



**Ipsos Public Affairs**  
The Social Research and Corporate Reputation Specialists

**Profil, attitudes  
et attentes**  
des Français les plus  
sensibles à la consommation  
durable

**Juin 2014**



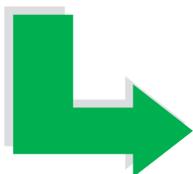
COOPÉRATIVES DE FRANCE  
DES AGRICULTEURS RESPONSABLES

## Cible : TOP 5 « consommation durable »

### Étape 1

Screening des foyers (webcruiser)  
panélistes Ipsos

Une enquête auprès d'environ  
42 000 personnes



### Étape 2

L'identification de la cible « TOP 5 »  
et de son profil à partir des réponses  
données aux indicateurs suivants :

- Connaissance des labels de  
qualité et/ou environnementaux ;
- Importance accordée à  
différents critères de production  
des aliments ;
- Consommation de produits  
alimentaires labélisés.



### Étape 3

Interrogation d'un échantillon de  
300 personnes particulièrement  
sensibles (le « TOP 5 ») aux enjeux  
de la consommation durable

Un échantillon de 300 personnes

Interrogation on-line. Méthode  
des quotas : sexe, âge, profession  
de l'interviewé, région et  
catégorie d'agglomération de  
résidence.

### DATES DE TERRAIN



Etape 1 : Du 15 au 30 mai 2014.  
Etape 3 : Du 6 au 10 juin 2014.

Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marche, études sociales et d'opinion ».

Comme pour toute enquête quantitative, cette étude présente des résultats soumis aux marges d'erreur inhérentes aux lois statistiques.

# Profil du TOP 5 consommation durable



Juin 2014



COOPÉRATIVES DE FRANCE  
DES AGRICULTEURS RESPONSABLES

# Profil du TOP 5 « consommation durable »



Sexe	Top 5	Français 15 ans et +
Homme	47%	48%
Femme	53%	52%



Age	Top 5	Français 15 ans et +
Moins de 35 ans	25%	33%
35-54 ans	34%	35%
55 ans et +	41%	32%



CSP	Top 5	Français 15 ans et +
CSP+	18%	12%
CSP Moyen	24%	24%
CSP-	13%	16%
Inactif	45%	48%



Région	Top 5	Français 15 ans et +
Ile -de -France	20%	19%
Nord Ouest	24%	23%
Nord Est	21%	23%
Sud Ouest	11%	11%
Sud Est	24%	24%



Taille d'agglomération	Top 5	Français 15 ans et +
Moins de 20 000 hab.	41%	39%
De 20 000 à - de 200 000 hab.	18%	19%
200 000 et plus hab.	41%	42%

