

Lesieur



Sophie MICHEL

Responsable études LESIEUR SMICHEL@lesieur.fr



Directeur de clientèle Consumer & Retail eric.sagnat@ifop.com

Mouna SOUALI

Chargée d'études Senior Mouna.souali@ifop.com

FICHE MÉTHODOLOGIQUE DE L'ÉTUDE

RECUEIL DES DONNÉES

L'étude a été menée **online** par questionnaire auto-administré auprès d'un panel de consommateurs, **du 31 mars au 06 avril 2017.**

ÉCHANTILLON INTERROGÉ

Nous avons interrogé un échantillon de **1001 personnes**, **représentatives de la population française**, âgées de **15 ans et +.**

CATÉGORIES DE PRODUITS ÉTUDIÉES EN DÉTAIL VS LES <u>HUILES</u>

<u>LES LÉGUMES</u>	LES LEGUMES SECS	<u>LES FRUITS</u>	LES PRODUITS À BASE DE SOJA
Les légumes	Les pois chiches	Les fruits	Les yaourts de soja
La salade, les crudités	Les lentilles	Les fruits secs	Les steaks de soja
Les soupes		Les fruits oléagineux (amandes, noix, olives,)	Les laits de soja







EN DÉFINITION SPONTANÉE DU VÉGÉTAL, UNE DOMINATION DES LÉGUMES, LOIN DEVANT FRUITS ET CÉRÉALES. DES CATÉGORIES DE PRODUITS DAVANTAGE CITÉES QUE LES BÉNÉFICES.



62% CITENT UNE CATEGORIE DE PRODUITS

Légumes	55%
Fruits	28%
Céréales	11%
Huile	7%

27% CITENT DES ELEMENTS LIES A LA NATURE

15%
11%
13%
8%

19% CITENT DES ELEMENTS LIES A LA SANTE / LE BIEN-ETRE

Sain / Santé 15%

8% CITENT DES ELEMENTS LIES AUX QUALITES PRODUITS (goût, fraicheur,...)

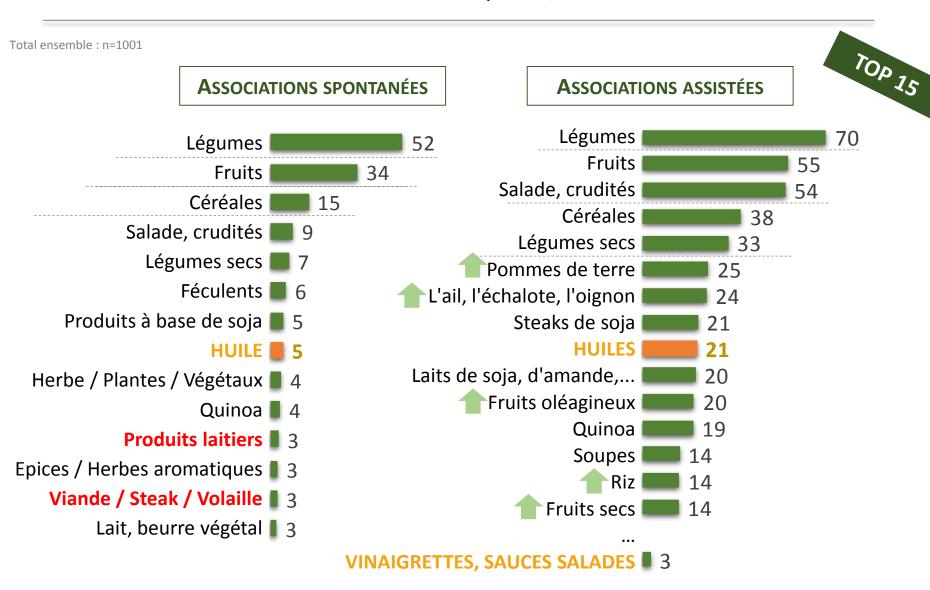
8% CITENT L'ABSENCE DE VIANDE

Végétarien 6%

SEULS 5% CITENT DES ELEMENTS NEGATIFS (fade, cher,...)

P1- Quels sont les 5 premiers mots qui vous viennent spontanément à l'esprit quand on vous parle de « VEGETAL » dans l'alimentation ?

Une hiérarchie des catégories associées assez proche en assisté : les légumes toujours en tête. Une apparition des pommes de terre et des alliacées, ainsi que les fruits oléagineux.





