



MIEUX CONSOMMER

Les Français et les produits alimentaires spécifiques

Novembre 2021

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



ESOMAR
| member

Intermarché

Eléonore Quarré

Directrice d'études

Département Opinion, Politique & Corporate

Tel: 01 81 81 83 00

equarre@opinion-way.com

“ LA MÉTHODOLOGIE

“opinionway



La méthodologie



Echantillon de **1027 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon **la méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées les 3 et 4 novembre 2021.

Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.



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



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des **marges d'incertitude** : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :

« Sondage OpinionWay pour Intermarché »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil des personnes interrogées

Population française âgée de 18 ans et plus.

INSEE, Bilan démographique



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	25%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	24%



	Région	%
	Ile-de-France	19%
	Nord ouest	23%
	Nord est	22%
	Sud ouest	11%
	Sud est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	26%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	14%
	Catégories populaires	30%
	Employés	17%
	Ouvriers	13%
	Inactifs	43%
	Retraités	26%
	Autres inactifs	17%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	23%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%

“ LES RÉSULTATS

“opinionway

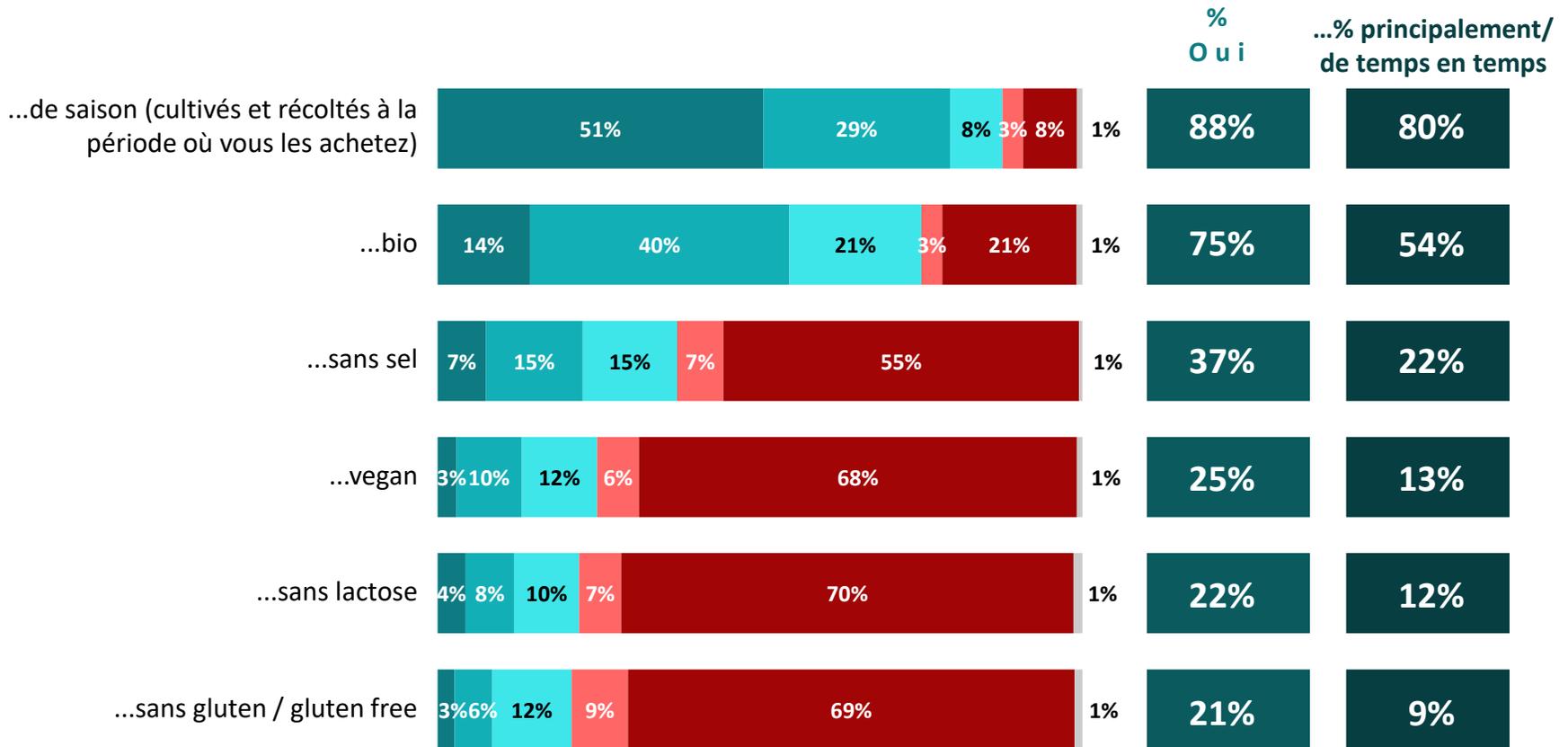


Les régimes alimentaires spécifiques



La consommation personnelle de produits alimentaires spécifiques

Q. Vous personnellement, consommez-vous des produits alimentaires... ?



“ La consommation personnelle de produits alimentaires spécifiques

Q. Vous personnellement, consommez-vous des produits alimentaires... ?


1027
personnes

	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
...de saison (cultivés et récoltés à la période où vous les achetez)	88%	90%	86%	82%	84%	85%	88%	95%	89%	79%	92%
...bio	75%	78%	73%	71%	73%	75%	76%	77%	80%	69%	75%
...sans sel	37%	39%	36%	43%	38%	34%	37%	38%	40%	34%	37%
...vegan	25%	23%	27%	42%	32%	29%	21%	12%	30%	27%	19%
...sans lactose	22%	21%	23%	32%	28%	25%	18%	15%	26%	23%	17%
...sans gluten / gluten free	21%	19%	23%	36%	25%	22%	17%	15%	25%	20%	18%

“ La consommation personnelle de produits alimentaires spécifiques

Q. Vous personnellement, consommez-vous des produits alimentaires... ?

1027
personnes

	% Oui	Catégorie d'agglomération					Consomme au moins un produit spécifique au moins de temps en temps (hors produit de saison)	
		Une commune rurale	2000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et +	Agglomération parisienne	Oui	Non
...de saison (cultivés et récoltés à la période où vous les achetez)	88%	86%	85%	87%	89%	89%	96%	72%
...bio	75%	72%	68%	73%	78%	84%	95%	42%
...sans sel	37%	30%	37%	34%	37%	51%	52%	12%
...vegan	25%	20%	19%	21%	30%	31%	36%	7%
...sans lactose	22%	20%	23%	19%	23%	27%	31%	6%
...sans gluten / gluten free	21%	19%	22%	14%	25%	21%	29%	6%



Les tendances alimentaires suivies au sein du foyer

Q. Suivez-vous une des tendances alimentaires parmi les suivantes... ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

Vous-même

Base : 1027

AU MOINS UN REGIME ALIMENTAIRE



...dont au moins un régime alimentaire sans ou limitant les produits d'origine animale



Vegan : vous ne consommez aucun produit alimentaire, textile, cosmétique ou ménager issu des animaux ou de leur exploitation (bœuf, volaille, poisson, lait, yaourt, fromage, miel, œufs mais aussi cuir, laine, soie, etc.)



...**Végétalien** : vous ne consommez aucun produit alimentaire issu des animaux ou de leur exploitation (bœuf, volaille, poisson, lait, yaourt, fromage, miel, œufs)



...**Végétarien** : vous ne consommez pas de viande animale (bœuf, volaille, poisson) du tout



...**Pesco-végétarien** : vous ne consommez pas de viande animale carnée (bœuf, volaille) mais vous mangez du poisson



...**Flexitarien** : vous essayez de limiter au maximum votre consommation de viande animale (bœuf, volaille et poisson)



...dont au moins un régime alimentaire "cru" ou "sans"



...**Une alimentation 'sans'** : vous évitez certains aliments en particulier (gluten, lactose, allergènes...)



