



Les Français et la consommation de produits alimentaires pendant le confinement

Avril 2020

“opinionway

15 place de la République 75003 Paris



Frédéric Micheau

Directeur des études d'opinion

Directeur de département

Tel: 01 81 81 83 00

fmicheau@opinion-way.com



LA MÉTHODOLOGIE



La méthodologie



Echantillon de **1092 personnes** représentatif de la population française âgée 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 département 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 les **14 et 15 avril 2020**.

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** : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

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

« Sondage OpinionWay pour Max Havelaar »

et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.



Le profil des personnes interrogées

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : INSEE, Bilan démographique 2015.



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	25%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	24%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord-ouest	23%
	Nord-est	23%
	Sud-ouest	11%
	Sud-est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	Catégories socioprofessionnelles supérieures	28%
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	4%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	14%
	Catégories populaires	29%
	Employés	16%
	Ouvriers	13%
	Inactifs	43%
	Retraités	26%
	Autres inactifs	17%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	23%
	De 2 000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	17%

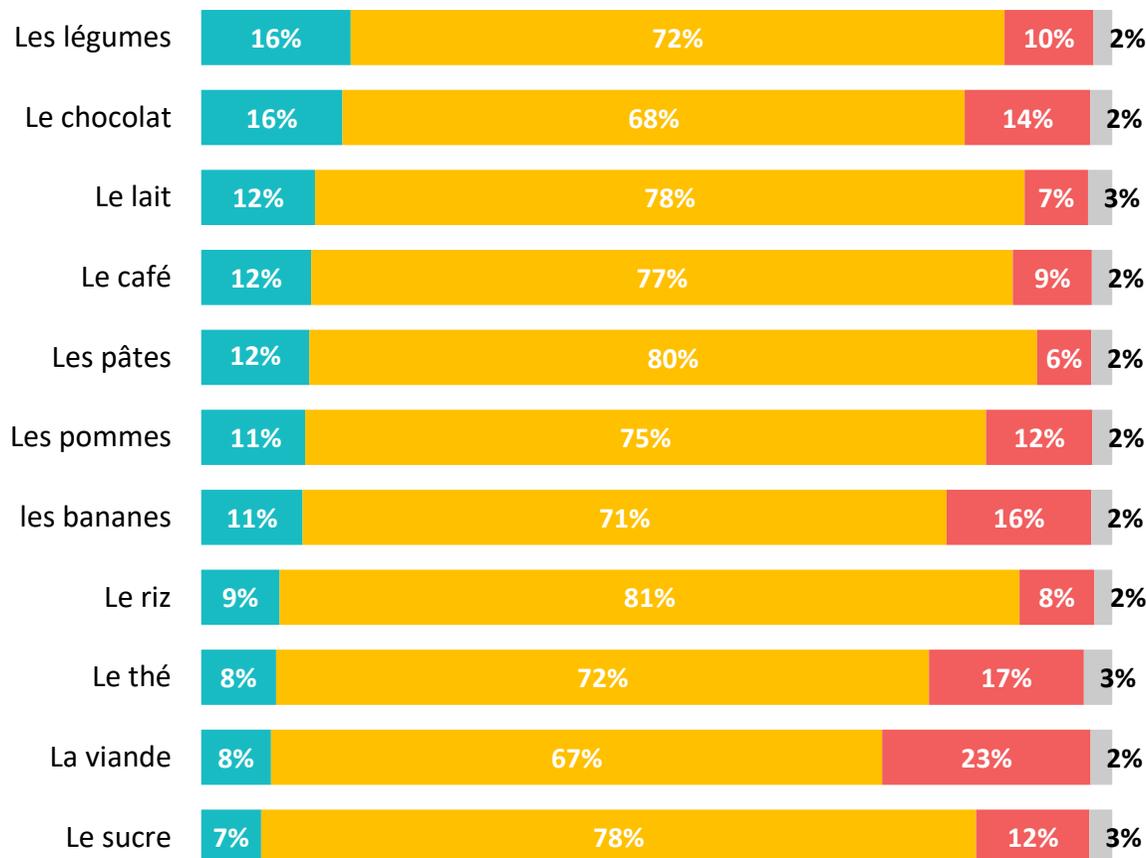


LES RÉSULTATS



L'évolution de la consommation de différents produits pendant le confinement

Q. Pendant le confinement, achetez-vous chacun des types de produits suivants plus, moins ou autant qu'avant le confinement ?



Plus qu'avant le confinement



Autant qu'avant le confinement



Moins qu'avant le confinement



NSP



L'évolution de la consommation de différents produits pendant le confinement

Q. Pendant le confinement, achetez-vous chacun des types de produits suivants plus, moins ou autant qu'avant le confinement ?



