



TENDANCES ET ANALYSES DE CONSOMMATION - FÉVRIER 2025



www.interfel.com

www.lesfruitsetlegumesfrais.com

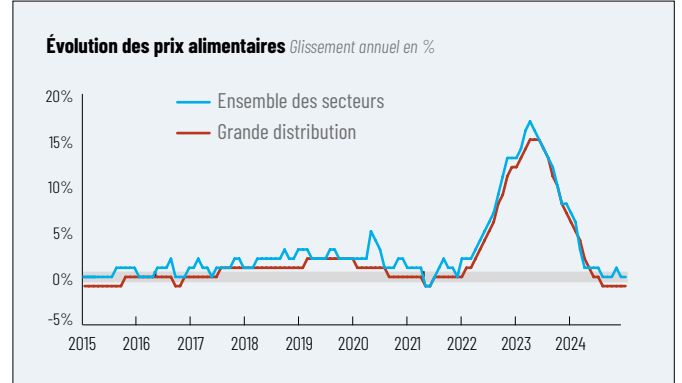
BILAN DE CONSOMMATION 2024



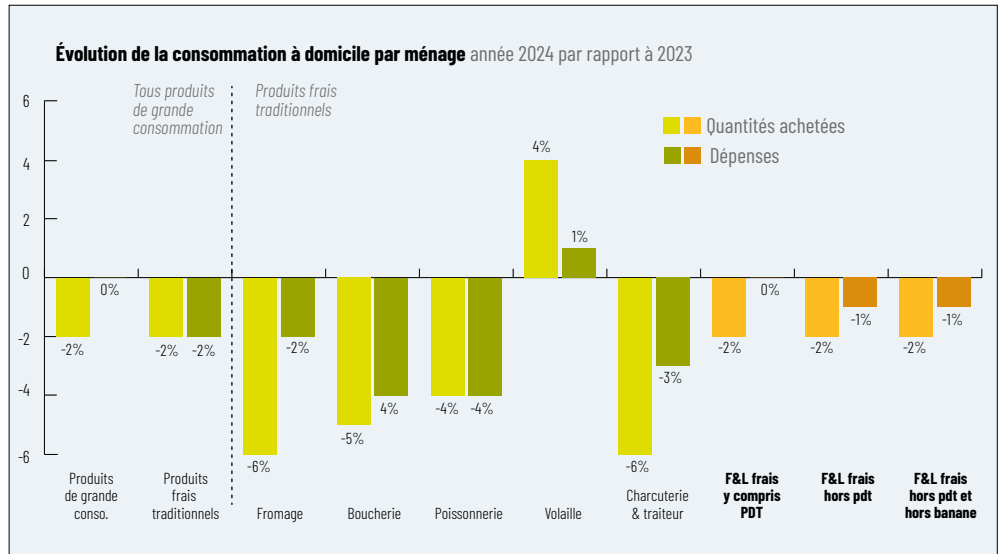
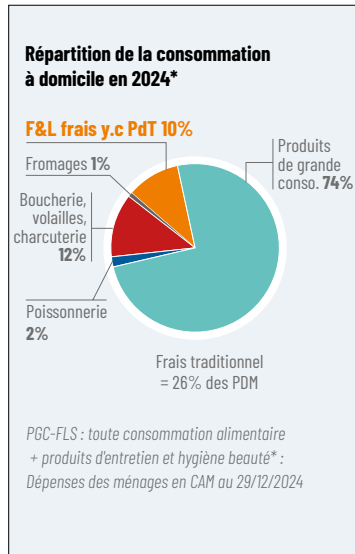
UN NET RALENTISSEMENT DE L'INFLATION ALIMENTAIRE EN 2024

