Baromètre de la perception de l'alimentation

Baromètre n°5
Étude réalisée pour le
Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche

Septembre 2010

CRÉDOC

Baromètre de la perception de l'alimentation

- Le contexte de l'alimentation en 2010
  - Conjoncture et dépenses alimentaires
  - Les habitudes d'achat en matière d'alimentation
  - L'obésité
- Enjeux de l'alimentation
  - L'opinion quant aux enjeux de l'alimentation dans notre société
  - L'éducation à l'alimentation
- La perception de l'alimentation
  - Alimentation santé ou alimentation plaisir
  - Définition de la qualité
  - Les risques liés à l'alimentation
  - L'information sur les risques sanitaires
- Les acteurs : confiance et image
- Synthèse : Typologie

CRÉDOC

Note méthodologique

- Cinquième vague du Baromètre de la perception de l'alimentation
- Enquête auprès d'un échantillon d'individus représentatif de la population âgée de 18 ans et plus résidant en France métropolitaine
- 963 personnes ont été interrogées du 28 juillet au 4 août 2010 en face-à-face à leur domicile
- Méthode des quotas appliquée aux variables suivantes : sexe, âge, PCS du chef de famille, après stratification géographique par région et catégorie d'agglomération
- Lectures des résultats – entre 2007 et 2010 :
  - *** Significatif au seuil de 0,1%
  - ** Significatif au seuil de 1%
  - * Significatif au seuil de 5%
  - NS Non significatif

CRÉDOC

Les grands enseignements de cette nouvelle vague

- **Dans un contexte de pouvoir d'achat en net ralentissement**
  - Attention portée aux prix plus forte…
  - … mais perception de la qualité des produits premiers prix et marques propres en très forte baisse
- **La tendance « recherche de sens » se stabilise et se transforme en forte progression du critère proximité (choix d'aliment produit à côté de chez vous)**
  - Réponse au développement durable et à la volonté de maintenir l'activité agricole (liée à la crise)
- **Confirmation du retour au plaisir**
  - Alimentation plaisir au même niveau que l'alimentation nécessité
  - La propension à payer plus cher un produit disposant d'un label de qualité augmente encore en 2010
- **Éducation alimentaire : forte progression de l'apprentissage de la cuisine**
- **Image du Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la pêche en hausse (notamment en raisons des actions sur le développement durable)**

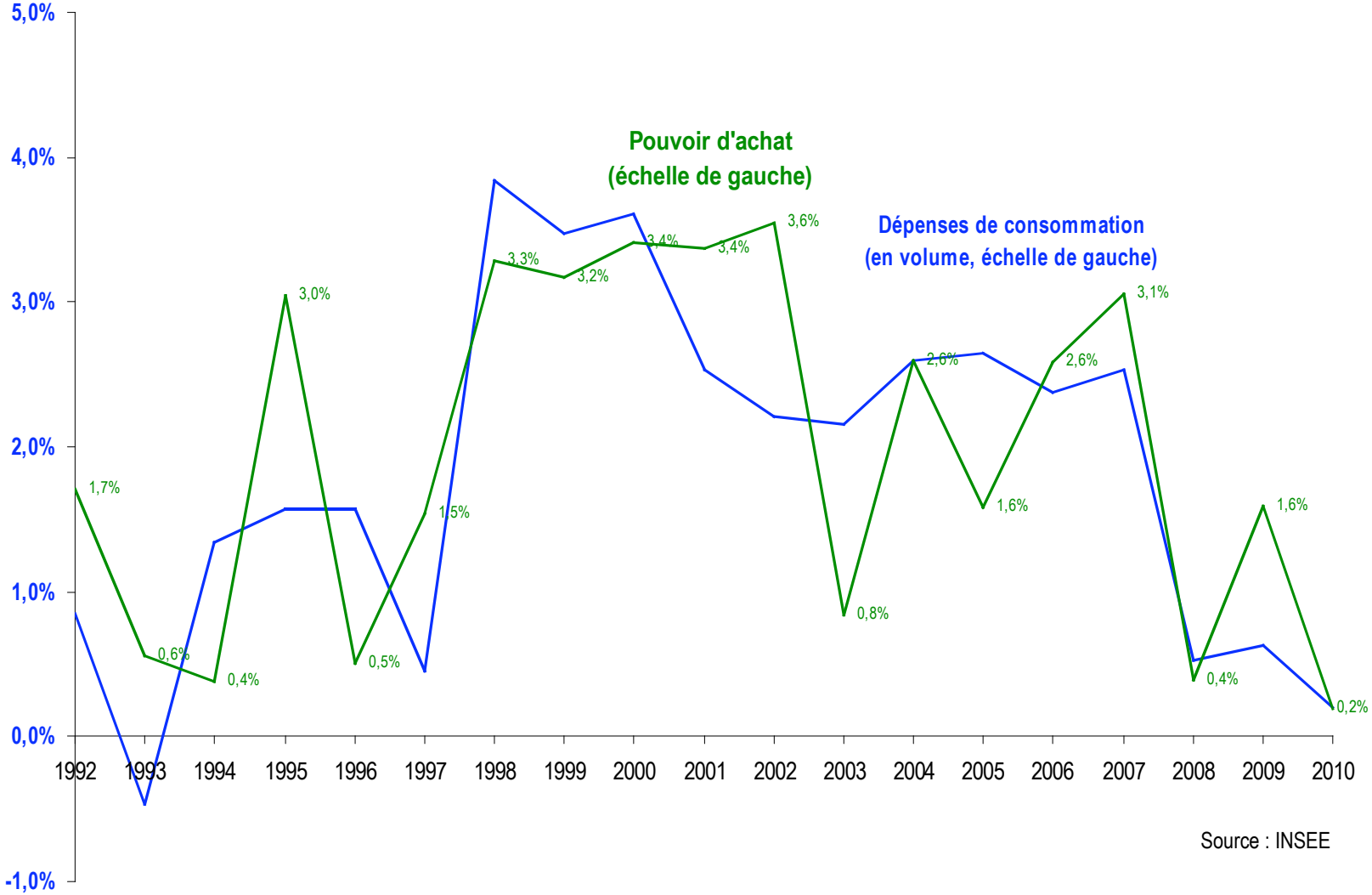
Baromètre de la perception de l'alimentation

- Le contexte de l'alimentation en 2010
  - Conjoncture et dépenses alimentaires
  - Les habitudes d'achat en matière d'alimentation
  - L'obésité
- Enjeux de l'alimentation
  - L'opinion quant aux enjeux de l'alimentation dans notre société
  - L'éducation en alimentation
- La perception de l'alimentation
  - Alimentation santé ou alimentation plaisir
  - Définition de la qualité
  - Les risques liés à l'alimentation
  - L'information sur les risques sanitaires
- Les acteurs : confiance et image
- Synthèse : Typologie

CRÉDOC

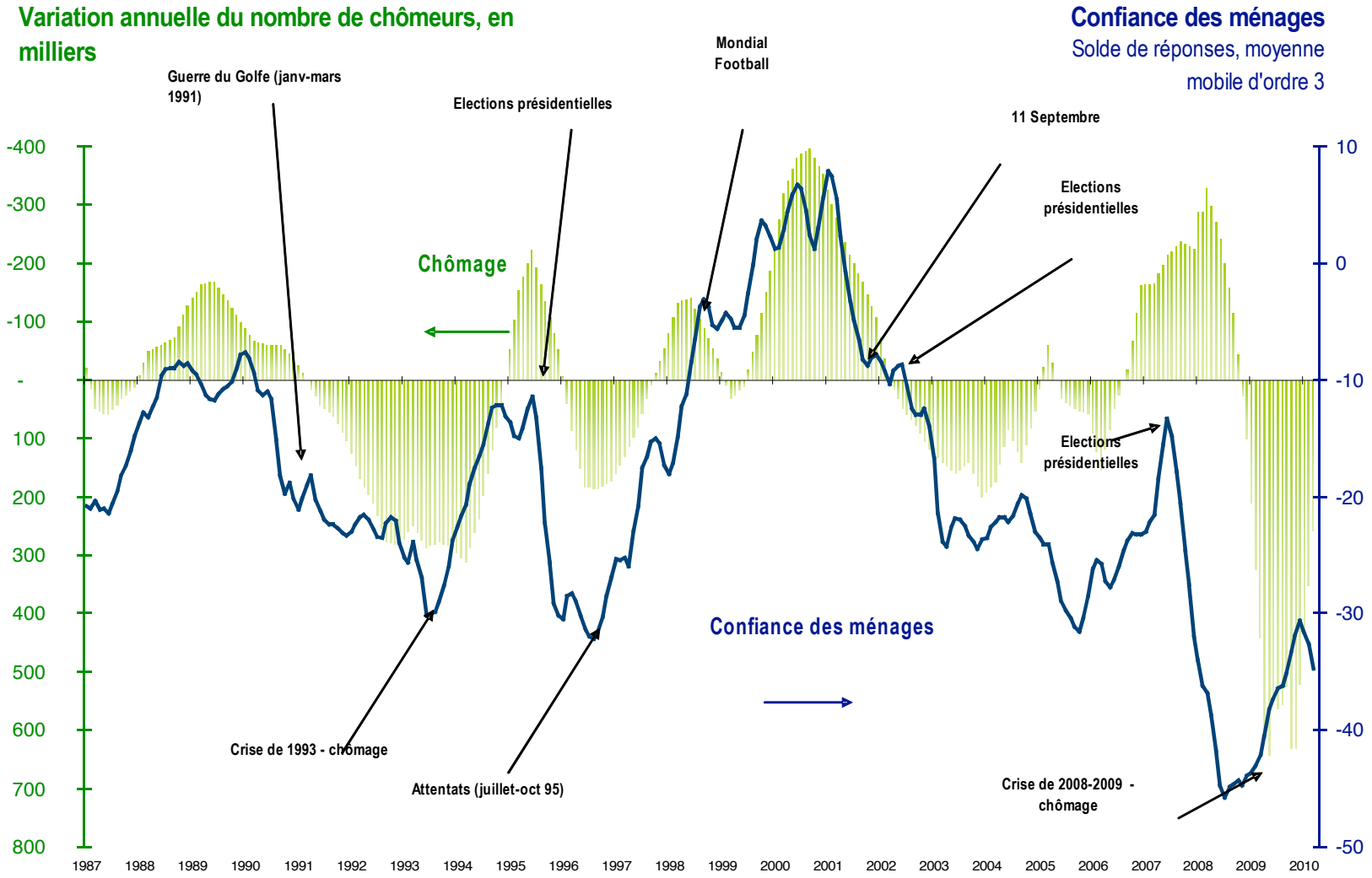
2010 : ralentissement de la consommation et du pouvoir d'achat plus accentué qu'en 2009

Évolution annuelle des dépenses de consommation et du pouvoir d'achat



Source : INSEE

La confiance des ménages diminue de nouveau en 2010

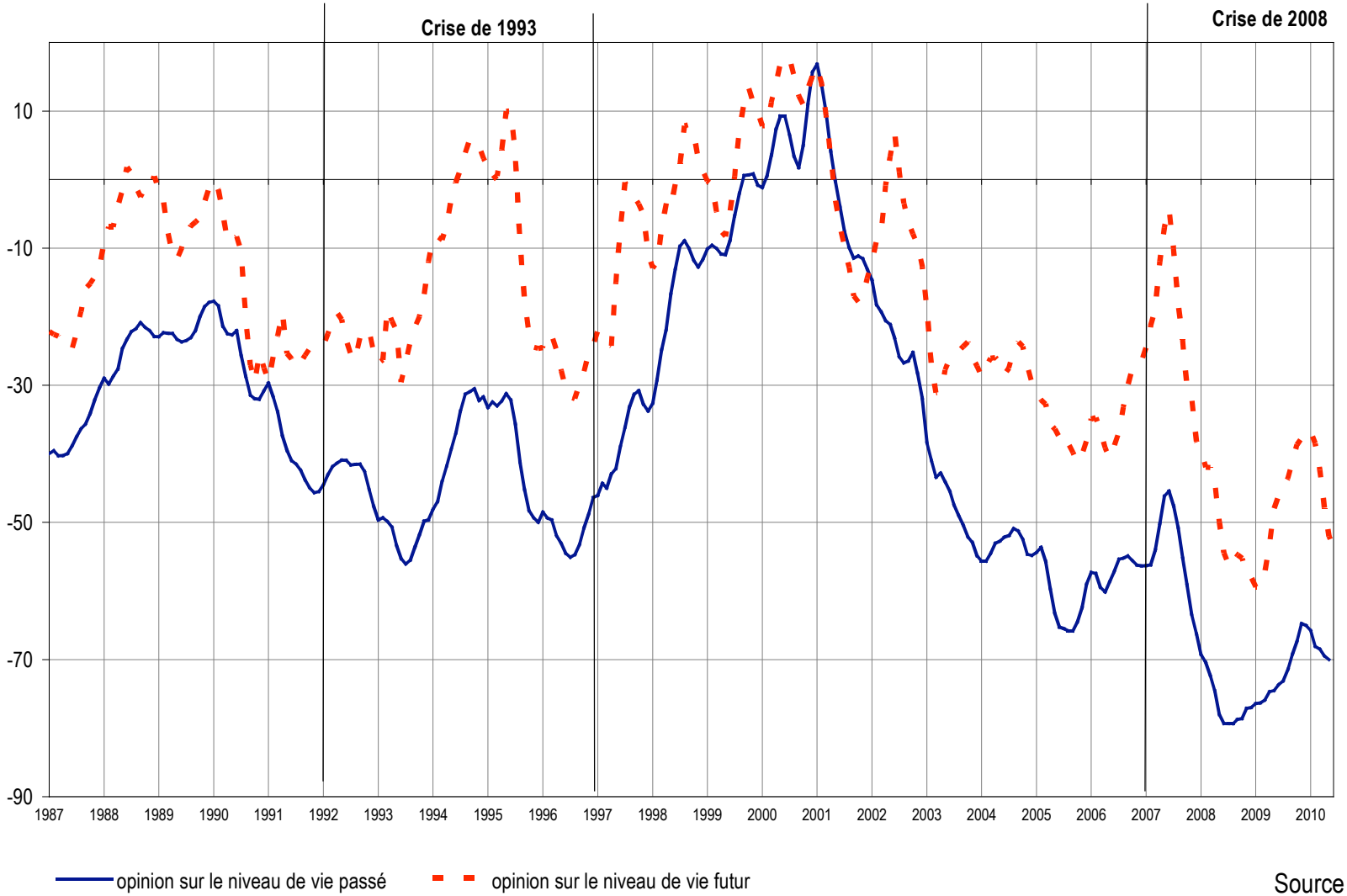


Source : Insee, comptabilité nationale

CRÉDOC

Très forte chute de la perception du niveau de vie

Opinions sur le niveau de vie

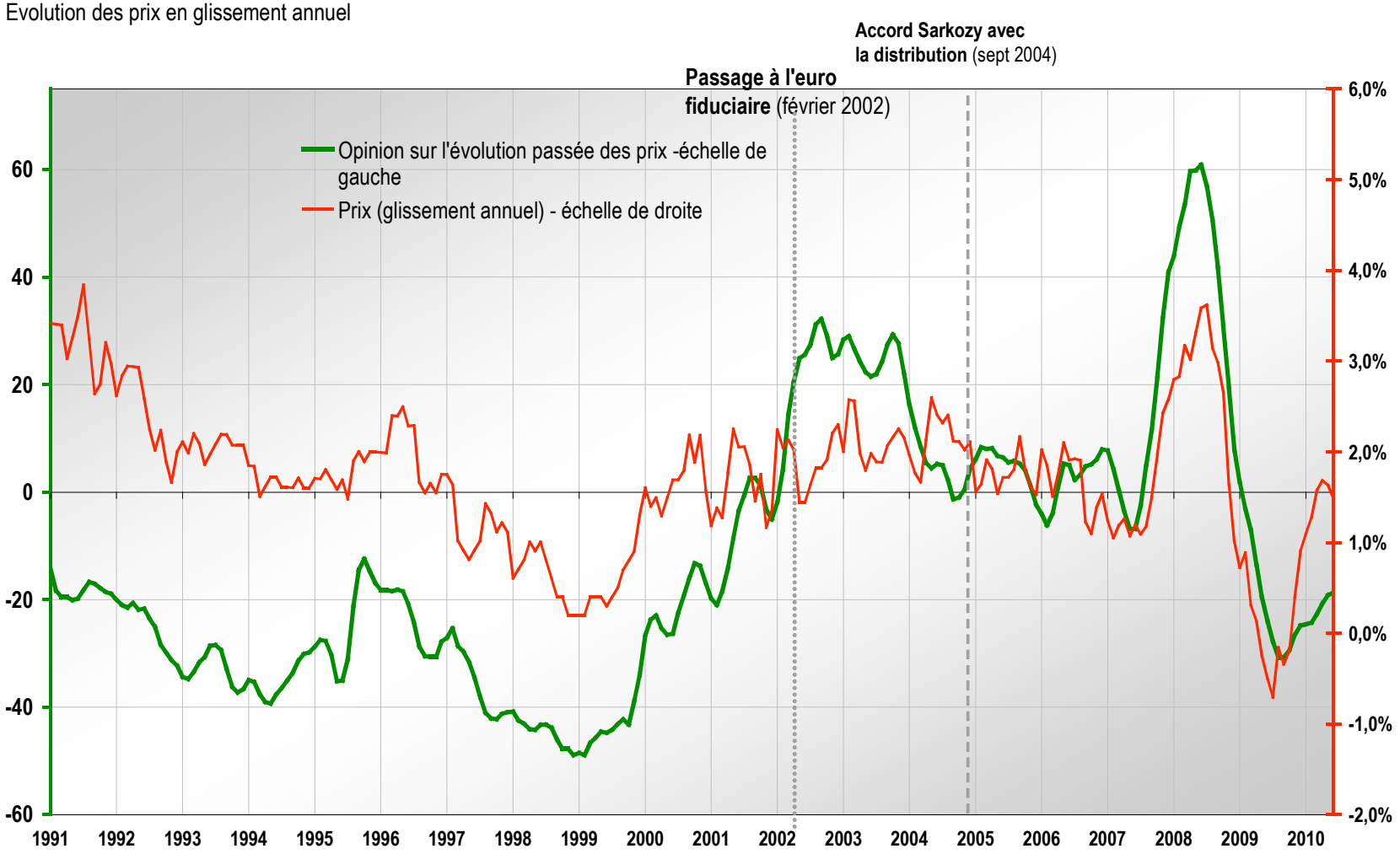


Source : Insee

Inflation de l'ordre de 1,5% en 2010

Évolution des indices de prix et de la perception des prix

Evolution des prix en glissement annuel



Source : INSEE

1993 - 2009, 2 crises d'ampleur et d'origine différentes

- **Alors que la consommation diminue en 1993, elle ne fait que ralentir en 2008/2009.**

Évolution des composantes du revenu disponible

	Crise de 1993						Crise de 2008				
Années	**1992**	**1993**	**1994**	**1995**	**1996**	**1997**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**	**2009**
Revenu activité	3,6%	1,2%	2,7%	3,5%	2,7%	2,4%	3,8%	4,8%	5,1%	3,5%	0,0%
Revenu patrimoine	6,1%	4,1%	-4,5%	9,0%	2,0%	1,2%	3,0%	6,1%	3,9%	2,9%	0,0%
Revenu transfert net	6,0%	5,5%	2,9%	3,0%	3,5%	3,0%	4,0%	4,1%	3,6%	3,5%	5,3%
Impôts	5,8%	3,2%	3,4%	3,4%	6,2%	2,8%	5,4%	4,6%	2,1%	3,5%	-1,8%
Total RDB	**4,2%**	**2,4%**	**1,8%**	**4,0%**	**2,1%**	**2,4%**	**3,4%**	**4,7%**	**5,2%**	**3,4%**	**1,0%**
Déflateur consommation	2,4%	2,1%	1,6%	1,8%	2,0%	1,2%	1,8%	1,6%	1,5%	3,0%	-0,6%
Pouvoir d'achat	1,7%	0,6%	0,4%	3,0%	0,5%	1,5%	1,6%	2,6%	3,1%	0,6%	1,6%
Consommation	0,9%	-0,5%	1,3%	1,6%	1,6%	0,5%	2,6%	2,4%	2,4%	1,0%	0,8%
Taux d'épargne	14,6%	15,5%	14,7%	15,9%	15,0%	15,9%	14,9%	15,1%	15,6%	15,3%	16,2%

Source : INSEE

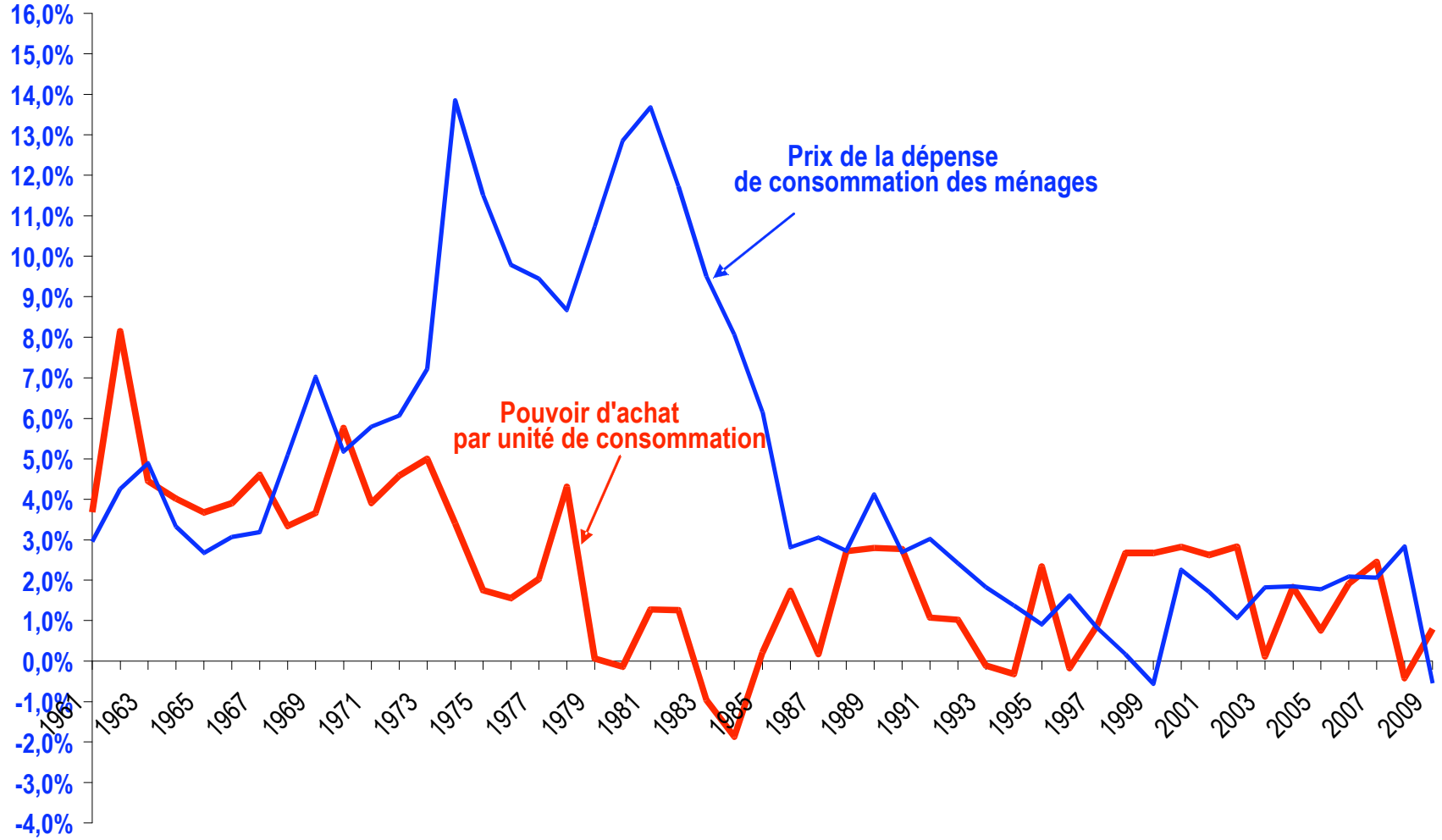
L'année 2009 marque une stagnation des revenus des ménages hors transferts, qui augmentent leur épargne en prévision du futur. Le RDB n'avait jamais aussi peu progressé.

Malgré une baisse des impôts et une légère désinflation, la consommation a donc du mal à repartir.

- **Un contexte psychologique également très différent :**
  - Décalage entre réalité et perception
  - Profond désarroi vis-à-vis du niveau de vie

La croissance du pouvoir d'achat ne reviendra pas au niveau des 30 glorieuses

Évolution annuelle des prix et du pouvoir d'achat sur long terme

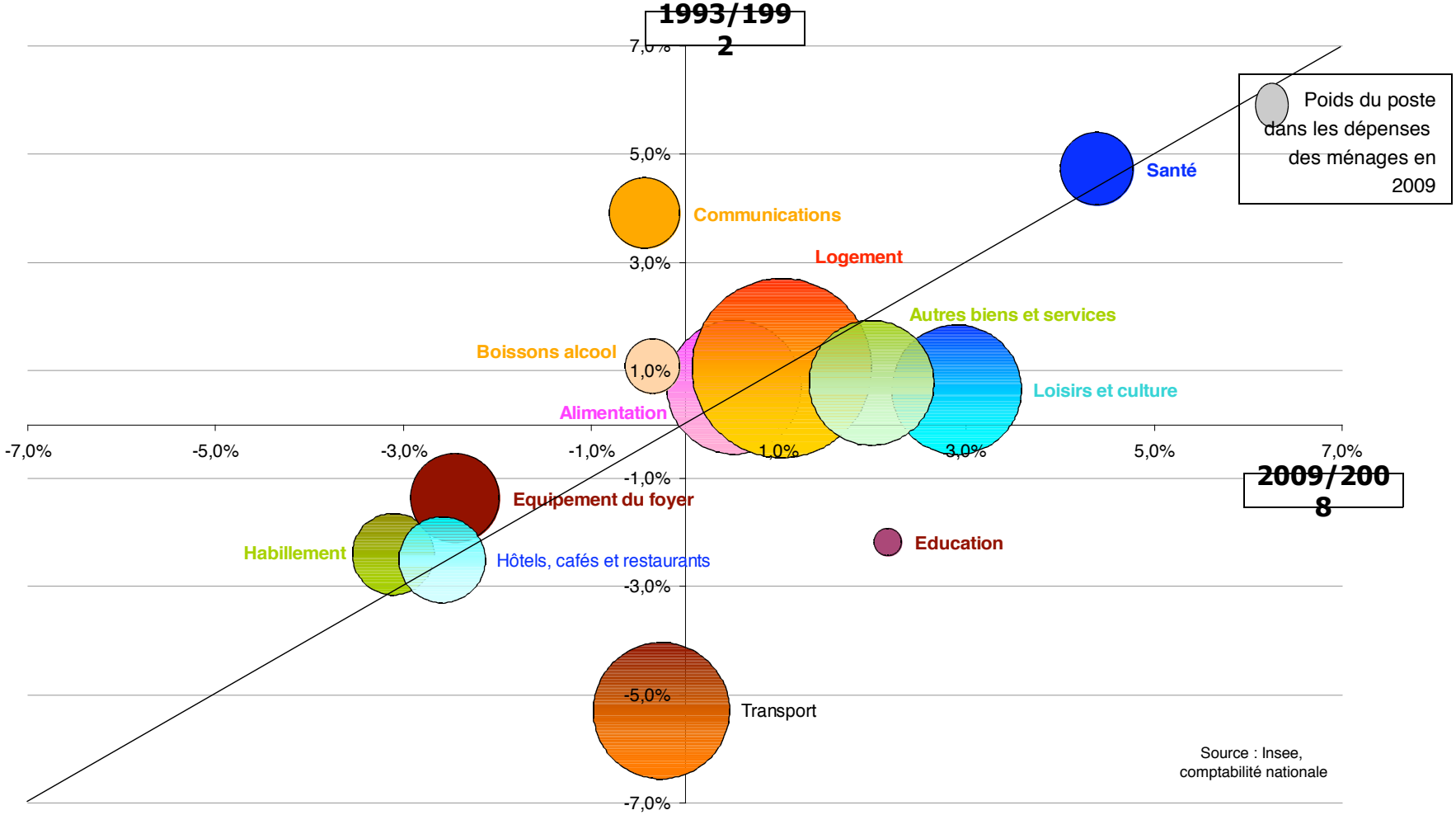


Source : INSEE

CRÉDOC

Ralentissement plus élevé sur communication, boissons alcoolisées, alimentation, meubles en 2009 / crise de 1993

Taux de croissance annuel moyen des dépenses des ménages en euros constants

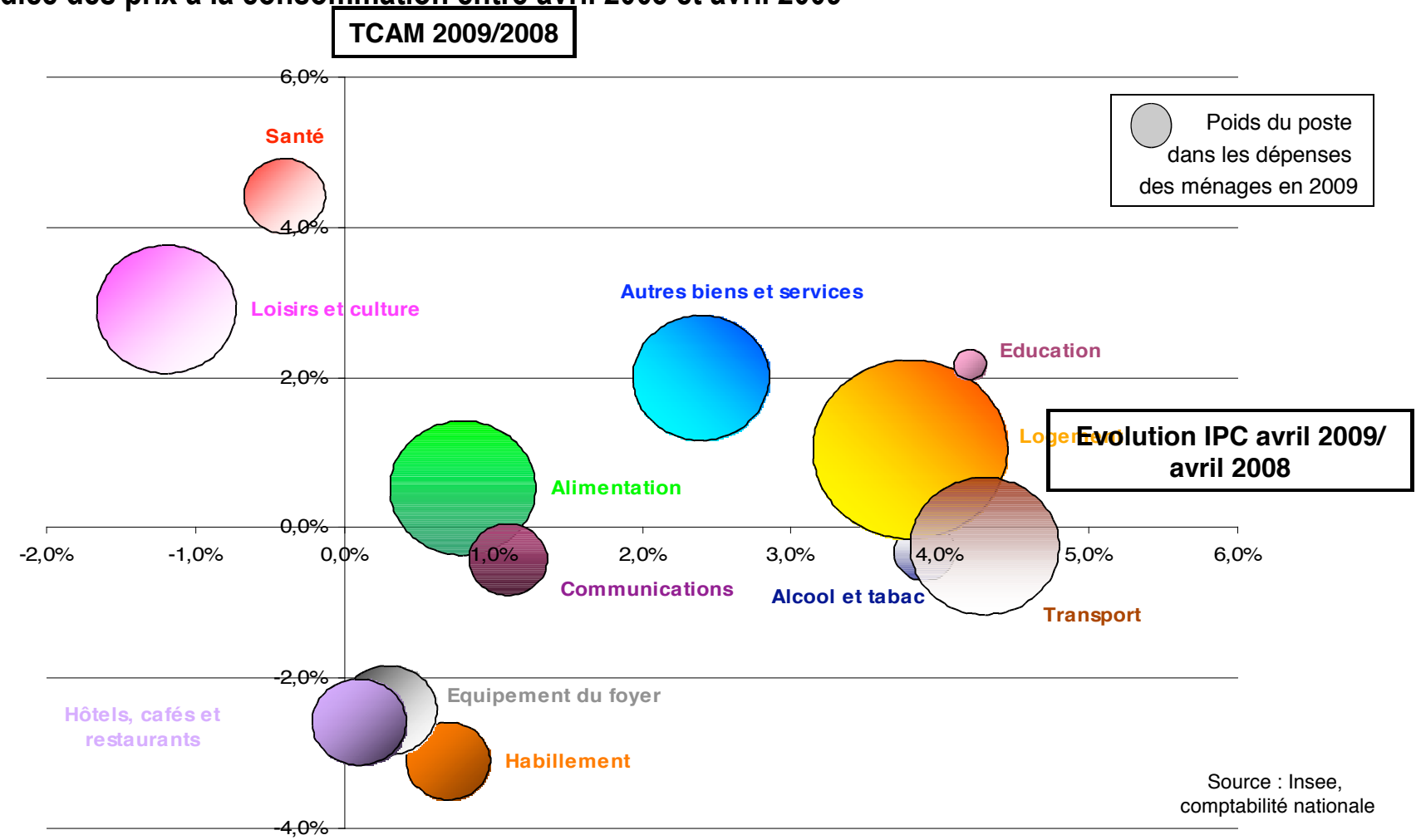


Source : Insee, comptabilité nationale

CRÉDOC

Santé et loisirs : les postes dont le prix a le plus baissé ont vu leurs dépenses augmenter

Taux de croissance annuel moyen des dépenses des ménages en euros constants et évolution de l'indice des prix à la consommation entre avril 2008 et avril 2009

