



# LES FRANCAIS ET LES SURGELES

Mai 2017

*“opinionway*

15 place de la République 75003 Paris



ESOMAR<sup>17</sup>  
corporate



**Frédéric Micheau**

Directeur des études d'opinion

Directeur de département

Tel: 01 81 81 83 00






[fmicheau@opinion-way.com](mailto:fmicheau@opinion-way.com)



# LA METHODOLOGIE



# La méthodologie

	<p>Echantillon de <b>2105 personnes</b> représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. L'échantillon a été constitué selon <b>la méthode des quotas</b>, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.</p>
	<p>L'échantillon a été interrogé par <b>questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI</b> (Computer Assisted Web Interview).</p>
	<p>Les interviews ont été réalisées les <b>5 et 6 avril et les 12 et 13 avril 2017</b>.</p>
	<p>OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la <b>norme ISO 20252</b>.</p>
	<p>Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1 à 2 points au plus pour un échantillon de 2000 répondants.</p>

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

« **Sondage OpinionWay pour Toupargel** »

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



# Le profil des répondants

Population française âgée de 18 ans et plus

Source : INSEE, Bilan démographique 2014.



Sexe	%
Hommes	48%
Femmes	52%



Age	%
18-24 ans	11%
25-34 ans	16%
35-49 ans	27%
50-64 ans	25%
65 ans et plus	21%



Région	%
Ile-de-France	18%
Nord ouest	23%
Nord est	23%
Sud ouest	11%
Sud est	25%



Activité professionnelle	%
Agriculteurs	1%
<b>Catégories socioprofessionnelles supérieures</b>	<b>27%</b>
Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
Professions libérales / Cadres	9%
Professions intermédiaires	15%
<b>Catégories populaires</b>	<b>32%</b>
Employés	18%
Ouvriers	14%
<b>Inactifs</b>	<b>40%</b>
Retraités	27%
Autres inactifs	13%



Taille d'agglomération	%
Une commune rurale	23%
De 2000 à 19 999 habitants	17%
De 20 000 à 99 999 habitants	14%
100 000 habitants et plus	30%
Agglomération parisienne	16%

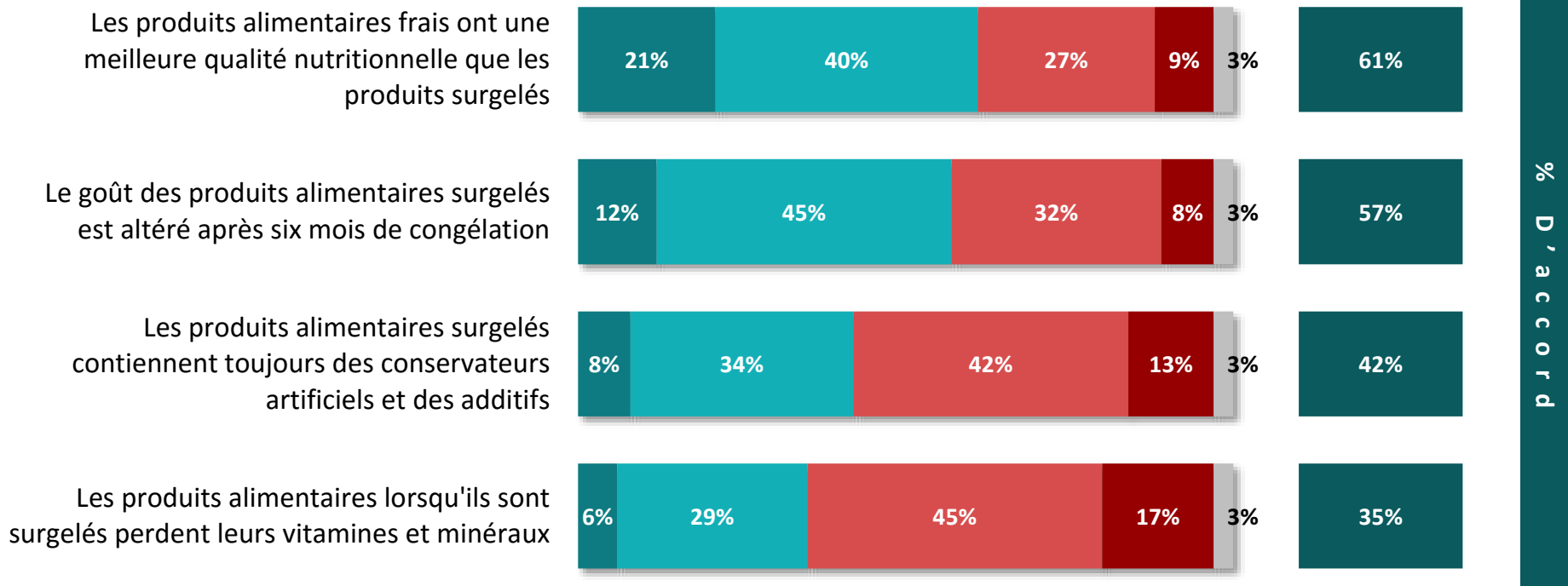


# LES RESULTATS



# La perception des produits alimentaires surgelés

Q : Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les phrases suivantes?



