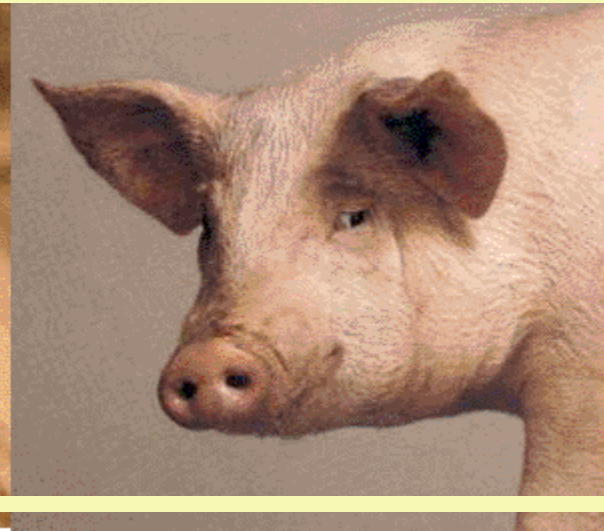


Consommateurs et produits alimentaires

Consommateurs et produits alimentaires



CRIOC, mars 2006



Etude réalisée avec le soutien de la Région wallonne

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Agenda

1. Objectifs
2. Méthodologie
3. Perception des pommes de terre et croquettes/frites surgelées, du porc (viande et charcuterie) et de la volaille (poulet entier, filet de poulet, oeuf)
4. Information et étiquetage : ce que veulent les consommateurs
5. Types de points de vente fréquentés pour l'achat de ces produits
6. Consommation
7. Conclusions

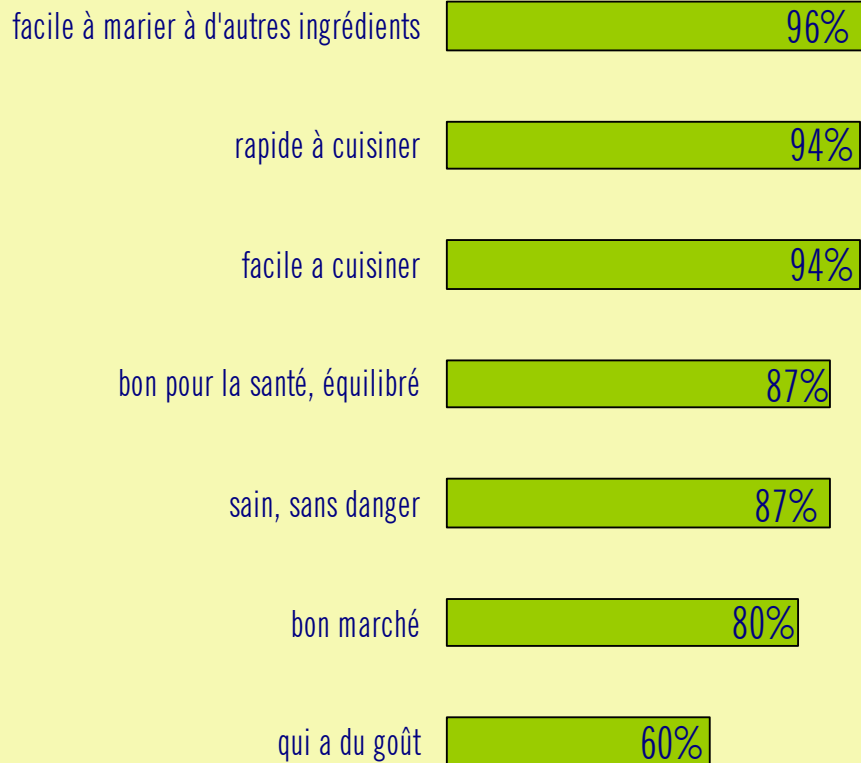
Objectifs

- Déterminer la perception des consommateurs vis-à-vis des pommes de terre, du porc et de la volaille selon différents critères.
- Connaître les informations que les consommateurs souhaitent trouver sur les emballages de ces produits.
- Établir les types de points de vente les plus fréquemment visités pour l'achat de ces produits.
- Évaluer la consommation de pommes de terre, porc et volaille de la population en Belgique.

Méthodologie

- 600 Interviews réalisées par téléphone auprès des habitants de Belgique âgés de 15 ans et +.
- Field : novembre-décembre 2005.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé.
- Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats (χ^2 , marge d'erreur)
- La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 4%.
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction de la localisation (régions), du sexe, de l'âge, de la taille et de la composition du ménage, des groupes sociaux (inférieurs, moyens, supérieurs), du fait d'être PRA ou non (principal responsable d'achat).

Perception de la pomme de terre

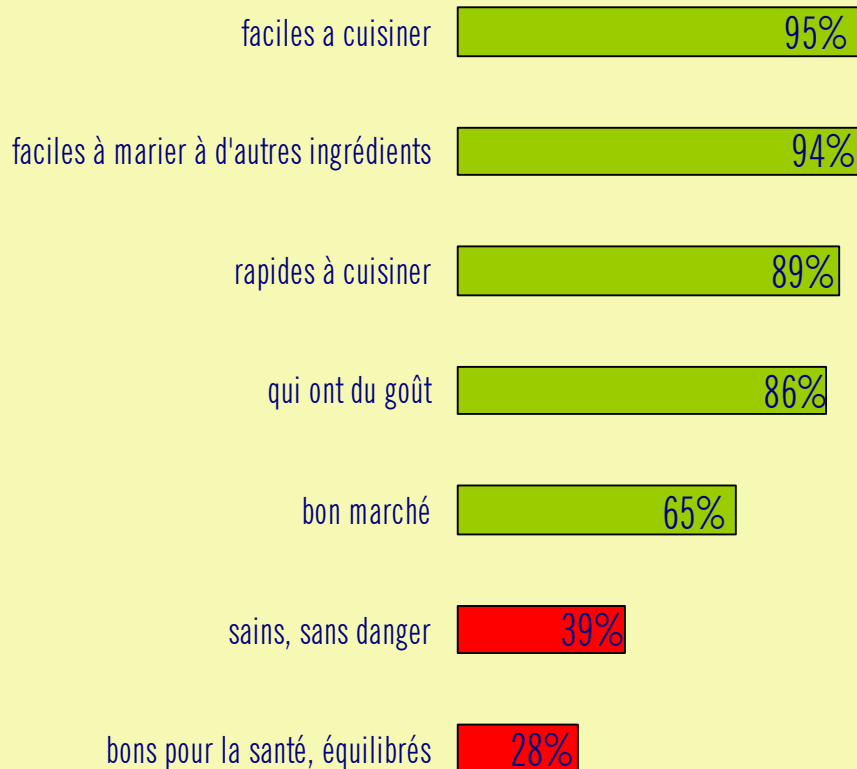


➤ La pomme de terre est un produit ...

