



#3 WEBINAR

FOOD VS COVID-19 : FREIN OU ACCÉLÉRATION DE LA CONSOMMATION RESPONSABLE ?

IFOP@HOME
LES RENDEZ-VOUS AVEC LES EXPERTS IFOP

14 MAI 2020 | 11h-12h



IFOP Consumer & Retail



Expertise sectorielle **FMCG**
Dont **Food** et **Retail**



Spécialistes
études **ad hoc**



Conseil & **accompagnement**
Des réflexions **stratégiques** aux
arbitrages **tactiques**



Avec une **expertise transversale** en **consommation responsable** et **RSE**

#3 WEBINAR

Food vs covid-19 : frein ou accélération de la **consommation responsable** ?



Aurélie Crouzet

Directrice du pôle
Consumer & Retail



Eric Sagnat

Directeur de clientèle
Consumer & Retail



Johan Le Douce

Directeur d'études
Consumer & Retail

Point sur les **grandes tendances** « **pré-crise** »

- Un **1^{er} état des lieux pendant le confinement** grâce à notre **approche exclusive** créée spécifiquement :
Impact du covid-19 sur la consommation responsable
 - Interrogation de **2 000 Français**, nationaux représentatifs
 - Présentation de **chiffres exclusifs** sur les **comportements** de consommation **pendant le confinement** et une **extrapolation** sur ceux **en sortie de crise**
- **Objectifs « post-crise »** : réaliser un **monitoring régulier** pour suivre ces nouveaux comportements afin d'**affiner**, **confirmer** ou **infirmer** les tendances répertoriées pendant ce confinement

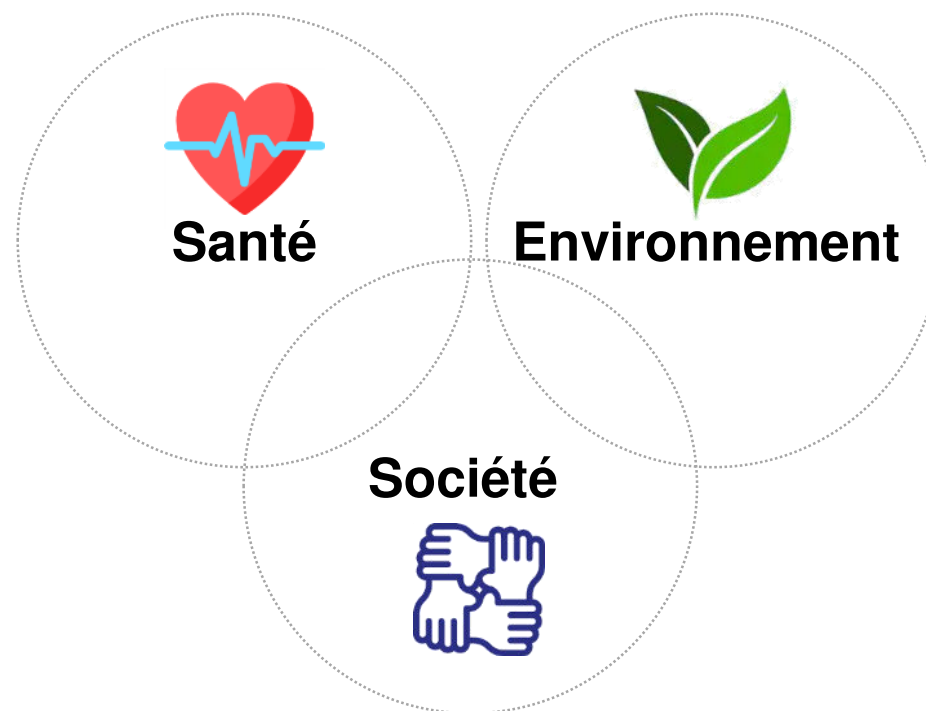
A photograph showing several hands of different skin tones cupped together, holding a small green seedling with two leaves. The seedling is growing out of a cracked eggshell. The background is a solid light green color.

L'état des lieux

Avant la crise du covid-19

L'état des lieux avant la crise du covid-19

Un **modèle consumériste** à bout de souffle et une prise de conscience du **poids de l'action individuelle** sur...