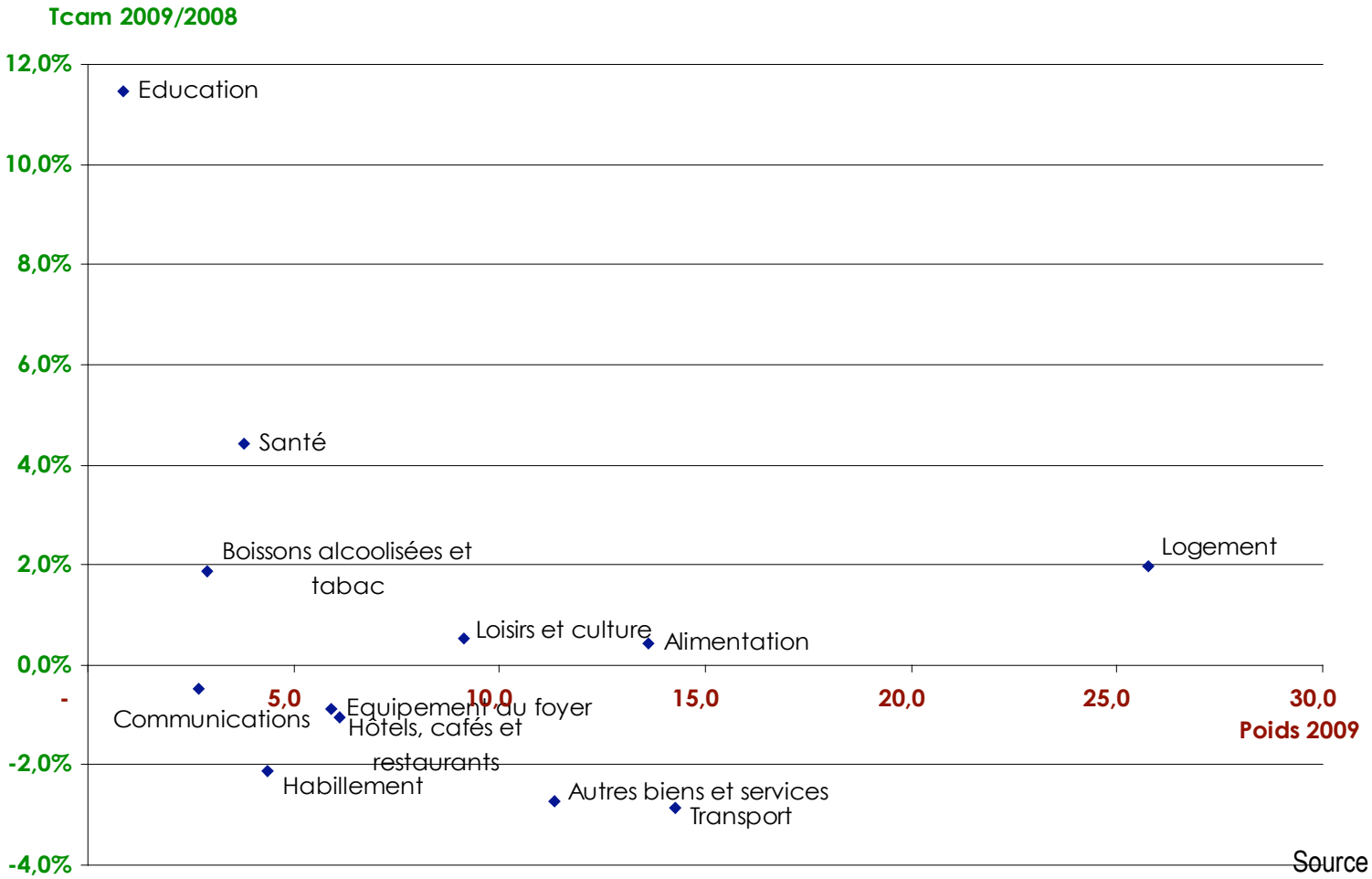


Source : Insee, comptabilité nationale

CRÉDOC

L’éducation s’envole, la santé continue sa progression

Évolution des dépenses entre 2008 et 2009 en euros courants et poids de chaque poste dans le budget des ménages en 2009

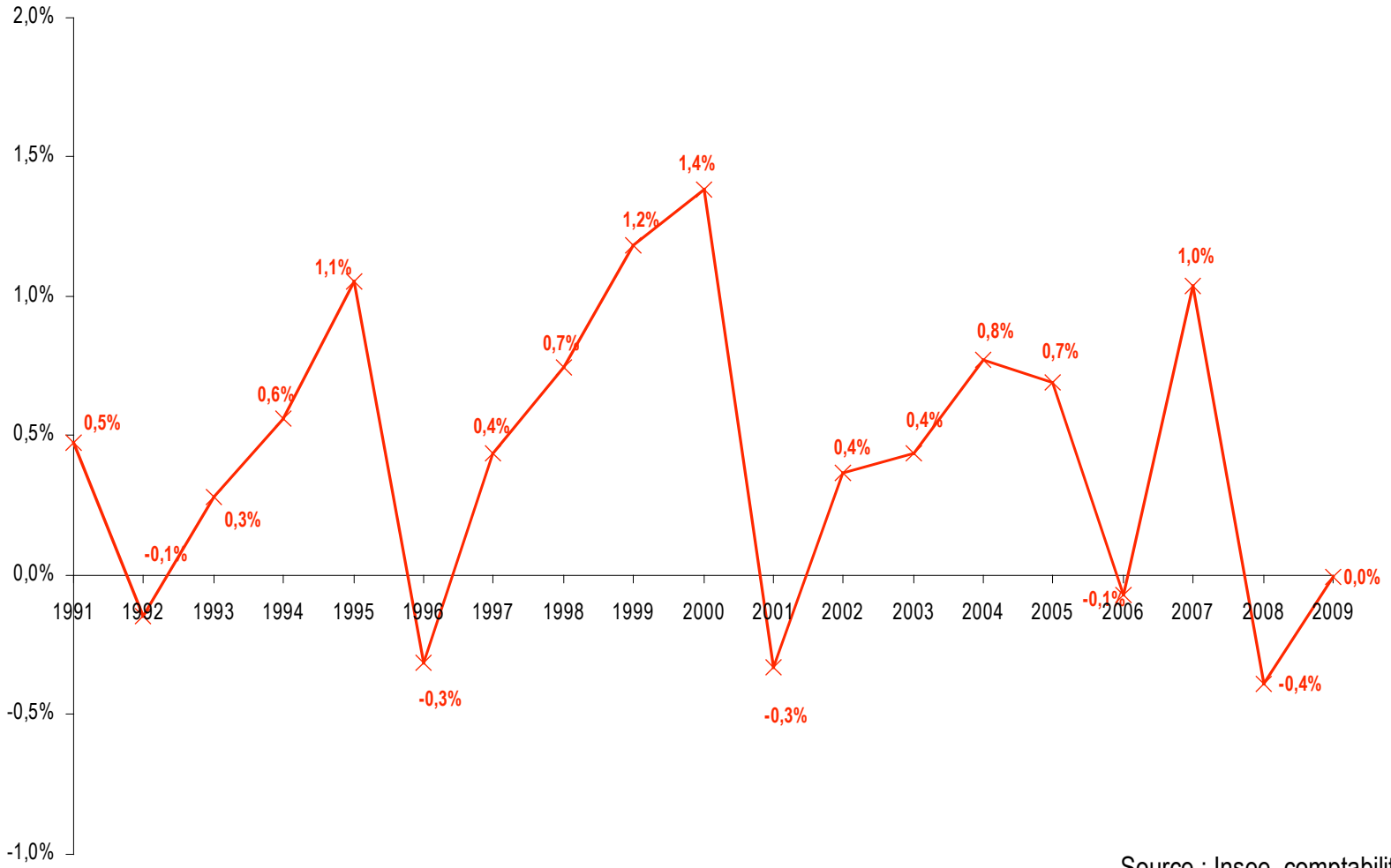


Source : INSEE

CREDOC

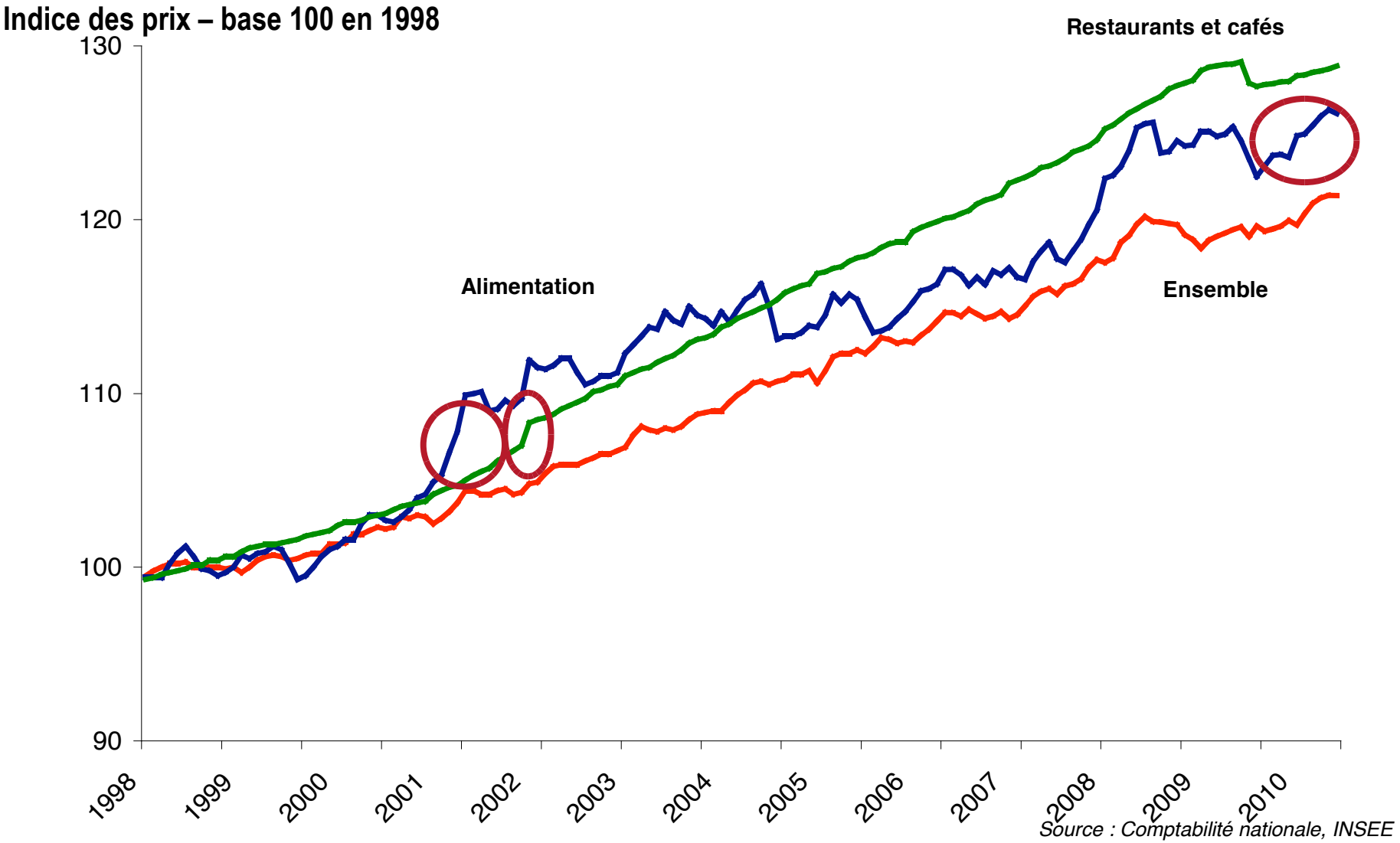
Stabilité des dépenses alimentaires en 2009

Évolution des dépenses alimentaires (à domicile) par habitants en euros constants



Source : Insee, comptabilité nationale

Nouvelle hausse des prix de l'alimentation courant 2010 : +1,4% (juin à juin)

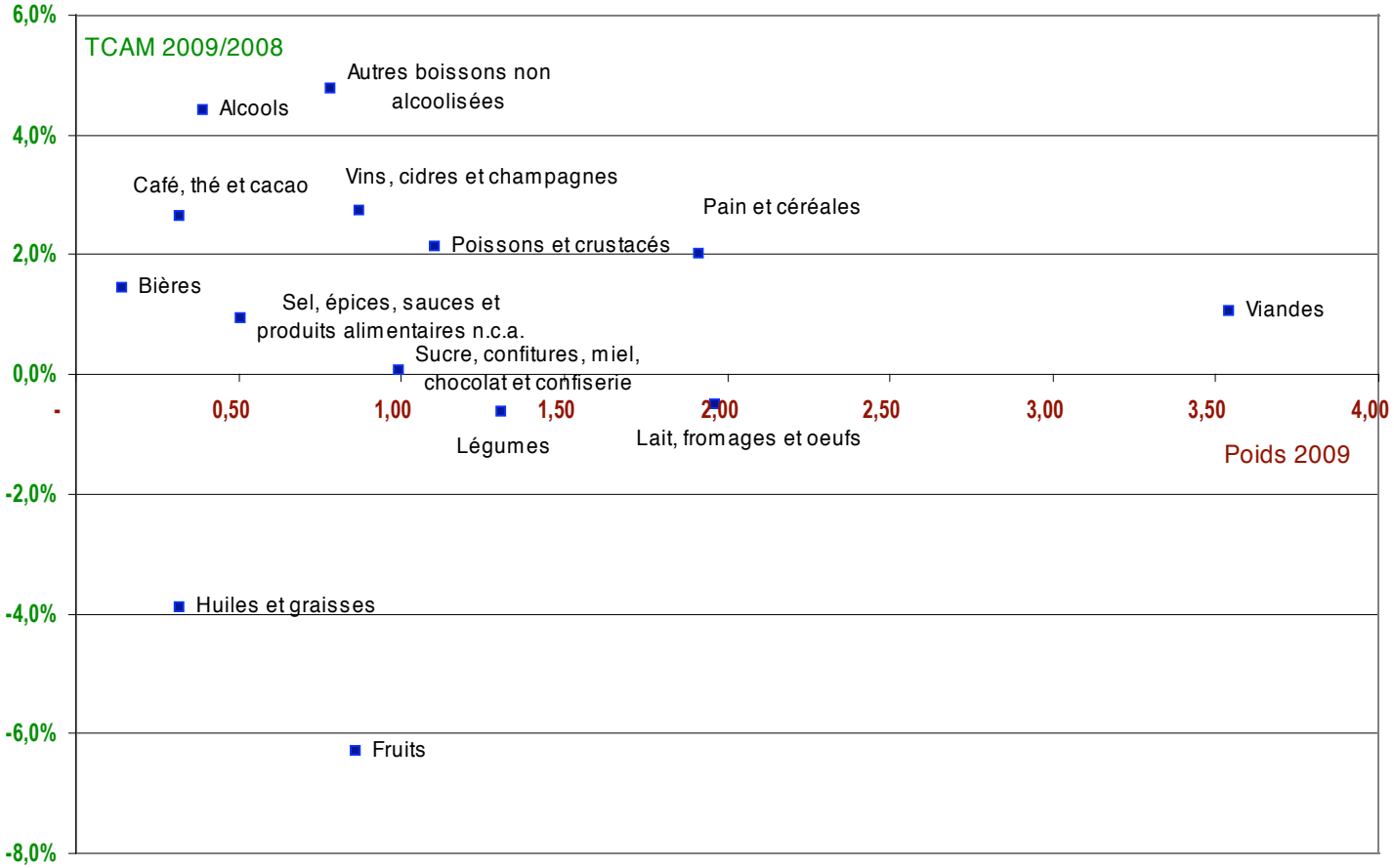


Source : Comptabilité nationale, INSEE

CRÉDOC

La hausse des dépenses alimentaires tirée par les boissons non alcoolisées mais forte baisse des dépenses en fruits

Évolution des dépenses alimentaires en euros courants entre 2008 et 2009 et poids de chaque poste dans le budget des ménages en 2009

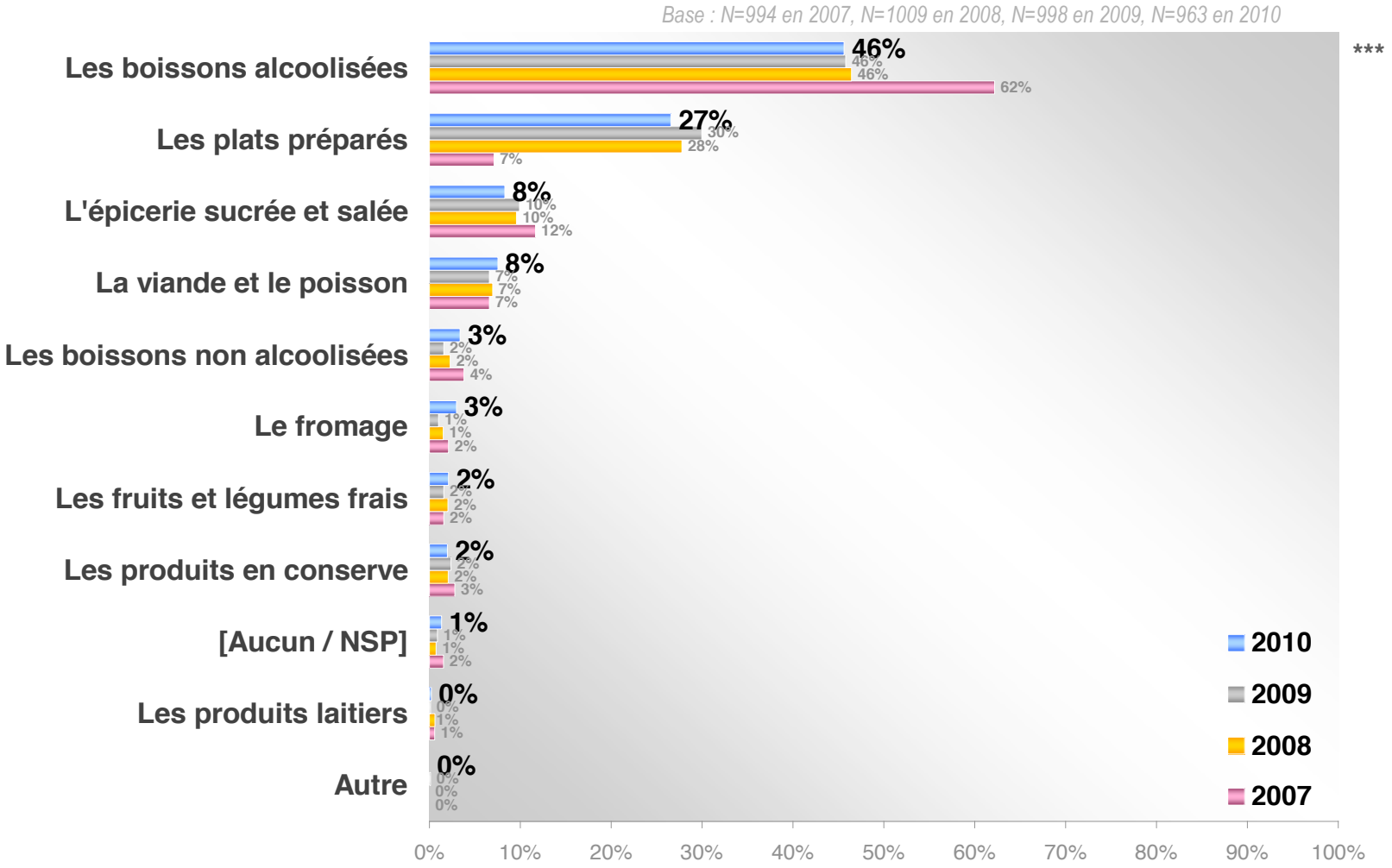


Source : INSEE

CRÉDOC

Les boissons alcoolisées premier aliment dont les Français se priveraient en cas de difficultés financières

« En cas de difficultés financières, quel est, parmi la liste suivante, l'aliment que vous n'achèteriez pas ? » En 1er



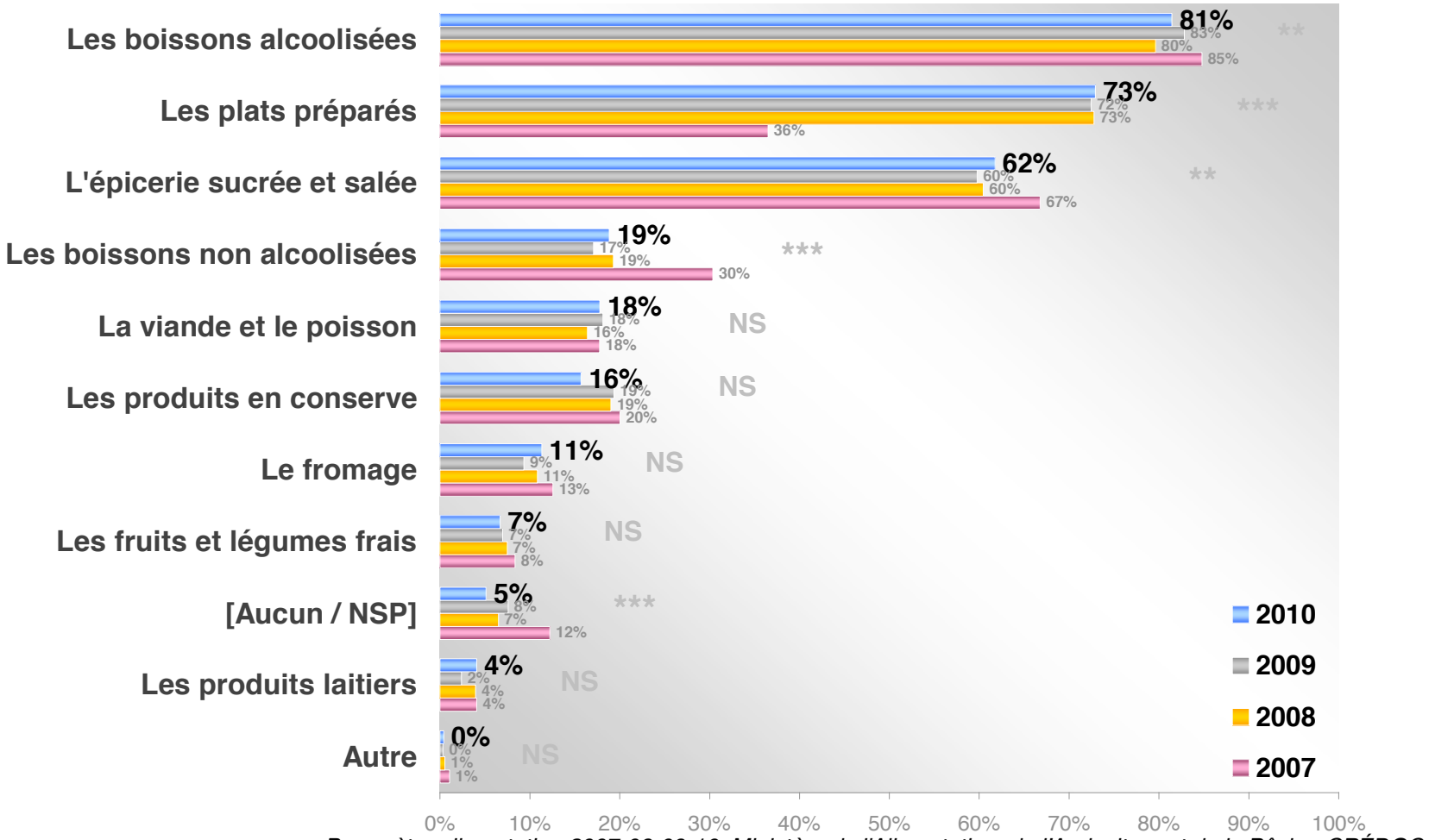
Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

En cas de difficultés financières, les Français se priveraient de boissons alcoolisées, de plats préparés et de produits d'épicerie

« En cas de difficultés financières, quel est, parmi la liste suivante, l'aliment que vous n'achèteriez pas ? » Cité au moins une fois (sur les 3)

Base : N=994 en 2007, N=1009 en 2008, N=998 en 2009, N=963 en 2010

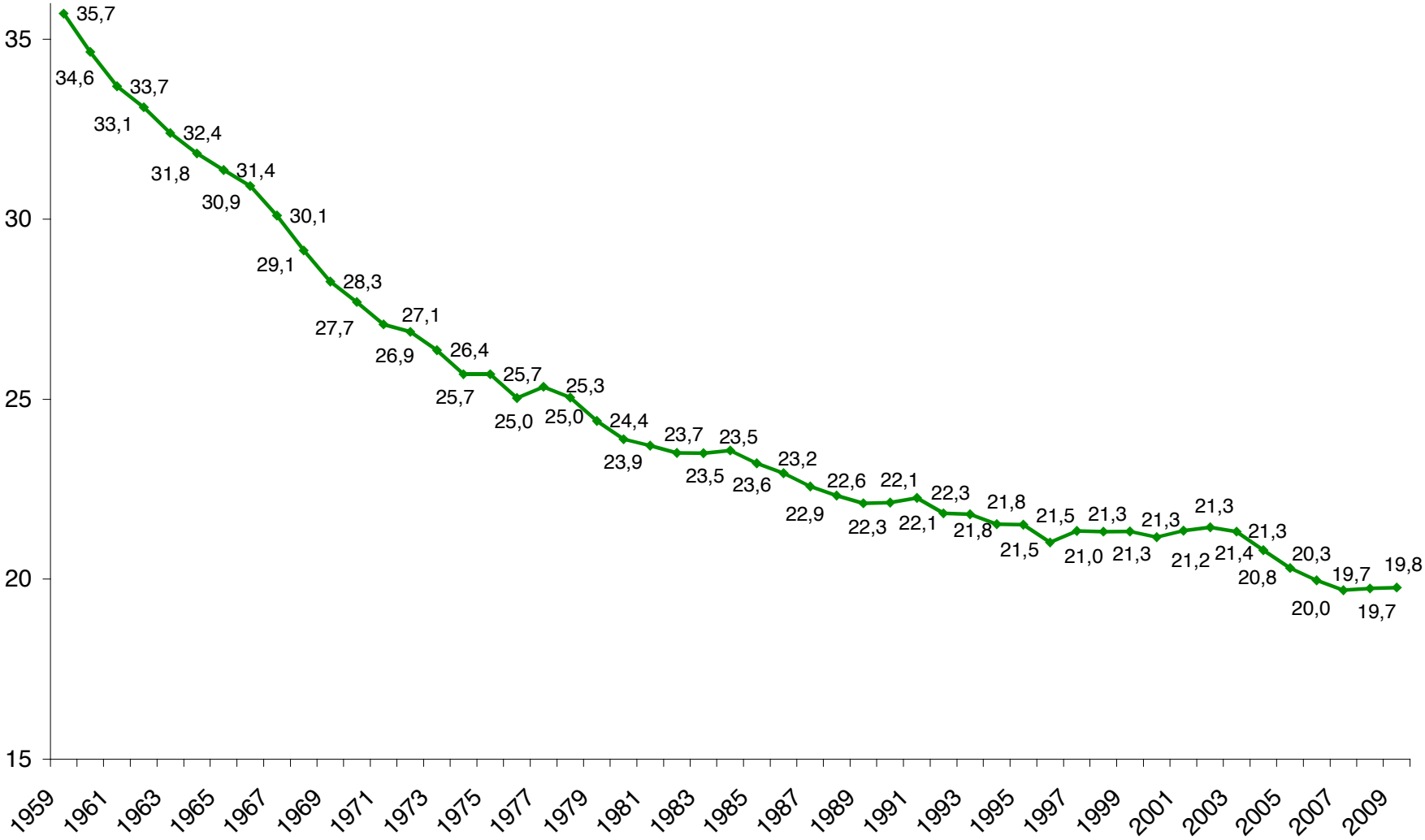


Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Stabilisation du poids des dépenses en alimentation à domicile en 2009

Coefficients budgétaires de l'alimentation (hors domicile et à domicile y.c. boissons alcoolisées)

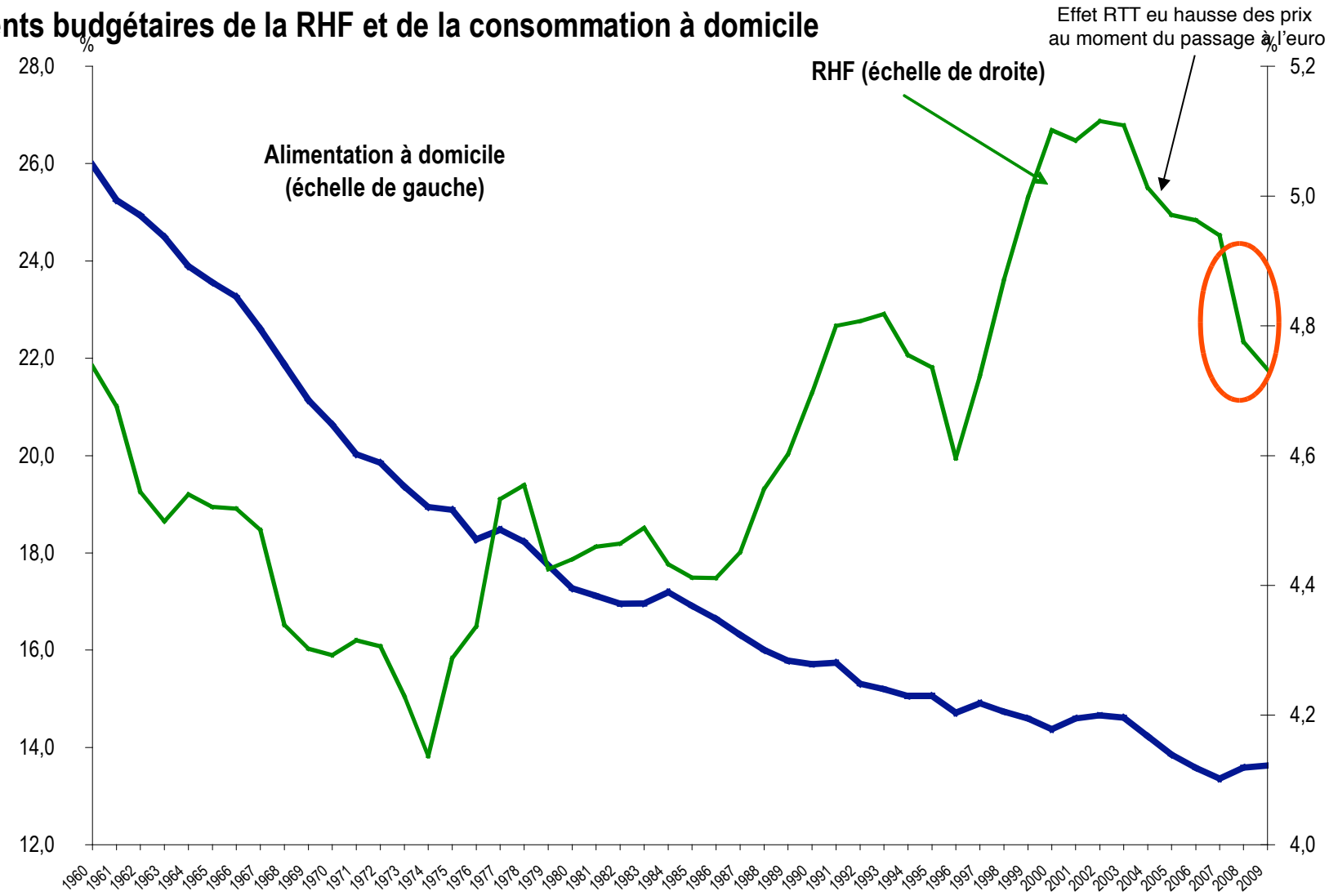


Source : Comptabilité nationale, INSEE

CRÉDOC

Baisse très élevée du coefficient budgétaire de la restauration hors foyer atténuée par la baisse de la TVA

Coefficients budgétaires de la RHF et de la consommation à domicile



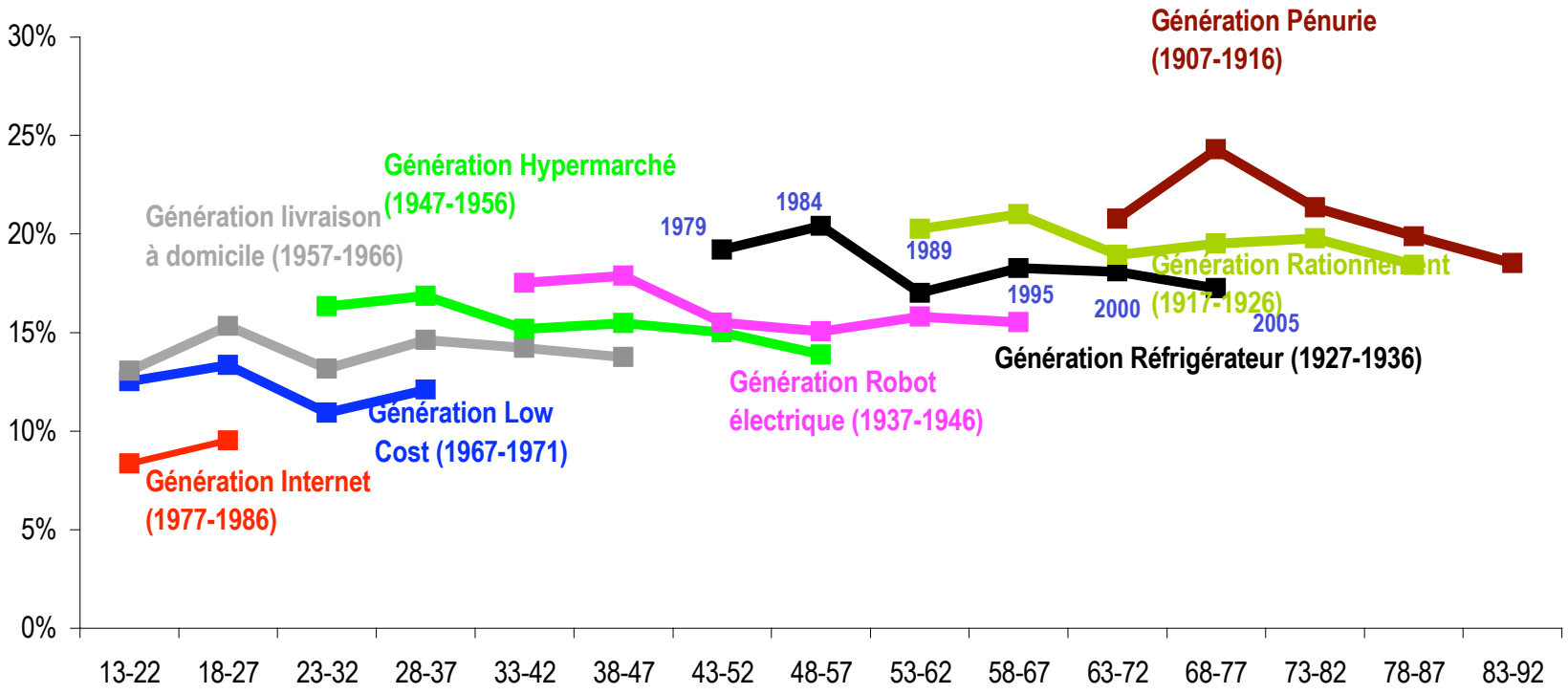
Source : Comptabilité nationale, INSEE

CRÉDOC

21

Les jeunes générations consacrent une très faible part de leur budget à l'alimentation

