

#TOUS
BANANA
MANIACS



Riche en saveurs et pleine de bienfaits nutritionnels, disponible toute l'année, très accessible, simple à utiliser, facile à transporter,

LA BANANE EST L'UN DES FRUITS PRÉFÉRÉS DES FRANÇAIS !

LA BANANE, UN FRUIT QUI ÉVOQUE L'EXOTISME ET QUI EST APPRÉCIÉ POUR SON CARACTÈRE RASSASIAN ET SON GOUT

La banane évoque avant tout, l'exotisme, les Antilles (19% de mentions spontanées), puis un bon goût (10%) et l'aspect riche, nourrissant, bon pour la santé (8%).

La banane jouit d'une bonne opinion globale (7,9/10), au même niveau que la pomme, le yaourt ou les agrumes. Dans un univers de produits concurrents de fruits et snacking sucrés, la banane se distingue particulièrement des autres produits par son aspect rassasiant, son apport d'énergie et son goût particulier.

La banane, pour les Français, c'est le goût avant tout, et ses bénéfiques nutritionnels sont finalement, très peu présents à l'esprit.

En effet, en spontané, l'aspect le plus apprécié de la banane est de loin son goût (31%) ; aucun bénéfice nutritionnel n'est cité spontanément.

Cependant, en assisté, les Français s'accordent à dire à plus de 90% que la banane a de nombreux bénéfices nutritionnels : elle donne de l'énergie (95%), elle participe à une alimentation équilibrée (94%), elle contient des nutriments essentiels (94%). Ses propriétés antioxydantes et son caractère digeste sont également reconnus par une grande majorité de Français (respectivement 85% et 81%).



En spontané,
31%
des français déclarent
apprécier **le goût**
de la banane

BON À SAVOIR !

La banane procure tonus et énergie, tout en étant peu calorique : 90,5 kcal pour 100g, soit plus qu'une pomme mais l'équivalent d'un yaourt aux fruits.

Grâce aux glucides qu'elle contient (19,7%), la banane a un effet rassasiant qui contribue à éviter les fringales !

Elle est très digeste, grâce, entre autres, à sa quantité notable de fibres (2,7%).

La banane contient également de nombreux minéraux et vitamines (potassium, manganèse, magnésium, vitamine B6...), ainsi que des antioxydants. Comme la plupart des fruits, la banane contient peu de lipides (<0,5%).

Enfin, la banane a un pouvoir hydratant intéressant car elle est composée à 75,8% d'eau, l'équivalent d'un petit verre d'eau.

LA BANANE, EST ACHETÉE RÉGULIÈREMENT TOUTE L'ANNÉE, NOTAMMENT POUR SES BÉNÉFICES SUR LA SANTÉ, SA PRATICITÉ ET SON GOÛT

82% des Français déclarent avoir acheté des bananes dans l'année, un chiffre plus élevé que pour l'achat de pommes (78%) ou de biscuits (74%), mais un peu moins que les yaourts (87%).

C'est également **un fruit acheté fréquemment : 2,6 fois par mois** ; une fréquence plus importante que pour les biscuits (2,3 fois par mois) ou les pommes (2,4 fois par mois) mais un peu plus faible que les yaourts (3,6 fois par mois).

La disponibilité de la banane tout au long de l'année, est une notion connue par une très large majorité de Français (72%).

La banane fait l'objet d'un achat prévu dans 67% des cas. Lorsque l'achat n'est pas prémédité (33% des cas), la **bonne visibilité des bananes en magasin** est le premier déclencheur d'un achat spontané (66%), suivi d'un **prix attractif** (38%).

Les principales raisons d'achat de la banane sont **sa praticité (66%), son bon goût (62%), le fait qu'elle soit bonne pour la santé (57%) et qu'elle apporte de l'énergie (51%)**.

A contrario, les principaux freins à l'achat de la banane sont **le fait qu'elle ne soit pas locale (22%), qu'elle ne se conserve pas assez longtemps (20%) et qu'elle soit trop calorique (14%)**. Bien que sa conservation soit l'un des principaux freins à l'achat, les consommateurs la conservent tout de même jusqu'à une semaine (94%), majoritairement à l'air ambiant (77% des consommateurs).

La banane est achetée
2,6
fois par mois
en moyenne

La banane fait l'objet d'un
achat prévu dans
67%
des cas

BON A SAVOIR !

Récoltée et exportée toute l'année depuis les pays producteurs, on la trouve donc tout au long de l'année sur les étals.

Fruit climactérique, elle continue à mûrir après la récolte.

Evoluant en termes de couleur, de goût et de fermeté à chaque stade de maturation, la banane n'aime pas le froid, et surtout pas le réfrigérateur ! Pensez à la conserver à l'air ambiant, idéalement entre 18 et 20°C.

UNE CONSOMMATION RÉGULIÈRE, POUR TOUTE LA FAMILLE, PRINCIPALEMENT EN EN-CAS, AU GOÛTER OU À LA FIN DU REPAS

La banane est un fruit consommé par le plus grand nombre : 83% des adultes et 77% des enfants en consomment.

La banane est un fruit consommé régulièrement : 65% des Français en consomment au moins une fois par semaine.

Elle est consommée très majoritairement seule (91%) ; les autres usages sont bien plus minoritaires (salade de fruits 30%, desserts cuisinés 22%).

On constate également que, quelle que soit sa taille, **la banane est principalement consommée en fin de repas (67%) ou au goûter / en-cas (59%)**. Les autres occasions de consommation sont encore assez peu répandues : petit-déjeuner (27%), sport pour (18%).

BON A SAVOIR !

La banane est idéale au petit-déjeuner car elle est à la fois **riche en saveurs, pratique** (vite épluchée) et **particulièrement nourrissante**.

