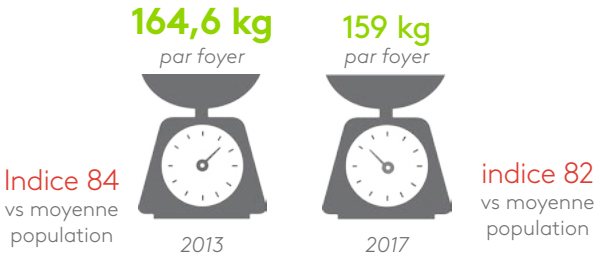
Les foyers avec enfants 0-12 ans, une cible à enjeu sur les fruits et légumes

Les familles avec enfants 0-12 ans sous-représentent les achats de Légumes et surtout de Fruits dans leurs achats

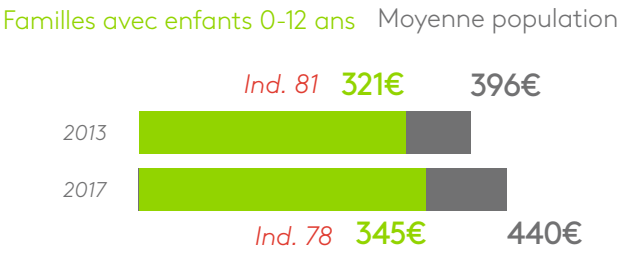
PDM volume de la cible familles avec enfants 0-12 ans sur l'ensemble de la population.

PGC + FLS + PFT	Fruits et Légumes	Légumes	Fruits
23%	17%	18%	15%

Et cette tendance s'est accentuée sur les 5 dernières années... Toutes les familles achètent des fruits et légumes frais, mais ils en achètent moins.



Leur budget moyen également est inférieur à la moyenne de la population



Si certaines catégories sont surreprésentées dans les volumes des familles vs la moyenne de la population...

60,7% en achètent — 1,4 kg en moy

Tomates Cerises Rondes

Ind. 150

74,7% en achètent — 6,4 kg en moy

Concombres

Ind. 141

35,4% en achètent — 8,6 kg en moy

Pastèque

Ind. 132

27,5% en achètent — 2,8 kg en moy

Pommes (Pink Lady)

Ind. 131

34,5% en achètent — 2,3 kg en moy

Brocoli

Ind. 128

60.7% en achètent — 76 kg en moy

Offre pré-emballée

Ind. 116

KANTAR WORLDPANEL

...d'autres doivent travailler l'attractivité et la fidélisation auprès de ces cibles (liste non exhaustive)

6,7% en achètent — 2,3 kg en moy

Pommes Belchard-Chanteclerc

Ind. 32

2,9% en achètent — 1,3 kg en moy

Reine-Claude

Ind. 45

18,8% en achètent — 1,5 kg en moy

Asperge

Ind. 48

23,7% en achètent — 1,4 kg en moy

Artichaut

Ind. 54

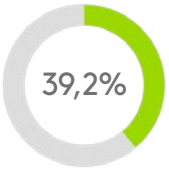
26,5% en achètent — 1,3 kg en moy

Cerises

Ind. 57

Certains circuits travaillent déjà bien cette cible :

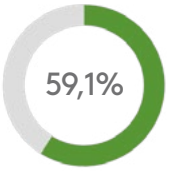
Pourcentage des familles avec enfants 0-12 ans qui achètent leurs Fruits et légumes dans ces circuits



Internet généralistes

Indice 290

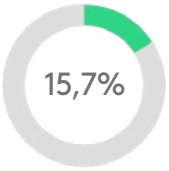
(PDM Volume vs moyenne population)



EDMP

Indice 114

(PDM Volume vs moyenne population)



Grandes Surfaces Frais

Indice 112

(PDM Volume vs moyenne population)

Enjeu de fidélisation sur ces circuits

Comment augmenter les occasions de consommation auprès des familles avec enfants 0-12 ans sur les fruits et légumes ?

1. **Identifier les foyers gros acheteurs** au sein des familles avec enfants 0-12 ans.

2. **Découvrir leurs habitudes de consommation**, et ce qui les différencie des autres foyers.
   - Cuisinent-ils davantage ?
   - Ont-ils des usages spécifiques des fruits et légumes ?
   - Diversifient-ils plus leurs usages que les autres (ex : les enfants consomment-ils des fruits au petit déjeuner ? Au goûter ? En fin de repas ? De légumes à l'apéritif / en entrée ? Note-t'on une présence des soupes et purées maison importante ? Quelles recettes ?)
   - Sont-ils plus nombreux à en consommer au sein du foyer (plus de partage avec les enfants et les parents qui consomment) ?

3. **Identifier les potentiels de croissance** pour les différentes cibles.

Pour plus d'informations, merci de contacter votre consultant habituel ou :
Claire Deloz - Experte Produits Frais Traditionnels
01.30.74.80.28 claire.deloz@kantarworldpanel.com

KANTAR WORLDPANEL

Source : Kantar Worldpanel - CAM P6 2017