En 2024, le contexte économique a continué de s'améliorer avec la poursuite de la désinflation amorcée sur la seconde partie de 2023, après 2 années de progression soutenue. Après avoir modifié leurs comportements de consommation depuis 2 ans, les Français ont pu les stabiliser dans cet environnement économique plus favorable. Ils restent néanmoins attentistes face une situation politique nationale et internationale mouvante (incertitudes budgétaires et changements de gouvernement en France, conflits géopolitiques à l'international). Sur l'année 2024, le **PIB a ainsi progressé de +1,1%** tout comme en 2023. Le pouvoir d'achat (revenu disponible brut des ménages) a progressé de +2,1% par rapport à 2023, après une hausse de +0,9% en 2023 par rapport à 2022. En moyenne annuelle, **l'inflation a ralenti et s'est établie à +2,0% en 2024**, versus +4,9% en 2023, du fait du net **ralentissement de la hausse des coûts, notamment de l'alimentation**. Les **produits alimentaires affichent une hausse de +1,4%** après une

hausse de +11,8% en 2023. Les **produits frais ressortent à +2,0%** après une hausse de +9,6% en 2023. **Les F&L frais ressortent à +1,5% par rapport à 2023**, après une hausse de +10,2% en 2023.



LES FRANÇAIS RESTENT VIGILANTS SUR LES PRIX ET LEURS DÉPENSES DU QUOTIDIEN



Les Français ont modifié leurs comportements de consommation depuis 2 ans en réponse à la situation d'inflation globale en 2022 et 2023, et de façon plus modérée en 2024. Les Français ont toutefois du mal à percevoir le ralentissement de l'inflation pour une majorité d'entre eux, et celle-ci demeure leur 1^{ère} préoccupation avec le sentiment d'une perte de pouvoir d'achat. **Ils sont ainsi restés vigilants sur leurs dépenses du quotidien et ont stabilisé leurs comportements d'achats**, avec le souhait de continuer de limiter leur gaspillage et d'acheter en moins grande quantité, mais en nuancant leurs arbitrages. Ainsi, un léger recul des achats en volume des **produits de grande consommation – frais libre-service** est observé en 2024 par rapport à 2023 (après un recul marqué en 2023 sur un an), conjugué à une **stabilisation du « glissement de gamme »** mis en place depuis 2022 (descente de gamme dans les achats / dévalorisation) afin de limiter

la hausse des dépenses, élément encourageant possiblement un léger frémissement de la (re)montée en gamme. Les arbitrages initiés en 2022 se sont ainsi stabilisés, et un **retour partiel des produits sous logos/labels est observé dans les paniers d'achat**. Si l'orientation du marché reste à la baisse, la gamme biologique a dans ce cadre pu bénéficier d'un retour progressif de ménages acheteurs en 2024. La consommation des **produits frais traditionnels (PFT)** a légèrement reculé en volume sur un an pour toutes les catégories de produits, dont les fruits et légumes frais. A noter que ces derniers ont été proches du recul de l'ensemble de cette catégorie. L'évolution en valeur en **F&L frais (-1%/2023)** est expliquée par un recul des volumes achetés (-2%/2023) et une hausse du prix moyen payé à l'achat (de l'ordre de +1%/2023), hausse proche de celle de l'ensemble des PFT.

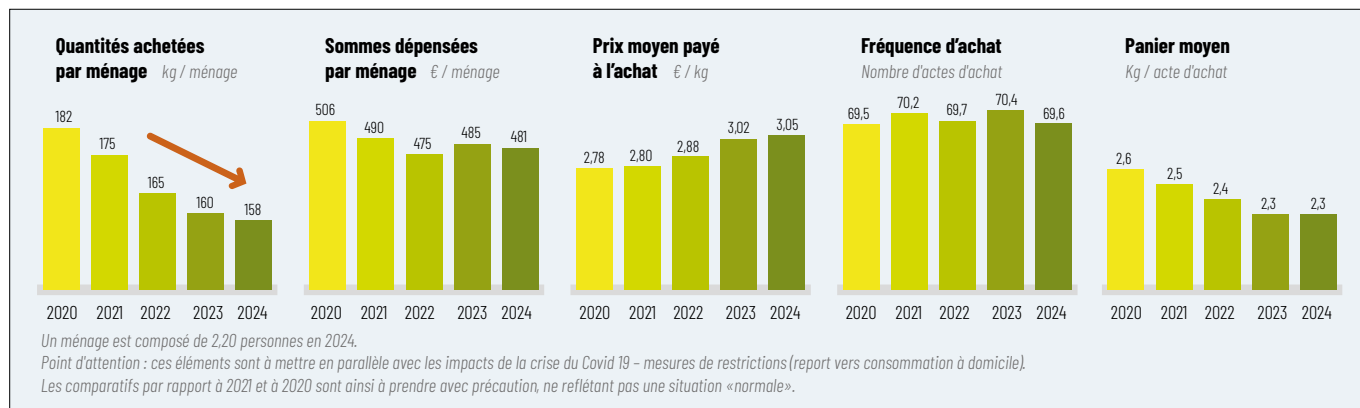
Les chiffres de consommation de F&L frais présentés incluent la banane, la Fraich Découpe et la 4^{ème} gamme, et n'incluent pas la pomme de terre.



