

opinionway,

— POUR —



# Le Bien Manger pour JOW

Etude quantitative | 3 avril 2025



# Table des matières

## 1. Méthodologie

### 1. Profil de l'échantillon

### 1. **Les résultats**

- En préambule – Des habitudes alimentaires qui évoluent
- **« Bien manger » : une notion liée à l'équilibre et à la santé**
  - Définitions spontanées du « bien manger »
  - Répartition selon les tranches d'âge
- **Les sources d'information pour mieux manger**
  - Nutri-score, étiquetage, applis, entourage
  - Différences générationnelles
- **Les pratiques alimentaires concrètes**
  - Ce qui est déjà mis en place (produits frais, fait maison, variété, légumes...)
  - Différences par âge, région, CSP, composition du foyer
  - Une aspiration à changer davantage sa manière de consommer

### - **Les freins au bien manger**

- Budget, temps, motivation, inspiration

### - **Stratégies face à l'inflation**

- Bons plans, moins d'achats plaisir, plus de cuisiner maison

### - **Des restrictions d'achats par souci d'économie**

- Viande, poisson, bio, produits plaisir, etc.

## 4. **Les services de planification de repas : une solution**

- Attentes générales (gain de temps, économie, variété)
- L'écart se creuse entre les tranches d'âges et les CSPSP

## 5. Conclusion

## 6. Annexes



**opinionway**

Crédits : dev-asangbam

# La méthodologie

# La méthodologie

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

« Sondage OpinionWay pour JOW » et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé



Questionnaire



Echantillon de **1001 personnes, représentatif de la population française** âgées 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 **du 27 février au 9 mars 2025**.

*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 : 1,4 à 3,1 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants



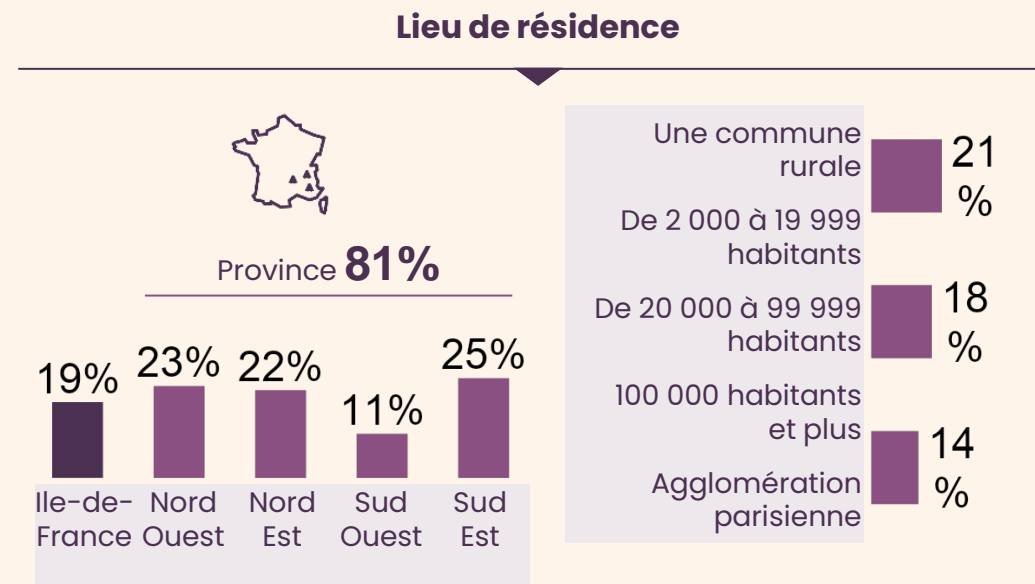
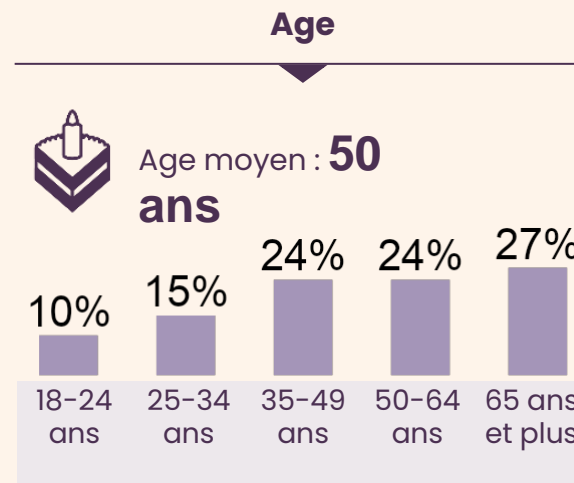
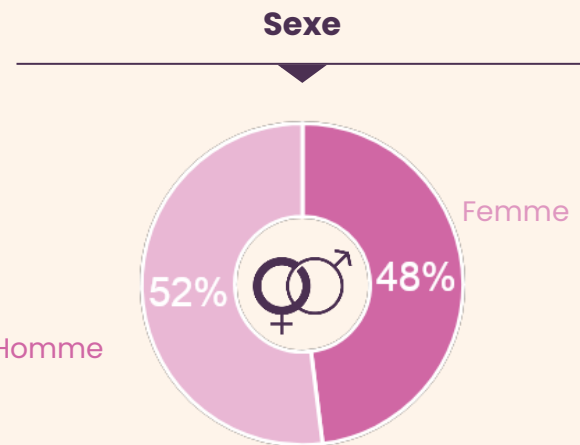
# Le profil de l'échantillon

**opinionway**

# Le profil de l'échantillon

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE





# Les résultats

**opinionway**

En préambule





Près de la moitié des Français déclarent avoir déjà changé leur façon de consommer, avant tout pour des préoccupations de santé (pour mieux manger) mais aussi par préoccupations économiques.