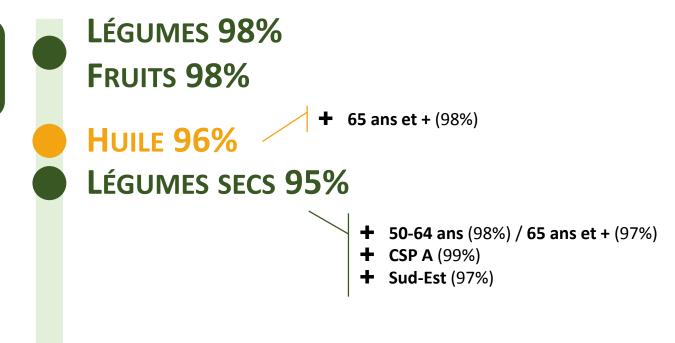
P2-Et quand on vous parle de 'produits végétaux', quelles sont les catégories de produits alimentaires que vous y associez le plus ?
P3- Et parmi les catégories de produits suivantes, quelles sont celles que vous associez le plus aux 'produits végétaux' ou aux produits d'origine végétale ?



Une consommation mainstream des produits végétaux, hormis les produits à base de soja dont les consommateurs sont plus jeunes.

Total ensemble: n=1001

99% des Français Déclarent consommer au moins une des catégories





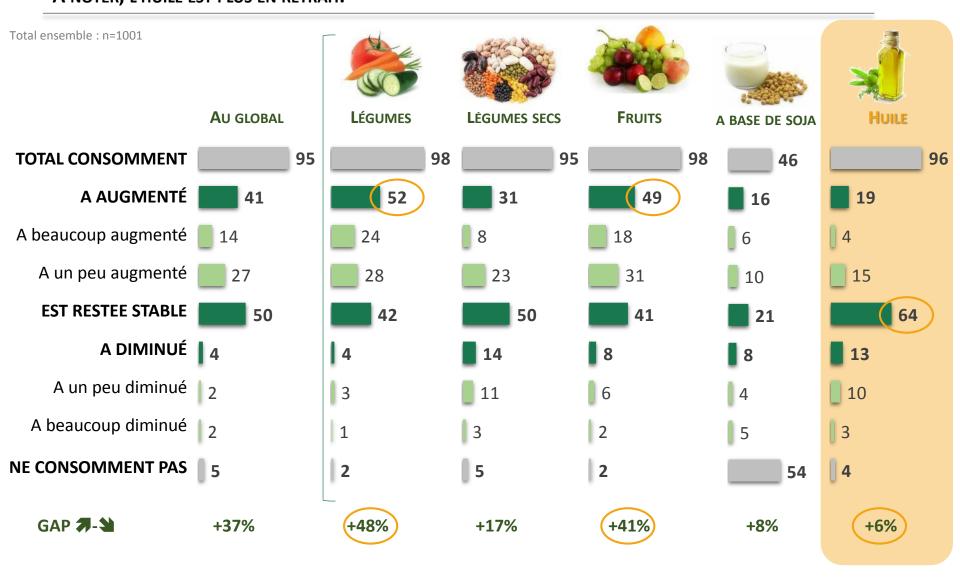


C1- Globalement, au cours de ces deux dernières années, diriez-vous que votre consommation de produits végétaux...?

C2- Globalement, au cours de ces deux dernières années, diriez-vous que votre consommation de ces catégories de produits végétaux...?

H1- Parlons maintenant rapidement des huiles alimentaires : huiles de tournesol, de colza, d'olive, de noix,... Globalement, au cours des dernières années, diriez-vous que votre consommation d'huile... ?

Une consommation déclarée orientée à la hausse, nettement plus pour les fruits et légumes, traduisant la forte attractivité de ces catégories. A noter, l'huile est plus en retrait.



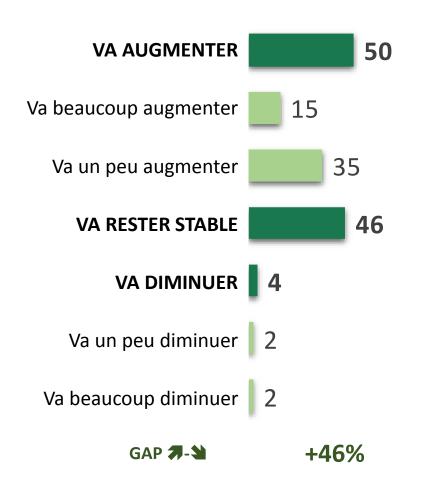


C1C2/H1- Globalement, au cours de ces deux dernières années, diriez-vous que votre consommation de produits végétaux / de ces catégories de produits végétaux / d'huile... ?

