

ETUDE FILIERE ARBORICOLE

Fanny Mével – Olivier Mével

Novembre 2016



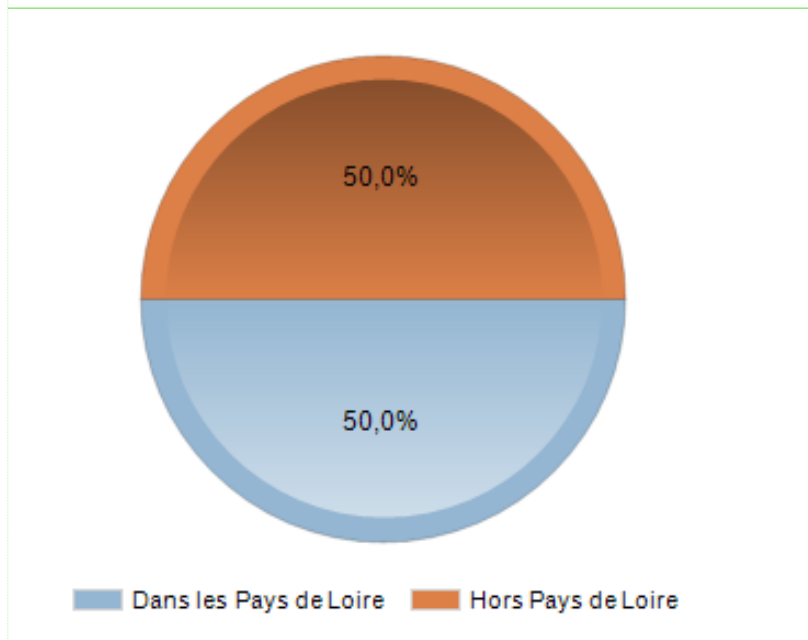
Méthodologie d'enquête

- Interviews **du 20 août au 20 septembre 2016**
- **On-line via access-panels**
- **Obligation de réponse** à toutes les questions
- Dépouillement et analyse sur **le logiciel Sphinx**

- Utilisation d'outils spécifiques : **VAC (Valeur Ajoutée Client), prix psychologique et NPS (Net Promoter Score)**

Répartition géographique des interviewés

Vous habitez ?

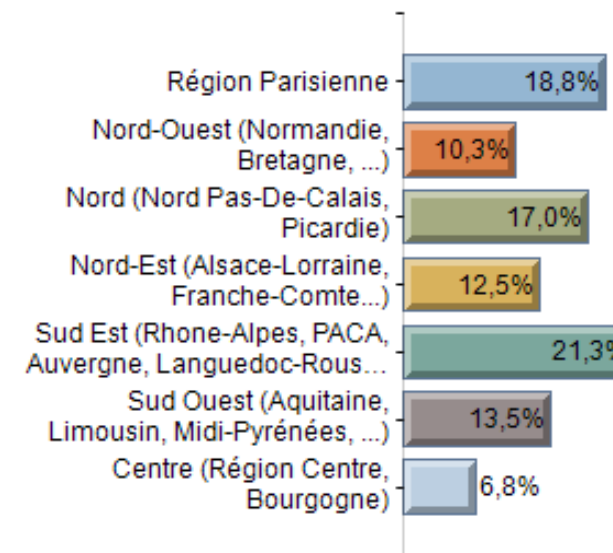


n = 800 interviews

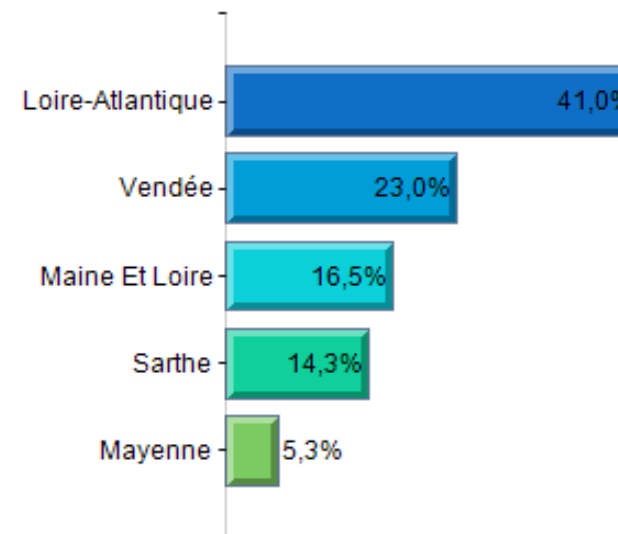
400 interviews

400 interviews

Dans quelle zone ?

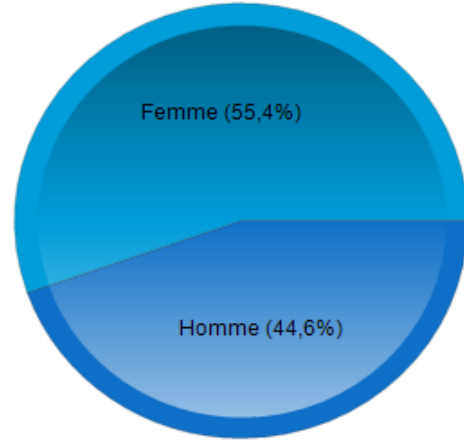


Dans quel département ?

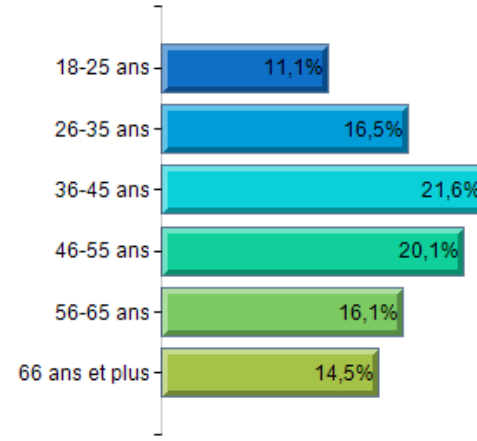


Caractéristiques de l'échantillon

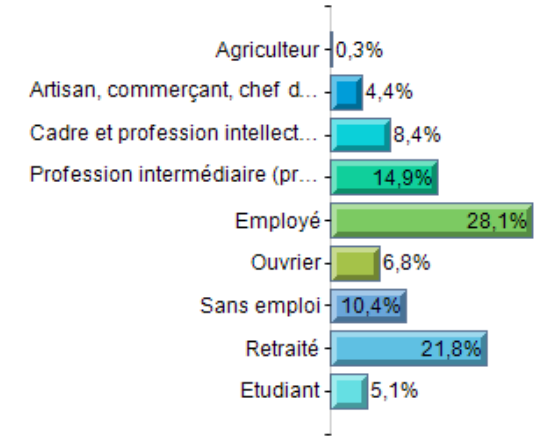
Sexe :



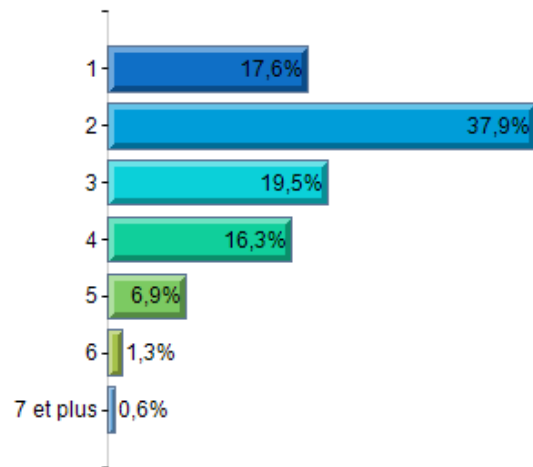
Tranche d'âge



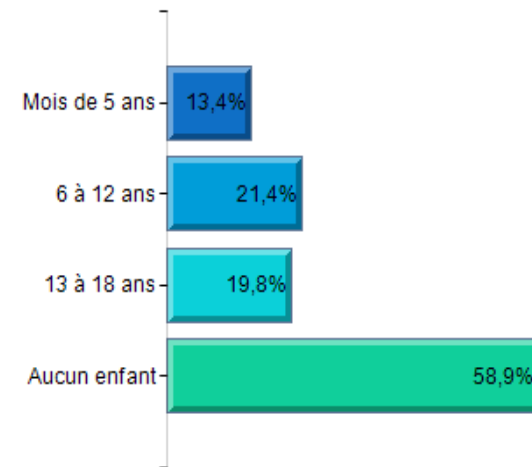
Catégorie Socioprofessionnelle



Taille du foyer (vous incluant) :



Age des enfants vivants au foyer :



