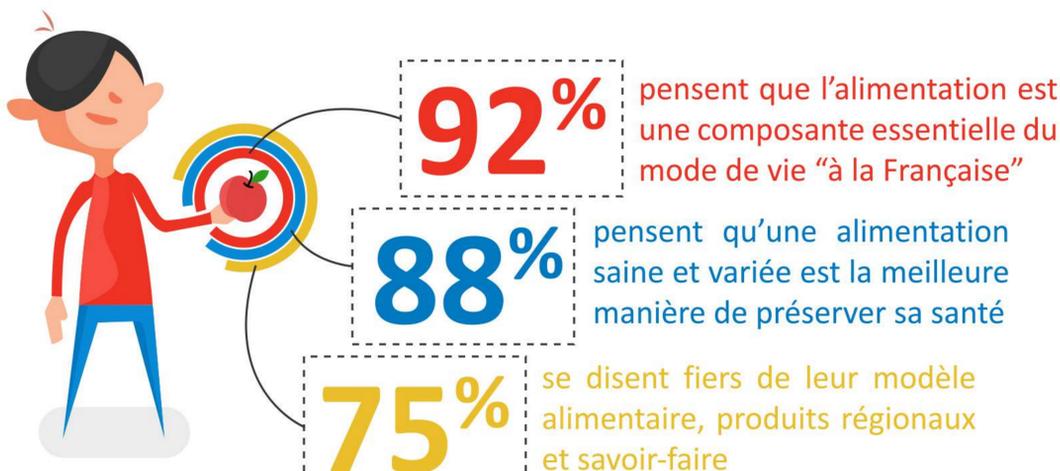


# LES FRANÇAIS ET L'ALIMENTATION

UN MODÈLE ALIMENTAIRE CENTRAL DANS LE QUOTIDIEN DES CONSOMMATEURS FRANÇAIS, SOURCE DE FIERTÉ



LE POSTE DE DÉPENSE SUR LEQUEL LES FRANÇAIS SOUHAITENT LE MOINS ROGNER



## UNE ATTENTION CROISSANTE PORTÉE À LA VALEUR DE L'ALIMENTATION

LES DEUX CRITÈRES D'ACHAT DONT LE POIDS DIMINUE...



**PRIX**

**66%**

73% en 2013

**DATE DE PÉREMPTION**

**56%**

69% en 2013

... AU PROFIT DES CRITÈRES DE "QUALITÉ"



**COMPOSITION DES PRODUITS**

**53%**

35% en 2013

**COMPOSITION NUTRITIONNELLE**

**31%**

27% en 2013



**79%**

sont prêts à payer plus pour des ingrédients de très bonne qualité

## DES FRANÇAIS QUI VEULENT PRÉSERVER LEUR MODÈLE ALIMENTAIRE

**81%** sont prêts à payer davantage pour un produit régional

**78%** sont prêts à payer davantage pour un produit 100% français



**52%** pensent que les entreprises agroalimentaires françaises sont ambassadrices du modèle alimentaire français à l'étranger

44% en 2013

## DE FORTES ATTENTES AUXQUELLES L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE RÉPOND

LES FRANÇAIS PLÉBISCITENT LA CAPACITÉ DE L'INDUSTRIE AGROALIMENTAIRE À LEUR PROPOSER DES PRODUITS...



**VARIÉS FACILES À PRÉPARER**

**88%** de satisfaction sur ces 2 critères

DES PRODUITS ALIMENTAIRES PERÇUS COMME DE PLUS EN PLUS QUALITATIFS



**+8pts**

de satisfaction en moyenne

**GOÛT**

**QUALITÉ**

**CONSERVATION**

**COMPOSITION NUTRITIONNELLE**

**55%** ont une image positive de l'industrie agroalimentaire

EN PROGRESSION PAR RAPPORT À 2013, MAIS UN SCORE QUI PEUT ENCORE ÊTRE AMÉLIORÉ !

