

Mai 2014

Contacts :

01 45 84 14 44

Fabienne Gomant

Marion Chasles-Parot

prenom.nom@ifop.com

Palmarès des critères d'achat de la viande et attentes à l'égard du rayon boucherie de la grande distribution

Paris
Toronto
Shanghai
Buenos Aires

ifop

Connection creates value

pour

SNIV
Les entreprises
françaises des viandes
SNCP

Etude réalisée pour :

Le SNIV-SNCP

Echantillon :

Echantillon de **1000** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de l'interviewé) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil :

Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).

Dates de terrain :

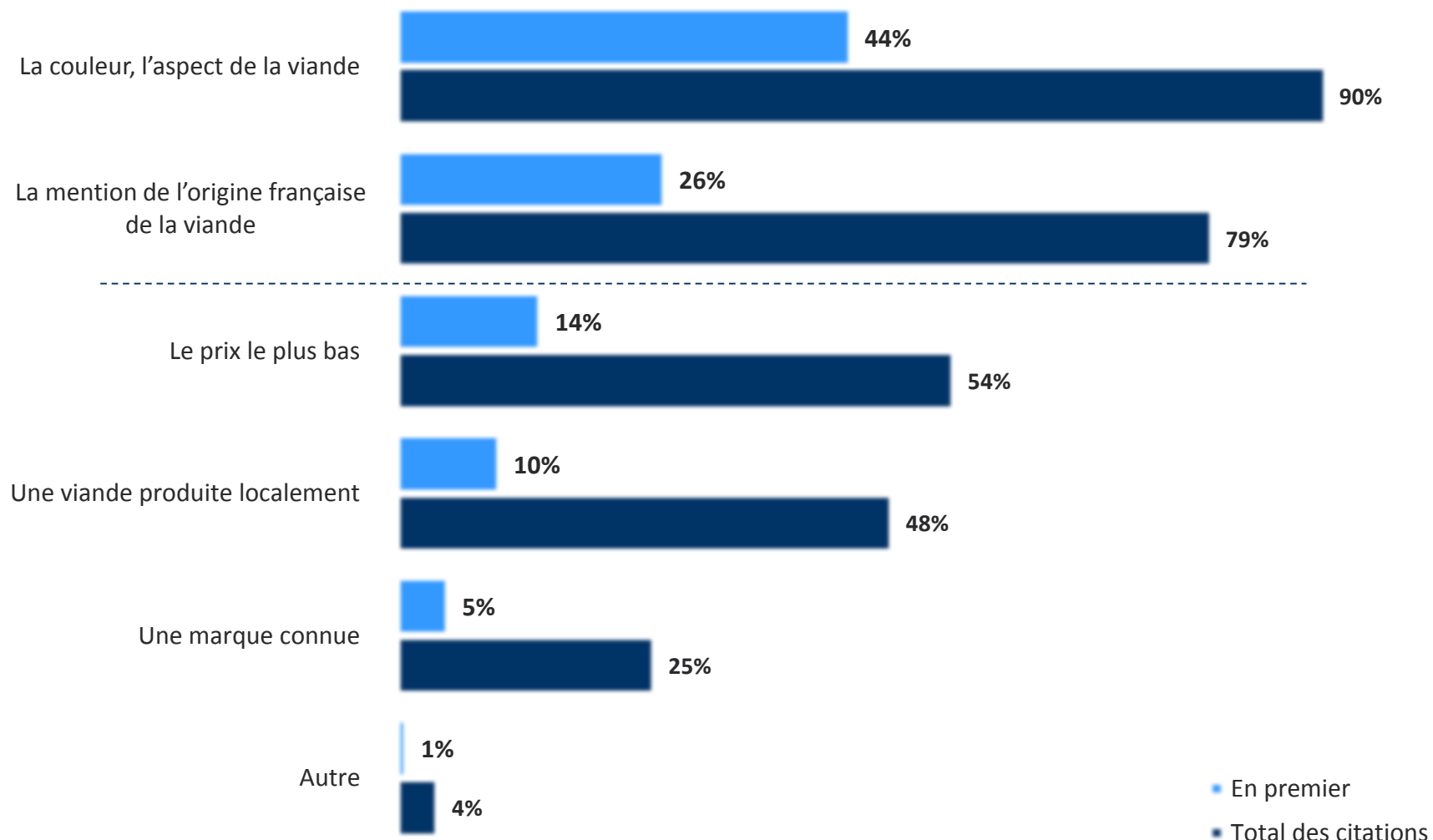
Du 17 au 22 avril 2014.

Remarque : l'ordre de présentation des résultats ne correspond pas forcément à l'ordre dans lequel les questions ont été administrées.