# Comportements, attitudes, attentes...



2



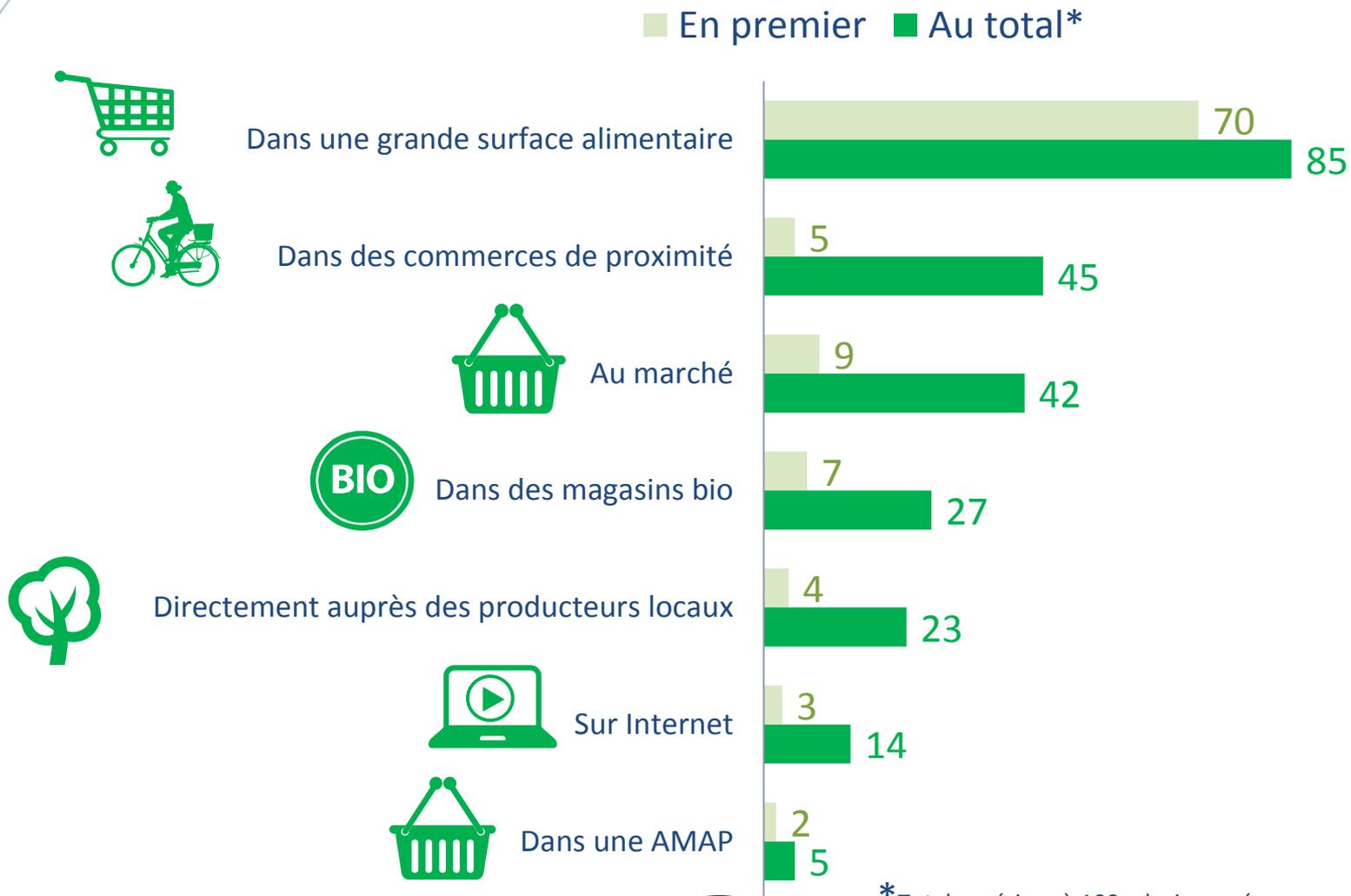
Juin 2014



COOPÉRATIVES DE FRANCE  
DES AGRICULTEURS RESPONSABLES

# Comportements d'achat : les lieux privilégiés

- En général, où faites-vous le plus souvent vos courses alimentaires ?



\*Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles

# Comportements d'achat : les lieux privilégiés selon les produits

- Et plus précisément, où achetez-vous le plus souvent les produits alimentaires suivants ?



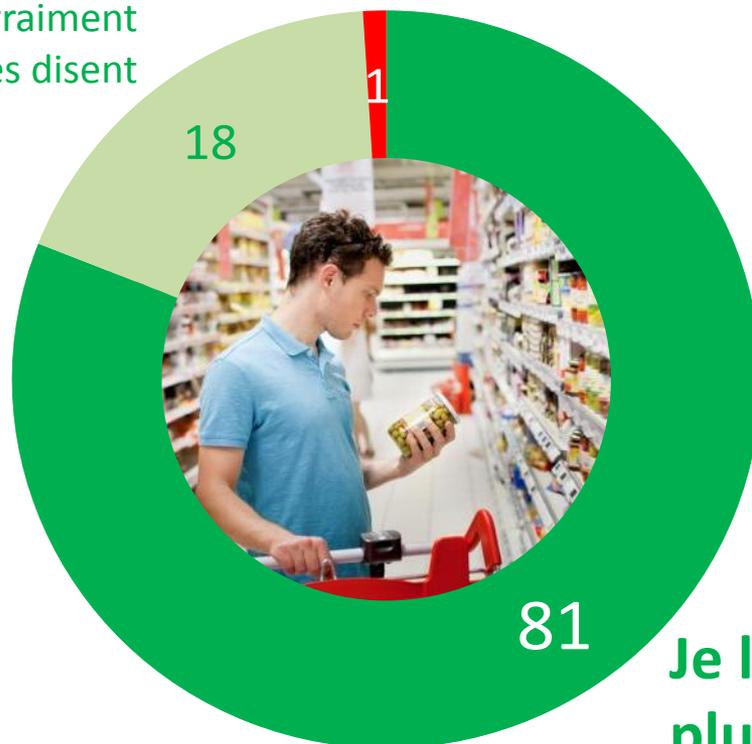
	Dans une grande surface alimentaire	Dans des commerces de proximité	Dans des magasins bio	Au marché	Directement auprès des producteurs locaux	Dans une AMAP	Sur Internet	Vous n'achetez pas ce type de produit	Nsp
Produits en conserve	82	7	8	2	4	3	7	4	1
Jus de fruits	78	4	18	3	11	5	8	3	1
Produits laitiers	75	6	14	7	11	4	5	1	-
Produits surgelés	73	19	5	3	3	2	7	3	1
Produits d'épicerie fine	73	13	17	3	7	4	7	-	1
Produits à base de farine	72	11	15	4	10	3	8	1	-
Confitures, confiseries	70	10	12	5	8	3	8	8	1
Vin	61	17	9	4	23	2	9	4	2
Charcuterie	59	33	7	11	15	4	2	4	1
Œufs	58	8	17	14	20	4	5	3	-
Produits traiteurs (cuisinés)	57	20	8	5	5	3	5	19	-
Viande, volaille, poisson	55	35	11	16	19	4	2	-	-
Fruits frais	45	17	23	47	22	6	3	-	-
Légumes frais	43	16	21	45	23	8	2	1	-
Foie gras	42	15	5	8	33	2	4	12	-

# Les informations inscrites sur les produits : lecture et compréhension

- Personnellement, lorsque vous achetez des produits alimentaires, de laquelle des propositions suivantes vous sentez-vous le plus proche à propos des informations figurant sur les emballages (composition, origine, mode de production, etc.) ?