	% Plus qu'avant	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les légumes	16%	14%	19%	15%	18%	17%	17%	15%	17%	19%	14%
Le chocolat	16%	12%	18%	23%	21%	17%	14%	9%	16%	20%	11%
Le lait	12%	9%	16%	8%	25%	15%	12%	5%	14%	20%	7%
Le café	12%	11%	13%	15%	14%	17%	11%	5%	16%	14%	8%
Les pâtes	12%	12%	12%	17%	19%	15%	7%	7%	14%	16%	8%
Les pommes	11%	8%	14%	8%	16%	15%	8%	9%	13%	13%	10%
les bananes	11%	9%	13%	13%	15%	15%	9%	6%	11%	14%	9%
Le riz	9%	8%	9%	12%	14%	10%	8%	3%	12%	10%	5%
Le thé	8%	7%	10%	19%	13%	7%	7%	3%	10%	9%	7%
La viande	8%	7%	8%	4%	20%	10%	5%	2%	9%	12%	4%
Le sucre	7%	5%	8%	9%	16%	10%	3%	1%	7%	12%	3%



L'évolution de la consommation de différents produits pendant le confinement

Q. Pendant le confinement, achetez-vous chacun des types de produits suivants plus, moins ou autant qu'avant le confinement ?



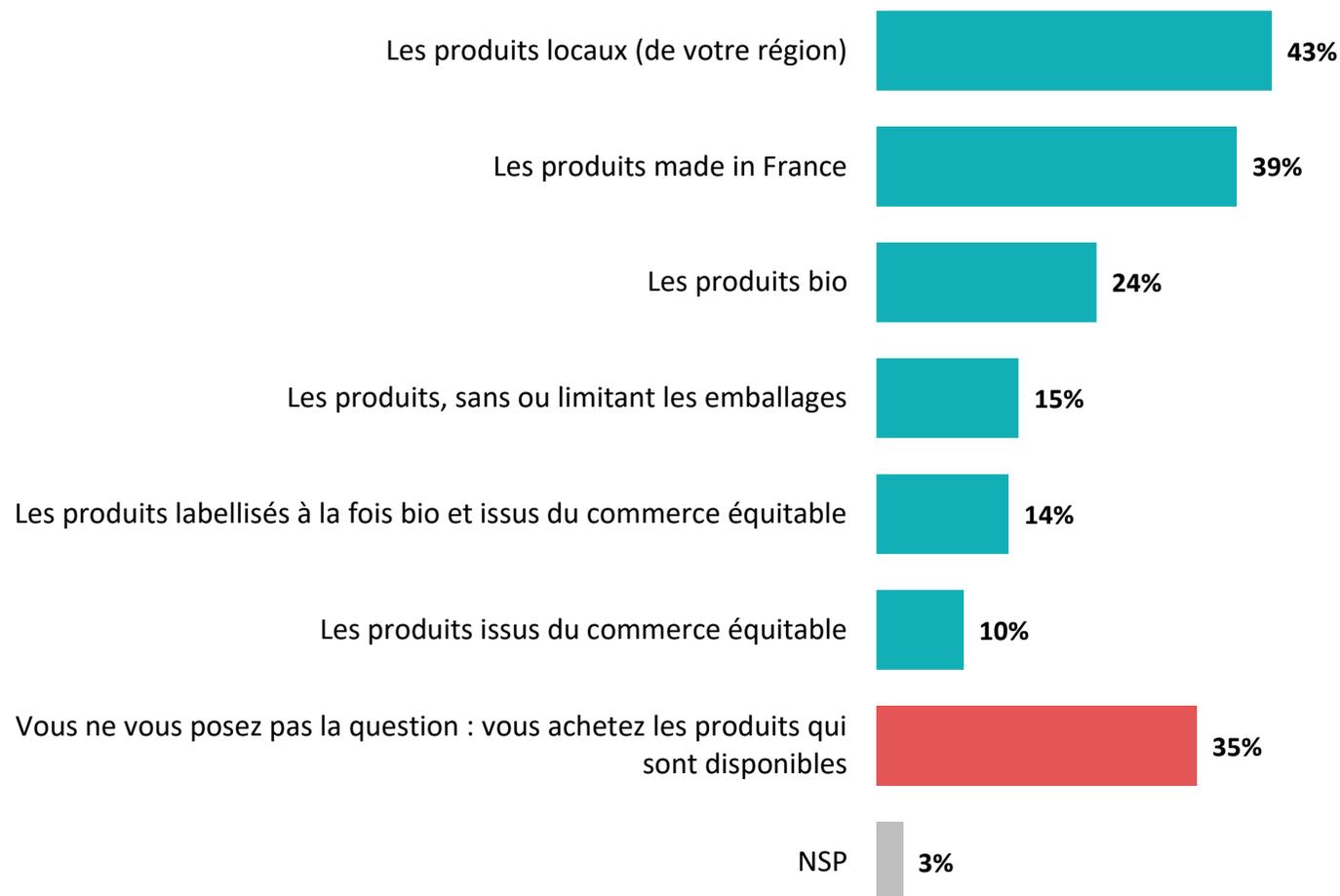
	% Plus qu'avant	Catégorie d'agglomération					Région	
		Commune rurale	Commune de 2 000 à 19 999 habitants	Commune de 20 000 à 99 999 habitants	Commune de 100 000 habitants ou plus	Agglomération parisienne	Paris	Province
Les légumes	16%	13%	15%	12%	18%	23%	22%	15%
Le chocolat	16%	10%	14%	8%	21%	19%	18%	15%
Le lait	12%	11%	14%	6%	14%	16%	18%	11%
Le café	12%	11%	14%	8%	12%	15%	16%	11%
Les pâtes	12%	8%	17%	9%	12%	14%	13%	11%
Les pommes	11%	7%	13%	10%	12%	16%	16%	10%
les bananes	11%	8%	15%	8%	12%	13%	14%	11%
Le riz	9%	8%	8%	9%	8%	11%	10%	8%
Le thé	8%	3%	8%	5%	12%	11%	12%	7%
La viande	8%	4%	13%	5%	7%	11%	12%	7%
Le sucre	7%	5%	11%	5%	6%	7%	7%	6%

