

# Étude de marché

Vente des fruits et légumes

CHIFFRES ET ÉLÉMENTS



propulse by 

# Introduction à l'étude de marché sectorielle

*Bienvenue dans cette étude de marché sectorielle, conçue spécifiquement pour vous, futurs entrepreneurs et créateurs d'entreprise!*

*Que vous soyez au tout début de votre projet ou en phase de consolidation de votre idée, cette étude se veut être un support incontournable pour éclairer votre prise de décision et affiner votre stratégie commerciale.*

*Dans ce document, vous découvrirez une analyse détaillée du secteur qui vous intéresse. Nous avons compilé pour vous les informations essentielles pour comprendre les dynamiques actuelles de votre marché.*

Cette étude est organisée comme suit :

- 1 **LES CHIFFRES CLÉS DU MARCHÉ**
- 2 **LE CODE APE / NAF DE L'ACTIVITÉ**
- 3 **L'ORGANISATION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ**
- 4 **L'ANALYSE DE LA SITUATION DU MARCHÉ**
- 5 **L'ÉTUDE DE L'OFFRE**
- 6 **L'ÉTUDE DE LA DEMANDE**
- 7 **L'ANALYSE DES CANAUX DE DISTRIBUTION**
- 8 **LES GRANDES TENDANCES DU SECTEUR**
- 9 **LA CONCLUSION DE L'ÉTUDE DE MARCHÉ**

Chaque section est conçue pour vous fournir une compréhension claire, illustrée et approfondie, vous aidant à prendre les bonnes décisions.

Nous vous souhaitons une bonne lecture et beaucoup de succès dans votre aventure entrepreneuriale !

L'équipe Propulse by CA



**7 428**

**MAGASINS SPÉCIALISÉS  
DANS LA VENTE  
DE FRUITS ET LÉGUMES**  
en 2020

**6,237  
Mds €**

**CHIFFRE D'AFFAIRES  
DU SECTEUR**  
en 2021

**1 sur 4**

**NOMBRE DE FRANÇAIS  
QUI A RÉDUIT SES DÉPENSES  
POUR L'ACHAT DE FRUITS  
ET LÉGUMES FRAIS**



**79 €**

**BUDGET MENSUEL MOYEN  
POUR L'ACHAT DE FRUITS  
ET LÉGUMES**

**8 %**

**DES PARTS DU MARCHÉ  
SONT CAPTÉES  
PAR LES PRIMEURS**



**65 %**

**DES CONSOMMATEURS  
PRIVILÉGIENT  
LES FRUITS ET LÉGUMES  
DE SAISON**

Sources : Insee, FranceAgriMer, Interfel

L'activité de vente de fruits et légumes est rattachée au **code APE/NAF 47.21Z**, correspondant au **commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé**. Ce code s'applique aux primeurs, qu'ils soient indépendants ou franchisés, qui vendent des fruits et légumes frais dans un cadre commercial fixe.

On compte **7 428 sociétés actives** dans le secteur du commerce de détails de fruits et légumes en magasin spécialisé.

Il existe d'autres codes APE/NAF pour des activités similaires :

- code 47.81Z : commerce de détail alimentaire sur éventaires et marchés
- code 47.11B : commerce d'alimentation générale

**Code APE/NAF  
pour un primeur :  
47.21Z**

# L'activité de distribution de fruits et légumes

Le primeur propose une sélection variée de fruits et légumes frais, souvent de saison, directement aux consommateurs. Ce commerçant privilégie la proximité et la qualité, en s'approvisionnant auprès de producteurs locaux, de grossistes ou sur les marchés d'intérêt national (MIN).



## L'ORGANISATION DE L'ACTIVITÉ

L'organisation de l'activité des détaillants spécialisés en fruits et légumes repose sur plusieurs types d'établissements. Les **primeurs** sont généralement des **petites structures indépendantes** qui mettent l'accent sur la qualité des produits, la relation de proximité avec les clients et l'expertise dans le choix des fruits et légumes.