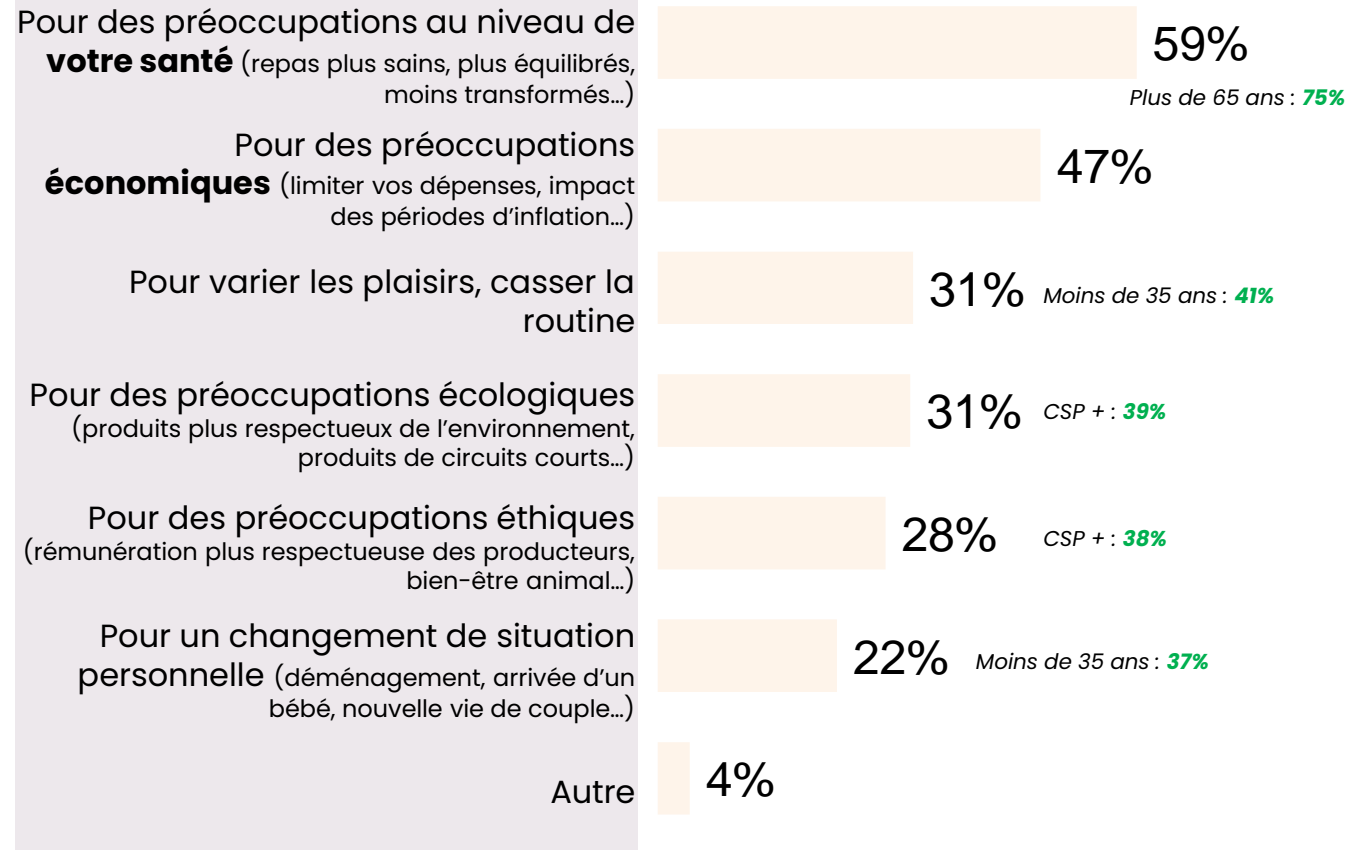


567 personnes

QA9. Estimez-vous que votre façon de manger a changé au cours des 3 dernières années ? Base : Français âgés de 18 ans et plus

QA10. Quelles sont les raisons qui vous ont poussé à changer votre façon de manger ? Base : Répondants ayant changé de façon de manger au cours des 3 dernières années

## Estiment avoir changé leur façon de manger au cours des ces 3 dernières années



1.

« Bien manger » c'est avant tout manger équilibré, manger sain.