“ Les produits alimentaires privilégiés durant le confinement

Q. Quand vous achetez des produits alimentaires, lesquels privilégiez-vous aujourd'hui pendant le confinement ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%

1092
personnes



“ Les produits alimentaires privilégiés durant le confinement

Q. Quand vous achetez des produits alimentaires, lesquels privilégiez-vous aujourd’hui pendant le confinement ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%


1092
personnes

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Les produits locaux (de votre région)	43%	43%	43%	25%	25%	38%	48%	62%	43%	37%	49%
Les produits made in France	39%	38%	41%	26%	25%	36%	48%	49%	40%	34%	43%
Les produits bio	24%	25%	23%	15%	17%	26%	25%	29%	31%	20%	23%
Les produits, sans ou limitant les emballages	15%	16%	15%	19%	12%	16%	17%	14%	16%	18%	13%
Les produits labellisés à la fois bio et issus du commerce équitable	14%	14%	15%	10%	16%	12%	16%	16%	19%	11%	13%
Les produits issus du commerce équitable	10%	11%	8%	5%	9%	8%	14%	9%	12%	10%	8%
Vous ne vous posez pas la question : vous achetez les produits qui sont disponibles	35%	35%	35%	39%	37%	39%	35%	27%	28%	42%	35%

“ Les produits alimentaires privilégiés durant le confinement

Q. Quand vous achetez des produits alimentaires, lesquels privilégiez-vous aujourd’hui pendant le confinement ?

Plusieurs réponses possibles - Total supérieur à 100%


1092
personnes

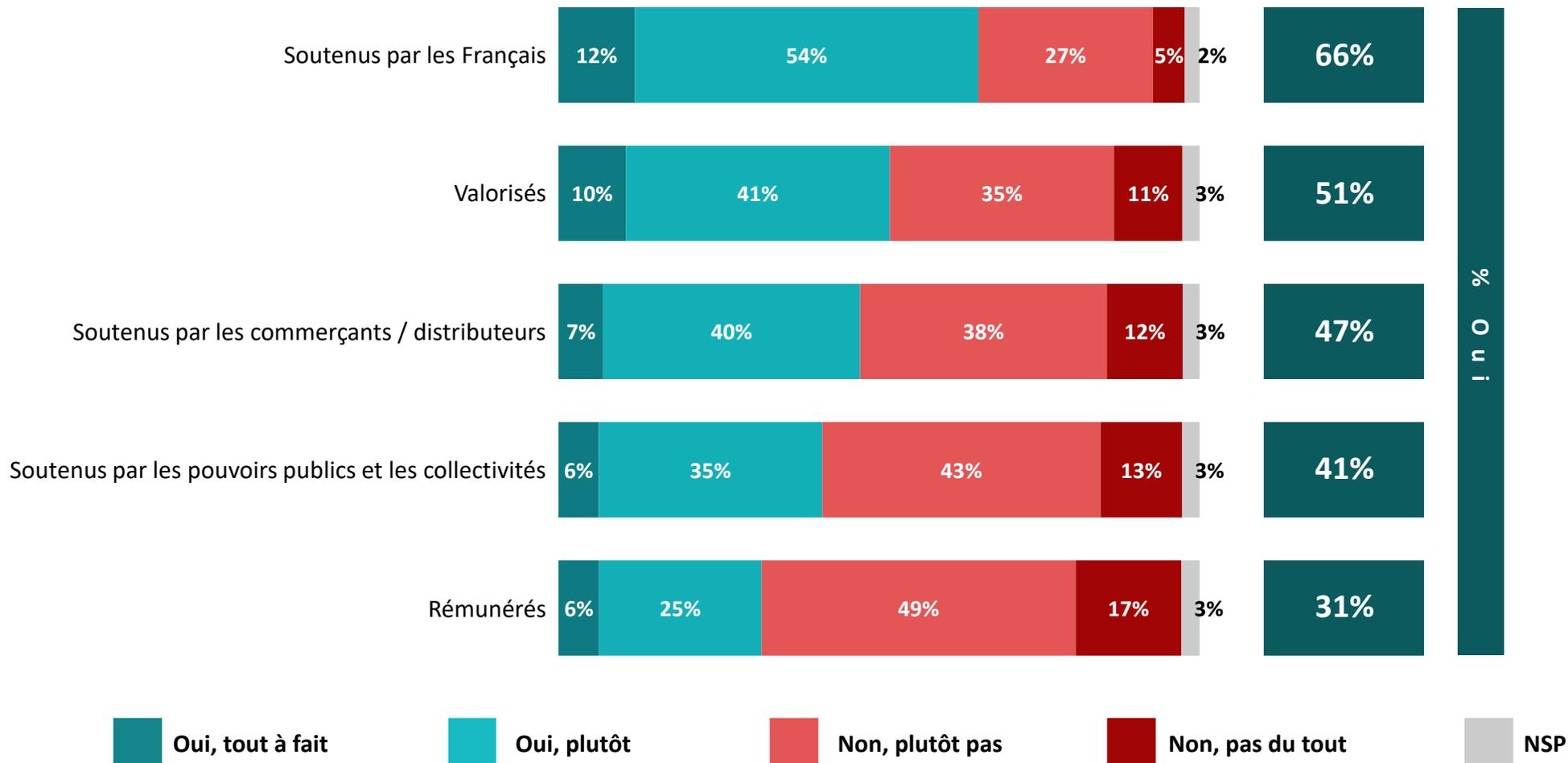
	% Total	Catégorie d'agglomération					Région	
		Commune rurale	Commune de 2 000 à 19 999 habitants	Commune de 20 000 à 99 999 habitants	Commune de 100 000 habitants ou plus	Agglomération parisienne	Paris	Province
Les produits locaux (de votre région)	43%	49%	43%	42%	43%	35%	37%	45%
Les produits made in France	39%	44%	35%	42%	36%	41%	42%	39%
Les produits bio	24%	25%	20%	20%	24%	29%	27%	23%
Les produits, sans ou limitant les emballages	15%	15%	16%	11%	17%	16%	18%	15%
Les produits labellisés à la fois bio et issus du commerce équitable	14%	11%	13%	17%	13%	20%	20%	13%
Les produits issus du commerce équitable	10%	10%	7%	10%	9%	13%	14%	9%
Vous ne vous posez pas la question : vous achetez les produits qui sont disponibles	35%	30%	39%	40%	34%	36%	34%	35%