DES VOLUMES EN BAISSÉ IMPACTÉS PAR LA FRÉQUENCE D'ACHAT

Les sommes dépensées par ménage ont légèrement reculé par rapport à 2023 (-1%/2023). **Les achats par ménage en volume ont reculé (-2%/2023)**, en lien principalement avec un recul de la fréquence

d'achat ; mais leur recul est moins marqué qu'en 2023. Le panier d'achat moyen en volume se stabilise après 2 années consécutives de recul. Une hausse du prix moyen payé à l'achat de +1%/2023 est observée.



Source : Kantar Worldpanel en CAH au 29/12/2024

UNE CONSOMMATION ESTIVALE DYNAMISÉE PAR UNE MÉTÉO FAVORABLE ET LES JO DE PARIS 2024

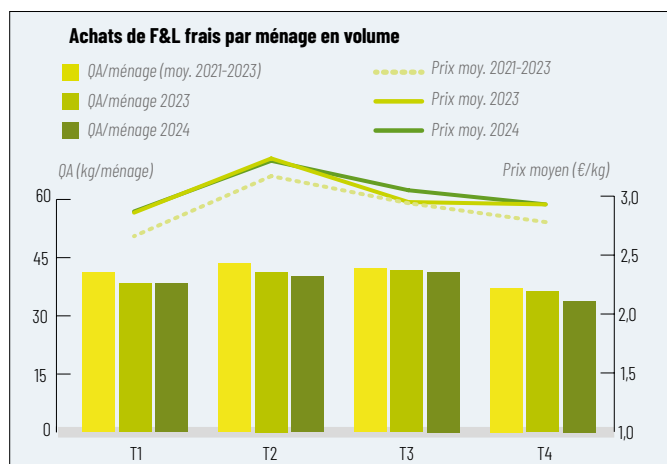
Au niveau des achats en volume de F&L frais, une stabilité des achats des ménages est observée au T1 2024 par rapport à 2023. Un hiver particulièrement pluvieux avec des intempéries a contribué à réduire les quantités disponibles de fin de saison (carotte, endive, poireau par exemple). Un bon dynamisme sur le démarrage de la consommation de produits printaniers (fraise et asperge notamment) a été observé en mars (Pâques le 1^{er} avril).

Au T2 2024, les achats en volume ont reculé par rapport à 2023, en lien avec les impacts des pluies et gelées tardives de printemps sur l'offre (calendriers décalés, floraison impactée) et sur la demande (consommation retardée).

Au T3 2024, la météo a été globalement maussade sur la 1^{ère} partie de l'été, puis plus favorable pour l'ensemble de la France à partir de fin juillet (vagues de chaleur), impactant positivement la demande. La consommation a ainsi été globalement dynamique sur l'été, dynamisée également par l'engouement autour des Jeux Olympiques de Paris 2024 fin juillet / début août. A noter, un mois de septembre frais et humide (contrastant avec l'été « indien » de 2023), limitant les opportunités d'achats pour les produits d'été les plus météo-sensibles à la demande - avec une offre de fruits d'été en retrait sur le mois - et impactant positivement le

démarrage des produits d'automne (légumes à cuire notamment). Au T4 2024, l'offre d'automne-hiver est caractérisée par de bons volumes en légumes (après un hiver précédent marqué par les impacts de la tempête Ciaran en France), et une offre sans excès en fruits. La demande a été globalement active, notamment sur la fin d'année. A noter, différentes intempéries (pluies/inondations) en Europe : la tempête Boris en Europe centrale et de l'Est, et les intempéries liées au phénomène DANA (« goutte froide ») dans la région de Valence en Espagne impactant notamment l'offre d'agrumes et de kaki.