# Une notion de « Bien manger » qui se définit principalement par l'équilibre et la santé.

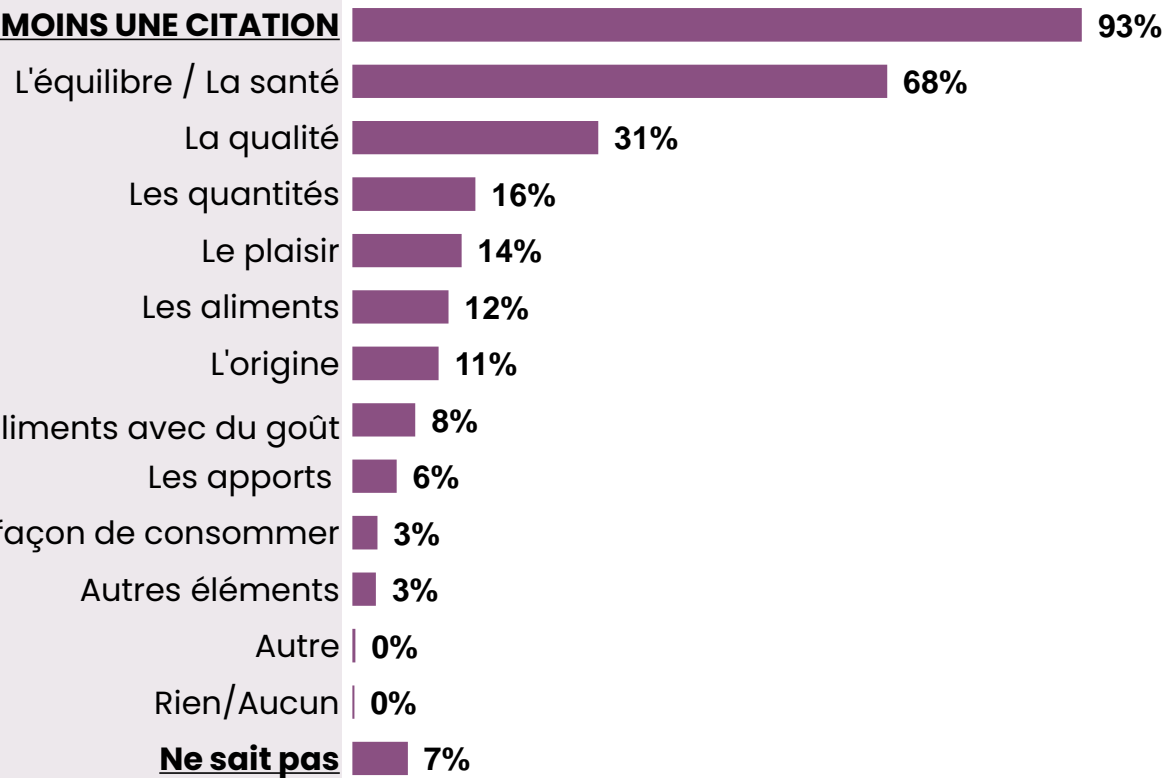
QA1 : Pour vous, c'est quoi « bien manger » ? Quelle est votre définition ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus



1001 personnes

## AU MOINS UNE CITATION



## Verbatims :



« Manger **de tout** mais équilibré »

« Manger équilibré a chaque repas. **Assiette composée de protéines, féculents et légumes** »

« Manger sainement **sans matière grasse ni sucre** »

« Manger des produits de **saison frais et de qualité** »

« Manger équilibré, **avoir du plaisir** en mangeant »

« Manger sain et des **aliments cuisinés chez soi** »





# Même si pour les plus jeunes cette notion est plus vague.



1001  
personnes

QA1 : Pour vous, c'est quoi « bien manger » ? Quelle est votre définition ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus

	Total répondants	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus
<i>Base</i>	<i>1001</i>	<i>102</i>	<i>147</i>	<i>242</i>	<i>244</i>	<i>266</i>
<b>Au moins une citation</b>	93%	<b>82%</b>	<b>84%</b>	91%	<b>97%</b>	<b>99%</b>
L'équilibre / La santé	68%	67%	72%	70%	69%	63%
La qualité	31%	<b>13%</b>	<b>21%</b>	31%	34%	<b>41%</b>
Les quantités	16%	19%	14%	16%	17%	14%
Le plaisir	14%	<b>8%</b>	9%	10%	<b>19%</b>	17%
Les aliments	12%	15%	10%	11%	12%	14%
L'origine	11%	<b>5%</b>	8%	12%	12%	14%
Bon goût / Des aliments avec du goût	8%	4%	8%	5%	6%	<b>13%</b>
Les apports	6%	8%	6%	6%	<b>2%</b>	7%
La composition / La façon de consommer	3%	3%	1%	4%	3%	4%
Autres éléments	3%	1%	2%	2%	4%	5%
Autre	0%	1%	0%	0%	1%	0%
Rien / Aucun	0%	0%	0%	1%	0%	0%
<b>Ne sait pas</b>	7%	<b>18%</b>	<b>16%</b>	8%	<b>3%</b>	<b>1%</b>