Le soutien aux agriculteurs durant la crise sanitaire

Q. Durant la crise sanitaire et économique actuelle, estimez-vous que les agriculteurs sont suffisamment... ?


1092
personnes





Le soutien aux agriculteurs durant la crise sanitaire

Q. Durant la crise sanitaire et économique actuelle, estimez-vous que les agriculteurs sont suffisamment... ?



	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Soutenus par les Français	66%	64%	66%	56%	59%	67%	75%	63%	70%	64%	63%
Valorisés	51%	53%	50%	51%	51%	53%	54%	49%	56%	54%	48%
Soutenus par les commerçants / distributeurs	47%	41%	51%	46%	53%	47%	49%	41%	51%	48%	42%
Soutenus par les pouvoirs publics et les collectivités	41%	42%	40%	38%	45%	43%	42%	37%	49%	39%	38%
Rémunérés	31%	32%	32%	32%	45%	36%	32%	19%	35%	38%	25%



Le soutien aux agriculteurs durant la crise sanitaire

Q. Durant la crise sanitaire et économique actuelle, estimez-vous que les agriculteurs sont suffisamment... ?



	% Oui	Catégorie d'agglomération					Région	
		Commune rurale	Commune de 2 000 à 19 999 habitants	Commune de 20 000 à 99 999 habitants	Commune de 100 000 habitants ou plus	Agglomération parisienne	Paris	Province
Soutenus par les Français	66%	72%	63%	64%	62%	64%	66%	65%
Valorisés	51%	54%	48%	47%	51%	55%	55%	51%
Soutenus par les commerçants / distributeurs	47%	48%	45%	41%	48%	48%	49%	47%
Soutenus par les pouvoirs publics et les collectivités	41%	43%	37%	40%	40%	46%	46%	40%
Rémunérés	31%	32%	30%	27%	32%	34%	35%	31%