A | *Les critères d'achat de la viande*

Question : Lorsque vous achetez de la viande fraîche, en grande ou moyenne surface (quel que soit le type de viande : bœuf, porc, poulet, agneau, etc.), quel est pour vous le premier critère de choix ? En deuxième ? En troisième ?

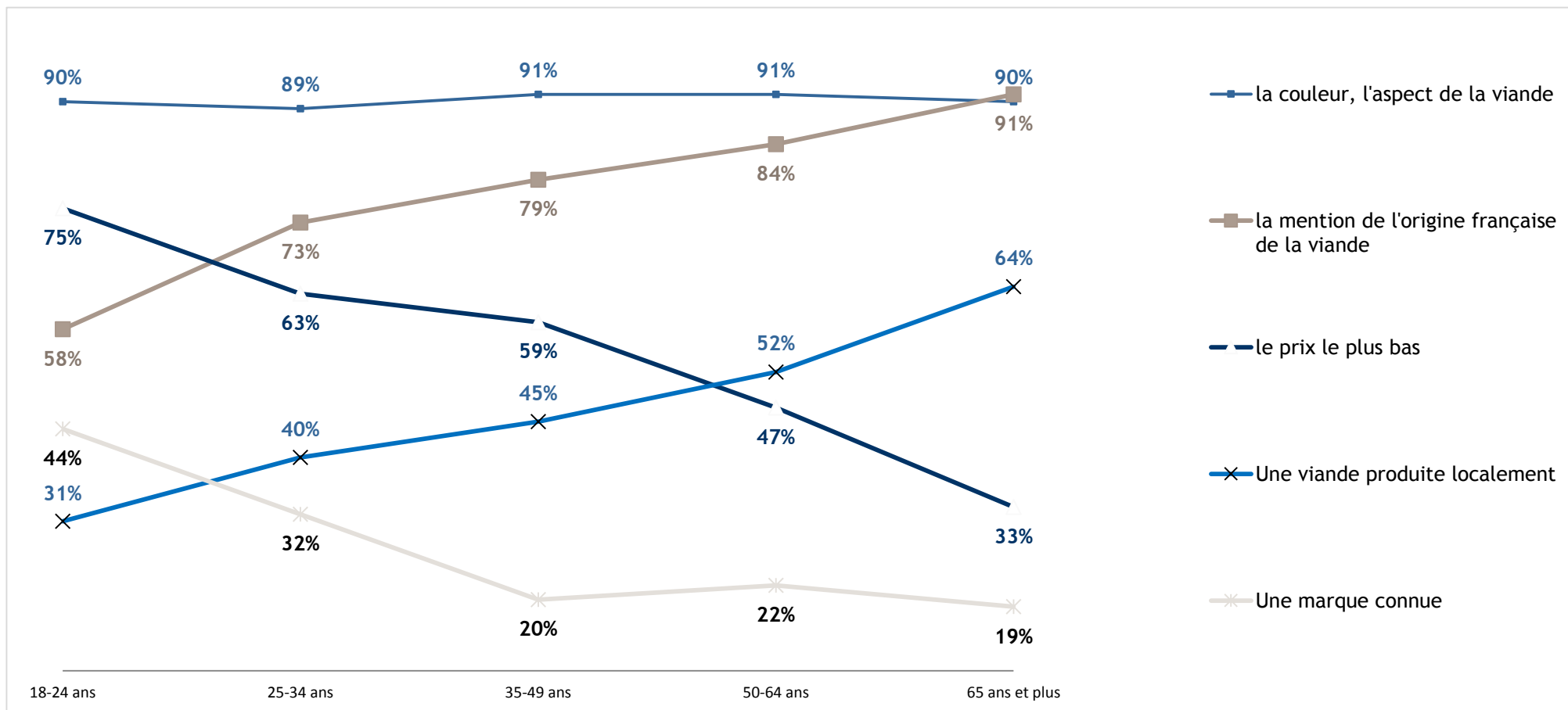
Base : aux personnes qui achètent leur viande en grande distribution, soit 74% de l'échantillon



Selon les âges

Question : Lorsque vous achetez de la viande fraîche, en grande ou moyenne surface (quel que soit le type de viande : bœuf, porc, poulet, agneau, etc.), quel est pour vous le premier critère de choix ? En deuxième ? En troisième ?