PARTIE 1

LES HABITUDES D'ACHAT DE FRUITS

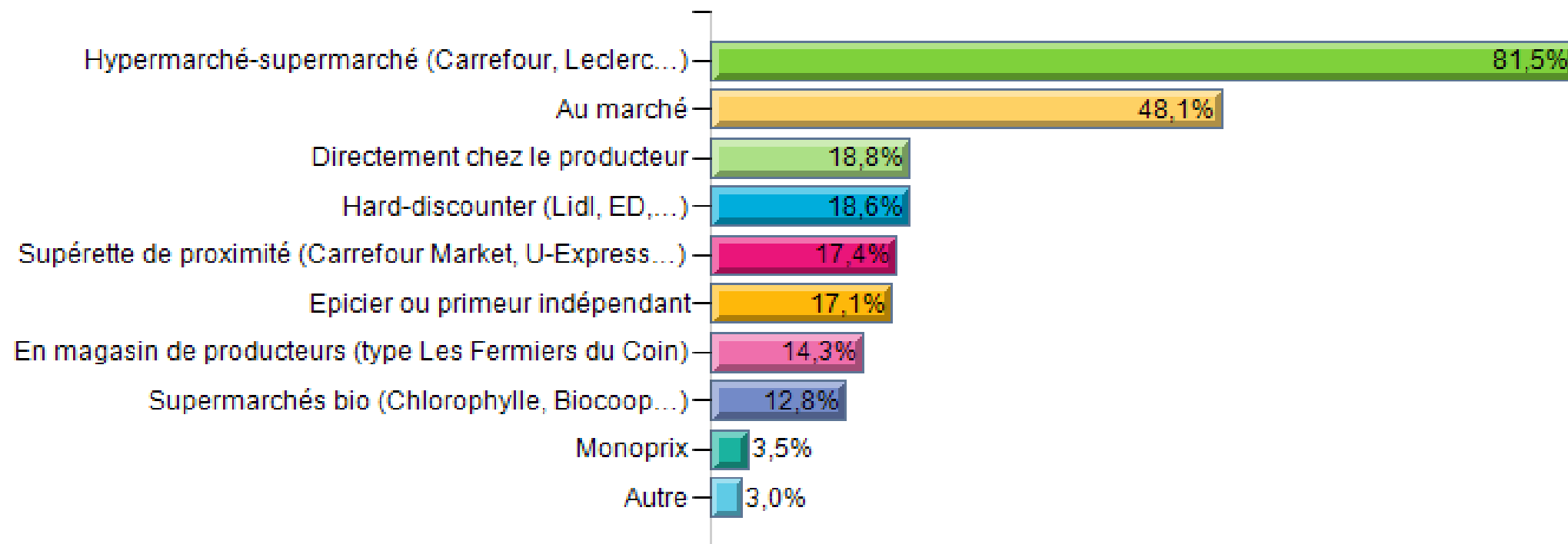


Question ouverte et spontanée : critères d'achat fruits

Critères	Poids en % des 809 citations
Fraîcheur	19,9% (161 citations)
Qualité	16,7% (135 citations)
Prix abordable	15,7% (127 citations)
Origine	10,4% (84 citations)
Goût	9,4% (76 citations)
Aspect visuel	9,3% (75 citations)
De saison	6,3% (51 citations)
A maturité	3,6% (29 citations)
Bon pour la santé/culture/pesticides	3,5% (28 citations)
Par envie spontanée / achat d'impulsion	2,7% (22 citations)
Bio	2,6% (21 citations)

Fraîcheur + qualité + prix + origine = critères majeurs du consommateur

Où achetez-vous vos fruits frais le plus souvent ? (plusieurs choix possibles)

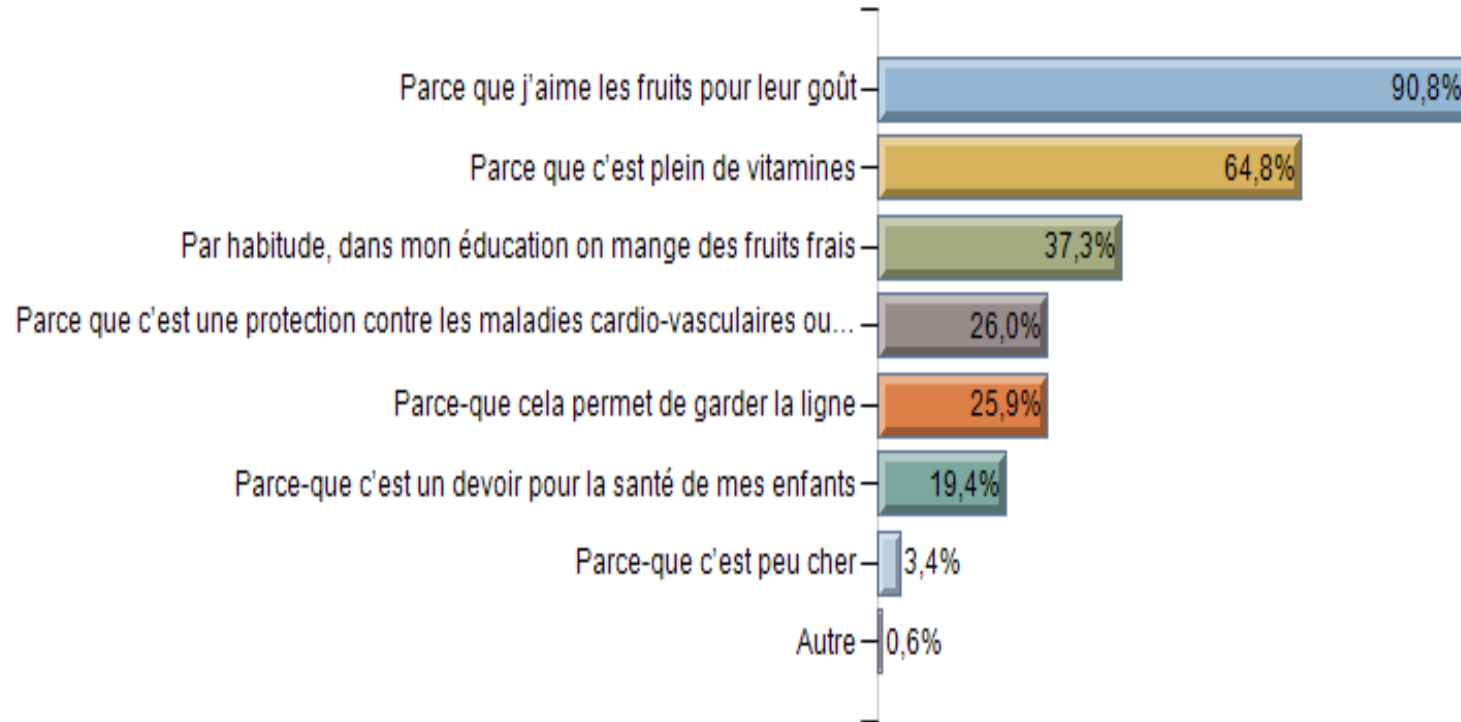


Les GMS dominent pour 81,5% de consommateurs.

Les achats au marché concerne 48% des répondants.

La vente directe chez le producteur 19% d'entre eux, à quasi égalité avec les hard-discounters.

Pour quelles raisons consommez-vous des fruits frais ? (plusieurs choix possibles)



**N°1 - Le plaisir domine
= hédonisme, se faire
plaisir en mangeant à
91%**

**N°2 – Pour des raisons
liées à la santé, au
bien-être à 65%**

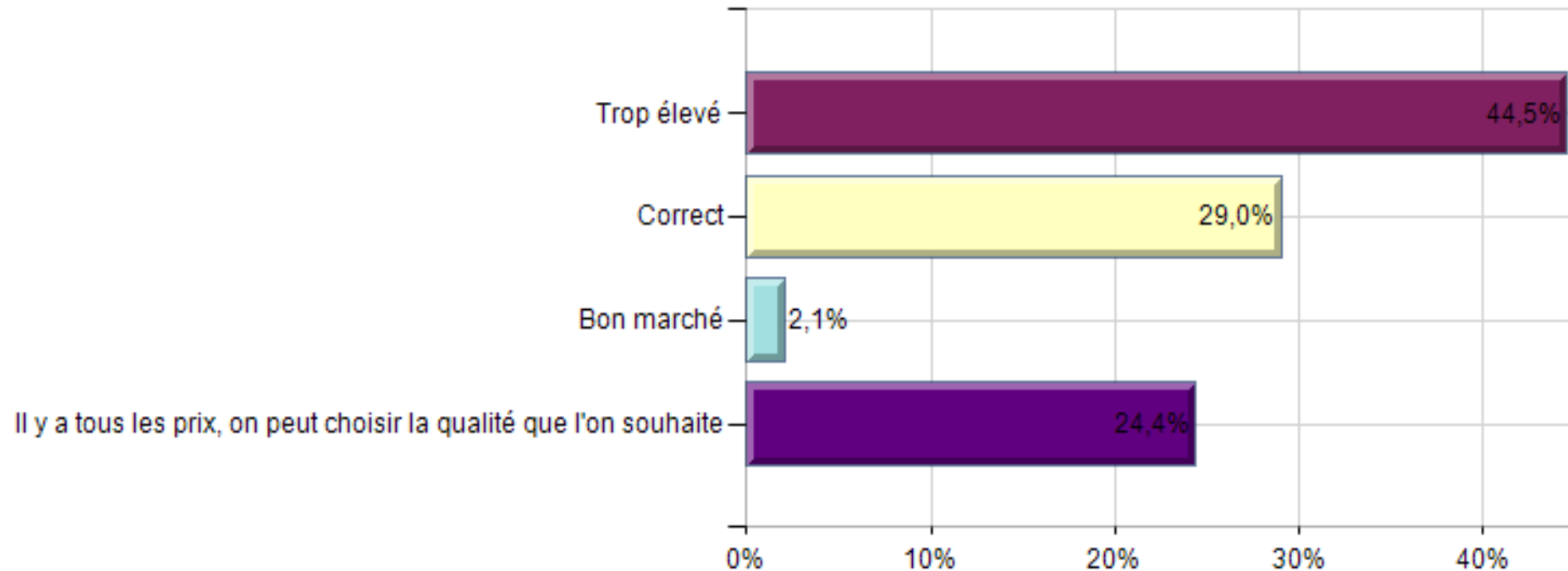
**N°3 – Les habitudes héritées
de l'éducation**

