

# 3<sup>ème</sup> panorama des pratiques alimentaires des Français: les nouvelles tendances décryptées



## Vague 3 étude Harris Interactive – Avril 2019

*Garance FERBECK*

*Directrice du Département Grande Consommation & Luxe  
gferbeck@harrisinteractive.fr*

*Caroline GUEBET*

*Directrice d'Etude  
cguebet@harrisinteractive.fr*

**CONTEXTE : Une recherche d'alimentation saine, un segment du bio qui demeure à un haut niveau de performance et une hausse de la consommation locale illustrant une volonté de « consommer responsable »**

A photograph of a greenhouse filled with various green plants growing in raised beds. The structure is made of metal frames and glass panels. The plants are in different stages of growth, with some showing larger leaves and others being smaller seedlings.

96%

Des Français déclarent **avoir déjà acheté une marque locale** dans l'univers alimentaire (*Etude 2019 « Les Grandes marques doivent-elles avoir peur des petites ? » / Harris Interactive*)

91%

Des Français **pensent que les produits locaux sont présents dans l'univers alimentaire**, contre 41% dans l'univers Hygiène Beauté, 36% dans l'univers de la maison et 30% dans l'univers textile (*Observatoire Cetelem 2019 / Harris Interactive*)

88%

Des Français ont comme **critère de choix important le fait qu'une marque alimentaire soit française / Made in France** (*Etude 2019 « Les Grandes marques doivent-elles avoir peur des petites ? » / Harris Interactive*)

# Méthodologie

Une **enquête quantitative** menée auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 Français âgés de 15 ans et plus



Etude online



Questionnaire auto-administré 20 minutes

Via un terrain d'enquête réalisé sur 2 vagues : du 28 janvier au 1<sup>er</sup> février 2019 et du 4 février au 8 février 2019

Présentant les résultats en évolution par rapport aux vagues précédentes (2017 & 2018)



Des thématiques updatées des sujets d'actualité

## Avec une distinction

par Sexe



par Age

Génération Z

15-24 ans

Millenials

18-34 ans

Génération X

35-49 ans

Seniors

+ 50 ans

par CSP



Paris vs. Province



# Sommaire du rapport et enjeux décryptés



**1 Les Français toujours plus concernés par les enjeux sociétaux**



**... et très attachés à leur alimentation, dans une logique de « mieux manger »**



**Un mieux consommer qui se vérifie au travers des choix effectués**



**Avec des pratiques digitales renforcées pour communiquer et mieux contrôler les composants de leurs produits alimentaires**

Une enquête quantitative menée auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 Français âgés de 15 ans et plus  
Présentant les résultats en évolution par rapport aux vagues précédentes (2017 & 2018)



# Contactez nous pour commander l'étude!

[cdemougins@harrisinteractive.fr](mailto:cdemougins@harrisinteractive.fr)

01 44 87 60 67

Rapport complet: 950 euros HT