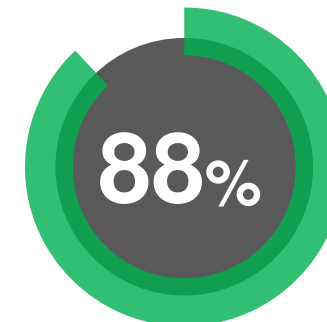
Un écart entre attitudes et comportements qui n'avait jamais été aussi réduit, avec en ligne de mire le
« **consommer mieux** » : **quel impact de la crise du Covid-19 ?**



L'écologie : une considération (temporairement) inhibée

**Insight #1 –
La sécurité sanitaire, ou le come back du plastique !**

La sécurité sanitaire, ou le come back du plastique !



des Français étaient favorables à l'**interdiction**
des produits et emballages **plastiques** non recyclables
(Étude IFOP pour WWF - Nov 2019)

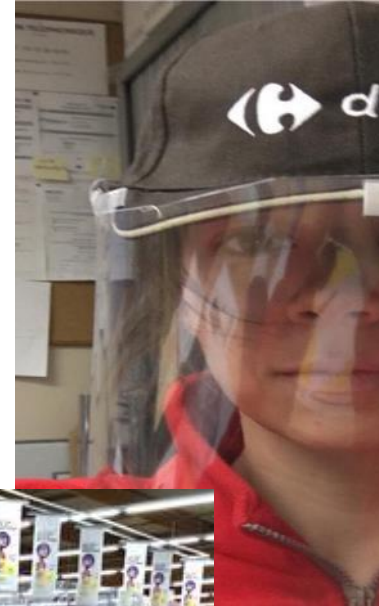


BFMTV ► Economie ► Entreprises

En croissance de 41% sur un an, le
marché du vrac a dépassé le milliard
d'euros en France

© 06/02/2020 à 15h12

La sécurité sanitaire, ou le come back du plastique !



La sécurité sanitaire, ou le come back du plastique !



 **Super U Prissé**
16 h · 🌐

🔴 [MESURE DE PROTECTION TEMPORAIRE] 🔴

Étant donné le contexte actuel pour la sécurité de tous :

Nous avons décidé d'emballer la quasi totalité des fruits et légumes pour éviter un maximum de contact produits/clients.

La manipulation se fait par nos équipes avec gants et masques de protection bien sûr. Sachez que nous faisons le maximum pour le confort et la sécurité de chacun.

Cette mesure est bien entendu temporaire.



Prendre des **marchandises emballées** (ex : fruits et légumes emballés,...),
désinfecter les articles avec du **savon de Marseille** et du **vinaigre blanc** avant de les ouvrir,
en me **lavant les mains** entre chaque produit...



**La cuisine : épicentre de la
nouvelle consommation responsable**

**Insight #2 –
La cuisine : vers un nouvel art de vivre responsable ?**

La cuisine : vers un nouvel art de vivre responsable ?

Avant le confinement, prendre le temps de cuisiner était de plus en plus valorisé

J'aime PRENDRE LE TEMPS DE PRÉPARER
LES REPAS, même en semaine

34% +5 pts
vs 2018

% Correspond tout à fait
73% total d'accord
+2pts vs. 2018

Femmes : 39%
>65 ans : 50%
Rural : 39%

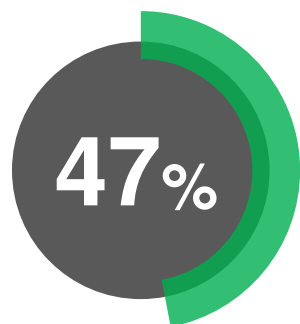
Faire la cuisine est une CORVÉE

21% -3 pts
vs 2018

% correspond plutôt

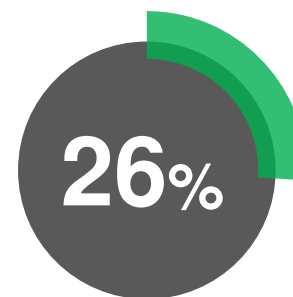
Hommes 15-34 ans : 28%
Agglo parisienne : 26%

La cuisine : vers un nouvel art de vivre responsable ?



des Français cuisinent plus qu'avant pendant la crise
(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)