Base : aux personnes qui achètent leur viande en grande distribution, soit 74% de l'échantillon

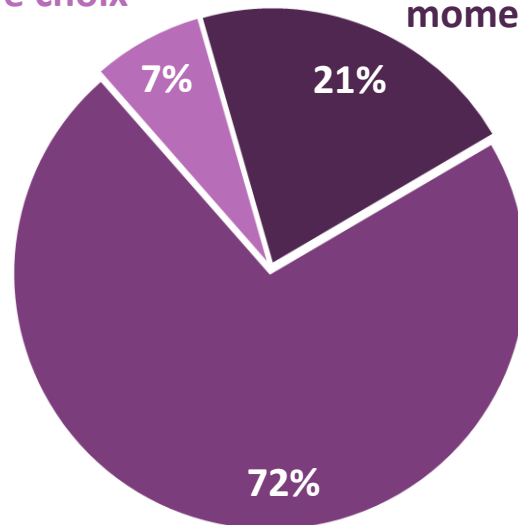


Question : Vous personnellement, lorsque vous choisissez votre viande en grande ou moyenne surface, diriez-vous que... ?

Base : aux personnes qui achètent leur viande en grande distribution, soit 74% de l'échantillon

Le prix n'a pas vraiment d'importance au moment de faire votre choix

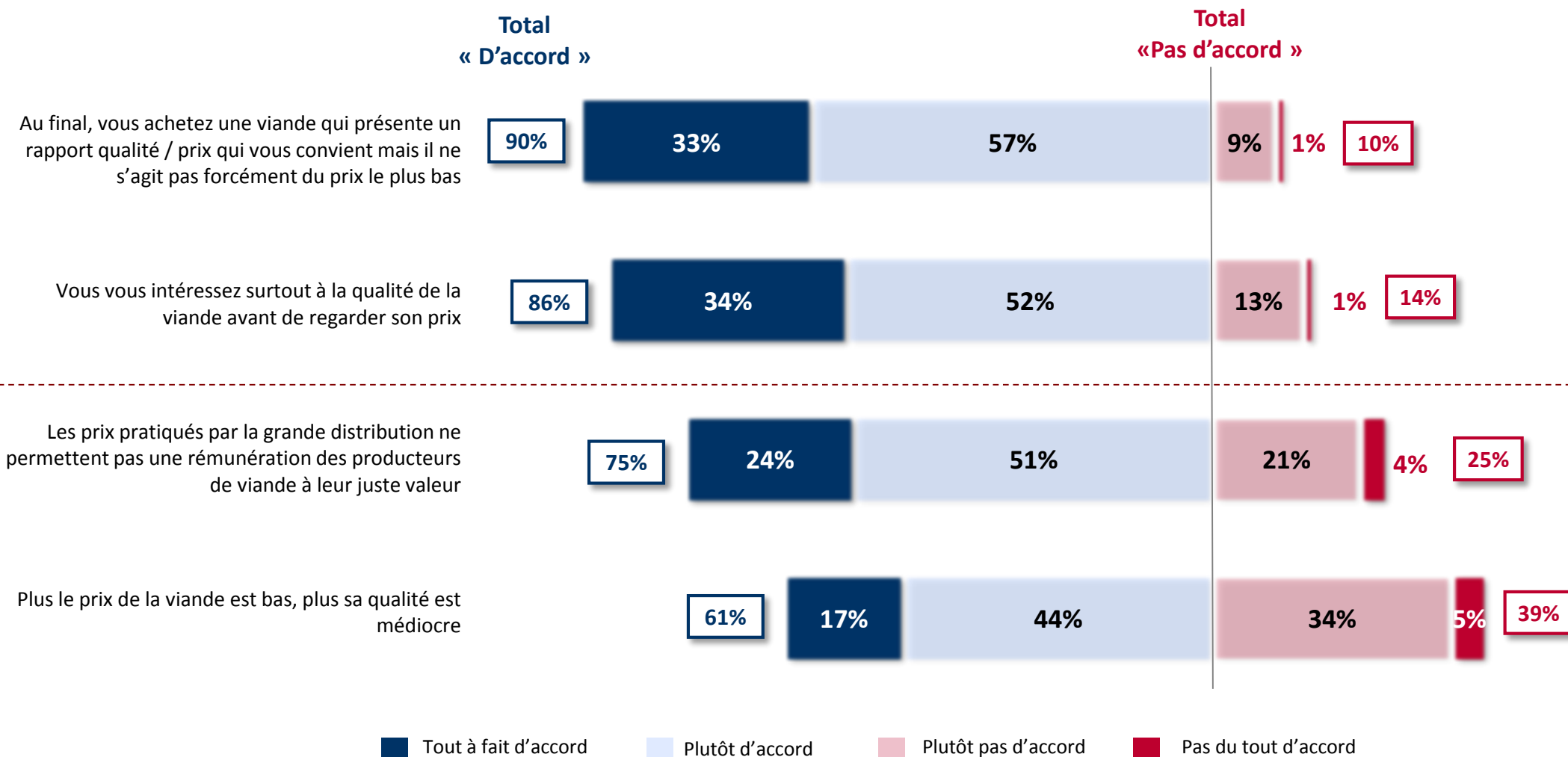
Le prix est le plus important au moment de faire votre choix



Le prix est important mais ce n'est pas votre premier critère de choix

Question : Pour chacune des phrases suivantes concernant l'achat de viande en grande ou moyenne surface, veuillez indiquer si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord.