- Les consommateurs estiment que la pomme de terre est un ingrédient facile et rapide à cuisiner et à marier à d'autres ingrédients.
- Près de 9 consommateurs sur 10 estiment que la pomme de terre est saine, sans danger et que c'est un aliment équilibré, bon pour la santé.
- 8 consommateurs sur 10 estiment que cet aliment est bon marché.
- Seuls 6 consommateurs sur 10 trouvent que la pomme de terre a du goût.

Base : répondants

Perception des frites et croquettes surgelées

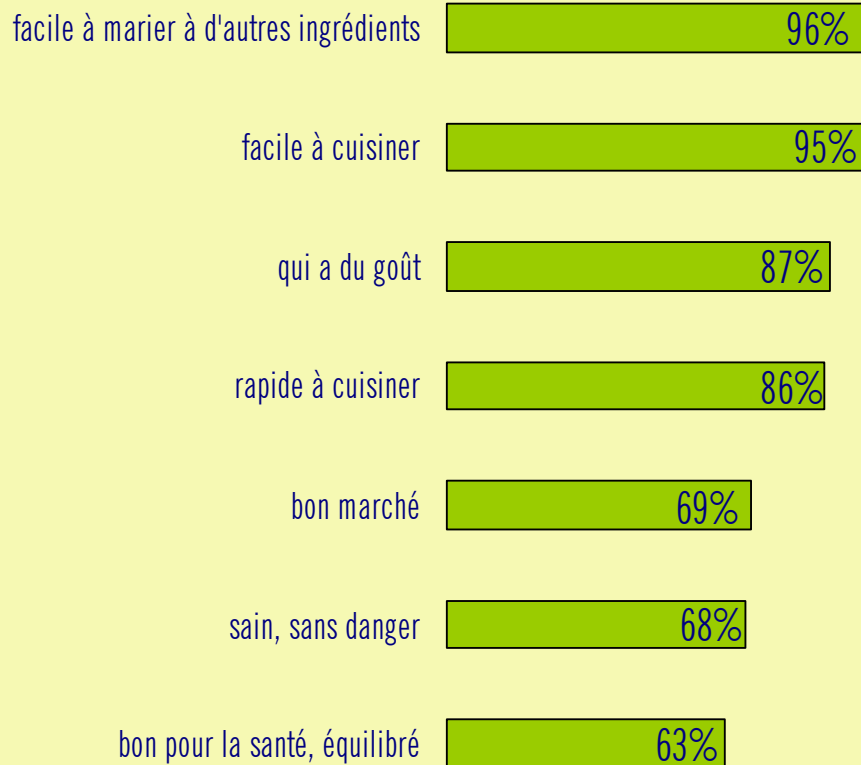


➤ Les frites et croquettes sont des produits...

- Les consommateurs estiment que les frites et croquettes sont faciles et rapides à cuisiner et à marier à d'autres ingrédients.
- Plus de 8 consommateurs sur 10 estiment que ces aliments ont du goût.
- Seuls 6 consommateurs sur 10 estiment que les frites et croquettes sont bon marché.
- Moins de 4 consommateurs sur 10 trouvent que les frites et croquettes sont des aliments sains, sans danger ; et moins de 3 sur 10 qu'ils sont équilibrés, bons pour la santé.

Base : répondants

Perception de la viande de porc

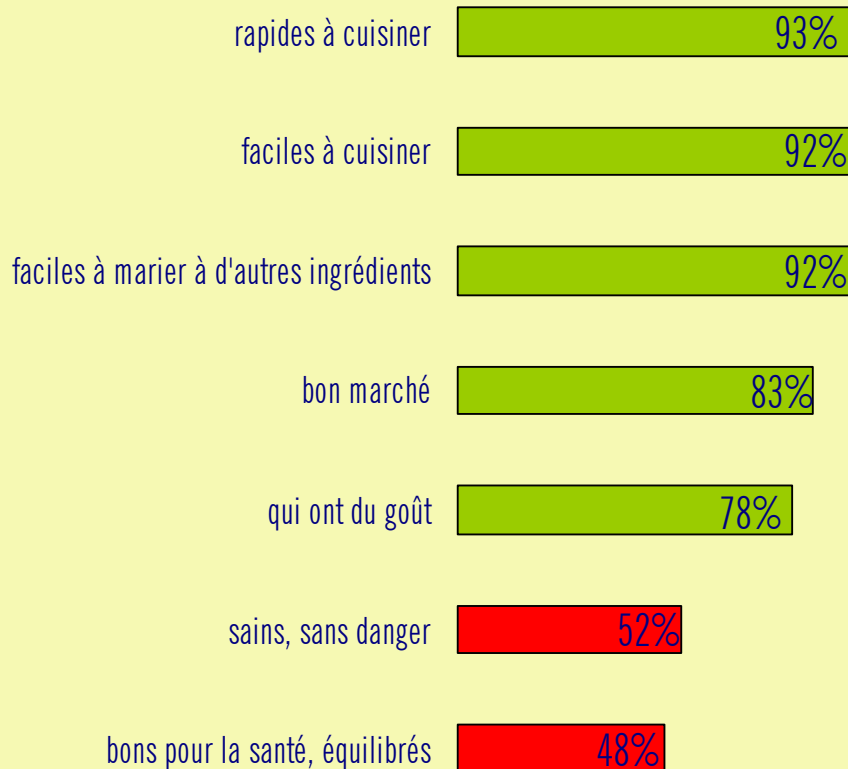


➤ La viande de porc est un aliment ...

- Les consommateurs estiment majoritairement que la viande de porc est un ingrédient facile et rapide à cuisiner.
- Près de 9 consommateurs sur 10 estiment que la viande de porc est un aliment qui a du goût et qui est facile à marier à d'autres ingrédients.
- 7 consommateurs sur 10 estiment que cet aliment est bon marché.
- 2 consommateurs sur 3 estiment que la viande de porc est un aliment sain, sans danger et bon pour la santé, équilibré.