60% des 18-34 ans

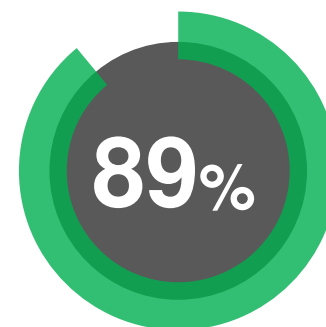


des Français regardent plus qu'avant des recettes ou des tutos vidéos à la TV ou en ligne pendant la crise
(Etude IFOP pour Just Eat - Avril 2020)

35% des 18-34 ans

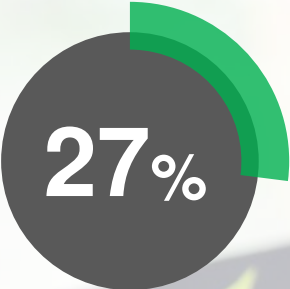


La seule chose qui me motive, c'est d'organiser mes repas, pour le plaisir de préparer un repas avec les ressources dont je dispose : je fais mon pain, je fais mes yaourts... je compose mes menus avec la viande ou le poisson de mon congélateur... je fais des compotes... tout ceci me prend beaucoup de temps et m'évite de penser à l'angoissante période que nous vivons...



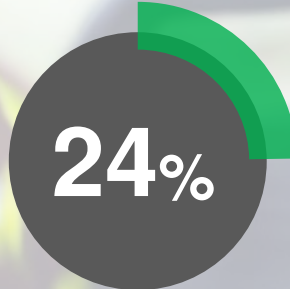
des Français déclarent vouloir conserver cette habitude
(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)

La cuisine : vers un nouvel art de vivre responsable ?



27%

des Français font plus attention qu'avant à **ne pas gaspiller** pendant la crise
(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)



24%

des Français utilisent plus qu'avant les **restes de repas précédents** dans une nouvelle recette pendant la crise
(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)



8%

Utilisent même plus qu'avant les **fanes** et **épluchures** des légumes dans des recettes

A person wearing a white apron over a light blue shirt is holding a wooden bowl filled with food. The bowl contains a portion of brown rice, a golden-brown fried patty, and a vibrant green salad with lettuce, tomatoes, and other vegetables. In their other hand, they hold a clear glass bowl filled with a light green soup, garnished with fresh herbs. The background is a soft, out-of-focus indoor setting.

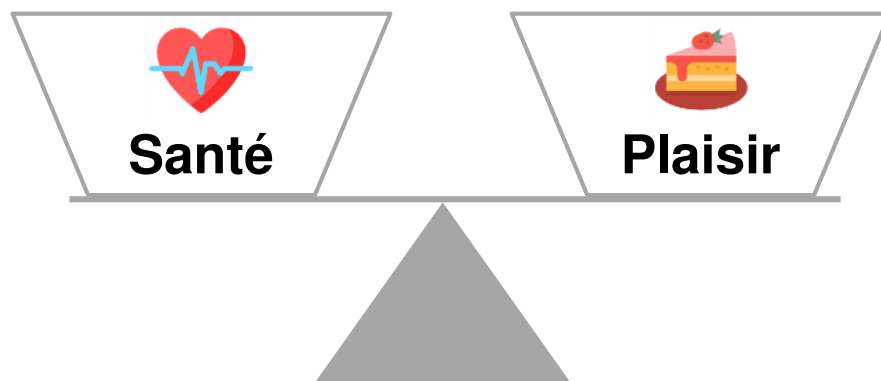
**La cuisine : épicentre de la
nouvelle consommation responsable**