Une baisse des achats en volume transversale à toutes les catégories de cycle consommateur en 2024 par rapport à la moyenne 3 ans. A noter, des reculs d'achat moins marqués chez les sexagénaires et septuagénaires et plus, représentant plus de la moitié des achats totaux de F&L frais, et illustrant une forme de préservation de leurs achats par rapport aux autres catégories. Concernant les catégories qui ont le moins de poids dans les achats de F&L frais (jeunes, quadragénaires et familles avec un bébé), elles sont stables ou en progression /2023, après des reculs marqués en 2022-23.



Évolution des achats volume de F&L frais par cycle consommateur en 2024 *	Poids dans la population	Poids dans les achats volumes de F&L frais	Évolution 2024/moy. 2021-23	Évolution 2024-23
Septuagénaires et plus	18%	25%	-3%	-1%
Sexagénaires	19%	25%	-3%	-1%
Quinquagénaires	11%	10%	-10%	-5%
Quadragénaires	8%	6%	-5%	0%
Familles avec 1 ado/jeune adulte	12%	12%	-8%	-3%
Familles avec 1 enfant	15%	11%	-10%	-3%
Familles avec 1 bébé	5%	3%	-9%	3%
Jeunes	12%	7%	0%	2%

* Cumul annuel mobile au 29 décembre 2024
 Source Kantar, F&L frais hors pomme de terre y compris 4e gamme et fraîche découpe
 Tous circuits, origines, gammes, conditionnements confondus pour une consommation à domicile