À côté de ces acteurs indépendants, on retrouve les **réseaux multifrais** : Grand Frais, L'Heure du Marché, Provenç'halles. Ces enseignes combinent une large gamme de fruits et légumes frais avec d'autres rayons de produits locaux, comme l'épicerie fine ou la boucherie.

Sur le marché, les **enseignes de la grande distribution** captent une grande partie des parts de marché de la vente de fruits et légumes. Un canal de distribution largement adopté par une majorité des consommateurs. À plus petite échelle, **les marchés et les producteurs** se positionnent sur la **vente en circuit court**.

## LES SYNDICATS

L'activité des primeurs est soutenue par **Saveurs Commerce**, la **fédération nationale des commerces alimentaires spécialisés de proximité**. Cette organisation lance des initiatives et des partenariats en faveur des primeurs dans le but de défendre leurs intérêts professionnels et économiques.

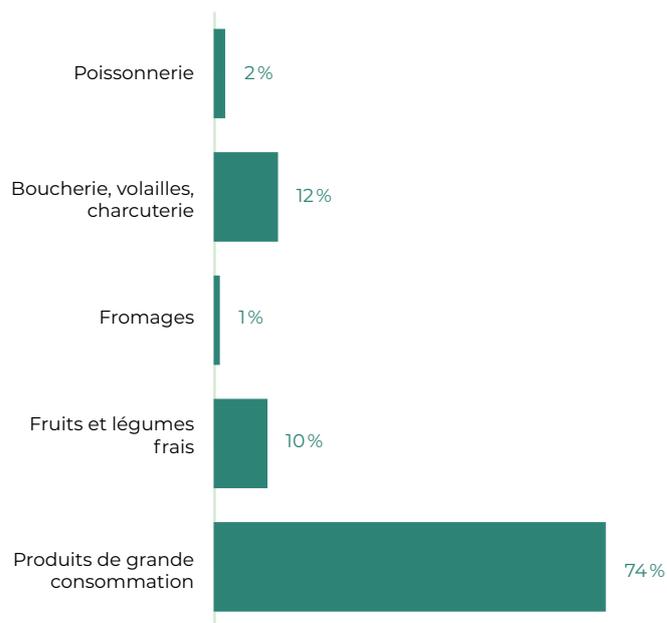
# Le marché de la vente de fruits et légumes

## LE CONTEXTE DU MARCHÉ

En 2023, les ménages français ont acheté **en moyenne 160,1 kg de fruits et de légumes frais** selon Kantar. Ce marché affiche une dynamique positive, portée par un intérêt croissant pour les produits de qualité et les commerces de proximité. Les magasins spécialisés dans le commerce de détail de fruits et légumes ont généré **un chiffre d'affaires de 6,237 milliards d'euros**.



## Répartition de la consommation à domicile en 2023



Source : Bilan de consommation 2023\_Interfel

Si la consommation en valeur a progressé d'environ 10%, les **volumes consommés ont légèrement reculé (-7,3%)**, principalement en raison de la hausse des prix. Le prix des fruits et légumes a fortement augmenté : en un an, le **coût du panier conventionnel a grimpé de 16%** (soit une hausse 3,5 fois supérieure à l'inflation générale).

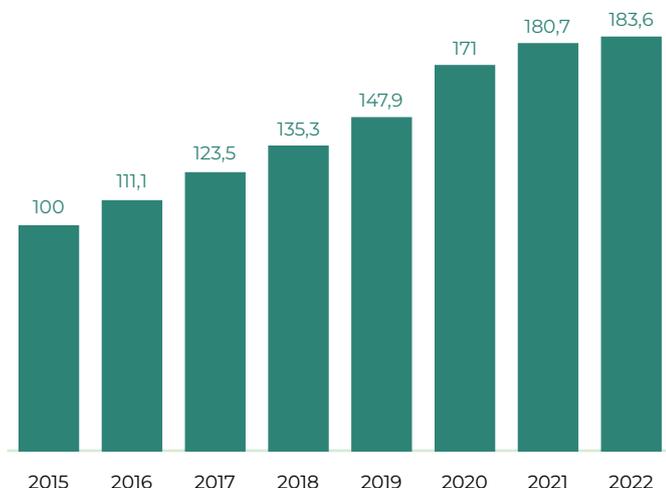
Cette inflation, qui affecte directement le panier des consommateurs, peut être liée à plusieurs facteurs : aléas climatiques, augmentation des coûts de production ou de conditionnement. Ces éléments influencent non seulement les prix à la production, mais également les tarifs appliqués en magasin.