■ Tout à fait d'accord   
 ■ Plutôt d'accord   
 ■ Plutôt pas d'accord   
 ■ Pas du tout d'accord   
 ■ NSP



# La perception des produits alimentaires surgelés

Q : Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec les phrases suivantes?



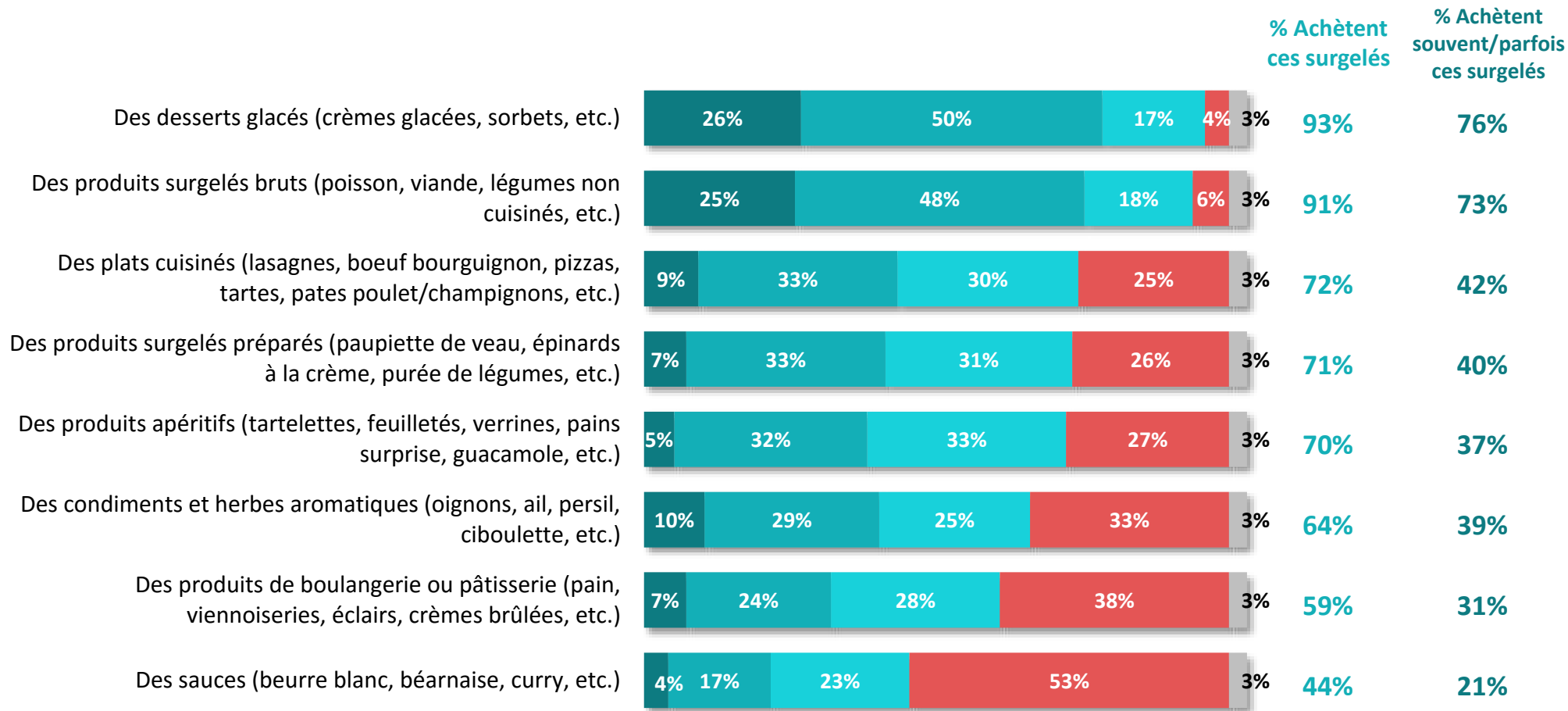
	% D'accord	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Les produits alimentaires frais ont une meilleure qualité nutritionnelle que les produits surgelés	<b>61%</b>	65%	58%	65%	63%	62%	63%	53%	64%	64%	56%
Le goût des produits alimentaires surgelés est altéré après six mois de congélation	<b>57%</b>	56%	58%	59%	58%	57%	56%	54%	60%	57%	55%
Les produits alimentaires surgelés contiennent toujours des conservateurs artificiels et des additifs	<b>42%</b>	43%	42%	54%	49%	43%	41%	34%	43%	47%	38%
Les produits alimentaires lorsqu'ils sont surgelés perdent leurs vitamines et minéraux	<b>35%</b>	33%	36%	54%	43%	36%	30%	23%	37%	40%	29%



