



# Les Français et l'alimentation

24 juin 2015



# Introduction et déroulée de la matinée

---

## *Les Français et l'alimentation*

*Présentation des résultats de la vague 2015*

*“opinionway*



Étude réalisée auprès d'un **échantillon de 1006 individus** âgés de 18 ans et plus, échantillon représentatif de la population nationale.



L'échantillon est issu de Newpanel, le panel en ligne d'OpinionWay. Il a été constitué selon la méthode des quotas et a subi un redressement en termes de Sexe, Âge, Région, Catégorie d'agglomération et Catégorie socioprofessionnelle.



**Mode d'interrogation** : L'échantillon a été interrogé en ligne via système CAWI (Computer Assisted Web Interviewing)



**Dates de terrain** : du 26 février au 3 mars 2015



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la norme ISO 20252.



*Résultats*



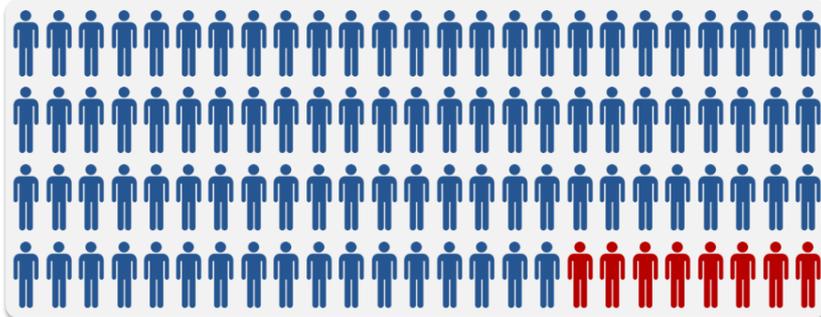
*Le « bon pour moi », tendance de fond du  
modèle alimentaire français*

# Un modèle alimentaire central dans le quotidien des consommateurs français

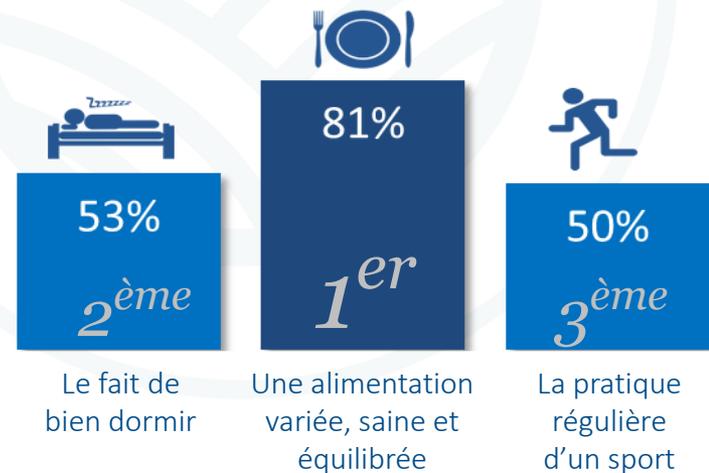
“*opinionway*”

- *Bien s'alimenter est une composante clé du quotidien :*

**92%** des Français considèrent que l'alimentation est une composante essentielle de leur mode de vie.

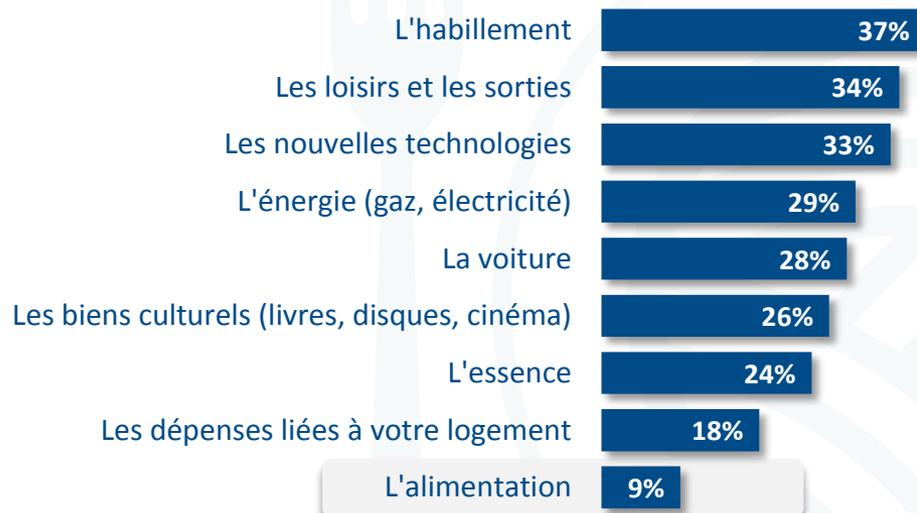


**81%** pensent qu'une alimentation saine et variée est la meilleure manière de préserver sa santé.

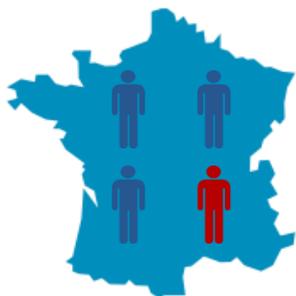


“*opinionway*”