Une augmentation de la consommation qui semble devoir se poursuivre — voire s'accentuer, confirmant cette attractivité.

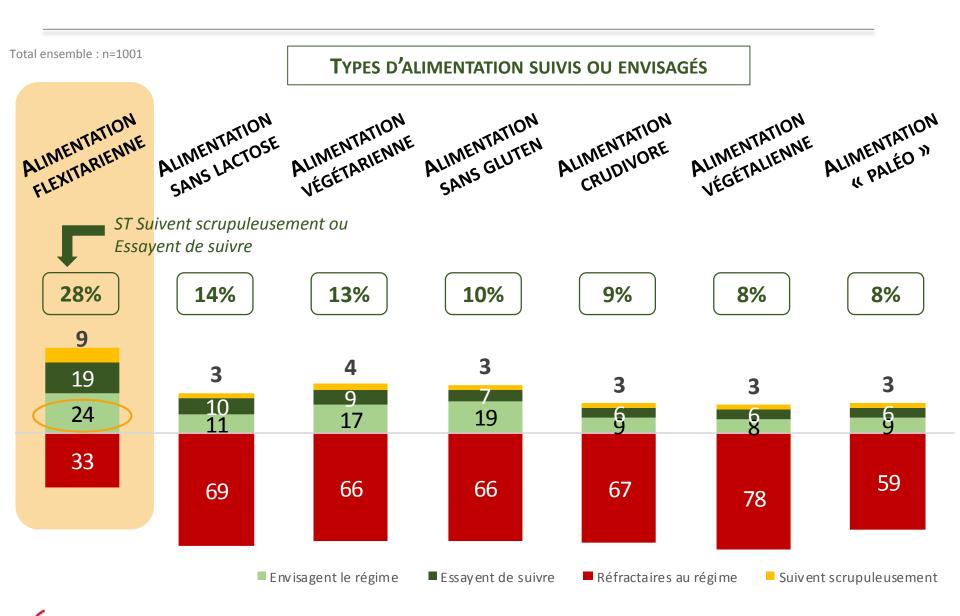
Total ensemble: n=1001

CONSOMMATION FUTURE DÉCLARÉE





CELA SE RETROUVE PAR LE FORT TAUX DE SUIVI DÉCLARÉ DU RÉGIME FLEXITARIEN VS LES RÉGIMES PLUS STRICTS.





DES CONSOMMATEURS DE PRODUITS VÉGÉTAUX RÉELS AU PROFIL IDENTIQUE À CELUI DE LA POPULATION FRANÇAISE! DES CONSOMMATEURS IMAGINÉS AU PROFIL ENCORE UN PEU CARICATURAL (FEMMES AISÉES, D'ÂGE MOYEN, ATTENTIVES À LEUR LIGNE ET L'ALIMENTATION), PROFIL SE RAPPROCHANT DE CEUX DÉCLARANT AVOIR AUGMENTÉ LEUR CONSOMMATION DE PRODUITS VÉGÉTAUX.

LES CONSOMMATEURS 'RÉELS' DE PRODUITS VÉGÉTAUX

LA QUASI-TOTALITÉ DES FRANÇAIS **CONSOMMENT DES PRODUITS VÉGÉTAUX : LEUR** PROFIL EST DONC SIMILAIRE À CELUI DE L'ENSEMBLE DE LA POPULATION



LE PROFIL DES CONSOMMATEURS **DÉCLARANT AVOIR AUGMENTÉ LEUR CONSOMMATION** DE PRODUITS VÉGÉTAUX



Des attitudes et des comportements plus marqués sur

- L'ÉQUILIBRE ALIMENTAIRE
- La santé
- La composition
- Le goût de la cuisine
- L'ENVIRONNEMENT, le LOCAL

LES GROS CONSOMMATEURS **'IMAGINÉS'** DE PRODUITS VÉGÉTAUX



+ 35-49 ans (48% vs 25%)



+ Font attention à l'équilibre alimentaire (48% vs 33% TAF d'accord)

+ Font attention à leur **ligne** (38% vs 24%)

+ Aiment varier leur alimentation (28% vs 17%)

+ CSP+ (48% vs 21%)

+ CSP moyennes



(45% vs 25%)



IL FAUT S'INTÉRESSER AUX PRODUITS VÉGÉTAUX PLUS NOUVEAUX POUR OBSERVER DE VRAIES DIFFÉRENCES.

