

L'amour des Français pour le jus de fruits

Stars du petit-déjeuner des Français depuis plus de 40 ans, les jus de fruits s'invitent aujourd'hui tout au long de la journée. Qu'ils soient en quête de naturalité, d'un coup de boost ou qu'ils succombent à la tendance No-Low, les comportements des consommateurs ne cessent d'évoluer au gré des tendances. Eckes-Granini fait le point sur les habitudes de consommation des Français* en matière de jus de fruits dans un marché bousculé.

9 Français sur 10 consomment du jus de fruits

Les Français sont fous de jus de fruits !

La quasi-totalité en consomme et ils sont plus de **40%** à en consommer au moins une fois par jour. Et les jus de fruits s'imposent comme LE produit transgénérationnel incontournable : **94%** des consommateurs ont - de 35 ans et **88%** des consommateurs ont + de 35 ans.

Et quel que soit le moment !

Pour eux, le jus de fruits c'est :



La star du **PETIT DÉJEUNER** (61%).

Les foyers avec enfants optent surtout pour le jus de fruits au petit déjeuner (70%)



La douceur de **L'EN-CAS** (60%)



La touche fruitée du **GOÛTER** (60%)

Portrait-robot du consommateur régulier*

'au moins une fois par jour'



45%

des hommes



41%

des femmes

59%

25-34 ans

49%

Avec au moins un enfant

70% des Français recherchent principalement l'apport en vitamines

Pour les Français, les jus de fruits sont avant tout la promesse d'un coup de boost immédiat grâce aux vitamines contenues dans la boisson.



70%

recherchent avant tout l'apport en **VITAMINES**



58%
pour le **PLAISIR**
des papilles



39%
pour un coup de boost et avoir de **L'ÉNERGIE**

Et ils sont **82%** à déclarer qu'ils consommeraient davantage de jus de fruits s'ils avaient une meilleure connaissance des bénéfices nutritionnels qu'ils apportent.



Jus de fruits ou café pour les Français ?

Pour un réveil plus énergique



59%

des Français optent pour le café contre **48%** pour le jus de fruits

Pour le plaisir des papilles

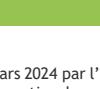


65%

des Français optent pour le jus de fruits contre **48%** pour le café

Entre injonctions et tendances, qu'attendent réellement les Français des acteurs du marché des jus de fruits ?

UNE PRODUCTION PLUS RESPECTUEUSE



87%

des jeunes de 18-24 ans souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement (contre 76% des Français)



76%

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans

souhaitent une production qui respecte davantage l'environnement

(contre 76% des Français)

veulent une marque engagée pour la juste rémunération des producteurs

des jeunes de 18-24 ans