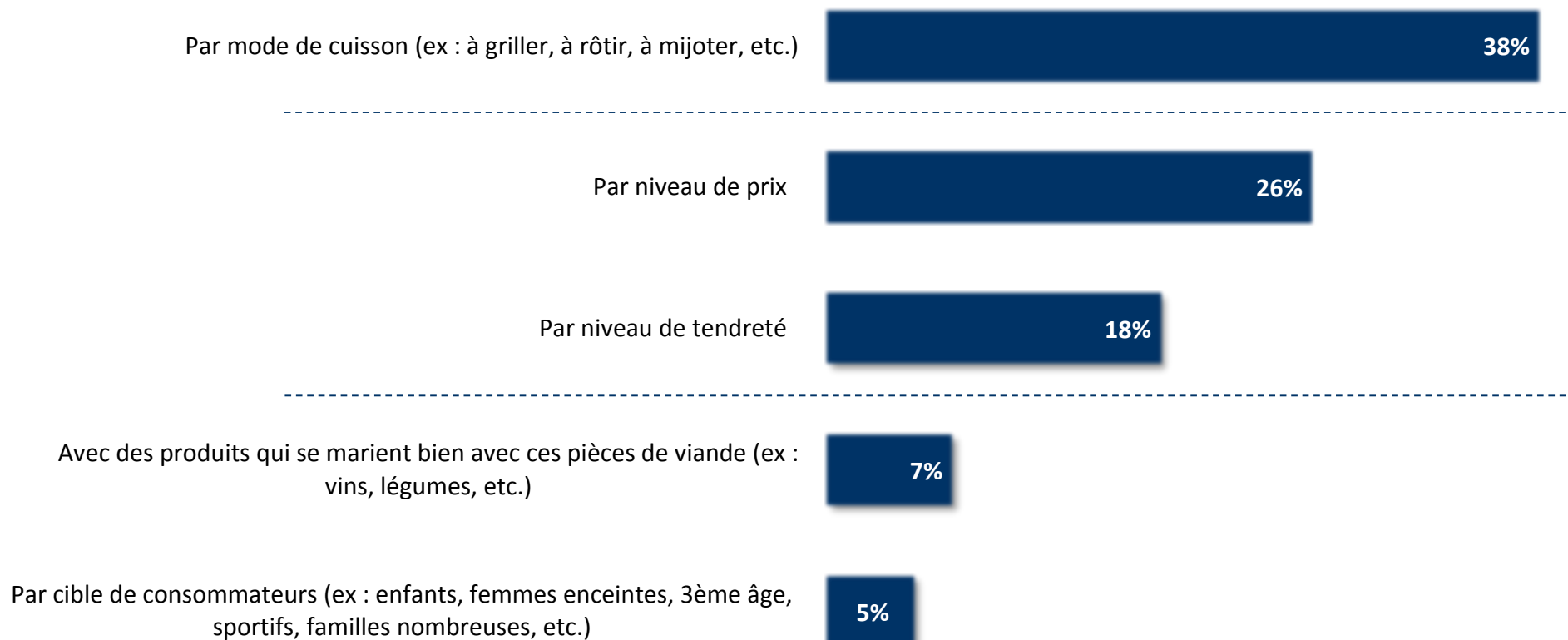
Base : aux personnes qui achètent leur viande en grande distribution, soit 74% de l'échantillon