Ont augmenté leur consommation de produits à base de soja : n=161

PROFIL DES CONSOMMATEURS AYANT **AUGMENTÉ LEUR CONSOMMATION DE SOJA**

SEXE

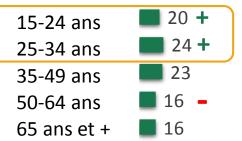




44%

56%

AGE





TAILLE AGGLO.



31%-

15%

54%

ATTITUDES & COMPORTEMENTS

Des **attitudes** et des comportements plus marqués sur beaucoup de dimensions testées dont...

- La composition
- Le LOCAL, LE BIO
- Le goût de la **cuisine**
- Le goût de la **nouveauté**...

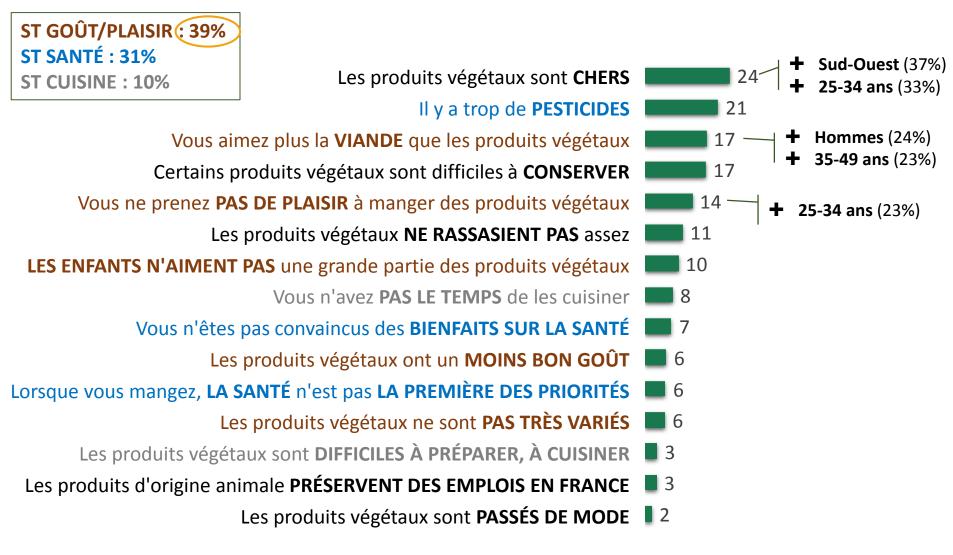




FREINS À LA CONSOMMATION DE PRODUITS VÉGÉTAUX

LE MANQUE DE PLAISIR, LE MANQUE DE RÉASSURANCE SUR L'INNOCUITÉ SONT LES PRINCIPAUX FREINS (MAIS À DES HAUTEURS RAISONNABLES). LE PRIX EST UN FREIN TOUJOURS CITÉ DANS CE TYPE DE QUESTION!

Base Ont diminué / Ne consomment pas de produits végétaux : n=700





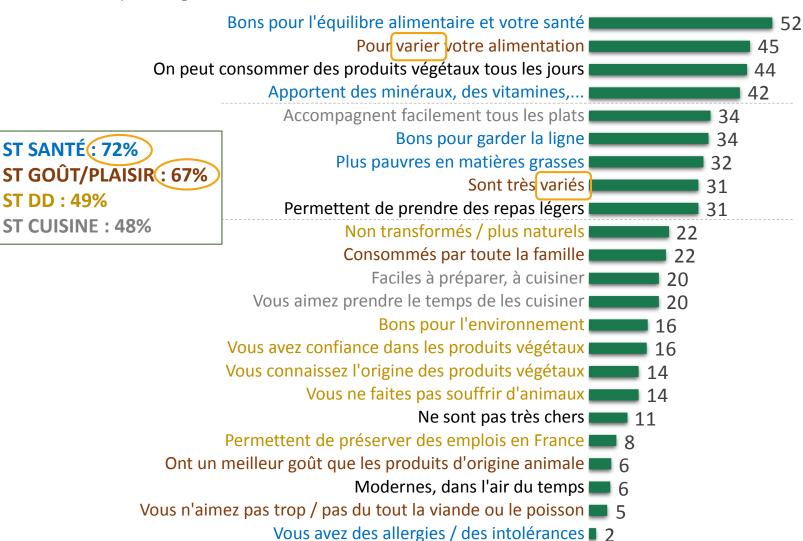
RAISONS DE CONSOMMATION DE PRODUITS VÉGÉTAUX