# Les comportements concernant la consommation de produits surgelés

Q : Vous arrive-t-il, vous-même ou un autre membre de votre foyer, d'acheter au rayon surgelés... ?

  
2105  
personnes



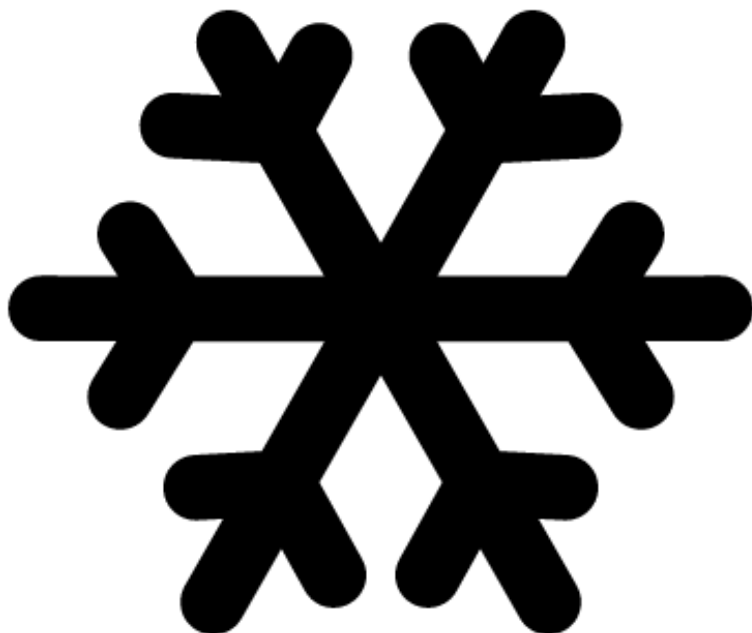
Souvent
  Parfois
  Rarement
  Jamais
  NSP





# Les comportements concernant la consommation de produits surgelés

  
2105  
personnes



**96%**

achètent au moins un des types de produits surgelés

**91%**

achètent souvent / parfois au moins un des types de produits surgelés

**71%**

achètent la majorité des produits surgelés (au moins 5)

**33%**

achètent souvent / parfois la majorité des produits surgelés (au moins 5)



# Les comportements concernant la consommation de produits surgelés

Q : Vous arrive-t-il, vous-même ou un autre membre de votre foyer, d'acheter au rayon surgelés... ?