**Insight #3 –
Santé et plaisir : l'alimentation augmentée**

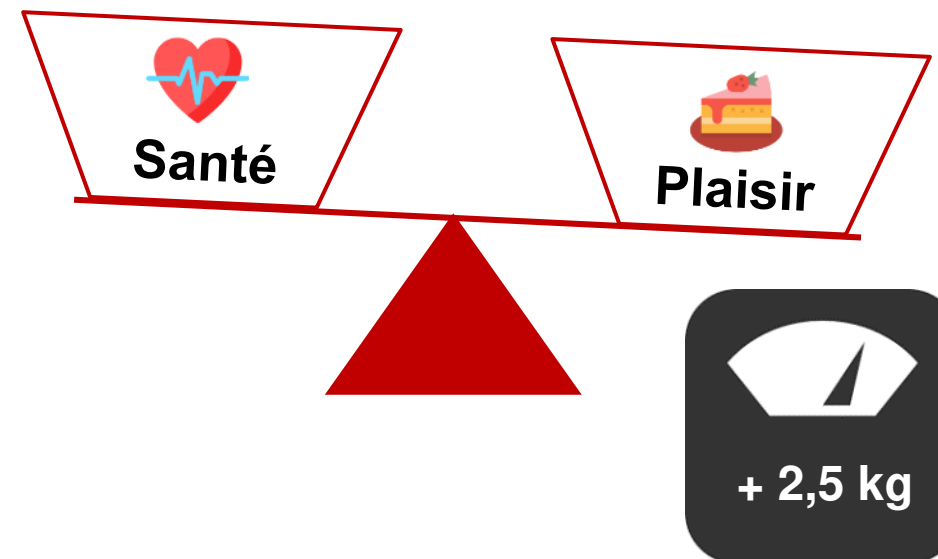
Santé et plaisir : l'alimentation augmentée

Pour **95%** des Français, pour être en **bonne santé**,
il faut avant tout **bien se nourrir**

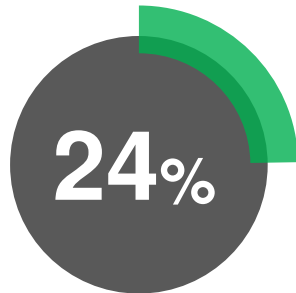
Avant la crise



Pendant la crise



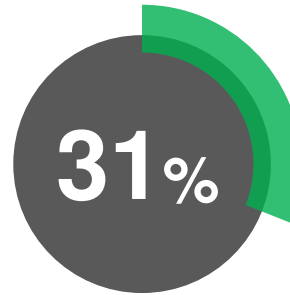
Santé et plaisir : l'alimentation augmentée



des Français disent **manger plus équilibré** qu'avant la crise

(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)

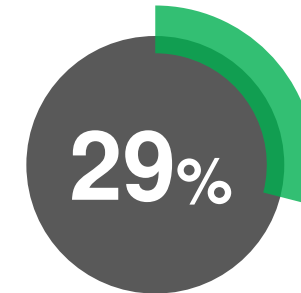
40% des 18-24 ans



des Français disent **plus varier leurs repas** qu'avant la crise

(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)

47% des 18-24 ans



des Français disent se faire **plus de petits plaisirs** qu'avant la crise

(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)

37% des 18-24 ans



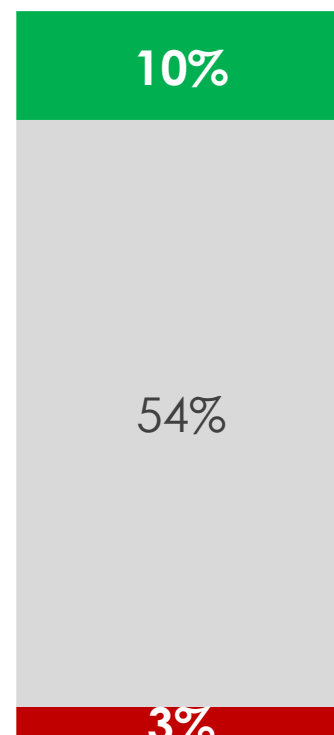
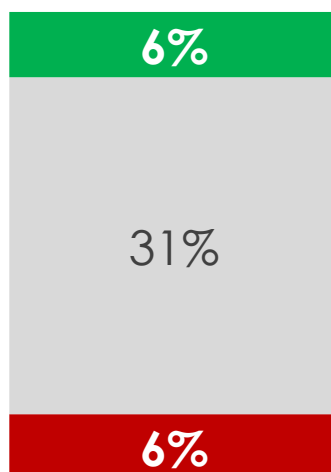
*Je continue à renforcer mes défenses immunitaires et à avoir une **alimentation plus protéinée** et à ne surtout **pas manger de gâteaux**. Je **surveille mon poids** encore plus efficacement qu'avant et **éviter des risques de gravité supplémentaire** au cas où...*