...**Crudivore** : vous ne consommez que des aliments crus



NON, AUCUNE



NSP 1% ▼-2

▲ ▼ : Evolutions par rapport à 2017

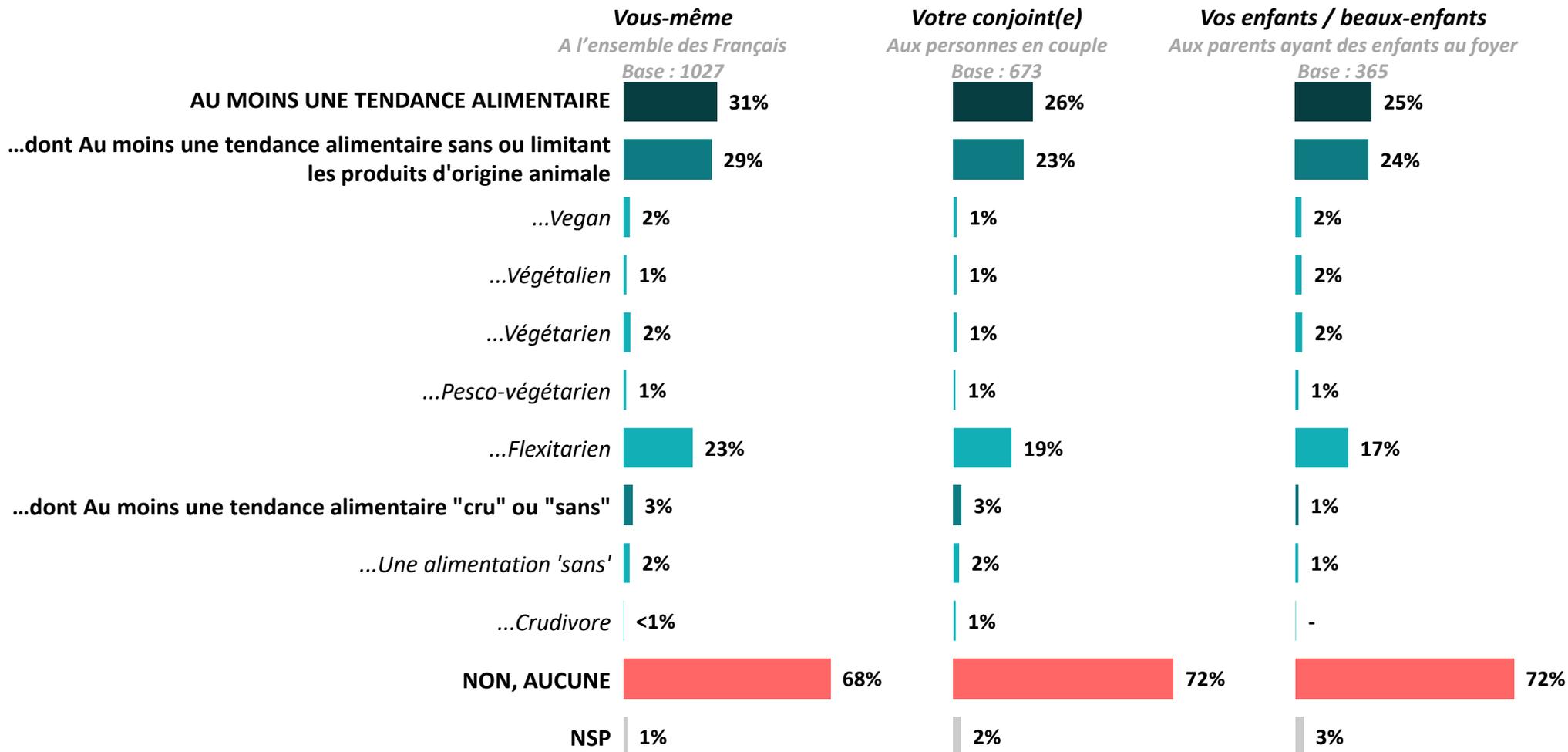
Etude réalisée en octobre 2017 par OpinionWay pour Bjorg Bonneterre



Les tendances alimentaires suivies au sein du foyer

Q. Qui, au sein de votre foyer, suit une des tendances alimentaires suivantes... ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%





Les différentes tendances alimentaires au sein du foyer



Q. Suivez-vous une des tendances alimentaires parmi les suivantes... ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

Vous-même	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
AU MOINS UNE TENDANCE ALIMENTAIRE	31%	25%	36%	40%	42%	29%	32%	20%	36%	34%	24%
...dont Au moins une tendance alimentaire sans ou limitant les produits d'origine animale	29%	24%	33%	36%	40%	27%	31%	18%	33%	33%	22%
...Vegan	2%	1%	3%	5%	7%	1%	1%	-	3%	4%	-
...Végétalien	1%	-	1%	3%	2%	-	-	1%	2%	-	-
...Végétarien	2%	2%	3%	2%	3%	4%	2%	-	2%	4%	1%
...Pesco-végétarien	1%	1%	1%	-	-	-	2%	1%	-	1%	1%
...Flexitarien	23%	20%	25%	26%	27%	22%	26%	16%	25%	25%	19%
...dont Au moins une tendance alimentaire "cru" ou "sans"	3%	2%	4%	5%	5%	2%	2%	2%	5%	2%	2%
...Une alimentation 'sans'	2%	2%	3%	2%	4%	2%	2%	2%	4%	2%	2%
...Crudivore	68%	73%	63%	57%	57%	71%	65%	79%	62%	66%	74%



Les différentes tendances alimentaires au sein du foyer

Q. Suivez-vous une des tendances alimentaires parmi les suivantes... ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%