- *L'alimentation, le poste de dépenses sur lequel les Français souhaitent le moins rogner :*



- *Un modèle alimentaire reflet du patrimoine et d'une manière de vivre à la française : produits régionaux, savoir-faire ...*



**3/4**

*des Français se déclarent fiers du modèle alimentaire et reconnaissent la qualité des produits*

# Une attention croissante portée à la valeur de l'alimentation, constitutive du « bien-manger » français

Prix et date de péremption restent les 2 premiers critères d'achat, mais leurs poids diminue par rapport à 2013...



La date de péremption

56%

-13

...au profit des critères de qualité comme la composition des produits et la composition nutritionnelle



La composition des produits



La composition nutritionnelle



La provenance des produits reste également un élément important



La provenance

42%

*Valeur gustative bien sûr, mais aussi valeur nutritionnelle, qualité et diversité de l'offre*



**79%**

*des Français se déclarent prêts à payer plus pour un produit contenant des ingrédients de très grande qualité.*

*Des niveaux de satisfaction élevés pour d'autres facettes de l'alimentation à la française :*



**88%**

La variété des produits alimentaires



**88%**

La facilité de préparation des aliments



**82%**

La conservation des produits alimentaires



**78%**

Le goût des aliments

*“opinionway*

- Le bon pour moi c'est aussi le bon pour mon pays et mon patrimoine, dès lors :



**81%**

des Français sont prêts à payer davantage pour un produit régional.



**78%**

des Français sont prêts à payer davantage pour un produit 100% français.



Une part plus importante de Français (par rapport à 2013) qui estiment que les entreprises de l'agroalimentaire assurent un rôle d'ambassadrices du modèle alimentaire français à l'étranger :

**52%**

+8



*L'industrie agro-alimentaire, maillon essentiel du  
modèle alimentaire en France, en phase avec les  
attentes des Français*

# Les Français satisfaits de l'offre proposée par l'IAA, en phase avec leurs attentes

“*opinionway*”