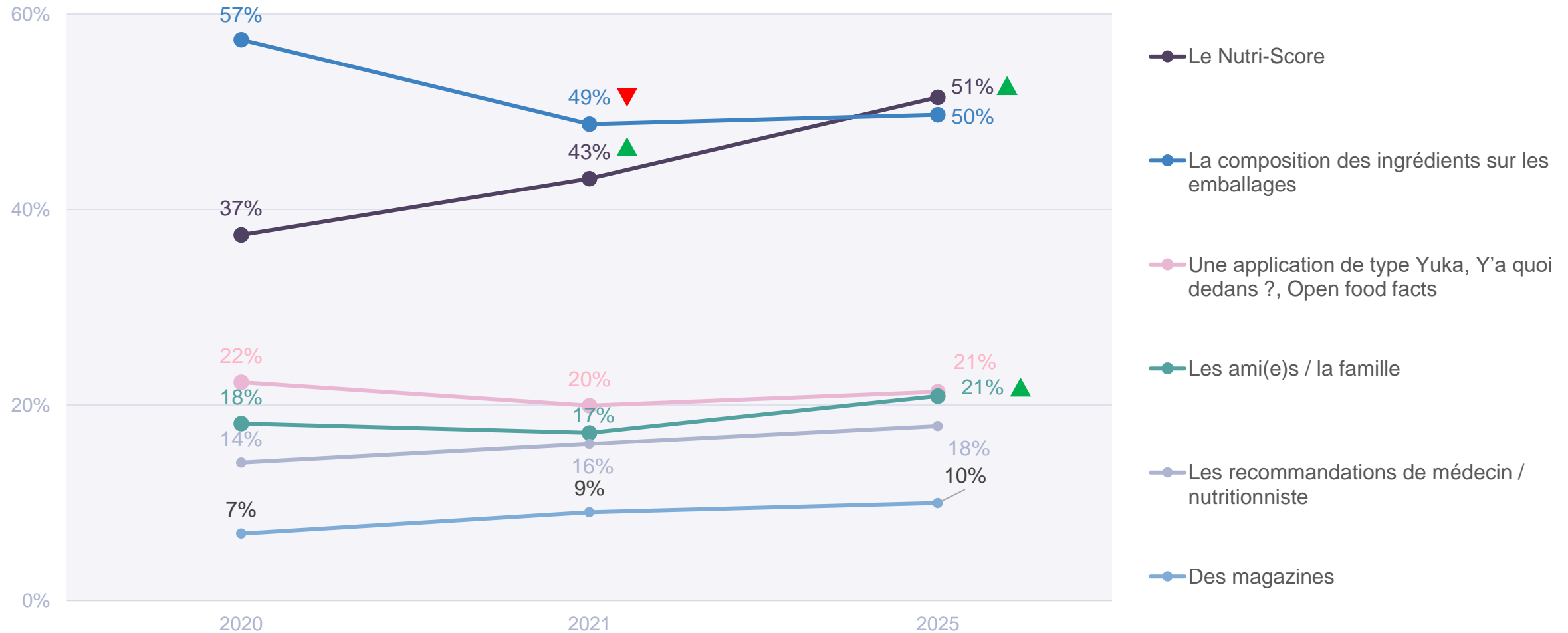
# Pour « mieux manger », les consommateurs vont consulter en 1<sup>er</sup> lieu le Nutri-score - devenu la première source d'informations devant la composition des ingrédients.



1001 personnes

QA5. Quelles sources d'informations consultez-vous / utilisez-vous pour obtenir des renseignements à propos des produits alimentaires afin de mieux manger / manger sainement ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus





## Même si le Nutri-score reste la première source d'informations, les personnes plus âgées restent très attachées à la composition des ingrédients



1001  
personnes

QA5. Quelles sources d'informations consultez-vous / utilisez-vous pour obtenir des renseignements à propos des produits alimentaires afin de mieux manger/ manger sainement ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus

	Total répondants	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus
<i>BASE</i>	<i>1001</i>	<i>102</i>	<i>147</i>	<i>242</i>	<i>244</i>	<i>266</i>
Le Nutri-Score	51%	<b>67%</b>	58%	54%	<b>45%</b>	46%
La composition des ingrédients sur les emballages	50%	<b>38%</b>	48%	45%	51%	<b>59%</b>
Une application de type Yuka, Y'a quoi dedans ?, Open food facts	21%	21%	24%	22%	20%	20%
Les ami(e)s / la famille	21%	<b>29%</b>	<b>32%</b>	18%	21%	<b>15%</b>
Les recommandations de médecin / nutritionniste	18%	23%	21%	18%	14%	18%
Des magazines	10%	8%	13%	8%	8%	13%



Pour « bien manger » les Français privilégient la cuisine « maison », les produits frais, les fruits et légumes et une alimentation variée et équilibrée.



1001  
personnes

QA2 : Parmi les pratiques suivantes, quelles sont celles que vous avez déjà adoptées et mises en place pour bien manger ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus

● Oui, souvent

Cuisiner des plats  
'maison'

80%



Privilégier les  
produits frais

80%



Manger varié

79%



Manger plus de  
fruits et légumes

76%



“ Faire appel à un service de livraison de panier de fruits & légumes frais ou panier repas à cuisiner  
9% ”



Des pratiques que les jeunes adoptent moins. Cependant, ils sont les plus nombreux à avoir adhéré à un service de livraison de panier de fruits & légumes frais ou panier repas à cuisiner.



1001  
personnes

QA2 : Parmi les pratiques suivantes, quelles sont celles que vous avez déjà adoptées et mises en place pour bien manger ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus

Oui, souvent	Total répondants	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus
<i>BASE</i>	<i>1001</i>	<i>102</i>	<i>147</i>	<i>242</i>	<i>244</i>	<i>266</i>
Cuisiner des plats 'maison'	80%	<b>66%</b>	76%	<b>74%</b>	82%	<b>92%</b>
Privilégier les produits frais	80%	<b>65%</b>	<b>70%</b>	<b>75%</b>	80%	<b>95%</b>
Manger varié	79%	<b>62%</b>	<b>71%</b>	<b>74%</b>	81%	<b>93%</b>
Manger plus de fruits et légumes	76%	<b>61%</b>	<b>67%</b>	<b>70%</b>	76%	<b>91%</b>
Réduire votre consommation d'aliments transformés	66%	<b>48%</b>	61%	<b>54%</b>	68%	<b>84%</b>
Limiter la consommation de produits sucrés	62%	<b>50%</b>	58%	<b>52%</b>	66%	<b>76%</b>
Adapter la taille des repas en fonction de moments de la journée	61%	<b>48%</b>	<b>53%</b>	<b>52%</b>	58%	<b>81%</b>
Privilégier les produits locaux	58%	<b>33%</b>	52%	<b>52%</b>	59%	<b>78%</b>
Manger des légumes secs / légumineuses	54%	<b>42%</b>	52%	49%	55%	<b>63%</b>
<b>Faire appel à un service de livraison de panier de fruits &amp; légumes frais ou panier repas à cuisiner</b>	9%	<b>20%</b>	<b>16%</b>	12%	<b>5%</b>	<b>4%</b>