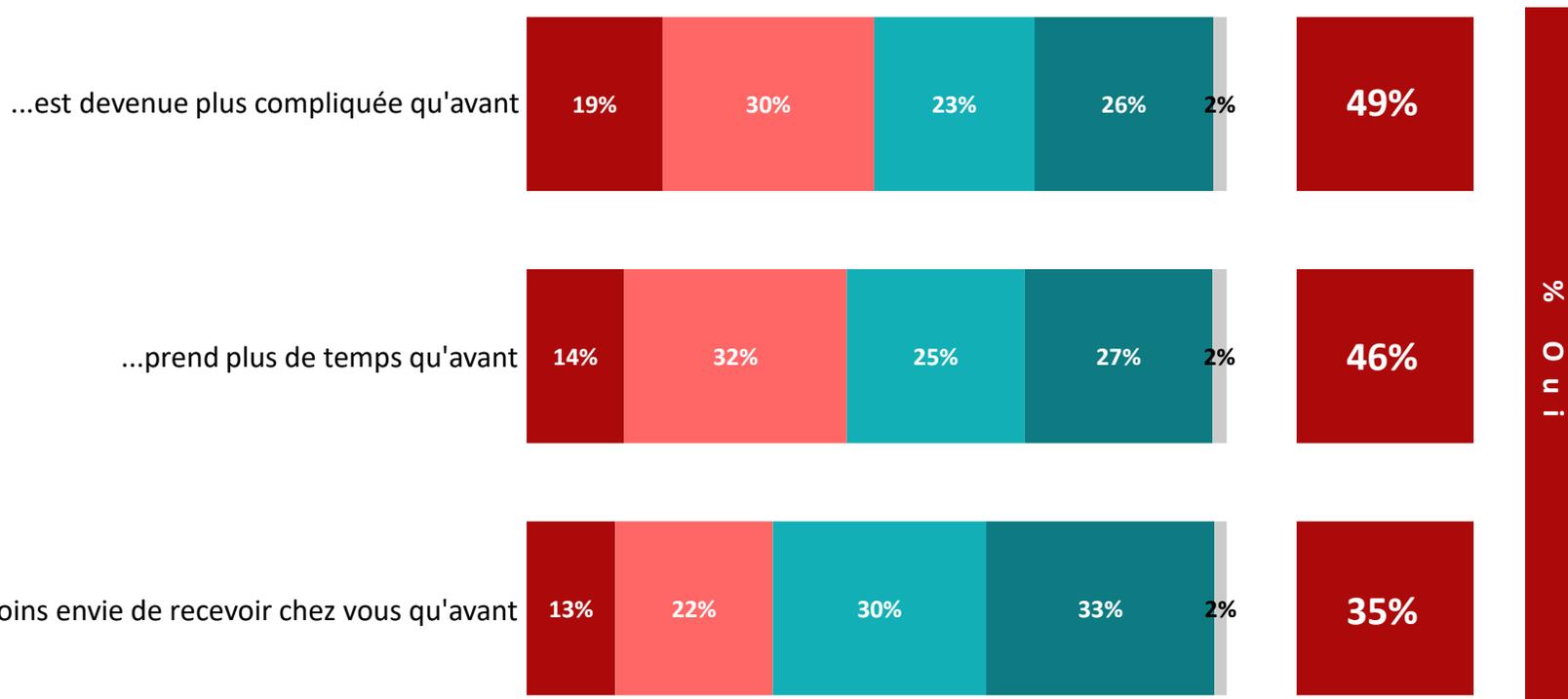


Vous-même	% Total	Catégorie d'agglomération					Consomme au moins un produit spécifique au moins de temps en temps (hors produit de saison)	
		Une commune rurale	2000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et +	Agglomération parisienne	Oui	Non
AU MOINS UNE TENDANCE ALIMENTAIRE	31%	27%	24%	27%	35%	38%	40%	14%
...dont Au moins une tendance alimentaire sans ou limitant les produits d'origine animale	29%	26%	22%	27%	32%	36%	38%	13%
...Vegan	2%	3%	-	4%	3%	1%	3%	1%
...Végétalien	1%	1%	2%	3%	-	-	1%	-
...Végétarien	2%	4%	1%	1%	1%	4%	3%	1%
...Pesco-végétarien	1%	1%	-	-	2%	1%	1%	-
...Flexitarien	23%	18%	19%	19%	26%	30%	29%	11%
...dont Au moins une tendance alimentaire "cru" ou "sans"	3%	3%	3%	-	5%	3%	4%	1%
...Une alimentation 'sans'	2%	3%	3%	-	3%	3%	4%	-
...Crudivore	68%	71%	73%	73%	64%	61%	59%	83%



L'impact des régimes particuliers de chacun

Q. Diriez-vous qu'aujourd'hui, avec les régimes particuliers de chacun (sans gluten, vegan, crudivores...), l'organisation de repas...?



Oui, tout à fait
 Oui, plutôt
 Non, plutôt pas
 Non, pas du tout
 NSP



L'impact des régimes particuliers de chacun

Q. Diriez-vous qu'aujourd'hui, avec les régimes particuliers de chacun (sans gluten, vegan, crudivores...), l'organisation de repas...?



	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
...est devenue plus compliquée qu'avant	49%	48%	51%	52%	48%	48%	45%	57%	50%	47%	53%
...prend plus de temps qu'avant	46%	44%	47%	54%	43%	48%	40%	47%	47%	48%	45%
...vous donne moins envie de recevoir chez vous qu'avant	35%	32%	38%	38%	38%	35%	31%	36%	37%	38%	33%

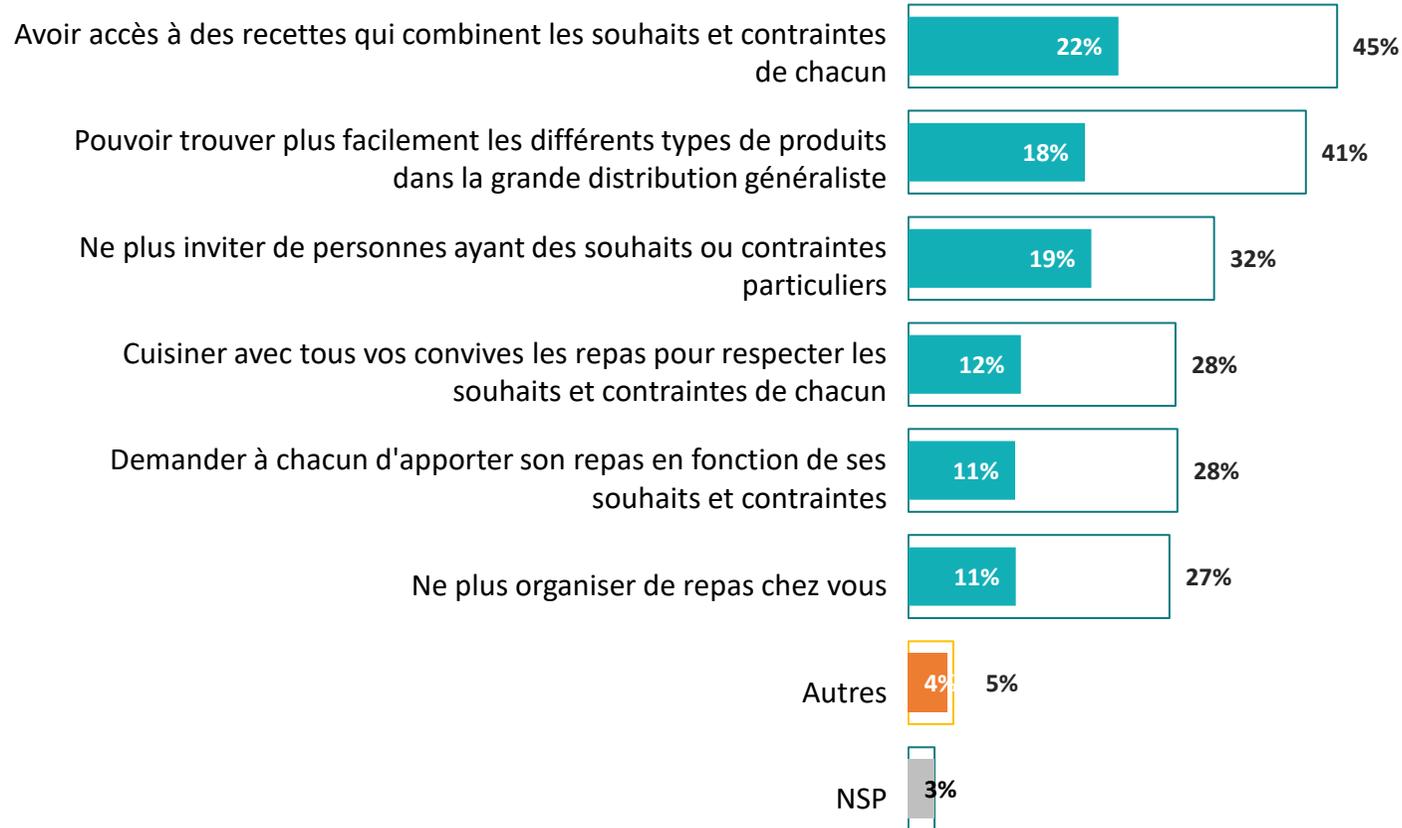
	% Oui	Catégorie d'agglomération					Consomme au moins un produit spécifique au moins de temps en temps (hors produit de saison)	
		Une commune rurale	2000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et +	Agglomération parisienne	Oui	Non
...est devenue plus compliquée qu'avant	49%	53%	55%	45%	48%	47%	50%	49%
...prend plus de temps qu'avant	46%	46%	47%	45%	47%	43%	48%	43%
...vous donne moins envie de recevoir chez vous qu'avant	35%	35%	40%	30%	34%	36%	35%	36%