Les primeurs doivent faire face à la concurrence croissante. D'un côté, les grandes surfaces alimentaires attirent une clientèle soucieuse d'acheter des fruits et légumes frais à des prix compétitifs. D'un autre, de nouveaux modèles de distribution (magasins bio, vente directe chez le producteur, AMAP, etc.) sont stimulés par la demande de consommateurs favorisant des achats plus responsables.

## ÉVOLUTION DU CHIFFRE D'AFFAIRES

### DU SECTEUR EN VALEUR

#### Chiffre d'affaires en valeur



Source : Insee, Indice de chiffre d'affaires base 2015, Commerce de détail de fruits et légumes en magasin spécialisé

Après une forte croissance en 2020 et 2021, le chiffre d'affaires des commerces de détail de fruits et légumes poursuit sa progression. Cette dynamique positive perdure malgré les tensions sur le pouvoir d'achat, grâce à l'**image favorable des primeurs auprès des consommateurs**.



## ÉVOLUTION DES PRIX

### À LA CONSOMMATION DES FRUITS

### ET LÉGUMES

Indice des prix à la consommation des légumes en France entre 2015 et 2024

#### Évolution IPC des légumes



Source : Indice des prix à la consommation - Base 2015 - Ensemble des ménages - France - Nomenclature Coicop : 01.1.7.1 - Légumes frais, hors pommes de terre et autres tubercules

Selon l'Insee, entre 2013 et 2023, le prix des fruits frais a augmenté de 43% et 73% de hausse des prix des légumes frais.

Cette hausse des prix illustre un paradoxe : alors que les messages de santé publique, relayés depuis 2001, préconisent de **consommer 5 fruits et légumes par jour**, cette **recommandation reste difficile à suivre** pour une grande partie de la population. Une étude Opinion Way et Smartway réalisée en 2023 révèle que 53% des Français considèrent l'objectif des 5 fruits et légumes par jour comme un luxe difficile à atteindre.

Manger sainement nécessite non seulement une prise de conscience des bienfaits des fruits et légumes sur la santé, mais aussi des moyens suffisants pour intégrer ces produits au quotidien. En effet, les ménages aux budgets limités privilégient souvent **des choix alimentaires moins coûteux** pour réduire leurs dépenses. **1 Français sur 4 a réduit ses dépenses pour l'achat de fruits et légumes frais en 2023.**

# L'offre sur le marché de la distribution de fruits et légumes

Le marché de la vente de fruits et des légumes est marqué par une fragmentation, dominée par les grandes chaînes de distribution alimentaire.

## 8 % : LES PRIMEURS

Avec une part de marché d'environ de 8%, les primeurs occupent la **troisième position du circuit de distribution**. Leur rôle va au-delà de la simple vente : ils conseillent les clients, **valorisent les produits locaux** et participent à l'animation commerciale de leur quartier. Ils sont appréciés pour leur **relation de confiance avec la clientèle** et une offre personnalisée adaptée aux attentes locales.

## 70 % : LES ENSEIGNES

### DE GRANDE DISTRIBUTION

Carrefour, Leclerc, Intermarché ou encore Super U captent environ 70% des ventes du secteur. Ces enseignes se positionnent sur une **gamme étendue de fruits et légumes** à des prix compétitifs, généralement soutenus par des marques de distributeurs. Leur principal atout est leur accessibilité sur tout le territoire. Mais la perception d'une qualité moindre et d'une standardisation des produits peut freiner une partie des consommateurs.

## 10 % : LES MARCHÉS TRADITIONNELS

Les marchés locaux, quant à eux, représentent environ 10 % du chiffre d'affaires du secteur. Ils séduisent une clientèle en quête de fraîcheur, d'authenticité et de circuits courts. Ce circuit de distribution reste dépendant des conditions climatiques et d'un accès limité en termes d'horaires et de lieux.