# Des pratiques plus courantes dans le sud de la France



1001 personnes

QA2 : Parmi les pratiques suivantes, quelles sont celles que vous avez déjà adoptées et mises en place pour bien manger ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus

Oui, souvent	Total répondants	Ile-de-France	Province	Nord Ouest	Nord Est	Sud Ouest	Sud Est
<i>BASE</i>	<i>1001</i>	<i>186</i>	<i>815</i>	<i>229</i>	<i>221</i>	<i>114</i>	<i>252</i>
Cuisiner des plats 'maison'	80%	77%	81%	82%	75%	88%	83%
Privilégier les produits frais	80%	79%	80%	77%	75%	83%	86%
Manger varié	79%	79%	79%	76%	72%	85%	85%
Manger plus de fruits et légumes	76%	77%	76%	72%	69%	81%	83%
Réduire votre consommation d'aliments transformés	66%	61%	67%	64%	64%	75%	68%
Limiter la consommation de produits sucrés	62%	59%	63%	60%	59%	71%	66%
Adapter la taille des repas en fonction de moments de la journée	61%	59%	62%	59%	61%	65%	62%
Privilégier les produits locaux	58%	55%	59%	56%	51%	68%	66%
Manger des légumes secs / légumineuses	54%	52%	55%	49%	49%	61%	62%
<b>Faire appel à un service de livraison de panier de fruits &amp; légumes frais ou panier repas à cuisiner</b>	9%	13%	9%	7%	10%	7%	10%



# Des pratiques plus facilement mises en place au sein des inactifs et des foyers sans enfants



1001  
personnes

QA2 : Parmi les pratiques suivantes, quelles sont celles que vous avez déjà adoptées et mises en place pour bien manger ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus

Oui, souvent	Total répondants	CSP +	CSP -	Inactifs	Foyers sans enfant	Foyers avec enfants
<i>BASE</i>	<i>1001</i>	<i>290</i>	<i>289</i>	<i>422</i>	<i>445</i>	<i>310</i>
Cuisiner des plats 'maison'	80%	<b>76%</b>	77%	<b>85%</b>	<b>84%</b>	78%
Privilégier les produits frais	80%	80%	75%	83%	<b>85%</b>	<b>75%</b>
Manger varié	79%	77%	<b>73%</b>	<b>84%</b>	<b>85%</b>	75%
Manger plus de fruits et légumes	76%	75%	72%	79%	79%	73%
Réduire votre consommation d'aliments transformés	66%	67%	<b>58%</b>	70%	<b>71%</b>	<b>60%</b>
Limiter la consommation de produits sucrés	62%	62%	<b>56%</b>	67%	<b>69%</b>	<b>53%</b>
Adapter la taille des repas en fonction de moments de la journée	61%	<b>55%</b>	<b>55%</b>	<b>69%</b>	<b>70%</b>	<b>52%</b>
Privilégier les produits locaux	58%	58%	<b>51%</b>	<b>63%</b>	<b>64%</b>	57%
Manger des légumes secs / légumineuses	54%	52%	52%	57%	57%	53%
<b>Faire appel à un service de livraison de panier de fruits &amp; légumes frais ou panier repas à cuisiner</b>	9%	<b>16%</b>	9%	<b>6%</b>	7%	<b>15%</b>



Les pratiques qu'ils souhaiteraient le plus mettre en place ou faire plus souvent par rapport à ce qu'ils font déjà c'est...



1001  
personnes



Image pexels de C.Change-374768353-31261420

1

Adapter la taille des repas en fonction de moments de la journée



Image pexels de cottonbro-4057701

2

Cuisiner des plats 'maison'



Image pexels de matvalina-15529775

3

Réduire leur consommation d'aliments transformés



Image pexels de asphotography-868110

4

Privilégier les produits frais

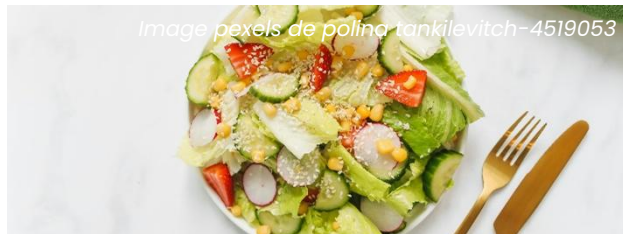


Image pexels de polina tankilevitch-4519053

5

Manger varié



Image pexels de polina tankilevitch-5469144

6

Limiter la consommation de produits sucrés

# 2.

Budget, manque de temps  
et flemme mettent un coup  
de frein au « Bien manger ».





Le budget est le principal frein au « bien manger », puis le manque de temps, le manque de motivation mais aussi le manque d'idées / d'inspiration.