PARTIE 2

PERCEPTION PRIX ET QUALITE



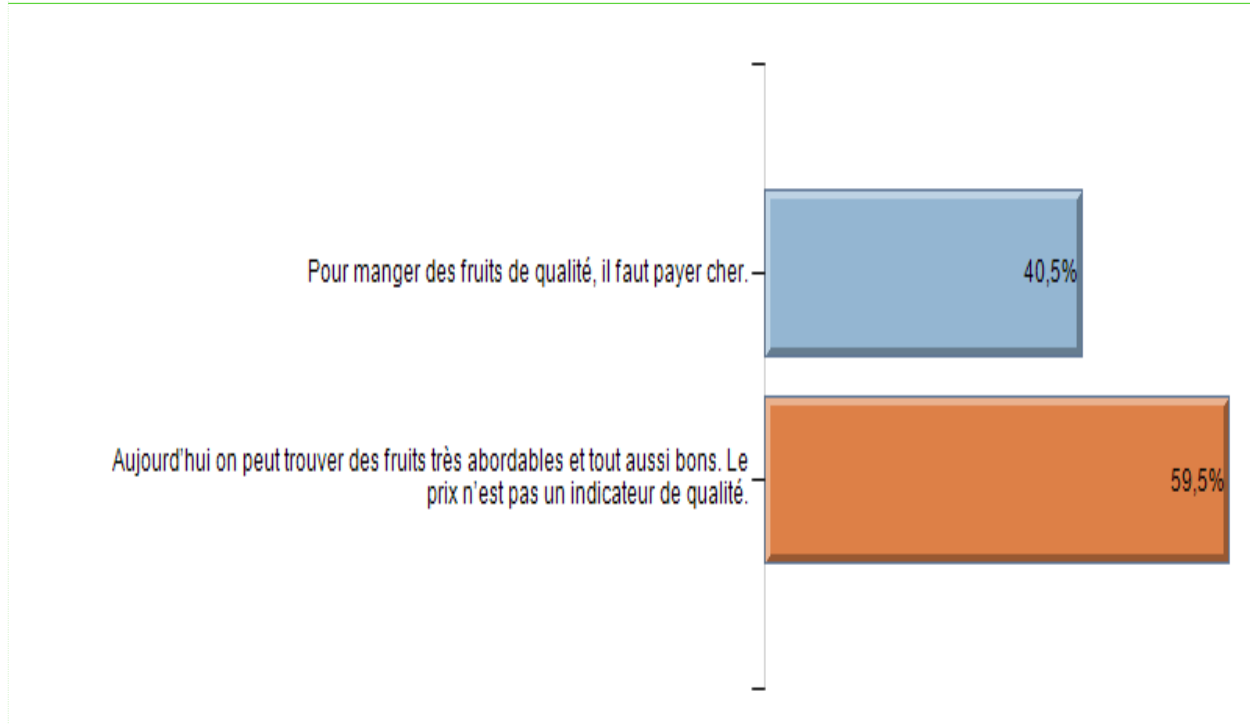
Que pensez-vous du prix des fruits en général ?



Le prix des fruits est jugé trop élevé pour 44,5% des consommateurs, seuls 31% pensent que le prix est correct ou bon marché.

➔ On voit donc que les fruits sont jugés chers par une bonne part des consommateurs, presque la moitié.

Avec laquelle de ces phrases êtes-vous le plus d'accord ? (1 seul choix possible)



On retrouve la même tendance que celle vue dans la question précédente: 40,5% des consommateurs pensent qu'on doit payer cher pour manger des fruits de qualité.

Cependant 59,5% estiment que l'on peut aussi trouver des fruits abordables et bons → Les consommateurs sont donc partagés sur l'image prix des fruits. Les marchés, la vente directe et les hard-discounters sont autant de sources de fruits à prix abordables.

Prix 1kg pommes	% acheteurs
0,3	1,74%
0,4	2,40%
0,5	3,74%
0,6	17,90%
0,7	19,37%
0,8	20,31%
0,9	23,92%
1	22,98%
1,2	67,32%
1,3	67,86%
1,4	68,26%
1,5	65,98%
1,6	71,86%
1,7	72,40%
1,8	72,29%
1,9	72,29%
2	59,81%
2,3	71,98%
2,4	71,73%
2,5	63,84%
2,8	64,66%
3	35,11%
3,5	34,67%
4	17,60%
4,2	18,40%
4,5	17,77%
5	5,03%
5,5	6,24%
6	2,67%
6,5	2,68%
7	1,91%
8	1,15%
9	0,76%
10	0,13%

Prix psychologique pour 1 kg de pommes

Deux fourchettes de prix psychologique correspondant sans doute à 2 typologies d'acheteurs :

- **Chercheurs de prix : 1,2 à 1,5 puis 1,6 à 1,9 €**
- **Chercheurs de qualité : 2,3 – 2,4 €**

Les critères constitutifs de la VAC achat fruits

Un prix abordable est le critère **N°1** aux yeux des consommateurs (**20% de la VAC**).

La notion d'origine est très importante également pour les consommateurs : **France surtout (15%) et locale (11%) = 26% de la VAC**.

L'espèce est un critères de choix important tout comme la fait d'utiliser une culture raisonnée.

A noter : **le bio**, est assez peu apporteur de valeur aux yeux du consommateur de fruits.

La **marque et le packaging** sont peu importants aux yeux du consommateur.

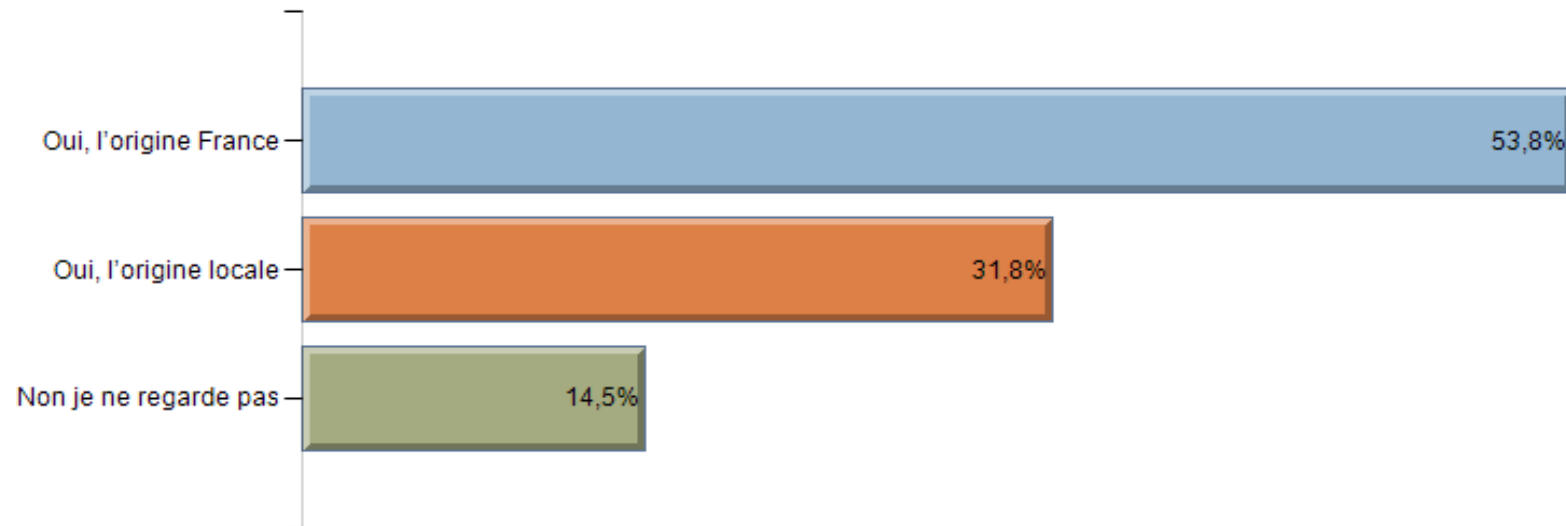
La **forme régulière, leur aspect brillant, leur moelleux au toucher** sont également des éléments peu pris en compte pour le choix de fruits.

