



Les Français et l'alimentation : *confiance, attentes d'informations et perception de la qualité des produits*

Octobre 2018

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



ESOMAR
member

FRENCHFOODCAPITAL

EN PARTENARIAT AVEC





La méthodologie



1044 personnes interrogées, représentatives de la population française



Interrogées en ligne



Du 26 au 27 septembre 2018



L'évolution perçue concernant l'alimentation

Ce qui s'est **le plus amélioré**

46%

La **diversité**, le **choix** des produits alimentaires



45%

La **traçabilité** des produits alimentaires



34%

La **facilité à se procurer** les produits alimentaires



Ce qui s'est **le plus dégradé**



74%

Le **prix** des produits alimentaires



54%

La **juste rémunération** des producteurs



46%

La **qualité gustative** des produits alimentaires



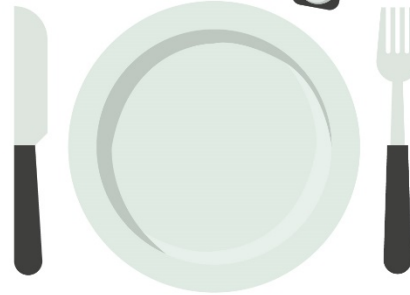
44%

Les **conditions de production** des produits alimentaires



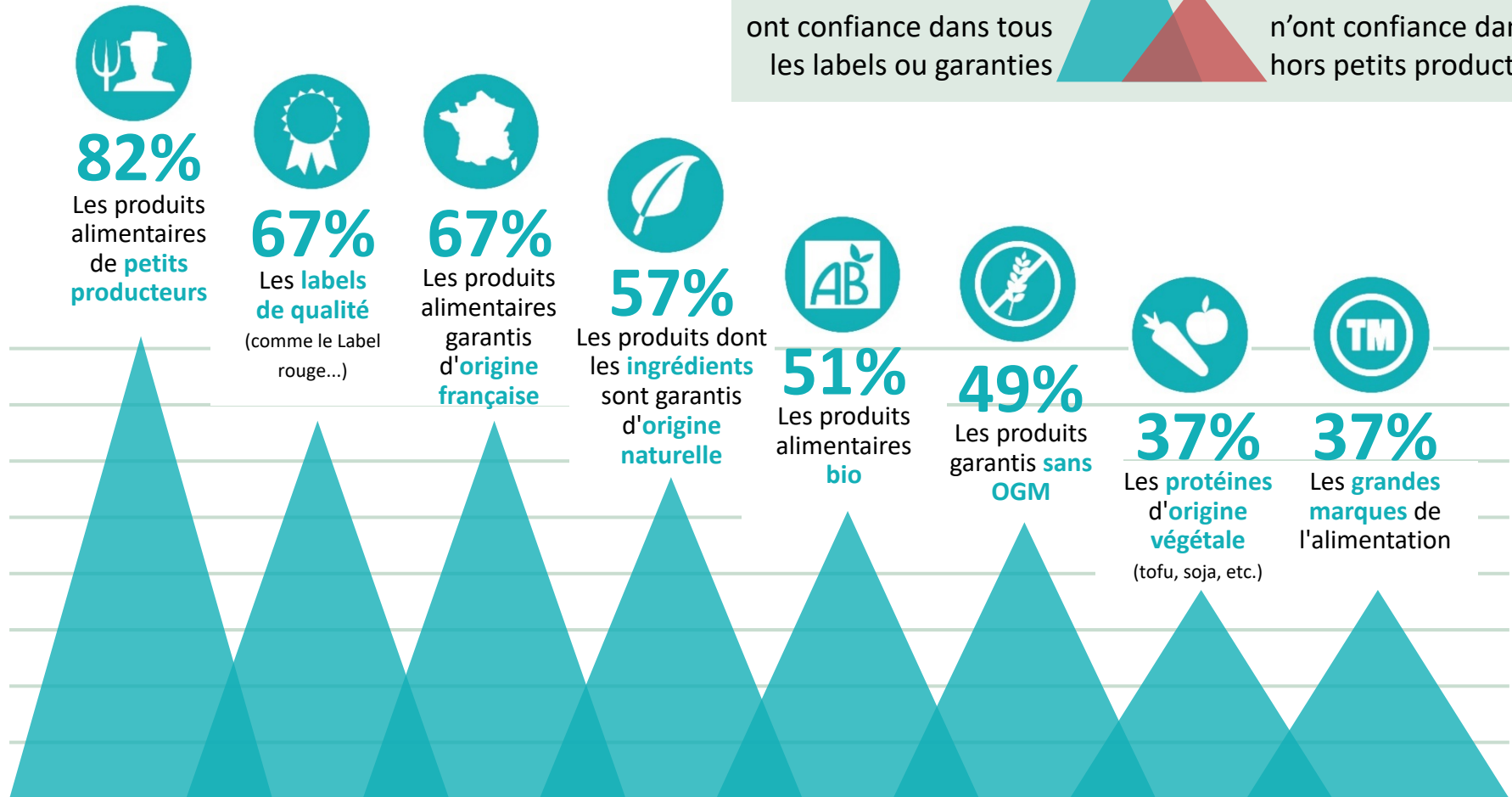
43%

Les **effets** des produits alimentaires **sur votre santé**

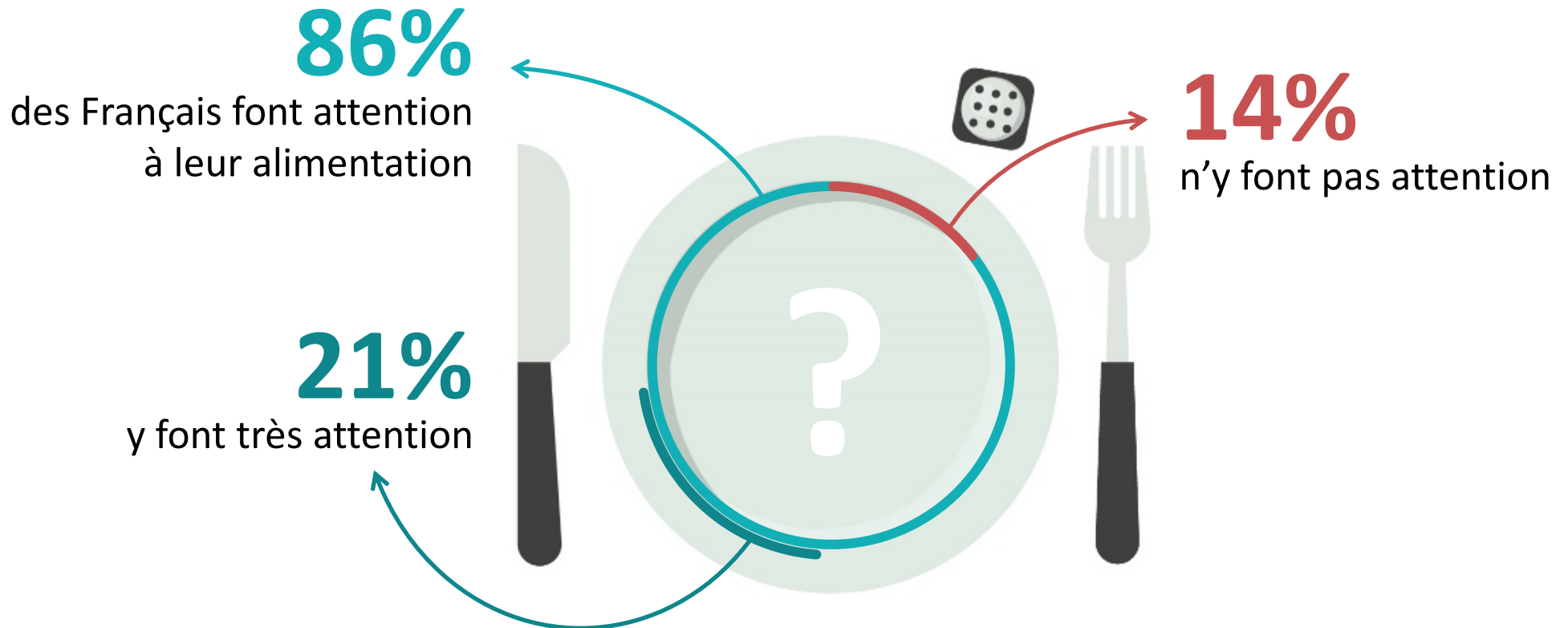


“ La confiance dans les labels, marques ou garanties

% ont confiance



“ L'attention portée à l'alimentation



“ Le besoin d’information sur les produits achetés

86%
des Français ont de
**fortes attentes
d’information** sur les
produits alimentaires
qu’ils achètent



une proportion
qui augmente avec l’âge



79%
pour les 18-24 ans



92%
pour les 50 ans et plus



Les informations jugées les plus importantes

Les informations qui **intéressent le plus**

62%
Le **prix**



58%

La **provenance**, l'origine géographique



56%

La **composition du produit** (liste des ingrédients)



43%

La **qualité gustative** du produit



43%

La **composition nutritionnelle** (quantité de matières grasses, calories, protéines, etc.)