## 5 % : LES RÉSEAUX MULTIFRAIS

Grand Frais, **L'Heure du Marché**, Provenç'halles, **Prim'Fruits** ou encore **Cœur de Frais** ont su allier fraîcheur, variété, expérience client et produits premium. Grand Frais, leader du secteur, reflète cette dynamique avec environ 300 points de vente répartis sur le territoire. Certains réseaux ont fait le choix de se positionner sur une **offre 100% bio** comme les enseignes **La Vie Claire** et Les Comptoirs de la Bio.

Ces réseaux multifrais concurrencent les primeurs sur la qualité des produits, mais leurs prix peuvent rester un frein pour certains budgets.

## LES SERVICES DE LIVRAISON

### DE PANIERS DE FRUITS ET LÉGUMES

Les **spécialistes des circuits courts**, comme **Potager City** ou **La Ruche Qui Dit Oui**, répondent à une demande croissante de **consommation responsable**. Ils mettent en avant des produits locaux avec une traçabilité claire et un impact écologique réduit. Ce modèle attire de plus en plus de consommateurs soucieux de l'environnement. Leur adoption à plus grande échelle reste encore limitée du fait de leur coût plus élevé.

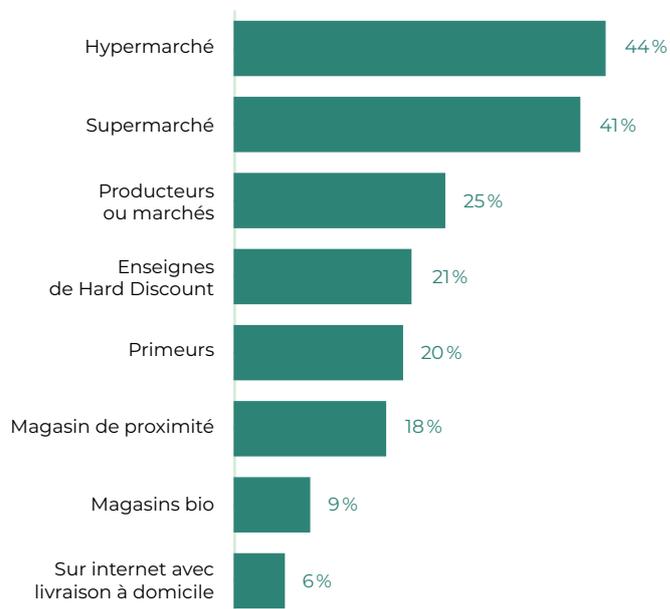
# L'étude de la demande



## LIEUX D'ACHAT DES FRUITS

## ET LÉGUMES

### Lieu d'achat de fruits et légumes (fréquence : au moins un fois par semaine)



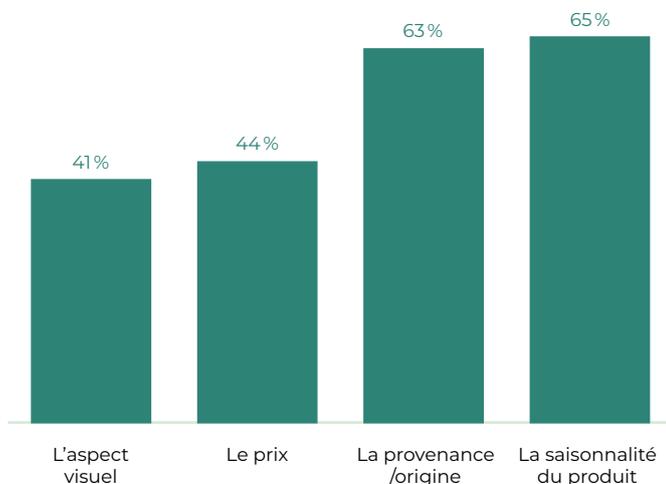
Source : Baromètre de confiance des fruits et légumes frais – Enquête 2023 – FranceAgriMer et Interfel

Les lieux d'achat de fruits et légumes des Français révèlent une nette préférence pour les grandes enseignes de distribution. **Les hypermarchés et les supermarchés** dominent largement, étant les **principaux points d'approvisionnement hebdomadaire** pour la majorité des consommateurs.