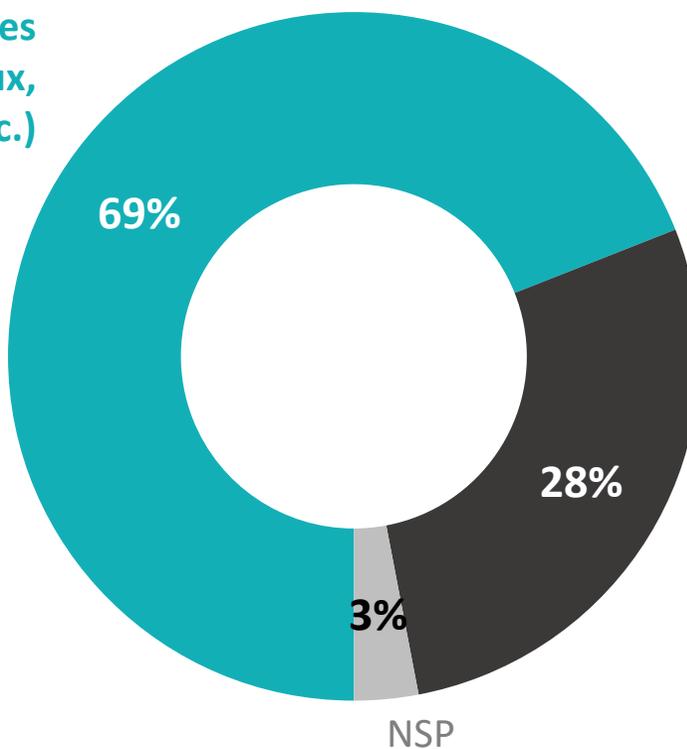


Le lien entre nos modes de consommation et la crise sanitaire et économique

Q. Pour vous, la crise sanitaire et économique actuelle est-elle plutôt... ?



...l'illustration qu'il faut changer nos modes de consommation pour des produits plus responsables (locaux, bio, équitables, sans emballage etc.)



...un événement qui n'a rien à voir avec la façon dont nous produisons et consommons



Le lien entre nos modes de consommation et la crise sanitaire et économique

Q. Pour vous, la crise sanitaire et économique actuelle est-elle plutôt... ?



	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
...l'illustration qu'il faut changer nos modes de consommation pour des produits plus responsables (locaux, bio, équitables, sans emballage etc.)	69%	64%	74%	73%	67%	68%	73%	67%	72%	68%	69%
...un événement qui n'a rien à voir avec la façon dont nous produisons et consommons	28%	32%	24%	21%	28%	31%	26%	30%	24%	30%	29%