Les solutions pour gagner du temps lors de l'organisation des repas

1027
personnes

Q. Quelles seraient les solutions qui pourraient vous permettre de gagner du temps pour organiser des repas chez vous en tenant compte des régimes particuliers de chacun (sans gluten, vegan, crudivores...) ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



● En premier ○ Au total

Les solutions pour gagner du temps lors de l'organisation des repas

Q. Quelles seraient les solutions qui pourraient vous permettre de gagner du temps pour organiser des repas chez vous en tenant compte des régimes particuliers de chacun (sans gluten, vegan, crudivores...)?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%



	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Avoir accès à des recettes qui combinent les souhaits et contraintes de chacun	45%	39%	50%	51%	54%	40%	44%	40%	50%	43%	42%
Pouvoir trouver plus facilement les différents types de produits dans la grande distribution généraliste	41%	38%	44%	51%	39%	42%	44%	35%	44%	42%	39%
Ne plus inviter de personnes ayant des souhaits ou contraintes particuliers	32%	37%	27%	16%	20%	28%	38%	43%	27%	28%	38%
Cuisiner avec tous vos convives les repas pour respecter les souhaits et contraintes de chacun	28%	27%	28%	44%	32%	31%	24%	19%	32%	32%	21%
Demander à chacun d'apporter son repas en fonction de ses souhaits et contraintes	28%	28%	28%	32%	32%	28%	29%	23%	29%	34%	24%
Ne plus organiser de repas chez vous	27%	31%	23%	14%	29%	25%	29%	32%	28%	28%	27%
Autres	5%	5%	5%	2%	4%	3%	5%	8%	3%	3%	7%

Les solutions pour gagner du temps lors de l'organisation des repas

Q. Quelles seraient les solutions qui pourraient vous permettre de gagner du temps pour organiser des repas chez vous en tenant compte des régimes particuliers de chacun (sans gluten, vegan, crudivores...) ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

1027 personnes

	% Total	Catégorie d'agglomération					Consomme au moins un produit spécifique au moins de temps en temps (hors produit de saison)	
		Une commune rurale	2000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et +	Agglomération parisienne	Oui	Non
Avoir accès à des recettes qui combinent les souhaits et contraintes de chacun	45%	43%	45%	49%	46%	41%	49%	36%
Pouvoir trouver plus facilement les différents types de produits dans la grande distribution généraliste	41%	42%	44%	38%	41%	41%	46%	33%
Ne plus inviter de personnes ayant des souhaits ou contraintes particuliers	32%	32%	31%	35%	29%	34%	29%	37%
Cuisiner avec tous vos convives les repas pour respecter les souhaits et contraintes de chacun	28%	26%	30%	26%	30%	24%	28%	28%
Demander à chacun d'apporter son repas en fonction de ses souhaits et contraintes	28%	26%	29%	31%	28%	27%	27%	30%
Ne plus organiser de repas chez vous	27%	25%	24%	32%	26%	32%	27%	28%
Autres	5%	6%	5%	2%	5%	5%	5%	4%

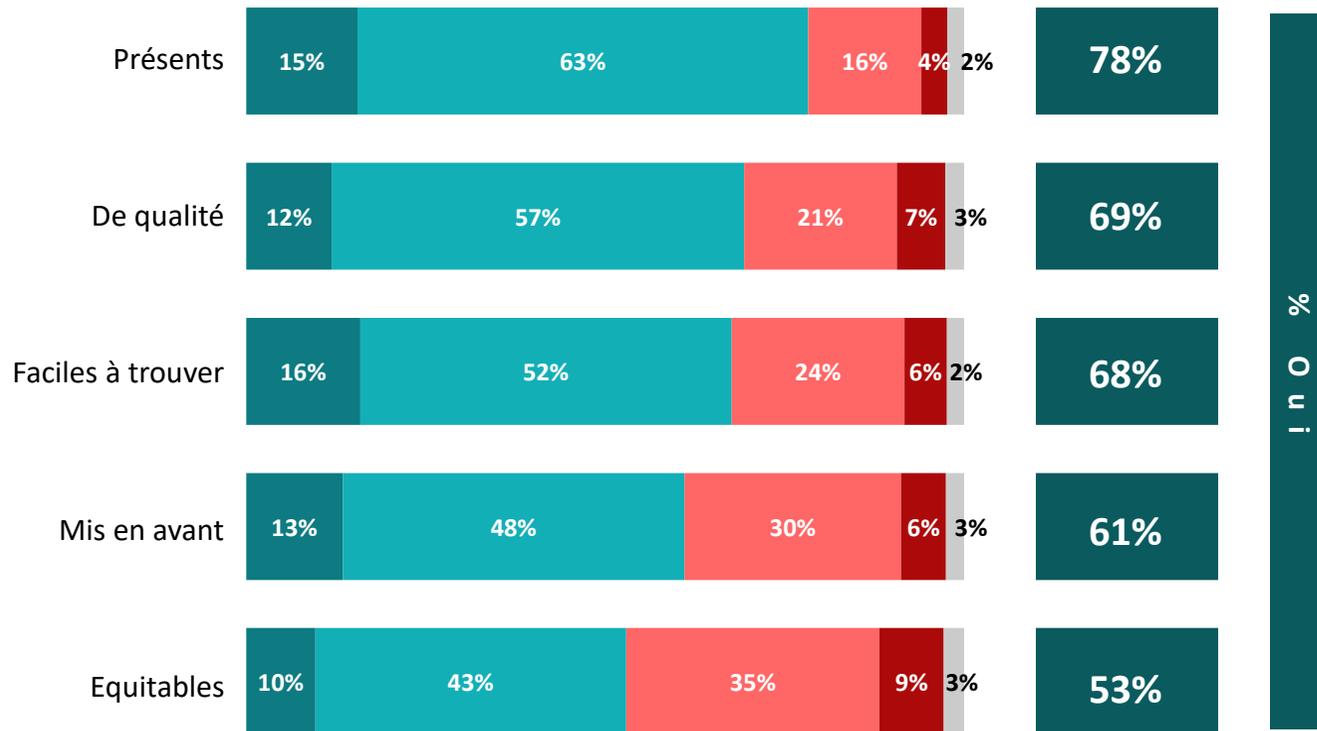


La disponibilité des produits alimentaires spécifiques lors des courses alimentaires



Les produits alimentaires dans les supermarchés et hypermarchés généralistes

Q. De manière générale, dans les supermarchés et hypermarchés généralistes, diriez-vous des produits alimentaires bio, sans gluten, vegan, etc. qu'ils sont... ?



4%
 Oui à tous ces critères (oui, tout à fait + oui, plutôt)

■ Oui, tout à fait
 ■ Oui, plutôt
 ■ Non, plutôt pas
 ■ Non, pas du tout
 ■ NSP



Les produits alimentaires dans les supermarchés et hypermarchés généralistes

Q. De manière générale, dans les supermarchés et hypermarchés généralistes, diriez-vous des produits alimentaires bio, sans gluten, vegan, etc. qu'ils sont... ?