Source : Kantar Worldpanel

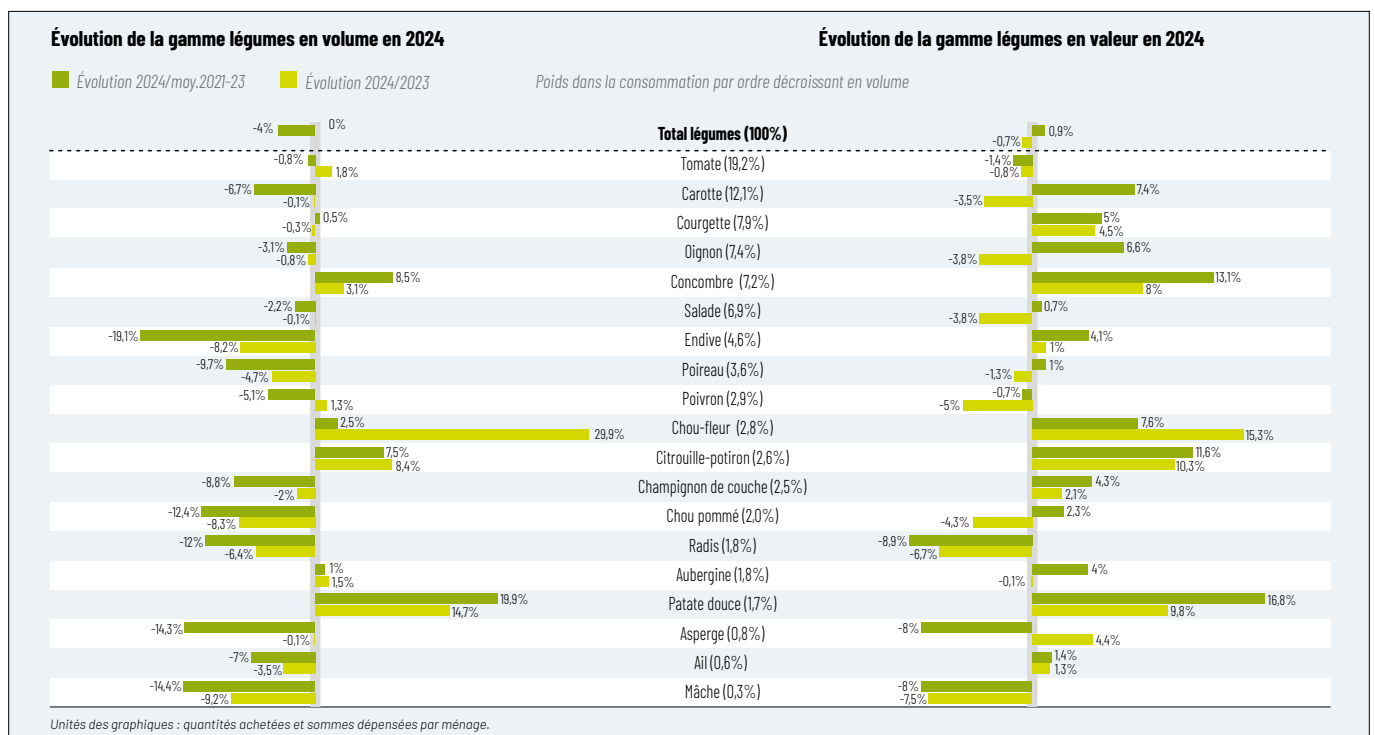
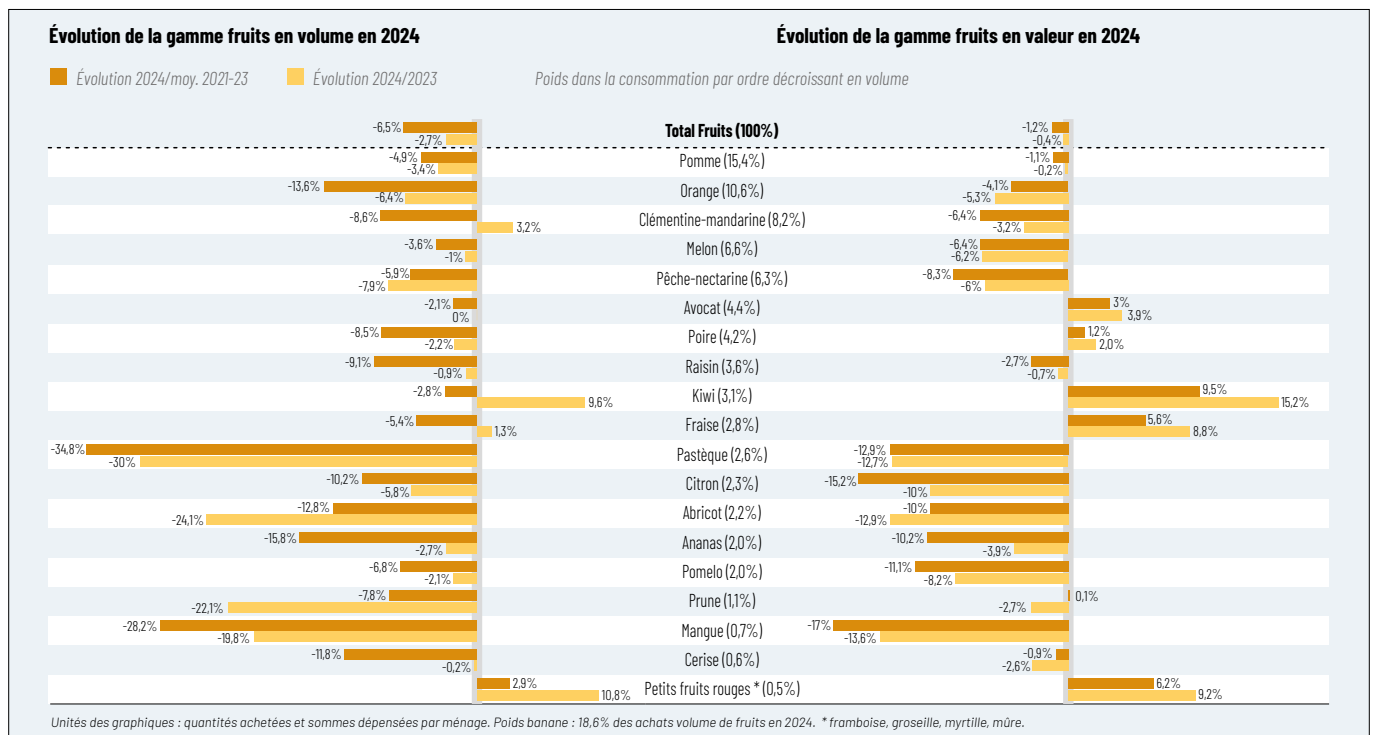


