

# Les labels rassurent

Plusieurs sondages auprès de consommateurs de fruits et légumes montrent l'intérêt des labels. Ils présentent un fort pouvoir de réassurance.

Le baromètre de confiance 2021 envers les fruits et légumes frais s'est attaché cette année à évaluer la notoriété des labels et logos. Ainsi, pour la première année, les allégations du type sans ou zéro résidu de pesticides ont été testées auprès d'un panel de consommateurs. Ceux-ci y voient un fort pouvoir de réassurance. Auprès de ceux qui les ont déjà vus, 77 % indiquent que ces allégations leur donnent davantage confiance dans les fruits et légumes. Une étude transversale sur l'évolution du marché des produits porteurs d'allégations sans pesticides note « une sensibilité certaine des

**77 % DES CONSOMMATEURS INTERROGÉS DANS LE BAROMÈTRE** indiquent que les allégations « sans » leur donnent davantage confiance dans les fruits et légumes.



consommateurs à la notion de produits « sans ». Ses auteurs ajoutent que le « consentement à payer pour des produits sans résidus ou cultivés sans pesticides est compris entre 0,10 euros et 0,30 euros/kg, proche du bio. Les consommateurs déclareront aussi à l'avenir faire plus attention à ces notions et attendent plus de produits avec allégations. »

Le logo HVE, qui avait déjà vu sa notoriété progresser de 6 points entre 2019 et 2020 dans le baromètre de confiance, poursuit son installation : 29 % des Français indiquent avoir déjà vu ce logo en 2021 (contre 22 % en 2020), soit une progression de 7 %. En revanche, CSA Research note un léger effritement de la notoriété du

## Des consommateurs concernés

Les difficultés rencontrées par les producteurs en raison des intempéries survenues en 2021 ont cristallisé l'attention des Français. Il s'agit cette année du premier sujet d'actualité restitué. Interrogés sur les événements ou actualités concernant les fruits et légumes dont ils se souviennent depuis un an, 15 % des répondants citent spontanément la baisse des productions dues à la sécheresse, au gel... (+ 11 points vs 2020). Ainsi les aléas climatiques devançant désormais les traitements chimiques, historiquement cités en premier comme sujet d'actualité.

Source : Baromètre de confiance des fruits et légumes frais 2021

## Les fruits et légumes ont toujours la confiance des consommateurs

Selon le baromètre de confiance des fruits et légumes frais 2021, ceux-ci arrivent toujours en tête de la confiance accordée aux produits frais, ex aequo avec le pain. En 2021, 93 % des Français indiquent avoir confiance dans les légumes et 91 % dans les fruits; des scores stables par rapport à 2020 après le regain de confiance enregistré en 2019. Cette confiance envers les fruits et légumes frais est à nouveau

principalement portée par l'origine des produits, citée spontanément par 32 % des Français comme le premier facteur de réassurance. L'inquiétude des Français au sujet des pesticides et autres traitements chimiques se maintient au niveau le plus bas jamais enregistré; seuls 7 % des Français les citent spontanément comme sujet d'actualité en 2021 contre 14 % en 2020 et 24 % en 2019.

label Bio, passant de 72 % en 2020 à 67 % en 2021.

### Entre 5 et 10 labels connus

Une enquête de l'application Scan Up pour Demain la Terre sur les labels alimentaires, a été réalisée fin 2021, début 2022 sur 17 000 répondants volontaires, à majorité des femmes (68 %) et des jeunes (44 % de 18-30 ans et 31 % de 31-45 ans). Elle a montré que la moitié des consommateurs déclarent connaître entre 5 et 10 labels. 81 % des sondés ont confiance dans les labels et 67 % estiment qu'ils sont un critère de choix important lors de l'achat. Mais seulement 12 % estiment que les labels sont clairs sur leurs garanties. « Il y a donc un réel besoin de pédagogie », souligne Caroline Péchery, cofondatrice de Scan Up, qui présentait l'étude. Et seuls 6 % trouvent que le nombre de labels sur le marché est adapté ! « L'inadaptation est sûrement un nombre trop important que pas assez. La multiplicité entraîne la confusion. » Sur le label Demain la



**L'ORIGINE DES PRODUITS EST TOUJOURS** le premier facteur de réassurance des Français.

Terre, il ressort que 14 % des consommateurs connaissent le label. « 86 % de "non", ça ne satisfait pas, mais il y a deux ans, nous n'étions connus que de 5 %, donc la croissance est tout de même remarquable », souligne Marc de Nale, directeur de Demain la Terre. La moitié des sondés (54 %) sont plus sensibles à un label qui répond de manière globale

## Une perception de prix en hausse

Le sujet de la hausse du prix des fruits et légumes frais est également davantage restitué qu'auparavant : 10 % des répondants le citent spontanément contre 3 % en 2020. Parmi eux, certains établissent d'ailleurs un lien avec les intempéries. On note dans le même temps une baisse de la satisfaction des Français à ce sujet : 44 % se disent satisfaits du prix des fruits et légumes frais contre 52 % en 2020. La perception d'une hausse des prix est en effet confirmée en déclaratif : 79 % indiquent que le prix des fruits a fortement augmenté en 2021 (contre 71 % en 2020) et 74 % pour le prix des légumes (contre 69 % en 2020).

Source : Baromètre de confiance des fruits et légumes frais 2021

aux enjeux, et c'est encore plus vrai chez les moins de 30 ans (+ 4 points). Interrogés sur ce que doit apporter en plus un fruit ou un légume labellisés, les consommateurs répondent unanimement la suppression des emballages, la culture sans pesticide de synthèse et la protection de la biodiversité et des insectes pollinisateurs. 🌱

Julia Commandeur