Critères	Poids VAC
Prix abordable	19,98%
Origine France	15,27%
Origine locale (un producteur près de chez vous)	10,59%
Qu'ils soient mûrs	10,38%
L'espèce (ex : pommes Golden, poire William...)	9,04%
Une culture raisonnée qui limite les pesticides	7,18%
Bio	4,75%
Leur couleur	4,15%
Cultivés hors serres, en pleine terre	2,98%
Leur taille, gabarit	2,83%
Goûter avant d'acheter	2,73%
Label rouge	2,20%
IGP ou AOP/AOC	2,05%
Leur moelleux au toucher	1,43%
Prix suffisamment élevé pour être synonyme de qualité	1,29%
Des fruits sous marque distributeur	1,01%
Des fruits de marque connue type Prince de Bretagne	0,63%
Qu'ils brillent	0,56%
Une forme régulière	0,54%
En barquette ou sachet, c'est plus hygiénique	0,40%

	Poids VAC
Des fruits achetés en direct chez le producteur	30,36%
Des fruits cultivés localement	29,75%
Des fruits Bio	21,68%
Des fruits Label Rouge	18,21%

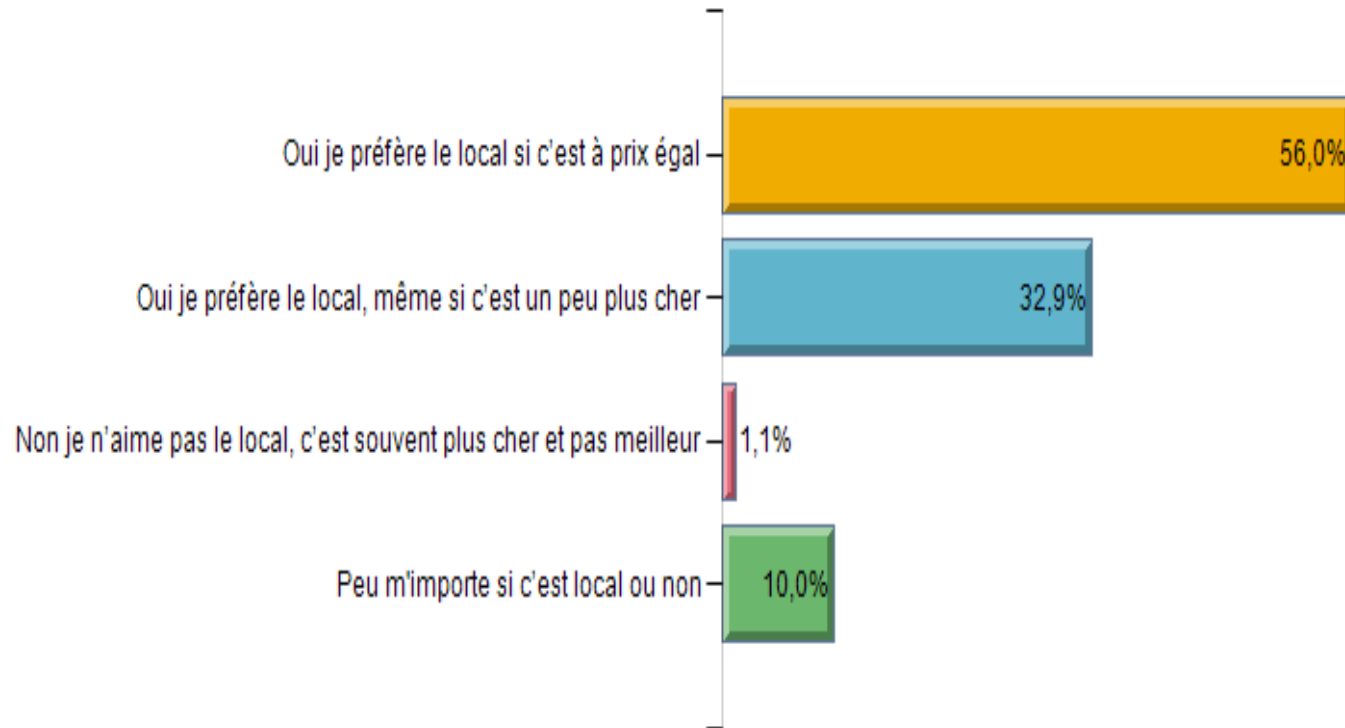
Loin devant le Label Rouge, c'est l'achat en direct chez l'éleveur et l'origine locale qui créent plus de valeur aux yeux du consommateur (30% environ pour chaque critère). Le Bio, suivi du Label Rouge sont moins apporteurs de valeur (22% et 18%).

Lorsque vous achetez des fruits, regardez-vous systématiquement leur provenance ?



Origine France incontournable dans 86% des cas, dont 32% pour l'origine locale. Seulement 14,5% ne regardent pas l'origine des fruits achetés.
→ Des produits qui se doivent d'être français voire locaux.

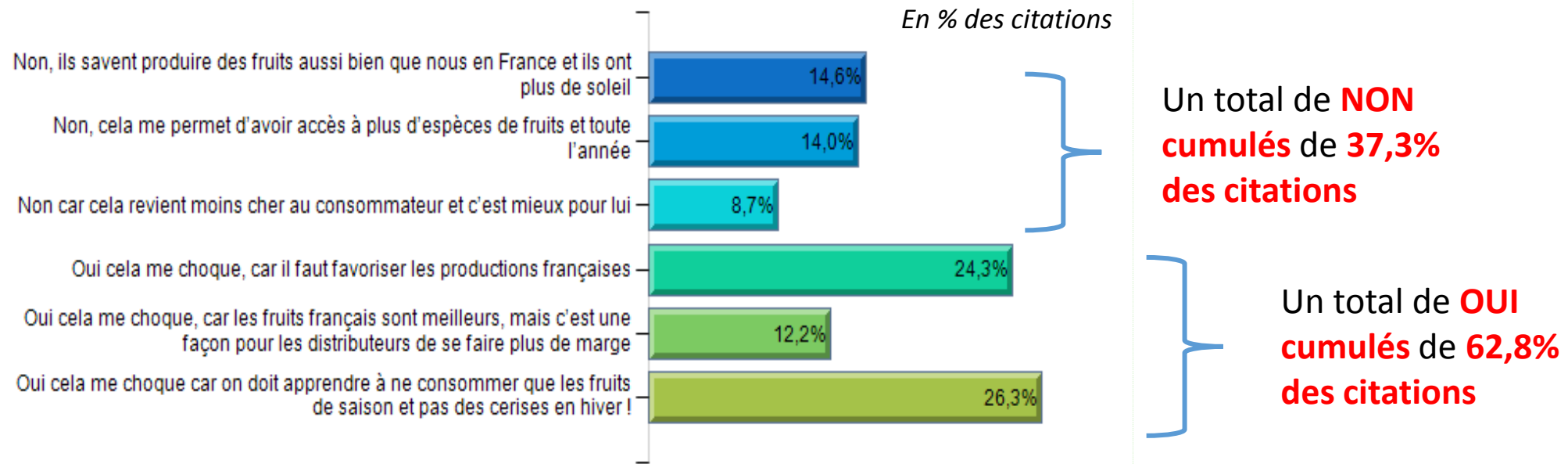
L'origine locale est-elle une préférence pour vous si vous avez le choix ? (1 seul choix possible)



Un très fort agrément pour le local, surtout si ce n'est pas plus cher à 56%... Et même si c'est plus cher, pour près de 33% des répondants.

Un total de 89 % de consommateurs préférant le local.