	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Présents	78%	78%	79%	80%	83%	79%	77%	75%	79%	79%	78%
De qualité	69%	64%	74%	75%	75%	75%	68%	60%	70%	74%	67%
Faciles à trouver	68%	65%	69%	67%	76%	70%	65%	62%	69%	70%	65%
Mis en avant	61%	59%	63%	67%	68%	66%	58%	53%	61%	67%	58%
Equitables	53%	47%	58%	60%	64%	59%	49%	41%	55%	59%	48%

	% Oui	Catégorie d'agglomération					Consomme au moins un produit spécifique au moins de temps en temps (hors produit de saison)	
		Une commune rurale	2000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et +	Agglomération parisienne	Oui	Non
Présents	78%	82%	73%	76%	79%	78%	82%	73%
De qualité	69%	67%	72%	68%	71%	69%	75%	61%
Faciles à trouver	68%	72%	64%	66%	67%	69%	70%	63%
Mis en avant	61%	65%	57%	56%	64%	58%	63%	59%
Equitables	53%	47%	56%	51%	57%	53%	56%	48%



La présence des produits alimentaires spécifiques dans les supermarchés et hypermarchés généralistes

Q. Et plus précisément, avez-vous le sentiment que les supermarchés et hypermarchés généralistes proposent aujourd’hui suffisamment ou pas suffisamment de produits... ?



■ Oui, suffisamment
 ■ Oui, mais pas suffisamment
 ■ Non, ils sont inexistants
 ■ NSP



La présence des produits alimentaires spécifiques dans les supermarchés et hypermarchés généralistes

Q. Et plus précisément, avez-vous le sentiment que les supermarchés et hypermarchés généralistes proposent aujourd'hui suffisamment ou pas suffisamment de produits... ?



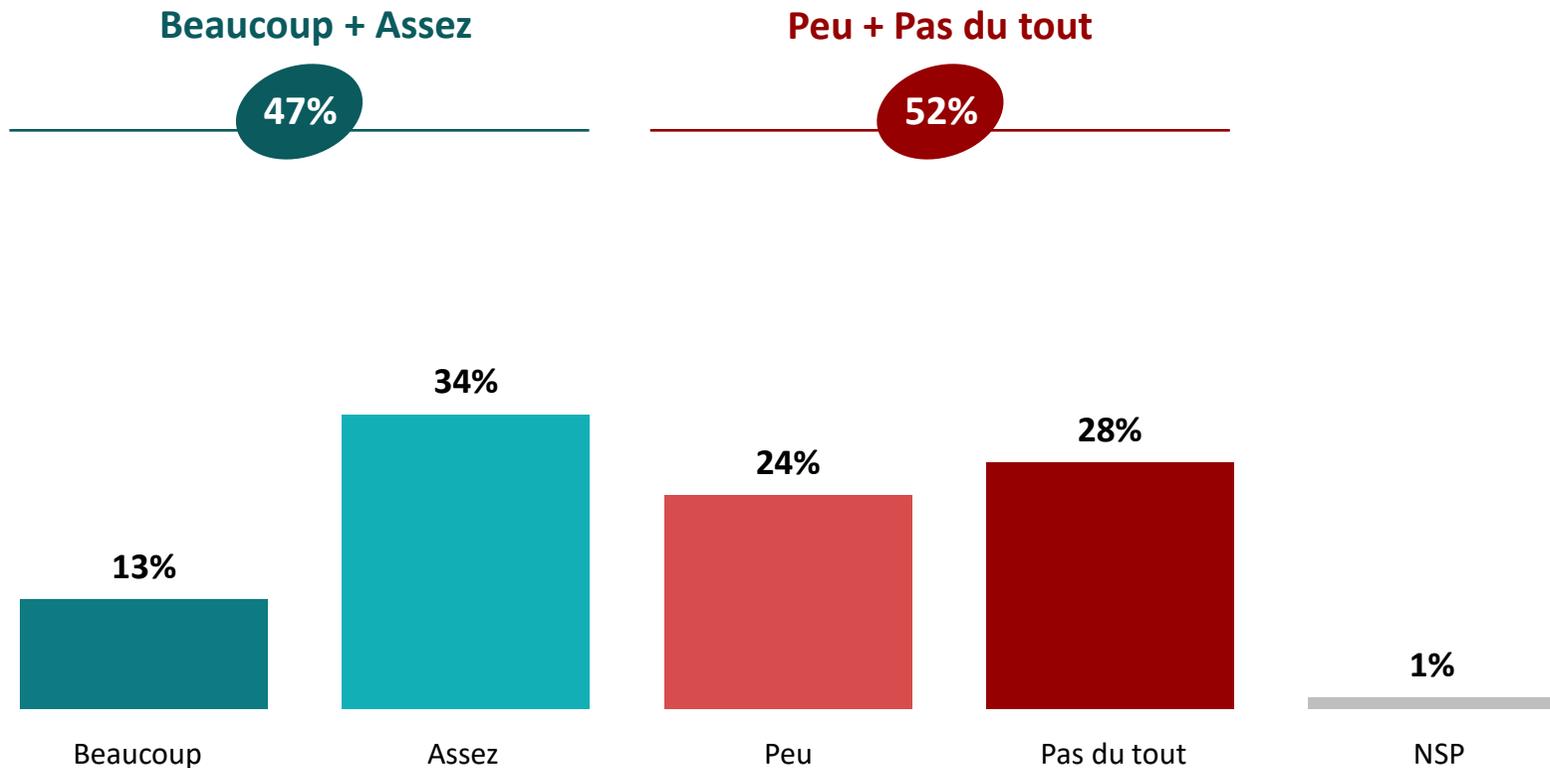
	% Pas suffisamment / Non	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
...sans sel	56%	49%	63%	70%	64%	61%	48%	48%	61%	55%	52%
...sans lactose	48%	41%	54%	64%	54%	55%	39%	40%	50%	50%	44%
...sans gluten / gluten free	46%	42%	50%	59%	51%	54%	39%	36%	48%	50%	41%
...vegan	45%	40%	49%	58%	47%	55%	35%	36%	48%	46%	40%
...bio	34%	31%	37%	38%	43%	40%	28%	27%	39%	34%	30%

	% Pas suffisamment / Non	Catégorie d'agglomération					Consomme au moins un produit spécifique au moins de temps en temps (hors produit de saison)	
		Une commune rurale	2000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et +	Agglomération parisienne	Oui	Non
...sans sel	56%	57%	51%	58%	55%	60%	60%	50%
...sans lactose	48%	47%	47%	46%	49%	49%	49%	45%
...sans gluten / gluten free	46%	46%	45%	45%	46%	47%	48%	42%
...vegan	45%	43%	47%	46%	45%	45%	48%	40%
...bio	34%	38%	32%	34%	34%	30%	36%	30%

Les attentes à l'égard de l'offre de produits alimentaires spécifiques dans la grande distribution généraliste

Q. Vous personnellement, aimeriez-vous que les supermarchés et hypermarchés généralistes proposent davantage de produits alimentaires bio, sans gluten, vegan, etc. ?

1027
personnes





Les attentes à l'égard de l'offre de produits alimentaires spécifiques dans la grande distribution généraliste

Q. Vous personnellement, aimeriez-vous que les supermarchés et hypermarchés généralistes proposent davantage de produits alimentaires bio, sans gluten, vegan, etc. ?



	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Sous-total Beaucoup + Assez	47%	43%	49%	56%	64%	51%	41%	31%	53%	49%	39%
...Beaucoup	13%	11%	14%	17%	18%	14%	11%	7%	11%	15%	10%
...Assez	34%	32%	35%	39%	46%	37%	30%	24%	42%	34%	29%
Sous-total Peu + Pas du tout	52%	56%	50%	40%	36%	48%	58%	67%	46%	50%	59%
...Peu	24%	24%	25%	22%	20%	29%	27%	21%	25%	25%	24%
...Pas du tout	28%	32%	25%	18%	16%	19%	31%	46%	21%	25%	35%



Les attentes à l'égard de l'offre de produits alimentaires spécifiques dans la grande distribution généraliste

Q. Vous personnellement, aimeriez-vous que les supermarchés et hypermarchés généralistes proposent davantage de produits alimentaires bio, sans gluten, vegan, etc. ?