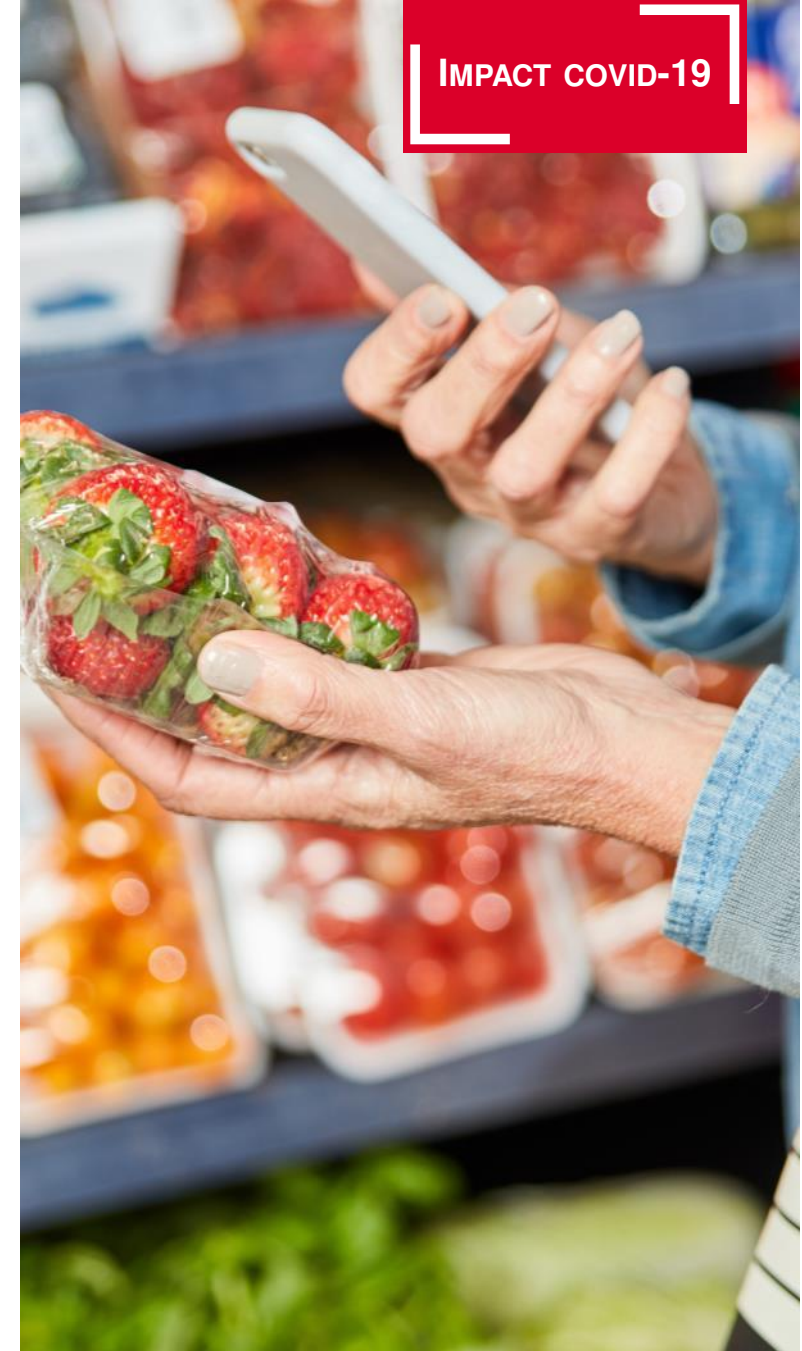
*Je fais moins attention à la qualité nutritive des aliments, consommation de plus de **junk food**. Je mange trop de **chocolat**... **J'ai pris 5 kilos**...*

Santé et plaisir : l'alimentation augmentée

(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)



■ Moins qu'avant ■ Autant qu'avant ■ Plus qu'avant





Vers un grand bouleversement sociétal ?