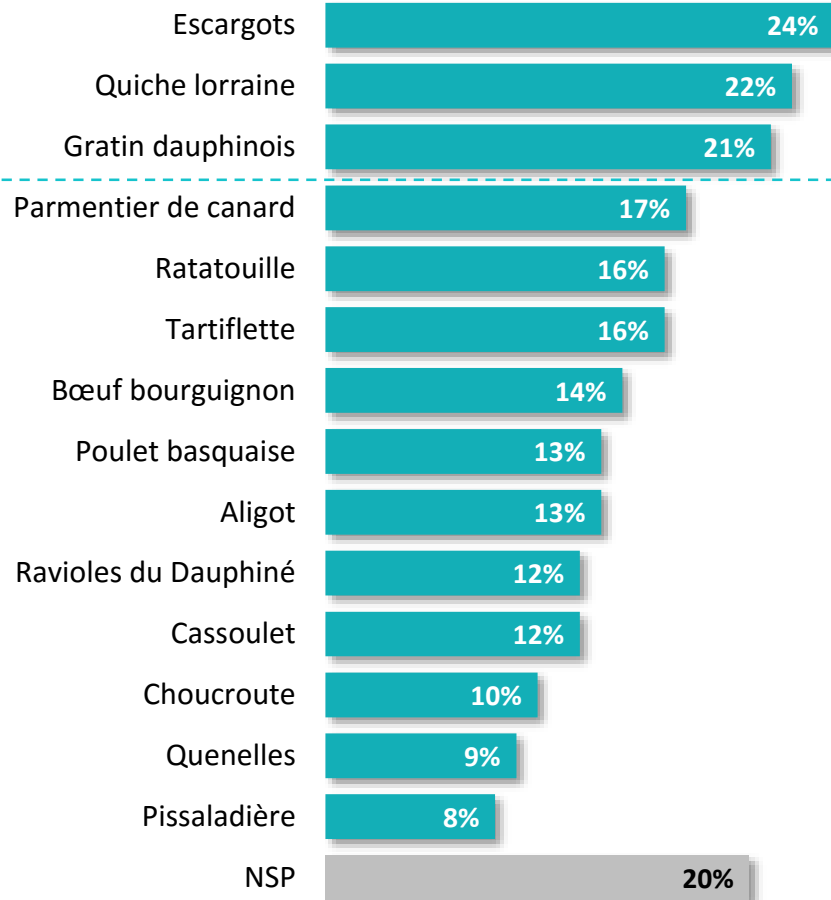
	% Achètent ces surgelés	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Des desserts glacés (crèmes glacées, sorbets, etc.)	<b>93%</b>	92%	93%	94%	89%	93%	93%	94%	94%	93%	93%
Des produits surgelés bruts (poisson, viande, légumes non cuisinés, etc.)	<b>91%</b>	91%	91%	92%	89%	92%	89%	92%	91%	91%	92%
Des plats cuisinés (lasagnes, bœuf bourguignon, pizzas, tartes, pâtes poulet/champignons, etc.)	<b>72%</b>	73%	72%	78%	74%	77%	71%	63%	76%	78%	66%
Des produits surgelés préparés (paupiette de veau, épinards à la crème, purée de légumes, etc.)	<b>71%</b>	73%	70%	76%	74%	75%	70%	64%	76%	74%	66%
Des produits apéritifs (tartelettes, feuilletés, verrines, pains surprise, guacamole, etc.)	<b>70%</b>	69%	70%	76%	70%	74%	65%	67%	75%	71%	67%
Des condiments et herbes aromatiques (oignons, ail, persil, ciboulette, etc.)	<b>64%</b>	64%	63%	65%	63%	67%	66%	58%	71%	64%	60%
Des produits de boulangerie ou pâtisserie (pain, viennoiseries, éclairs, crèmes brûlées, etc.)	<b>59%</b>	58%	61%	75%	61%	66%	54%	49%	65%	64%	53%
Des sauces (beurre blanc, béarnaise, curry, etc.)	<b>44%</b>	45%	42%	50%	45%	45%	41%	40%	46%	46%	40%



# L'attractivité des plats régionaux surgelés

Q : Parmi les produits régionaux suivants, lesquels aimeriez-vous pouvoir acheter au rayon surgelés ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



**3** produits  
en moyenne



# L'attractivité des plats régionaux surgelés

Q : Parmi les produits régionaux suivants, lesquels aimeriez-vous pouvoir acheter au rayon surgelés ?