Grâce aux glucides qu'elle contient, **la banane booste l'organisme au réveil** et aide à tenir jusqu'au déjeuner, en évitant le petit coup de mou de 10h.

Ce fruit est également un parfait réflexe pour un snacking healthy et sans complexe ! Facile à emporter et à manger, elle permet de retrouver très vite une sensation de satiété et un vrai regain d'énergie.

LES CRITÈRES D'ACHAT PRINCIPAUX DE LA BANANE SONT SA COULEUR (MATURITÉ), SON PRIX ET SA TAILLE

Avant tout, **lorsque les Français achètent des bananes, ils achètent le fruit et non une variété en particulier**. Les variétés de bananes sont d'ailleurs assez peu connues.

Lors de l'achat, **les bananes sont choisies en fonction de leur couleur (74%), leur prix (58%), leur taille (46%), puis leur zone de production (33%)**.

Concernant la couleur justement, la quasi-totalité des Français (91%) sait reconnaître la maturité de la banane à sa couleur. **La plupart des acheteurs de bananes l'achète à peine mûre, mais la consomme mûre**.

Les Français n'apprécient pas les bananes lorsqu'elles sont trop mûres (23%), lorsqu'elles pourrissent trop vite (9%) ou encore lorsqu'elles sont noires ou tachées (7%).

Une trop grande maturité peut même être à l'origine de gaspillage : **36% des consommateurs déclarent qu'il leur arrive de jeter des bananes à la maison, principalement parce qu'elles sont trop mûres (86% de ceux qui jettent)**.

Ainsi, 68% des acheteurs de bananes se déclarent intéressés par la possibilité d'acheter des bananes à des stades de maturité différents lors d'un même acte d'achat.

ASTUCE ANTIGASPI !

Les bananes bien mûres sont délicieuses en compote, en banana bread, en bananes flambées... les possibilités sont nombreuses pour éviter le gaspillage ! Et pour une cuisine 100% zéro-déchet, on utilise la peau de banane comme fertilisant pour les plantes ou pour le compost !

91%

des Français savent reconnaître la maturité de la banane à sa couleur

Concernant le prix (2^e critère d'achat), **la banane est un fruit qui est jugé bon marché par 51% des Français et au juste prix par 37% d'entre eux.**

Enfin, **les acheteurs sont 74% à privilégier les bananes de taille moyenne.** Ils seraient cependant également largement intéressés (71% d'entre eux) par la possibilité d'acheter des bananes de taille différente lors d'un même acte d'achat.



LA BANANE EST PRINCIPALEMENT ACHETÉE EN VRAC, AVEC UNE SENSIBILITÉ POUR LE BIO ET LE COMMERCE ÉQUITABLE

L'achat de bananes en vrac est largement privilégié : **79% des acheteurs de bananes** déclarent acheter leurs bananes en vrac, contre seulement 11% en grappe et 10% en sachet.

- Le sachet est privilégié pour des raisons d'hygiène, pour l'achat de bananes 1^{er} prix ou de bananes bio.
- Les bananes avec ruban sont choisies par praticité ou parce qu'elles sont bio.

Un achat de bananes en vrac

privilégié par **79%** des acheteurs

67% des acheteurs déclarent avoir déjà acheté des bananes bio, parce que leur mode de production est plus respectueux de l'environnement (56%) et parce qu'elles sont meilleures pour la santé (36%).

64% des acheteurs déclarent avoir déjà acheté des bananes équitables, principalement parce qu'elles permettent une meilleure rémunération des producteurs (65%) et parce que leur mode de production est plus respectueux de l'environnement (46%).

“*opinionway*”

L'étude « Usages et attitudes des Français autour de la banane » a été réalisée par OpinionWay, en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252. Cette enquête est destinée à faire un état des lieux, comprendre les perceptions, pratiques, usages et habitudes ainsi que les stratégies d'achat des consommateurs vis-à-vis de la banane. Cette étude a été réalisée auprès d'un échantillon de 1017 personnes responsables d'au moins la moitié des achats alimentaires du foyer, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus en termes de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle, de taille de commune et de région de résidence. L'échantillon a été interrogé par questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI (Computer Assisted Web Interview) du 14 au 21 septembre 2020.



Laissez-vous tenter par la banane en fruit coup de pouce d'une vie, où les petits bonheurs du quotidien prennent le pas sur les petits tracas...

Découvrez la campagne **#TousBananaManiacs** à l'initiative de l'AIB, Association Interprofessionnelle de la Banane, et laissez la banane devenir l'alliée HEALTHY d'une vie plus HAPPY et plus CONSCIOUS !



@TousBananaManiacs
#TousBananaManiacs



@BananeInfo



association
interprofessionnelle
de la banane

A PROPOS DE L'AIB

L'AIB est l'Association Interprofessionnelle de la Banane, fondée en 2012 à l'initiative des organisations professionnelles représentatives de la filière (producteurs, importateurs, mûrisseurs, grossistes, primeurs et distributeurs). Elle reflète la volonté des professionnels du secteur de proposer aux consommateurs une offre de qualité et contrôlée tout au long de la filière. L'AIB a pour principal objectif d'assurer la promotion des bananes de toutes origines et la défense des intérêts professionnels des différents maillons de la filière par la mise en œuvre d'actions collectives sur le marché métropolitain. **Pour en savoir plus : www.banane.info.**

SERVICE PRESSE AIB
GULFSTREAM COMMUNICATION

Mélissa Ouakrat
mouakrat@gs-com.fr – Tel. 06 86 06 16 09

Laura Gayoux
lgayoux@gs-com.fr – Tel. 06 77 17 75 68