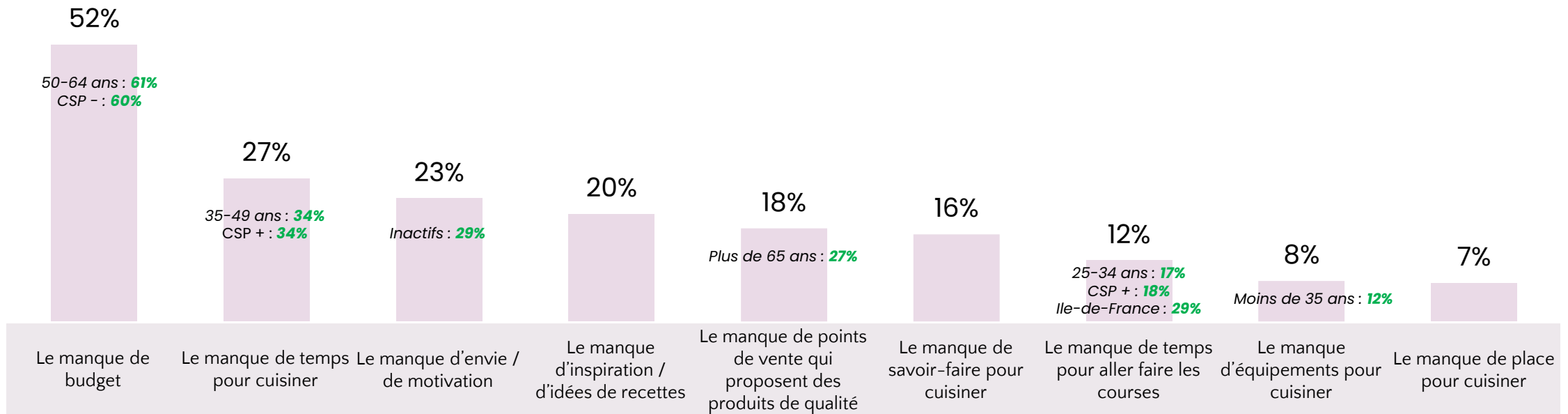


1001 personnes

QA7 : Quelles sont, pour vous personnellement, les freins au « bien manger » ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus

Principaux freins cités en 1<sup>er</sup> ou en 2<sup>ème</sup>





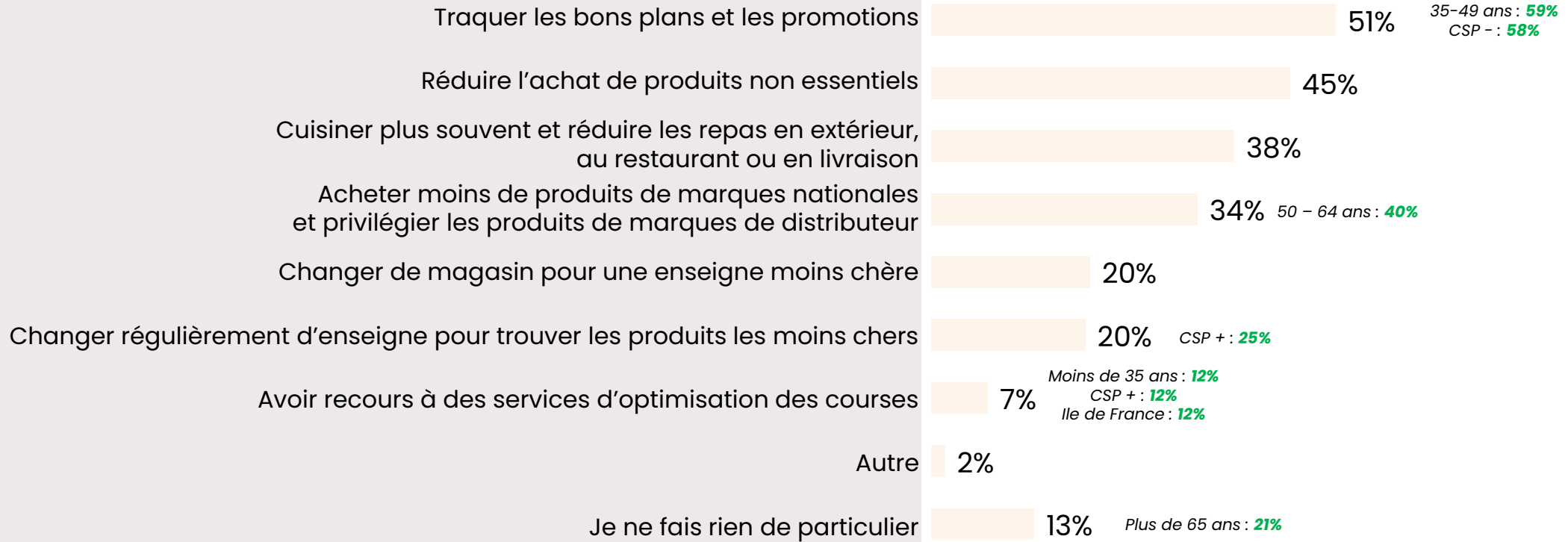
Pour mieux gérer leur budget et faire face à l'augmentation des prix, les Français traquent les promotions, réduisent leurs achats de produits non-essentiels et leurs sorties au restaurant ou repas en livraison.

QA11. Pour faire face à l'augmentation des prix des produits alimentaires, quelle(s) tactiques adoptez-vous ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus



1001 personnes





Et parmi les produits dont les Français ont vraiment le sentiment de se restreindre, on retrouve principalement les produits qui, avant inflation, étaient déjà plutôt chers et ensuite les produits type « plaisir ».