Plusieurs réponses possibles – Total supérieur à 100%



2105

personnes

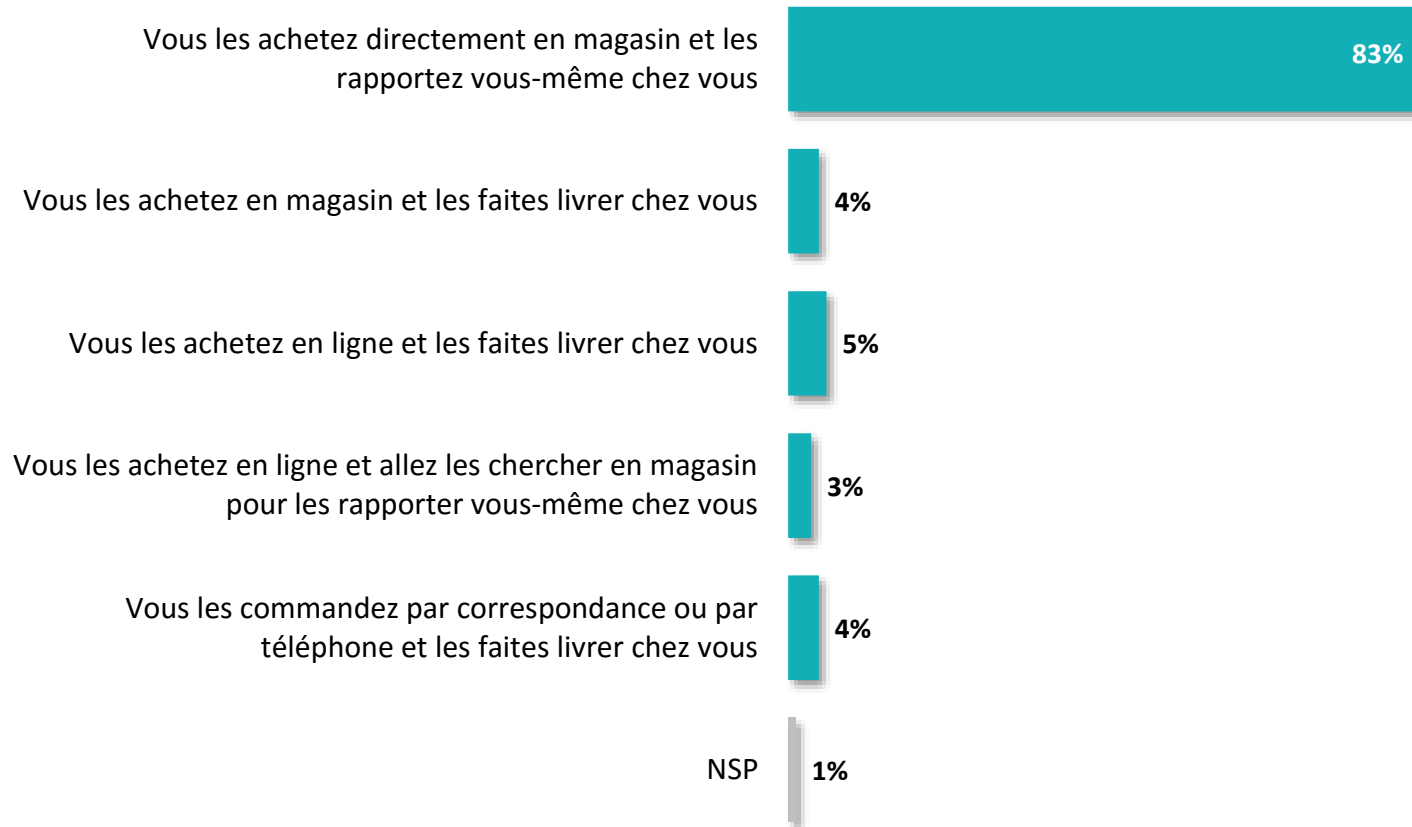
	% Total	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Escargots	<b>24%</b>	23%	25%	21%	17%	22%	28%	26%	24%	23%	25%
Quiche lorraine	<b>22%</b>	22%	22%	30%	20%	26%	21%	16%	21%	26%	21%
Gratin dauphinois	<b>21%</b>	21%	21%	26%	23%	22%	18%	17%	21%	24%	18%
Parmentier de canard	<b>17%</b>	16%	18%	18%	17%	16%	19%	16%	20%	17%	16%
Ratatouille	<b>16%</b>	17%	16%	15%	18%	19%	15%	13%	18%	18%	14%
Tartiflette	<b>16%</b>	16%	15%	26%	16%	16%	17%	9%	15%	21%	13%
Bœuf bourguignon	<b>14%</b>	16%	12%	13%	13%	15%	14%	12%	11%	18%	12%
Poulet basquaise	<b>13%</b>	13%	13%	16%	13%	14%	13%	10%	13%	16%	11%
Aligot	<b>13%</b>	13%	12%	12%	11%	11%	14%	15%	13%	11%	15%
Ravioles du Dauphiné	<b>12%</b>	10%	14%	16%	13%	11%	15%	7%	15%	11%	11%
Cassoulet	<b>12%</b>	15%	9%	9%	10%	12%	11%	15%	10%	12%	14%
Choucroute	<b>10%</b>	11%	9%	13%	7%	9%	9%	11%	10%	10%	10%
Quenelles	<b>9%</b>	7%	10%	9%	9%	8%	9%	7%	11%	7%	8%
Pissaladière	<b>8%</b>	7%	8%	11%	5%	6%	9%	8%	9%	6%	8%

# “ Les préférences pour l’achat et la livraison de ses surgelés



Q : Lorsque vous achetez vos produits surgelés, quel moyen choisissez-vous le plus souvent?

Question posée uniquement à ceux qui achètent souvent, parfois ou rarement au moins un des types de produits surgelés, soit 96% de l'échantillon.



# “ Les préférences pour l’achat et la livraison de ses surgelés

2028  
personnes

Q : Lorsque vous achetez vos produits surgelés, quel moyen choisissez-vous le plus souvent?