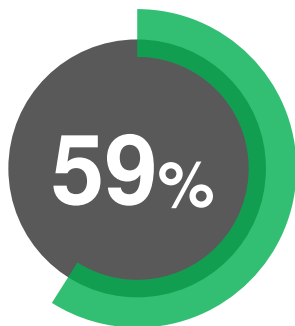
**Insight #4 –
Le temps de la peur et des changements**

Le temps de la peur et des changements

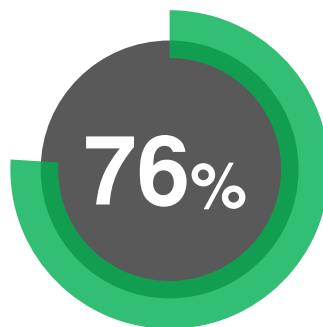


Le temps de la peur et des changements

(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)



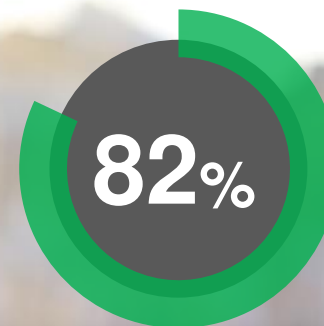
des Français sont
pessimistes envers l'**avenir**
en général



des Français sont
pessimistes envers l'**emploi**
en général



vs **37%** des Français sont
pessimistes envers leur **propre emploi**



des Français sont
pessimistes envers
l'**économie du pays**

Le temps de la peur et des changements

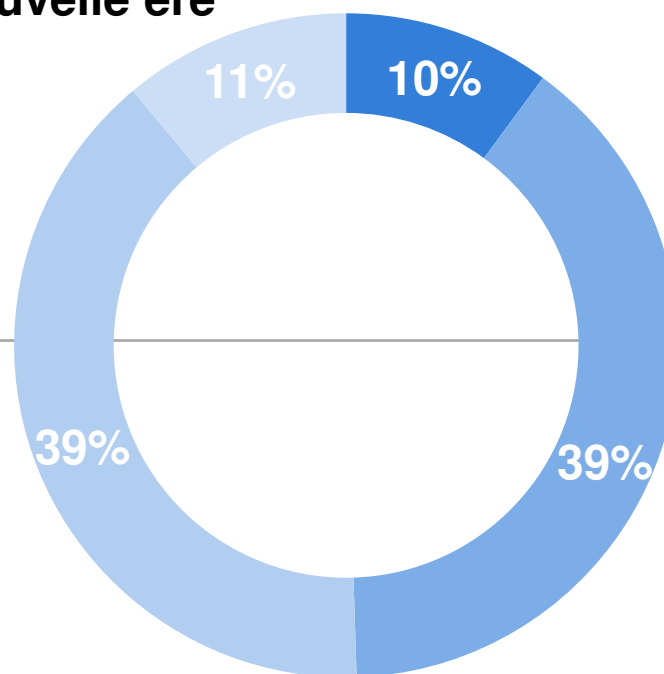
Tout va changer,
on entre dans une **nouvelle ère**

Tout va redevenir
comme avant



Il faut prévoir de
profonds changements

Il faut prévoir
quelques changements



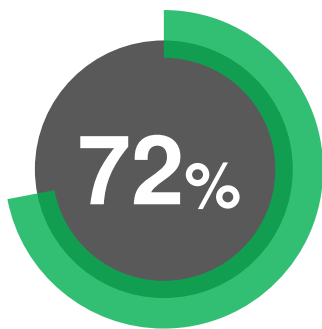
(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)



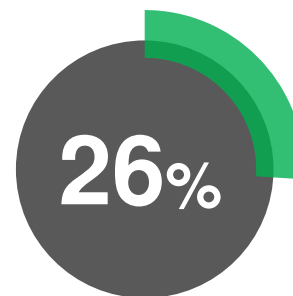
Vers un grand bouleversement sociétal ?

Insight #5 –
Bio vs local : qui sera le grand gagnant ?

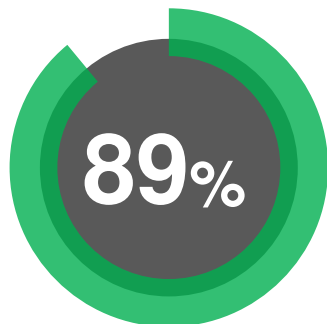
Bio vs local : qui sera le grand gagnant ?