Dans vos magasins on trouve souvent des fruits qui viennent d'Espagne, du Maroc ou de plus loin, cela vous choque-t-il ? (plusieurs choix possibles)

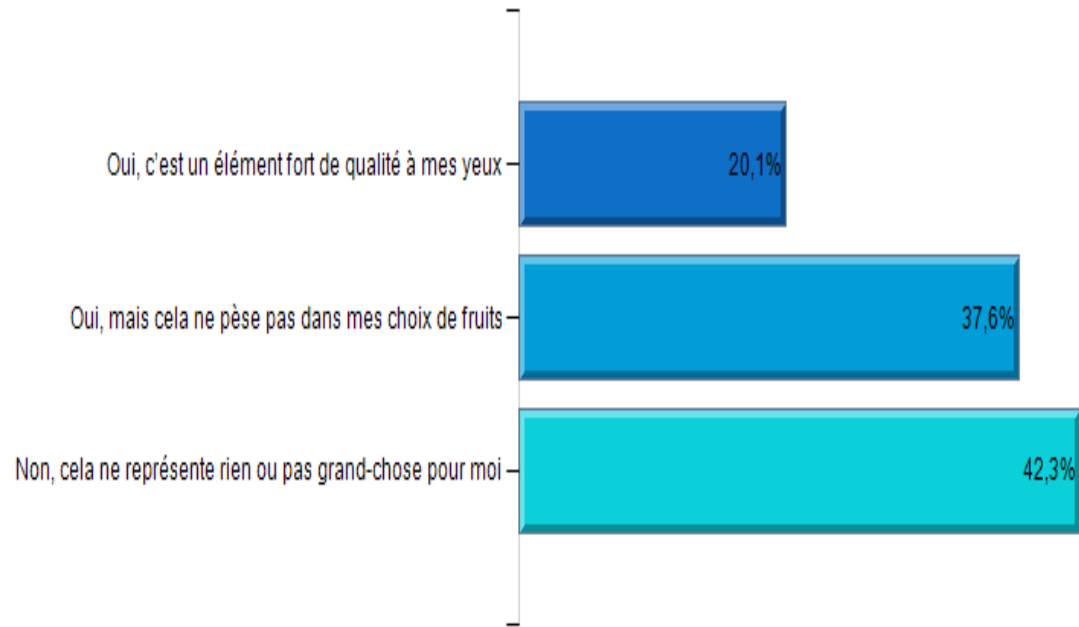


Les consommateurs choqués par la présence de fruits d'importation sont plus nombreux (63% des citations environ) contre 37% des citations qui évoquent ne pas être choqués par des fruits d'importation.

La raison majeure expliquant que les consommateurs rejettent l'importation est le fait de consommer des fruits de saison et de favoriser les productions françaises.

Quant à ceux qui ne rejettent pas les fruits d'importation, ils apprécient le large choix offert et le fait que d'autres pays savent produire mieux qu'en France en ayant plus de soleil.

Le signe de qualité IGP signifie-t-il quelque chose pour vous ? (1 seul choix possible)

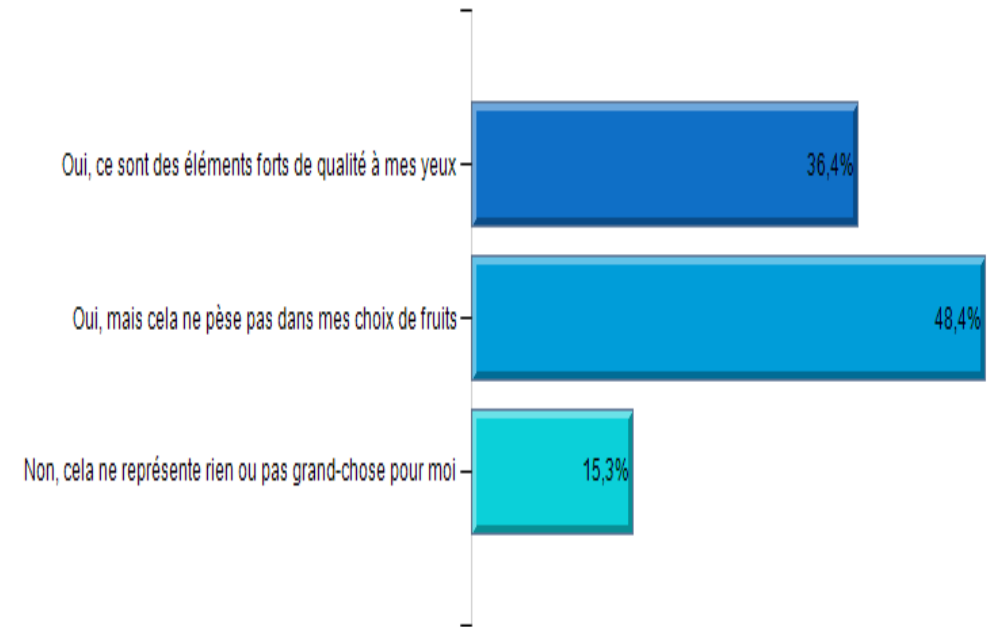


Le label IGP a une signification auprès de 57,7% des consommateurs. Néanmoins, 37,6% d'entre eux ne sont pas impactés dans leur choix lors de l'achat de fruits.

42,3% des consommateurs n'y accordent aucune importance.

→ Une notoriété assez forte, mais un impact limité.

Les signes de qualité AOC ou AOP signifient-ils quelque chose pour vous ? (1 seul choix possible)



Les labels AOC/AOP ont une signification auprès de 84,8% des consommateurs. Néanmoins, 48,4% d'entre eux ne sont pas impactés dans leur choix lors de l'achat de fruits.

Seuls 15,3% des consommateurs n'y accordent aucune importance.

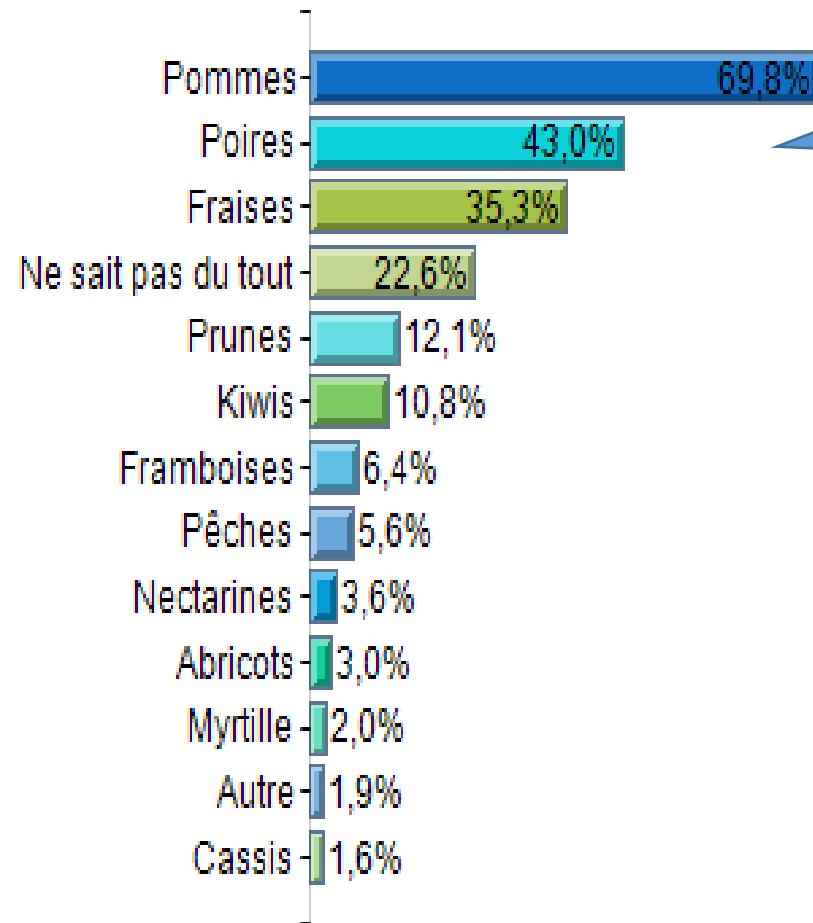
→ Une notoriété forte, un impact plus net que l'IGP.