Effets d'âge et de génération sur le coefficient budgétaire des dépenses en alimentation et boissons non alcoolisées

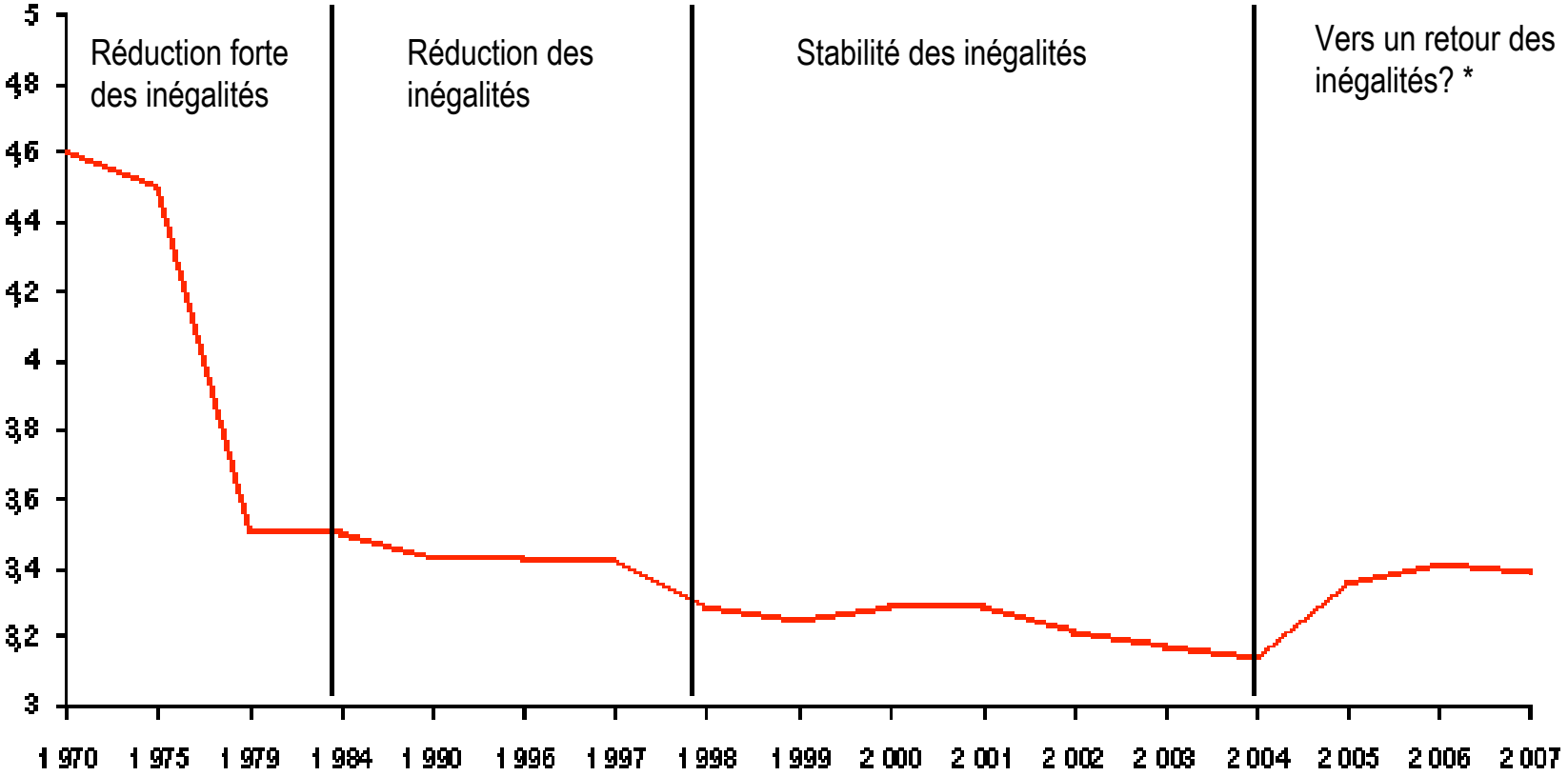


Source : Enquêtes Budget des Familles 1979, 1984, 1989, 1995, 2000, 2005

CRÉDOC

Après une baisse des inégalités, légère hausse depuis 2005

Évolution du rapport interdécile d9/d1 du niveau de vie entre 1970 et 2007



Source : INSEE, DGI, Enquêtes Revenus fiscaux

* Attention, changement de calcul à partir de 2005, inclusion de nouveaux revenus

CRÉDOC

Les inégalités de dépenses alimentaires sont stables entre 2000 et 2006

Inégalités selon les fonctions de consommation

Rapport de la moyenne du d9 / moyenne d1
(déciles définis selon les revenus par UC)

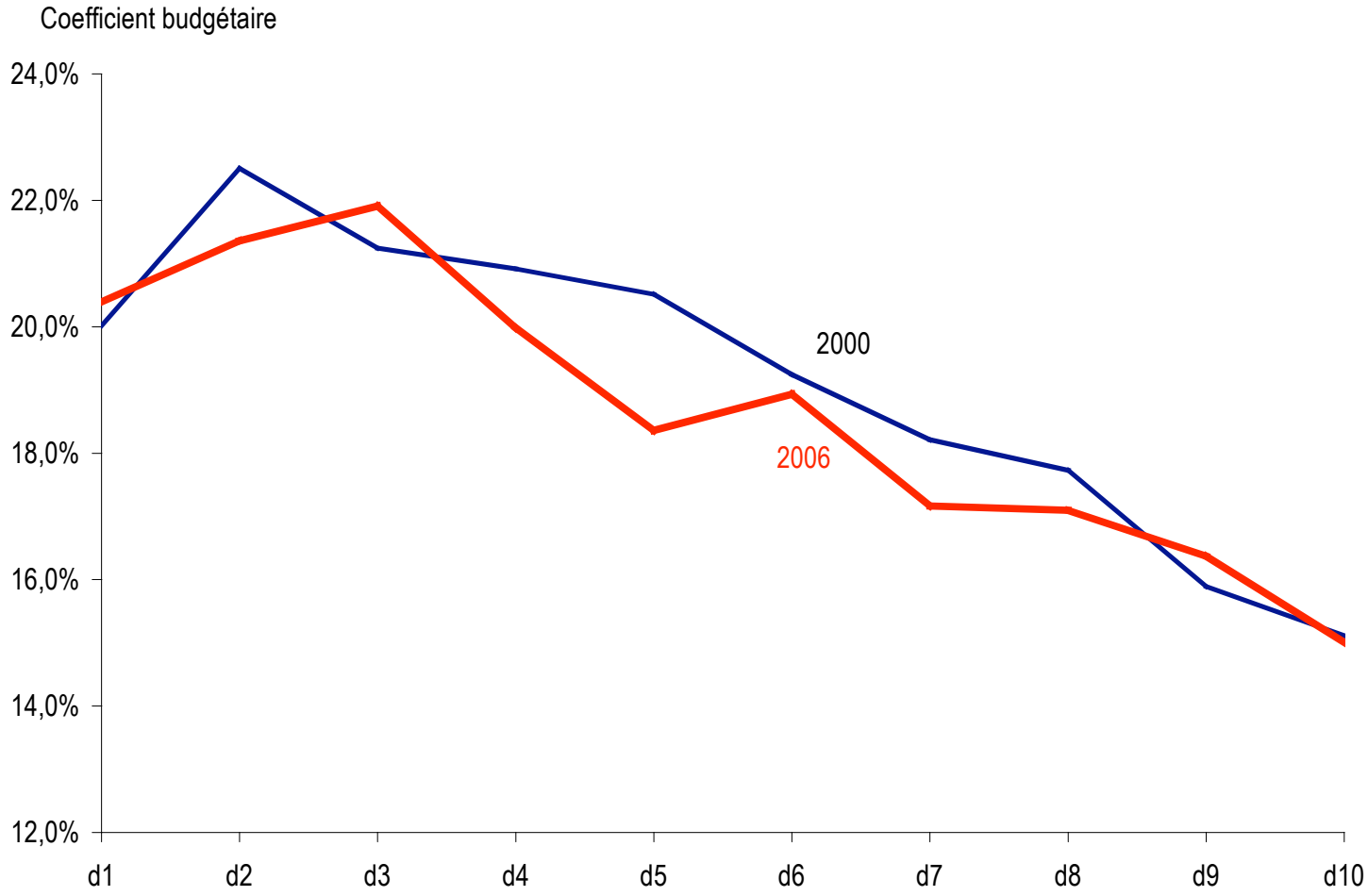
	2000	2006
RESTAURANTS ET HOTELS	5,5	7,7
AMEUBLEMENT, EQUIPEMENT ET ENTRETIEN MENAGER	3,9	6,0
ENSEIGNEMENT	2,2	5,7
TRANSPORTS	3,8	5,3
LOISIRS ET CULTURE	4,0	4,7
ARTICLES D'HABILLEMENT ET ARTICLES CHAUSSANTS	3,5	4,5
SANTE	2,8	3,4
AUTRES BIENS ET SERVICES	3,0	3,3
BOISSONS ALCOOLISEES ET TABAC	2,0	2,1
PRODUITS ALIMENTAIRES ET BOISSONS NON ALCOOLISEES	**1,9**	**2,0**
COMMUNICATIONS	1,7	2,0
LOGEMENT, EAU, ELECTRICITE, ET COMBUSTIBLES	1,3	1,2
CONSOMMATION GLOBALE	2,6	3,0

Source : Insee, BDF 2001 et BDF 2006

Les 10% les plus riches dépensent 4,5 fois plus en habillement et chaussures que les 10% les plus pauvres

Entre 2000 et 2006, le poids budgétaire diminue surtout dans les classes moyennes (d4 à d7)

Inégalités selon le poids des dépenses alimentaires à domicile



Source : Insee, BDF 2001 et BDF 2006

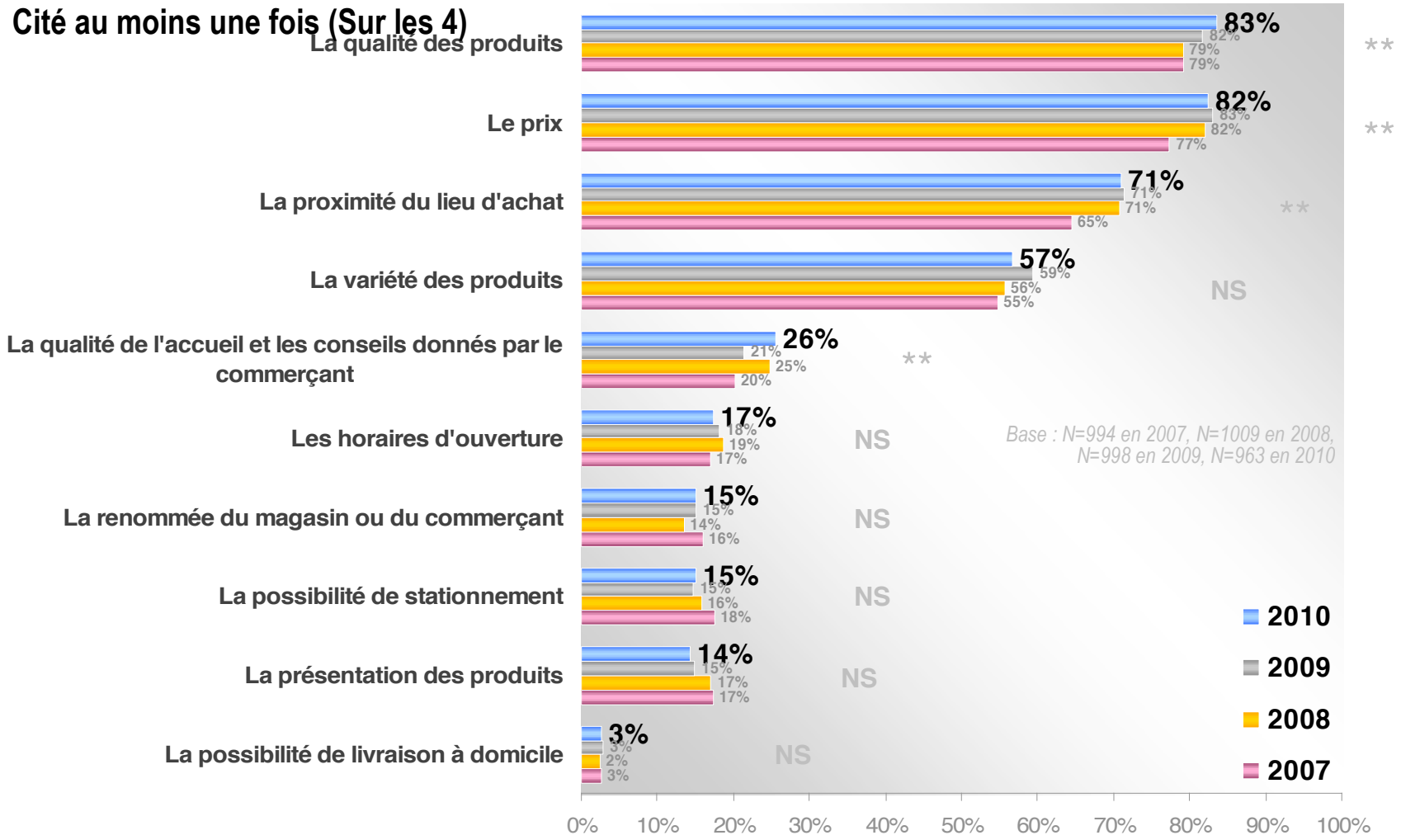
CRÉDOC

Baromètre de la perception de l'alimentation

- Le contexte de l'alimentation en 2010
  - Conjoncture et dépenses alimentaires
  - Les habitudes d'achat en matière d'alimentation
  - L'obésité
- Enjeux de l'alimentation
  - L'opinion quant aux enjeux de l'alimentation dans notre société
  - L'éducation à l'alimentation
- La perception de l'alimentation
  - Alimentation santé ou alimentation plaisir
  - Définition de la qualité
  - Les risques liés à l'alimentation
  - L'information sur les risques sanitaires
- Les acteurs : confiance et image
- Synthèse : Typologie

Sur l'ensemble des 4 premiers choix, la qualité des produits a continué de progresser en 2010

« Parmi les critères suivants, lequel détermine le plus le choix du lieu où vous achetez vos aliments ? »
Cité au moins une fois (Sur les 4)

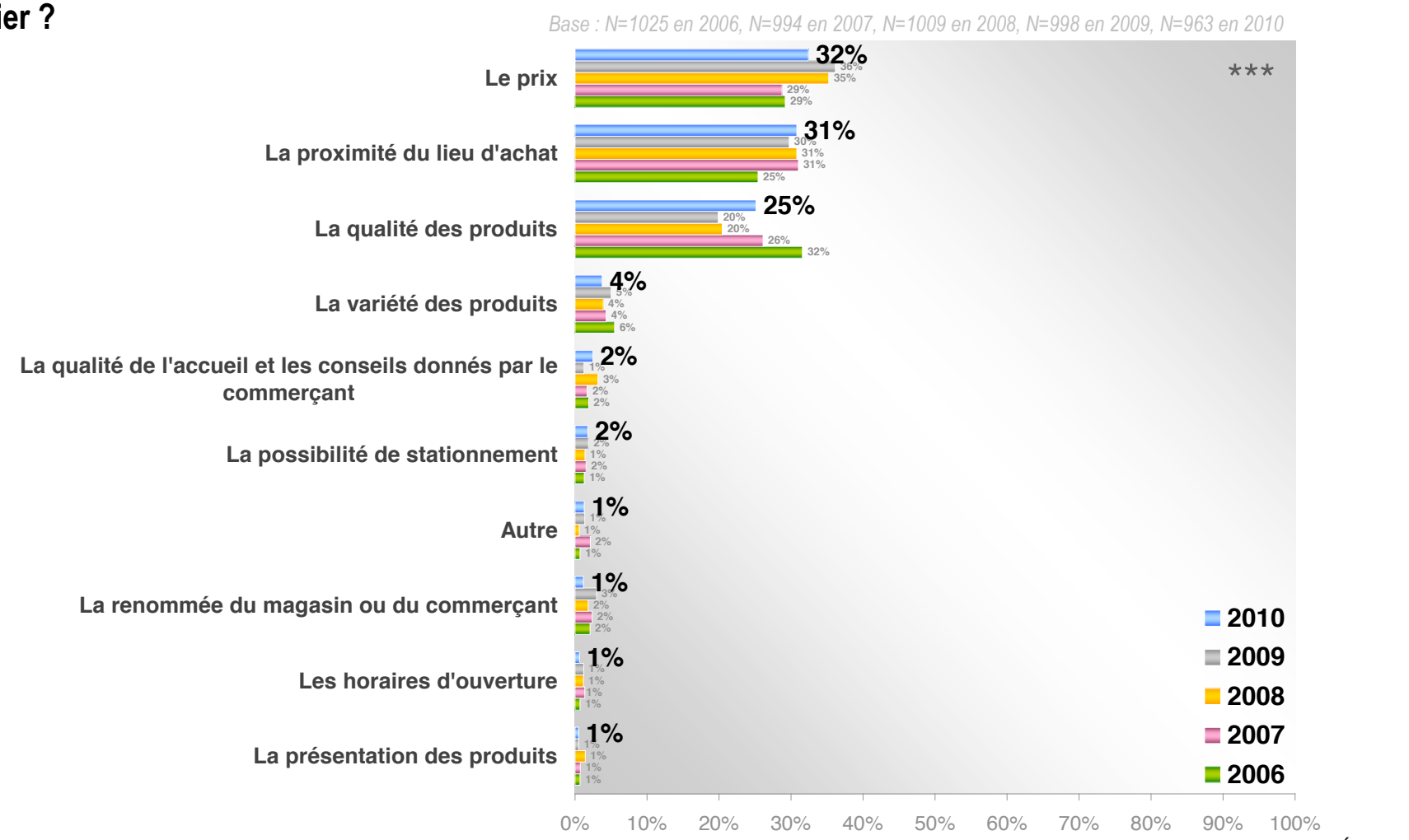


Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

En 2010, le prix en léger recul à l'avantage de la qualité pour déterminer en premier le choix du lieu d'achat

« Parmi les critères suivants, lequel détermine le plus le choix du lieu où vous achetez vos aliments ? »
En Premier ?



Baromètre alimentation 2006-07-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

Des choix de circuits guidés par le type de ménage, le niveau social et la taille d'agglomération

Caractéristiques sociodémographiques des critères de choix des lieux d'achat (au moins cité une fois parmi les 4 1er critères)

Qualité - 83%

- **Professions libérales, cadres** (93%)
- **Grandes métropoles** (20-100 000h 91%),
- **Femmes** (87%)
- **Ménages avec enfant** (87%)
- **Diplômés du supérieur** (Baccalauréat, BP, BT 90%, Bac+2 88%, 2nd ou 3ème cycle universitaire 86%)

Prix - 82%

- **Ménages monoparentaux** (actifs 91%, inactifs 87%)
- **Moins de 50 ans (**18-24 ans 90%, 25-34 ans 86%, 35-49 ans 85%)
- **Agglomération parisienne** (90%)
- **Présence d'enfant de moins de 18 ans** (87%)
- **Prof. Intermédiaires** (89%), **Employés** (90%), **Ouvriers** (88%), **Inactifs** (89%)
- **1000-1999€/m** (88%)

Proximité - 71%

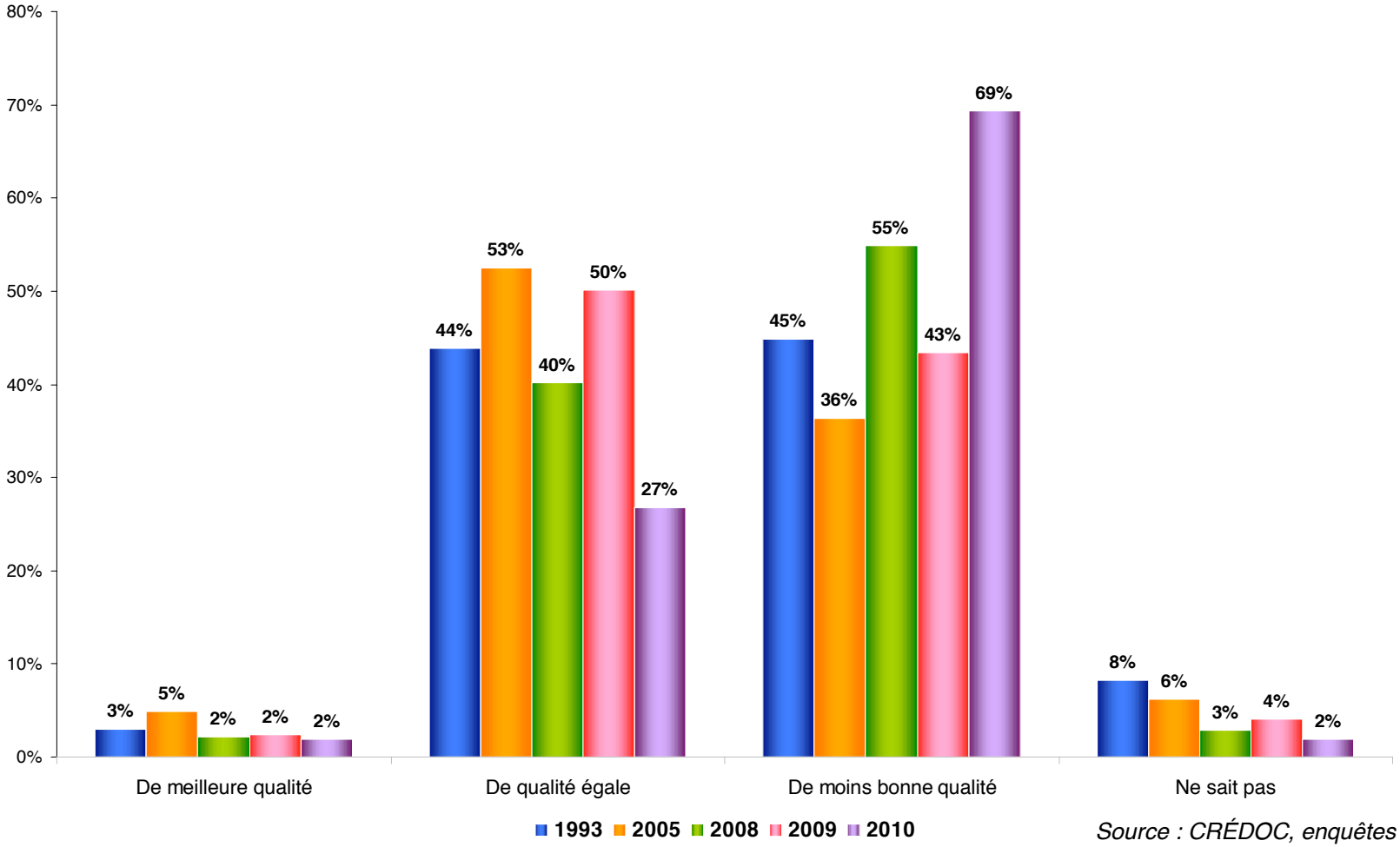
- **Veufs (88%)**
- **Un adulte dans le ménage** (Solos inactifs 79%, monoparentaux inactifs 85%)
- **65 ans et +** (80%), **18-24 ans** (74%)
- **Peu diplômés** (Aucun 74%, CEP 76%, BEPC 75%)
- **Inactifs** (76%)
- **Femmes** (75%)
- **Rural**(75%) Agglomération parisienne (74%)

Source : Baromètre alimentation 2010, Ministère de l'Alimentation, l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Forte progression de la part de Français estimant que les produits premier prix sont de moins bonne qualité que les produits de marque

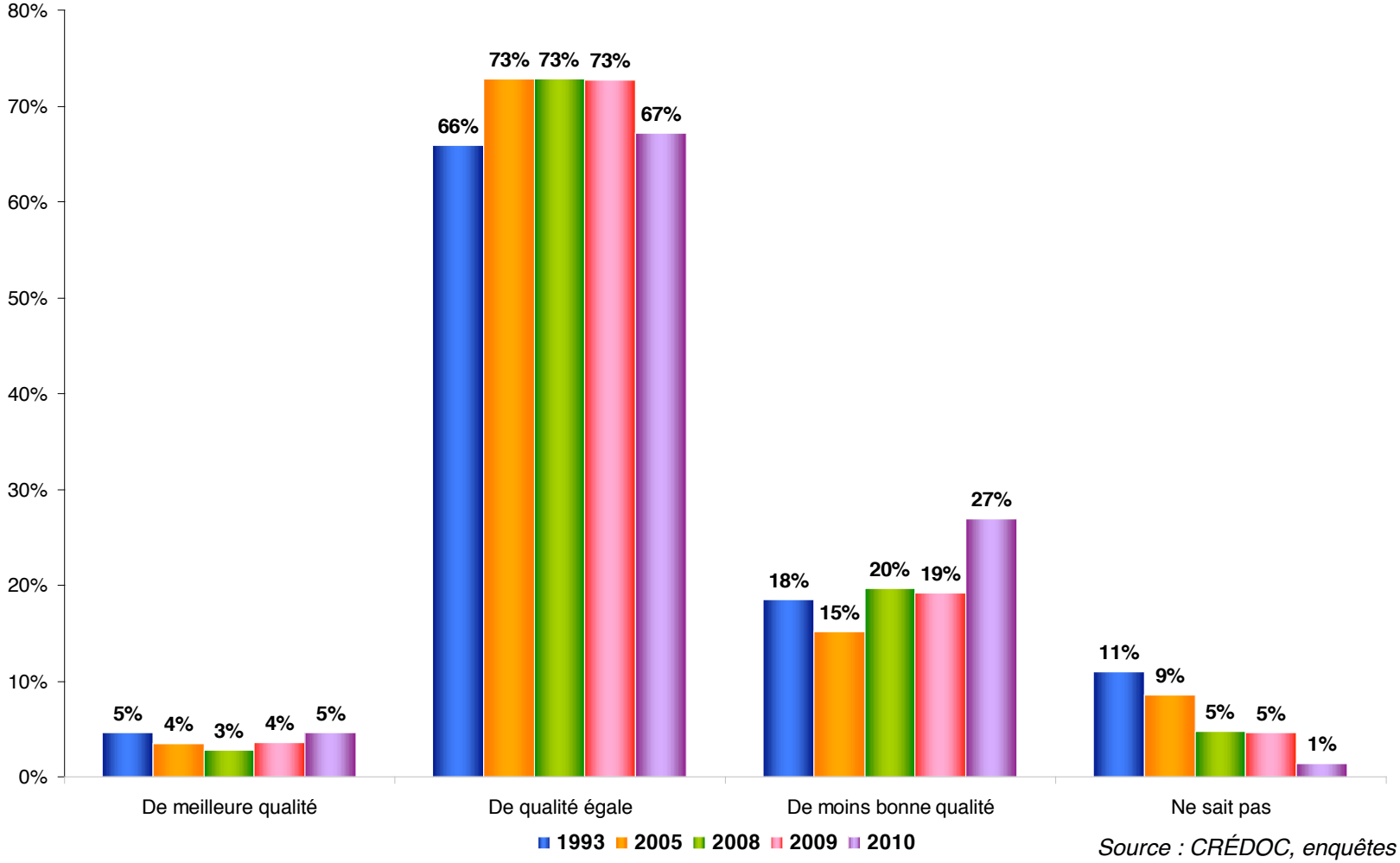
« À votre avis, par rapport aux produits de marque connue, est-ce que les produits de premier prix sont… ? »



Source : CRÉDOC, enquêtes consommation

Baisse de la part de Français estimant que les MDD sont de qualité égale à celle des produits de marque

« À votre avis, par rapport aux produits de marque connue, est-ce que les produits de marques de distributeurs (auchan, casino, leaderprice, …) sont… ? »



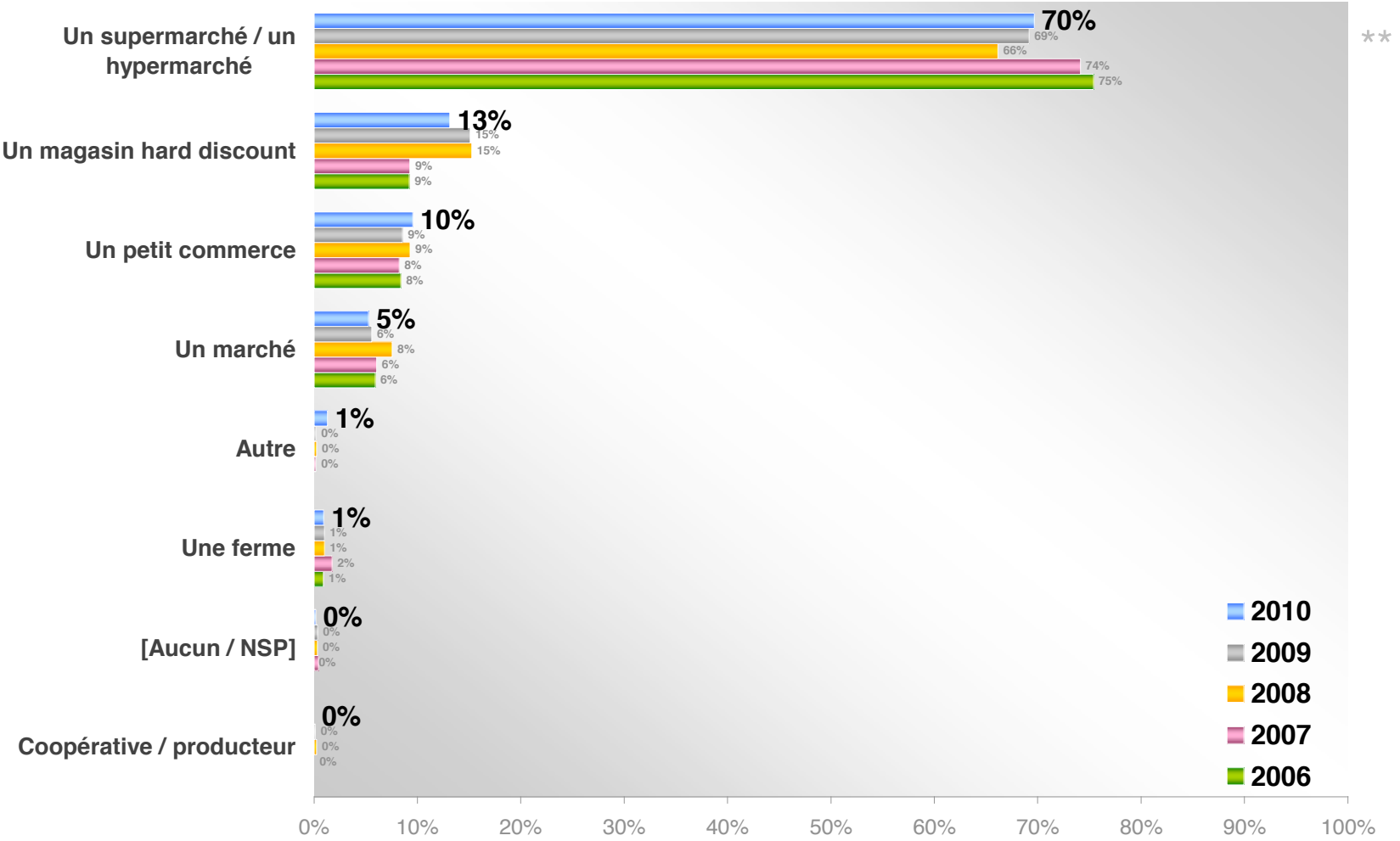
Source : CRÉDOC, enquêtes consommation

CRÉDOC

Croissance des hyper et supermarchés en tant que 1er circuit fréquenté au détriment des hard discounters

« Dans quel lieu ou type de magasin vous approvisionnez-vous le plus souvent pour vos achats alimentaires ? » En Premier ?