Le lien entre nos modes de consommation et la crise sanitaire et économique

Q. Pour vous, la crise sanitaire et économique actuelle est-elle plutôt... ?

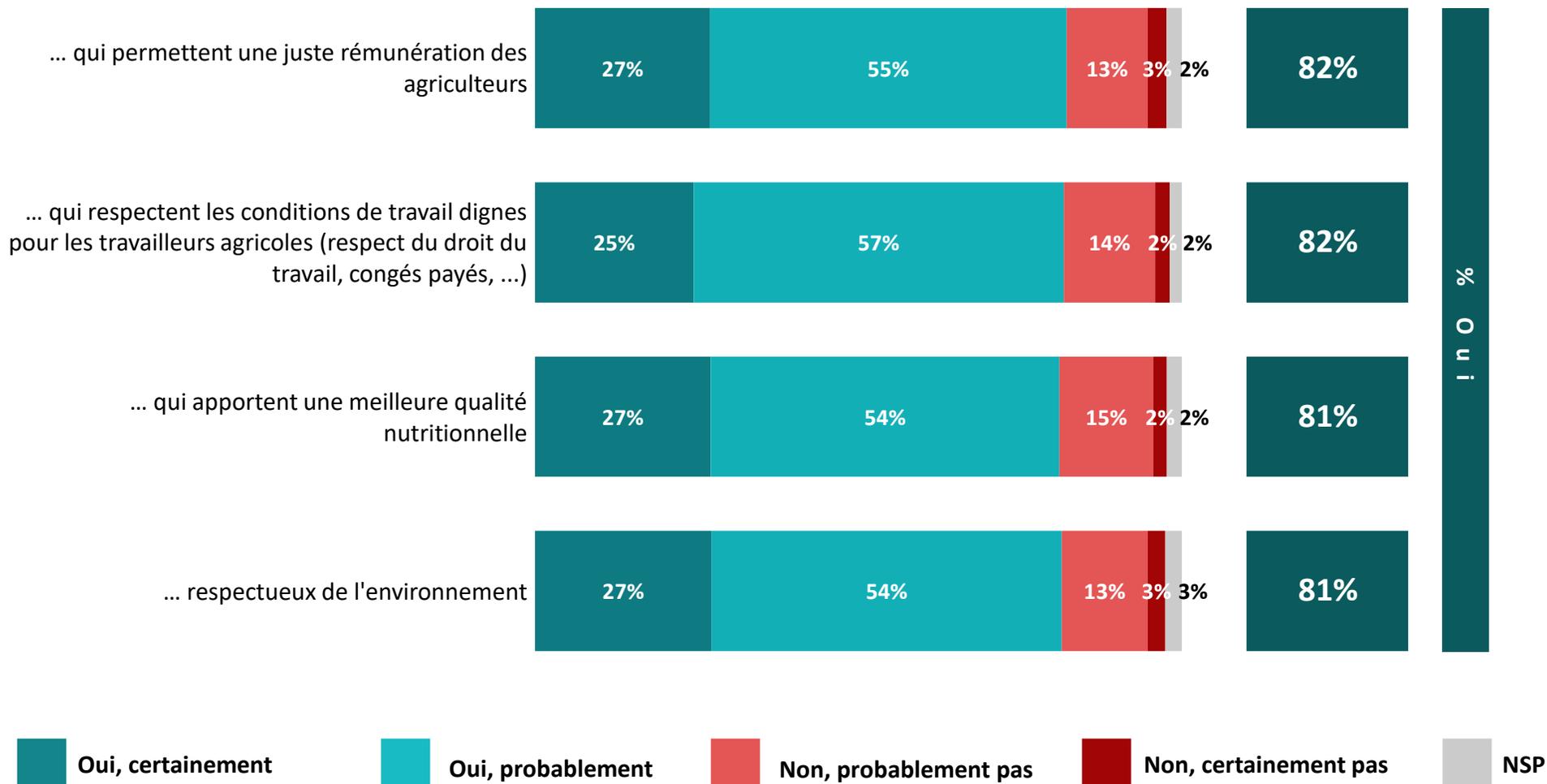


	% Total	Catégorie d'agglomération					Région	
		Commune rurale	Commune de 2 000 à 19 999 habitants	Commune de 20 000 à 99 999 habitants	Commune de 100 000 habitants ou plus	Agglomération parisienne	Paris	Province
...l'illustration qu'il faut changer nos modes de consommation pour des produits plus responsables (locaux, bio, équitables, sans emballage etc.)	69%	74%	69%	65%	69%	67%	68%	70%
...un événement qui n'a rien à voir avec la façon dont nous produisons et consommons	28%	25%	29%	33%	27%	28%	28%	28%

“ Les modes de consommation envisagés pour l’après-crise

Q. Et après le confinement, allez-vous privilégier l’achat de produits alimentaires ... ?

1092 personnes



“ Les modes de consommation envisagés pour l’après-crise

Q. Et après le confinement, allez-vous privilégier l’achat de produits alimentaires ... ?


1092
personnes

	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
qui permettent une juste rémunération des agriculteurs	82%	79%	85%	77%	73%	77%	89%	89%	82%	78%	85%
qui respectent les conditions de travail dignes pour les travailleurs agricoles (respect du droit du travail, congés payés, ...)	82%	80%	84%	69%	76%	80%	87%	87%	81%	82%	83%
qui apportent une meilleure qualité nutritionnelle	81%	79%	83%	73%	79%	77%	87%	84%	83%	81%	80%
respectueux de l'environnement	81%	77%	86%	72%	75%	80%	88%	85%	84%	78%	83%