B | Le rayon boucherie en grande distribution

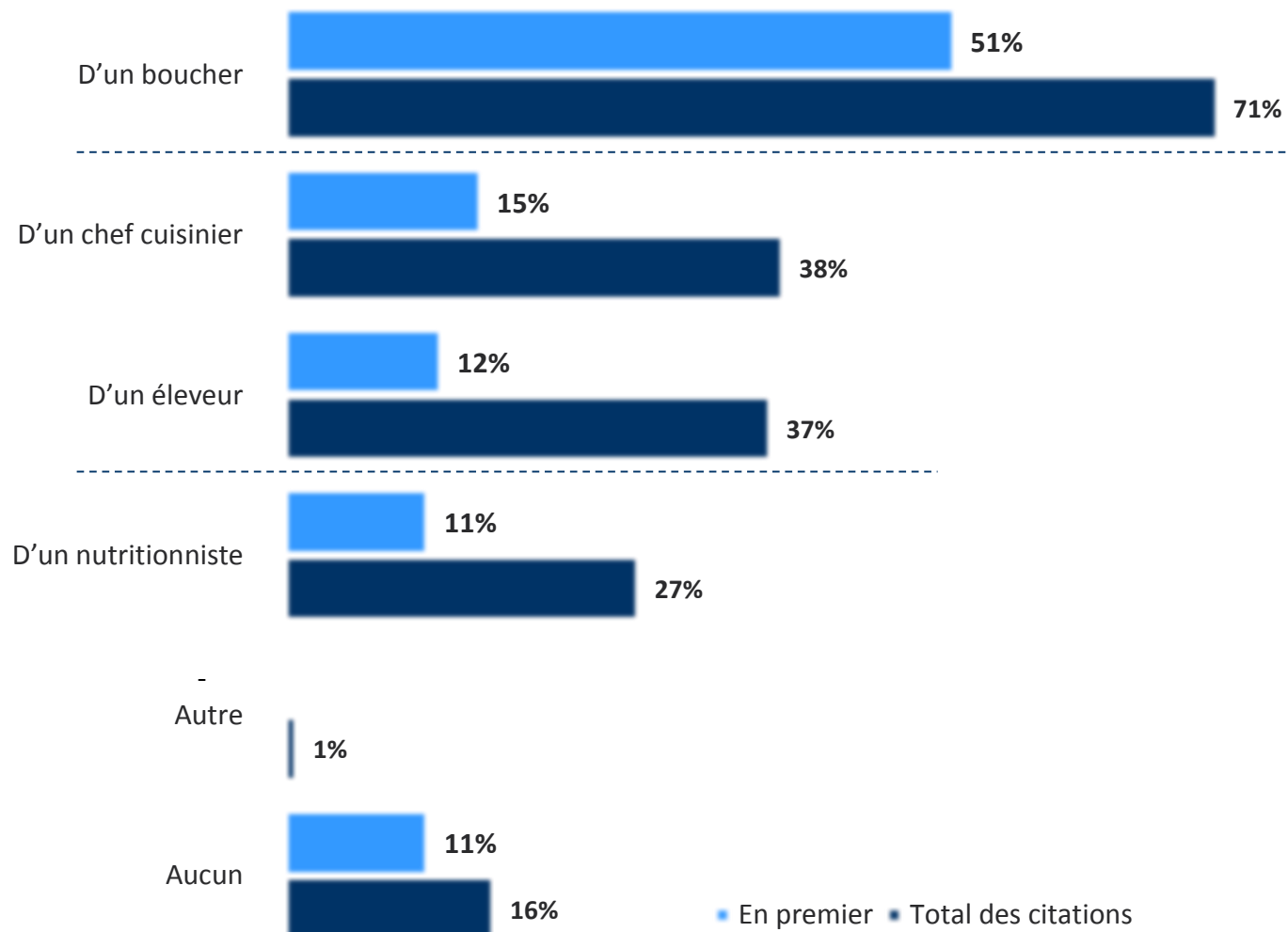
Question : Parlons maintenant de la présentation du rayon viande en libre-service en grande distribution. Vous personnellement, préféreriez-vous que les pièces de viande soient classées ou présentées... ?

Base : aux personnes qui achètent leur viande en grande distribution, soit 74% de l'échantillon