Base : répondants

Perception des préparations à base de haché, saucisses de porc

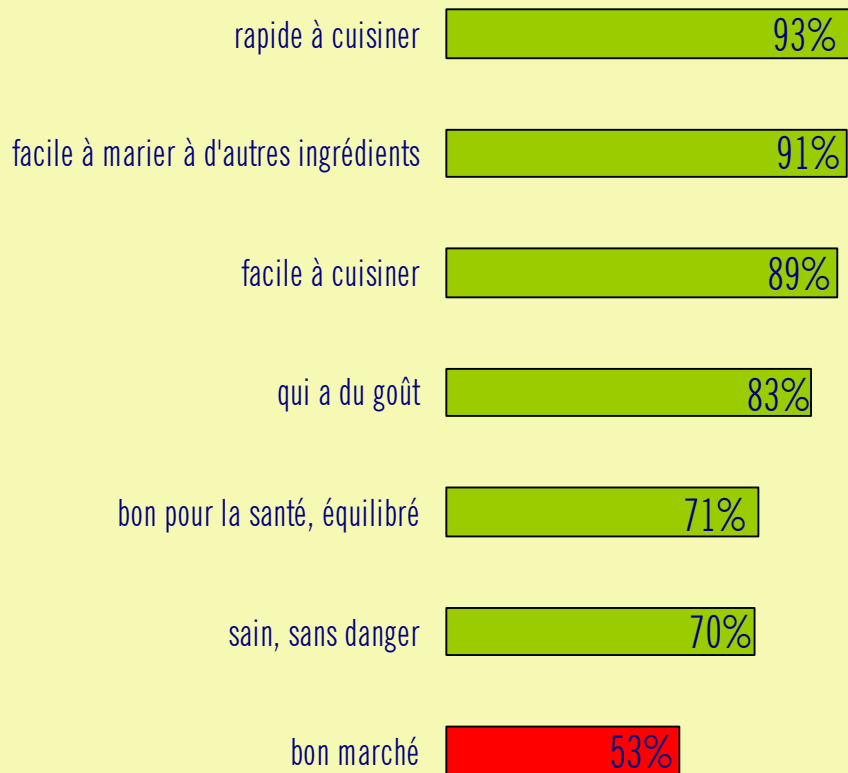


➤ Les préparations à base de haché, les saucisses sont des aliments...

- Les consommateurs estiment majoritairement que les préparations à base de haché, les saucisses sont faciles et rapides à cuisiner et à marier à d'autres ingrédients.
- 8 consommateurs sur 10 estiment que ces aliments sont bon marché et ont du goût.
- Seuls 5 consommateurs sur 10 trouvent que ce sont des aliments sains, sans danger, équilibrés, bons pour la santé.

Base : répondants

Perception du jambon cuit

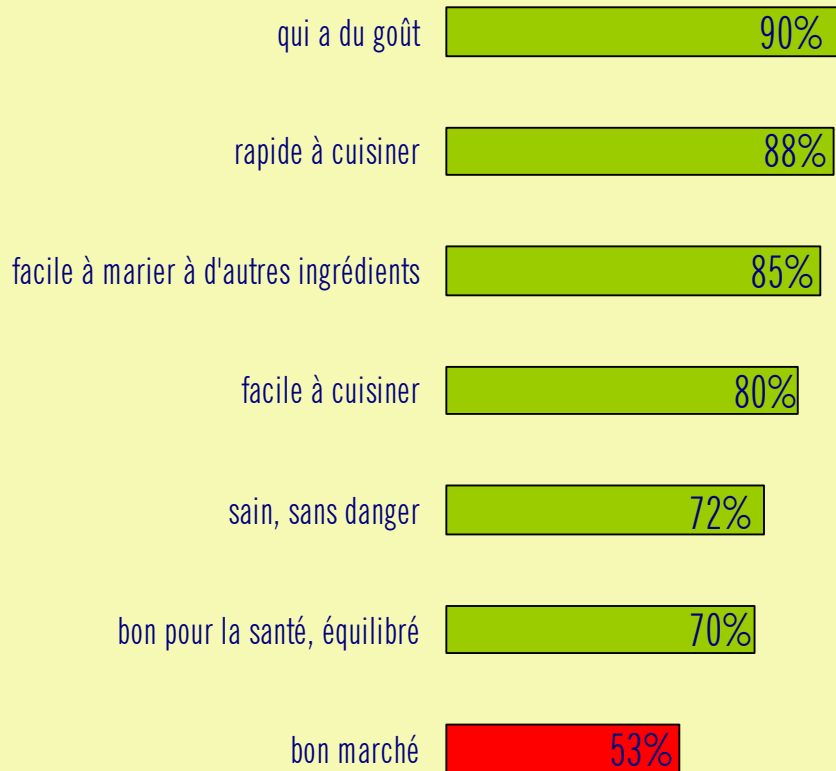


➤ Le jambon cuit est un aliment...

- Les consommateurs estiment que le jambon cuit est facile et rapide à cuisiner et à marier à d'autres ingrédients.
- Plus de 8 consommateurs sur 10 estiment que le jambon cuit a du goût.
- 7 consommateurs sur 10 estiment que le jambon cuit est sain, sans danger, équilibré, bon pour la santé.
- Seuls 5 consommateurs sur 10 estiment que le jambon cuit est bon marché.

Base : répondants

Perception du jambon fumé

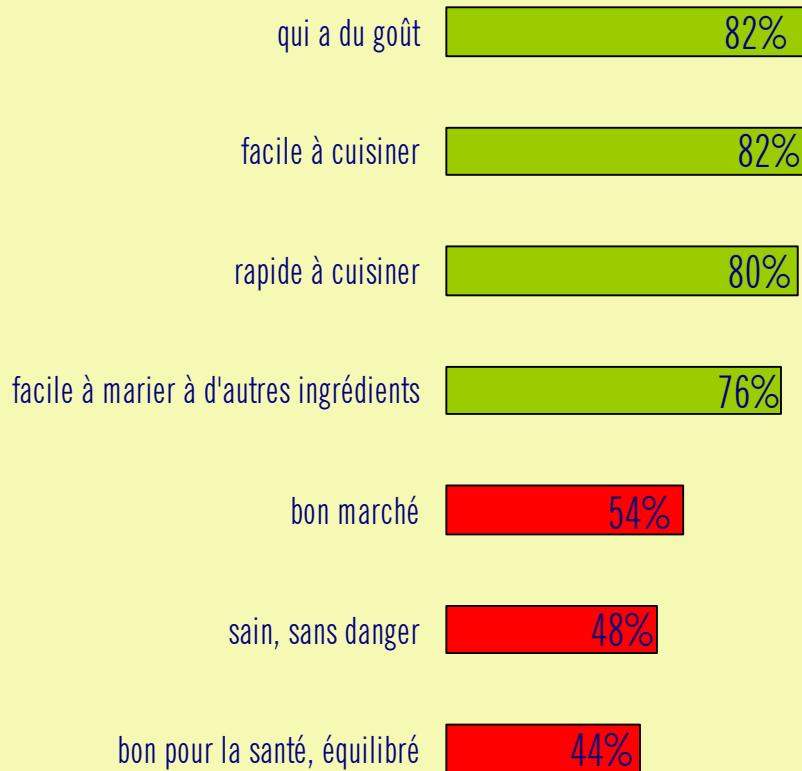


➤ Le jambon fumé est un aliment...

- Les consommateurs estiment que le jambon fumé a du goût.
- Plus de 8 consommateurs sur 10 estiment que c'est un aliment facile et rapide à cuisiner et à marier à d'autres ingrédients.
- 7 consommateurs sur 10 estiment que le jambon fumé est sain, sans danger, équilibré, bon pour la santé.
- Seuls 5 consommateurs sur 10 estiment que le jambon fumé est bon marché.