Je les lis mais je ne comprends pas vraiment ce qu'elles disent

Je ne les lis pas



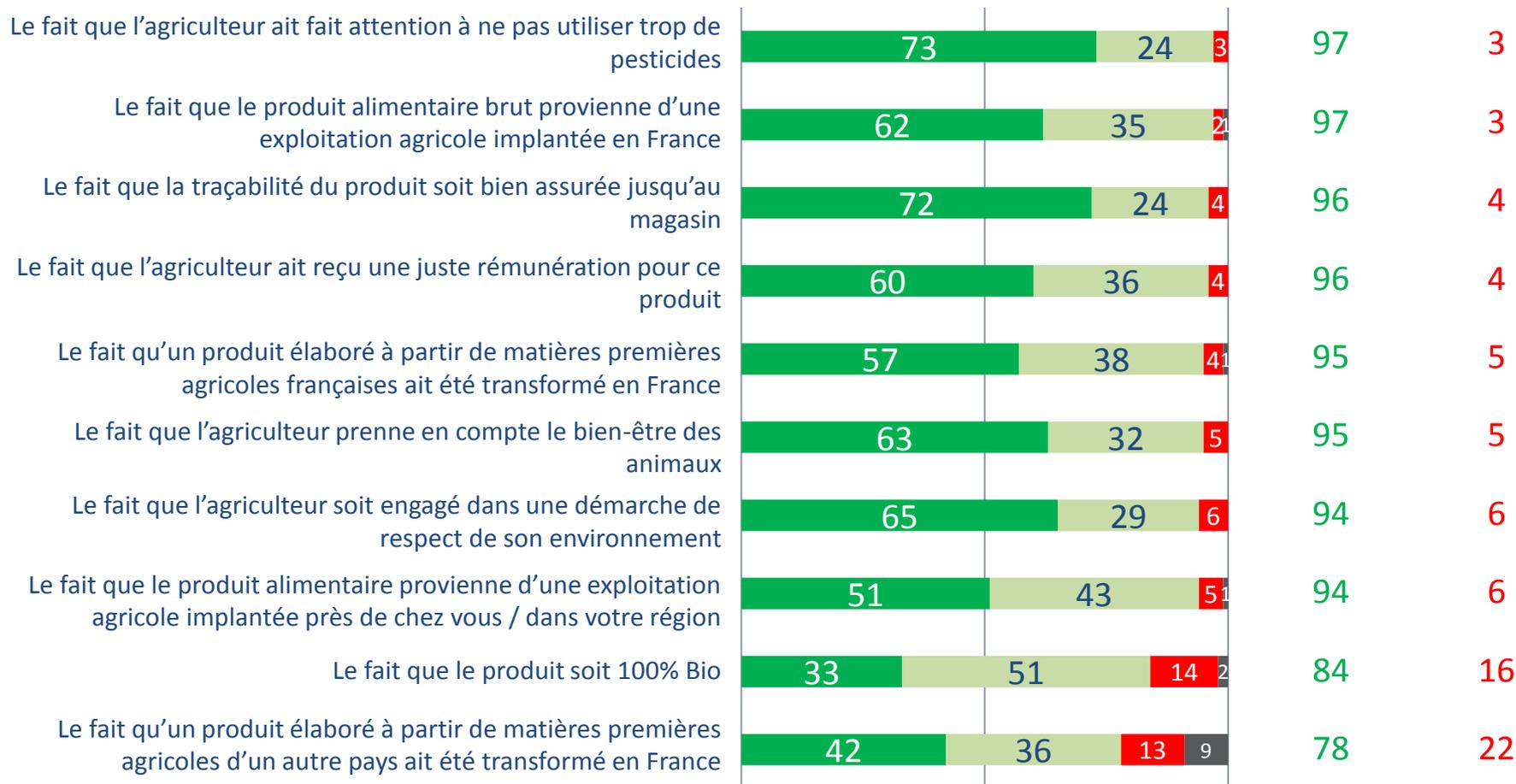
Je les lis et je comprends plutôt bien ce qu'elles disent

# Conditions de production, de transformation et de distribution : quelle importance pour les consommateurs ?

- Lorsque vous faites vos courses et que vous choisissez les produits alimentaires que vous allez acheter, dites pour **chacun** des critères suivants, s'il est pour vous...