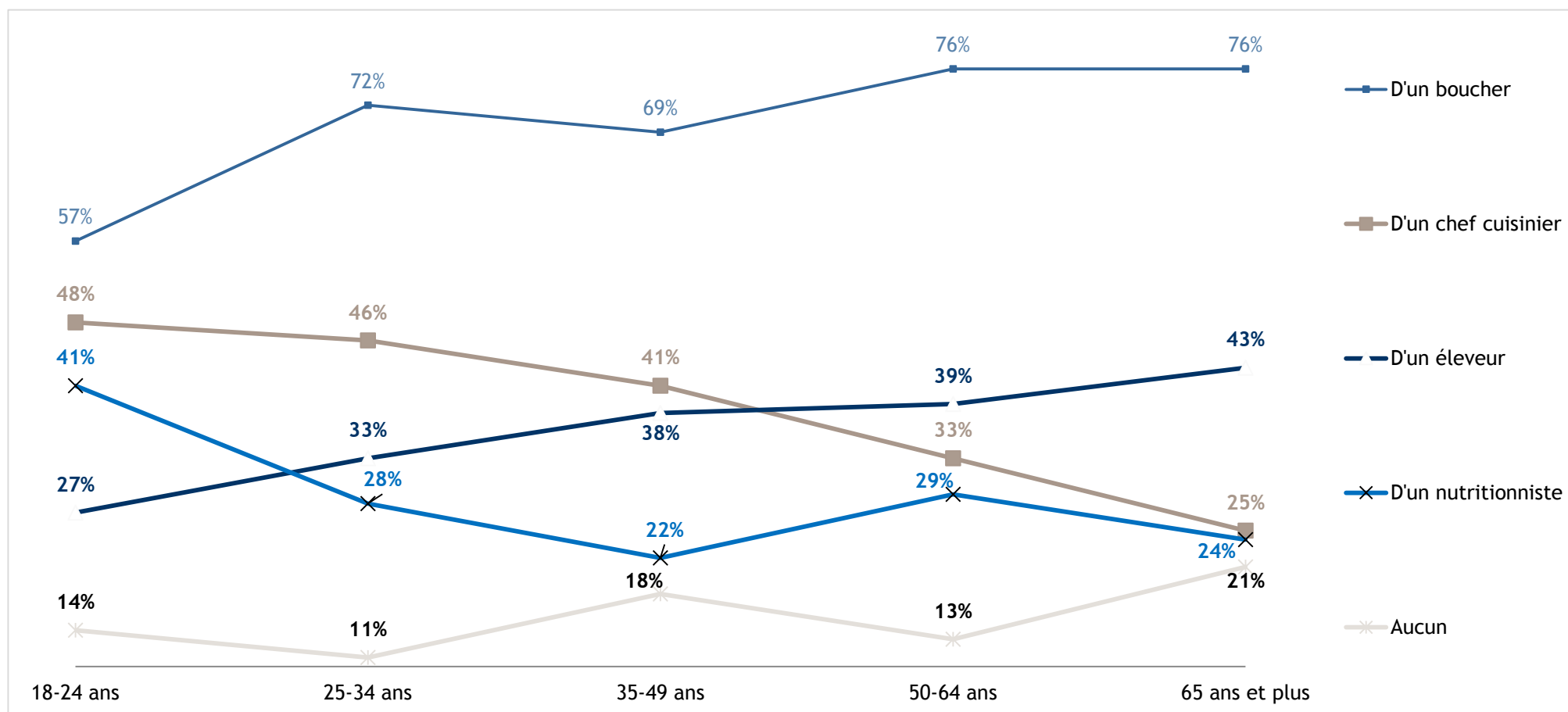
Question : Et quels sont les types de conseils que vous aimeriez trouver au rayon viande en libre-service ? En premier ? En second ? Les conseils...

Base : aux personnes qui achètent leur viande en grande distribution, soit 74% de l'échantillon



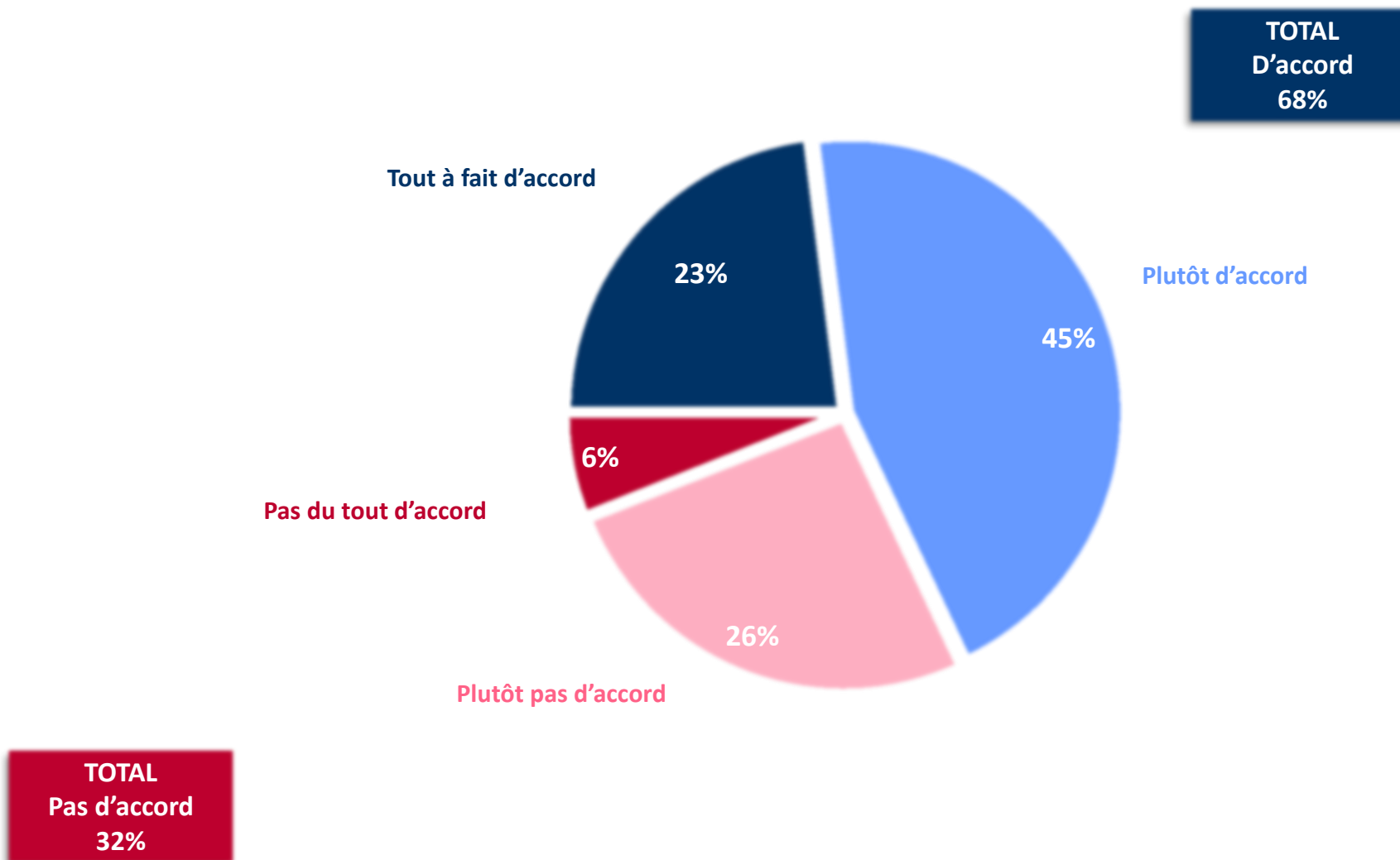
Question : Et quels sont les types de conseils que vous aimeriez trouver au rayon viande en libre-service ? En premier ? En second ? Les conseils...

