

LA BANANE, LE FRUIT PLAISIR AU CŒUR DU QUOTIDIEN DES FRANÇAIS !

L'Association Interprofessionnelle de la Banane dévoile les résultats de sa dernière étude réalisée par OpinionWay en 2024 sur les usages et attitudes des Français vis-à-vis de la Banane. Pratique, gourmande, saine et accessible, la banane occupe une place de choix dans le quotidien des Français. Fruit préféré des consommateurs (ex-aequo avec la pomme), considérée comme un encas idéal, elle séduit par sa simplicité d'utilisation et ses bienfaits nutritionnels. Cet attachement se reflète également dans l'image positive qu'elle véhicule : un fruit sain qui met de bonne humeur et qui s'adapte à toutes les envies et à tous les âges. À travers ces multiples atouts, la banane s'impose comme une alliée incontournable.

La banane, le fruit qui donne le sourire

Si les Français aiment autant la banane, c'est **avant tout pour son goût ! (53%** citent cette raison en spontané). Sa saveur naturellement sucrée et sa texture fondante séduisent en effet petits et grands. **C'est un aliment plaisir pour 88% des Français**, et qui **met de bonne humeur pour 83% d'entre eux**.

La banane, le fruit facile à vivre

La banane séduit également les consommateurs car **c'est un fruit parfaitement adapté aux rythmes de vie actuels**. Ils sont d'ailleurs **76% à en manger au moins une fois par semaine**.

La plupart du temps, **les consommateurs préfèrent savourer la banane à la croque (87%)**, profitant ainsi de sa simplicité et de sa praticité. La banane s'adapte aux goûts et aux habitudes de chacun, en étant **consommée à différents moments de la journée** : du petit déjeuner au dessert (pour **60%**) en passant par la collation (**58%**).


Les Français sont par ailleurs **convaincus de ses bienfaits nutritionnels (96%** disent qu'elle est bonne pour la santé), et **de son accessibilité en termes de prix (91%** sont satisfaits du prix des bananes).



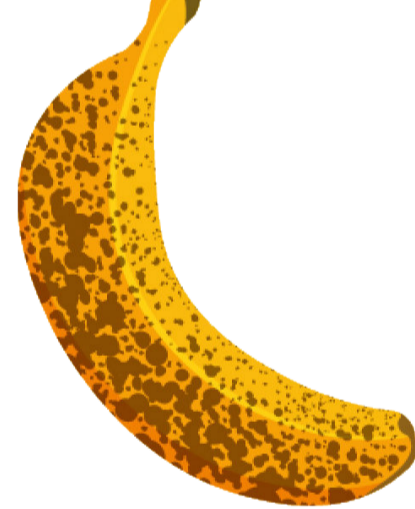
Un encas healthy et pratique

Facile et simple à transporter, protégée d'une peau épaisse qui s'épluche facilement, la banane est **le fruit nomade par excellence**, à emporter partout avec soi pour être consommé à tout moment de la journée. Elle est **parfaite pour le goûter des enfants** selon **92%** des Français mais pas seulement : pour **87%** d'entre eux, **elle est un snack sain idéal en cas de fringale. Sa praticité fait l'unanimité (96% d'accord)**, tout comme son côté rassasiant (**94%**) et son apport d'énergie (**95%**).

Son image nutritionnelle progresse auprès des Français : ils sont désormais **88% à considérer la banane comme digeste**, et **68% comme peu calorique**.


 Rappelons que la banane est constituée d'eau à 75%, de glucides (complexes et simples) à 20%, ainsi que de fibres, minéraux et vitamines, ce qui lui confère à la fois un apport calorique modéré (90,5 kcal pour 100g, soit l'équivalent de 100g de yaourt aux fruits), une bonne digestibilité et une forte densité nutritionnelle. Les glucides qu'elle contient contribuent à la satiété et apportent de l'énergie. Que ce soit pour prendre des forces, récupérer après un effort ou tout simplement pour combler un petit creux sainement, la banane est une alliée du quotidien.