PARTIE 3

LES FRUITS DES PAYS DE LA LOIRE

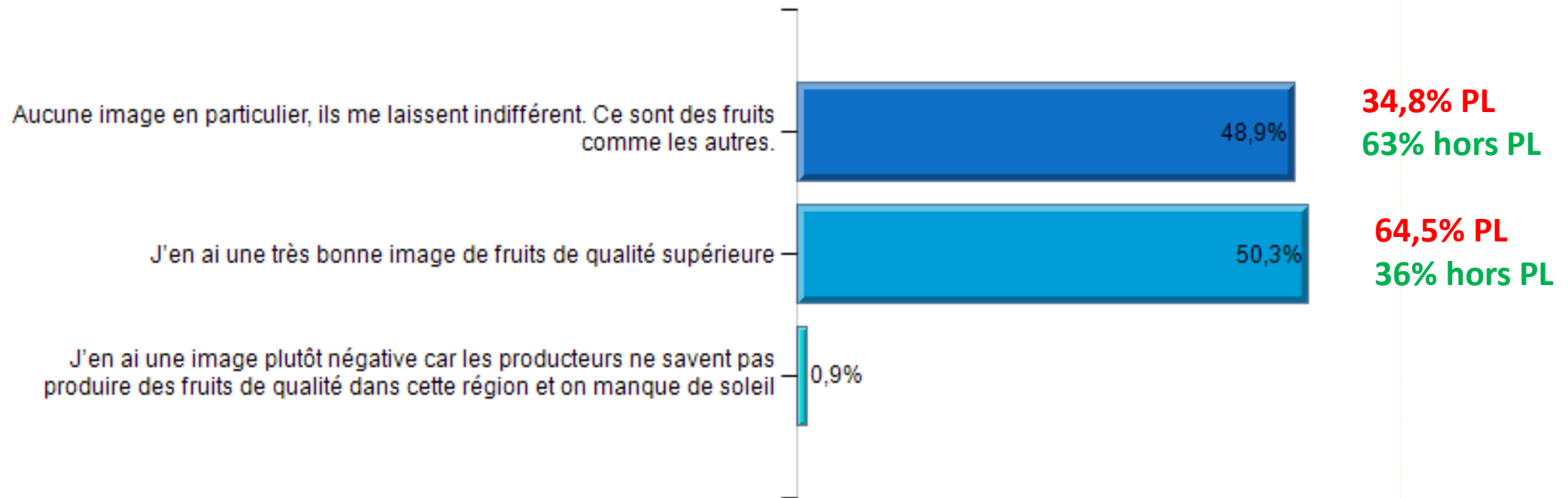


Savez-vous quels fruits sont les plus cultivés en Pays de Loire ? (3 choix possibles)



Bonne connaissance des cultures locales : pommes, poires et fraises.
Une peu plus d'un quart des répondants ne savent pas du tout ce qui est cultivé en région.

Quelle image avez-vous des fruits d'origine Pays de Loire ? (1 seul choix possible)

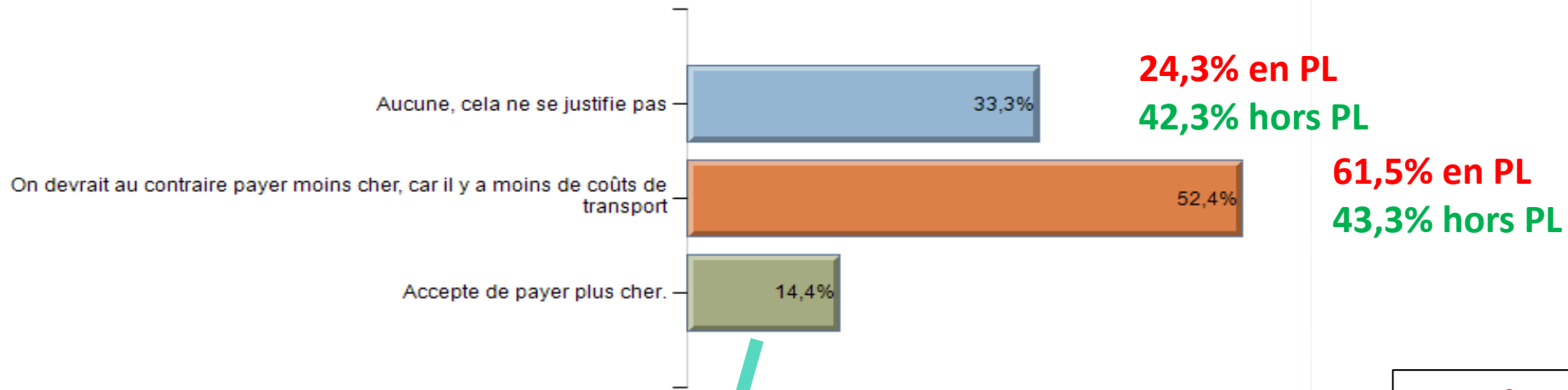


Les consommateurs sont « coupés » en deux entre ceux qui ont une bonne image des fruits Pays de la Loire et ceux qu'ils laissent indifférents, mais **hors Pays de la Loire, il y a 63% d'indifférents.**

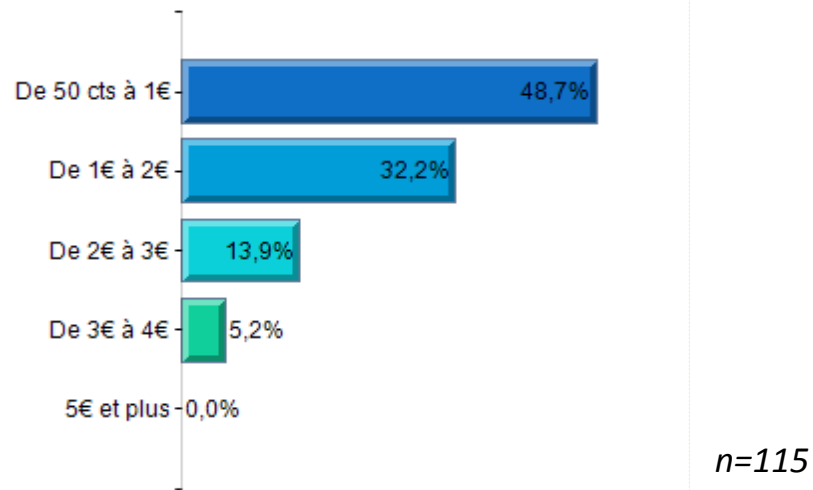
L'image des fruits régionaux n'est jamais négative.

➔ **Manque d'image forte pour beaucoup de consommateurs.**

Pour des pommes de table type Golden, quelle différence de prix accepteriez-vous de payer en plus pour acheter 1kg de pommes d'origine Pays de Loire ? (1 choix possible)

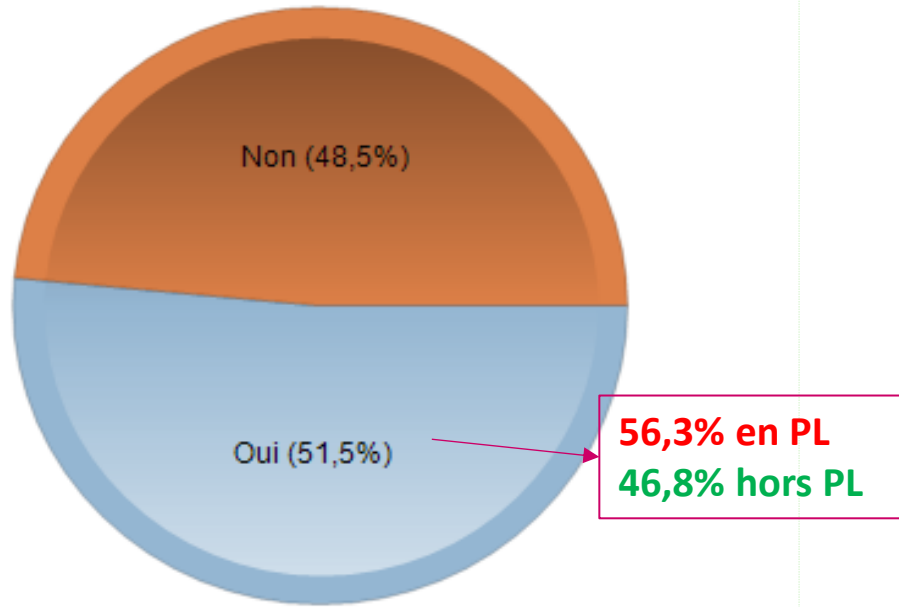


Dans ce cas précisez la différence de prix acceptable au kg pour vous :



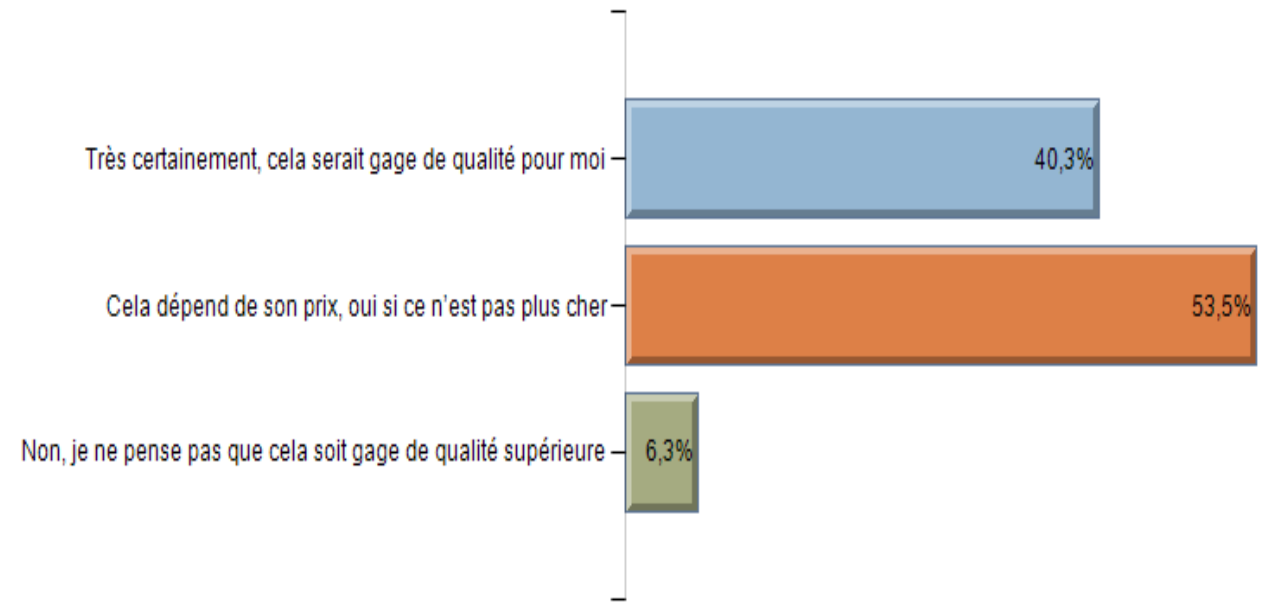
La création de valeur qualitative des pommes Pays de la Loire n'est pas perçue par le consommateur, notamment lorsqu'il n'est pas issu de la région et il n'est pas prêt à payer plus cher. Seuls 14,4% accepteraient de payer plus cher pour des pommes issues des Pays de la Loire.