Question posée uniquement à ceux qui achètent souvent, parfois ou rarement au moins un des types de produits surgelés, soit 96% de l'échantillon



90%

se déplacent jusqu'au magasin pour acheter et/ou récupérer leurs surgelés



9%

n'effectuent aucun déplacement pour acheter et récupérer leurs surgelés



87%

font leurs achats de surgelés en magasin



8%

font leurs achats de surgelés en ligne



4%

font leurs achats de surgelés par téléphone

# “ Les préférences pour l’achat et la livraison de ses surgelés

Q : Lorsque vous achetez vos produits surgelés, quel moyen choisissez-vous le plus souvent?

Question posée uniquement à ceux qui achètent souvent, parfois ou rarement au moins un des types de produits surgelés, soit 96% de l’échantillon.

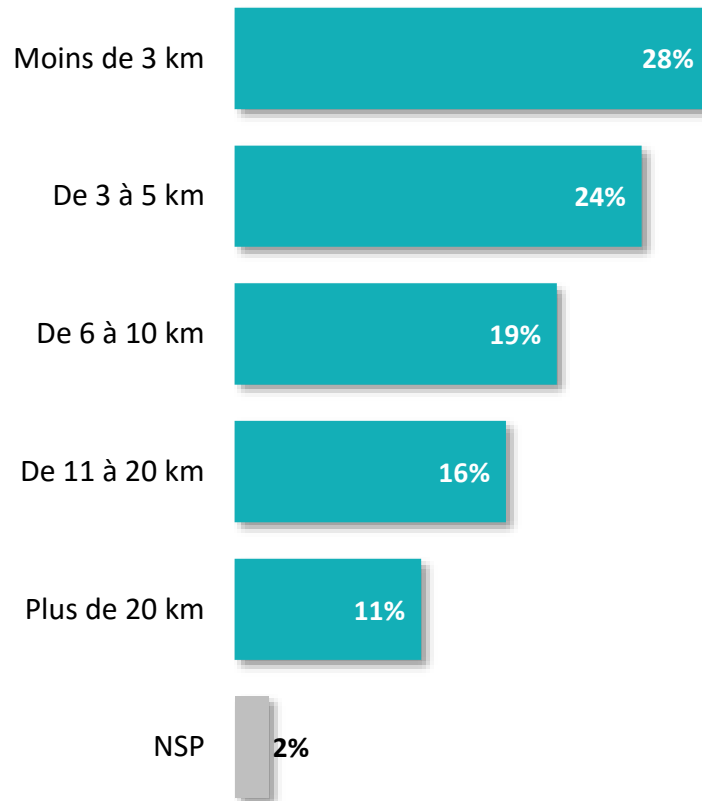


	% Total	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Vous les achetez directement en magasin et les rapportez vous-même chez vous	<b>83%</b>	84%	83%	80%	75%	84%	85%	88%	80%	82%	86%
Vous les achetez en magasin et les faites livrer chez vous	<b>4%</b>	3%	4%	6%	8%	5%	1%	1%	5%	5%	2%
Vous les achetez en ligne et les faites livrer chez vous	<b>5%</b>	4%	5%	8%	6%	4%	5%	3%	6%	4%	5%
Vous les achetez en ligne et allez les chercher en magasin pour les rapporter vous-même chez vous	<b>3%</b>	3%	4%	3%	8%	4%	2%	-	5%	5%	1%
Vous les commandez par correspondance ou par téléphone et les faites livrer chez vous	<b>4%</b>	5%	4%	3%	3%	3%	6%	7%	3%	4%	5%

# “ La distance parcourue lors de l’achat de produits surgelés

Q : En moyenne combien de kilomètres (aller-retour) effectuez-vous lorsque vous achetez des produits surgelés ?

Question ouverte numérique posée uniquement à ceux qui achètent souvent, parfois ou rarement au moins un des types de produits surgelés, soit 96% de l’échantillon



Les Français qui achètent des surgelés parcourent

**10** kilomètres  
aller-retour en moyenne  
pour les acheter/les récupérer





# La distance parcourue lors de l'achat de produits surgelés

Q : En moyenne combien de kilomètres (aller-retour) effectuez-vous lorsque vous achetez des produits surgelés ?