Base : répondants

Perception du pâté

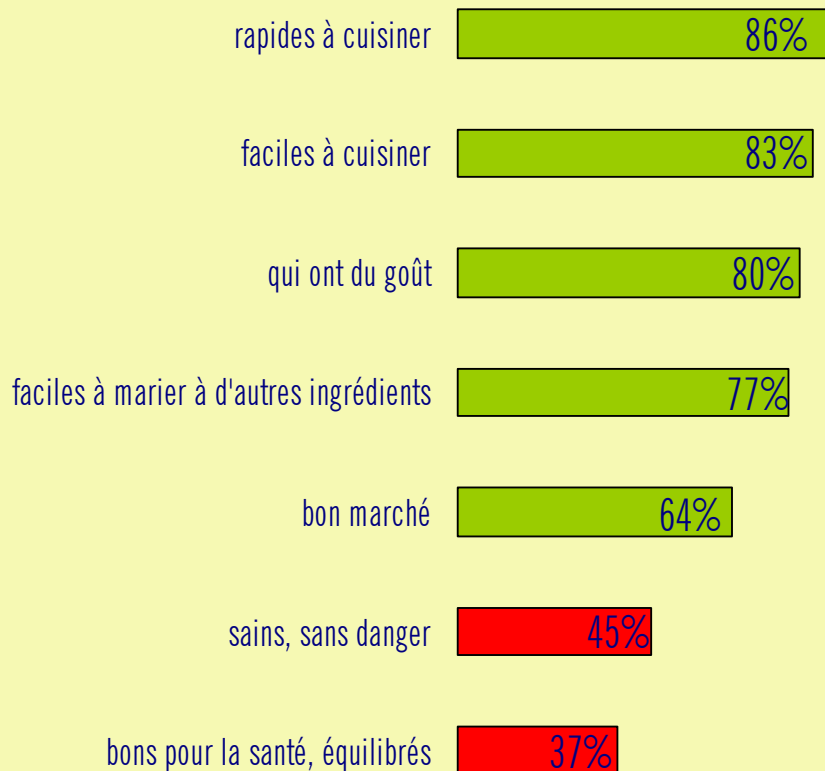


➤ Le pâté est un aliment...

- 8 consommateurs sur 10 estiment que le pâté a du goût et que c'est un aliment facile, rapide à préparer et à marier à d'autres ingrédients.
- Un peu plus de 5 consommateurs sur 10 estiment que le pâté est un aliment bon marché.
- Moins de 5 consommateurs sur 10 estiment que le pâté est sain, sans danger, équilibré, bon pour la santé.

Base : répondants

Perception des saucissons, salamis, colliers

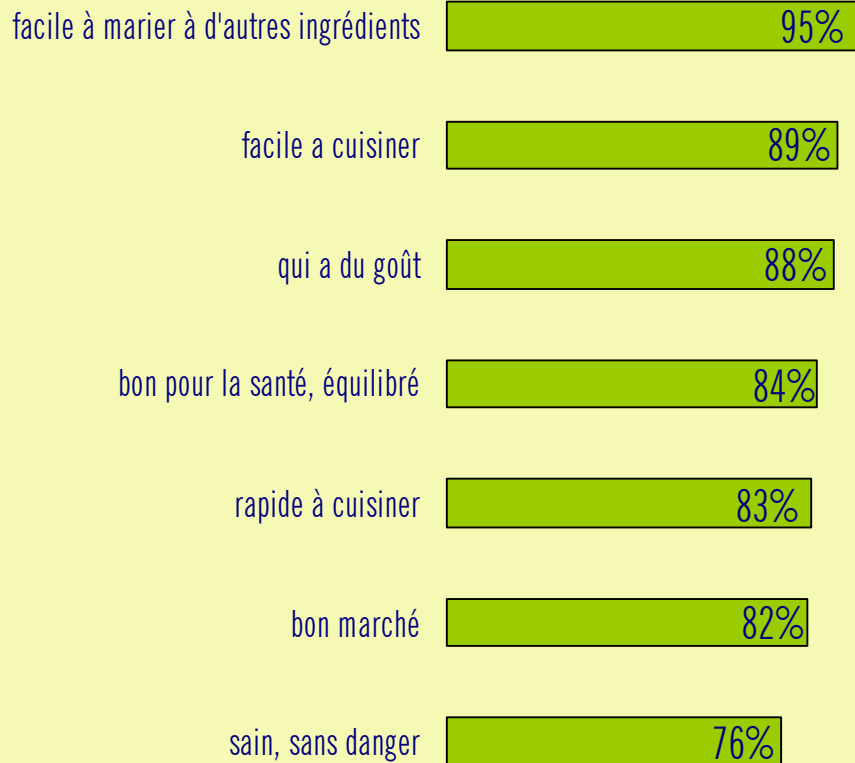


➤ Les saucissons, salamis, colliers sont des produits...

- 8 consommateurs sur 10 estiment que ces produits sont faciles, rapides à préparer et à marier à d'autres ingrédients et qu'ils ont du goût.
- Plus de 6 consommateurs sur 10 estiment que ces aliments sont bon marché.
- Moins de 5 consommateurs sur 10 estiment que les saucissons, salamis, colliers sont sains, sans danger et moins de 4 sur 10 qu'ils sont équilibrés, bons pour la santé.

Base : répondants

Perception du poulet entier

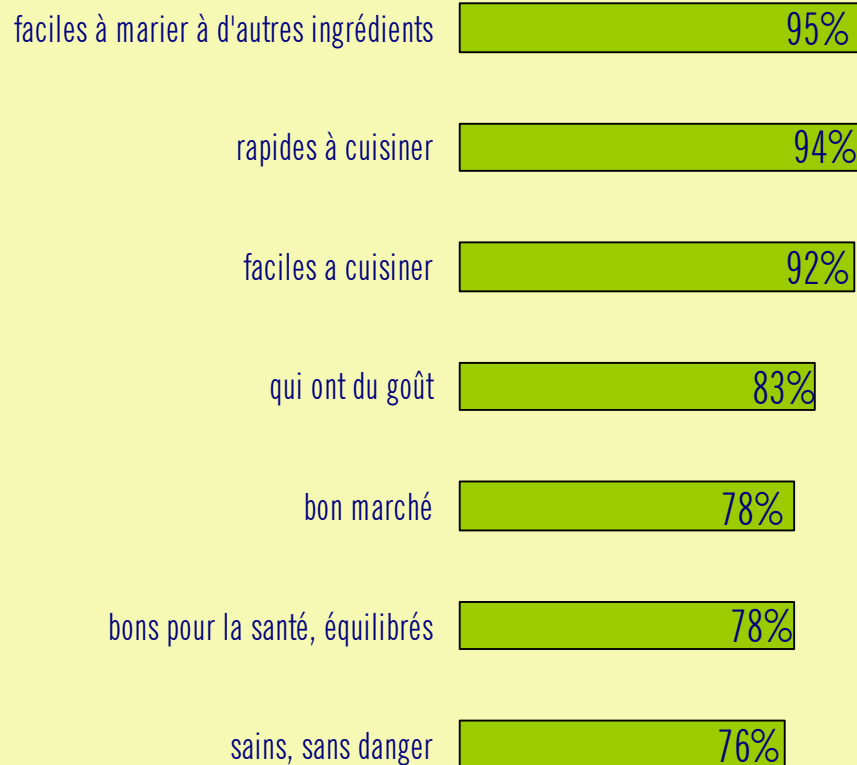


➤ Le poulet entier est un aliment ...