Selon vous, l'origine Pays de Loire est un vrai gage de qualité supérieure pour des fruits ?



**Une image mitigée de la part des consommateurs sur la qualité délivrée par les fruits Pays de la Loire : la moitié estiment que l'origine délivre une qualité supérieure, l'autre moitié, non.
Ce n'est pas beaucoup moins fort pour les consommateurs locaux.**

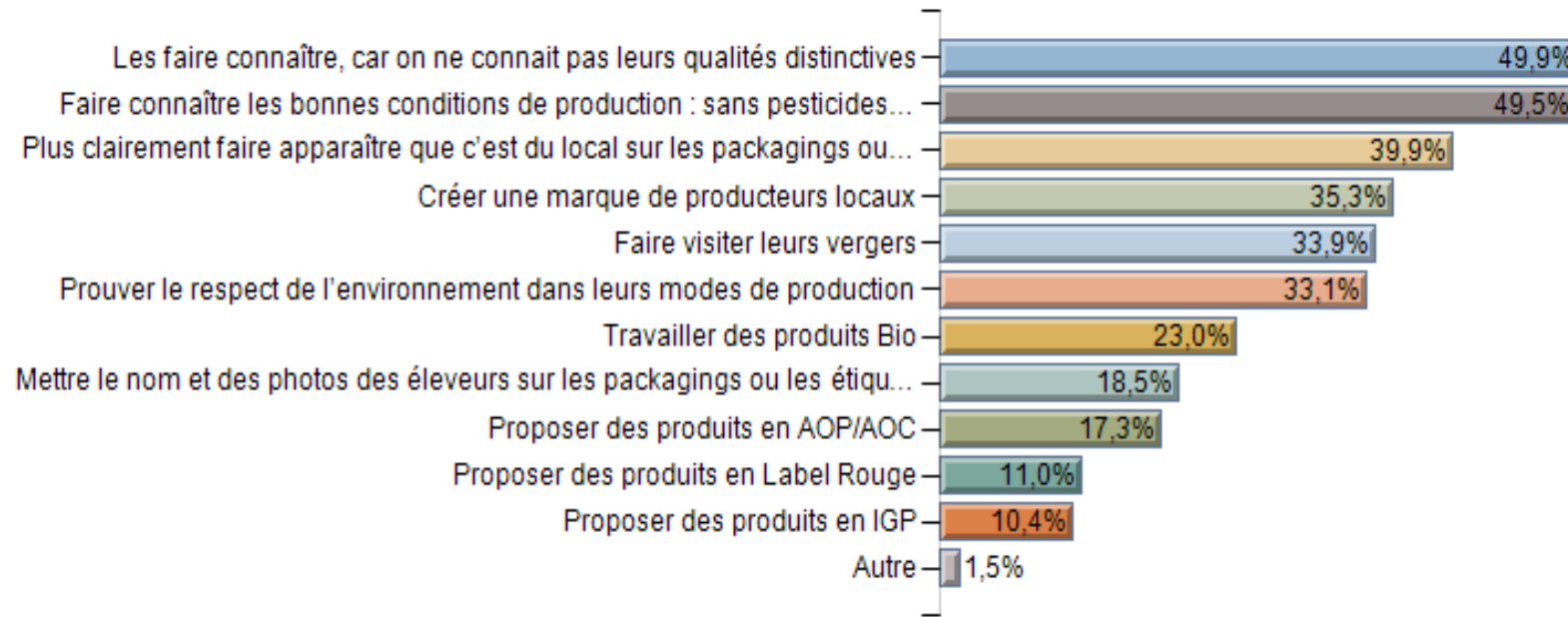
Si des producteurs des Pays de Loire créaient une marque de producteurs de pommes et poires vendue en hypermarché et supermarché, seriez-vous prêt à l'acheter ?



Un agrément fort pour la marque de producteurs à 93,5%, dont 53,5% uniquement si ce n'est pas plus cher.

Que devraient faire les producteurs de fruits en Pays de Loire pour vous donner envie d'acheter leurs produits ?
(plusieurs choix possibles)

En % des répondants

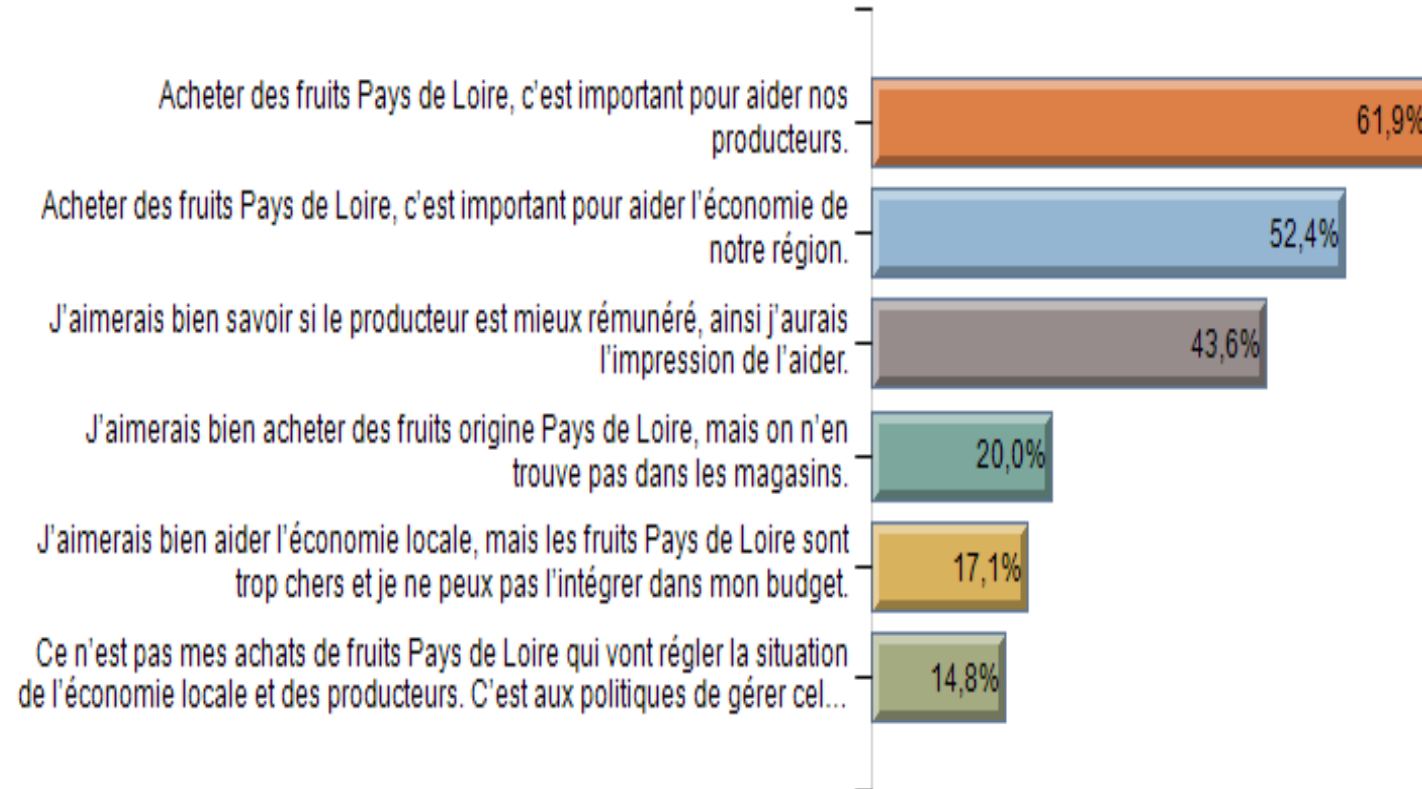


Un problème de transmission d'informations sur les qualités distinctives des fruits Pays de la Loire et leurs conditions de production pour la moitié des répondants

Les attentes informationnelles des consommateurs sont nombreuses face aux producteurs arboricoles...