Question ouverte numérique posée uniquement à ceux qui achètent souvent, parfois ou rarement au moins un des types de produits surgelés, soit 96% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Moins de 3 km	<b>28%</b>	28%	29%	27%	20%	28%	28%	36%	28%	23%	33%
De 3 à 5 km	<b>24%</b>	24%	23%	21%	25%	22%	26%	23%	25%	22%	24%
De 6 à 10 km	<b>19%</b>	19%	20%	23%	22%	19%	20%	17%	19%	21%	18%
De 11 à 20 km	<b>16%</b>	16%	15%	18%	20%	16%	14%	13%	16%	18%	14%
Plus de 20 km	<b>11%</b>	11%	11%	8%	10%	13%	11%	10%	10%	13%	10%
<b>Moyenne (km)</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>11</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>9</b>

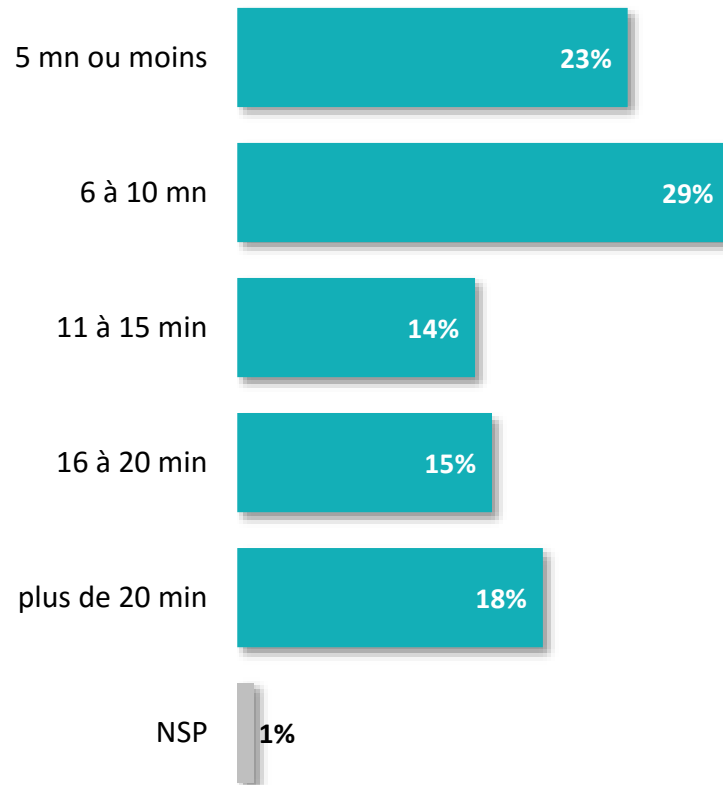


# Le temps de trajet lors de l'achat de produits surgelés



Q : En moyenne quelle est la durée de votre trajet (aller-retour) entre votre magasin de produits surgelés et votre domicile ?

Question ouverte numérique posée uniquement à ceux qui achètent souvent, parfois ou rarement au moins un des types de produits surgelés, soit 96% de l'échantillon.



Les Français qui achètent des surgelés mettent environ

**16 minutes**  
aller-retour en moyenne  
pour les acheter/les récupérer



# Le temps de trajet lors de l'achat de produits surgelés



Q : En moyenne quelle est la durée de votre trajet (aller-retour) entre votre magasin de produits surgelés et votre domicile ?

Question ouverte numérique posée uniquement à ceux qui achètent souvent, parfois ou rarement au moins un des types de produits surgelés, soit 96% de l'échantillon

	% Total	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
5 mn ou moins	<b>23%</b>	23%	22%	26%	16%	24%	22%	25%	25%	19%	24%
De 6 à 10 mn	<b>29%</b>	28%	29%	22%	26%	29%	31%	32%	30%	26%	30%
De 11 à 15 mn	<b>14%</b>	15%	14%	17%	17%	12%	14%	13%	13%	15%	14%
De 16 à 20 mn	<b>15%</b>	15%	15%	17%	17%	14%	16%	11%	15%	18%	12%
Plus de 20 mn	<b>18%</b>	18%	17%	15%	19%	20%	15%	18%	15%	19%	18%
<b>Moyenne (mn)</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>16</b>	<b>15</b>	<b>16</b>	<b>14</b>	<b>16</b>	<b>16</b>