- Les consommateurs estiment majoritairement que le poulet entier est un aliment facile à cuisiner, à marier à d'autres ingrédients et qui a du goût.
- Plus de 8 consommateurs sur 10 estiment que cet aliment est bon pour la santé, équilibré, rapide à cuisiner et bon marché.
- 3 consommateurs sur 4 estiment que le poulet entier est un aliment sain, sans danger.

Base : répondants

Perception des filets de poulet

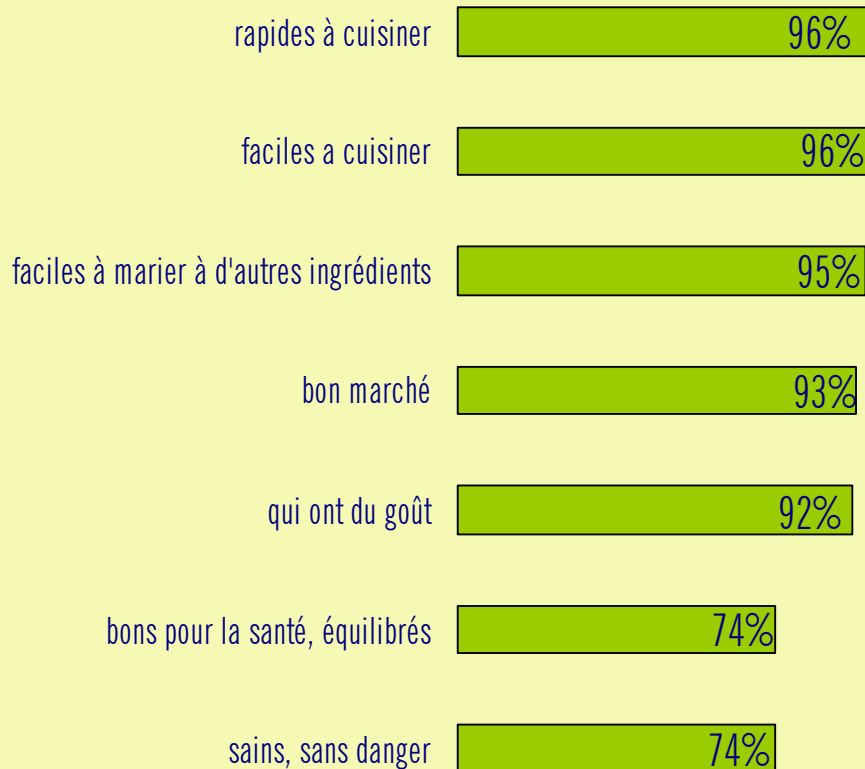


➤ Les filets de poulet sont des aliments...

- Les consommateurs estiment majoritairement que les filets de poulet sont faciles et rapides à cuisiner et à marier à d'autres ingrédients.
- 8 consommateurs sur 10 estiment que les filets de poulet ont du goût et sont bon marché.
- Un peu moins de 8 consommateurs sur 10 estiment que ce sont des aliments équilibrés, bons pour la santé, sains et sans danger.

Base : répondants

Perception des oeufs



➤ Les oeufs sont des aliments...

- Les consommateurs estiment majoritairement que les oeufs sont faciles et rapides à cuisiner et à marier à d'autres ingrédients.
- Les consommateurs pensent également que les oeufs sont bon marché et ont du goût.
- 3 consommateurs sur 4 estiment que ce sont des aliments équilibrés, bons pour la santé et sains, sans danger.

Base : répondants

Perception des pommes de terre, du porc et de la volaille

- La pomme de terre est très appréciée par les consommateurs, au niveau de ses facilités de préparation, de ses qualités nutritionnelles, de son prix bon marché et de son goût. Par contre, les croquettes et frites surgelées sont également appréciées pour leurs facilités de préparation, leur goût, leur prix abordable mais ne sont pas perçues par la majorité des consommateurs comme saines, sans danger et bonnes pour la santé.
- La viande de porc est appréciée par les consommateurs pour la facilité de sa préparation, pour son goût, son prix et par plus de 6 consommateurs sur 10 pour ses qualités nutritionnelles. Par contre, les préparations à base de haché comme les saucisses ne sont pas perçues par la majorité des consommateurs comme saines, sans danger et bonnes pour la santé.
- Les jambons cuits et fumés sont bien perçus par les consommateurs mais ceux-ci les considèrent comme assez coûteux. En particulier, les consommateurs apprécient le goût du jambon fumé. Les pâtés et les saucissons, colliers, et salamis ne sont pas perçus comme sains, sans danger et bons pour la santé mais sont appréciés pour leur goût et leur facilité de consommation.
- Le poulet et les oeufs sont très bien perçus aux yeux des consommateurs pour leur facilité et rapidité de préparation, pour leur goût, leur prix (surtout pour les oeufs) et par plus de 3 consommateurs sur 4 pour leurs qualités nutritionnelles. Cette étude a été réalisée avant les risques de grippe aviaire.

Information et étiquetage

Aliment	Ce que veulent les consommateurs	Ce qu'ils trouvent
Pommes de terre	une information sur la fraîcheur la date limite de consommation un logo, label garantie de qualité les qualités nutritionnelles	Insuffisante Parfois disponible Parfois disponible Parfois disponible
Croquettes	la date limite de consommation une information sur la fraîcheur la date de production	Disponible Insuffisante Non disponible
Viande de porc	la date limite de consommation une information sur la fraîcheur la date de production	Disponible Insuffisante Non disponible

Information et étiquetage

Aliment	Ce que veulent les consommateurs	Ce qu'ils trouvent
Charcuterie de porc	la date limite de consommation la date de production une information sur la fraîcheur	Disponible Non disponible Insuffisante
Poulet	la date limite de consommation la date de production l'origine une information sur la fraîcheur	Disponible Non disponible Parfois disponible Insuffisante
Oeufs	la date limite de consommation la date de ponte une information sur la fraîcheur	Disponible Parfois disponible Disponible

Information et étiquetage

- L'information sur les produits préemballés peut, aux yeux des consommateurs, être améliorée par :
 - Une information supplémentaire sur la fraîcheur pour tous les produits testés (sauf les oeufs),
 - La mention de la date de production pour tous les produits testés (sauf les pommes de terre),
- En règle générale, les Flamands sont plus sensibles et désireux de trouver des informations sur les emballages des aliments, les Bruxellois et les Wallons le sont moins.
- Les personnes appartenant aux groupes sociaux inférieurs sont nombreuses à souhaiter avoir de l'information sur l'origine et la date de production (de ponte) du poulet et des oeufs.

