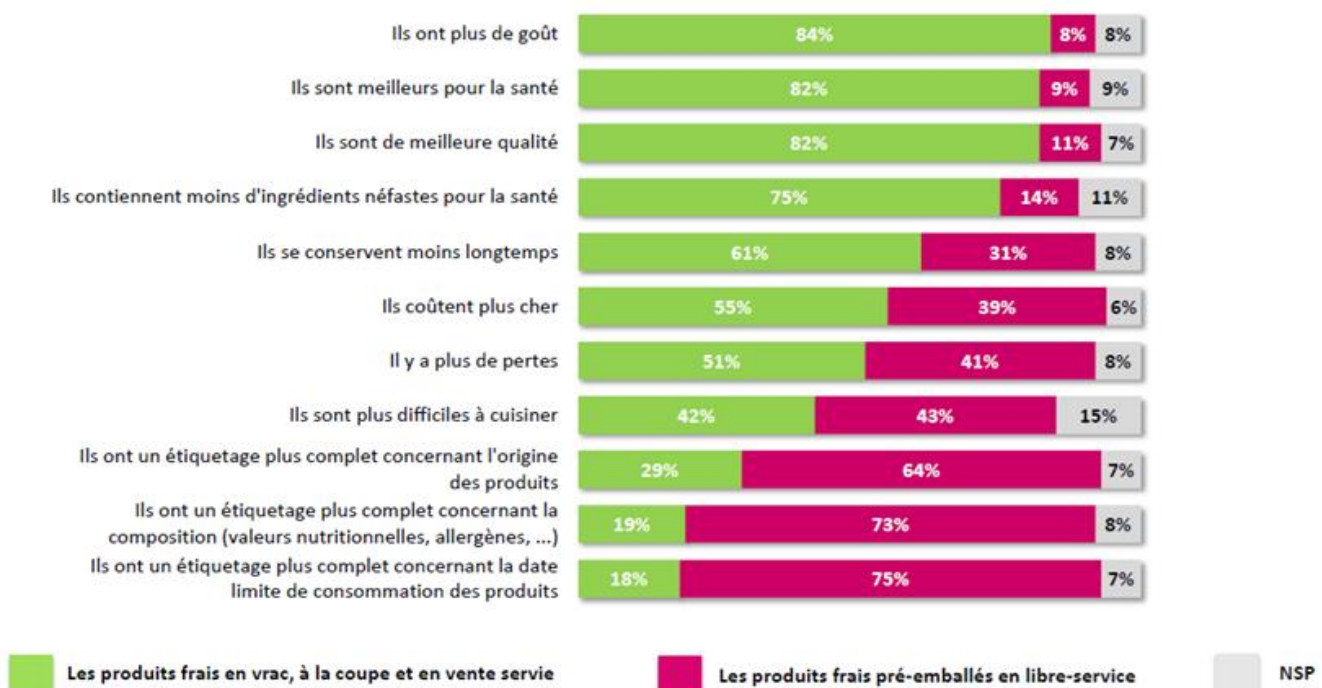
Pré-emballé, un gage de traçabilité

L'avantage donné aux produits frais pré-emballés réside clairement dans la qualité de l'information qu'ils contiennent. Ainsi, **75%** des Français estiment que ceux-ci ont un étiquetage plus complet concernant la date limite de consommation des produits, **73%** une meilleure information sur la composition (valeurs nutritionnelles, allergènes, ...) et **64%** sur l'origine.



Les caractéristiques des produits frais en vrac, à la coupe ou en vente servie face aux produits frais pré-emballés

Q. Selon vous, chacune des affirmations suivantes s'applique-t-elle mieux aux produits frais en vrac, à la coupe et en vente servie ou aux produits frais pré-emballés en libre service ?



« Ces résultats ne nous surprennent pas, car les grandes et moyennes surfaces françaises ont beaucoup investi pour améliorer leurs rayons produits frais commente Barbara Sarre-Deroubaix, Directrice Retail de Bizerba France. Les Français réclament en revanche encore de nombreux efforts pour améliorer l'expérience d'achat, bénéficier de meilleurs prix sans dégrader la qualité et plus de conseils de la part des vendeurs de produits frais. »



Les résultats de cette étude seront présentés en exclusivité par Bizerba et OpinionWay lors d'une conférence qui se tiendra sur le salon Equipmag / Paris Retail Week le mardi 13 septembre 2016 de 10h00 à 10h45 - Salle 12 (pavillon 3). Plus d'infos ici :

http://www.bizerba.com/fr_fr/lp/equipmag_2016.html

Méthodologie

Ce sondage OpinionWay pour Bizerba a été réalisé entre le 27 et le 29 juillet 2016 auprès d'un échantillon de 1101 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence. OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO20252.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante : « **Etude OpinionWay pour Bizerba : les Français et la consommation de produits frais – Septembre 2016** » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.

Pour BIZERBA, Log on experience

Laurent Houitte – Mike Hadjadj

06 23 26 09 27 – 06 27 30 52 08

laurent@logonexperience.com

mike@logonexperience.com

AGENCE79

Apolline GILLIOT

Tel : 01 46 20 59 08

Mobile : 06 60 92 62 28

agilliot@agence79.com

A PROPOS DE BIZERBA :

Spécialiste de la distribution et de l'industrie, Bizerba propose une offre complète de solutions technologiques dédiées aux rayons frais des points de vente (matériels, logiciels, services et consommables).

Fort de ses 150 ans d'existence, Bizerba est un groupe familial allemand résolument tourné vers l'innovation. L'entreprise accompagne ses clients en proposant des solutions permettant de repenser l'expérience client aux rayons frais. Ces solutions visent principalement à fluidifier le parcours client, animer les rayons, développer les ventes conseil et simplifier la vie des collaborateurs.

Présent dans 120 pays et comptant 3 700 collaborateurs, Bizerba a réalisé un Chiffre d'Affaire de près de 600 M€ en 2015 (+19% / 2014). La filiale française compte plus de 220 personnes et affiche des résultats en croissance depuis 5 ans (38 M€ en 2015).

Nos principaux clients de la distribution sont les grandes enseignes alimentaires et les magasins de proximité spécialisés. www.bizerba.fr

A PROPOS D'OPINIONWAY

Créé en 2000, OpinionWay est un acteur majeur de l'innovation dans les études marketing et opinion et un pionnier de la digitalisation des études. La société se veut pour ses clients facilitateur de compréhension et accélérateur de décisions. Son ambition est d'optimiser l'agilité et la performance des entreprises ou des organisations. Sa mission est de permettre à ses clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur, pour mieux décider aujourd'hui, agir demain et imaginer après-demain. OpinionWay intervient dans de nombreux domaines comme la compréhension des marchés, les problématiques de marques, le développement de produits et de services, auprès de cibles BtoC ou BtoB.