Base : N=1025 en 2006, N=994 en 2007, N=1009 en 2008, N=998 en 2009, N=963 en 2010

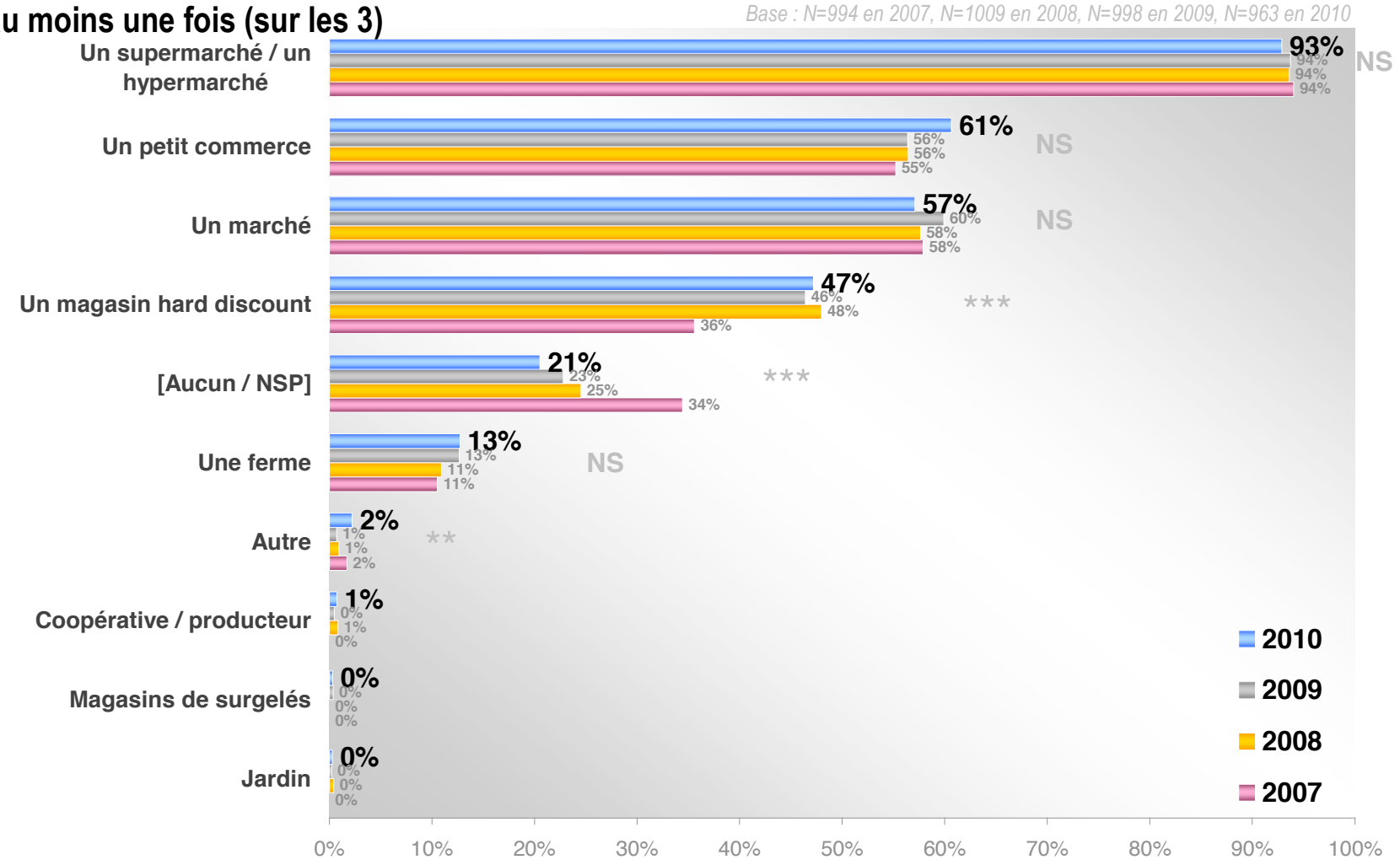


Baromètre alimentation 2006-07-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Pour 47% des Français, les magasins de hard discount font partie des 3 formes de commerce dans lesquelles ils s'approvisionnent le plus souvent

« Chez qui vous approvisionnez-vous le plus souvent pour vos achats alimentaires ? »
Cité au moins une fois (sur les 3)



Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Des choix de circuits guidés par le type de ménage, le niveau social et la taille d'agglomération

Caractéristiques sociodémographiques des choix de circuits (au moins cité une fois parmi les 3 1er critères)

Super-hypermarché - 93%

- **Couples avec enfant(s)** (95%), (4 personnes dans le foyer 97%, Mariés ou en couple 95%, Ménages avec enfants de moins de 18 ans 96%)
- **Plus aisés** (2000-3499€/m 95%, 3500€ ou plus/m 95%)

Petit commerce - 61%

- **Chefs de famille** (Agriculteurs, artisans, commerçants 81%, Prof. libérales 68%, Prof. intermédiaires 66%)
- **Plus diplômés** (niveau ≥bac+3 : 72%, niveau bac+2 : 70%)
- **Communes rurales** (68%)

Marché - 57%

- **Ménages monoparentaux** (actifs 67% ou **inactifs** 66%)
- **Couples sans enfant** (63%)
- **Chefs de famille** (Professions libérales 66%), Employés 66%)

Hard-discount - 47%

- **Ménages avec enfant** (57%) (Couples avec enfant 54%), monoparentaux actifs 53% ou inactifs 49%)
- **Grandes métropoles** (20-100 000h 57%), >100 000h (50%)
- **Ouvriers** (63%), **Inactifs** (62%), **Employés** (55%)
- **Moins diplômés** (Aucun 64%, CAP BEP 53%)
- **Moins de 50 ans** (18-24 ans 51%, 25-34 ans 54%, 35-49 ans 51%)
- **Moins aisés** (<1999€/m 52%)

Ferme - 13%

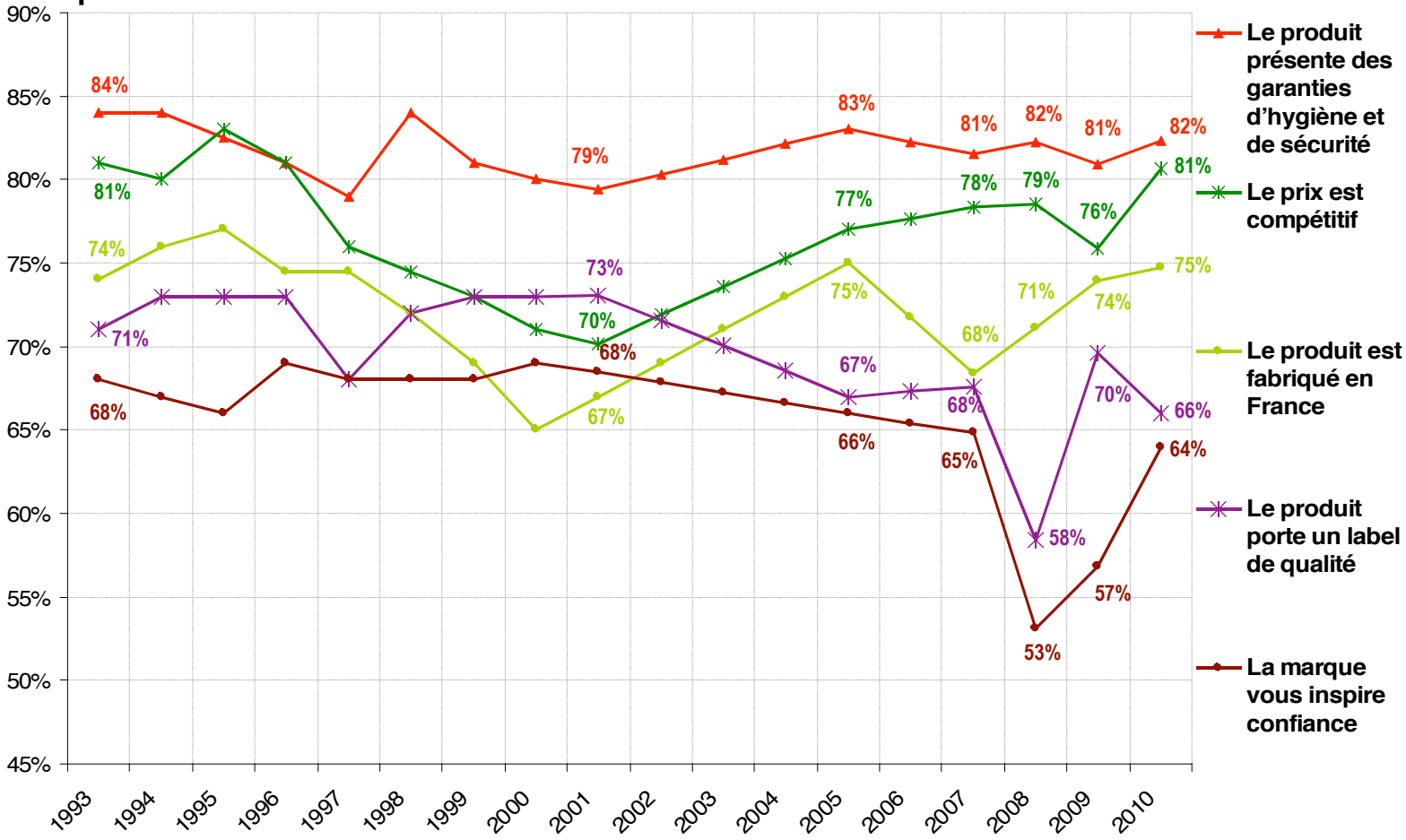
- **Hauts revenus** (3500€ ou +/m 24%)
- **Petites communes** (Communes rurales 22%), 2000 à 20 000h 18%)
- **Couples** (15%) (avec enfant 15%, sans enfant inactifs (17%), sans enfant actifs (15%),
- **Agriculteurs, artisans, commerçants** (20%), **Professions libérales ou cadres** (16%)

Source : Baromètre alimentation 2010, Ministère de l'Alimentation, l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

La marque et le prix enregistrent les plus fortes progression de 2010

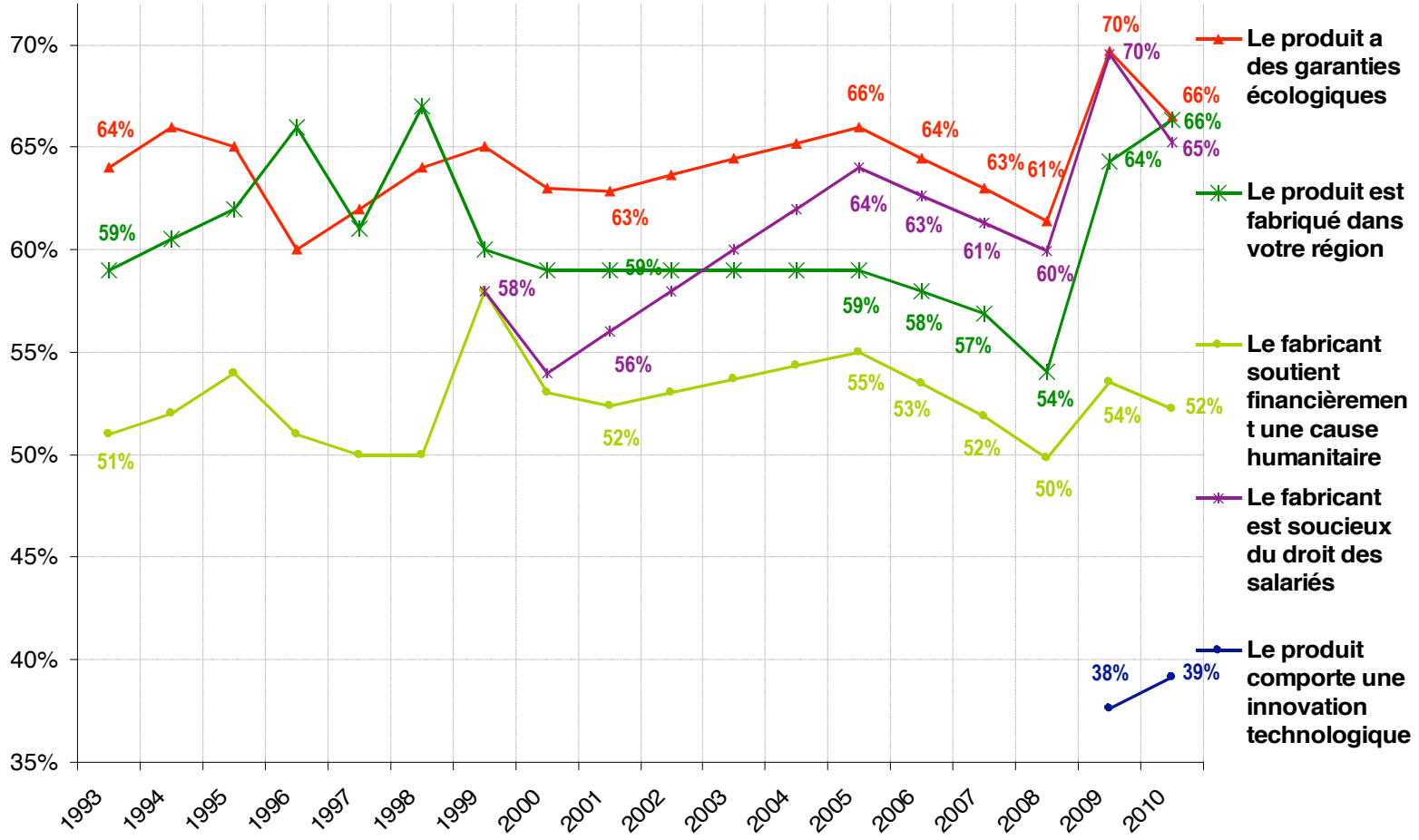
« Voici plusieurs raisons d'acheter des produits de consommation. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si elle vous incite personnellement (beaucoup, assez, un peu, pas du tout) à acheter un produit. » - Réponses « beaucoup » + « assez »



Source : CRÉDOC, enquêtes consommation

La fabrication régionale continue sa progression alors que les motivations éthiques régressent légèrement

« Voici plusieurs raisons d'acheter des produits de consommation. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si elle vous incite personnellement (beaucoup, assez, un peu, pas du tout) à acheter un produit. » - Réponses « beaucoup » + « assez »

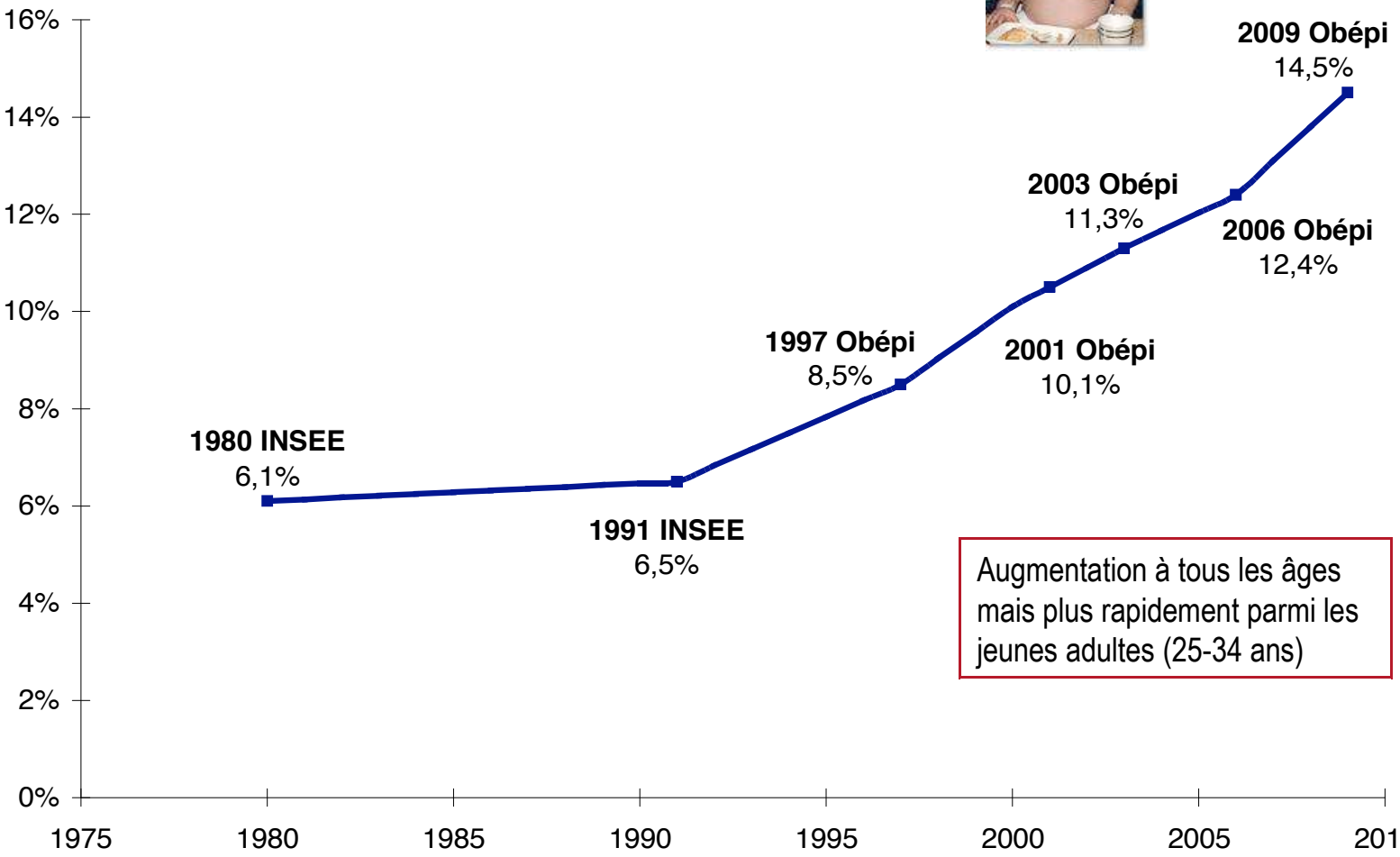


Source : CRÉDOC, enquêtes consommation

- Le contexte de l'alimentation en 2010
  - Conjoncture et dépenses alimentaires
  - Les habitudes d'achat en matière d'alimentation
  - L'obésité
- Enjeux de l'alimentation
  - L'opinion quant aux enjeux de l'alimentation dans notre société
  - L'éducation à l'alimentation
- La perception de l'alimentation
  - Alimentation santé ou alimentation plaisir
  - Définition de la qualité
  - Les risques liés à l'alimentation
  - L'information sur les risques sanitaires
- Les acteurs : confiance et image
- Synthèse : Typologie

Augmentation de l'obésité en France

Prévalence de l'obésité chez les adultes de 15 ans et plus



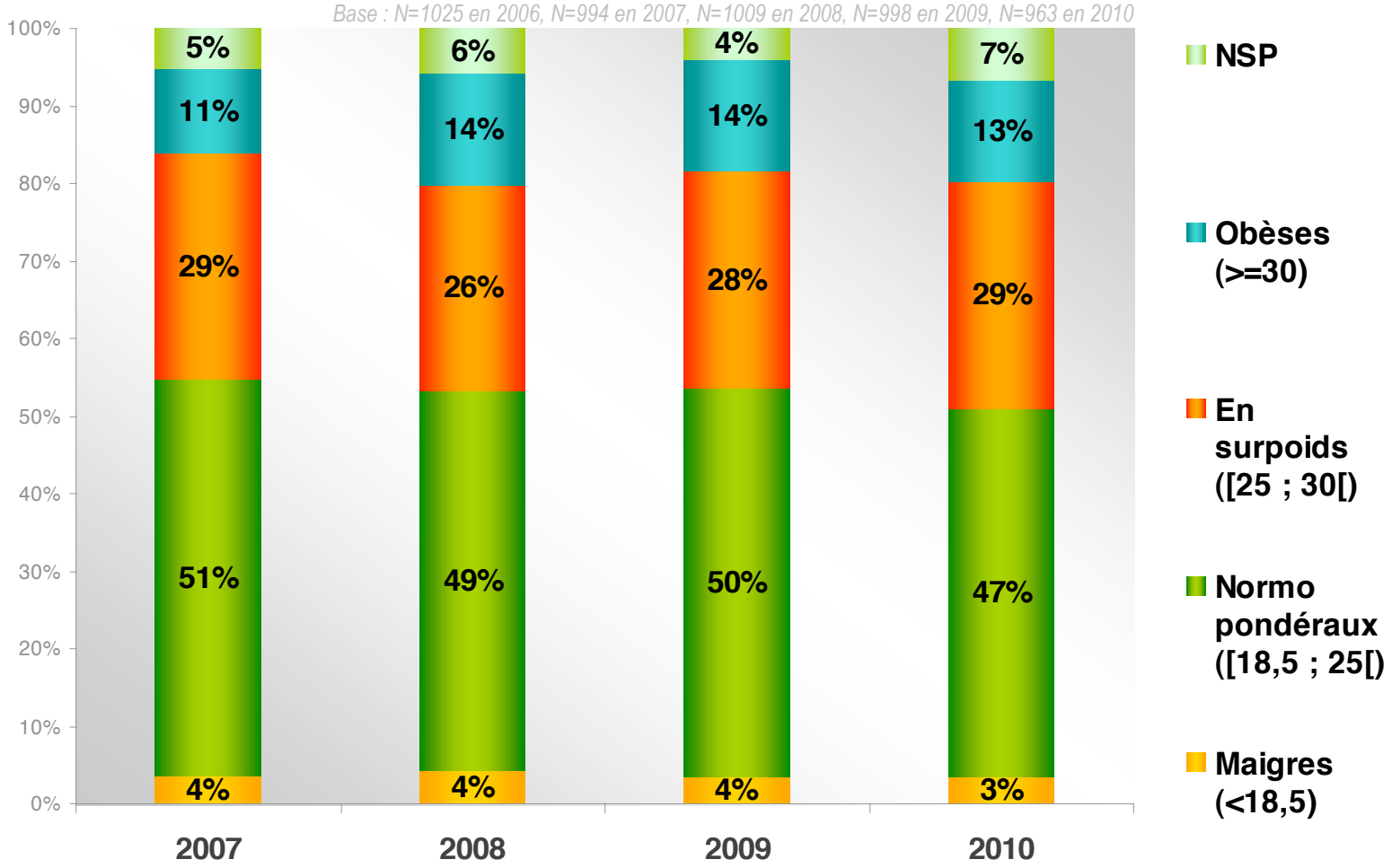
Augmentation à tous les âges mais plus rapidement parmi les jeunes adultes (25-34 ans)

Source : Obépi, 2009

CRÉDOC

13% d'obèses chez les 18 ans et plus

Indice de masse corporelle ou IMC (poids / taille²) des adultes de plus de 18 ans



Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Surpoids lié à l'âge, au sexe et à la taille d'agglomération

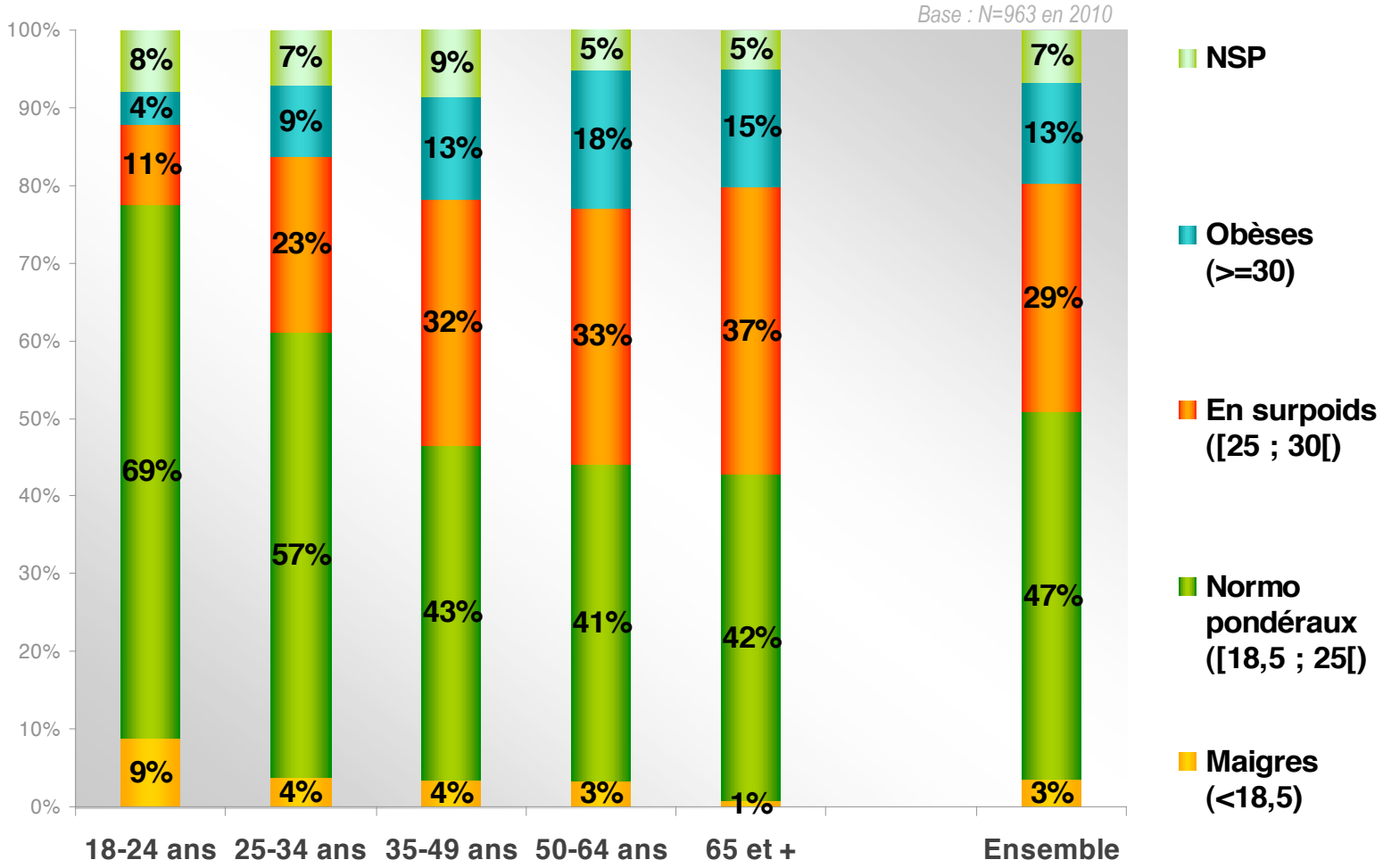
Modèle d'analyse de la variance sur l'IMC (en classe, régression logistique généralisée)

	DDL	Khi-2 de Wald	Pr > Khi-2	
sexe	4	52.4871	<.0001	Les hommes sont plus enclins à être en surpoids plutôt que normopondéraux par rapport aux femmes. Ils sont également moins enclins à être maigres plutôt que normopondéraux par rapport aux femmes.
Âge	16	39.4651	0.0009	Les 18-24 ans sont moins enclins à être en surpoids ou obèses plutôt que normopondéraux par rapport aux 35-49 ans. Les 50-64 ans sont plus enclins à être en surpoids ou obèses plutôt que normopondéraux par rapport aux 35-49 ans.
Taille d'agglomération	16	26.7701	0.0441	Les résidents des communes de 2 à 20 000 h sont plus enclins à être en surpoids ou obèses plutôt que normopondéraux par rapport aux résidents des communes de 20 à 100 000 h. Les résidents de l'agglomération parisienne sont moins enclins à être maigres plutôt que normopondéraux par rapport aux résidents des communes de 20 à 100 000 h.
Type de ménage	28	25.0212	0.6267	NS
Reveus du foyer	28	29.0682	0.4091	NS

Source : Baromètre alimentation 2010, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

Plus d'individus en surpoids et obèses chez les plus âgés

Proportion de minces, normo-pondéraux, en surpoids et obèses selon l'âge (%)

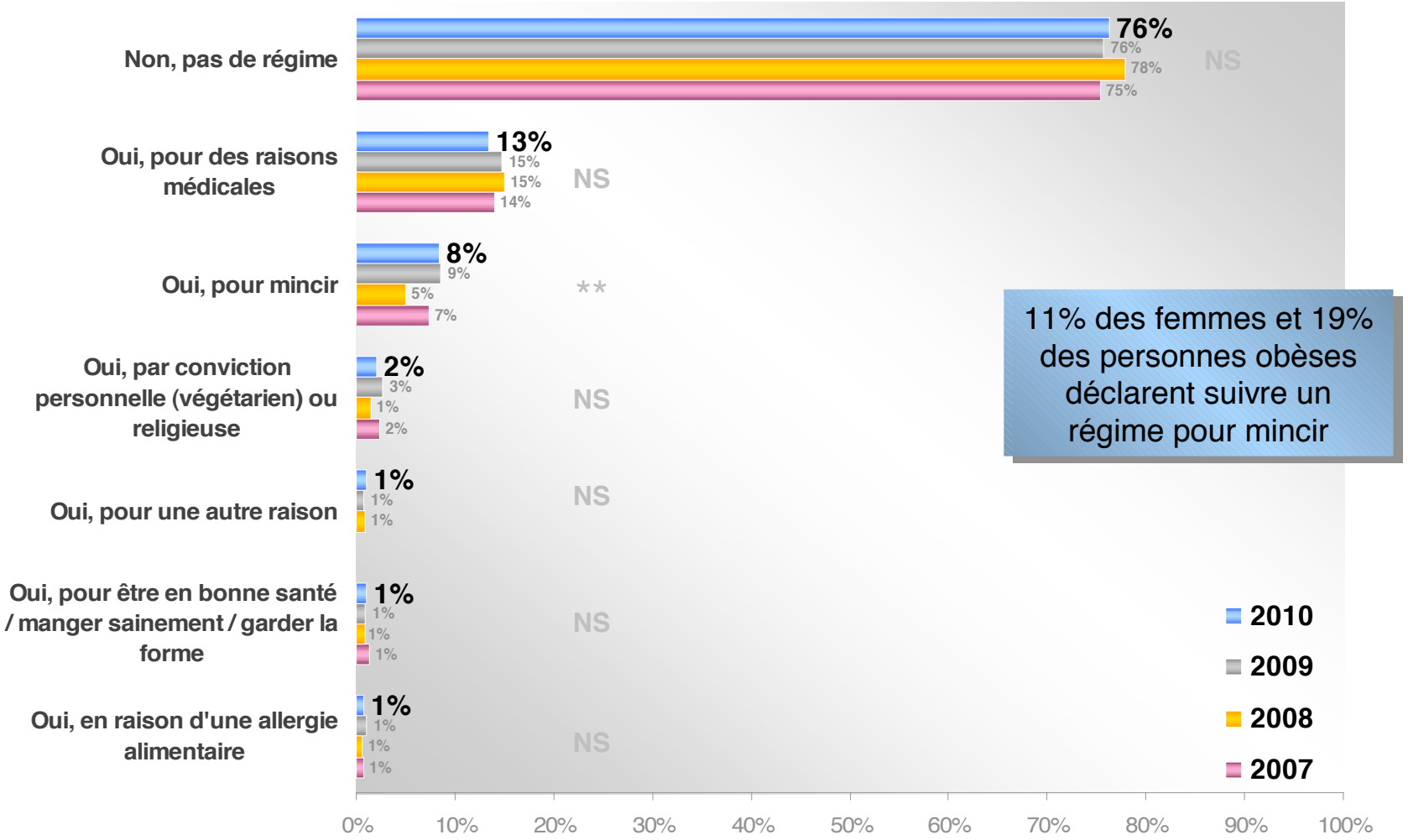


Source : Baromètre alimentation 2010, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

Stabilisation de la part d'individus réalisant des régimes pour mincir

« Suivez-vous une régime alimentaire particulier ? » – réponse multiple

Base : N=1025 en 2006, N=994 en 2007, N=1009 en 2008, N=998 en 2009, N=963 en 2010



Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

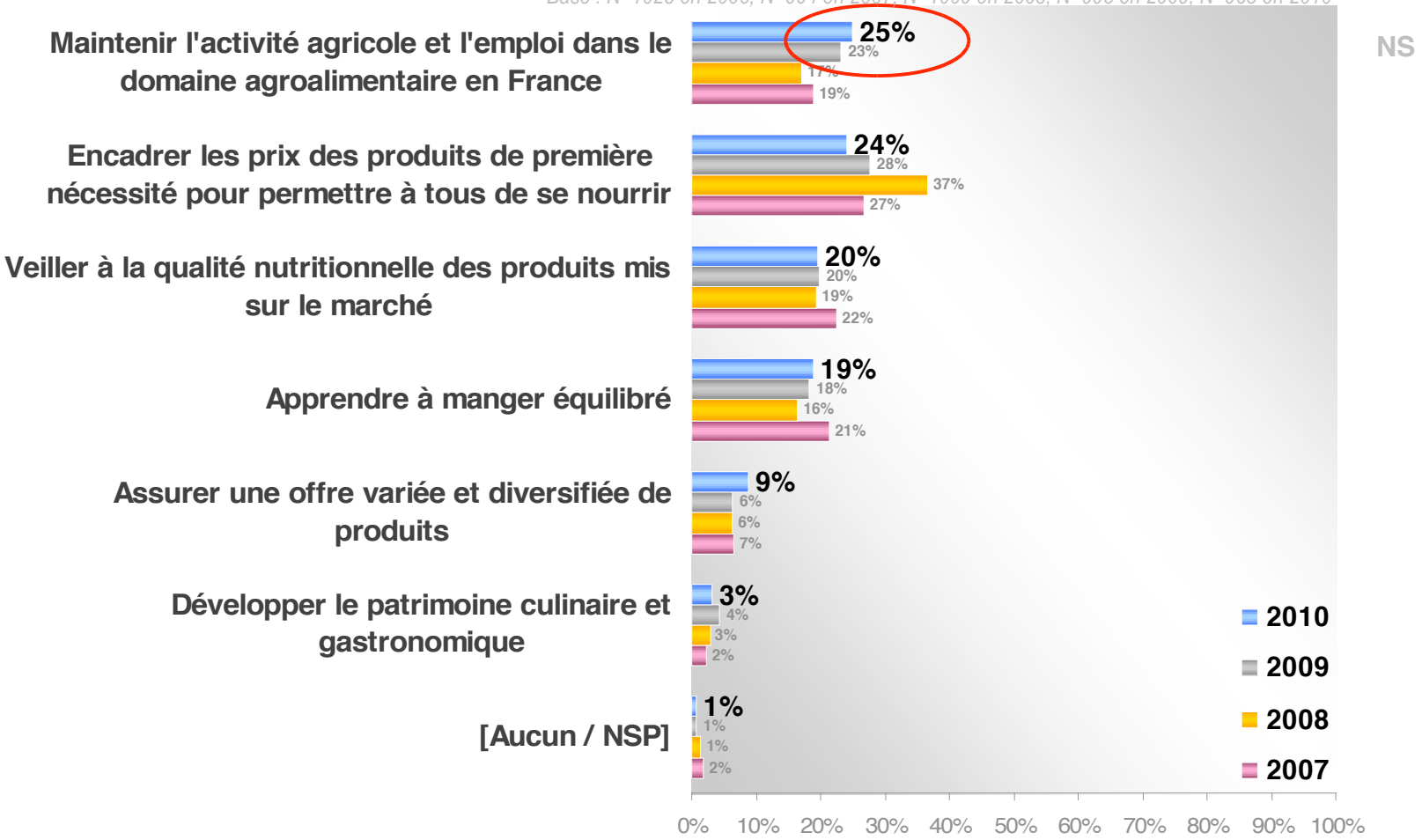
Baromètre de la perception de l'alimentation

- Le contexte de l'alimentation en 2010
  - Conjoncture et dépenses alimentaires
  - Les habitudes d'achat en matière d'alimentation
  - L'obésité
- Enjeux de l'alimentation
  - L'opinion quant aux enjeux de l'alimentation dans notre société
  - L'éducation à l'alimentation
- La perception de l'alimentation
  - Alimentation santé ou alimentation plaisir
  - Définition de la qualité
  - Les risques liés à l'alimentation
  - L'information sur les risques sanitaires
- Les acteurs : confiance et image
- Synthèse : Typologie

« Maintenir l'activité agricole et l'emploi agroalimentaire » plus souvent cité en 1er comme finalité de la politique d'alimentation des pouvoirs publics

« À partir de la liste suivante, dites-moi selon vous, à quoi doit servir, aujourd'hui, la politique d'alimentation menée par les pouvoirs publics en France ? » En Premier ?