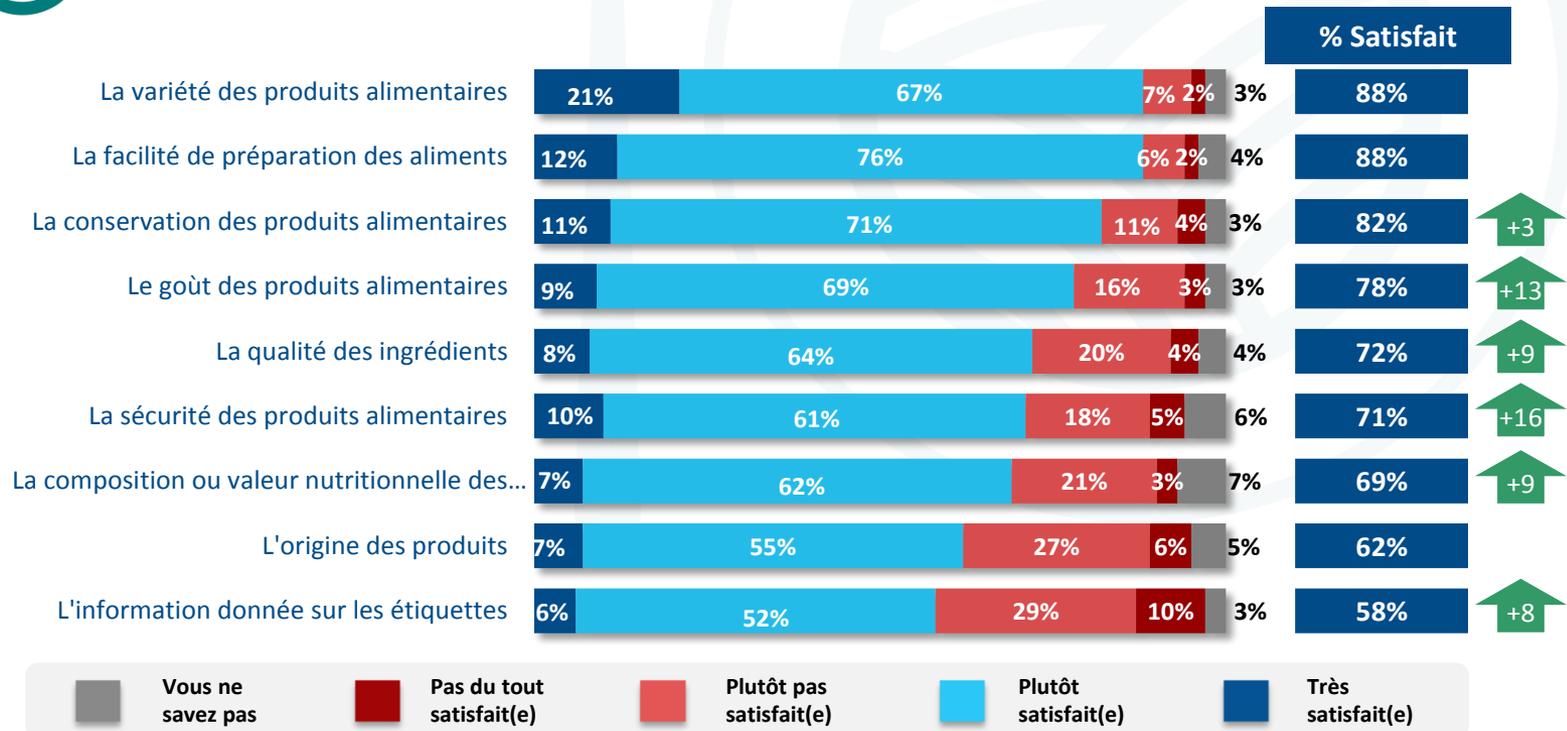


**75%**

des Français reconnaissent que l'alimentation en France, ce sont avant tout des produits de qualité.



Des Français de plus en plus satisfaits sur de nombreux critères :



*“opinionway*



des Français déclarent avoir une image positive de l'industrie alimentaire, un score en hausse par rapport à 2013, mais qui reste perfectible

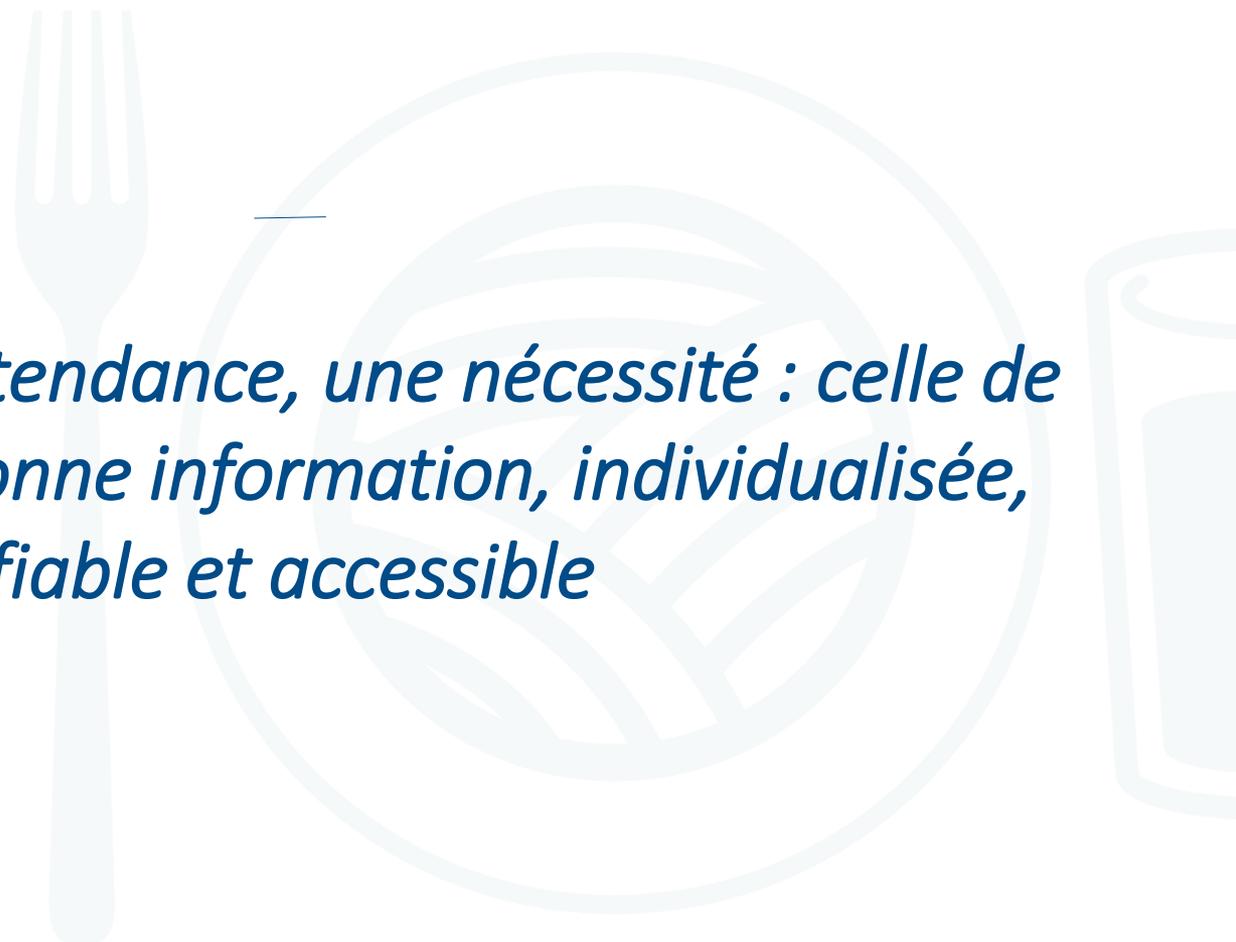
Une image mitigée portée par deux registres sur lesquels une majorité de français s'accordent :



