

Les achats réguliers en circuit court restent très faibles

FranceAgriMer et le Centre technique interprofessionnel des fruits et légumes (CTIFL) ont réalisé une enquête sur les comportements d'achats des fruits et des légumes frais et la perception des points de ventes et des modes de vente en 2013. Les résultats obtenus à partir d'un échantillon de 1.000 personnes ont été présentés à Paris le 17 juin à l'occasion d'une conférence de presse.

La fraîcheur des fruits et des légumes reste la variable déterminante dans le choix des fruits et légumes et les attentes sont importantes sur l'origine locale ou française. Selon les experts, la mise en place d'un signe distinctif permettant d'identifier plus facilement les producteurs-vendeurs et les commerçants suscitent alors l'intérêt d'une très large majorité de Français. Les critères suivants qui guident les achats des français sont des exigences de praticité et d'accessibilité.

Par ailleurs, le supermarché reste le premier lieu d'achat des fruits et légumes : il regroupe 31 % des parts de marchés et est suivi de l'hypermarché (25 %) et du marché plein air (20 %). Le magasin primeur se situe loin derrière avec 8 % de part de marché, suivi du marché couvert et du hard-discount.

Les achats réguliers de fruits et légumes frais via les circuits de vente directe restent ainsi « toujours confidentiels » : ils concernent seulement 3 % de la population les connaissant. Mais 80 % de l'échantillon connaît la vente à la ferme, 60 % les marchés de producteurs, 50 % les paniers paysans et 29 % les magasins de producteurs. L'étude révèle également que 10 % des personnes questionnées n'ont jamais entendu parler des circuits en vente directe mais c'est deux fois moins qu'il y a six ans.

Source : www.lafranceagricole.fr / 1706/2014