La **fréquentation des primeurs est moins régulière**, principalement en raison des prix souvent plus élevés que dans les grandes surfaces. Mais ils privilégient ces commerces pour la qualité des produits, la fraîcheur des fruits et légumes et l'expertise des vendeurs, faisant des primeurs un **choix ponctuel pour des achats spécifiques** ou de meilleure qualité.

## CRITÈRES D'ACHAT

### Top des critères d'achat des fruits et légumes frais



Source : Baromètre de confiance des fruits et légumes frais – Enquête 2023 – FranceAgriMer et Interfel

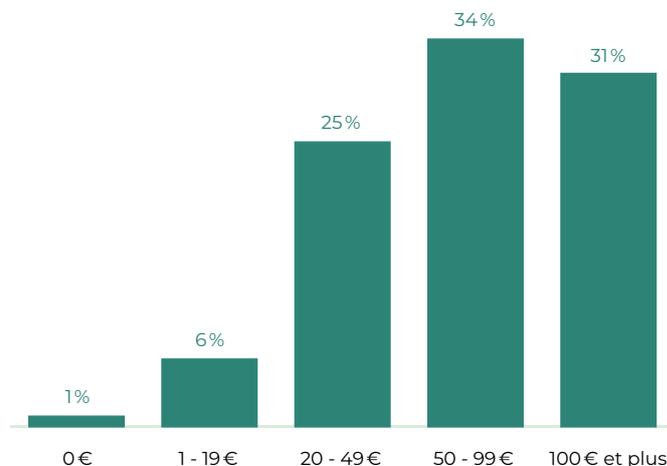
Dans le choix des fruits et légumes, la **saisonnalité reste le premier critère d'achat**, avec 65% des consommateurs y attachant de l'importance, suivie de près par la provenance. Cela reflète la sensibilité des consommateurs aux enjeux environnementaux et la valorisation croissante des productions locales.

Le prix, toujours central, influence également fortement les décisions, en particulier dans un contexte d'inflation. Ce phénomène conduit à un «**glissement de gamme**», où **1 Français sur 2 a opté en 2023 pour des produits moins chers**, afin de préserver son pouvoir d'achat.



## PANIER MOYEN

### Budget mensuel consacré aux fruits et légumes



Source : Etude Opinionway et Smartway « Les Français & les fruits et légumes » - Novembre 2023

**79 €** est le **panier moyen dépensé chaque mois** par les consommateurs pour les fruits et légumes.

Les personnes de 65 ans, et plus, dépensent en moyenne 108 euros par mois, reflétant une priorité donnée à la qualité et à la diversité. À l'inverse, les plus jeunes, confrontés à des contraintes budgétaires plus marquées, consacrent seulement 46 euros mensuels à ces produits, ce qui traduit une consommation souvent plus modérée ou occasionnelle.

# L'analyse des canaux de distribution

La **boutique de proximité** est le principal canal de distribution pour les primeurs indépendants. Certains professionnels font le choix de rejoindre une enseigne sous franchise. **Être franchisé** permet d'avoir accès à un réseau de fournisseurs et des prix d'achat déjà négociés. 3 principales enseignes proposent un modèle de franchise : Cœur de Frais, Provenç'halles et Prim'fruits. Il peut être également intéressant de se positionner sur **les marchés locaux**. Un canal de vente encore bien fréquenté par les consommateurs.

Pour développer son activité de primeurs, plusieurs stratégies peuvent être adoptées :

- proposer ses produits sur des plateformes de commande en ligne (Too Good to Go);
- **créer un site e-commerce** avec un système de Click-and-Collect ou de livraison;
- développer sa **présence sur les réseaux sociaux** en partageant des contenus attractifs (présentation des fruits et légumes du mois, recettes de saison, vidéos éducatives sur la nutrition, etc.);
- mettre en place des **initiatives pour réduire le gaspillage alimentaire** (vente de fruits et légumes imparfaits à prix réduits, valorisation de produits invendus par transformation, etc.).