Sa contribution à l'emploi



Son aspect dynamique et innovant



*Derrière cette tendance, une nécessité : celle de  
partager la bonne information, individualisée,  
fiable et accessible*

“*opinionway*”



**58%**



se disent satisfaits de l'information donnée sur les étiquettes.



Deux attentes croissantes parmi la population française sur ce registre :



**42%**



L'étiquetage  
compréhensible sur la  
valeur nutritionnelle



**39%**



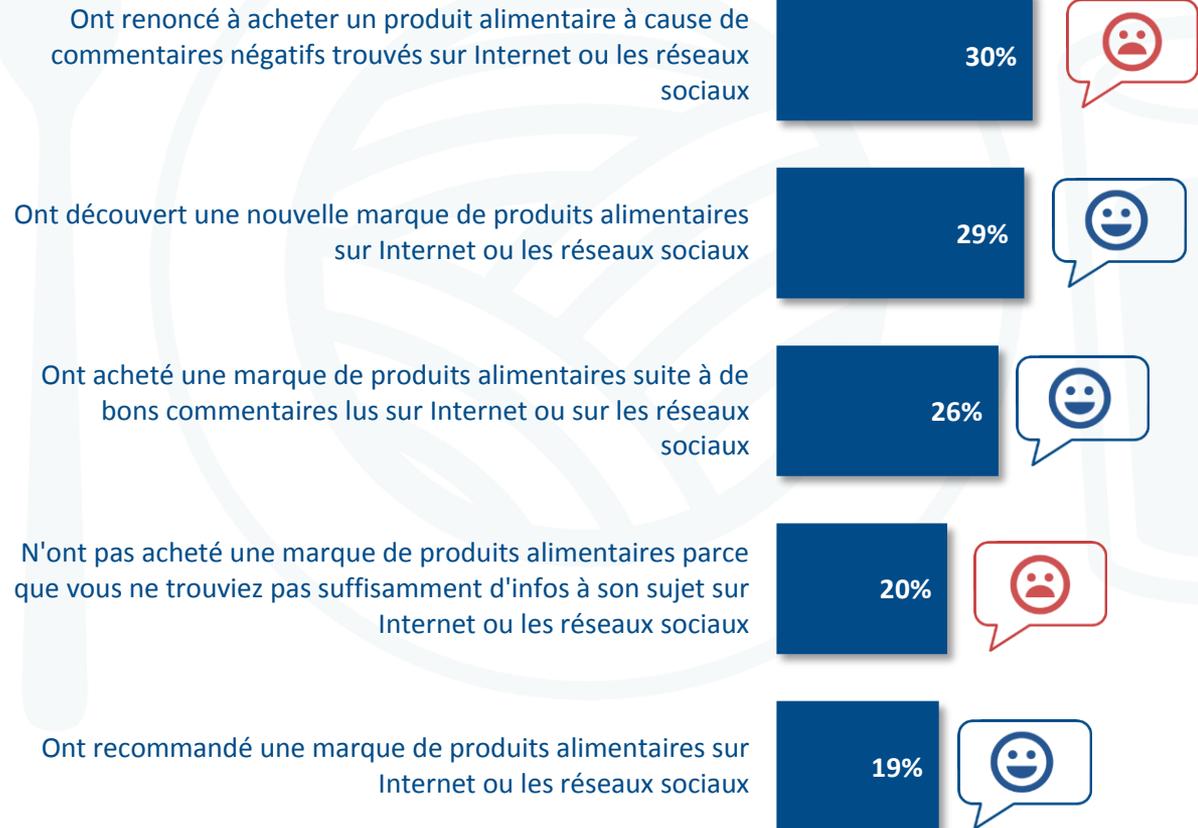
L'information sur l'origine  
géographique des  
produits



**54%**

En point d'alerte, une majorité de Français pensent que les entreprises  
de l'IAA n'informent pas honnêtement les consommateurs

## Face à cette perception d'un manque d'information, Internet joue un rôle prépondérant





**Merci !**