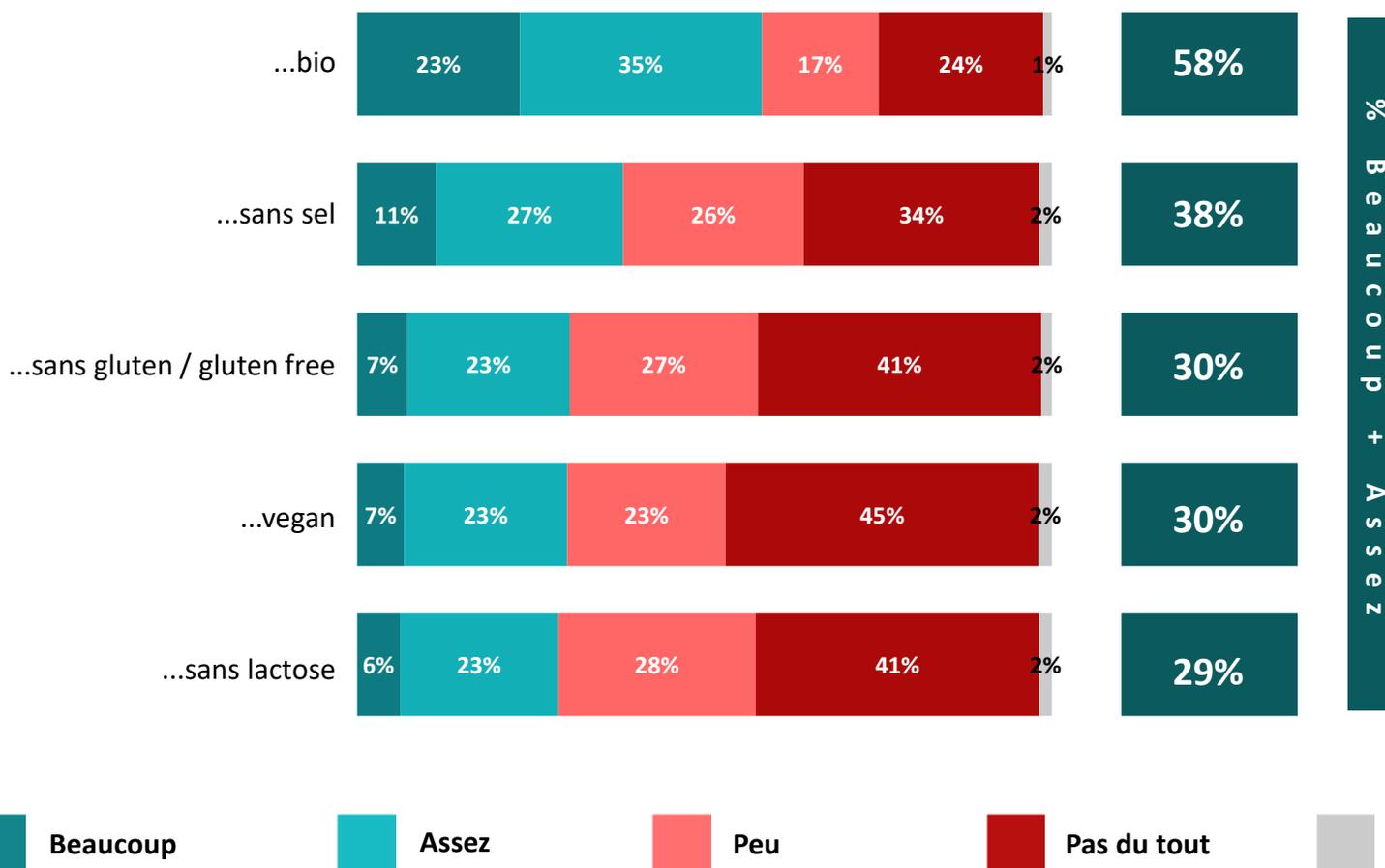


	% Total	Catégorie d'agglomération					Consomme au moins un produit spécifique au moins de temps en temps (hors produit de saison)	
		Une commune rurale	2000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et +	Agglomération parisienne	Oui	Non
Sous-total Beaucoup + Assez	47%	44%	49%	40%	48%	45%	56%	30%
...Beaucoup	13%	14%	12%	9%	13%	11%	16%	6%
...Assez	34%	30%	37%	31%	35%	34%	40%	24%
Sous-total Peu + Pas du tout	52%	54%	51%	58%	50%	55%	43%	68%
...Peu	24%	23%	24%	29%	24%	26%	23%	26%
...Pas du tout	28%	31%	27%	29%	26%	29%	20%	42%

Les attentes concernant l'offre de produits alimentaires spécifiques par les marques généralistes préférées

Q. Et aimeriez-vous que vos marques préférées généralistes proposent plus de/des produits alimentaires... ?

1027 personnes





Les attentes concernant l'offre de produits alimentaires spécifiques par les marques généralistes préférées

Q. Et aimeriez-vous que vos marques préférées généralistes proposent plus de/des produits alimentaires... ?



	% Beaucoup / Assez	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
...bio	58%	59%	58%	65%	65%	59%	57%	51%	64%	56%	56%
...sans sel	38%	37%	40%	53%	46%	44%	31%	29%	40%	41%	34%
...sans gluten / gluten free	30%	26%	35%	50%	42%	38%	22%	17%	31%	38%	24%
...vegan	30%	26%	34%	55%	48%	36%	21%	13%	31%	37%	24%
...sans lactose	29%	25%	33%	45%	42%	34%	21%	16%	33%	35%	22%

	% Beaucoup / Assez	Catégorie d'agglomération					Consomme au moins un produit spécifique au moins de temps en temps (hors produit de saison)	
		Une commune rurale	2000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et +	Agglomération parisienne	Oui	Non
...bio	58%	55%	56%	53%	64%	59%	74%	31%
...sans sel	38%	36%	39%	34%	41%	39%	46%	25%
...sans gluten / gluten free	30%	31%	31%	25%	34%	28%	35%	22%
...vegan	30%	28%	33%	27%	34%	26%	35%	23%
...sans lactose	29%	27%	31%	23%	32%	30%	35%	19%