Les informations qui **intéressent le moins**



14%

La présence d'**allergènes**



17%

La **marque**



19%

L'**impact environnemental** de ce produit

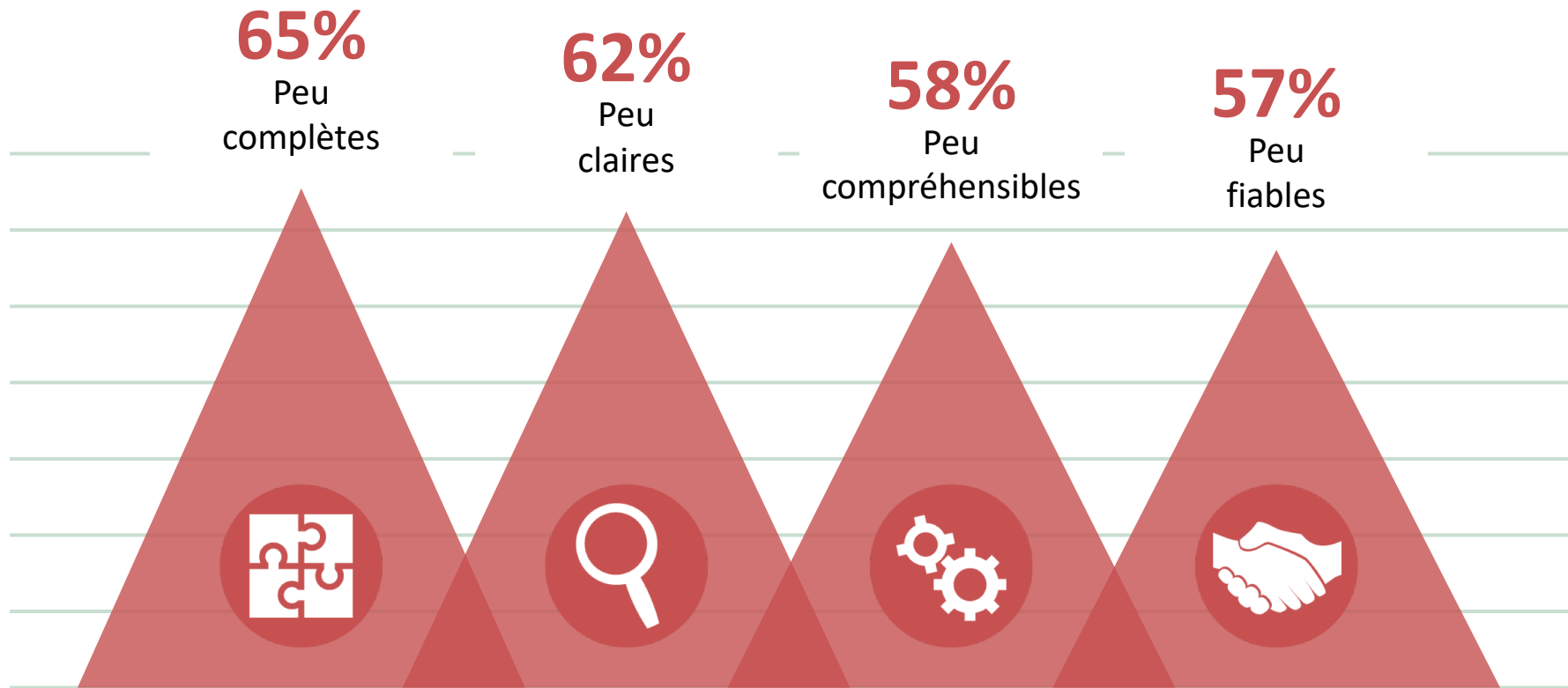


25%

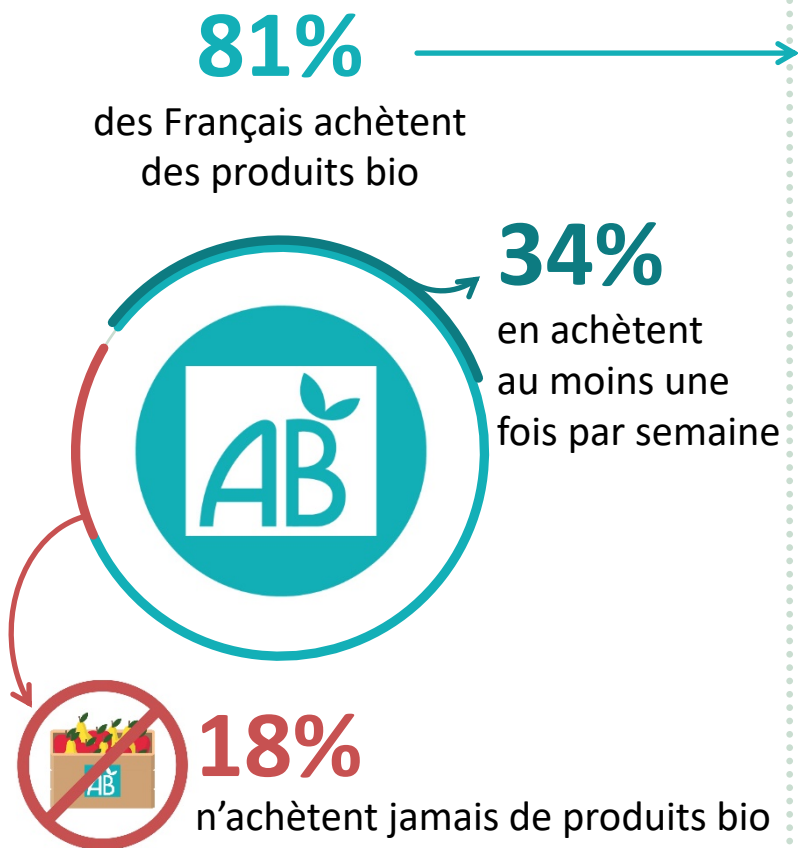
Le respect du **bien-être animal**

“ L’opinion sur les informations diffusées par les marques

Des informations jugées comme étant...



“ La fréquence d’achat de produits bio

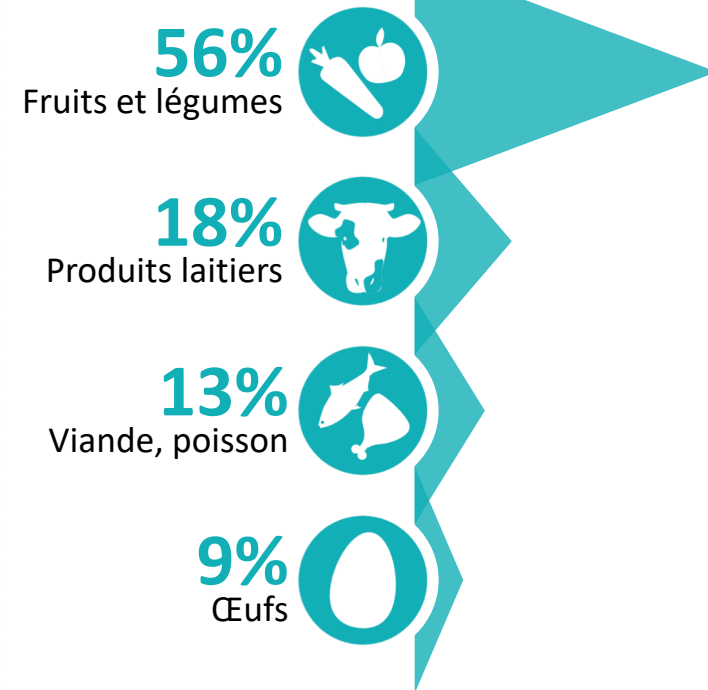


En moyenne, les Français
qui consomment du bio
achètent

25%

de produits bio parmi
tous les produits
alimentaires qu’ils
achètent

Les produits les plus achetés



“ Les motivations d’achat des produits bio



35% Parce que ce sont des produits qui sont **plus naturels** (pas de pesticides, d'adjuvants, etc.)



19% Parce que ce sont des produits **meilleurs pour la santé**



13% Parce que ce sont des produits qui **respectent davantage l'environnement** et/ou le bien-être animal



8% Par volonté d'adopter **une consommation responsable**, parce que cela correspond à mes convictions