Types de points de vente fréquentés

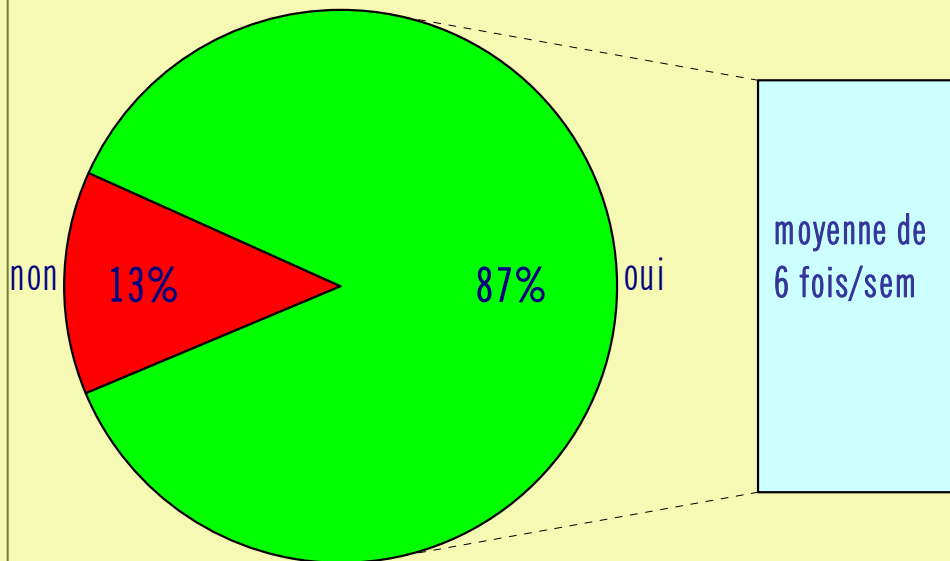
Aliment	Types de magasins fréquentés le plus souvent pour l'achat de ces produits
Pommes de terre	Supermarchés Discounters Producteurs à la ferme
Frites croquettes	Supermarchés Discounters Hypermarchés
Porc (viande, charcuterie et salaison)	Magasins traditionnels Supermarchés Discounters

Types de points de vente fréquentés

Aliment	Types de magasins fréquentés le plus souvent pour l'achat de ces produits
Poulet	Magasins traditionnels Supermarchés Discounters
Oeufs	Discounters Supermarchés Magasins traditionnels

Consommation et fréquence de consommation

Pommes de terre

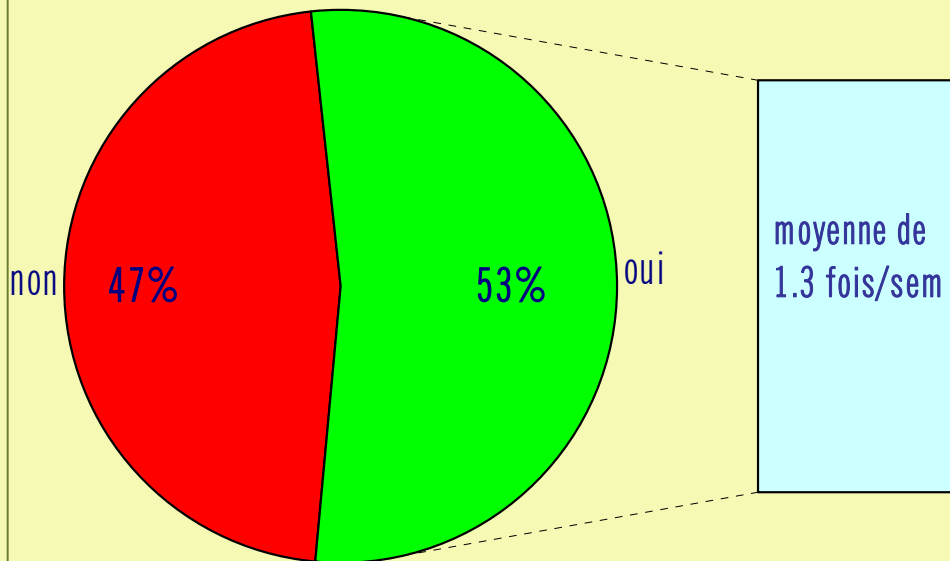


➤ Avez-vous mangé au cours des 7 derniers jours des pommes de terre ? Combien de fois?

- 87% des consommateurs ont mangé des pommes de terre au cours de ces 7 derniers jours.
- En moyenne, ces consommateurs ont mangé quasi 6 fois des pommes de terre par semaine soit 283 fois par an.

Consommation et fréquence de consommation

Frites surgelées

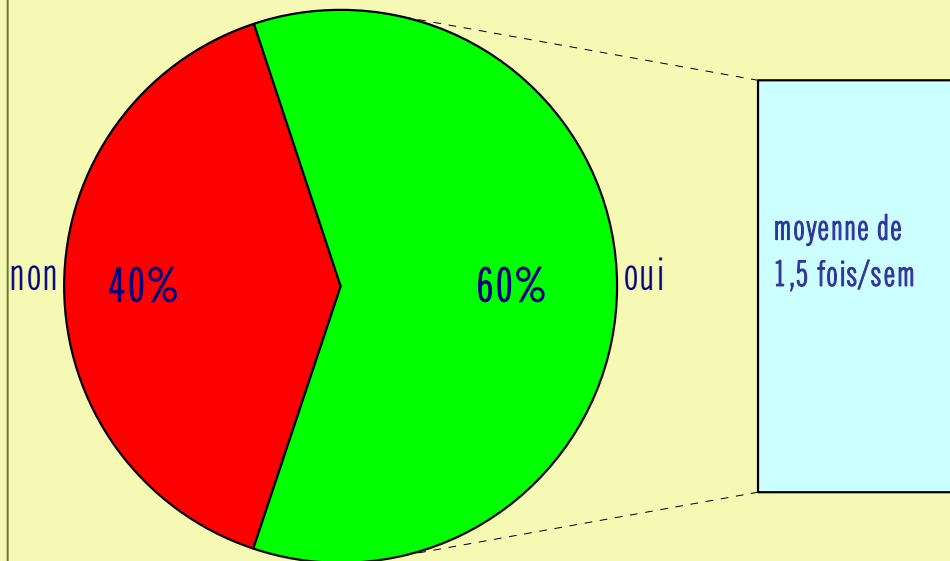


➤ Avez-vous mangé au cours des 7 derniers jours des frites surgelées ? Combien de fois?

- 53% des consommateurs ont mangé des frites au cours de ces 7 derniers jours.
- En moyenne ces consommateurs mangent des frites un peu plus d'une fois par semaine (1.3) (soit 63 fois par an).