Base : aux personnes qui achètent leur viande en grande distribution, soit 74% de l'échantillon



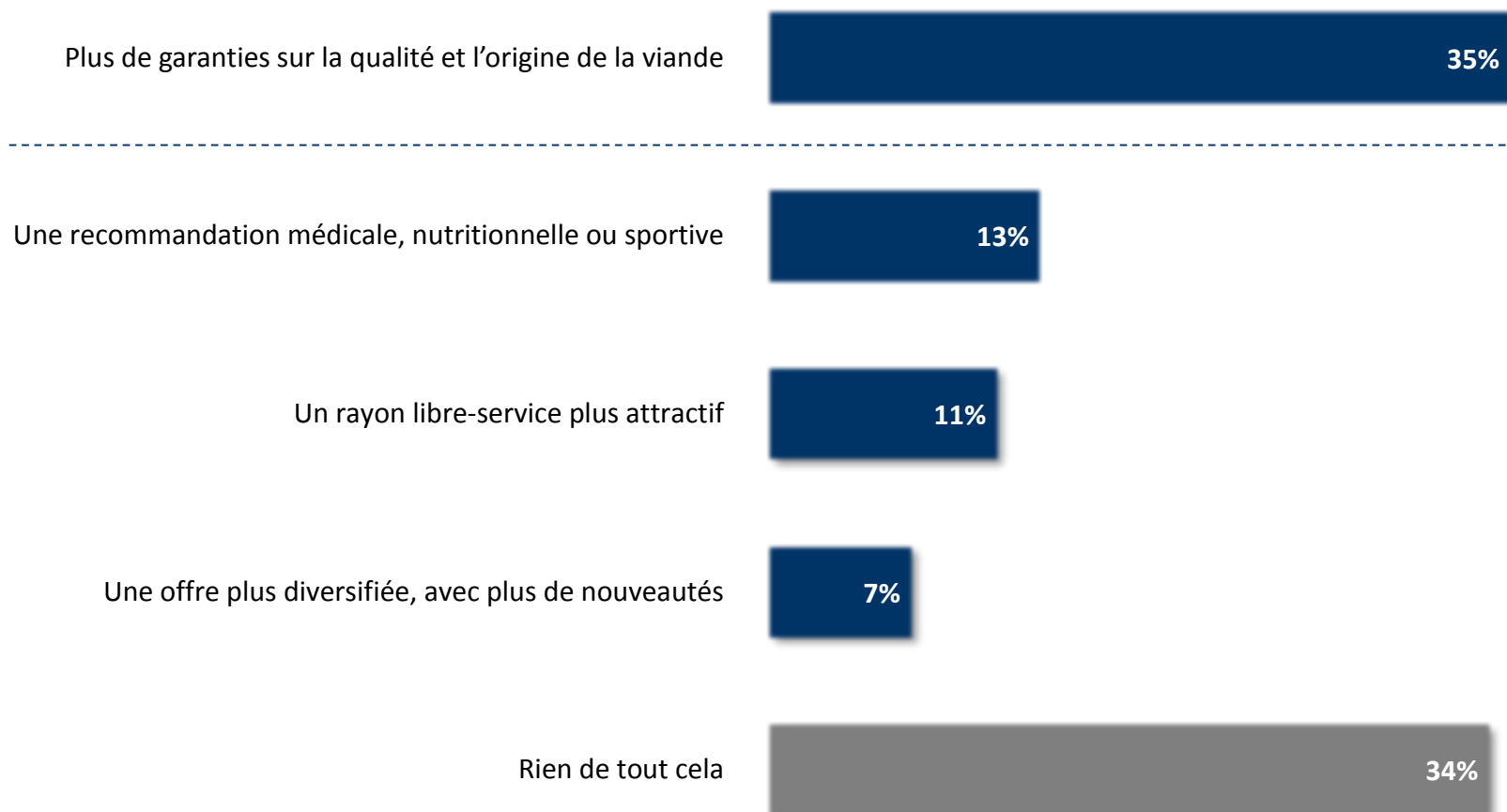
Question : Vous personnellement, êtes-vous d'accord ou non avec l'opinion suivante : « Manger de la viande est pour vous un réel plaisir, vous n'êtes pas prêt à réduire votre consommation » ?