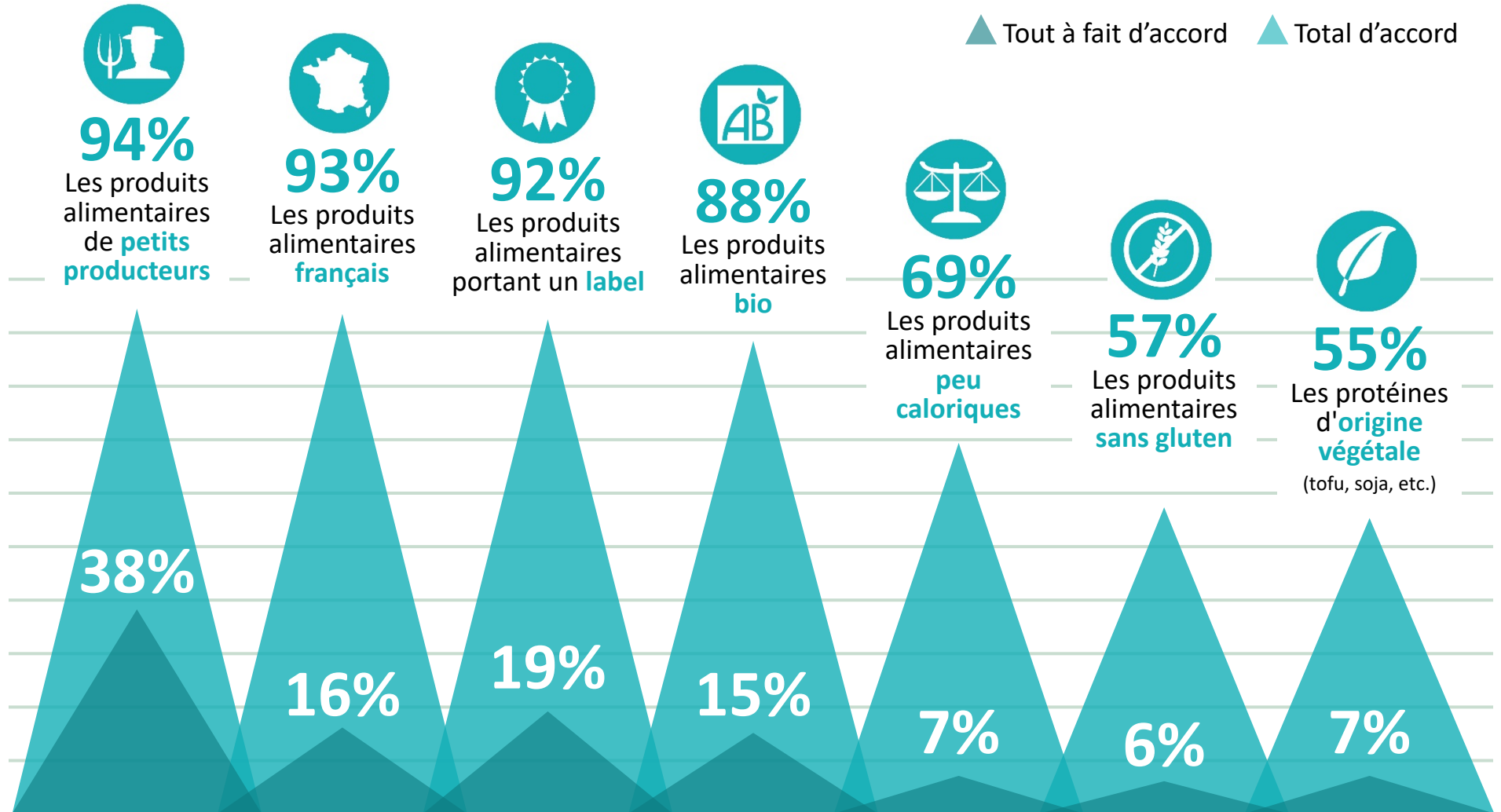
8% Parce que ce sont des produits qui ont **meilleurs goûts**



7% Parce que j'ai **davantage confiance** dans des produits bio



“ L’appréciation de la qualité gustative de différents aliments





La qualité gustative des aliments proposés par les différents types de commerces

74%

Au
marché



72%

Directement chez
des producteurs

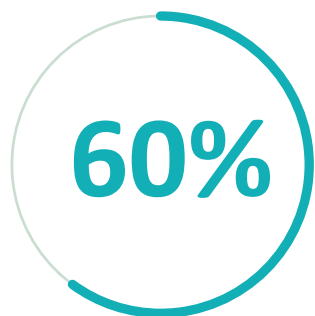


51%

Dans la grande
distribution



“ Les solutions permettant une meilleure qualité gustative des produits alimentaires



des Français souhaitent **une agriculture plus raisonnée et vertueuse** pour assurer la qualité gustative des produits alimentaires



Des contrôles sanitaires plus systématique et rigoureux



Une vérification plus organisée et précise des produits auxquels on attribue des labels



Un étiquetage plus compréhensible sur les produits alimentaires



Des audits plus réguliers et approfondi des lieux de distribution



“opinionway

15 place de la République 75003 Paris

« Rendre le monde intelligible pour agir aujourd’hui et imaginer demain. »