■ Primordial ■ Important mais pas primordial ■ Secondaire ■ Inutile ou presque

S/t Important ou primordial  
S/t Peu important ou inutile

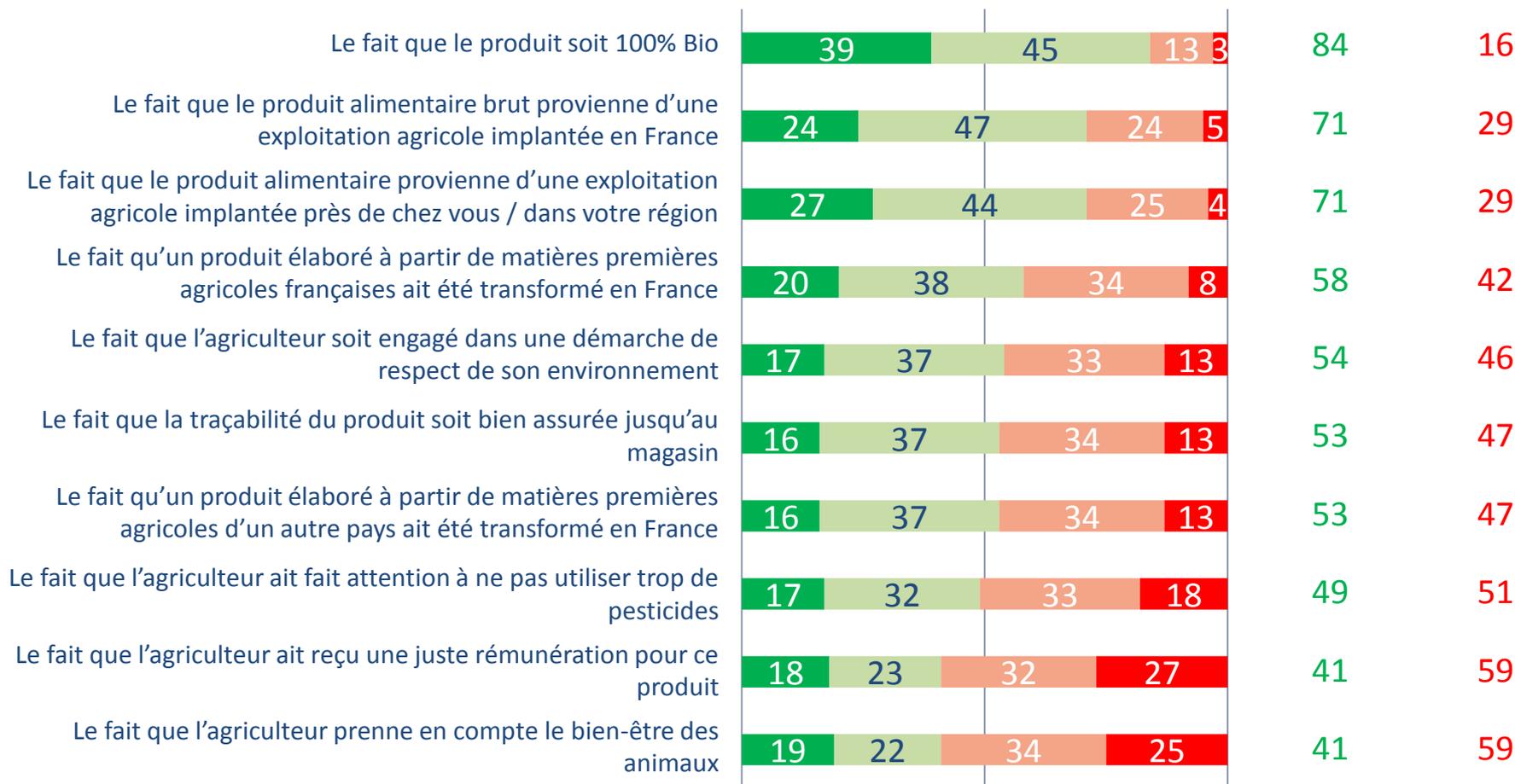


# Conditions de production, de transformation et de distribution : quelle visibilité pour les consommateurs ?

- Et lorsque vous faites vos courses, est-ce vous savez comment trouver d'une façon ou d'une autre les informations suivantes sur les produits alimentaires que vous êtes amenés à acheter ?