La reine de l'anti-gaspi




La banane se distingue comme un modèle de **fruit zéro déchet** : sa pulpe, sa peau, rien ne se perd ! **Quand les bananes sont très mûres, 78% des consommateurs les consomment quand même**, que ce soit à la croque (**48%**), ou intégrées dans des recettes (**38%**) : banana bread, pancakes ou tout simplement en compote, le choix est vaste ! Ainsi, **la part de bananes jetées à la poubelle diminue** (cela arrive à **32%** des Français, soit -4 points par rapport à 2020) : un progrès qui témoigne d'une prise de conscience accrue en matière de lutte contre le gaspillage.

Par ailleurs, **63% des consommateurs donnent une seconde vie aux peaux de banane**, le plus souvent en les mettant au compost (**49%**).

 En effet, la peau de banane se composte très bien, encore plus vite si elle est coupée en petits morceaux. Placée dans le bac à compost, elle va libérer des nutriments essentiels pour un compost de qualité (potassium et magnésium notamment). Tellement simple, ce serait dommage de s'en passer ! La peau de banane peut aussi être utilisée comme engrais naturel pour fertiliser les plantes.

Des consommateurs sensibles aux engagements responsables

Sur les questions environnementales et sociétales, si les Français ont une image de la banane moins dithyrambique que sur les autres thématiques, les résultats sont tout de même prometteurs. Ainsi, la moitié des Français (**48%**) considère que **la banane a une empreinte carbone faible**.

 Ce que confirment les données de l'ADEME : l'analyse de l'ensemble du cycle de vie du produit (de la production jusqu'au consommateur) indique que, comme tous les fruits et légumes frais, la banane a un impact environnemental faible.*

Par ailleurs, **près de 79% des Français déclarent privilégier les bananes cultivées sans pesticides**. Ils sont **78% à faire confiance aux labels et certifications**. De plus, pour les bananes qu'ils achètent, **70% affirment être attentifs à des pratiques de production respectueuses de l'environnement et 67% au respect des conditions de travail des salariés**.

Une réelle prise de conscience des consommateurs qui souhaitent allier qualité, préservation de l'environnement et respect des travailleurs dans leurs choix d'achat.

* source : base de données Agribalyse de l'ADEME, la base de données environnementales de référence pour les produits agricoles et alimentaires : <https://agribalyse.ademe.fr/app>. Avec un score environnemental de 0,88 kg CO2 eq/kg de produit, la banane se situe à un niveau intermédiaire entre la pomme (0,4) et le kiwi (0,98), et à un niveau bien inférieur à de nombreux produits alimentaires correspondant à un même usage de consommation (2,13 pour un yaourt aux fruits ; 2,86 pour un biscuit sec nature ; 12,58 pour du chocolat au lait).

Baromètre réalisé par OpinionWay pour l'Association Interprofessionnelle de la Banane, auprès d'un échantillon de 1001 Français responsables d'au moins la moitié des achats alimentaires du foyer, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus (sexe, âge, CSP, région et taille d'agglomération). Enquête administrée en ligne entre le 1 er et le 8 octobre 2024.

À propos de l'AIB

L'AIB, Association Interprofessionnelle de la Banane, réunit l'ensemble des métiers de la filière en banane : producteurs, importateurs, mûrisseurs, grossistes, primeurs et distributeurs. Créée en 2012, l'AIB a été reconnue organisation interprofessionnelle agricole en 2016 par le droit rural français et par l'Union européenne. L'AIB a pour objectif de valoriser et défendre la filière et ses métiers, ainsi que d'encourager la consommation des bananes de toutes origines sur le marché métropolitain.



www.labanane.info

  @labanane.info

 @AIB - Association Interprofessionnelle de la Banane

Contacts presse : Agence Monet

Linda Amsellem : Lamsellem@monet-rp.com - 06 09 09 13 85

Célestine Ferreira : c.ferreira@monet-rp.com - 07 61 93 16 43