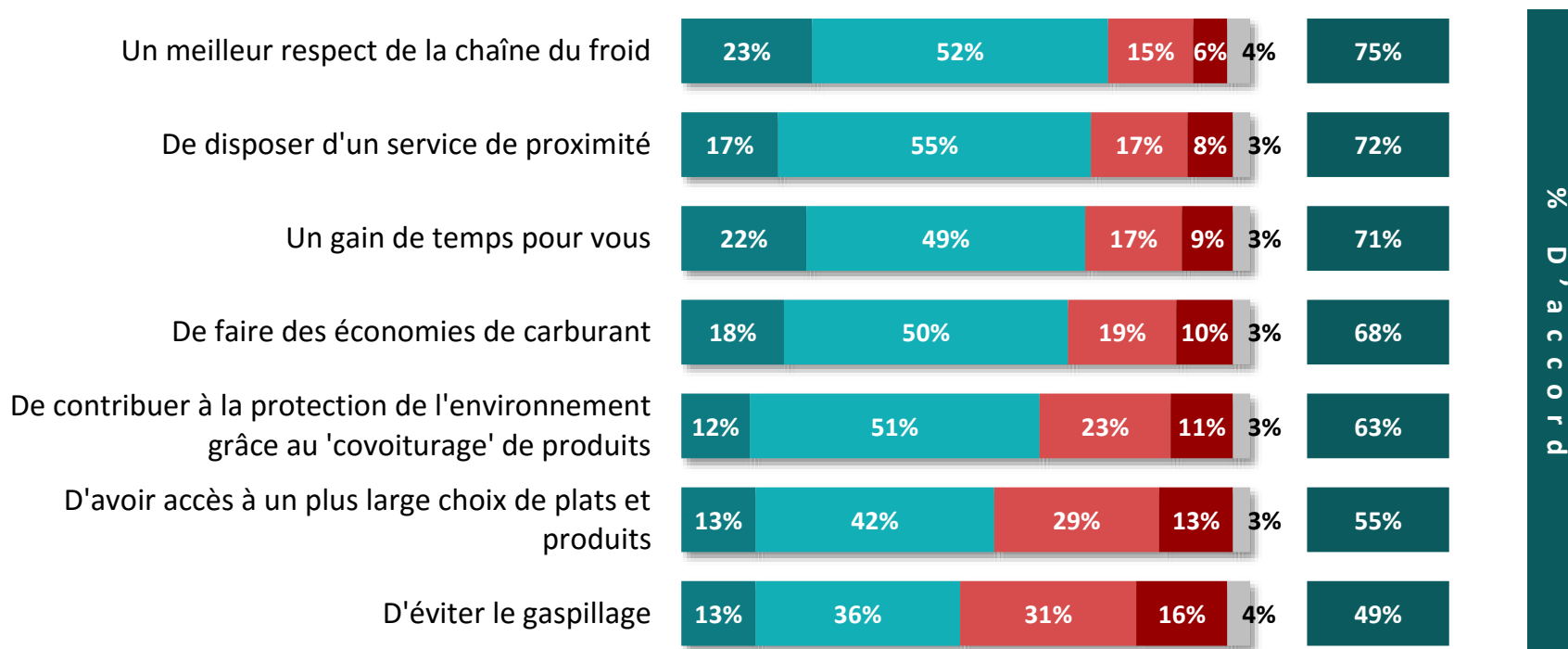


# La perception de la livraison de produits surgelés



Q : Au final, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ?

Par rapport à un achat en magasin, les services de livraison de produits alimentaires surgelés permettent...



D'accord avec au moins une affirmation → 88%





# La perception de la livraison de produits surgelés

Q : Au final, êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec les affirmations suivantes ?



Par rapport à un achat en magasin, les services de livraison de produits alimentaires surgelés permettent...

	% D'accord	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Un meilleur respect de la chaîne du froid	<b>75%</b>	73%	76%	75%	77%	77%	76%	69%	77%	77%	73%
De disposer d'un service de proximité	<b>72%</b>	70%	73%	78%	76%	72%	72%	65%	71%	77%	68%
Un gain de temps pour vous	<b>71%</b>	69%	73%	80%	76%	77%	68%	61%	75%	76%	65%
De faire des économies de carburant	<b>68%</b>	67%	69%	77%	73%	71%	64%	60%	70%	72%	63%
De contribuer à la protection de l'environnement grâce au 'covoiturage' de produits	<b>63%</b>	61%	66%	77%	67%	64%	61%	55%	64%	68%	59%
D'avoir accès à un plus large choix de plats et produits	<b>55%</b>	55%	55%	63%	61%	56%	53%	45%	56%	60%	49%
D'éviter le gaspillage	<b>49%</b>	47%	51%	60%	57%	47%	46%	43%	49%	52%	46%





*“opinionway*

15 place de la République 75003 Paris

*« Permettre à nos clients de comprendre de manière simple et rapide leur environnement actuel et futur,  
pour mieux décider aujourd’hui, agir demain et imaginer après-demain. »*