Consommation et fréquence de consommation

Viande de porc, préparations à base de haché, saucisses

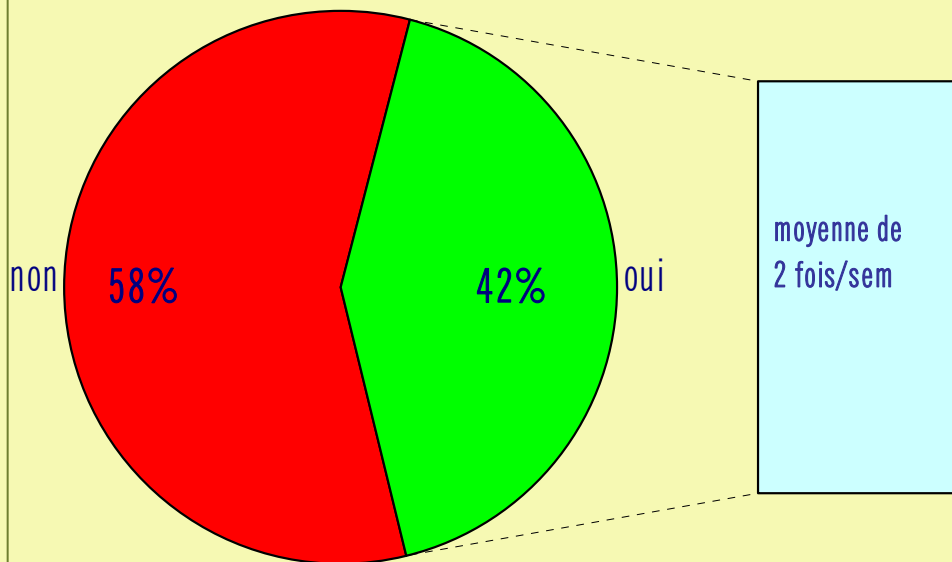


➤ Avez-vous mangé au cours des 7 derniers jours de la viande de porc fraîche? Combien de fois ?

- 60% des consommateurs ont mangé du porc (viande, préparations à base de haché, saucisses) au cours de ces 7 derniers jours.
- En moyenne, ces consommateurs ont mangé plus d'une fois (1.5) du porc par semaine soit 72 fois par an.

Consommation et fréquence de consommation

Charcuteries et salaisons porcines

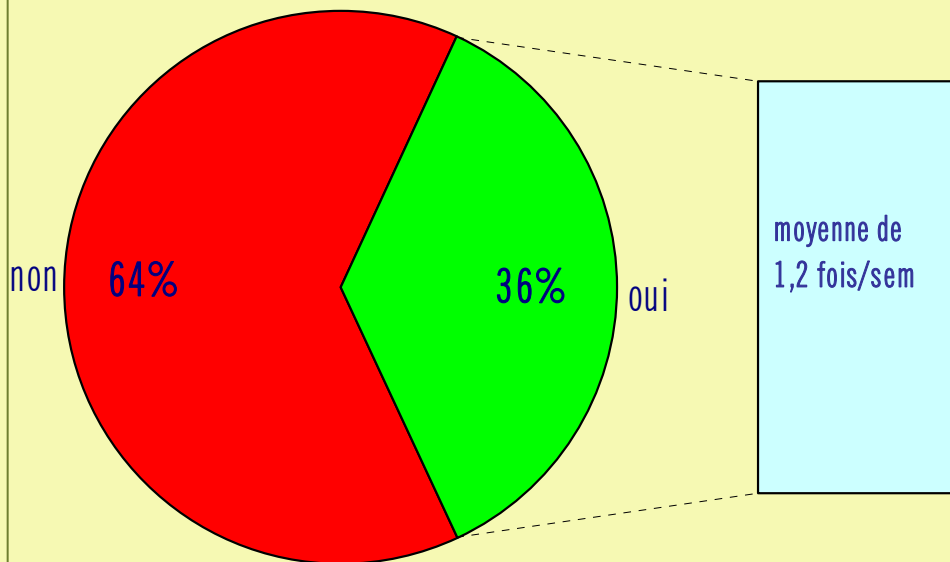


➤ Avez-vous mangé au cours des 7 derniers jours du jambon cuit?
Combien de fois?

- Plus de 4 consommateurs sur 10 ont mangé de la charcuterie, salaison porcine au cours de ces 7 derniers jours.
- En moyenne, ces consommateurs en ont mangé 2 fois par semaine soit plus de 95 fois par an.

Consommation et fréquence de consommation

Poulet (entier et en filet)

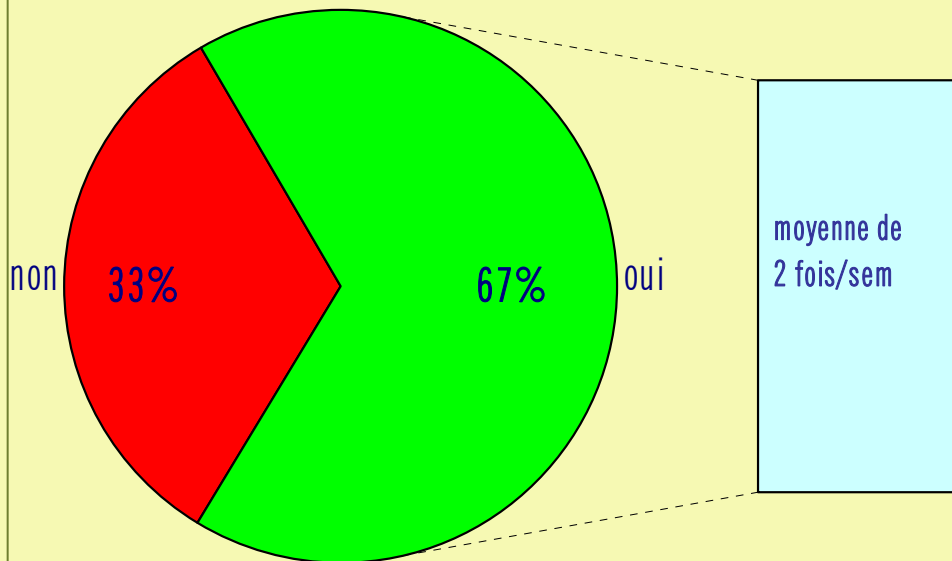


➤ Avez-vous mangé au cours des 7 derniers jours du poulet ? Combien de fois?

- 36% des consommateurs ont mangé du poulet au cours de ces 7 derniers jours.
- En moyenne, ces consommateurs en ont mangé un peu plus d'une fois par semaine (1.2) soit plus de 56 fois par an.

Consommation et fréquence de consommation

Oeufs



➤ Avez-vous mangé au cours des 7 derniers jours des oeufs?
Combien de fois?

- 67% des consommateurs ont mangé des oeufs au cours de ces 7 derniers jours.
- En moyenne, ces consommateurs en ont mangé 2 fois par semaine soit près de 100 fois par an.