DES CONDITIONS MÉTÉO IMPACTANTES POUR L'OFFRE ET LA DEMANDE

Un recul des achats en volume a été observé en 2024 par rapport à 2023 et aux années précédentes, notamment sur le début et la fin des campagnes de produits d'été, en lien avec une conjugaison d'effets d'offre et de demande - démarrages retardés pour certains produits en lien avec les conditions climatiques fraîches et pluvieuses du printemps, impacts sur le niveau d'offre (tris importants en cerise par exemple), fins précoces (en abricot

ou pêche nectarine par exemple), absence d'été prolongé en septembre. Au global de l'année, la hausse du prix moyen payé à l'achat sur l'année 2024 a été de +1% sur un an, et a été plus marquée en fruits frais qu'en légumes frais, résultant des impacts des conditions climatiques du printemps et du début de l'été notamment pour certains fruits frais comme l'abricot ou la pastèque.

Des reculs d'achats en volume plus marqués en fruits sur un an



BIO - UN RETOUR PARTIEL DES MÉNAGES ACHETEURS



En 2024, une tendance à l'amélioration a été observée sur la gamme bio, avec un **taux de pénétration au-dessus de 2023 et des arbitrages moins marqués des consommateurs. Ainsi, un ralentissement du recul des achats en**

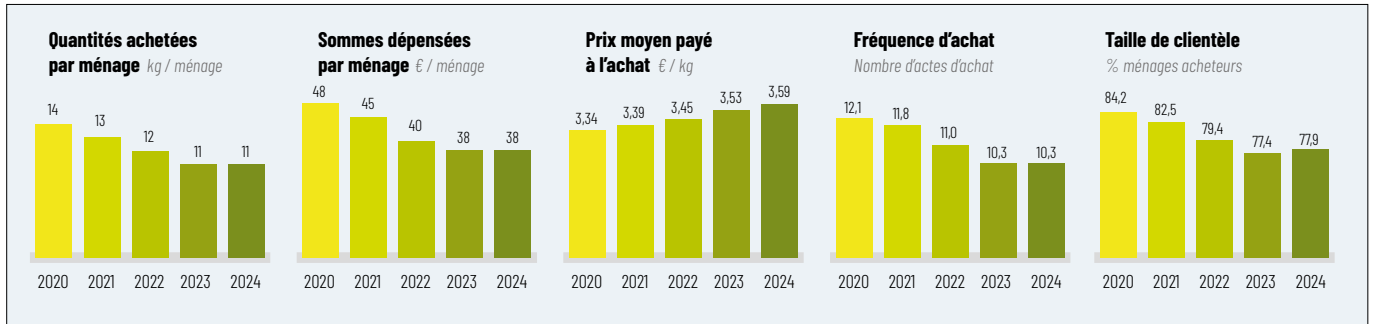
volume a été observé (environ -1%/2023), recul proche de celui du global gamme, après 2 années de recul 2 fois plus marqués. Les dépenses ont quant à elles progressé d'environ +1%/2023.

Les parts de marché des F&L bio* sont de

6,7% en volume = 2023

7,9% en valeur = 2023

*attention, changement de périmètre étudié. Désormais sur l'ensemble des F&L bio, contre 15 FL Bio auparavant (carotte, tomate, salade, courgette, oignon, poireau, concombre, melon, chou-fleur, pomme, kiwi, poire, pêche, nectarine, banane).



