

# BAROMÈTRE DE CONFIANCE

## ENVERS LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

### ENQUÊTE 2025

## DES PRODUITS PLÉBISCITÉS PAR LES FRANÇAIS ET UNE CONFIANCE QUI NE FAIBLIT PAS

À l'occasion du **Salon International de l'Agriculture, Interfel**, l'Interprofession des fruits et légumes frais, a présenté **les résultats de la 12<sup>e</sup> édition du baromètre de confiance envers les fruits et légumes frais**.

Mis en place en 2014, ce **baromètre annuel vise à mesurer et suivre l'évolution de la confiance des consommateurs français à l'égard des fruits et légumes frais**, à identifier les principaux leviers de réassurance et les sources d'inquiétude, ainsi qu'à évaluer l'impact de l'actualité de la filière sur les perceptions et comportements d'achat. L'enquête a été réalisée par l'institut d'études CSA, administrée en ligne du 26 novembre au 3 décembre 2025, auprès d'un échantillon de 1 013 Français représentatifs de la population nationale, âgée de 18 ans et plus.

## UNE CONFIANCE SOLIDE ET STABLE DANS LES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS

**En 2025, 92% des Français déclarent avoir confiance dans les fruits et légumes frais**, un niveau stable depuis six ans. Au sein des produits alimentaires, les fruits et légumes frais figurent parmi les catégories les plus dignes de confiance, au même niveau que le pain, et devant les produits laitiers (90%), la viande (83%) ou le poisson (83%). Cette confiance repose avant tout sur des critères constants dans le temps. Les Français citent spontanément comme principaux leviers de réassurance : **l'origine des produits (33%)**, **l'aspect des produits (28%)** et **la maîtrise de l'approvisionnement (21%)**, comme l'achat auprès d'un acteur de confiance...

## DES ACTEURS DE CONFIANCE TOUJOURS FORTEMENT IDENTIFIÉS

En 2025, les acteurs jugés les plus fiables pour s'informer sur les fruits et légumes frais sont :

**Les associations de consommateurs (81%)**

**Les professionnels de santé (77%)**

**Les primeurs et commerçants de proximité (76%, gagnant +5 points sur un an)**

Viennent en seconde position, ex-aequo, **les agriculteurs (73%)**, **la famille et les amis (73%)** et **les scientifiques (70%)**.

Si les difficultés des producteurs sont moins spontanément restituées qu'en 2024 dans l'actualité autour des fruits et légumes (9% vs. 22% l'an dernier), elles restent visibles. Sur présentation d'une liste d'actualités, 60% des Français indiquent en avoir entendu parler.

D'ailleurs, interrogés sur les principaux enjeux auxquels les agriculteurs sont confrontés aujourd'hui, 46 % des Français évoquent leur difficulté à vivre de leur métier.

## LABELS ET LOGOS : TOUJOURS DES REPÈRES DE CONFIANCE

Les labels et logos restent un gage de confiance pour les consommateurs. **En 2025, le logo Fruits & Légumes de France arrive en tête** : auprès des Français qui ont déjà vu ce logo, 75% déclarent qu'il leur donne davantage confiance envers les fruits et légumes frais, soit +8 points en un an. Il est désormais à égalité avec les allégations sans ou zéro résidu de pesticides (71%) et le logo Vergers écoresponsables (71%). Par ailleurs, la visibilité globale des logos AOP, IGP et des mentions sans/zéro résidu de pesticides progresse également cette année.

## DES PRÉOCCUPATIONS PERSISTANTES AUTOUR DES RÉSIDUS DE PESTICIDES ET DE LA TRAÇABILITÉ

Après la hausse constatée en 2024, **les inquiétudes liées aux résidus de pesticides se maintiennent : 80% des Français se disent préoccupés**, dont 43% très inquiets, un niveau stable par rapport à l'an dernier, mais inférieur au pic observé en 2018 (49%). Les préoccupations concernant la provenance et la traçabilité demeurent également élevées (66% et 65%).