Base : N=1025 en 2006, N=994 en 2007, N=1009 en 2008, N=998 en 2009, N=963 en 2010

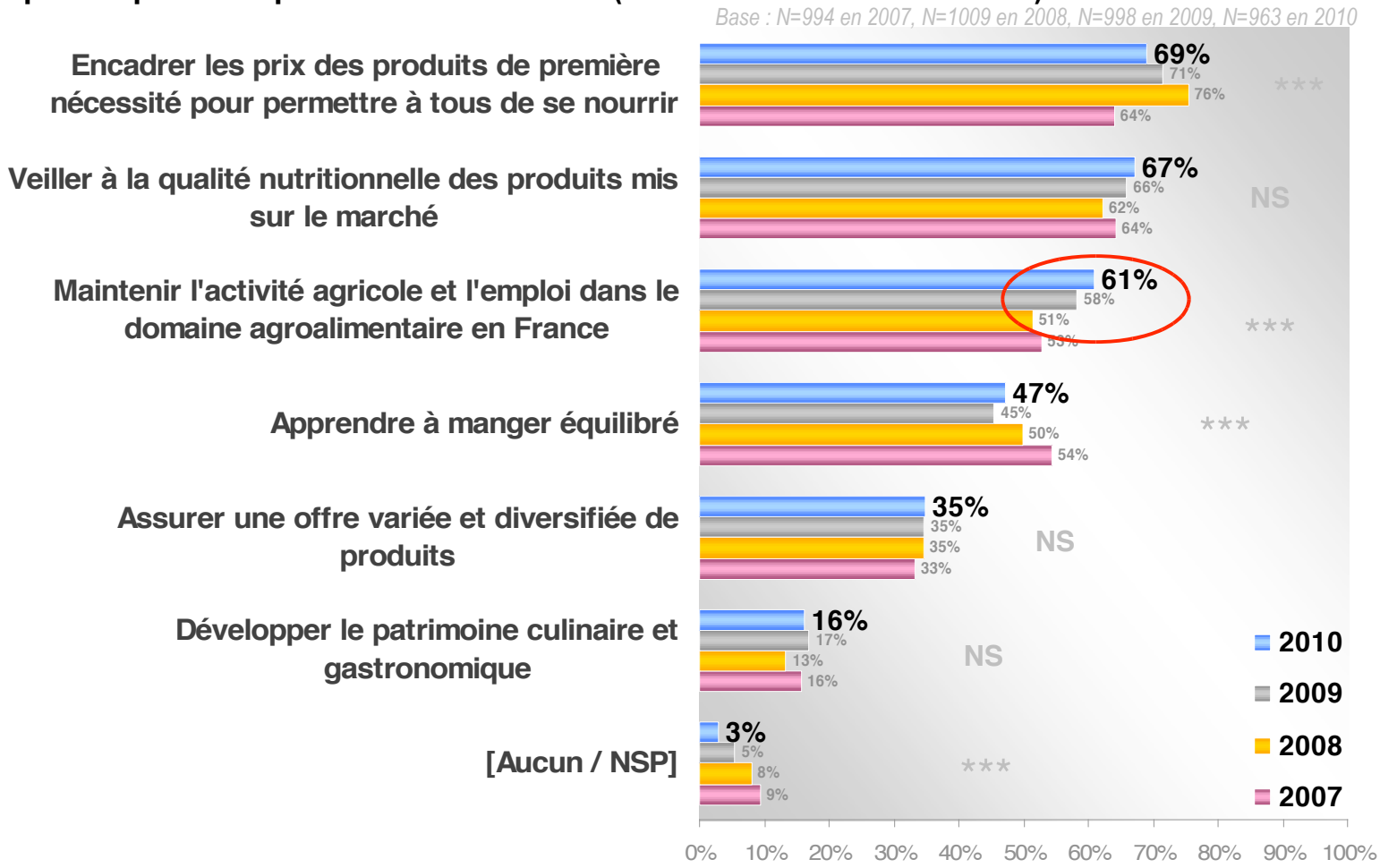


Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

« Maintenir l'activité agricole et l'emploi agroalimentaire » continue de croître parmi les objectifs d'une politique d'alimentation

« À partir de la liste suivante, dites-moi selon vous, à quoi doit servir, aujourd'hui, la politique d'alimentation menée par les pouvoirs publics en France ? » (cité au moins une fois sur 3)



Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

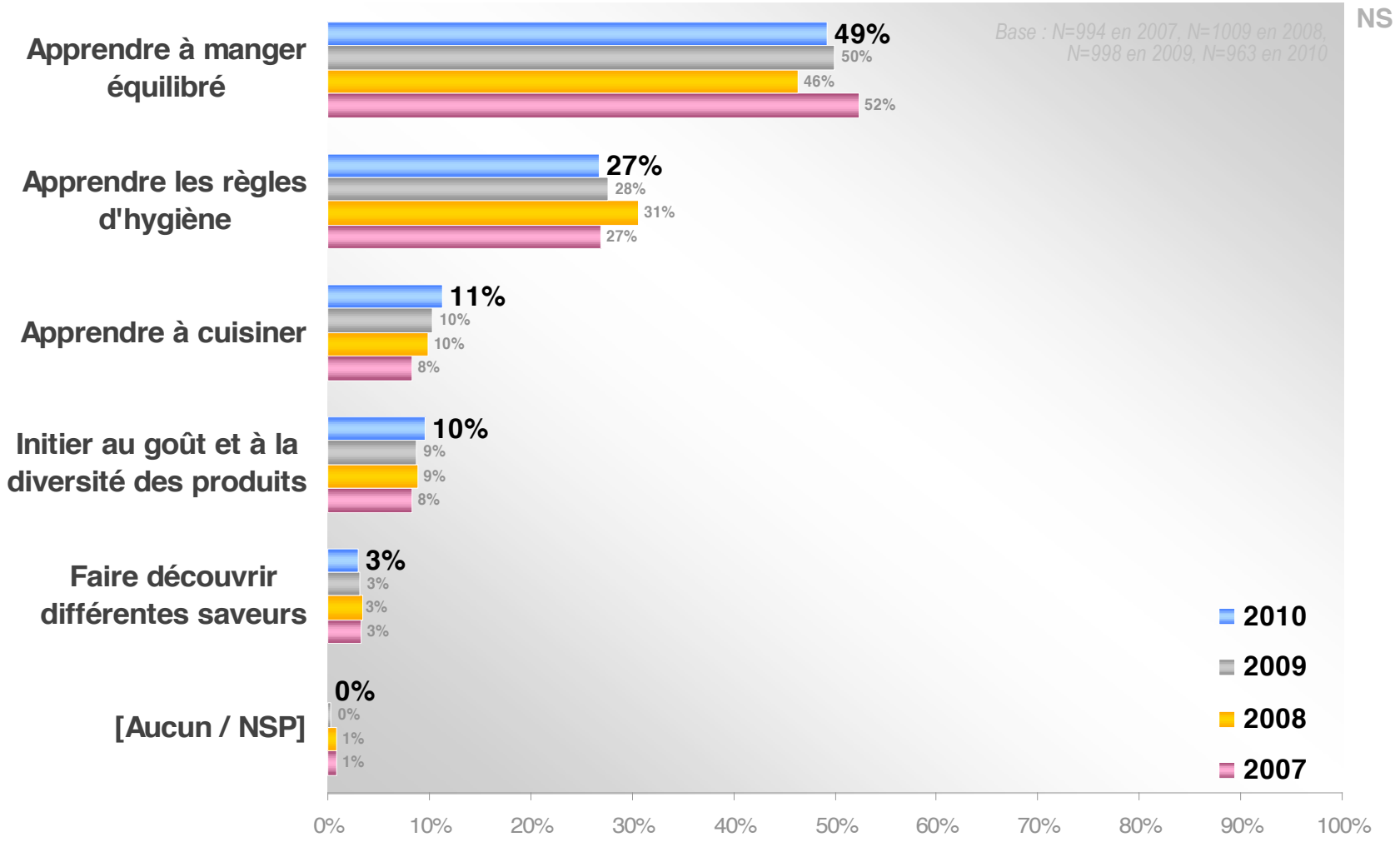
CRÉDOC

Baromètre de la perception de l'alimentation

- Le contexte de l'alimentation en 2010
  - Conjoncture et dépenses alimentaires
  - Les habitudes d'achat en matière d'alimentation
  - L'obésité
- Enjeux de l'alimentation
  - L'opinion quant aux enjeux de l'alimentation dans notre société
  - L'éducation à l'alimentation
- La perception de l'alimentation
  - Alimentation santé ou alimentation plaisir
  - Définition de la qualité
  - Les risques liés à l'alimentation
  - L'information sur les risques sanitaires
- Les acteurs : confiance et image
- Synthèse : Typologie

L'éducation à l'alimentation continue d'être avant tout dominée par l'apprentissage de l'équilibre alimentaire

« À partir de la liste suivante, en quoi devrait consister l'éducation à l'alimentation ? » En premier

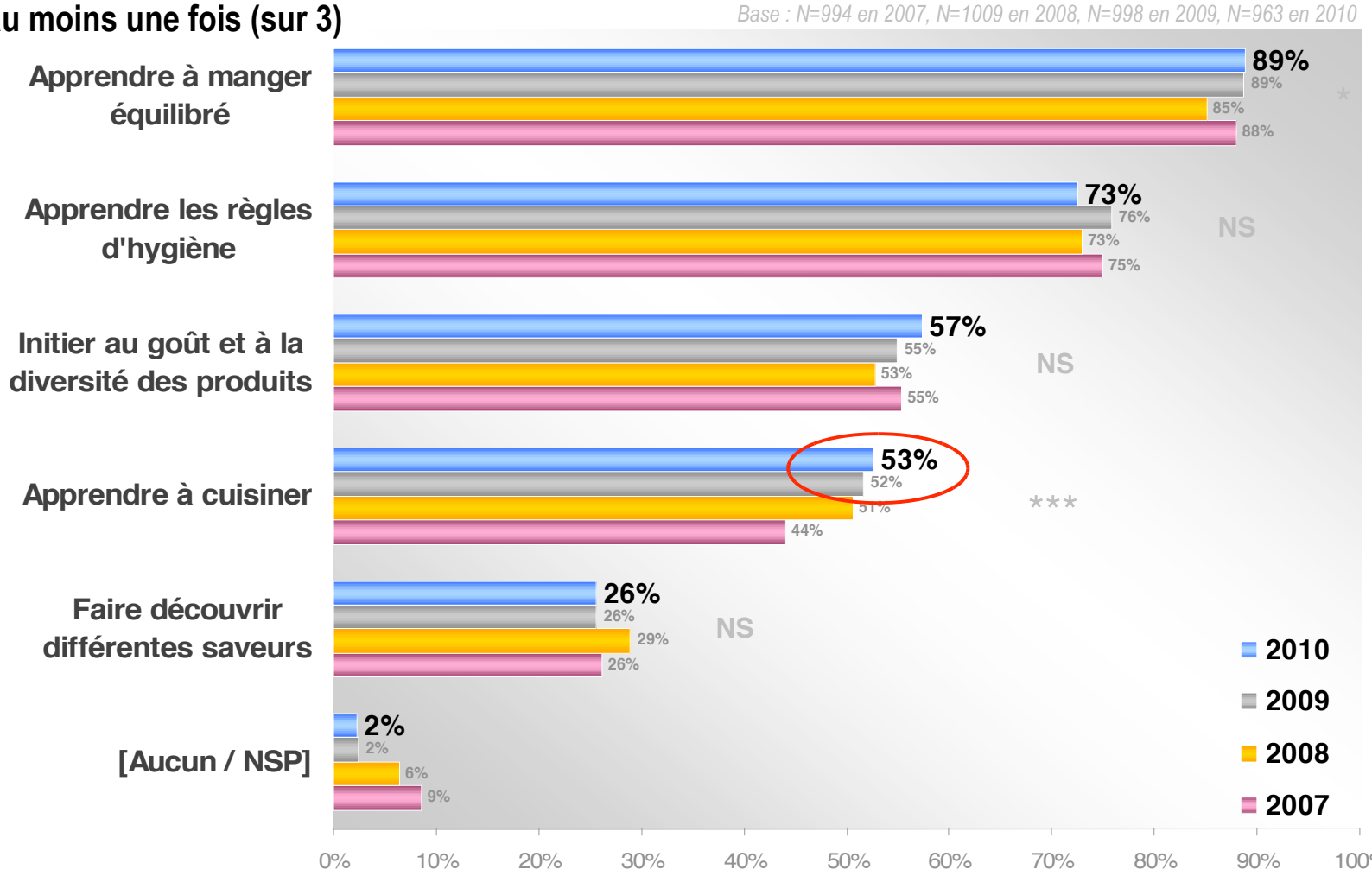


Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

« Apprendre à cuisiner » continue de croître

« À partir de la liste suivante, en quoi devrait consister l'éducation à l'alimentation ? »
Cité au moins une fois (sur 3)



Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Des préférences en matière d'éducation à l'alimentation guidées par l'âge et le niveau social

Caractéristiques sociodémographiques de ce en quoi devrait consister l'éducation alimentaire (au moins cité une fois parmi les 3 1er critères)

Manger équilibré - 89%

- **Veufs** (91%), **Divorcés séparés** (91%)
- **Présence d'enfant de moins de 18 ans** (92%)
- **Diplômés du supérieur** (Bac+2 93%, 2nd et 3ème cycle univ. 91%)

Hygiène - 73%

- **65 ans et +** (81%)
- **Veufs** (78%)
- **Chef de ménage** (Agriculteurs, artisans, commerçants 82%, Retraités 79%)
- **Peu diplômés** (CEP 82%)

Initier au goût - 57%

- **18-24 ans** (66%), **25-34 ans** (64%)
- **Couples avec enfant** (63%)**, sans enfant** (62%), **Monoparentaux actifs** (66%)
- **Chef de ménage** (Agriculteurs, artisans, commerçants 66%, Prof. Libérales et cadres 74%, Prof. Intermédiaires 70%)

Diplômés du supérieur (Bac+2 68%, 2nd et 3ème cycle universitaire 76%)
Revenus élevés (>3500€/m 76%)

Apprendre à cuisiner - 53%

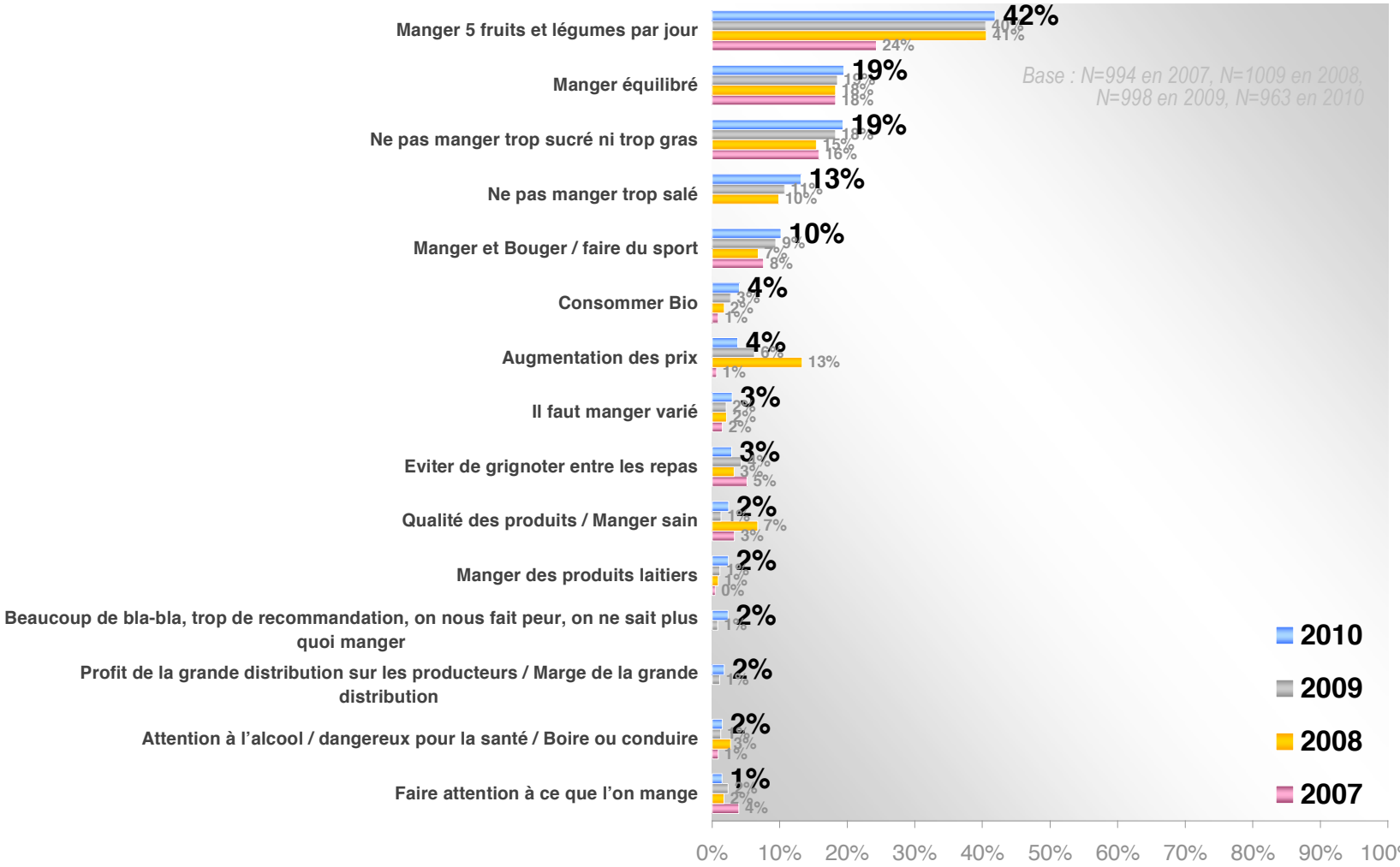
- **Les plus âgés** (50-64 ans 62%, 65 ans et + 58%)
- **Pas d'enfant de moins de 18 ans** (56%)
- **Chef de ménage** (Ouvriers 57%, Inactifs 57%, Retraités 58%)
- **Peu diplômés** (Aucun 68%, CEP 60%, BEPC 58%)

Source : Baromètre alimentation 2010, Ministère de l'Alimentation, l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

La mémorisation du message « Manger 5 fruits et légumes par jour » continue de progresser dans la population

« Quel message relatif à l'alimentation avez-vous retenu au cours des 12 derniers mois ? » (question ouverte)

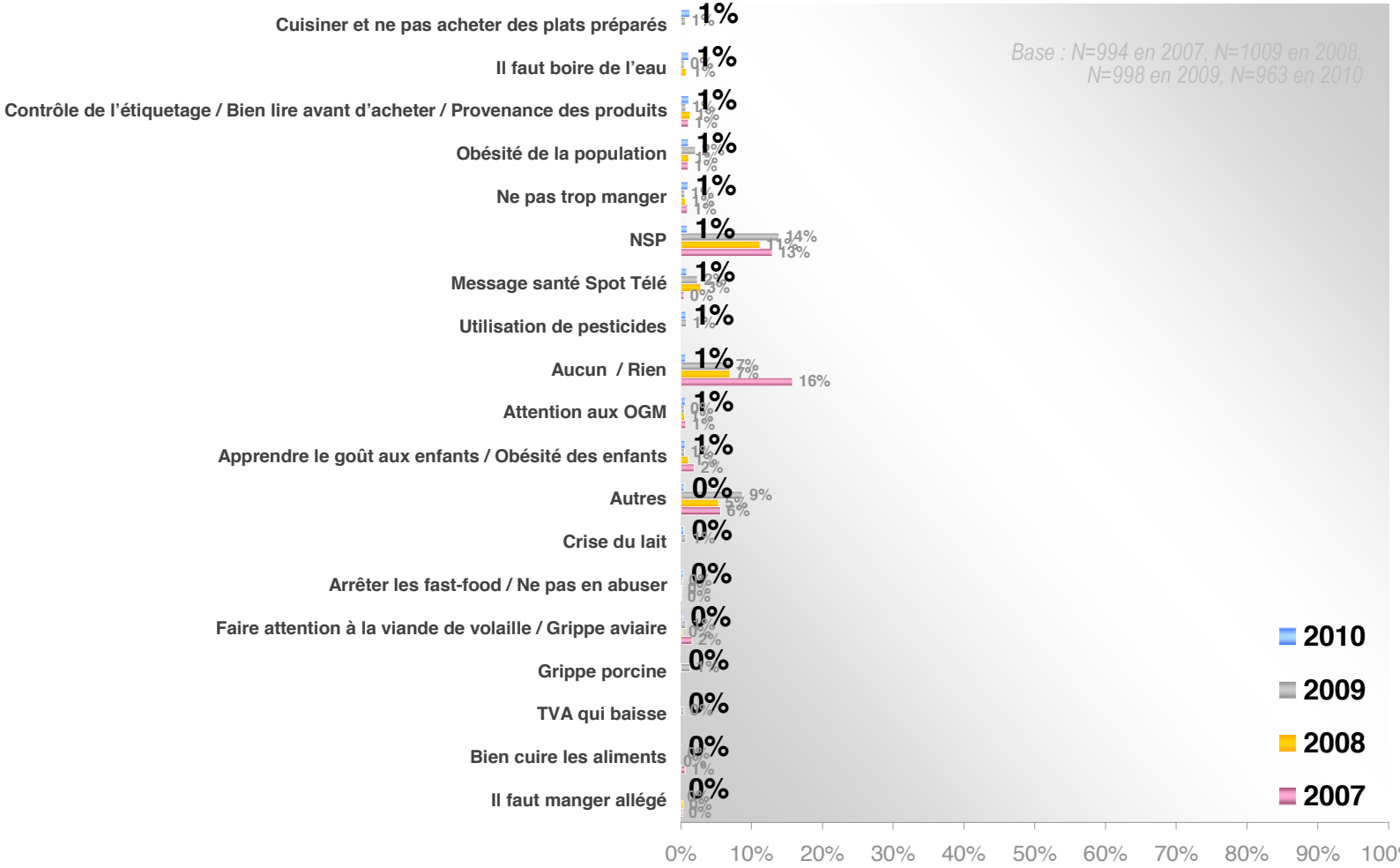


Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

« Quel message relatif à l'alimentation avez-vous retenu au cours des 12 derniers mois ? » (suite question ouverte)

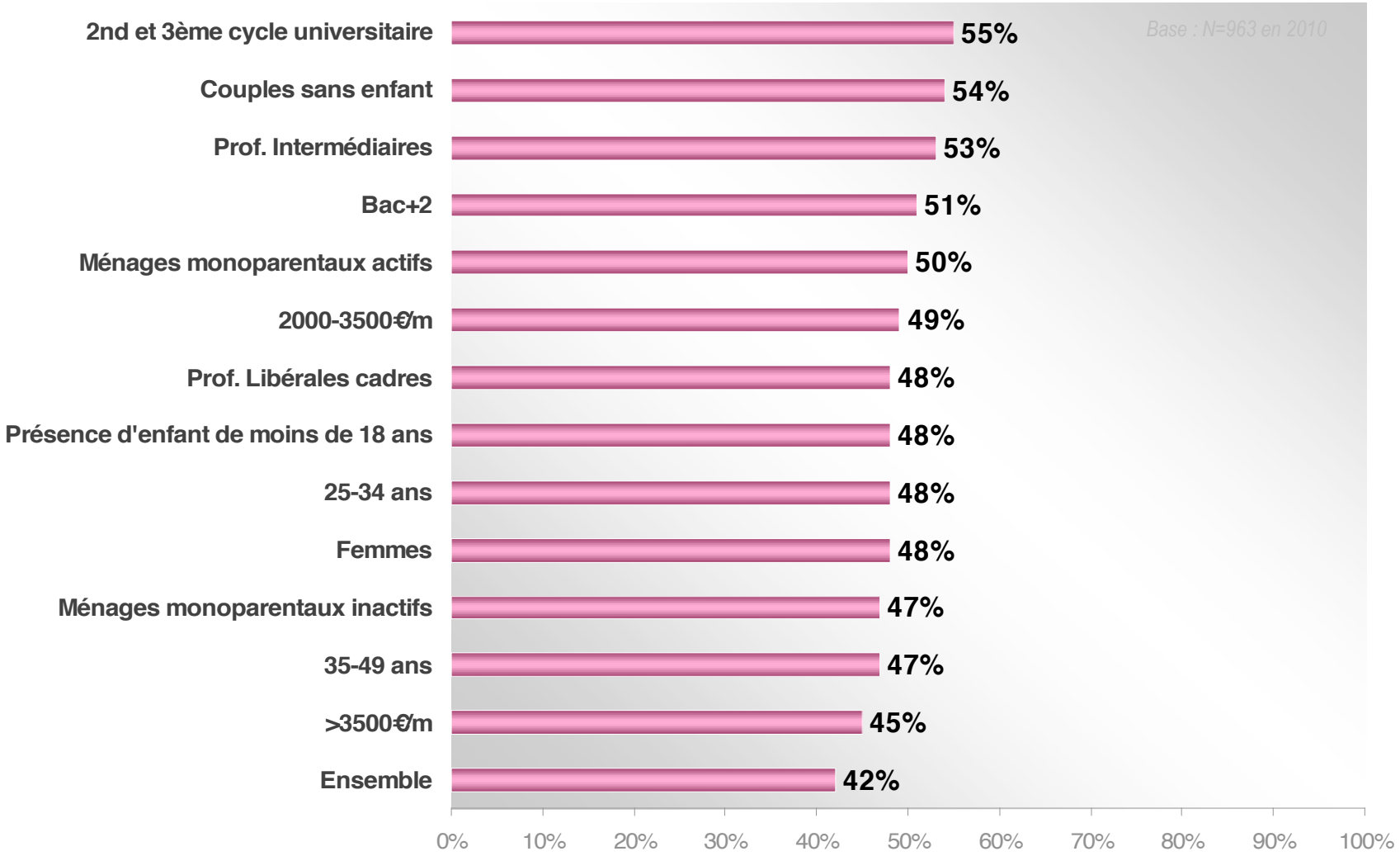
« Quel message relatif à l'alimentation avez-vous retenu au cours des 12 derniers mois ? » (question ouverte)



Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

Les classes aisées, diplômées, entre 25 et 49 ans, retiennent particulièrement plus que les autres le message 5 F&L

Le message « manger 5 fruits et légumes par jour » : qui l'a retenu?



Source : Baromètre alimentation 2010, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

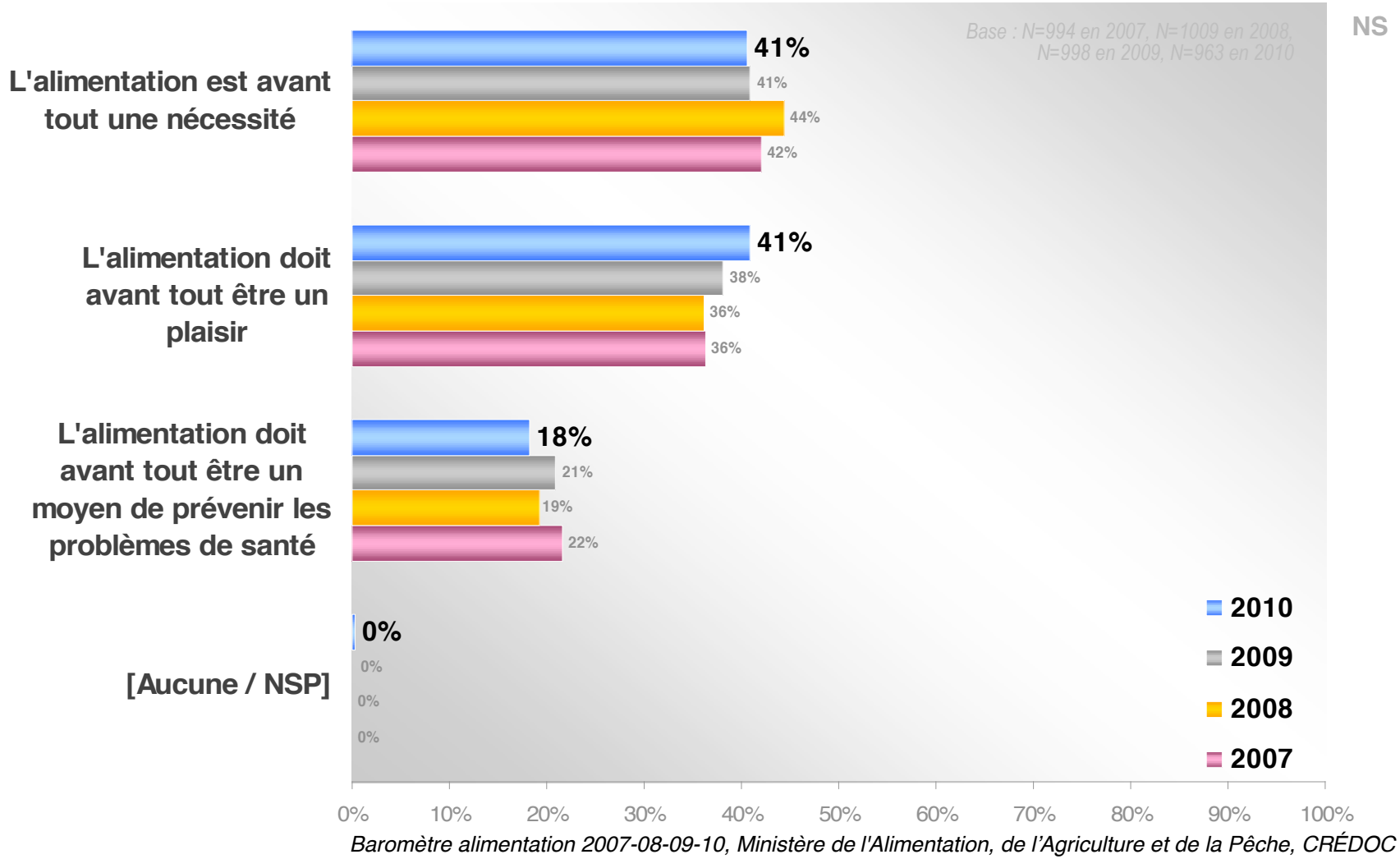
Baromètre de la perception de l'alimentation

- Le contexte de l'alimentation en 2010
  - Conjoncture et dépenses alimentaires
  - Les habitudes d'achat en matière d'alimentation
  - L'obésité
- Enjeux de l'alimentation
  - L'opinion quant aux enjeux de l'alimentation dans notre société
  - L'éducation à l'alimentation
- La perception de l'alimentation
  - Alimentation santé ou alimentation plaisir
  - Définition de la qualité
  - Les risques liés à l'alimentation
  - L'information sur les risques sanitaires
- Les acteurs : confiance et image
- Synthèse : Typologie

CRÉDOC

Le plaisir tend à augmenter…

« De laquelle des trois affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ? » En premier ?



Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Une définition de l'alimentation fortement influencée par l'âge et la catégorie socio-professionnelle

« De laquelle des trois affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ? » En premier ?
Caractéristiques sociodémographiques

L'alimentation est avant tout une nécessité - 41%

- **Non diplomés** (55%), Bac +2 (44%), CAP, BEP (44%)
- **Bassin parisien Est** (53%), **Nord** (47%), **Ouest** (46%)
- **Monoparental actif** (50%), **Solo inactif** (49%), **Couple sans enfant** (45%)
- **65 ans et plus** (49%)
- **Inactifs** (48%), **Employés** (44%)
- **Revenus du foyer 1000-1999€** (48%)

L'alimentation doit avant tout être un plaisir - 41%

- **Agriculteurs, artisans, commerçants** (63%), **Professions libérales, cadres** (47%), **Professions intermédiaires** (45%)
- **Monoparental inactif** (54%), **Couple sans enfant** (52%)
- **18-24 ans** (53%), **25-34 ans** (48%)
- **Revenus du foyer > 3500 €** (51%), **entre 2000 et 3499 €** (47%)
- **2ème et 3ème cycle universitaire** (51%), **Bac** (45%), **Bac +2** (45%)
- **Sud-Ouest** (50%), **Est** (49%), **Méditerranée** (46%)

L'alimentation doit avant tout être un moyen de prévenir les problèmes de santé - 18%

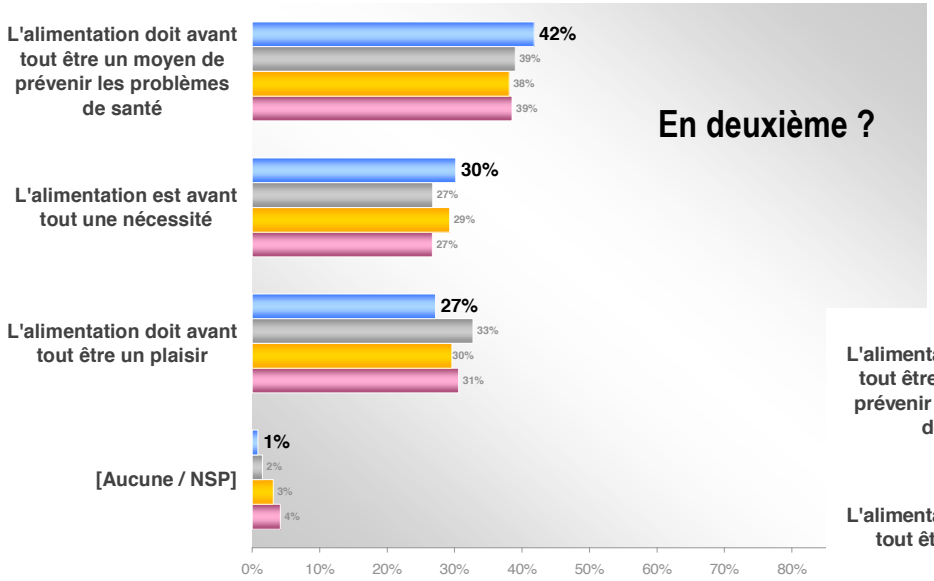
- **Revenus du foyer < 999 € (28%)**
- **Bassin parisien Est (27%), Est (26%), Bassin parisien Ouest (23%)**
- **Certificat d'études, BEPC, brevet des collèges (26%)**
- **50-64 ans (24%)**
- **Couple sans enfant (22%)**
- **Retraités (22%)**

Source : Baromètre alimentation 2010, Ministère de l'Alimentation, l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

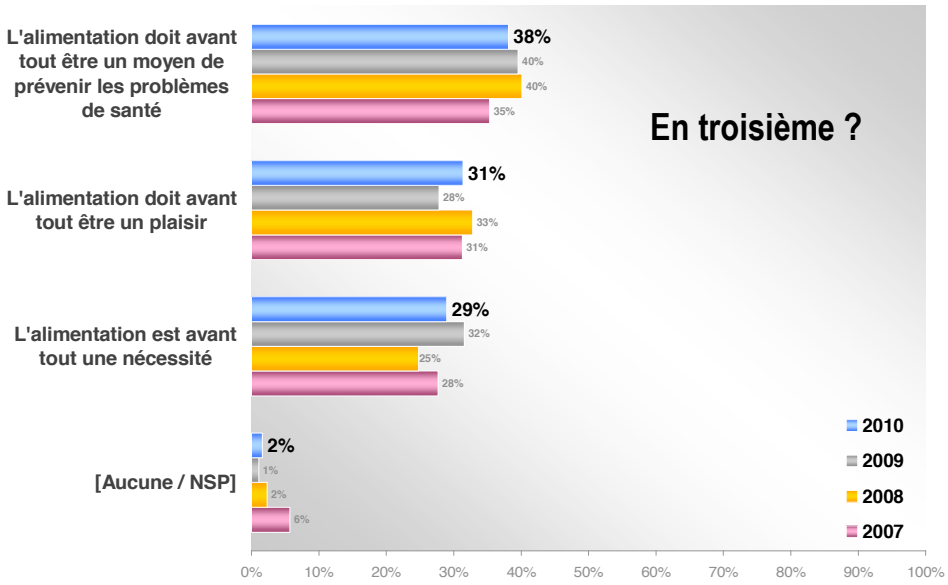
CRÉDOC

…au détriment de la santé

« De laquelle des trois affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche ? »



Base : N=994 en 2007, N=1009 en 2008, N=998 en 2009, N=963 en 2010



Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

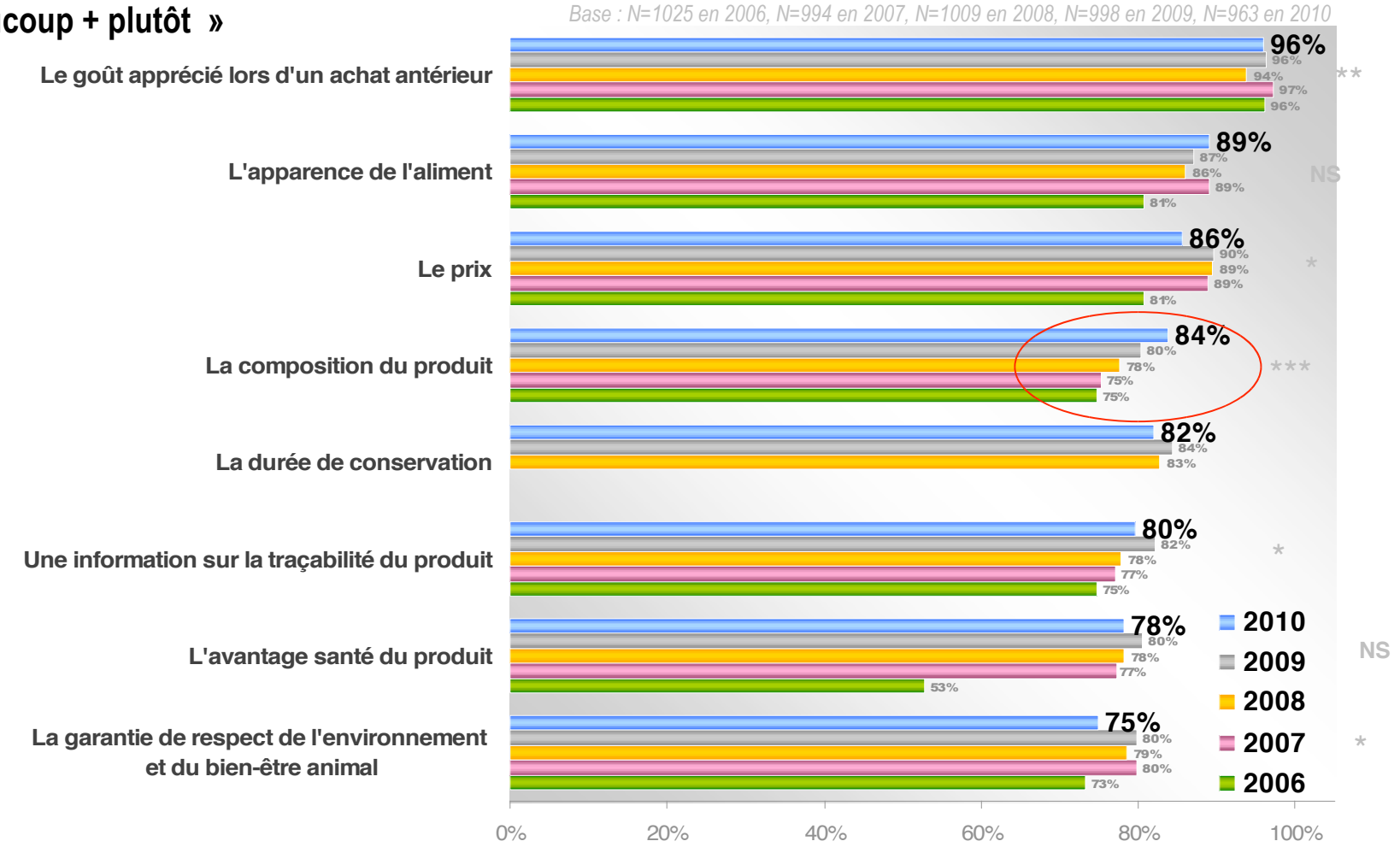
Baromètre de la perception de l'alimentation

- Le contexte de l'alimentation en 2010
  - Conjoncture et dépenses alimentaires
  - Les habitudes d'achat en matière d'alimentation
  - L'obésité
- Enjeux de l'alimentation
  - L'opinion quant aux enjeux de l'alimentation dans notre société
  - L'éducation à l'alimentation
- La perception de l'alimentation
  - Alimentation santé ou alimentation plaisir
  - Définition de la qualité
  - Les risques liés à l'alimentation
  - L'information sur les risques sanitaires
- Les acteurs : confiance et image
- Synthèse : Typologie

CRÉDOC

La composition du produit compte de plus en plus aux yeux des consommateurs

« Pour chacun des critères suivants, dîtes-moi si pour vous personnellement, ils compte beaucoup, plutôt, pas vraiment ou pas du tout pour vous faire une idée sur la qualité d'un produit alimentaire ? » Réponses « Beaucoup + plutôt »

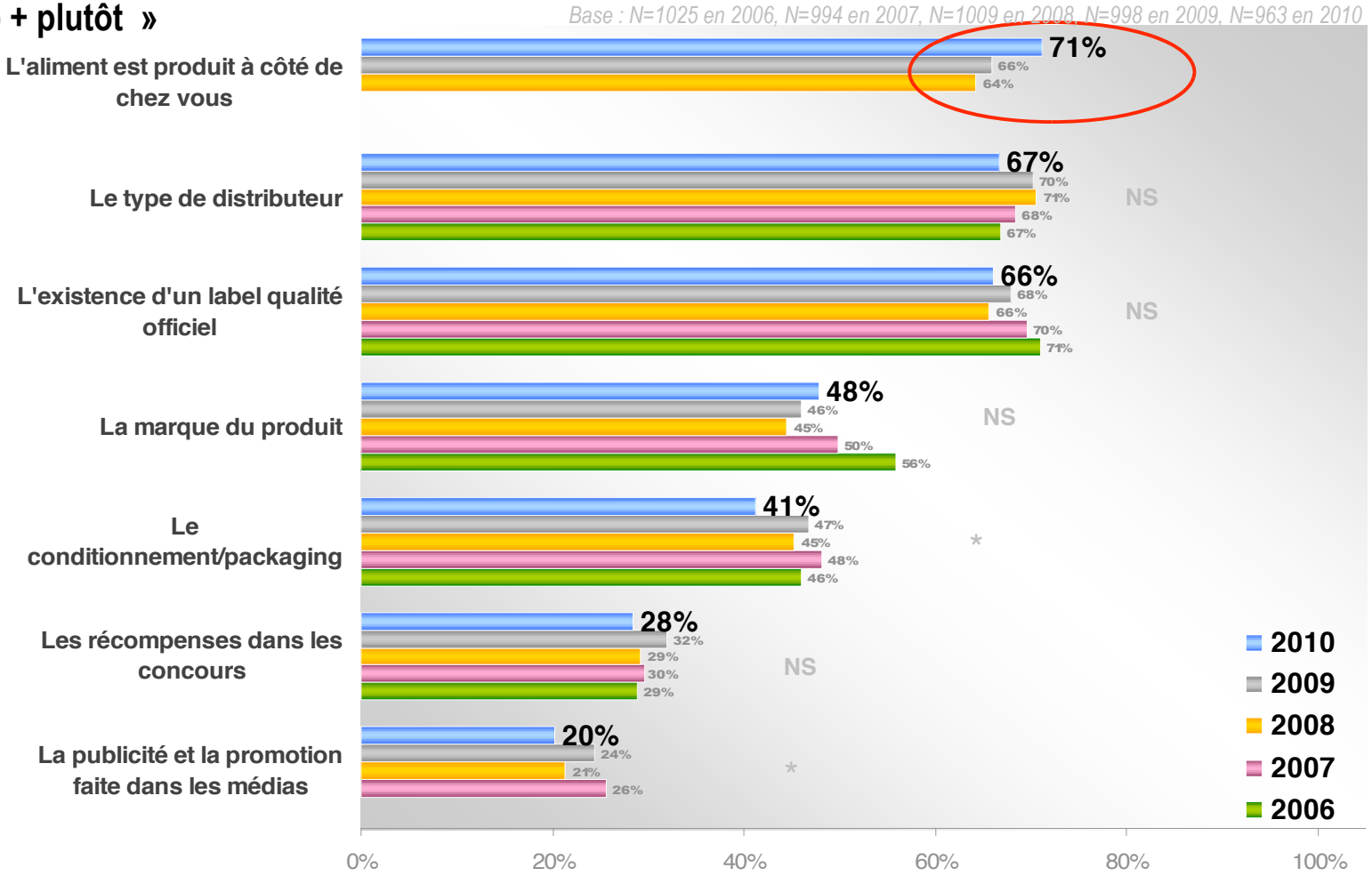


Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

La proximité de production compte de plus en plus aux yeux des consommateurs

« Pour chacun des critères suivants, dîtes-moi si pour vous personnellement, ils compte beaucoup, plutôt, pas vraiment ou pas du tout pour vous faire une idée sur la qualité d'un produit alimentaire ? » Réponses « Beaucoup + plutôt »

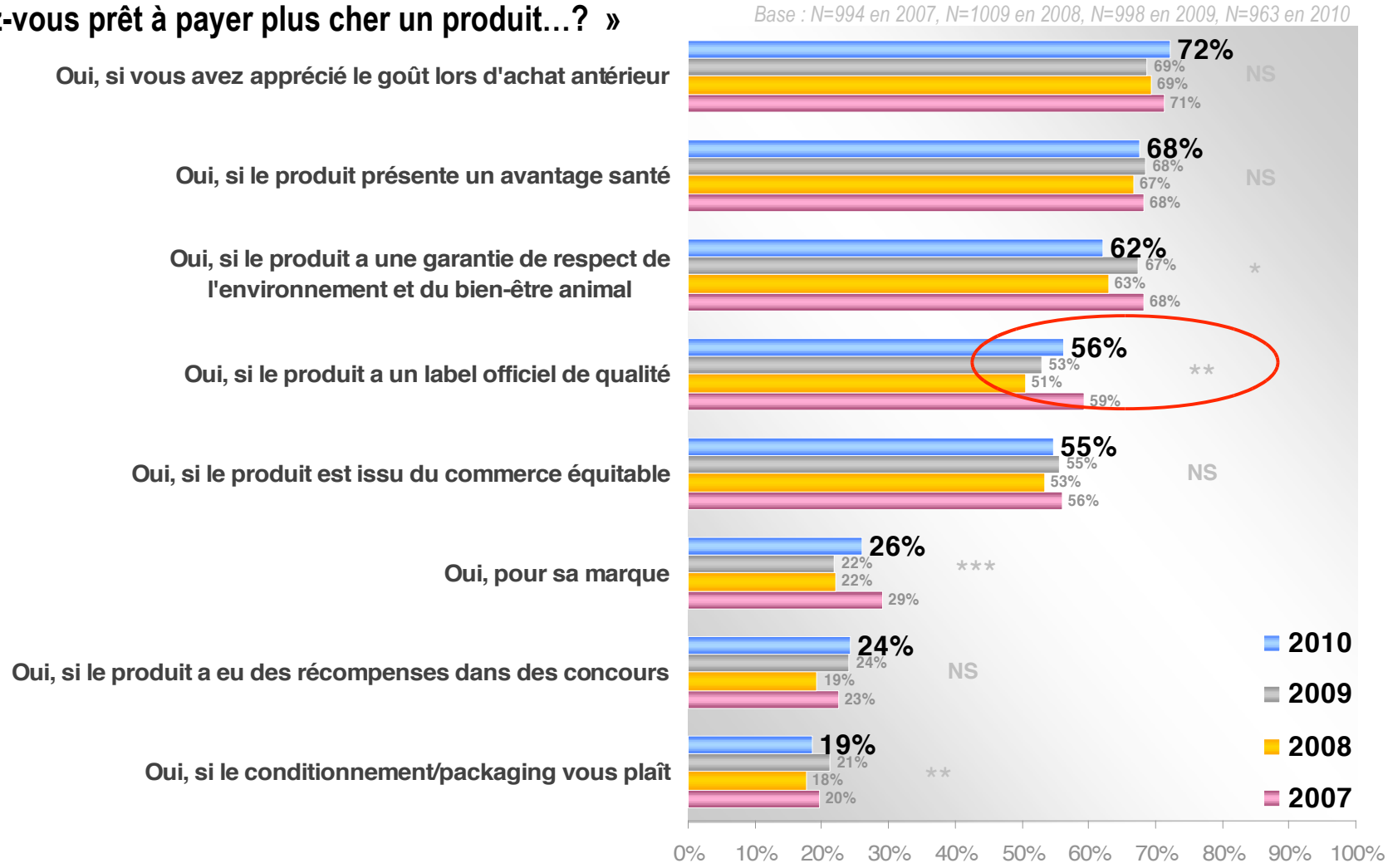


Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Depuis 2 ans, la propension à payer plus pour un label de qualité ne cesse de croître

« Seriez-vous prêt à payer plus cher un produit…? »



Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Baromètre de la perception de l'alimentation

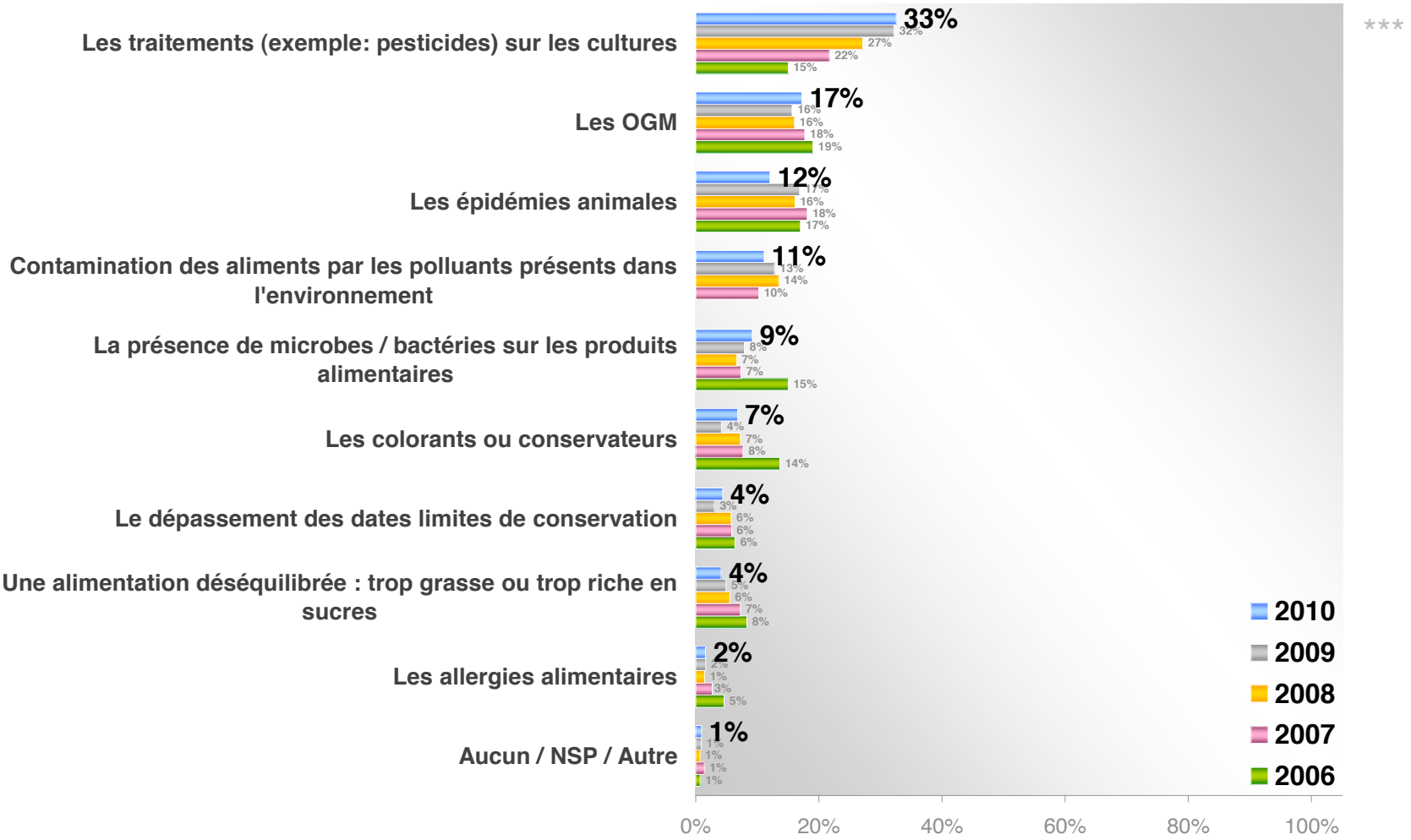
- Le contexte de l'alimentation en 2010
  - Conjoncture et dépenses alimentaires
  - Les habitudes d'achat en matière d'alimentation
  - L'obésité
- Enjeux de l'alimentation
  - L'opinion quant aux enjeux de l'alimentation dans notre société
  - L'éducation à l'alimentation
- La perception de l'alimentation
  - Alimentation santé ou alimentation plaisir
  - Définition de la qualité
  - Les risques liés à l'alimentation
  - L'information sur les risques sanitaires
- Les acteurs : confiance et image
- Synthèse : Typologie

CRÉDOC

Les inquiétudes concernant les traitements sur les cultures continuent de croître

« En pensant aux risques liés à l'alimentation sur la santé des personnes, quels sont ceux qui vous inquiètent le plus ? » En Premier ?

Base : N=1025 en 2006, N=994 en 2007, N=1009 en 2008, N=998 en 2009, N=963 en 2010



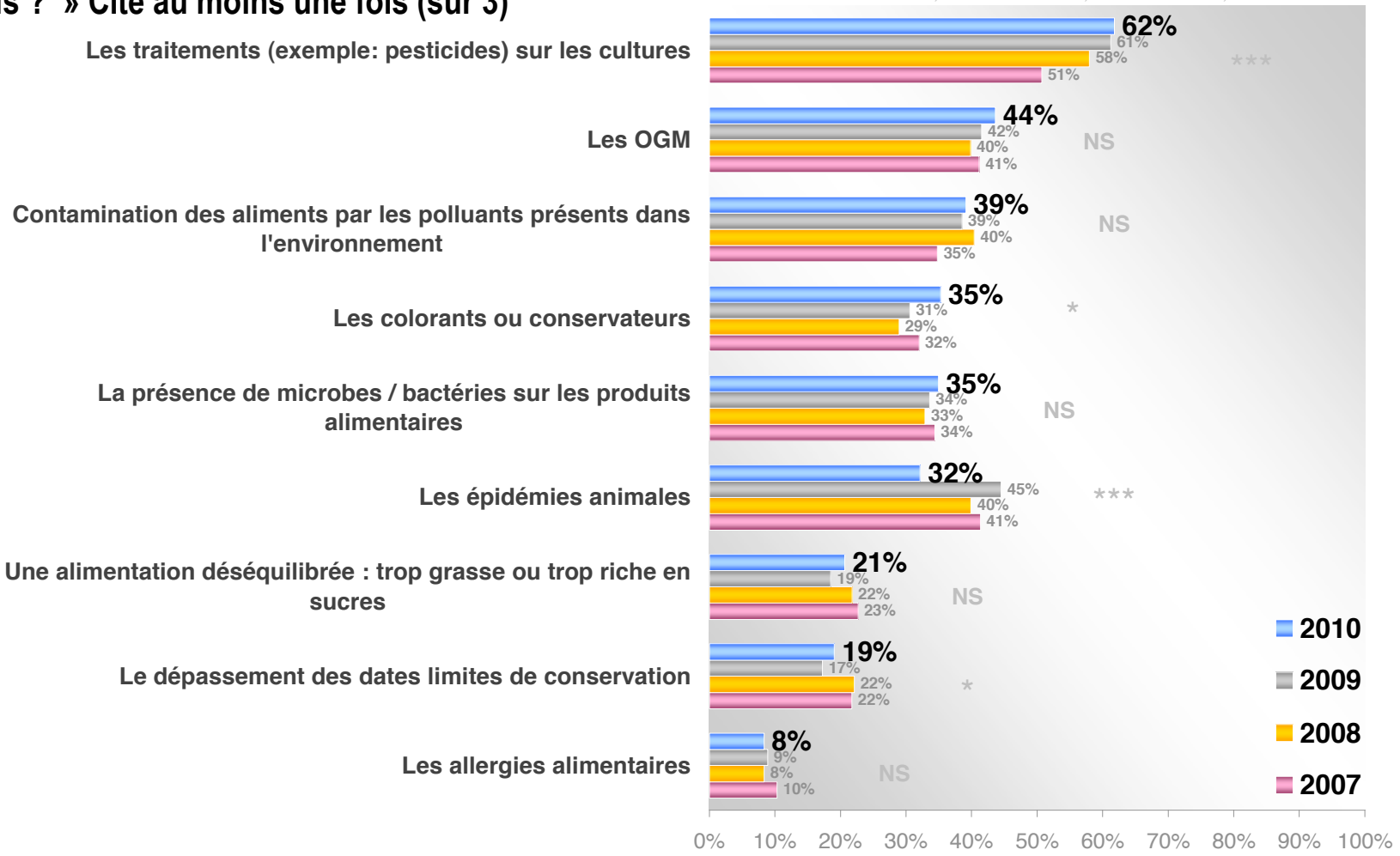
Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Les inquiétudes concernant les traitements sur les cultures continuent de croître

« En pensant aux risques liés à l'alimentation sur la santé des personnes, quels sont ceux qui vous inquiètent le plus ? » Cité au moins une fois (sur 3)

Base : N=994 en 2007, N=1009 en 2008, N=998 en 2009, N=963 en 2010



Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

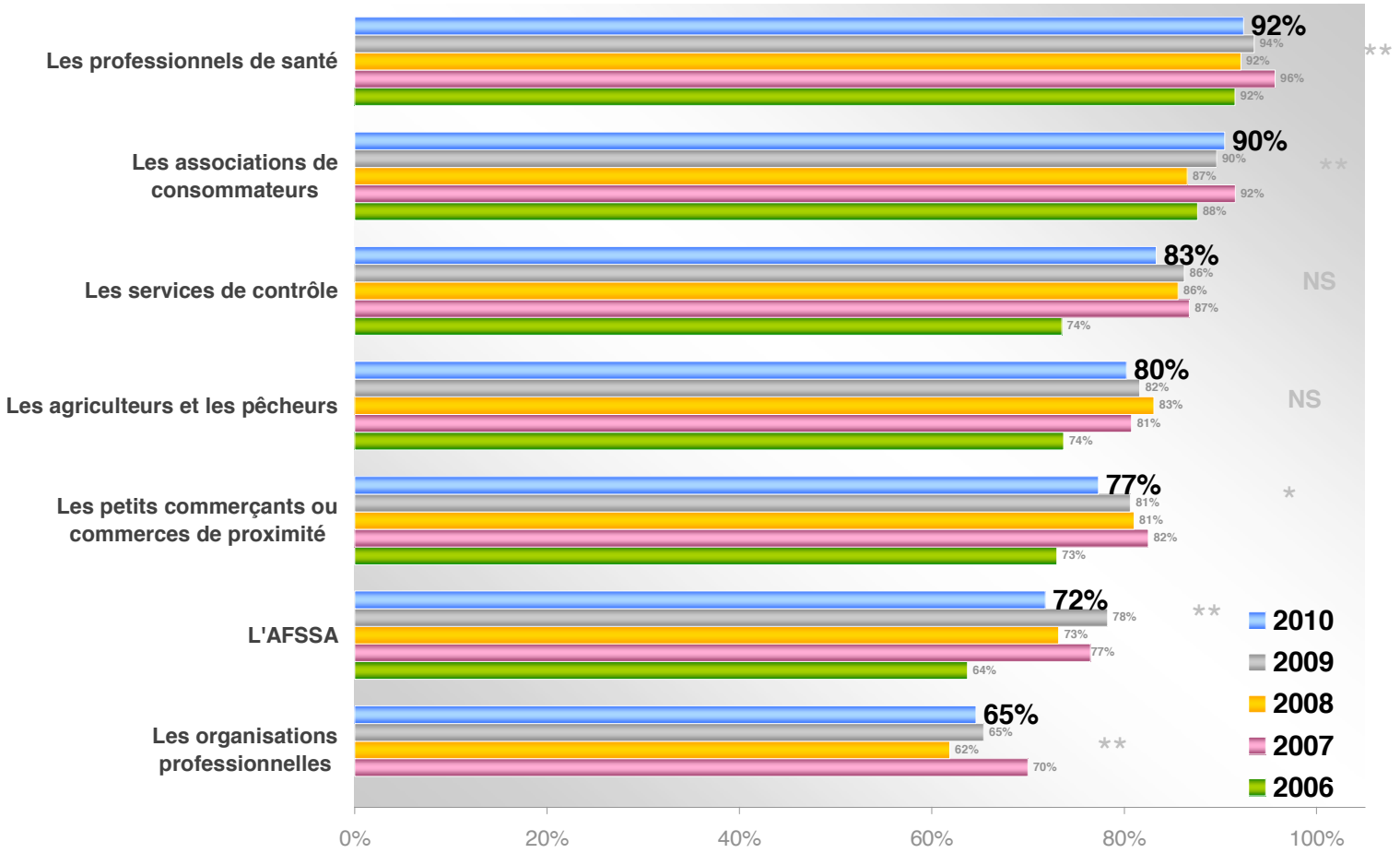
Baromètre de la perception de l'alimentation

- Le contexte de l'alimentation en 2010
  - Conjoncture et dépenses alimentaires
  - Les habitudes d'achat en matière d'alimentation
  - L'obésité
- Enjeux de l'alimentation
  - L'opinion quant aux enjeux de l'alimentation dans notre société
  - L'éducation à l'alimentation
- La perception de l'alimentation
  - Alimentation santé ou alimentation plaisir
  - Définition de la qualité
  - Les risques liés à l'alimentation
  - L'information sur les risques sanitaires
- Les acteurs : confiance et image
- Synthèse : Typologie

En matière d'information sur les risques sanitaires, 90% des Français ont confiance dans les professionnels de santé et les associations de consommateurs

« De manière générale, en ce qui concerne les risques sanitaires des aliments, avez-vous tout à fait, plutôt confiance, pas vraiment ou pas confiance du tout en l'information que vous recevez de la part de chacun des acteurs suivants ? » Réponse : Tout à fait et plutôt confiance

Base : N=1025 en 2006, N=994 en 2007, N=1009 en 2008, N=998 en 2009, N=963 en 2010



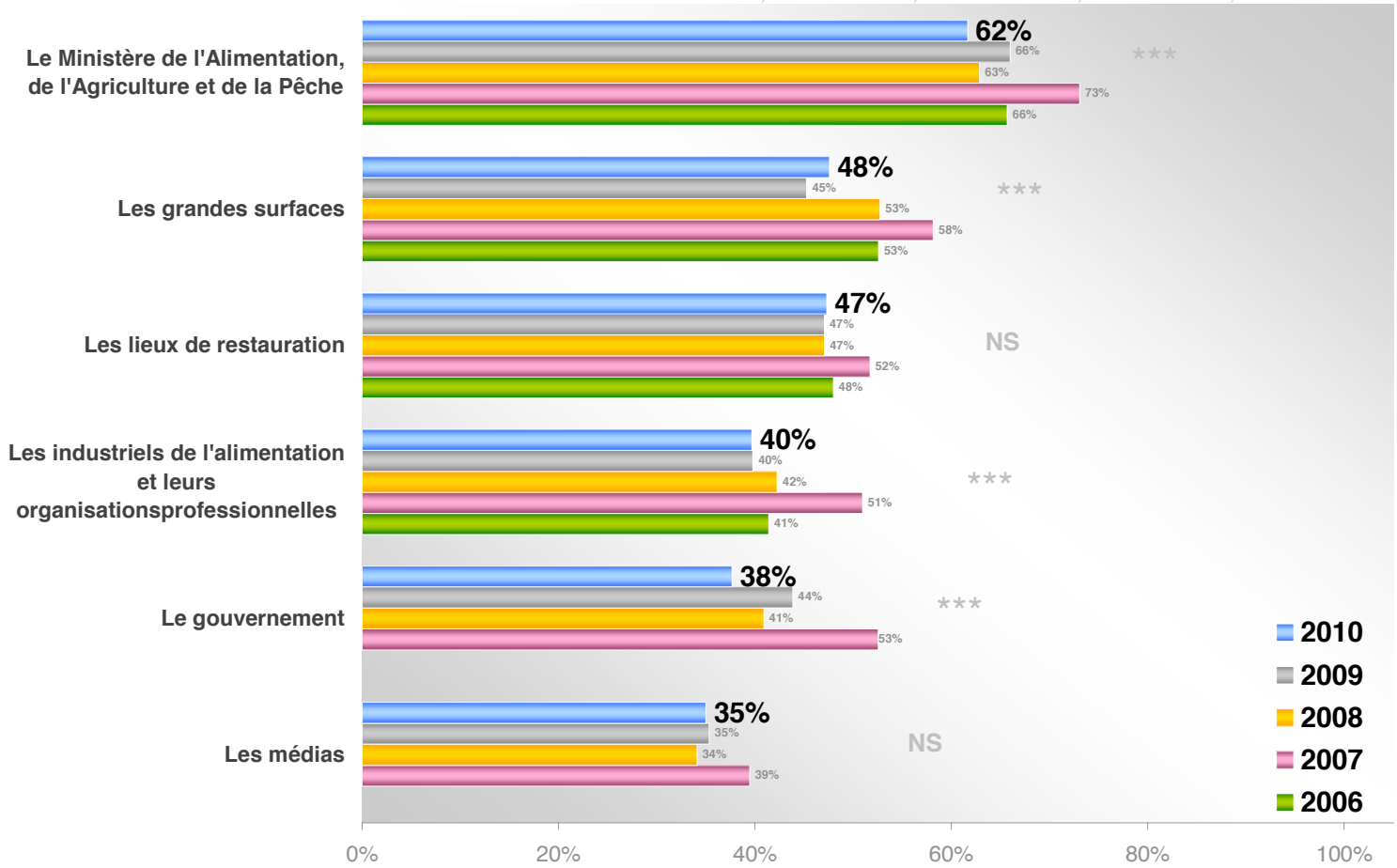
Baromètre alimentation 2006-07-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

En matière d'information sur les risques sanitaires, 90% des Français ont confiance dans les professionnels de santé et les associations de consommateurs