# Les tendances du marché des fruits et légumes

## LES GRANDES TENDANCES

Le marché des fruits et légumes est porté par le changement des habitudes alimentaires des Français. On constate ces dernières années un renversement de **tendance vers une alimentation plus végétale**.



En effet, la consommation de protéines animales est en baisse, en grande partie en raison des sensibilisations liées à la santé, à l'environnement et aux préoccupations. **65% des protéines consommées en France proviennent d'animaux**. Cette proportion est en déclin, avec 76% des Français prêts à réduire leur consommation de viande.

Ce changement d'habitude alimentaire ouvre des opportunités pour le marché des fruits et légumes, qui deviennent des éléments essentiels des régimes à base de plantes, comme ceux des végétariens, végétaliens et flexitariens.

Les circuits courts et le **locavorisme** gagnent également en popularité. Les consommateurs privilégient les produits locaux et de saison. Une tendance expliquée par une **attention portée à la traçabilité** et à la **réduction des kilomètres alimentaires**.

La recherche d'une alimentation saine et équilibrée prend de l'ampleur. On constate un attrait pour les « super-aliments » (les baies de goji, le kale ou encore l'avocat), en raison de leurs propriétés nutritionnelles exceptionnelles. Cela souligne la volonté des consommateurs de se tourner vers des aliments bénéfiques pour la santé.

## LES PERSPECTIVES DU SECTEUR

Sur le marché des fruits et légumes, **l'intensification de la concurrence** entre les distributeurs va limiter la capacité des primeurs à augmenter leurs tarifs. En effet, la politique de prix agressive des grandes surfaces va alimenter les pressions tarifaires, déjà fortes sur le marché.

Avec une **inflation persistante**, les Français restent particulièrement attentifs aux prix des fruits et légumes, voire davantage, lors de leurs achats.

Miser sur la qualité et la traçabilité des produits, notamment via un approvisionnement direct auprès des producteurs locaux, devient un atout majeur pour répondre à la demande croissante de circuits courts et de produits de saison.

# Conclusion



Le marché des fruits et légumes reste **une filière en pleine mutation**, avec un fort potentiel pour les professionnels qui sauront s'adapter aux attentes des consommateurs d'aujourd'hui.

Pour 85% des consommateurs, il est essentiel ou important de consommer au moins 5 portions de fruits et légumes par jour.

Bien que les grandes surfaces restent le principal lieu d'achat pour ces produits, une exigence commune rassemble tous les consommateurs: **la recherche de qualité et de fraîcheur.**

Parallèlement, la montée des régimes flexitariens et végétariens stimule l'intérêt pour les fruits et légumes.

Les circuits courts, le locavorisme, la valorisation de la qualité offrent des pistes de croissance pour les professionnels du secteur.

# N'attendez plus

## POUR VOUS LANCER !

Chez Propulse du Crédit Agricole, on a tous la fibre entrepreneuriale et on sait qu'entreprendre n'est pas un long fleuve tranquille! Avec cette étude de marché complète, nous souhaitons vous donner toutes les cartes en main pour lancer votre entreprise.

Vous avez besoin de plus d'accompagnement? Découvrez nos autres solutions :

### Un compte pro 100% en ligne

Tout ce dont vous avez besoin dans la même application, à partir de 8€ HT par mois et un service client en ligne 7j/7.

### Un outil de business plan

Un outil en ligne gratuit pour créer son business plan avec la possibilité de faire appel à un coach pour se faire aider.

### Des Guides gratuits

Plus de 100 Guides et des Études de marché sectorielles pour vous donner toutes les chances de réussir dans votre aventure entrepreneuriale.

### Des milliers d'articles

Plus de 1500 articles pour répondre à toutes les questions que vous vous posez sur l'entrepreneuriat (et à celles que vous ne vous posez pas encore).

### Des événements dans toute la France

Ateliers, webinaires, en physique ou en ligne, rencontrons nous pour partager nos expériences.

### Entreprendre avec Propulse

Un écosystème complet de services pour vous accompagner à chaque étape de votre projet.