- Il faut développer un argumentaire clair sur les qualité apportées par les fruits régionaux (attendu à 50%), et sur ses conditions de production à 49,5%.
- Veiller également à faire apparaître l'origine régionale sur les packagings/étiquettes. Le consommateur ne cherche pas l'information. Elle doit « lui sauter aux yeux » lors de l'achat (visibilité de l'origine attendue à 40%).
- La marque de producteurs est plébiscitée par 35,3% des répondants
- Le consommateur est également en attente de preuves de respect de l'environnement pour 1/3 d'entre eux.

Parmi les affirmations suivantes, cochez celles avec lesquelles vous êtes en accord : (plusieurs choix possibles)



Un élan de solidarité pour **aider les producteurs à 62%** et **l'économie régionale pour 52,4%** des consommateurs. A **43,6%** quand elle touche à la rémunération des producteurs en région.

20% des consommateurs déplorent de ne pas trouver de fruits locaux en magasin...

→ **Une envie forte d'aider le producteur et de contribuer au dynamisme de la région**

Sur une échelle de 0 à 10 quel votre degré de confiance vis-à-vis de la filière arboricole ?

Moyenne : 7,10 / 10

Pays de la Loire : 7,25 /10

Hors Pays de la Loire : 6,95 /10

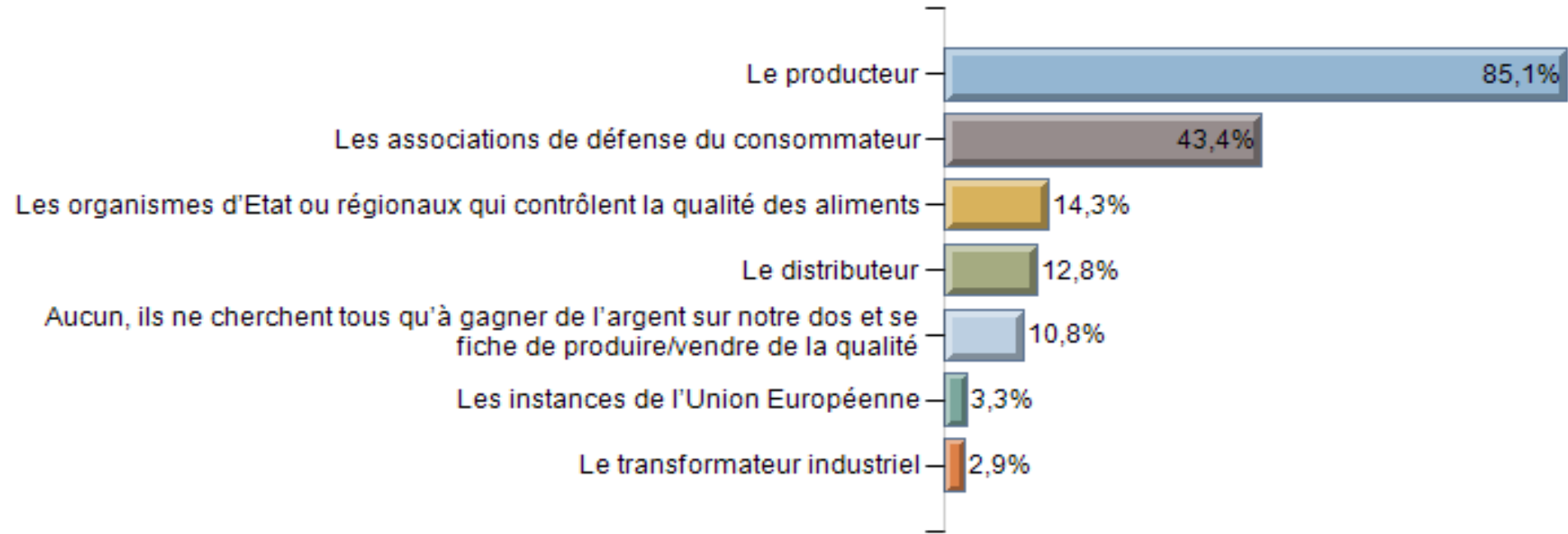
	Total échantillon	Pays de la Loire	Hors Pays de la Loire
Promoteurs (9-10)	15,25%	16,25%	14,25%
Neutres (7-8)	53,5%	57,25%	49,75%
Détracteurs (0 à 6)	31,25%	26,5%	36%
Score NPS	- 16	- 10,25	- 21,75

Pour 53,5% des interviewés, la filière arboricole des PL est vide d'image et un peu plus de 31% n'en ont pas une image positive.

En Pays de la Loire, elle laisse indifférent dans 57% des cas...et 26,5% en sont détracteurs.

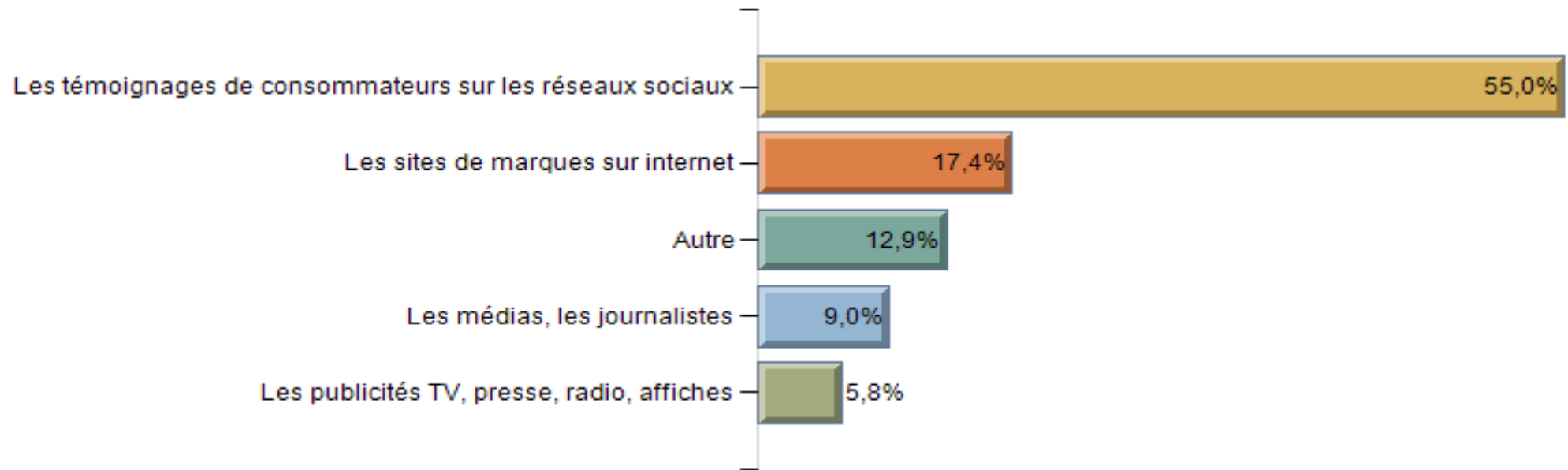
Hors Pays de la Loire, elle est « mal-aimée » à 36% et 50% d'indifférents. Un score négligé en dehors des Pays de la Loire.

En qui avez-vous le plus confiance aujourd'hui pour garantir la qualité des fruits ? (2 réponses maximum à classer : 1 étant celui en qui ils ont le plus confiance)



L'humain capital confiance du consommateur : le producteur à 85,1% et les associations de défense des consommateurs à 43,4%.
Faible confiance en les organismes publics nationaux ou régionaux (14,3% des répondants)

Si vous devez rechercher des informations sur des fruits, quelle source vous inspire le plus confiance ? (1 seul choix possible)



Le C to C cité comme 1ère et quasi unique source valable d'information via Les réseaux sociaux à 55%%.

Les sites internet des marques pour 17,4% des répondants.

BILAN :

- **Une bonne connaissance des productions locales (pommes), mais un déficit d'image pour la moitié des consommateurs** qui ne voient pas en l'origine Pays de la Loire un gage de qualité supérieure. Ces mêmes consommateurs **réclament des informations sur les qualités distinctives de fruits régionaux et veulent des preuves d'une production sans pesticides.**
- **La solidarité des Français** semble nette : ils veulent aider les producteurs et favoriser un meilleur revenu. Il semble simplement qu'il faille leur donner l'opportunité de pouvoir le faire. **Une marque locale ou régionale de producteurs pourrait être une réponse, un label faisant clairement apparaître l'origine une autre piste.**

Le producteur reste le capital confiance n°1 des consommateurs.