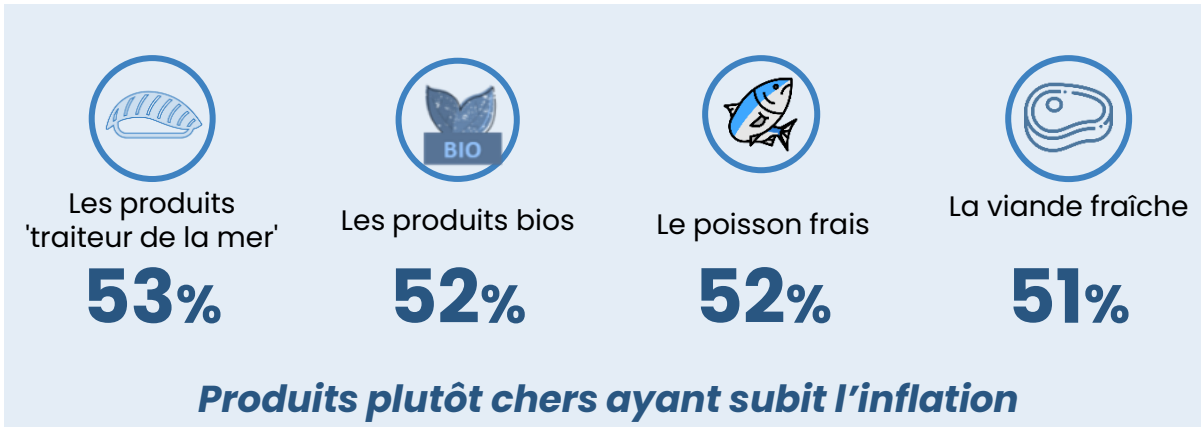
QA12. Pour chacun des achats alimentaires suivants, avez-vous le sentiment de vous restreindre par souci d'économie ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus



1001 personnes

% A le sentiment de se restreindre (note de 7-10)



3.

Les services de courses alimentaires, un allier pour mieux manger.





Les services de courses alimentaires permettent de lever les 2 principaux freins au « mieux manger » : ils font gagner du temps et aident à faire des économies.

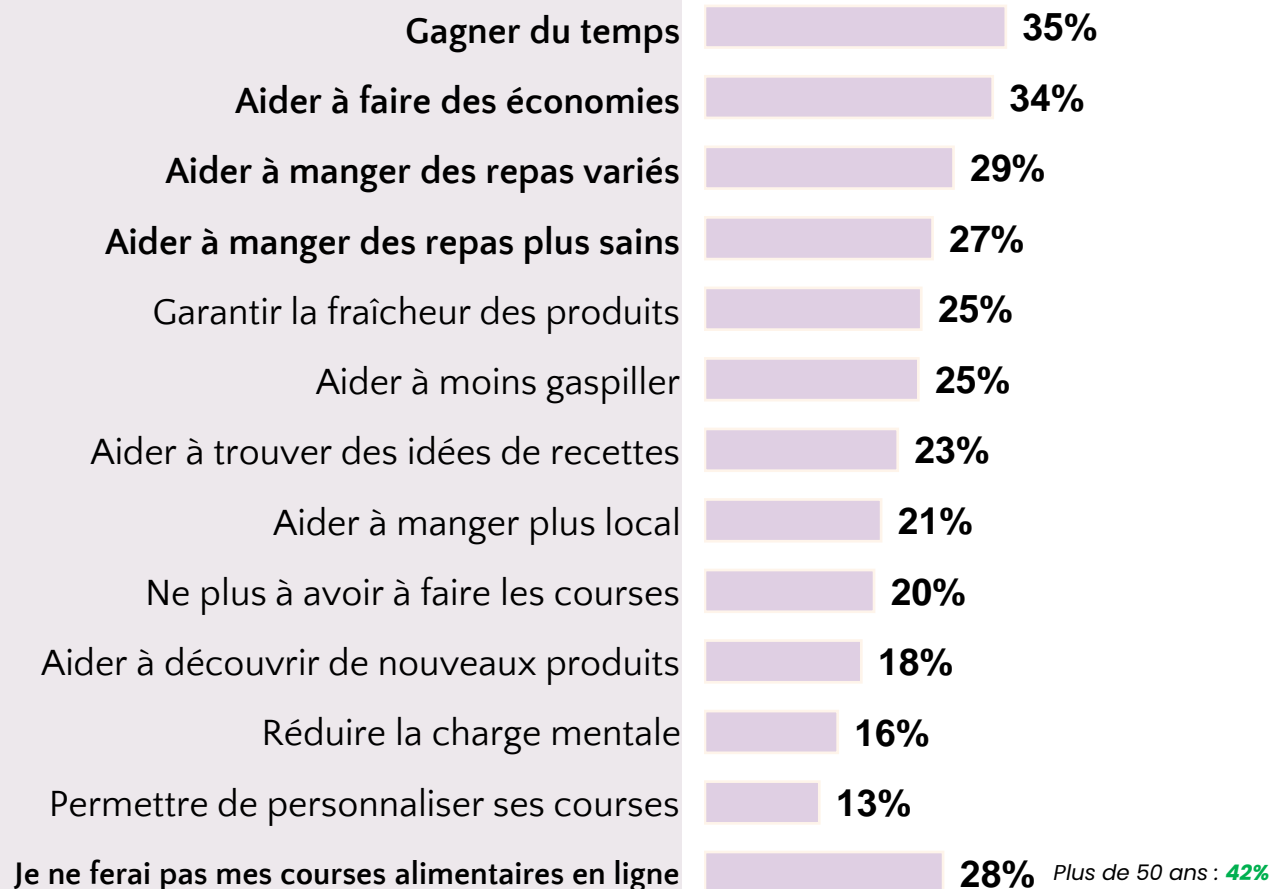


1001  
personnes

QA16 : Enfin, qu'attendriez-vous d'un service de courses alimentaires en ligne ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus

● ST Oui





Les plus jeunes générations y voient également les avantages d’y trouver des idées recettes, de découvrir de nouveaux produits ou encore de pouvoir personnaliser ses courses.