“ Les modes de consommation envisagés pour l’après-crise

Q. Et après le confinement, allez-vous privilégier l’achat de produits alimentaires ... ?

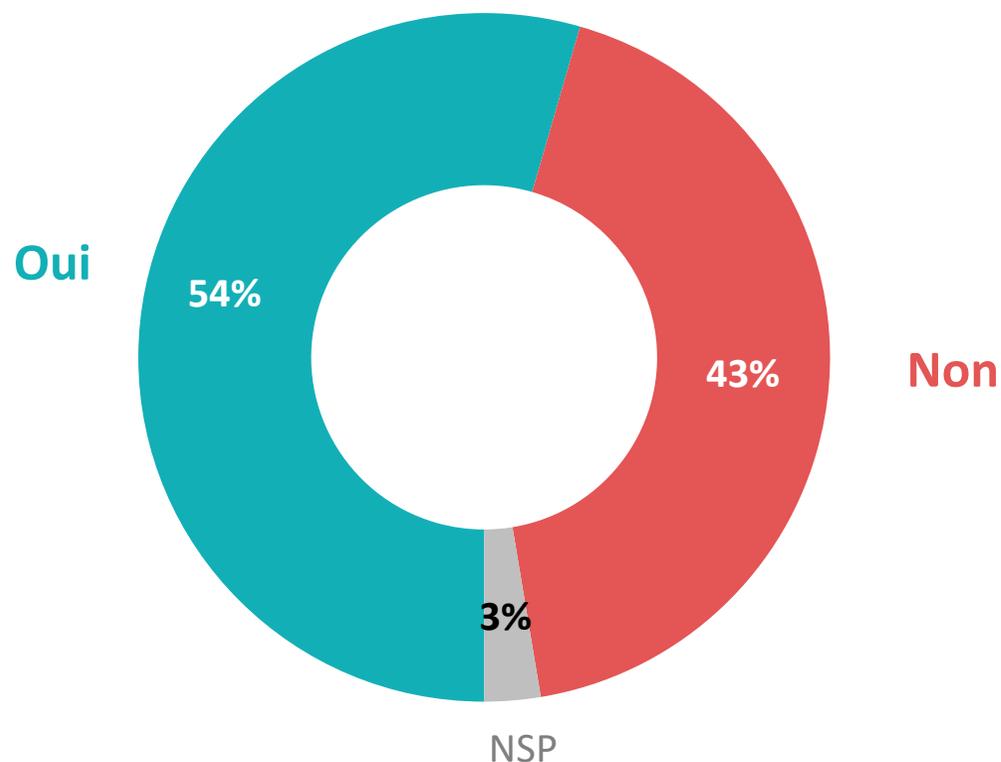
1092 personnes

	% Oui	Catégorie d’agglomération					Région	
		Commune rurale	Commune de 2 000 à 19 999 habitants	Commune de 20 000 à 99 999 habitants	Commune de 100 000 habitants ou plus	Agglomération parisienne	Paris	Province
qui permettent une juste rémunération des agriculteurs	82%	83%	80%	77%	82%	86%	86%	82%
qui respectent les conditions de travail dignes pour les travailleurs agricoles (respect du droit du travail, congés payés, ...)	82%	84%	82%	77%	81%	83%	83%	81%
qui apportent une meilleure qualité nutritionnelle	81%	81%	83%	77%	82%	80%	82%	81%
respectueux de l’environnement	81%	81%	80%	80%	83%	82%	82%	82%



Le souhait de voir se développer une consommation alimentaire 100% locale

Q. Après le confinement, la consommation de produits alimentaires doit-elle devenir une consommation de produits 100% locaux ?





Le souhait de voir se développer une consommation alimentaire 100% locale

Q. Après le confinement, la consommation de produits alimentaires doit-elle devenir une consommation de produits 100% locaux ?



		Sexe		Âge					Statut		
	% Total	Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Oui	54%	51%	58%	54%	44%	51%	60%	59%	52%	55%	56%
Non	43%	45%	41%	40%	50%	48%	38%	39%	43%	43%	42%



Le souhait de voir se développer une consommation alimentaire 100% locale

Q. Après le confinement, la consommation de produits alimentaires doit-elle devenir une consommation de produits 100% locaux ?



	% Total	Catégorie d'agglomération					Région	
		Commune rurale	Commune de 2 000 à 19 999 habitants	Commune de 20 000 à 99 999 habitants	Commune de 100 000 habitants ou plus	Agglomération parisienne	Paris	Province
Oui	54%	57%	59%	53%	55%	47%	49%	56%
Non	43%	42%	39%	45%	42%	47%	44%	42%