**“ Les courses alimentaires
pour suivre
un régime spécifique**

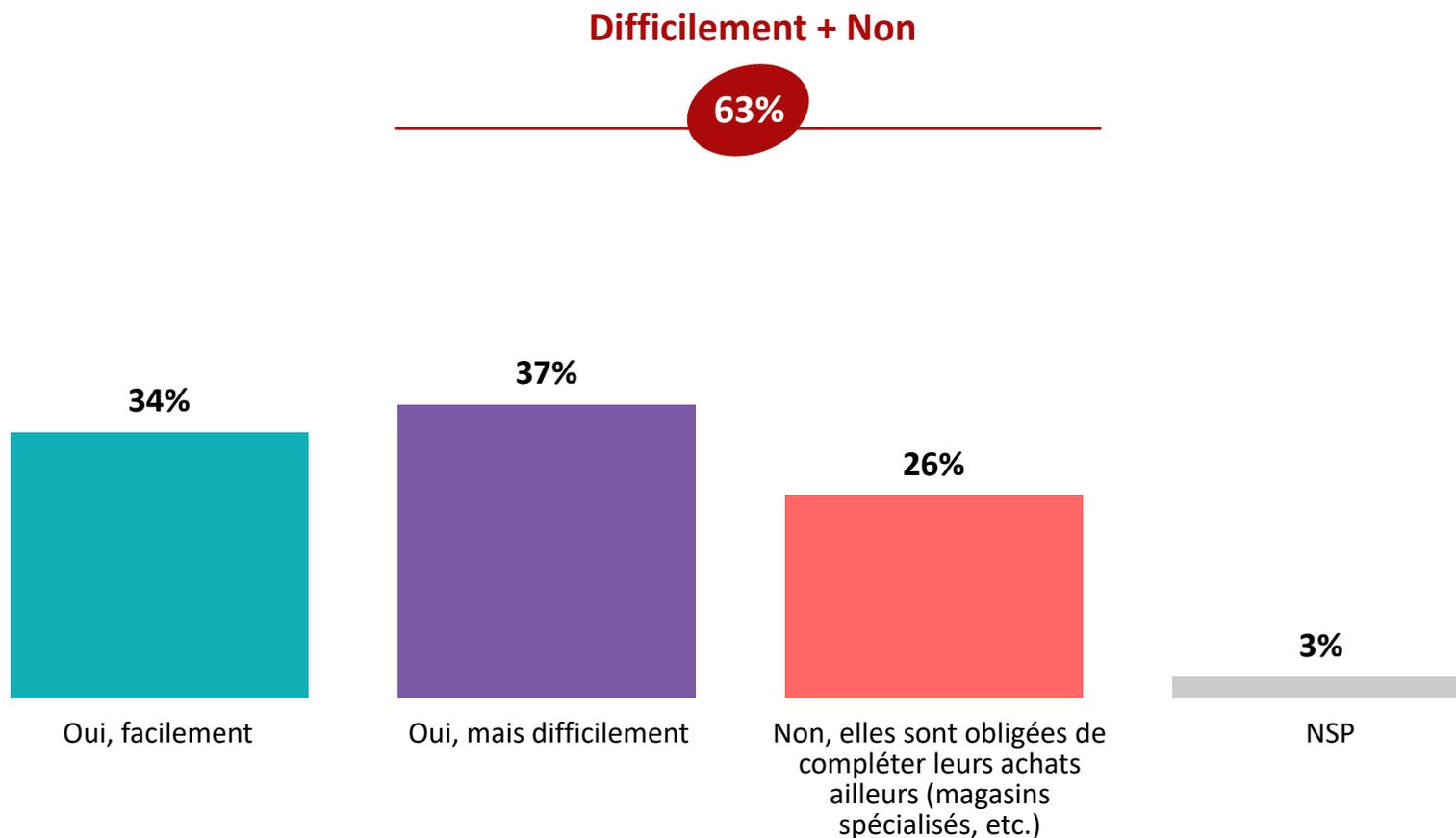
“opinionway



Les courses alimentaires pour suivre un régime spécial



Q. Avez-vous le sentiment que les personnes qui doivent ou ont envie de suivre des régimes spéciaux (bio, sans gluten, vegan...) ont la possibilité ou non de réaliser toutes leurs courses alimentaires en supermarchés ou hypermarchés généralistes ?





Les courses alimentaires pour suivre un régime spécial



Q. Avez-vous le sentiment que les personnes qui doivent ou ont envie de suivre des régimes spéciaux (bio, sans gluten, vegan...) ont la possibilité ou non de réaliser toutes leurs courses alimentaires en supermarchés ou hypermarchés généralistes ?

		Sexe		Âge					Statut		
	% Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Oui, facilement	34%	34%	33%	27%	38%	29%	37%	36%	35%	35%	34%
Sous-total Difficilement + Non	63%	62%	65%	70%	62%	69%	59%	61%	62%	62%	64%
<i>...Oui, mais difficilement</i>	37%	39%	36%	43%	37%	41%	36%	34%	40%	35%	37%
<i>...Non, elles sont obligées de compléter leurs achats ailleurs (magasins spécialisés, etc.)</i>	26%	23%	29%	27%	25%	28%	23%	27%	22%	27%	27%



Les courses alimentaires pour suivre un régime spécial



Q. Avez-vous le sentiment que les personnes qui doivent ou ont envie de suivre des régimes spéciaux (bio, sans gluten, vegan...) ont la possibilité ou non de réaliser toutes leurs courses alimentaires en supermarchés ou hypermarchés généralistes ?

	% Total	Catégorie d'agglomération					Consomme au moins un produit spécifique au moins de temps en temps (hors produit de saison)	
		Une commune rurale	2000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et +	Agglomération parisienne	Oui	Non
Oui, facilement	34%	33%	33%	32%	36%	33%	34%	34%
Sous-total Difficilement / Non	63%	66%	63%	65%	61%	63%	64%	62%
<i>...Oui, mais difficilement</i>	37%	36%	39%	41%	37%	37%	40%	33%
<i>...Non, elles sont obligées de compléter leurs achats ailleurs (magasins spécialisés, etc.)</i>	26%	30%	24%	24%	24%	26%	24%	29%

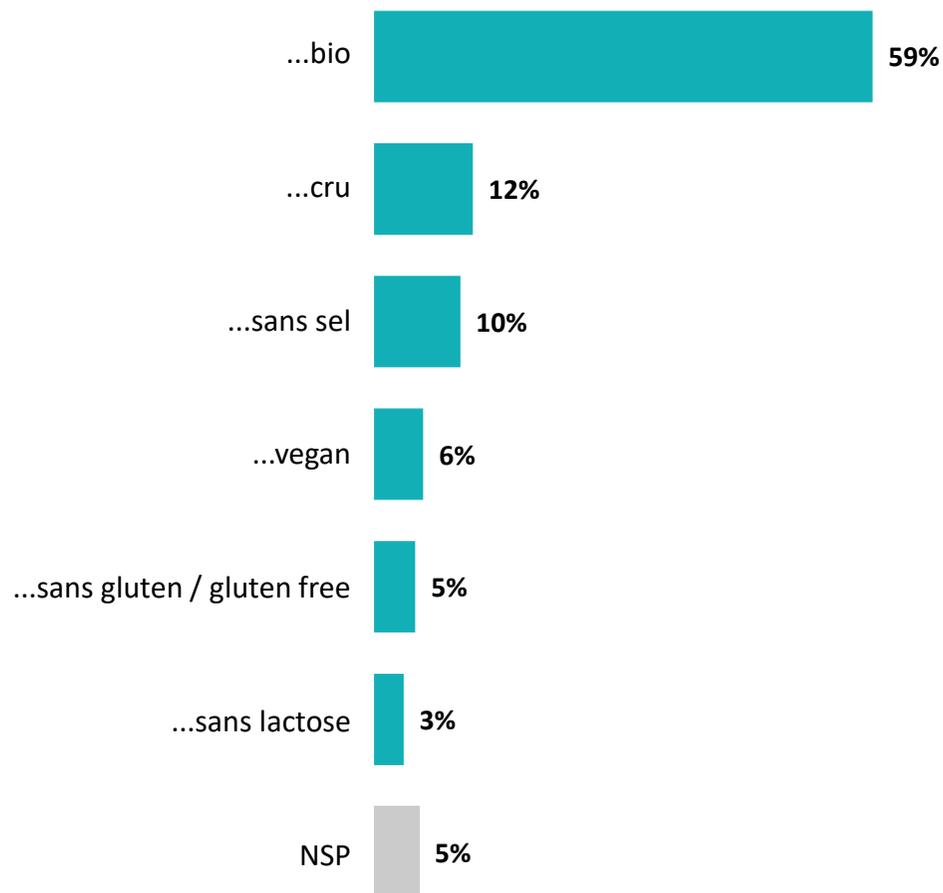


La facilité perçue à faire ses courses alimentaires selon les régimes spécifiques suivis

Q. D'après vous, pour qui est-il le plus facile de faire ses courses alimentaires aujourd'hui ?



Pour ceux qui ne consomment que du...