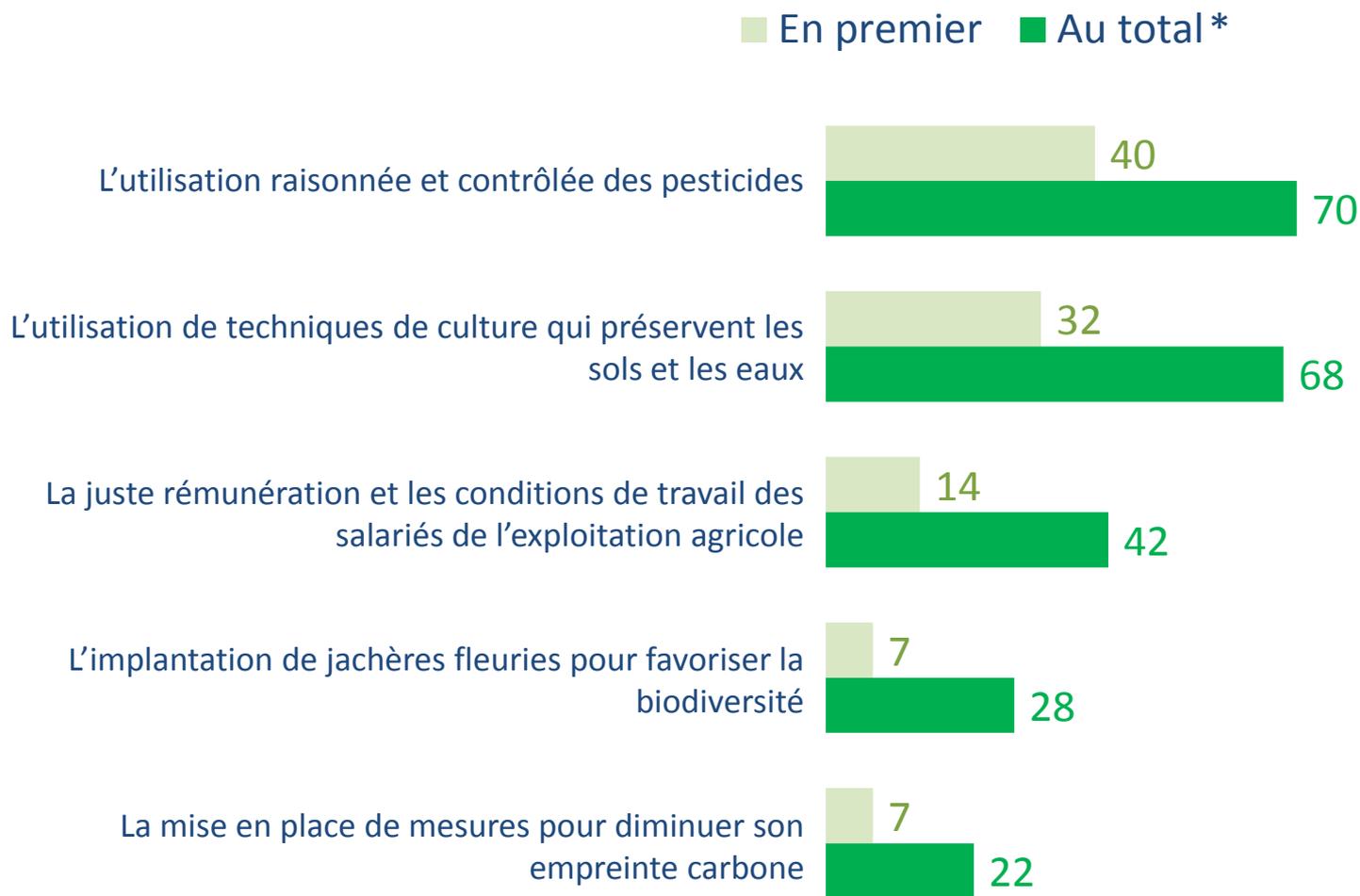
■ Très facilement ■ Plutôt facilement ■ Plutôt difficilement ■ Très difficilement

S/t Facilement S/t Difficilement



## Les attentes vis-à-vis des agriculteurs

- Parmi les démarches suivantes qu'un agriculteur peut mettre en place pour être plus respectueux de l'environnement, quelles sont celles auxquelles vous accordez le plus d'importance ?

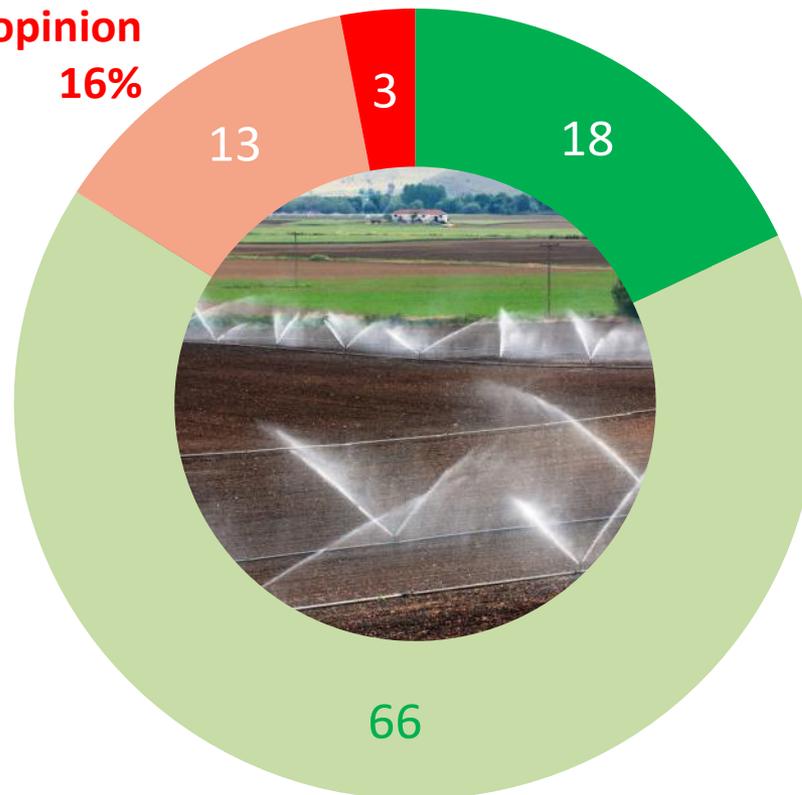


\*Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles

# Image des coopératives agricoles

- Personnellement, diriez-vous que vous avez une très bonne, une assez bonne, une assez mauvaise ou une très mauvaise opinion des coopératives agricoles ?