## DES FRUITS ET LÉGUMES FRAIS PLÉBISCITÉS ET UNE SATISFACTION EN HAUSSE

L'attachement des Français aux fruits et légumes frais reste fort : **près de 9 sur 10 (89%) déclarent que les fruits et légumes sont bons pour la santé. 87% déclarent avoir plaisir à consommer des fruits et légumes** (une progression de +5 points sur la part « tout à fait d'accord ») et **85% se disent satisfaits des fruits et légumes frais**. Les dimensions générant le plus de satisfaction sont la facilité de préparation (91%), l'aspect visuel (91%), la diversité de choix des produits (88%), la rapidité de préparation (88%), la fraîcheur (86%), l'apport nutritionnel (85%), et la qualité (82%). D'ailleurs, interrogé plus directement sur la qualité, **1 Français sur 5 (19%) indique que la qualité des fruits ou légumes frais était meilleure en 2025 que les années précédentes**.

## INFLATION MODÉRÉE : AMÉLIORATION DE LA SATISFACTION PRIX, VIGILANCE MAINTENUE

Dans un contexte de poursuite du ralentissement de l'inflation (+0,9% en 2025 contre +2% en 2024 selon l'INSEE), la satisfaction vis-à-vis du prix poursuit sa progression : **47% des Français se déclarent satisfaits du prix des fruits et légumes frais**, contre 36 et 37% au plus fort de l'inflation en 2022 et 2023. La part de Français déclarant avoir réduit leurs achats recule et s'établit désormais à 15%, soit -5 points en un an et -10 points par rapport à 2023. Pour autant, le poids du prix dans les critères de choix reste à un niveau plus élevé qu'il ne l'était avant la période d'inflation. Il conserve ainsi sa seconde place à égalité avec l'aspect visuel du produit (41%), derrière la provenance/l'origine (67%) et la saisonnalité (63%) toujours en tête.

## UNE CONSOMMATION QUOTIDIENNE DÉCLARÉE ENCORE EN RETRAIT

**56% des Français déclarent consommer des fruits et légumes frais chaque jour**, un niveau stable mais toujours inférieur à celui d'avant inflation. Un signal positif est toutefois observé chez les 50 ans et plus : leur consommation quotidienne déclarée de fruits et légumes repart à la hausse (66%, + 7 points). Enfin, **85% des Français jugent important de consommer au moins cinq portions par jour**, mais parmi eux, 36% reconnaissent avoir des difficultés à appliquer cette recommandation au quotidien.

### EN CONCLUSION

**Le baromètre 2025 confirme la solidité de la confiance et de la satisfaction envers les fruits et légumes frais.** Les Français réaffirment leur attachement à cette catégorie, associée à la fois au plaisir et aux bénéfices santé. Dans un contexte économique et politique encore incertain, marqué par un certain pessimisme pour 2026 (72%), l'attention portée au prix demeure forte. Malgré cela, les indicateurs témoignent d'une dynamique positive : amélioration de la satisfaction prix, recul des restrictions d'achats et progression de plusieurs dimensions de satisfaction, parmi lesquelles le goût et la qualité.

Pour consulter la synthèse de ce baromètre : [Lire ici](#)  
Pour consulter l'infographie de ce baromètre : [Lire ici](#)

Source : Baromètre de confiance envers les fruits et légumes frais, enquête menée par l'institut CSA auprès d'un échantillon de 1 013 individus représentatifs de la population française (26 novembre au 3 décembre 2025) pour Interfel.

## À PROPOS

Créée en 1976, Interfel rassemble l'ensemble des métiers de la filière fruits et légumes frais. Toutes les fonctions sont représentées : production, coopération, expédition, importation, exportation, commerce de gros, distribution (grandes surfaces, commerces spécialisés et restauration collective). Organisme de droit et d'initiative privés, Interfel est reconnue association interprofessionnelle nationale agricole par le droit rural français, ainsi que par l'Union européenne depuis le 21 novembre 1996 dans le cadre de l'Organisation commune de marché (OCM) unique. [www.interfel.com/](http://www.interfel.com/) [www.lesfruitsetlegumesfrais.com](http://www.lesfruitsetlegumesfrais.com)

### CONTACTS THOMAS MARKO & ASSOCIÉS

Victoire Chatel - 06 45 65 81  
[victoire.c@tmarkoagency.com](mailto:victoire.c@tmarkoagency.com)

Margaux Le Foll - 06 72 02 53 65  
[monoprix.food@tmarkoagency.com](mailto:monoprix.food@tmarkoagency.com)

### CONTACTS INTERFEL

Victoire GENEST - 06 15 52 15 08  
[v.genest@interfel.com](mailto:v.genest@interfel.com)

Elina KADEM - 06 58 63 22  
[e.kadem@interfel.com](mailto:e.kadem@interfel.com)