Sources : Kantar Worldpanel



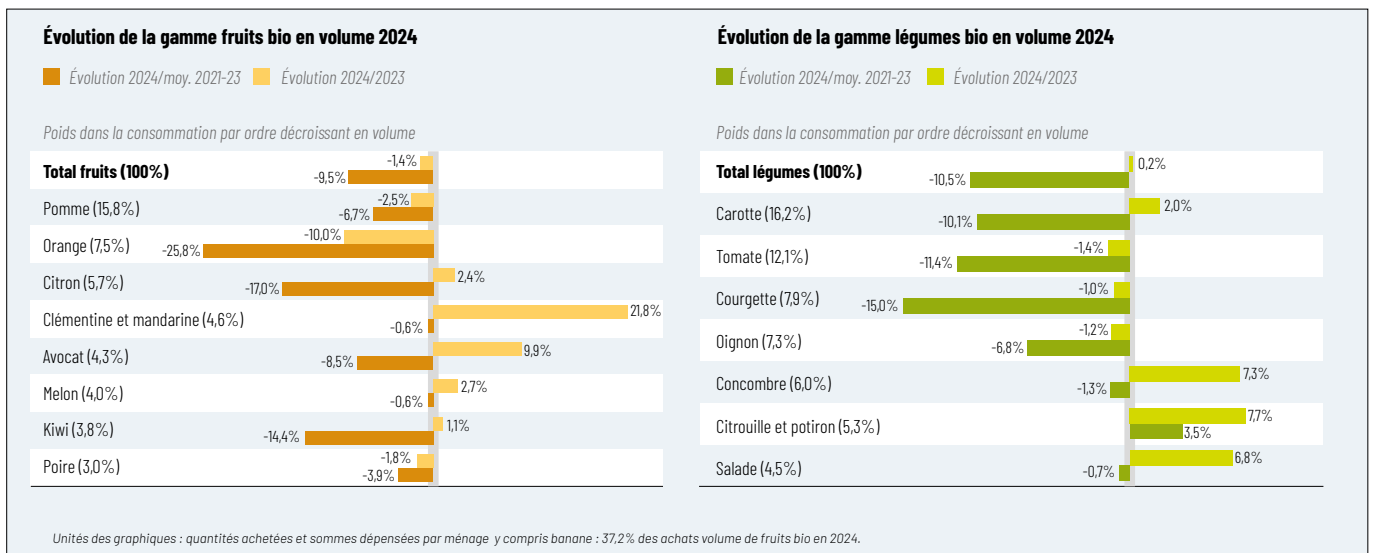
Zoom : une stabilisation des parts de marché en 2024 par rapport à 2023

UN REcul MOINS MARQUÉ DES ACHATS EN VOLUME EN BIO

Un ralentissement du recul des achats en volume est observé par rapport à 2023 ; un recul qui reste toutefois marqué par rapport à la moyenne 2021-23.

Ces évolutions sont à lier au **contexte de l'offre et à l'évolution de la demande**. Les arbitrages de consommation des ménages, même s'ils

se sont poursuivis en 2024 après 2 années d'inflation globale marquée en 2022 et 2023, ont pu être plus nuancés, avec une **stabilisation du phénomène de « glissement de gamme »** et un **retour progressif des ménages acheteurs** en 2024 via une hausse de la taille de clientèle.



