

Le 17 avril 2023

FRUITS ET LÉGUMES PRÊTS À L'EMPLOI RÉSISTENT SUR UN MARCHÉ ALIMENTAIRE À LA PEINE

En 2022, sur un marché des produits alimentaires marqué par la baisse du pouvoir d'achat, les végétaux prêts à l'emploi résistent, confirmant leur place dans une alimentation du quotidien de plus en plus végétale.

Les salades prêtes à l'emploi ont en particulier réussi à gagner 279 000 ménages acheteurs supplémentaires en grande distribution. Sur l'année, ce sont ainsi 19,3 millions de foyers qui en ont acheté au total, tous magasins confondus, représentant près de 250 millions de produits vendus¹.

Ainsi, tandis que les produits frais traditionnels diminuaient de -5,6 % en 2022 vs 2021² en volume, les salades prêtes à l'emploi ont résisté à -3 % du côté des hypers et supermarchés. Dans un contexte de forte inflation, elles sont même restées stables à -1 % en valeur, s'inscrivant dans les contraintes budgétaires des Français. La somme consacrée à chaque achat s'est ainsi maintenue à 2 euros, pour une quantité moyenne de 226 g environ 8,8 fois dans l'année.³

Les végétaux hors salades, qui représentent 22,5 % du marché de la 4^e gamme en valeur et 18,7 % en volume, enregistrent également une bonne résistance sur un marché alimentaire à la peine. Les légumes autres que les salades sont à -5 % en volume et +2 % en valeur, les herbes à -4% en vol. et +2 % en val., les crudités à -0,4 % en vol. et +4 % en val³. La fraîche découpe est à +12 % à la fois en valeur (11% en fruit et 13% en légume en valeur) et volume⁴.

Le prêt à l'emploi facilite l'accès aux fruits et légumes

Les fruits et légumes prêts à l'emploi doivent leur succès à leurs nombreux atouts, à un moment où les consommateurs cherchent à renforcer leur **équilibre alimentaire**, à consommer **davantage de végétaux** et sont nombreux à se revendiquer « **flexitariens** ». Selon une récente enquête de Nielsen, la proportion des Français déclarant réduire leur consommation de viande est ainsi en augmentation : ils étaient 35 % en 2022, + 3 points vs 2021. De plus, s'ils sont 79 % à déclarer accorder de l'importance à leur alimentation, ils sont en revanche également 21,6 % à confier ne **jamais cuisiner**, soit +3,8 points vs 2019.⁵ Dans ce contexte, les fruits et légumes prêts à l'emploi représentent l'opportunité de profiter des

1 NielsenIQ Homescan, salades prêtes à l'emploi (4e gamme), Total France - 2022

2 Kantar – périmètre 2022 vs 2021

3 Nielsen – Hypers et Supermarchés – 2022

4 IRI CAM début septembre 2022

5 NielsenIQ Panel consommateurs Homescan – juillet 2022



qualités des produits végétaux sans avoir à y consacrer de temps ! C'est ce que les acheteurs disent eux-mêmes : ils sont en particulier près de 8 sur 10 (79 %) à estimer que les salades prêtes à l'emploi les aident à **augmenter la part des légumes** dans leur régime alimentaire⁶.

Praticité et gain de temps en tête des raisons d'achat⁶

Parmi les principales raisons évoquées pour expliquer l'achat des salades prêtes à l'emploi, 60 % des acheteurs s'accordent en premier lieu sur leur aspect **pratique et prêt à l'usage** et 54 % sur le **gain de temps** que ces produits procurent. Déjà découpées, triées, lavées et essorées, elles font en effet gagner une dizaine de minutes en moyenne lors de la préparation du repas. En troisième position, les acheteurs évoquent à quasi-égalité le fait de bénéficier d'une **association de plusieurs variétés** dans un seul et même sachet (31 %) ainsi que de pouvoir trouver leurs **salades préférées tout au long de l'année** (30 %).

Arrivent ensuite des motivations liées à la facilité de rangement dans le réfrigérateur (28 %), leur capacité à dépanner en cas de besoin (25 %), le fait que les salades prêtes à l'emploi soient aussi bonnes que les salades en vrac (24 %), la possibilité de trouver des variétés non proposées au rayon frais classique (23 %), la possibilité de les conserver plus longtemps que les salades en vrac (22 %).

À propos du SVFPE

Le Syndicat des fabricants de produits végétaux prêts à l'emploi (SVFPE), Collective des végétaux dits de « 4^e gamme » (végétaux crus prédécoupés et conditionnés, sans assaisonnement) créée en 1986, rassemble les principaux fabricants de végétaux frais prêts à l'emploi, dont la principale activité est la production de salades prêtes à l'emploi. Le SVFPE assure la promotion et le développement des produits « 4^e gamme » en France. Il représente 90 % des volumes vendus sur le marché et 95 % de son chiffre d'affaires. Le SVFPE est membre de ADEPALE.

Arnault, Sandra & C° / ADOCOM-RP, service de presse du SVFPE
vous remercient de votre attention
Tél : 01 48 05 19 00 – Courriel : adocom@adocom.fr

ADOCOM®-RP

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

11 rue du Chemin Vert - 75011 Paris - Tél : 01.48.05.19.00 - Fax. : 01.43.55.35.08

e-mail : adocom@adocom.fr - site : www.adocom.fr

Qualification : Agence Certifiée