**S/t Mauvaise opinion**  
**16%**

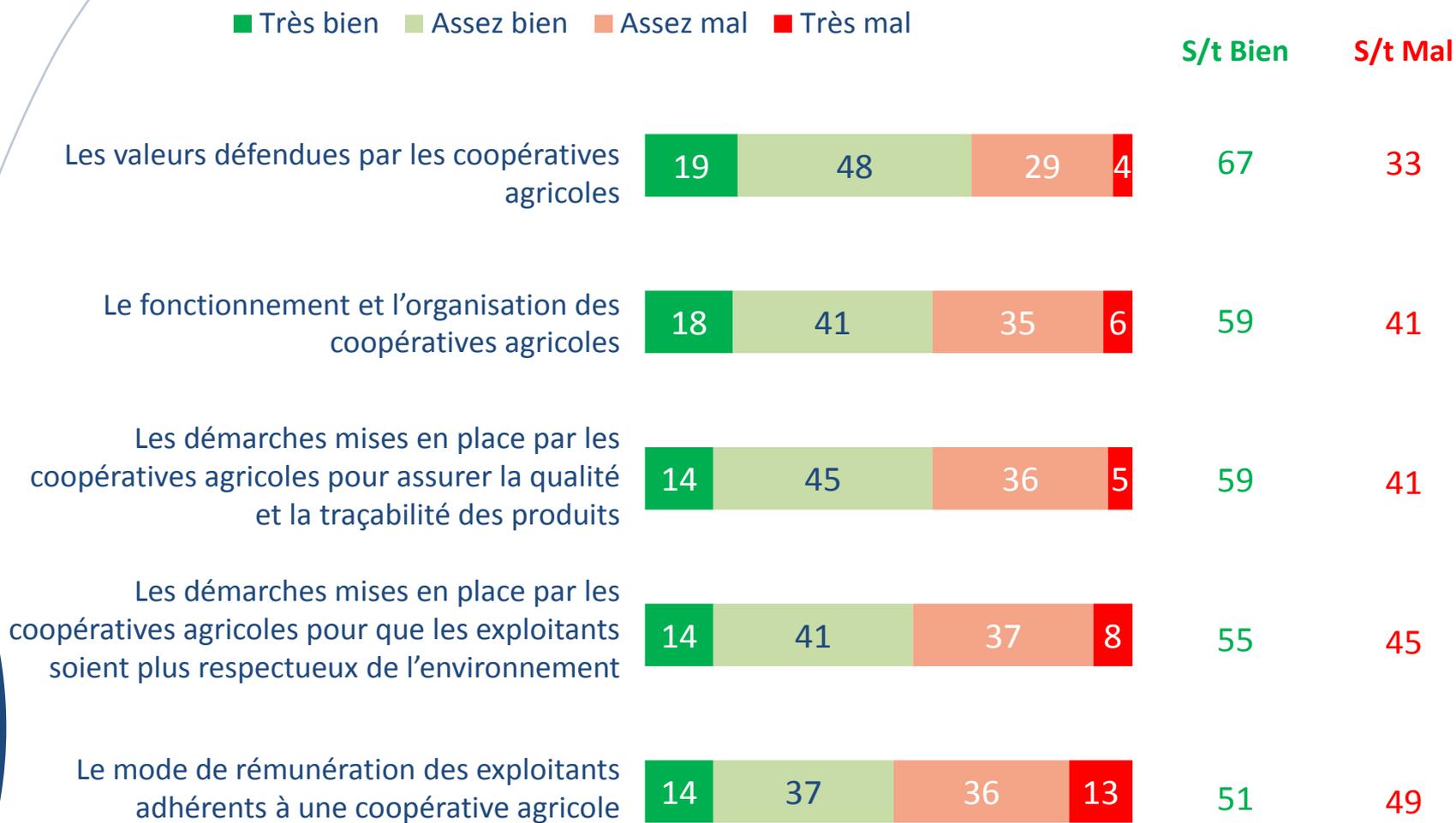


- Très bonne
- Assez bonne
- Assez mauvaise
- Très mauvaise

**S/t Bonne opinion**  
**84%**

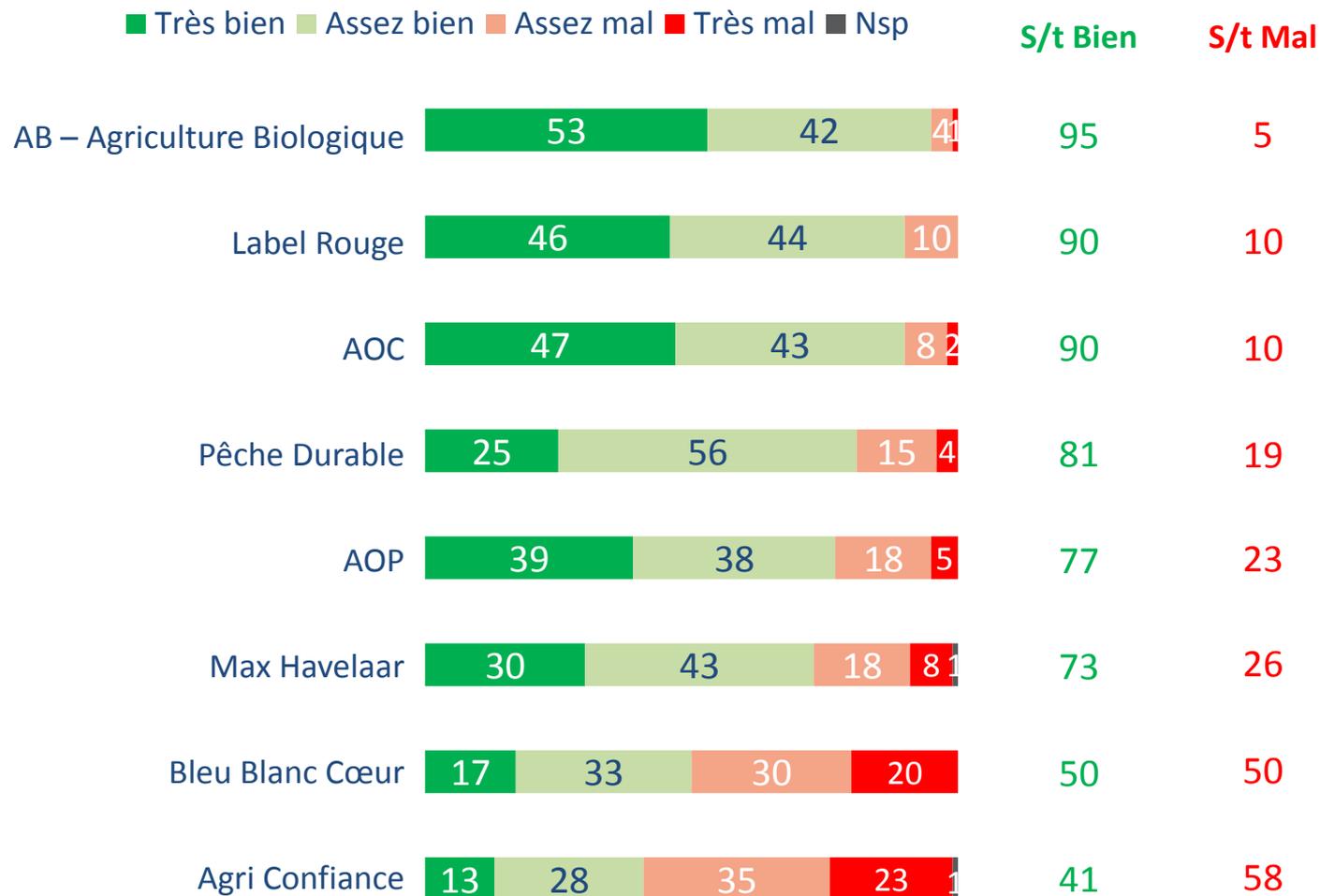
# Sentiment d'information concernant les coopératives agricoles

- Et diriez-vous que vous avez le sentiment de connaître très bien, assez bien, assez mal ou très mal... :



# Notoriété et connaissance des différents labels

- Pour chacune des appellations ou des labels suivants, avez-vous