La facilité perçue à faire ses courses alimentaires selon les régimes spécifiques suivis

Q. D'après vous, pour qui est-il le plus facile de faire ses courses alimentaires aujourd'hui ?



Pour ceux qui ne consomment que du...

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
...bio	59%	60%	57%	48%	47%	59%	66%	63%	61%	55%	60%
...cru	12%	10%	13%	9%	16%	11%	9%	12%	11%	11%	13%
...sans sel	10%	11%	9%	20%	9%	9%	10%	9%	8%	12%	10%
...vegan	6%	5%	7%	12%	8%	6%	5%	2%	7%	8%	4%
...sans gluten / gluten free	5%	4%	6%	3%	7%	6%	4%	4%	4%	5%	5%
...sans lactose	3%	3%	4%	6%	8%	4%	1%	2%	4%	4%	2%



La facilité perçue à faire ses courses alimentaires selon les régimes spécifiques suivis

Q. D'après vous, pour qui est-il le plus facile de faire ses courses alimentaires aujourd'hui ?

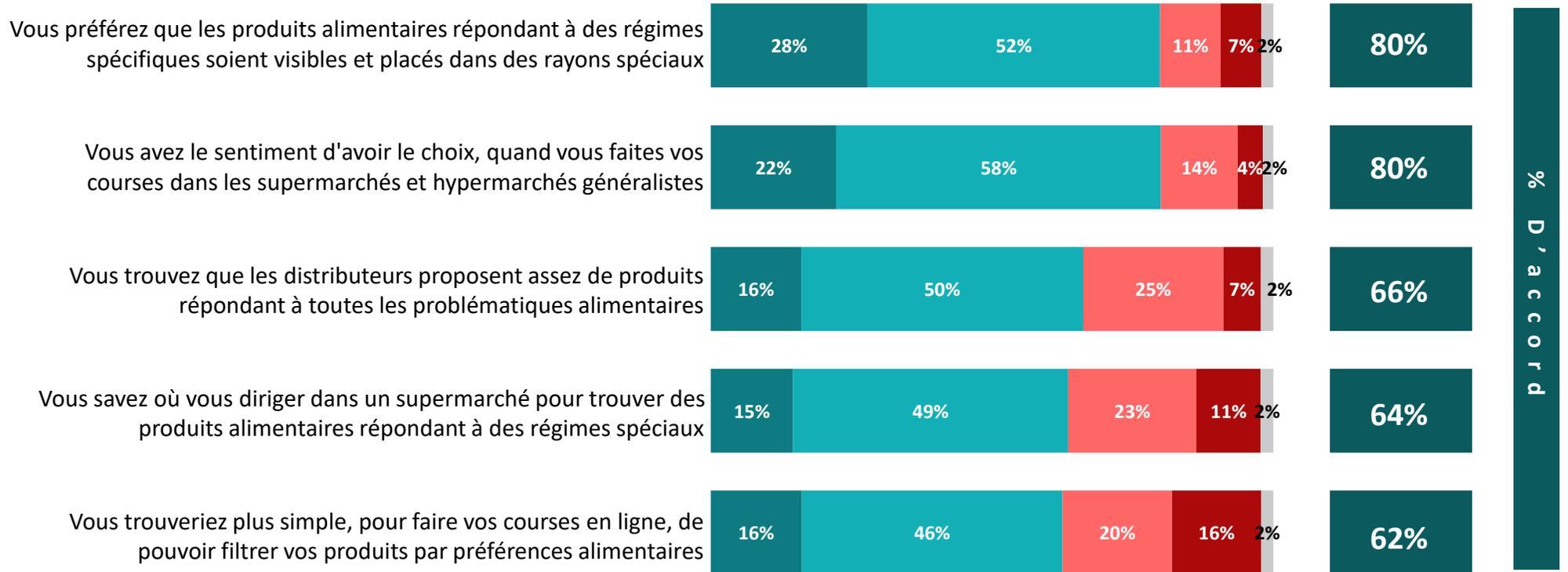


Pour ceux qui ne consomment que du...	% Total	Catégorie d'agglomération					Consomme au moins un produit spécifique au moins de temps en temps (hors produit de saison)	
		Une commune rurale	2000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et +	Agglomération parisienne	Oui	Non
...bio	59%	56%	58%	50%	62%	63%	60%	56%
...cru	12%	15%	11%	11%	12%	8%	10%	14%
...sans sel	10%	11%	10%	16%	7%	12%	11%	9%
...vegan	6%	6%	4%	8%	5%	7%	6%	6%
...sans gluten / gluten free	5%	3%	6%	6%	5%	4%	5%	5%
...sans lactose	3%	2%	3%	7%	5%	1%	4%	3%



Le ressenti de la réalisation des courses alimentaires et les préférence en matière d'organisation des rayons

Q. Au final, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?





Le ressenti de la réalisation des courses alimentaires et les préférence en matière d'organisation des rayons

Q. Au final, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



	% D'accord	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Vous préférez que les produits alimentaires répondant à des régimes spécifiques soient visibles et placés dans des rayons spéciaux	80%	78%	81%	76%	85%	78%	80%	80%	78%	81%	80%
Vous avez le sentiment d'avoir le choix, quand vous faites vos courses dans les supermarchés et hypermarchés généralistes	80%	79%	80%	73%	83%	77%	83%	81%	81%	76%	80%
Vous trouvez que les distributeurs proposent assez de produits répondant à toutes les problématiques alimentaires	66%	67%	66%	55%	71%	67%	69%	64%	69%	67%	64%
Vous savez où vous diriger dans un supermarché pour trouver des produits alimentaires répondant à des régimes spéciaux	64%	61%	65%	62%	70%	67%	63%	57%	67%	65%	61%
Vous trouveriez plus simple, pour faire vos courses en ligne, de pouvoir filtrer vos produits par préférences alimentaires	62%	60%	65%	64%	76%	72%	59%	48%	67%	66%	56%



Le ressenti de la réalisation des courses alimentaires et les préférences en matière d'organisation des rayons

Q. Au final, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



	% D'accord	Catégorie d'agglomération					Consomme au moins un produit spécifique au moins de temps en temps (hors produit de saison)	
		Une commune rurale	2000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et +	Agglomération parisienne	Oui	Non
Vous préférez que les produits alimentaires répondant à des régimes spécifiques soient visibles et placés dans des rayons spéciaux	80%	79%	82%	83%	80%	77%	85%	72%
Vous avez le sentiment d'avoir le choix, quand vous faites vos courses dans les supermarchés et hypermarchés généralistes	80%	78%	81%	75%	81%	83%	81%	78%
Vous trouvez que les distributeurs proposent assez de produits répondant à toutes les problématiques alimentaires	66%	62%	70%	63%	67%	69%	66%	66%
Vous savez où vous diriger dans un supermarché pour trouver des produits alimentaires répondant à des régimes spéciaux	64%	66%	63%	59%	63%	66%	68%	55%
Vous trouveriez plus simple, pour faire vos courses en ligne, de pouvoir filtrer vos produits par préférences alimentaires	62%	61%	66%	56%	62%	67%	67%	55%

WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



Rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

“*opinionway*”

15 place de la République
75003 Paris

PARIS
CASABLANCA
ALGER
VARSOVIE
ABIDJAN



RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com



Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre **newsletter!**