DES PROPRIÉTÉS SANTÉ PLÉBISCITÉES, DE MÊME QUE LE PLAISIR / LA VARIÉTÉ. LE DD ET LA CUISINE SONT PLUS EN RETRAIT

Base Non réfractaires aux produits végétaux : n=986

ST SANTÉ: 72%

ST DD: 49%





QUELLES MOTIVATIONS SONT PLUS PRÉSENTES CHEZ CEUX QUI ONT AUGMENTÉ LEUR CONSOMMATION DE PRODUITS VÉGÉTAUX ?

Une augmentation de la consommation de produits végétaux justifiée essentiellement par la santé, en cohérence avec les attitudes et comportements observés sur cette cible

Ont augmenté leur consommation: n=412	ONT <u>AUGMENTE</u> LEUR CONSOMMATION DE PRODUITS VEGETAUX	ONT <u>CONSERVE</u> LEUR CONSOMMATION DE PRODUITS VEGETAUX
Bons pour l'équilibre alimentaire et votre santé	64%	57%
On peut consommer des produits végétaux tous les jours	50%	44%
Apportent des minéraux, des vitamines,	51%	39%
Bons pour garder la ligne	42%	29%
Plus pauvres en matières grasses	41%	27%
Permettent de prendre des repas légers	39%	26%
Non transformés / plus naturels	30%	18%
Bons pour l'environnement	24%	11%
Vous avez confiance dans les produits végétaux	23%	12%
Vous connaissez l'origine des produits végétaux	19%	12%
Vous ne faites pas souffrir d'animaux	22%	8%
Ont un meilleur goût que les produits d'origine animale	9%	4%
Modernes, dans l'air du temps	8%	4%
Vous n'aimez pas trop / pas du tout la viande ou le poisson	8%	3%
ST SANTÉ	82%	69%



DES MOTIVATIONS & DES FREINS ENVERS LES PRODUITS VÉGÉTAUX QUI RÉPONDENT À DES ATTITUDE ET COMPORTEMENTS GÉNÉRAUX ENVERS L'ALIMENTATION

On note l'extrême importance à la fois de l'équilibre et du plaisir.







TENDANCES ET CHIFFRES CLEFS (1/2)

ETAT DES LIEUX DE LA CONSOMMATION

- Une perception et des associations spontanées qui évoquent avant tout les légumes, puis les fruits, les céréales et les crudités.
- Si les gros consommateurs de produits végétaux sont encore imaginés comme avant tout des femmes, d'âge moyen, assez aisées et attentives à leur ligne et leur alimentation...
- … LA CONSOMMATION (DÉCLARÉE) AUGMENTE ET SE DÉMOCRATISE :
 - 41% des Français déclarent avoir augmenté leur consommation de produits végétaux en général, notamment des fruits et légumes
 - Et 50% déclarent vouloir encore l'augmenter!
 - LE RÉGIME FLEXITARIEN SE DÉVELOPPE FORTEMENT : 9% des Français déclarent le suivre scrupuleusement actuellement, 19% essayent de le suivre et 24% l'envisagent !



TENDANCES ET CHIFFRES CLEFS (2/2)

FREINS & MOTIVATIONS À LA CONSOMMATION

- O UNE TENDANCE QUE L'ON PEUT PENSER PÉRENNE :
 - Il y a aujourd'hui des freins limités à l'augmentation de la consommation : la recherche de plaisir (39% au global - notamment via les produits animaux) et la crainte des pesticides (21%).
 - À l'inverse, 72% voient un bénéfice santé dans les produits végétaux, 67%
 y prennent du plaisir et 48% aiment les cuisiner.
 - Cela répond à des attitudes générales envers l'alimentation partagées par une très large majorité des Français sur l'équilibre alimentaire, le plaisir, le goût de la cuisine,...
- Les produits végétaux doivent donc avant tout valoriser leurs qualités intrinsèques sur l'équilibre alimentaire, encore plus importante chez ceux qui augmentent leur consommation, sans altérer la perception goût / plaisir.



IFOP CONSUMER & RETAIL







78 rue Championnet 75018 PARIS (00 33) +1 45 84 14 44