le sentiment de connaître sa démarche (normes en termes de qualité des produits et de respect de l'environnement, contrôles, garanties pour le consommateur, etc.)...

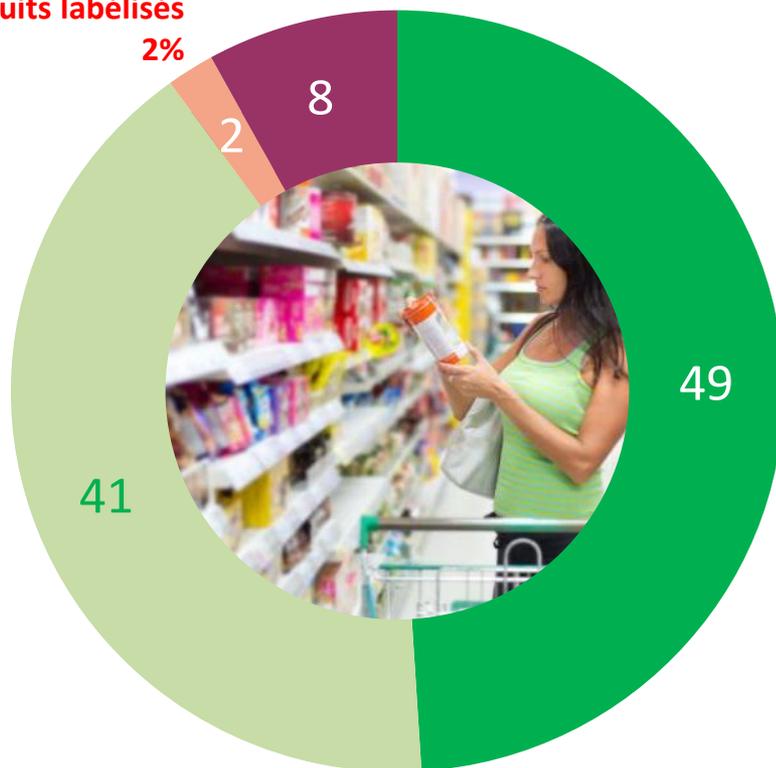


# Evolution de la consommation de produits labélisés

- Depuis ces deux dernières années, diriez-vous que vous consommez beaucoup plus, un peu plus, un peu moins, beaucoup moins ou ni plus, ni moins de produits alimentaires ayant une signature ou un label de qualité et/ou environnemental ?