1001  
personnes

QA16 : Enfin, qu’attendriez-vous d’un service de courses alimentaires en ligne ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus

● ST Oui

	Total répondants	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus
<i>BASE</i>	<i>1001</i>	<i>102</i>	<i>147</i>	<i>242</i>	<i>244</i>	<i>266</i>
Gagner du temps	35%	<b>48%</b>	<b>47%</b>	<b>43%</b>	36%	<b>16%</b>
Aider à faire des économies	34%	42%	36%	<b>43%</b>	31%	<b>24%</b>
Aider à manger des repas variés	29%	<b>40%</b>	36%	<b>35%</b>	<b>23%</b>	<b>22%</b>
Aider à manger des repas plus sains	27%	33%	<b>38%</b>	31%	25%	<b>15%</b>
Garantir la fraîcheur des produits	25%	29%	26%	26%	28%	21%
Aider à moins gaspiller	25%	31%	29%	<b>35%</b>	21%	<b>15%</b>
Aider à trouver des idées de recettes	23%	<b>35%</b>	28%	<b>28%</b>	19%	<b>14%</b>
Aider à manger plus local	21%	16%	25%	21%	20%	20%
Ne plus à avoir à faire les courses	20%	16%	26%	24%	19%	15%
Aider à découvrir de nouveaux produits	18%	<b>27%</b>	20%	19%	20%	<b>13%</b>
Réduire la charge mentale	16%	<b>25%</b>	20%	<b>25%</b>	<b>9%</b>	<b>7%</b>
Permettre de personnaliser ses courses	13%	<b>21%</b>	17%	14%	12%	<b>9%</b>
Je ne ferai pas mes courses alimentaires en ligne	28%	<b>15%</b>	<b>14%</b>	<b>13%</b>	<b>34%</b>	<b>50%</b>



## Des attentes plus marquées pour les CSP+ et les foyers avec enfants



1001  
personnes

QA16 : Enfin, qu'attendriez-vous d'un service de courses alimentaires en ligne ?

Base : Français âgés de 18 ans et plus

● ST Oui

	Total répondants	CSP +	CSP -	Inactifs	Foyers sans enfants	Foyers avec enfants
<i>BASE</i>	<i>1001</i>	<i>290</i>	<i>289</i>	<i>422</i>	<i>445</i>	<i>310</i>
Gagner du temps	35%	<b>42%</b>	<b>42%</b>	<b>27%</b>	<b>30%</b>	<b>46%</b>
Aider à faire des économies	34%	37%	38%	<b>28%</b>	31%	<b>40%</b>
Aider à manger des repas variés	29%	31%	31%	27%	26%	<b>37%</b>
Aider à manger des repas plus sains	27%	<b>32%</b>	31%	<b>20%</b>	24%	<b>33%</b>
Garantir la fraîcheur des produits	25%	26%	26%	25%	25%	28%
Aider à moins gaspiller	25%	29%	28%	<b>20%</b>	23%	<b>31%</b>
Aider à trouver des idées de recettes	23%	<b>28%</b>	24%	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>32%</b>
Aider à manger plus local	21%	25%	21%	18%	21%	21%
Ne plus à avoir à faire les courses	20%	23%	20%	17%	18%	23%
Aider à découvrir de nouveaux produits	18%	<b>23%</b>	20%	<b>14%</b>	17%	21%
Réduire la charge mentale	16%	<b>20%</b>	16%	<b>12%</b>	12%	<b>22%</b>
Permettre de personnaliser ses courses	13%	<b>18%</b>	14%	<b>10%</b>	12%	16%
Je ne ferai pas mes courses alimentaires en ligne	28%	<b>18%</b>	<b>20%</b>	<b>41%</b>	<b>36%</b>	<b>11%</b>



**opinionway**

Crédits : steven-wright

# La conclusion



Les Français ont conscience de l'importance de "bien manger" **pour leur santé et leur bien-être**. Néanmoins, des obstacles économiques et pratiques persistent, limitant les possibilités de manger équilibré, varié, frais et fait maison.

Face à l'inflation, les Français mettent en place diverses stratégies : ils **traquent les promotions**, préparent davantage **de plats faits-maison** mais sont également contraints **de limiter l'achat de certains produits** (viande et poisson en 1<sup>er</sup> lieu).

**Les services de courses en ligne** apparaissent comme une solution pour surmonter ces freins, **en offrant des gains de temps, d'économies** et sont même perçus, par les plus jeunes, comme une opportunité de découvrir de nouvelles recettes et produits.

Avec sa promesse « *vos courses et repas de la semaine en 1 minute* », **Jow peut se positionner comme un véritable allié pour mieux manger** en levant les freins du manque de motivation, de temps et de budget.



**57%** Des Français déclarent déjà avoir **changé leur façon de manger**

Déclarent effectuer souvent de la **cuisine 'maison' pour bien manger** **80%**

**52%** Déclarent **le manque de budget** comme frein au « bien manger »

Ont le sentiment de **se restreindre sur la 'viande fraîche'** **53%**

# opinionway

PARIS ● BORDEAUX ● VARSOVIE ● CASABLANCA ● ABIDJAN

**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.

## **Enable today, shape tomorrow**

**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, le professionnalisme et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions. Corporate



## Restons *connectés* !



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

*Je m'abonne*

## Vos contacts OpinionWay

### **Delphine Michaut**

Co-directrice département FMCG

Port. +33 7 77 85 89 99

dmichaut@opinion-way.com

### **Clara Cardao**

Directrice d'études

ccardao@opinion-way.com

### **Léonor Costa**

Chargée d'études

lcosta@opinion-way.com