« De manière générale, en ce qui concerne les risques sanitaires des aliments, avez-vous tout à fait, plutôt confiance, pas vraiment ou pas confiance du tout en l'information que vous recevez de la part de chacun des acteurs suivants ? » Réponse : Tout à fait et plutôt confiance (Suite)

Base : N=1025 en 2006, N=994 en 2007, N=1009 en 2008, N=998 en 2009, N=963 en 2010



Baromètre alimentation 2006-07-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Baromètre de la perception de l'alimentation

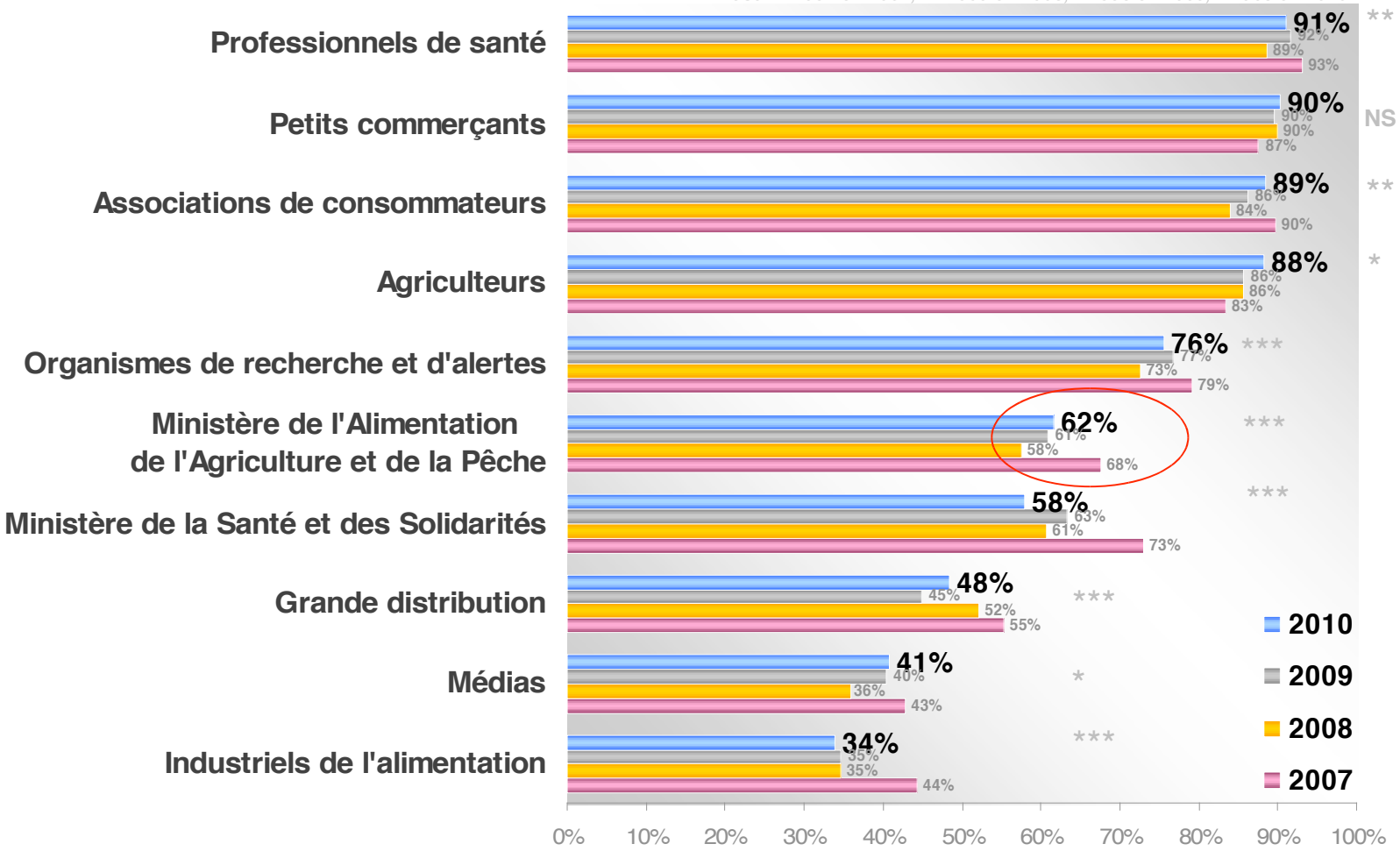
- Le contexte de l'alimentation en 2010
  - Conjoncture et dépenses alimentaires
  - Les habitudes d'achat en matière d'alimentation
  - L'obésité
- Enjeux de l'alimentation
  - L'opinion quant aux enjeux de l'alimentation dans notre société
  - L'éducation à l'alimentation
- La perception de l'alimentation
  - Alimentation santé ou alimentation plaisir
  - Définition de la qualité
  - Les risques liés à l'alimentation
  - L'information sur les risques sanitaires
- Les acteurs : confiance et image
- Synthèse : Typologie (reste à réaliser)

CRÉDOC

L'image des associations de consommateurs et des agriculteurs presque aussi bonne que celle des petits commerçants & des professionnels de santé

« Pour chacun des organismes suivants, dîtes-moi si vous en avez globalement une très bonne, bonne, assez bonne, assez mauvaise ou très mauvaise image ? » (% bonne + très bonne)

Base : N=994 en 2007, N=1009 en 2008, N=998 en 2009, N=963 en 2010

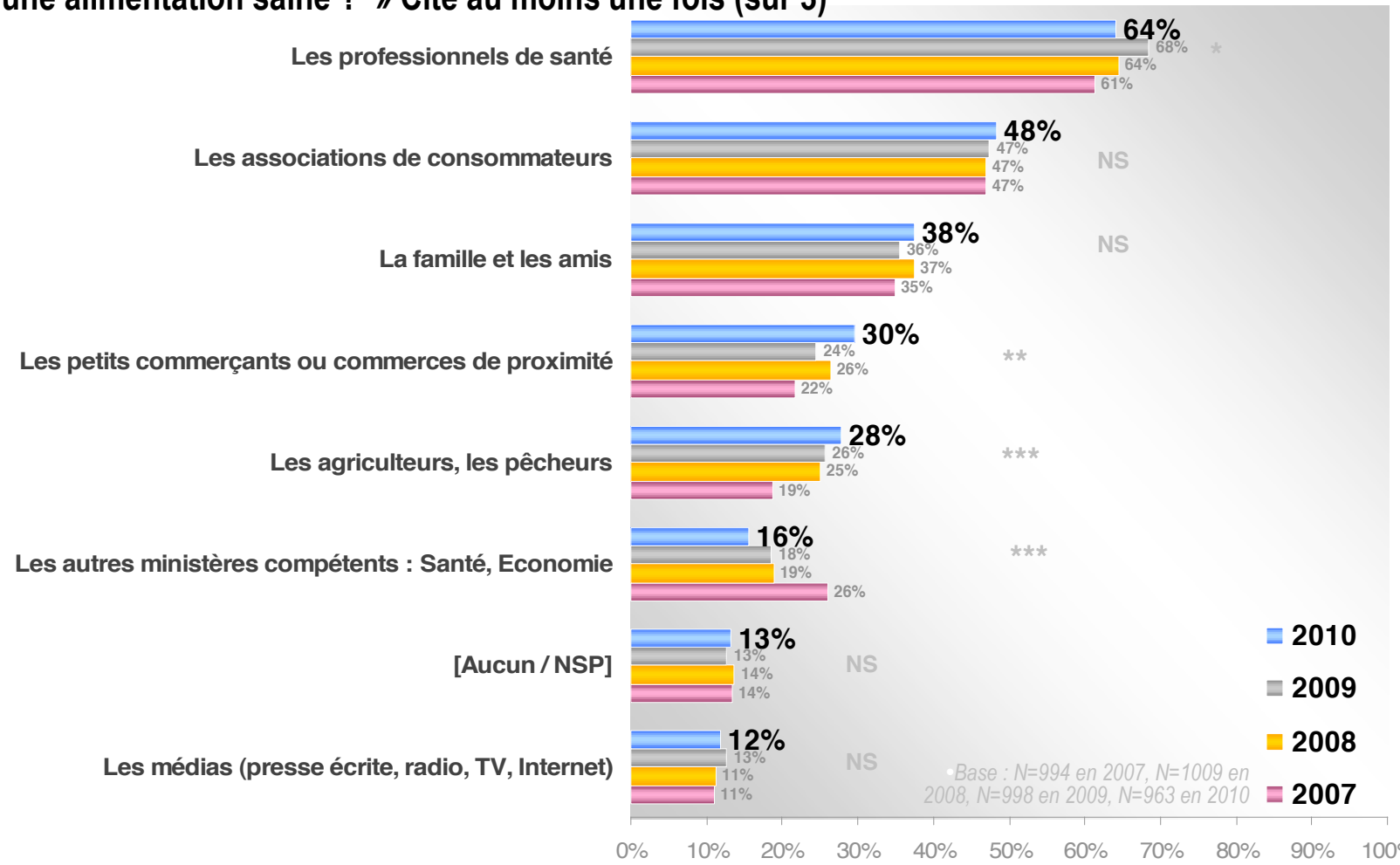


Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Près de 2/3 des Français ont confiance dans les professionnels de santé pour leur donner des informations fiables sur ce qu'est une alimentation saine

« Parmi les acteurs suivants, à qui faites-vous le plus confiance pour vous donner des informations fiables sur ce qu'est une alimentation saine ? » Cité au moins une fois (sur 3)

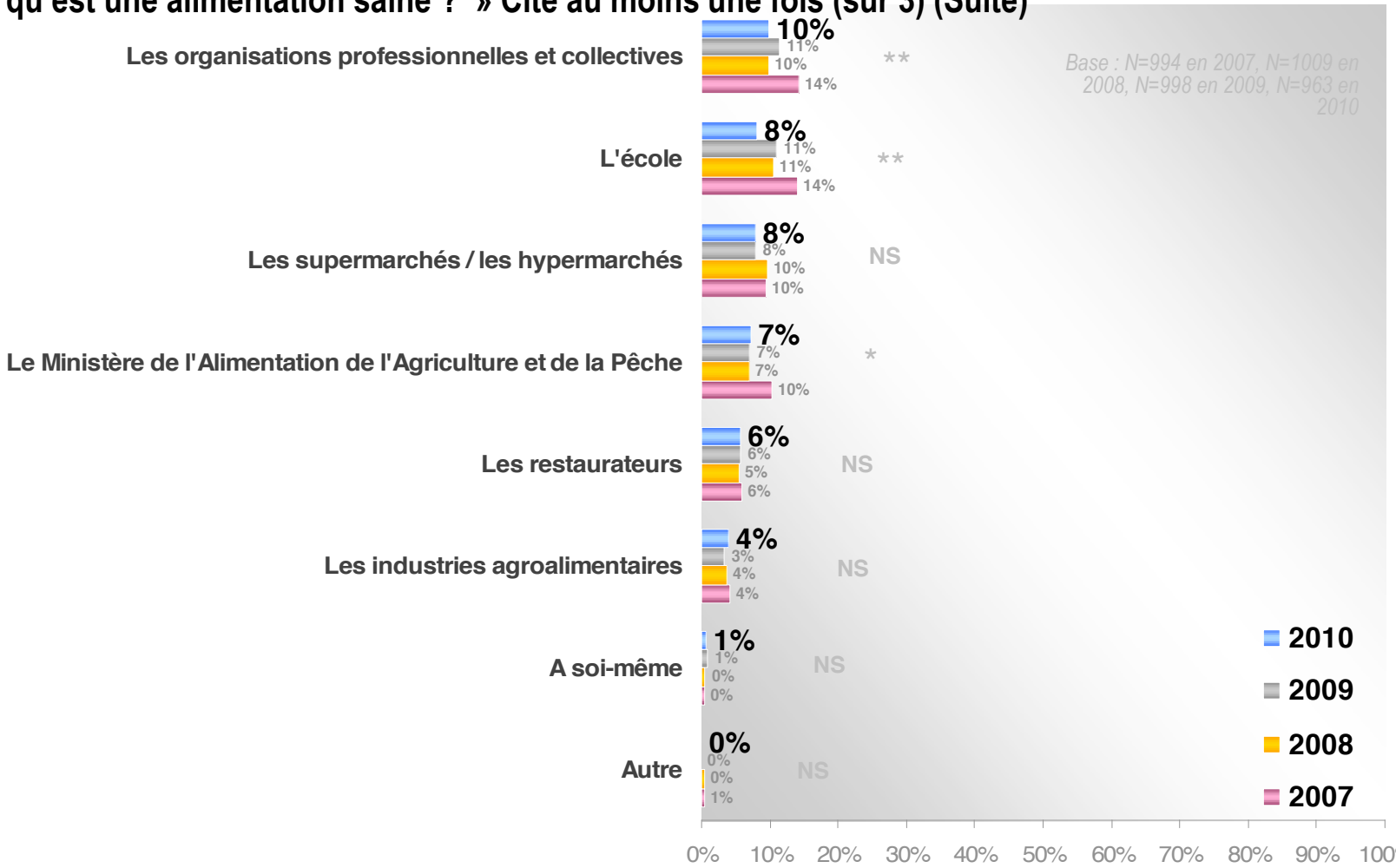


Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Les professionnels de santé les acteurs en qui les Français ont le plus confiance pour leur donner des informations fiables sur ce qu'est une alimentation saine

« Parmi les acteurs suivants, à qui faites-vous le plus confiance pour vous donner des informations fiables sur ce qu'est une alimentation saine ? » Cité au moins une fois (sur 3) (Suite)

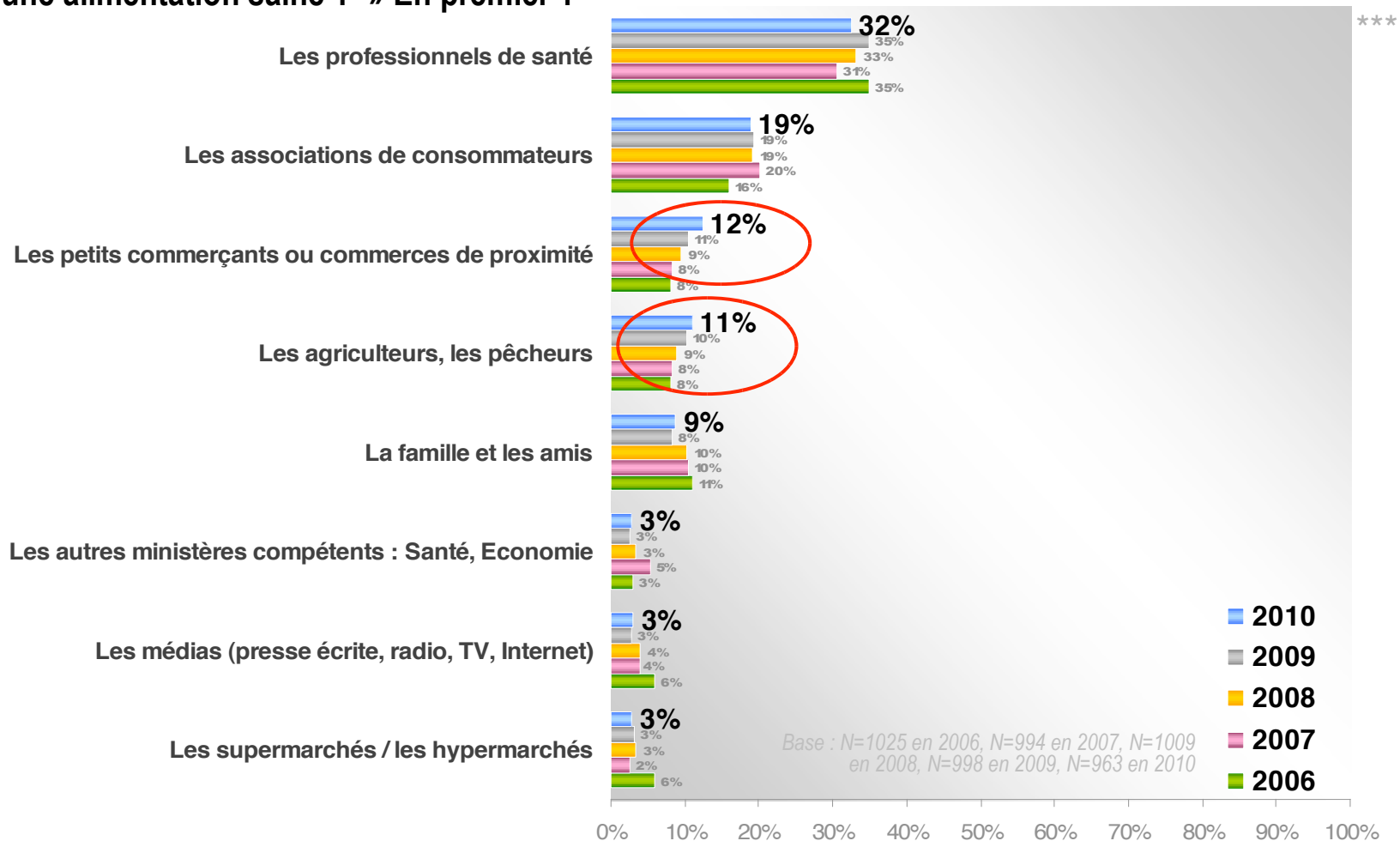


Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

La confiance dans les petits commerçants et les agriculteurs continue de croître en matière d'alimentation saine

« Parmi les acteurs suivants, à qui faites-vous le plus confiance pour vous donner des informations fiables sur ce qu'est une alimentation saine ? » En premier ?

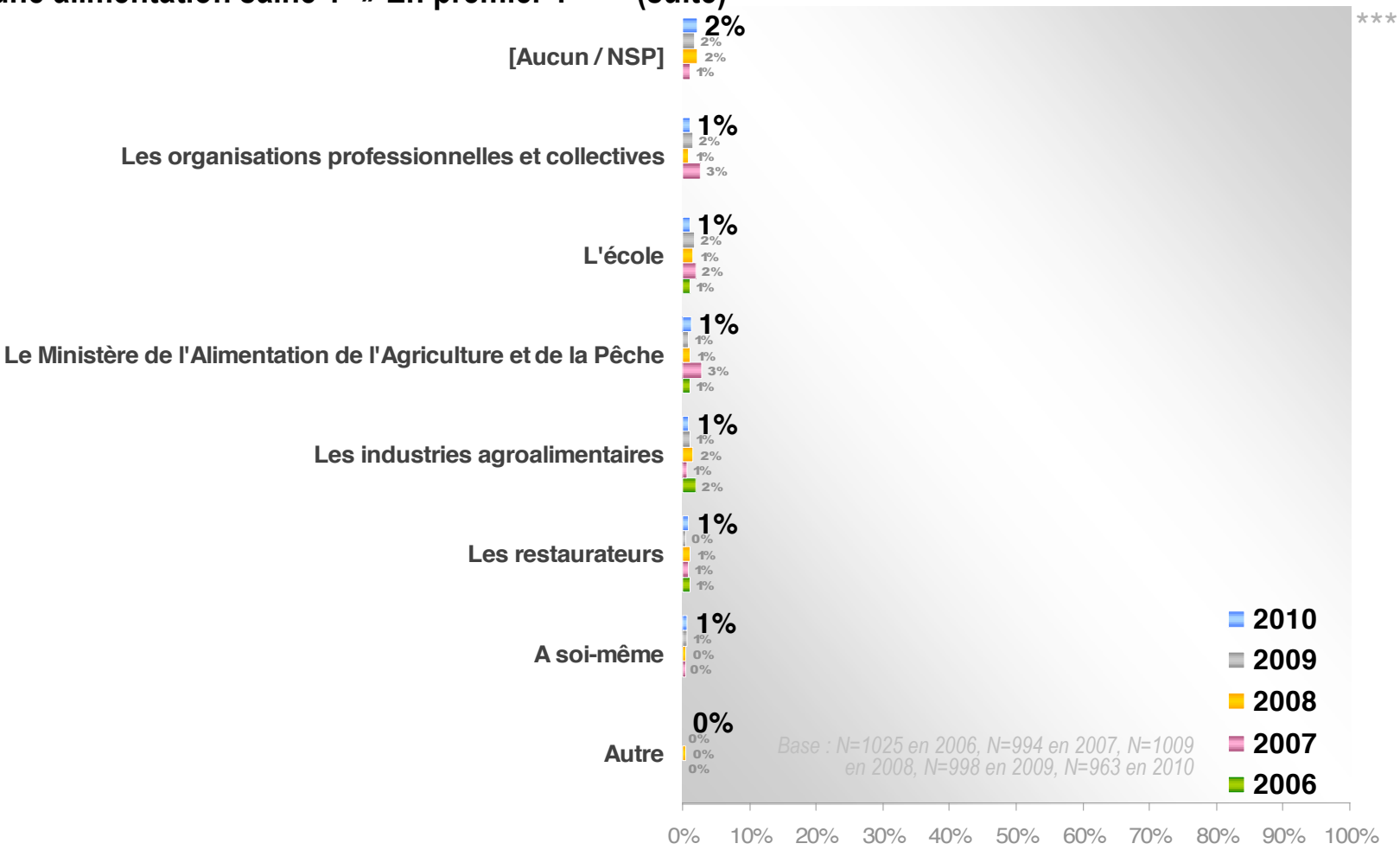


Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

La confiance dans les petits commerçants et les agriculteurs continue de croître en matière d'alimentation saine

« Parmi les acteurs suivants, à qui faites-vous le plus confiance pour vous donner des informations fiables sur ce qu'est une alimentation saine ? » En premier ? (suite)



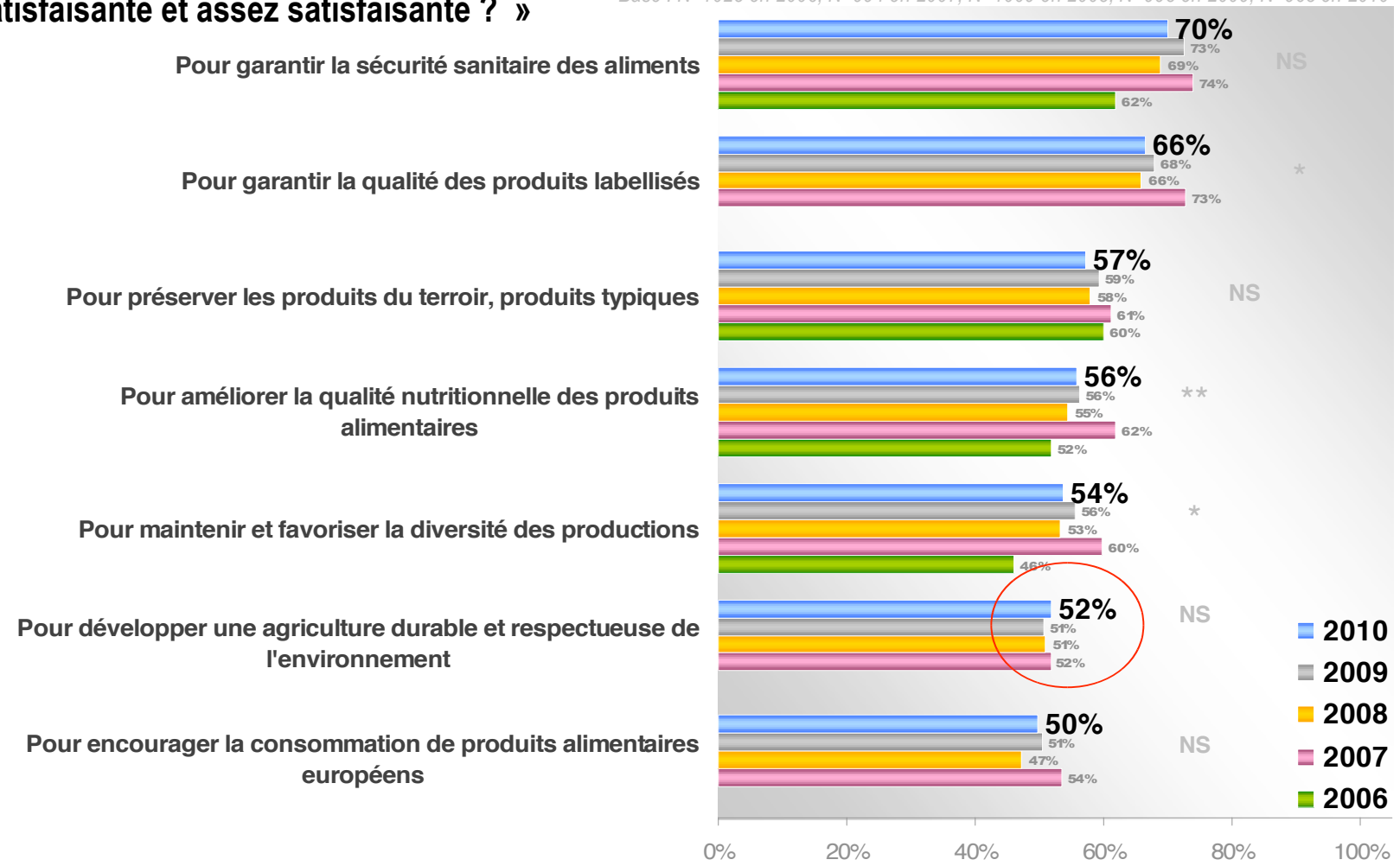
Baromètre alimentation 2007-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

CRÉDOC

Pour une majorité de Français, l'action du Ministère de l'Alimentation est jugée satisfaisante pour garantir la sécurité sanitaire et la qualité des produits labellisés et préserver les produits de terroir

« Pensez-vous que le Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche mène une action : très satisfaisante et assez satisfaisante ? »

Base : N=1025 en 2006, N=994 en 2007, N=1009 en 2008, N=998 en 2009, N=963 en 2010



Baromètre alimentation 2006-07-08-09-10, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

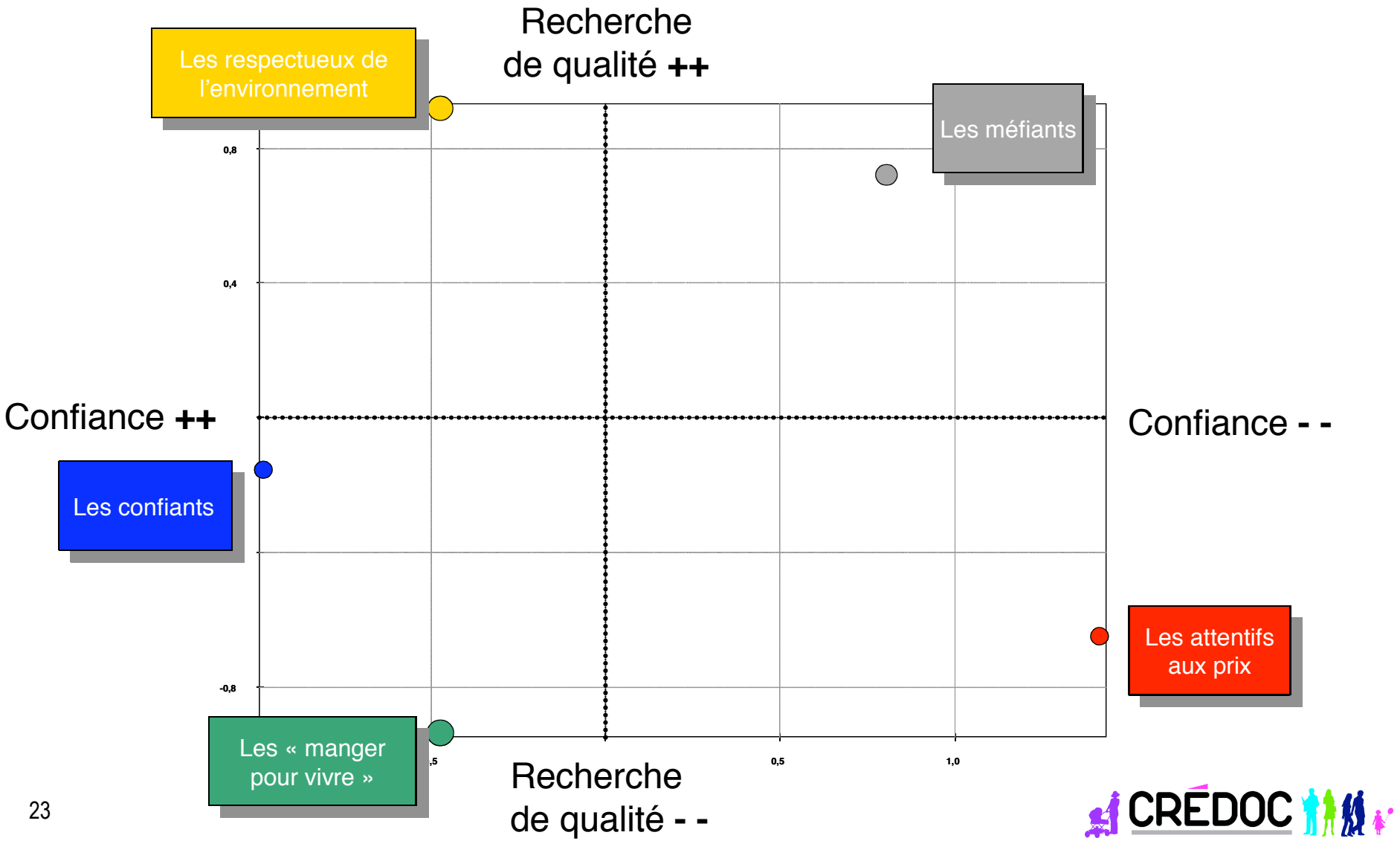
CRÉDOC

Baromètre de la perception de l'alimentation

- Le contexte de l'alimentation en 2010
  - Conjoncture et dépenses alimentaires
  - Les habitudes d'achat en matière d'alimentation
  - L'obésité
- Enjeux de l'alimentation
  - L'opinion quant aux enjeux de l'alimentation dans notre société
  - L'éducation à l'alimentation
- La perception de l'alimentation
  - Alimentation santé ou alimentation plaisir
  - Définition de la qualité
  - Les risques liés à l'alimentation
  - L'information sur les risques sanitaires
- Les acteurs : confiance et image
- Synthèse : Typologie

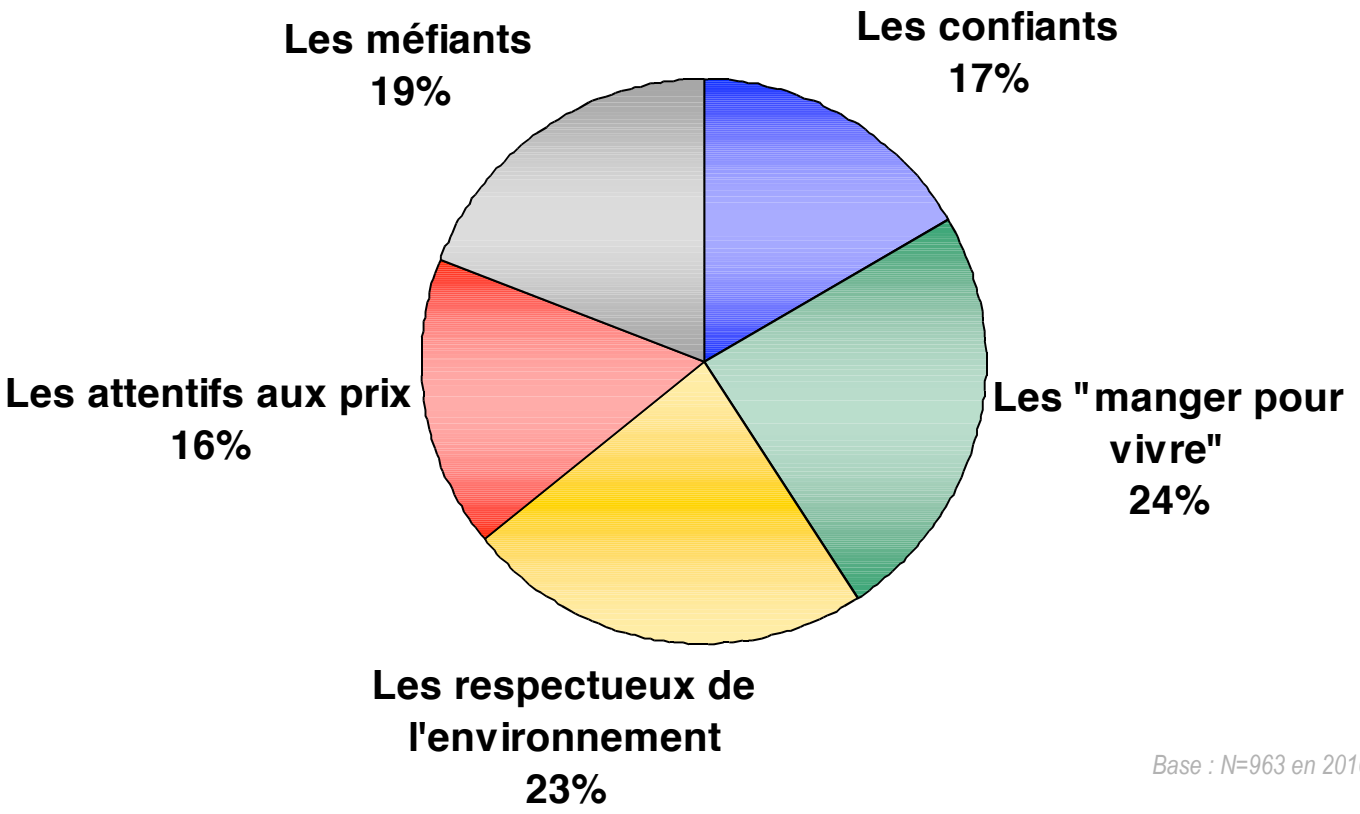
Deux axes de variabilité : (1) Confiance, (2) Recherche de qualité

Typologie de consommateurs – Premier plan factoriel de l'Analyse des Correspondances Multiples



5 groupes de consommateurs

Typologie de consommateurs



Base : N=963 en 2010

Baromètre alimentation 2010, Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CRÉDOC