Consommation et fréquence de consommation

Aliment	% des consommateurs qui en ont mangé au cours des 7 derniers jours	Nombre de fois que l'aliment a été consommé par semaine
Pommes de terre	87%	6 fois/sem
Frites surgelées	53%	1.3 fois/sem
Viande de porc	62%	1.7 fois/sem
Préparations à base de haché, saucisses	59%	1.3 fois /sem
Jambon cuit	50%	2 fois/sem
Jambon fumé	42%	2 fois/sem
Pâté	33%	2 fois/sem
Saucisson, salami, collier	41%	2 fois/sem
Poulet entier	38%	1.1 fois/sem
Filet de poulet	33%	1.2 fois/sem
Oeufs	67%	2 fois/sem

Conclusions (1)

Perceptions des pommes de terre, du porc et de la volaille

- En général, les consommateurs ont une perception positive des pommes de terre. Ils apprécient leur facilité de préparation et de cuisson, leur équilibre nutritionnel, leur prix bon marché et dans une moindre mesure leur goût. Les frites et croquettes sont également appréciées par les consommateurs pour leur facilité de préparation, leur prix assez abordable et leur goût; cependant, ils doutent des qualités nutritives et du caractère équilibré de ces aliments.
- En général, les consommateurs ont une perception positive de la viande de porc dont ils apprécient la facilité de préparation, le goût, le prix abordable et, dans une moindre mesure les qualités nutritionnelles. En particulier, les préparations à base de haché ne sont pas perçues comme des aliments bons pour la santé et équilibrés.
- Les consommateurs ont une perception positive du jambon dont ils apprécient la facilité et la rapidité de préparation, le goût (en particulier du jambon fumé) et les qualités nutritionnelles. Mais, les consommateurs ne considèrent pas que ces aliments sont bon marché.

Conclusions (2)

- Le pâté et la charcuterie de porc sont très appréciés pour leur goût et leur facilité de consommation. Mais, les consommateurs estiment que le pâté n'est pas bon marché et doutent des qualités nutritionnelles et du caractère équilibré de la charcuterie de porc.
- En général, les consommateurs ont une perception très positive de la viande de poulet et des oeufs dont ils apprécient tout particulièrement la facilité et la rapidité de préparation et de cuisson, le goût, le prix bon marché et les qualités nutritionnelles.

Conclusions (3)

Informations souhaitées sur les emballages des produits

- Les informations les plus importantes aux yeux des consommateurs et que, par conséquent, ils souhaitent trouver sur les emballages des produits sont principalement en rapport avec la fraîcheur du produit (date limite de consommation, information supplémentaire sur la fraîcheur, date de production).
- Les consommateurs sont également sensibles aux informations concernant l'origine du produit, les qualités nutritionnelles de la viande et la présence de logos/labels garantie de qualité.
- Généralement, une information sur la fraîcheur du produit est toujours disponible sur l'emballage du produit (la date limite de consommation est obligatoire sauf pour les fruits et légumes frais) mais, les consommateurs estiment que cette information n'est pas suffisante et souhaitent une information supplémentaire sur la fraîcheur du produit.
- La mention de l'origine est une information réglementée par la loi: elle doit être indiquée si son omission risque d'induire le consommateur en erreur (pour les oeufs de catégorie A, la mention de l'origine est obligatoire). C'est pourquoi, selon les cas, la mention de l'origine est disponible ou non sur l'emballage du produit, mais elle est généralement souhaitée par le consommateur en particulier pour la viande de porc et de volaille.

Conclusions (4)

Informations souhaitées sur les emballages des produits (suite)

- Le logo/label garantie de qualité est souhaité par les consommateurs sur les emballages de viande de porc et de volaille à condition qu'il soit réellement indicateur d'une meilleure qualité. Des labels/logos sont souvent présents sur les produits frais (viande fraîche, oeufs) et plus rarement sur les pommes de terre, croquettes, charcuteries,...
- Des informations sur les qualités nutritionnelles sont souhaitées par les consommateurs sur les emballages de viande de porc et de volaille. En pratique, ces informations sont souvent disponibles sur les emballages de charcuteries et parfois sur les emballages d'oeufs, de viande de volaille et de pommes de terre. On trouve plus rarement ces informations sur les emballages de viande fraîche.

Conclusions (5)

Lieux d'achats fréquentés pour l'achat de ces produits

- Les supermarchés et les discounters sont les magasins les plus fréquentés pour l'achat de pommes de terre et de frites et croquettes surgelées. En particulier, 15% des consommateurs achètent le plus souvent leurs pommes de terre directement chez le producteur, à la ferme.
- Les magasins traditionnels, les supermarchés et les discounters sont les points de vente les plus fréquentés pour l'achat de porc (viande fraîche et charcuterie) et de volaille. Les consommateurs achètent par contre le plus souvent leurs oeufs chez les discounters.
- Par rapport à leurs achats alimentaires traditionnels, les supermarchés sont des lieux d'achat plus fréquentés pour l'achat de pommes de terre et de frites et croquettes. L'achat de pommes de terre se fait également plus souvent chez le producteur. Les magasins traditionnels sont plus fréquentés pour l'achat de viande de porc, charcuteries et volaille. Les consommateurs achètent également plus leur poulet chez les producteurs et dans les marchés publics. Les discounters sont plus fréquentés pour l'achat d'oeufs.

Conclusions (6)

Consommation de pommes de terre, de porc et de volaille

- Les pommes de terre restent un aliment de base consommé presque quotidiennement. Les frites et les croquettes ne font pas partie de l'alimentation quotidienne mais sont consommées modérément à domicile en Belgique (la moitié des consommateurs en mangent une fois par semaine).
- Le porc est une viande appréciée et consommée assez fréquemment par la population (60% des consommateurs en mangent toutes les semaines). En particulier, les Wallons en sont friands.
- Plus de 4 consommateurs sur 10 mangent des charcuteries et salaisons porcines près de 2 fois par semaine. Le jambon cuit est un aliment consommé plus régulièrement par la population et le pâté un peu moins. En particulier, les jeunes sont moins friands de jambons. Les Wallons sont de plus grands consommateurs de pâté et les Bruxellois de moins grands consommateurs de pâtés et de charcuteries de porc.

Conclusions (7)

Consommation de pommes de terre, de porc et de volaille (suite)

- Le poulet est une viande appréciée et consommée régulièrement par la population (un tiers des consommateurs en mange un peu plus d'une fois par semaine). En particulier, les Wallons sont plus nombreux à en manger de façon hebdomadaire mais à une fréquence moins élevée.
- 2 consommateurs sur 3 mangent des oeufs 2 fois par semaine. Les oeufs sont des aliments très appréciés et consommés fréquemment par la population belge. En particulier, les Wallons, les personnes vivant seules et les jeunes en sont friands; les néerlandophones et les personnes âgées de 30 à 39 ans le sont moins.

Editeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Boulevard Paepsem, 20 - 1070 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be

Édition 2006
Réf. Catalogue : 353-06

D 2006-2492-32
©CRIOC

Prix : 36 €

Reproduction autorisée à des fins non-commerciales moyennant mention des sources