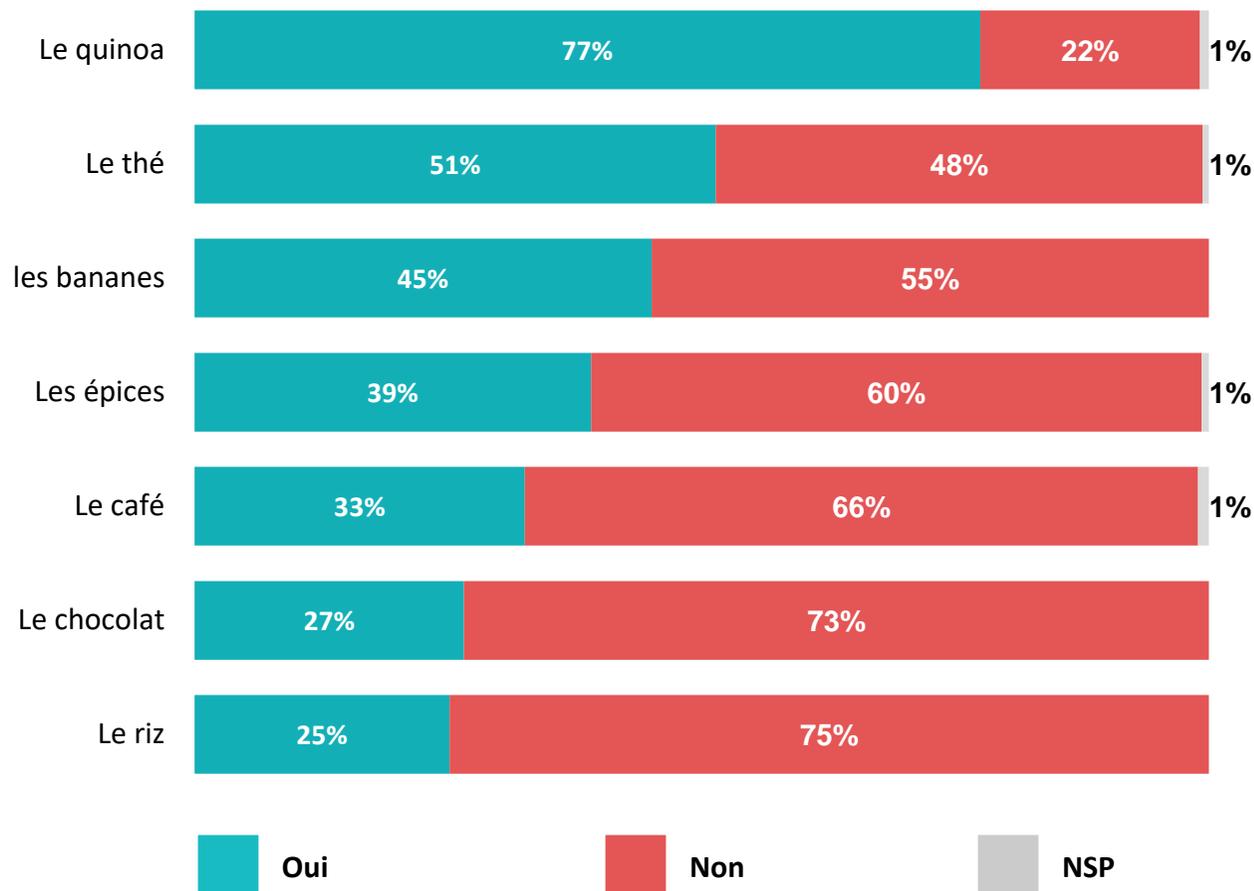


La propension à se passer définitivement de différents produits



Q. Vous personnellement, seriez-vous prêt à vous passer définitivement de chacun des types de produits suivants ?

Question posée uniquement aux personnes qui favorisent la consommation de produits 100% locaux, soit 54% de l'échantillon.





La propension à se passer définitivement de différents produits

Q. Vous personnellement, seriez-vous prêt à vous passer définitivement de chacun des types de produits suivants ?

Question posée uniquement aux personnes qui favorisent la consommation de produits 100% locaux, soit 54% de l'échantillon.



	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Le quinoa	77%	80%	76%	82%	80%	79%	72%	78%	73%	78%	79%
Le thé	51%	54%	50%	54%	59%	53%	45%	52%	49%	55%	49%
les bananes	45%	42%	48%	57%	46%	44%	45%	40%	45%	48%	42%
Les épices	39%	40%	38%	43%	40%	47%	36%	34%	38%	44%	37%
Le café	33%	29%	36%	61%	46%	39%	24%	19%	36%	35%	28%
Le chocolat	27%	27%	26%	33%	33%	25%	28%	21%	26%	27%	25%
Le riz	25%	24%	26%	35%	32%	26%	15%	27%	23%	26%	25%



La propension à se passer définitivement de différents produits

Q. Vous personnellement, seriez-vous prêt à vous passer définitivement de chacun des types de produits suivants ?

Question posée uniquement aux personnes qui favorisent la consommation de produits 100% locaux, soit 54% de l'échantillon.



	% Oui	Catégorie d'agglomération					Région	
		Commune rurale	Commune de 2 000 à 19 999 habitants	Commune de 20 000 à 99 999 habitants	Commune de 100 000 habitants ou plus	Agglomération parisienne	Paris	Province
Le quinoa	77%	76%	80%	77%	76%	80%	77%	78%
Le thé	51%	48%	53%	54%	53%	50%	48%	52%
les bananes	45%	39%	47%	47%	48%	44%	43%	45%
Les épices	39%	31%	40%	45%	40%	47%	43%	38%
Le café	33%	31%	33%	28%	32%	40%	40%	31%
Le chocolat	27%	22%	30%	35%	27%	22%	21%	28%
Le riz	25%	19%	28%	28%	28%	23%	23%	26%



La propension à se passer définitivement de différents produits

Q. Vous personnellement, seriez-vous prêt à vous passer définitivement de chacun des types de produits suivants ?

Question posée uniquement aux personnes qui favorisent la consommation de produits 100% locaux, soit 54% de l'échantillon.



	% Non	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Le quinoa	22%	19%	24%	18%	18%	21%	26%	21%	27%	20%	20%
Le thé	48%	45%	50%	46%	41%	47%	54%	47%	51%	44%	50%
les bananes	55%	58%	52%	43%	54%	56%	55%	59%	55%	52%	57%
Les épices	60%	60%	61%	57%	58%	53%	64%	65%	62%	55%	62%
Le café	66%	70%	63%	39%	52%	59%	76%	79%	63%	64%	71%
Le chocolat	73%	73%	74%	67%	67%	75%	72%	78%	74%	73%	75%
Le riz	75%	76%	74%	65%	68%	74%	84%	72%	77%	74%	74%



La propension à se passer définitivement de différents produits

Q. Vous personnellement, seriez-vous prêt à vous passer définitivement de chacun des types de produits suivants ?

Question posée uniquement aux personnes qui favorisent la consommation de produits 100% locaux, soit 54% de l'échantillon.



	% Non	Catégorie d'agglomération					Région	
		Commune rurale	Commune de 2 000 à 19 999 habitants	Commune de 20 000 à 99 999 habitants	Commune de 100 000 habitants ou plus	Agglomération parisienne	Paris	Province
Le quinoa	22%	22%	20%	23%	24%	17%	21%	22%
Le thé	48%	51%	47%	46%	47%	47%	49%	48%
les bananes	55%	60%	53%	53%	52%	56%	57%	55%
Les épices	60%	67%	60%	55%	60%	53%	57%	61%
Le café	66%	66%	67%	72%	68%	57%	57%	68%
Le chocolat	73%	78%	70%	65%	73%	78%	79%	72%
Le riz	75%	80%	72%	72%	72%	76%	76%	74%



“opinionway

15 place de la République 75003 Paris

« Rendre le monde intelligible pour agir aujourd’hui et imaginer demain. »