■ Beaucoup plus ■ Un peu plus ■ Un peu moins ■ Beaucoup moins ■ Ni plus, ni moins

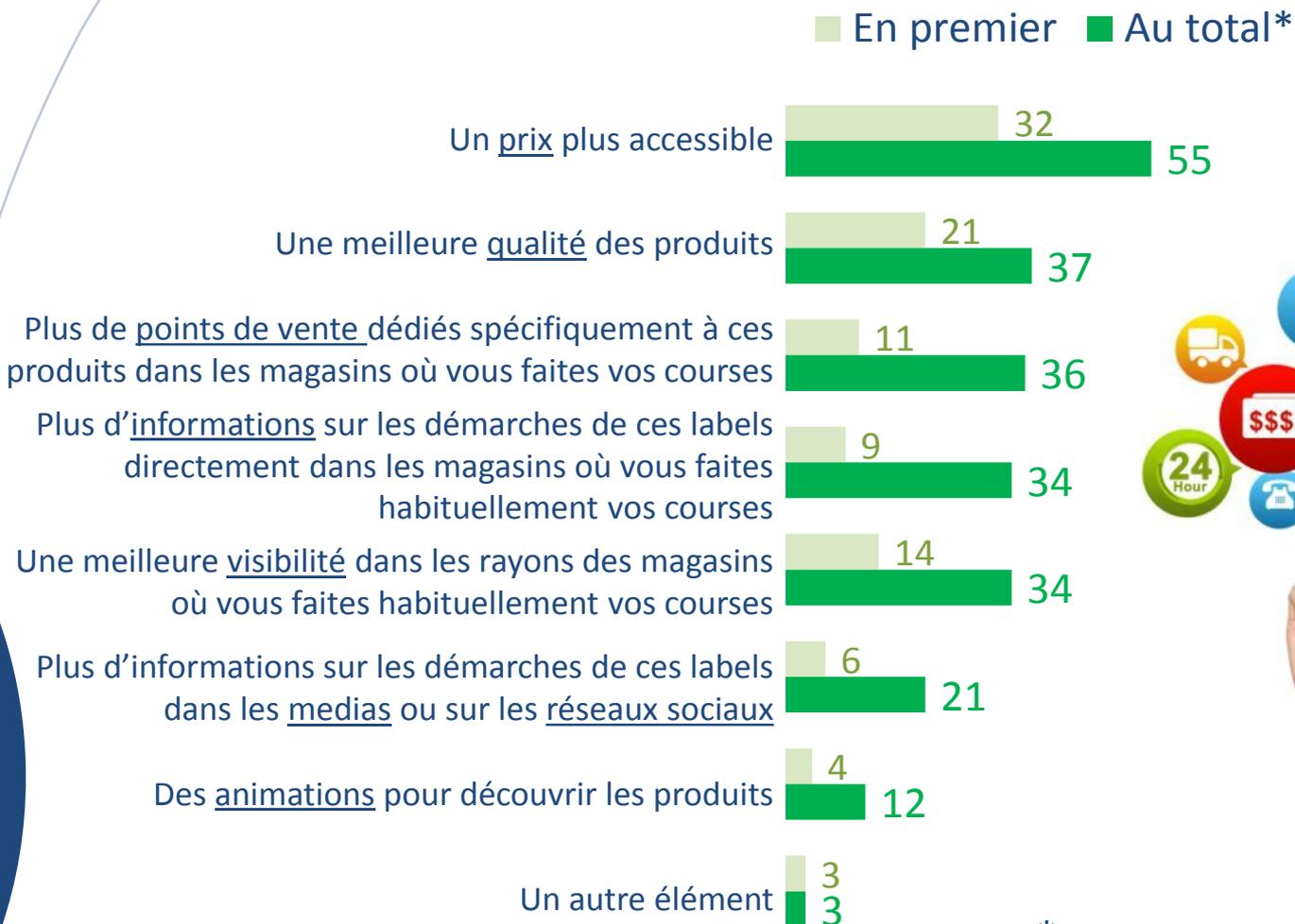
S/t Consomme moins de produits labélisés



S/t Consomme plus de produits labélisés  
90%

# Attentes des consommateurs « durables » vis-à-vis des labels

- Parmi les éléments suivants, quels sont ceux qui pourraient vous inciter à acheter davantage de produits alimentaires ayant une signature ou un label de qualité et/ou environnemental ?



\*Total supérieur à 100, plusieurs réponses possibles

# Attentes concernant la distribution des produits des coopératives

- Et est-ce que vous consommeriez plus de produits issus des coopératives agricoles...

■ Certainement ■ Probablement ■ Probablement pas ■ Certainement pas