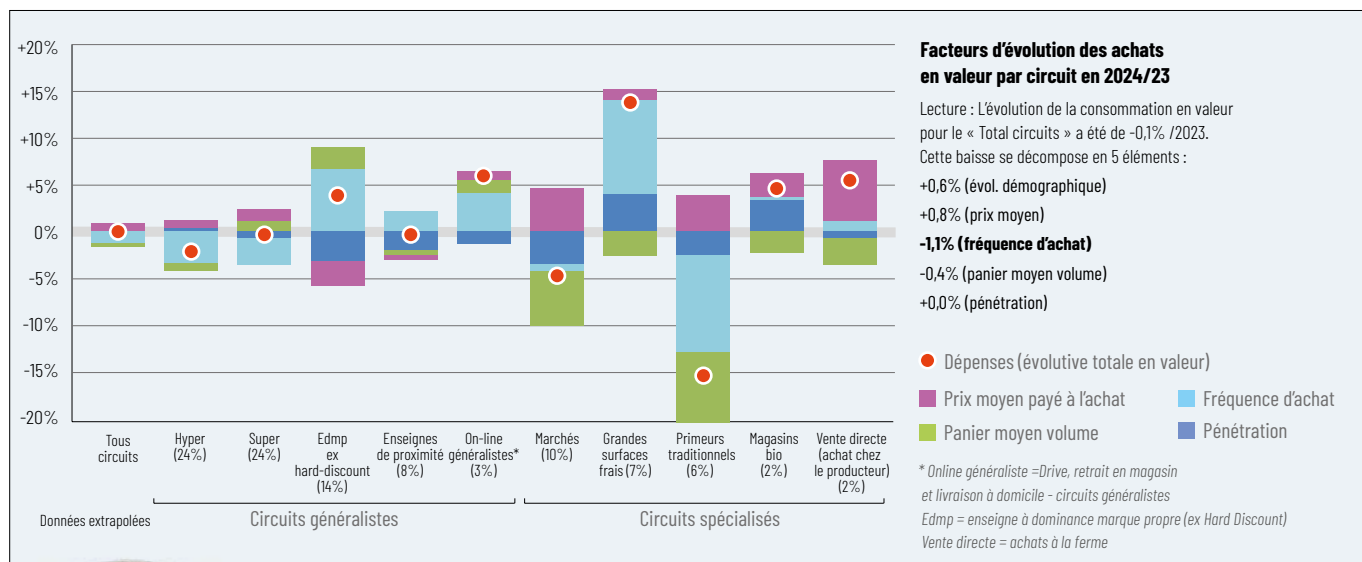
source : Kantar Worldpanel

DES ÉVOLUTIONS CONTRASTÉES SELON LES CIRCUITS



La hausse du prix moyen payé à l'achat a été en faveur d'une majeure partie des circuits en 2024 par rapport à 2023. **La fréquence d'achat a globalement contribué le plus négativement aux dépenses des Français en F&L frais.** Les évolutions sont toutefois contrastées selon les circuits de distribution. Ainsi, sur les circuits généralistes, la fréquence d'achat a principalement impacté négativement les hypers et supers. Les EDMP et le on-line généralistes ont bénéficié d'une progression des

dépenses, portées par un développement de la fréquence d'achat et du panier moyen volume. Au niveau des circuits spécialisés, les dépenses ont continué de reculer sur les marchés et plus particulièrement sur les primeurs traditionnels (fréquence d'achat en baisse), circuits moins plébiscités depuis 2022 après une dynamique soutenue en 2020-21 (lien crise sanitaire Covid 19). Elles ont progressé sur les grandes surfaces de frais, la vente à la ferme et les magasins bios.



Source - Kantar Worldpanel, y.c. croissance démographique



DÉVELOPPER LA CONNAISSANCE DES MARCHÉS TOUT AU LONG DES CAMPAGNES

En 2024, le groupe de travail de suivi des marchés a permis aux représentants de tous les maillons de la filière d'échanger sur l'évolution conjoncturelle de la production et du commerce. Ce sont 31 réunions téléphoniques qui ont permis de suivre le pouls des marchés tout au long des campagnes. En parallèle, Interfel a poursuivi en 2024 la mesure de

l'activité commerciale des marchés de gros et de la distribution grâce à l'outil « baromètre aval », et le relais de son outil complémentaire présentant différents indicateurs économiques de suivi de marché, le « **tableau de bord consolidé** ».



Jeff Mahintach
Président Exécutif de la Commission Économie



Bruno Vila
Président Délégué de la Commission Économie

Direction Stratégie Filière

Olivier de Carné (Directeur), Cécilia Céleyrette (Directrice adjointe)

Service Marchés et Compétitivité Filière

Dragana Miladinovic, Olivier Ayçaguer, Chloé Crépin, Cécilia Céleyrette, responsable de service

CONTACT : 01.49.49.15.15

ASSOCIATION INTERPROFESSIONNELLE DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

97 boulevard Pereire 75017 Paris - Tél. : 01 49 49 15 15

www.lesfruitsetlegumesfrais.com - www.interfel.com

Création graphique : Christophe Zemmer, www.surunnage.com

Crédits photos : Philippe Dufour/Interfel. Shutterstock. DR. - Impression : Promoprint



Réalisation Interfel avec la collaboration du Ctifl.

Ces données sont la propriété de Kantar Worldpanel. Elles sont confidentielles et destinées exclusivement à votre usage. Toute diffusion à des tiers, y compris la presse ou via Internet, si elle ne fait pas l'objet d'une autorisation de Kantar Worldpanel, engagera votre responsabilité civile et pénale. Ces données reposent sur le panel de consommateurs Kantar Worldpanel (panel composé de 12 000 ménages représentatifs de la population française déclarant leurs achats de fruits et légumes frais pour une consommation à domicile, toutes origines confondues). Périmètre : total fruits et légumes frais, y compris banane, 4^{ème} gamme et Fraich'Découpe, hors pomme de terre.