Typologie des consommateurs

Les confiants

Plus d'individus à faibles revenus

Ils ont une bonne image des acteurs de l'alimentation

Ils sont satisfaits des actions du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche

Ils sont très sensibles à la marque, la publicité, le conditionnement des produits

Ils sont sensibles à la proximité et à la présentation des produits ;

et soucieux des règles d'hygiène et de l'offre

Ils sont plus inquiets par les épidémies animales, moins par les traitements sur les cultures

Les « manger pour vivre »

Des individus plus jeunes, à faibles revenus

Pas prêts à payer plus cher les produits

Plus inquiets par le déséquilibre de leur alimentation que par des problèmes environnementaux

Font confiance à de nombreux acteurs de l'alimentation, desquels ils ont une bonne image

Confiants dans les informations émanant de l'État et satisfaits des actions du Ministère de l'Agriculture

Plus nombreux à privilégier les produits transformés.
Le prix, premier critère de choix du lieu d'achat

Les respectueux de l'environnement

Des individus plus aisés, avec un budget alimentaire important

Une recherche de la qualité labellisée et des préoccupations éthiques

Bonne image de l'action des Pouvoirs Publics et des acteurs indépendants

Des inquiétudes sur les risques environnementaux

Davantage prêts à renoncer aux produits transformés

La qualité des produits et la qualité de l'accueil comme critères prioritaires

Jugement de la qualité nutritionnelle par plusieurs canaux

Les attentifs aux prix

Des individus moins diplômés

Des individus méfiants et très sensibles aux prix

L'éducation à l'alimentation comme apprentissage de règles d'hygiène

Les méfiants

Des individus plus aisés, plus diplômés

N'ont pas confiance dans les acteurs de l'alimentation

Soucieux de la qualité des produits et inquiets des interventions sur l'environnement

Sensibles à la proximité des lieux d'achats, à la provenance et à la composition des produits

La politique d'alimentation devrait encadrer les prix des produits de première nécessité

Les confiants

- **Plus d'individus à faibles revenus**

- **Ils ont une bonne image des acteurs de l'alimentation**
- **Ils sont satisfaits des actions du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche**
- **Ils sont très sensibles à la marque, la publicité, le conditionnement des produits**
- **Ils sont sensibles à la proximité et à la présentation des produits ;**

  et soucieux des règles d'hygiène et de l'offre
- **Ils sont plus inquiets par les épidémies animales, moins par les traitements sur les cultures**

Les Confiants : Plus d'individus à faibles revenus

Les confiants

- **Plus de faibles revenus**
  - 1500-1999 € (20%, contre 14% dans la population générale)
- **Moins diplômés** (16%, contre 10%)
- **Vivant davantage en appartement HLM** (33%, contre 22%)
- **N'ayant pas d'Internet à domicile** (45%, contre 32%) **ou au travail** (79%, contre 68%)
- **Habitant en agglomérations de 2000 à 20 000 habitants** (26%, contre 17%)
- **Plus souvent situées dans l'Ouest** (20%, contre 14%)

CRÉDOC

Très confiants, ils ont aussi une bonne image des acteurs de l'alimentation

Les confiants

- **Font fortement confiance, en ce qui concerne les risques sanitaires des aliments, en l'information qu'il reçoivent de nombreux acteurs**
  - Les industriels de l'alimentation (80%, contre 40% en moyenne)
  - Les médias (68%, contre 35%)
  - Les grandes surfaces (78%, contre 48%)
  - Le ministère de l'agriculture et de la pêche (84%, contre 62%)
  - Le gouvernement (59%, contre 38%)
  - Les organisations professionnelles (83%, contre 65%)
  - Les lieux de restauration (63%, contre 47%)
  - Les agriculteurs et les pêcheurs (88%, contre 80%)
  - Les petits commerçants ou commerces de proximité (85%, contre 77%)
- **Font fortement confiance (à de nombreux acteurs) pour donner des informations fiables sur ce qu'est une alimentation saine**
  - Les industries agroalimentaires (17%, contre 4%)
  - Les supermarchés et hypermarchés (22% contre 8%)
  - Les agriculteurs et les pêcheurs (45%, contre 28%)
  - Les petits commerçants ou commerces de proximité (45%, contre 30%)
  - Les restaurateurs (14%, contre 6%)
  - Les médias (21%, contre 12%)
- **Beaucoup moins confiance à d'autres**
  - Les professionnels de santé (37%, contre 64% en moyenne)
  - Les associations de consommateurs (28%, contre 48%)
  - Les autres ministères compétents (santé, économie) (8%, contre16%)
  - La famille et les amis (29%, contre 38%)

Ils sont satisfaits des actions du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche

Les confiants

- **Très bonne image de nombreux acteurs**
  - Les industriels de l'alimentation (59% ont une bonne ou une très bonne image, contre 34% en moyenne)
  - La grande distribution (71%, contre 48%)
  - Les médias (63%, contre 41%)
  - Le ministère de l'agriculture et de la pêche (82%, contre 62%)
  - Le ministère de la santé et des solidarités (73%, contre 58%)

- **Ils jugent de manière très et assez satisfaisante l'ensemble des actions menées par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche**
  - Pour améliorer la qualité nutritionnelle des produits alimentaires (85%, contre 56%)
  - Pour développer une agriculture durable et respectueuse de l'environnement (81%, contre 52%)
  - Pour maintenir et favoriser la diversité des productions (80%, contre 54%)
  - Pour préserver les produits du terroirs (82%, contre 57%)
  - Pour garantir la sécurité sanitaire des aliments (91%, contre 70%)
  - Pour encourager la consommation de produits alimentaires européens (73%, contre 50%)
  - Pour garantir la qualité des produits labellisés (82%, contre 66%)

Très sensibles à la marque, la publicité, le conditionnement des produits

Les confiants

- **Plus sensibles à de nombreux critères pour juger de la qualité d'un produit**
  - La publicité et la promotion faite dans les médias (57%, contre 20%)
  - Le conditionnement, packaging (70%, contre 41%)
  - La marque (74% trouvent que ce critère compte, contre 48% en moyenne)
  - Les récompenses dans les concours (52%, contre 28%)
  - L'existence d'un label officiel de qualité (83%, contre 66%)
  - Le type de distributeur (81%, contre 67%)
  - Le goût apprécié lors d'un achat antérieur (8%, contre 4%)
  - L'avantage santé du produit (85%, contre 78%)

- **Sont davantage prêts à payer plus cher un produit**
  - Pour sa marque (57%, contre 26%)
  - Si le conditionnement, packaging, leur plaît (46%, contre 19%)
  - Si le produit a eu des récompenses dans les concours (53%, contre 24%)
  - Si le produit a un avantage santé (87%, contre 68%)
  - Si le produit a un label officiel de qualité (78%, contre 56%)
  - Si le produit est issu du commerce équitable (69%, contre 55%)
  - Si vous avez apprécié le goût lors d'un achat antérieur (82%, contre 72%)

Sensibles à la proximité et à la présentation des produits. Soucieux des règles d'hygiène et de l'offre

Les confiants

- **Plus prêts à renoncer, en cas de difficultés financières**, à la viande et au poisson (28% parmi les 3, contre 18% en moyenne), aux fruits et légumes (13%, contre 7%, et cité en premier pour 5%, contre 2% en moyenne), aux plats préparés (36%, contre 27%) – mais pas aux boissons alcoolisées (74%, contre 81%)

- **Critères déterminant le plus le lieu d'achat**
  - La proximité du lieu d'achat (43% le citent en premier, contre 31% en moyenne)
  - La présentation des produits (25% parmi les 3 premiers, contre 14%)

- **L'éducation à l'alimentation devrait permettre d'apprendre à cuisiner** (19% en premier, contre 11%), d'apprendre les règles d'hygiène (81% le citent dans les 3 premiers, contre 73% en moyenne) et non d'apprendre à manger équilibré (80%, contre 89%) ou d'initier au goût et à la diversité des produits (39%, contre 55%)

- **Pensent qu'aujourd'hui, la politique d'alimentation** menée par les pouvoirs publics en France doit permettre :
  - d'assurer une offre variée et diversifiée des produits (60%, contre 35%). Ils le citent en premier à 23%, contre 9% en moyenne
- Ils **évoquent beaucoup moins** le fait
  - de veiller à la qualité nutritionnelle des produits mis sur le marché (51%, contre 67%)
  - d'encadrer les prix des produits de première nécessité pour permettre à tous de se nourrir (56%, contre 69%)
  - de maintenir l'activité agricole et l'emploi dans le domaine agroalimentaire (50% contre 61%)

Plus inquiets par les épidémies animales, moins par les traitements sur les cultures

Les confiants

- **Pour se faire une idée de la qualité d'un produit alimentaire**, ils citent l'avantage santé du produit (85%, contre 78%)

- **Risques qui les inquiètent plus**
  - Les épidémies animales (28% le citent en premier, contre 12%) (et 50% parmi les 3 premiers, contre 32% en moyenne)
  - Les colorants ou conservateurs (19% en premier, contre 7%) (et 44% parmi les 3 premiers, contre 35%)
  - Le dépassement des dates-limites de conservation (29% parmi les 3 premiers, contre 19%)
  - Une alimentation déséquilibrée, trop grasse ou trop riche en sucre (30%, contre 21%)

- **Risques qui les inquiètent moins**
  - Les traitements sur les cultures (20% le citent en premier, contre 33% en moyenne)
  - La contamination des aliments par les polluants présents dans l'environnement (20% le citent parmi les 3 premiers, contre 39% en moyenne)
  - La présence de microbes/bactéries sur les produits (22%, contre 35%)

Les « manger pour vivre »

- **Des individus plus jeunes, à faibles revenus**

- **Pas prêts à payer plus cher les produits**
- **Plus inquiets par le déséquilibre de leur alimentation que par des problèmes environnementaux**
- **Font confiance à de nombreux acteurs de l'alimentation, desquels ils ont une bonne image**
- **Confiants dans les informations émanant de l'État et satisfaits des actions du Ministère de l'Agriculture**
- **Plus nombreux à privilégier les produits transformés.**
  Le prix, premier critère de choix du lieu d'achat

Les « manger pour vivre » : Des individus plus jeunes, à faibles revenus

Les « manger pour vivre »

- **Plus de jeunes** :
  - 18-24 ans (20%, contre 11% dans la population générale)
- **Plus d'étudiants et lycéens** (12%, contre 5%)
- **Célibataires** (24%, contre 18%)
- **Inactifs** (24%, contre 18%)
- **Plus d'employés** (22%, contre 17%)
- Chef de famille **ouvrier** (26%, contre 19%) ou **employé** (17%, contre 13%)
- **Plus de non-diplômés**
  - Aucun diplôme (16%, contre 10%)
- **Méconnaissance du revenu mensuel** (11%, contre 7%)
- **Un faible budget alimentaire** (50-99 euros pour 44%, contre 37%)
- **Plus de locataires** (67%, contre 49%)
- **Habitant en appartement HLM** (32%, contre 22%)
- **Foyer composé de 3 personnes** (24%, contre 18%)
- Vivant davantage dans l'**Est du Bassin parisien** (13%, contre 8%)
- **Indice de confiance élevé**
  - Très grande confiance (37%, contre 21%)
  - Grande confiance (44%, contre 32%)

Pas prêts à payer plus cher les produits

Les « manger pour vivre »

- **Peu sensibles à de nombreux critères pour juger de la qualité d'un produit :**
  - L'existence d'un label officiel de qualité (seuls 39% trouvent que ce critère compte, contre 66% en moyenne)
  - L'existence d'une garantie de respect de l'environnement et du bien-être animal (61%, contre 76%)
  - Les récompenses dans les concours (11%, contre 28%)
  - Une information sur la traçabilité du produit, dont le pays d'origine (68% trouvent que ce critère compte, contre 80% en moyenne)
  - La composition du produit (75%, contre 84%)
  - Le type de distributeur (60%, contre 67%)

- **Mais plus sensibles au critère du prix** (93%, contre 86%)

- **Ne sont pas prêts à payer plus cher un produit :**
  - Si le produit a un label officiel de qualité (seuls 14% y sont prêts, contre 56% en moyenne)
  - Si le produit a une garantie de respect de l'environnement et du bien-être animal (26%, contre 62%)
  - Si le produit est issu du commerce équitable (25%, contre 55%)
  - Si le produit a eu des récompenses dans les concours (3%, contre 24%)
  - Si vous avez apprécié le goût lors d'un achat antérieur (53%, contre 72%)
  - Si le produit a un avantage santé (41%, contre 69%)
  - Pour sa marque (11%, contre 26%)
  - Si le conditionnement vous plaît (10%, contre 20%)

Plus inquiets par le déséquilibre de leur alimentation que par des problèmes environnementaux

Les « manger pour vivre »

- **Risques qui les inquiètent + :**
  - Le **dépassement des DLC** (11% le cite en premier, contre 4% en moyenne)
  - une **alimentation déséquilibrée** (8% contre 4%)
  - La **présence de microbes** ou bactéries sur les produits alimentaires (46% le citent parmi les 3 premiers, contre 35% en moyenne),
  - **le dépassement des DLC** (26%, contre 19%),
  - les **allergies alimentaires** (13%, contre 8%)

- **Risques qui les inquiètent - :**
  - les OGM (31%, contre 44%),
  - les colorants ou conservateurs (25%, contre 35%)
  - les traitements sur les cultures (53%, contre 62%)

Font confiance à de nombreux acteurs de l'alimentation, desquels ils ont une bonne image

Les « manger pour vivre »

- **Font confiance, en ce qui concerne les risques sanitaires des aliments, en l'information qu'il reçoivent de nombreux acteurs** :
  - Le gouvernement (59%, contre 38%)
  - Le ministère de l'agriculture et de la pêche (81%, contre 62%)
  - Les grandes surfaces (67% leur font confiance, contre 48% en moyenne)
  - Les industriels de l'alimentation (55%, contre 40%)
  - Les agriculteurs et les pêcheurs (93%, contre 80%)
  - Les services de contrôle (94%, contre 83%)
  - Les professionnels de santé (98%, contre 92%)
  - Les organisations professionnelles (74%, contre 65%)
  - L'AFSSA (80%, contre 72%)
  - Les médias (44%, contre 35%)
  - Les lieux de restauration (55%, contre 47%)

- **Bonne image de** :
  - La grande distribution (68%, contre 48%)
  - Les industriels de l'alimentation (52% ont une bonne ou très bonne image, contre 34% en moyenne)
  - Les agriculteurs (97%, contre 88%)
  - Le Ministère de la santé et des solidarités (73%, contre 58%)
  - Le Ministère de l'agriculture et de la pêche (76%, contre 62%)
  - Les médias (53%, contre 41%)
  - Les professionnels de santé (96%, contre 91%)

Confiants dans les informations émanant de l'État et satisfaits des actions du Ministère de l'Agriculture

Les « manger pour vivre »

- **Confiants dans les informations sur ce qu'est une alimentation saine données par** les autres ministères compétents (24%, contre 15%), mais pas dans celles données par les petits commerçants ou commerces de proximité (19%, contre 30%), ou les associations de consommateurs (41%, contre 48%)

- **Pensent qu'aujourd'hui, l'éducation à l'alimentation** devrait :
  - **apprendre à manger équilibré** (59% citent cette réponse en premier, contre 49% en moyenne)

- Ils **jugent de manière très et assez satisfaisante l'ensemble des actions menées par le Ministère de l'Agriculture et de la Pêche**
  - Pour développer une agriculture durable et respectueuse de l'environnement (69%, contre 52%)
  - Pour développer les produits les produits du terroir (73%, contre 57%)
  - Pour améliorer la qualité nutritionnelle des produits alimentaires (71%, contre 56%)
  - Pour développer une agriculture durable et respectueuse de l'environnement (69%, contre 52%)
  - Pour maintenir et favoriser la diversité des productions (68%, contre 54%)
  - Pour encourager la consommation de produits alimentaires européens (62%, contre 50%)
  - Pour garantir la sécurité sanitaire des aliments (83%, contre 70%)

Plus nombreux à privilégier les produits transformés. Le prix, premier critère de choix du lieu d'achat

Les « manger pour vivre »

- **Plus prêts à renoncer**, en cas de difficultés financières :
  - aux boissons alcoolisées (55% en premier, contre 46% ; et 87% parmi les 3 premières citées, contre 81%)

- **Moins prêts à renoncer,** en cas de difficultés financières :
  - aux produits en conserve (8%, contre 16%)
  - aux plats préparés (66%, contre 73%)

- **Plus nombreux à citer le prix** parmi les 3 premiers critères (93%, contre 82%), et comme **premier critère** pour déterminer le lieu d'achat (48%, contre 32%)
  - Moins nombreux à citer la qualité de l'accueil et les conseils donnés par le commerçant (17%, contre 26%), la présentation du produit (9%, contre 14%)

Les respectueux de l'environnement

- **Des individus plus aisés, avec un budget alimentaire important**

- **Une recherche de la qualité labellisée et des préoccupations éthiques**
- **Bonne image de l'action des Pouvoirs Publics et des acteurs indépendants**
- **Des inquiétudes sur les risques environnementaux**
- **Davantage prêts à renoncer aux produits transformés**
- **La qualité des produits et la qualité de l'accueil comme critères prioritaires**
- **Jugement de la qualité nutritionnelle par plusieurs canaux**

Les « respectueux de l'environnement » : Des individus plus aisés

Les respectueux de l'environnement

- Des **couples** (76%, contre 64%) dont une partie sans enfant et inactif (27%, contre 18%)
- Des foyers composés de **2 personnes** (43%, contre 36%)
- Vivant plus que la moyenne dans des **agglomérations de plus de 100 000 habitants** (36%, contre 29%)
- Vivant dans le **Nord** (11%, contre 6%)
- Des **revenus élevés** :
  - Plus de 3500 € (16%, contre 10%)
- Logeant en **maison individuelle** (70%, contre 56%).
- Et plus souvent **propriétaires** (61%, contre 48%)
- **Accès Internet :**
  - A domicile (78%, contre 68%)
  - Au travail (40%, contre 32%)
- **Budget alimentaire par semaine moyen et élevé :**
  - 150-199 € (19%, contre 13%)

Une recherche de la qualité labellisée et des préoccupations éthiques

Les respectueux de l'environnement

- **Fortement sensibles à certains critères pour juger de la qualité d'un produit :**
  - Une information sur la traçabilité du produit (97%, contre 80% en moyenne)
  - L'existence d'un label officiel de qualité (86% trouvent que ce critère compte, contre 66%)
  - L'existence d'une garantie de respect de l'environnement et du bien-être animal (90%, contre 75%)

- **Plus nombreux** à penser que le ministère de l'agriculture mène une action satisfaisante pour encourager la consommation de produits alimentaires européens (62%, contre 50%)

- **Sont + prêts à payer plus cher un produit :**
  - Si le produit a un label officiel de qualité (85%, contre 56%)
  - Si le produit a une garantie de respect de l'environnement et du bien-être animal (88%, contre 62%)
  - Si le produit a un avantage santé (91%, contre 68%)
  - Si vous avez apprécié le goût lors d'un achat antérieur (88%, contre 72%)
  - Si le produit est issu du commerce équitable (72%, contre 55%)
  - Si le produit a eu des récompenses dans les concours (37%, contre 24%)

Bonne image de l'action des Pouvoirs Publics

Les respectueux de l'environnement

- **L'action du Ministère de l'agriculture et de la pêche est jugée satisfaisante** :
  - Pour garantir la qualité des produits labellisés (88%, contre 66%)
  - Pour améliorer la qualité nutritionnelle des produits alimentaires (76%, contre 56%)
  - Pour maintenir et favoriser la diversité des productions (72%, contre 54%)
  - Pour garantir la sécurité sanitaire des aliments (86%, contre 70%)
  - Pour développer une agriculture durable et respectueuse de l'environnement (70%, contre 52%)
  - Pour préserver les produits du terroir (produits typiques) (74%, contre 57%)

- **L'éducation à l'alimentation devrait permettre** d'initier au goût et à la diversité des produits (69% le citent dans les 3 premiers, contre 57% en moyenne) et non d'apprendre à cuisiner (40%, contre 53%

Bonne image de l'action des Pouvoirs Publics et des acteurs indépendants

Les respectueux de l'environnement

- **Bonne image** du Ministère de la santé (76%, contre 58%), du Ministère de l'agriculture et de la pêche (78%, contre 62%), des Associations de consommateurs (98%, contre 89%), des Petits commerçants (98%, contre 90%), des Organismes de recherche et d'alerte (88%, contre 76%), des Agriculteurs (95%, contre 88%), des Professionnels de santé (95%, contre 91%)

- Font **fortement confiance,** pour donner des informations fiables sur ce qu'est une alimentation saine :
  - Aux agriculteurs et pêcheurs (87%, contre 80%)
  - Aux professionnels de santé (76%, contre 64%)
  - Aux autres ministères compétents (santé, économie) (24%, contre 16%)

- Font **peu confiance,** pour donner des informations fiables sur ce qu'est une alimentation saine :
  - A la famille et aux amis (29%, contre 38%)
  - Les supermarchés et les hypermarchés (2%, contre 8%)
  - Les restaurateurs (1%, contre 6%)

Des inquiétudes sur les risques environnementaux

Les respectueux de l'environnement

- Font **fortement confiance,** en ce qui concerne les risques sanitaires des aliments, en l'information qu'il reçoivent de nombreux acteurs :
  - Le Ministère de l'agriculture et de la pêche (80%, contre 62%)
  - Les petits commerçants ou commerces de proximité (90%, contre 77%)
  - Les associations de consommateurs (99%, contre 90%)
  - Les organisations professionnelles (79%, contre 65%)
  - Les services de contrôle (93%, contre 83%)
  - Les professionnels de santé (98%, contre 92%)
  - L'AFSSA (80%, contre 72%)
  - Les médias (73% contre 65%)

- Risques qui les **inquiètent plus** :
  - La contamination des aliments par les polluants présents dans l'environnement (52% le citent dans les 3 premiers, contre 39%)
  - La présence de microbes/bactéries sur les produits alimentaires (44% contre 35% ; et 14% le citent en premier contre 9% en moyenne)
  - Les traitements sur les cultures (70%, contre 62%)

- Risques qui les **inquiètent moins** :
  - Les allergies alimentaires (2% contre 8%)
  - Le dépassement des dates-limites de conservation (13%, contre 19%)

Davantage prêts à renoncer aux produits transformés

Les respectueux de l'environnement

- **Plus prêts à renoncer**, en cas de difficultés financières :
  - Aux produits en conserve (25%, contre 16%)
  - aux plats préparés (84% le citent au moins une fois sur 3, contre 73%)

- **Moins prêts à renoncer,** en cas de difficultés financières :
  - à la viande et au poisson (7%, contre 18%)
  - aux fruits et légumes (1%, contre 7%)
  - Au fromage (4% contre 11%)

La qualité des produits et la qualité de l'accueil comme critères prioritaires

Les respectueux de l'environnement

- **Plus nombreux** à citer au moins une fois **comme critère pour déterminer le lieu d'achat :**
  - La qualité de l'accueil et les conseils donnés par le commerçant (44%, contre 26%)
  - La qualité des produits (89%, contre 83%)
  - La variété des produits (64%, contre 57%)
  - La renommée du magasin ou du commerçant (25%, contre 15%)

- **Plus nombreux** à citer comme **premier critère pour déterminer le lieu d'achat :**
  - La qualité des produits (43%, contre 25%)
  - La qualité de l'accueil et les conseils donnés par le commerçant (5%, contre 2%)

- **Moins nombreux** à citer comme **premier critère pour déterminer le lieu d'achat :**
  - Le prix (67%, contre 82%)
  - Les horaires d'ouverture (9%, contre 17%)

Juger de la qualité nutritionnelle par plusieurs canaux

Les respectueux de l'environnement

- **Les éléments qui comptent le plus pour se faire une idée de la qualité d'un produit alimentaire**
  - Les récompenses dans les concours (43%, contre 28%)
  - La composition du produit (94%, contre 84%)
  - L'avantage santé du produit (90%, contre 78%)
  - Le goût apprécié lors d'un achat antérieur (99%, contre 96%)

- **Et ceux qui comptent le moins**
  - La publicité et la promotion faite dans les médias (90%, contre 80%)
  - Le prix (81%, contre 86%)

- **Pensent** qu'aujourd'hui, la politique d'alimentation menée par les pouvoirs publics en France doit permettre :
  - **de veiller à la qualité nutritionnelle des produits mis sur le marché** (79%, citent cette réponse dans les 3 premières, contre 67% en moyenne ; 26% la citent en premier, contre 20% en moyenne)

Les attentifs aux prix

- **Des individus moins diplômés**

- **Des individus méfiants et très sensibles aux prix**
- **L'éducation à l'alimentation comme apprentissage de règles d'hygiène**

Les Attentifs aux prix : des individus moins diplômés

Les attentifs aux prix

- **Plus de célibataires**
  - 27%, contre 18%
- **Plus d'inactifs**
  - 9%, contre 4%
- **Plus de célibataires**
  - 28%, contre 19%
- **Plus agés**
  - 50-64 ans (33%, contre 25%)
- **Plus de locataires** (58%, contre 49%)
- **Plus de revenus faibles**
  - Moins de 999 euros : 18%, contre 11%
  - Revenu mensuel de 500 à 749 euros : 8%, contre 3%

Des individus méfiants et très sensibles aux prix

Les attentifs aux prix

- Plus nombreux à **ne pas être satisfaits des actions du ministère de l'agriculture** et de l'environnement
- Plus nombreux à **n'avoir confiance en aucun acteur de l'alimentation** en ce qui concerne l'information reçue sur les risques sanitaires des aliments
- Plus nombreux à **ne pas avoir une bonne image de l'ensemble des organismes** qui jouent un rôle dans l'alimentation
- Plus nombreux à ne **pas être prêts à payer plus cher un produit**, quelle que soit la raison
  - Si le produit a un label officiel de qualité, seuls 29% sont prêts à payer plus cher le produit, contre 56% en moyenne
  - Si le produit a eu des récompenses dans les concours (4%, contre 24%)
  - Si le produit présente un avantage santé (45%, contre 68%)
- Plus nombreux à penser qu'à part pour le prix, **aucun des critères ne compte pour se faire une idée sur la qualité** d'un produit alimentaire
  - L'existence d'un label officiel de qualité (42% seulement y sont sensibles, contre 66% en moyenne)
- Plus nombreux à évoquer **le prix comme premier critère** qui détermine le lieu d'achat (44%, contre 32%)
  - Les horaires d'ouverture le déterminent aussi (27%, contre 17%)
  - A l'inverse, seuls 42% retiennent la variété des produits, contre 57% en moyenne

L'éducation à l'alimentation comme apprentissage de règles d'hygiène

Les attentifs aux prix

- **Plus prêts à renoncer**, en cas de difficultés financières :
  - Aux fruits et légumes (13%, contre 7%)

- **L'éducation à l'alimentation devrait permettre d'apprendre les règles d'hygiène** (38% le citent dans les 3 premiers, contre 27% en moyenne)

- Plus nombreux à ne faire confiance à aucun **organisme jouant un rôle dans l'alimentation** pour donner des informations fiables sur ce qu'est une alimentation saine

Les méfiants

- **Des individus plus aisés, plus diplômés**

- **N'ont pas confiance dans les acteurs de l'alimentation**
- **Soucieux de la qualité des produits et inquiets des interventions sur l'environnement**
- **Sensibles à la proximité des lieux d'achats, à la provenance et à la composition des produits**
- **La politique d'alimentation devrait encadrer les prix des produits de première nécessité**

Les Méfiants : Des individus plus aisés, plus diplômés

Les méfiants

- Plus **professions intermédiaires** (21%, contre 13%), **de professions libérales et cadres** (13%, contre 8%)
- **Plus de diplômés**
  - 2ème, 3ème cycles (27%, contre 15%)
- Des **revenus moyens et** élevés :
  - Plus de 3500 € (17%, contre 10%)
  - 4500 à 5999 € (6%, contre 2%)
- **Plus de propriétaires** (65%, contre 48%)
- **Plus dans le Sud-ouest** (17%, contre 11%), Plus nombreux à **avoir Internet au travail** (41%, contre 32%)

Des individus qui n'ont pas confiance dans les acteurs de l'alimentation

Les méfiants

- **A quels acteurs font-ils confiance** pour donner une information sur les risques sanitaires des aliments
  - Les associations de consommateurs (98%, contre 90%)
  - Les professionnels de santé (76%, contre 64%)
- Beaucoup moins aux grandes surfaces (20%, contre 48%) et aux industriels de l'alimentation (15%, contre 42%), au ministère de l'agriculture (44%, contre 65%), au gouvernement (19%, contre 39%), aux lieux de restauration (28%, contre 48%) aux agriculteurs (65%, contre 81%), aux organisations professionnelles (61, contre 73%), aux petits commerçants ou commerces de proximité (68%, contre 78%), aux médias (25%, contre 35%)

- **A quels acteurs font-ils confiance** pour donner une information fiable sur ce qu'est une alimentation saine
  - Les associations de consommateurs (74% le citent parmi les 3 premiers, contre 48%)
  - La famille et les amis (46%, contre 38%)
- Beaucoup moins aux supermarchés et hypermarchés (1%, contre 8%), aux industries agroalimentaires (0%, contre 4%)

- Plus nombreux à **ne pas être satisfaits des actions du ministère de l'agriculture** et de la pêche

- Plus nombreux à **ne pas avoir une bonne image de l'ensemble des organismes** qui jouent un rôle dans l'alimentation

Soucieux de la qualité des produits et inquiets des interventions sur l'environnement

Les méfiants

- **Sont + prêts à payer plus cher un produit :**
  - Si le produit a une **garantie de respect de l'environnement** et du **bien-être animal** (85%, contre 62%)
  - Si le produit a un **label officiel de qualité** (79%, contre 56%)
  - Si le produit est issu du **commerce équitable** (74%, contre 55%)
  - Si vous avez apprécié le goût lors d'un achat antérieur (81%, contre 72%)
- Ne sont pas prêts à payer plus cher un produit si le conditionnement vous plaît (12% le sont, contre 20% en moyenne)

- Risques qui les **inquiètent + :**
  - **Les traitements sur les cultures** (85% le citent dans les 3 premiers, contre 62% ; et 51% le citent en premier, contre 33%)
  - **Les OGM** (59%, contre 44%)

- Risques qui les **inquiètent -** :
  - **Le dépassement des DLC** (7%, contre 19%)
  - **La présence de microbes/bactéries sur les produits alimentaires** (24%, contre 35%)
  - **Les épidémies animales** (21%, contre 32%)

Sensibles à la proximité des lieux d'achats, à la provenance et à la composition des produits

Les méfiants

- Plus nombreux à évoquer **la proximité comme premier critère** qui détermine le lieu d'achat (40%, contre 31%).
- **+ Sensibles à certains critères pour juger de la qualité d'un produit :**
  - **L'existence d'un label officiel de qualité** (82% trouvent que ce critère compte, contre 66% en moyenne)
  - Une information sur la **traçabilité du produit** (91%, contre 80%)
  - La **composition du produit** (90%, contre 84%)

- **- Sensibles à certains critères pour juger de la qualité d'un produit :**
  - Le conditionnement, packaging (27%, contre 42%)
  - La publicité et la promotion faite dans les médias (9%, contre 20%)
  - La marque (39% trouvent que ce critère compte, contre 48% en moyenne)

La politique d'alimentation devrait encadrer les prix des produits de première nécessité

Les méfiants

- **Plus prêts à renoncer**, en cas de difficultés financières à l'épicerie sucrée et à l'épicerie salée (75%, contre 62%)
  - Mais pas aux fruits et légumes (3% y renonceraient, contre 7% en moyenne)

- Peu nombreux à penser que **la politique d'alimentation menée par les pouvoirs publics** doit servir à assurer une offre variée et diversifiée (17%, contre 35% en moyenne)
  - Plus nombreux à penser qu'elle doit servir à encadrer les prix des produits de première nécessité (79%, contre 69%)

Synthèse

- **Arbitrages de consommation défavorables à la RHF et hausse de l'attention portée aux prix**
  - Dans un contexte de ralentissement du pouvoir d'achat et de reprise de la hausse des prix à la consommation, les dépenses alimentaires hors domicile reculent fortement
  - L'attention portée aux prix pour l'ensemble des biens de consommation augmente à nouveau
- **La tendance « recherche de sens » se stabilise et se transforme en forte progression du critère proximité**
  - Réponse au développement durable et à la volonté de maintenir l'activité agricole (liée à la crise)

- **Les Français à la recherche de produits alimentaires de qualité à travers labels et marques**
  - Pour les Français, se nourrir est de plus en plus synonyme de plaisir
  - Critère d'achat en croissance, la qualité des produits passe de plus en plus par la composition de l'aliment et une production locale
  - L'intérêt porté aux marque revient à son niveau d'avant la crise
  - La propension à payer plus cher un produit disposant d'un label de qualité augmente encore en 2010
  - Pour de plus en plus de Français, les produits 1er prix sont de moins bonne qualité que les marques
  - Les magasins de hard discount sont moins souvent cités comme le 1er type de magasin pour les courses alimentaires
- **Politique alimentaire : souhait de maintenir activité agricole**
  - Baisse du souhait d'encadrer les prix des produits de première nécessité
  - Hausse du souhait de maintenir l'activité agricole et l'emploi dans le domaine agroalimentaire
- **Éducation alimentaire : forte progression de l'apprentissage de la cuisine**
  - Poursuite de la croissance de la demande de l'apprentissage de la cuisine et de l'initiation au goût
- **Les consommateurs plus favorables aux acteurs publics et privés**
  - L'inquiétude sur les traitements des cultures continue de progresser
  - Hausse de la confiance accordée aux petits commerçants
  - L'image de la grande distribution s'améliore et celle des industries agroalimentaires se stabilise
  - L'image du Ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche continue de s'améliorer
  - Les actions du Ministère sont favorablement jugées par plus de la moitié des personnes interrogées