Base : aux consommateurs de viande, soit 98% de l'échantillon



Question : Parmi la liste suivante, qu'est-ce qui pourrait-vous inciter à consommer davantage de viande ?

Base : aux consommateurs de viande, soit 98% de l'échantillon



C | *Ce qu'il faut retenir*

Aspect de la viande et origine française : premiers critères de choix de la viande en GMS

- ✓ **9 Français sur 10 privilégient le ressenti qu'ils ont au vu de la pièce de viande qui leur est présentée lors de leur achat en grande distribution, faisant ainsi de la couleur ou de l'aspect de la viande le premier critère de choix (90%).** Viennent ensuite la mention de l'origine française de la viande (79%) et, dans un troisième temps seulement, le coût d'achat. **Le prix le plus bas n'est d'ailleurs retenu comme critère de choix que par la moitié des personnes interrogées achetant leur viande en grande distribution (54%),** juste devant le fait que la viande ait été produite localement (48%).
- ✓ **72% des Français s'accordent sur le fait que si le prix est important, il ne constitue pas le premier critère de choix de la viande en GMS.** Comparativement, très peu considèrent que le prix n'a pas vraiment d'importance au moment de faire leur choix (7%), et environ un cinquième estiment à l'inverse que le prix est le plus important (21%). C'est qu'en réalité, la prise de décision est plus subtile : faire attention au coût de la viande oui, mais pas au détriment de sa qualité. Ce n'est pas la quête du prix le plus bas que les Français mènent, mais celle du produit au meilleur rapport qualité/prix. Preuve en est, **90% des personnes se procurant leur viande en grande surface sont d'accord avec l'affirmation suivante « au final, vous achetez une viande qui présente un rapport qualité/prix qui vous convient, mais il ne s'agit pas forcément du prix le plus bas »** et 86% s'agissant du postulat « vous vous intéressez surtout à la qualité de la viande avant de regarder son prix ».

Les principales garanties à mettre en avant en grande distribution : la qualité et la traçabilité de la viande

- ✓ **Première attente au rayon viande en libre service de la grande distribution : l'aide à la cuisine du produit acheté.** En effet, le classement privilégié des personnes achetant leur viande en grande distribution favorise nettement le rangement par mode de cuisson (ex : à griller, à rôtir, à mijoter, etc.) (38%) que par niveau de prix (26%) ou de tendreté (18%). De la même façon, les conseils les plus attendus au rayon viande en libre service sont ceux d'un boucher (71%) - permettant aux consommateurs l'obtention d'un produit de qualité à déguster - suivi dans une moindre mesure, de ceux d'un chef cuisinier (38%) pour l'aide à la préparation. Enfin, un peu plus du tiers des personnes interrogées encouragent la possibilité d'avoir les conseils d'un éleveur lors de leur achat de viande (37%). quand environ un quart d'entre elles apprécieraient ceux d'un nutritionniste (27%).
- ✓ **Des garanties sérieuses quant à la qualité et à la provenance de la viande constituent la seconde attente mise en avant par tous les consommateurs de viande** - garanties qui inciteraient par ailleurs environ un tiers de ces personnes à consommer davantage de viande (35%), même si une proportion similaire de cet échantillon considère que rien ne pourrait les pousser à manger plus de viande (34%). La traçabilité du produit, tant concernant le lieu de sa provenance que la façon dont l'animal a été traité ou alimenté, est l'engagement le plus attendu des consommateurs lors de leur achat. Ainsi, 70% d'entre eux aimeraient qu'on leur atteste que l'alimentation de l'animal ne contenait aucun OGM et qu'il n'a reçu aucun antibiotique et 67% que la viande est d'origine française. Le respect du bien être de l'animal tout au long de la chaîne de production est aussi mis en avant par un peu plus de la moitié des consommateurs de viande (53%), de même que le respect de l'environnement (53%).