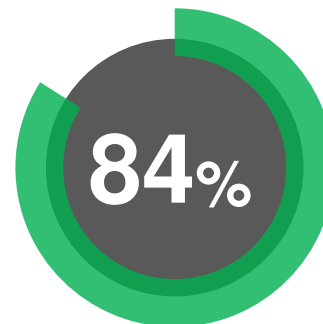
**des Français déclaraient
consommer régulièrement
des produits bio**



**des Français déclaraient
vouloir en consommer
encore plus**



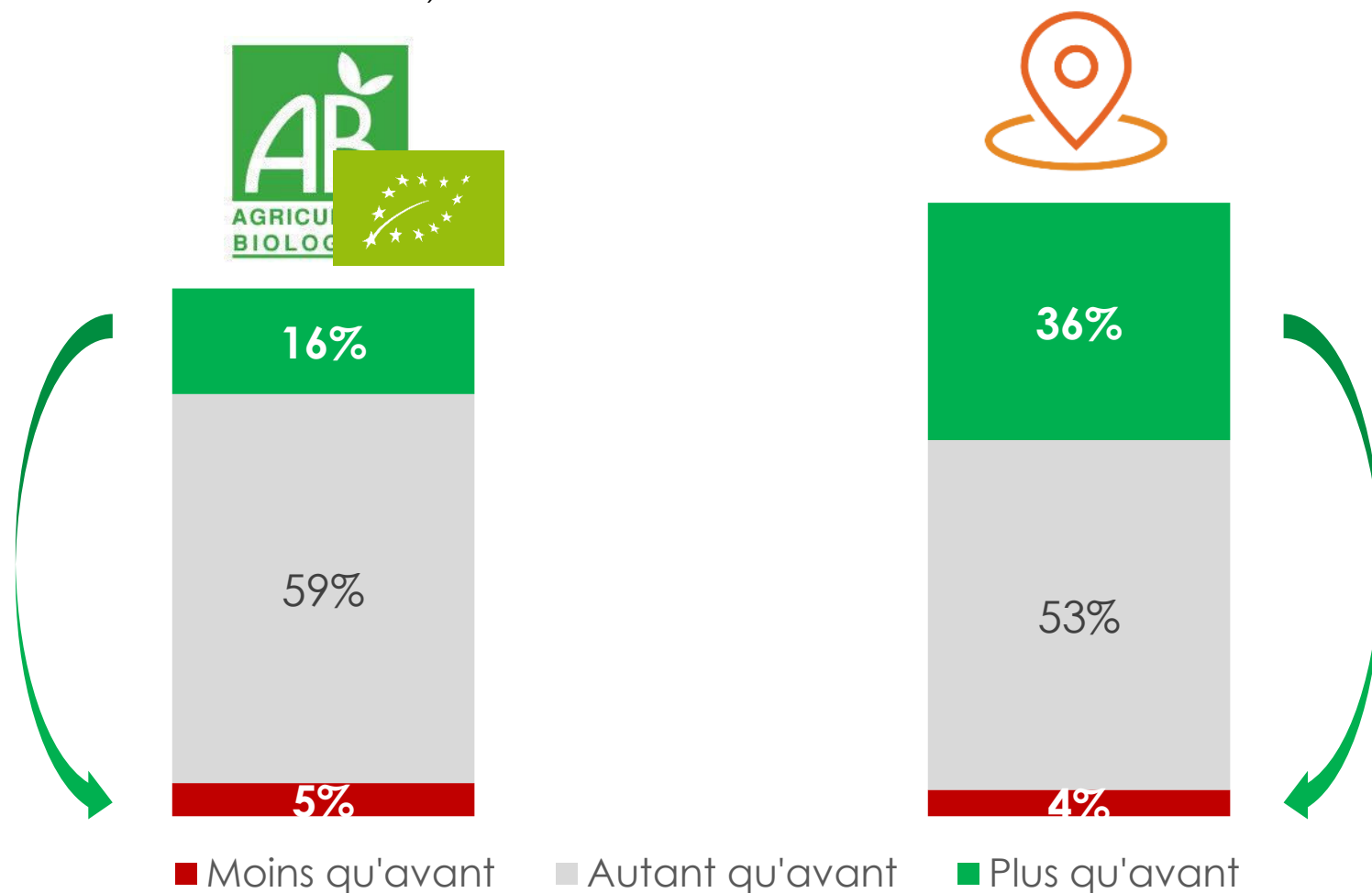
**des Français pensaient que les
produits locaux étaient des
produits de confiance**
(Étude IFOP pour Agence Australie - Mai 2019)



**des Français pensaient que les
produits locaux étaient des
produits de qualité**
(Étude IFOP pour Agence Australie - Mai 2019)

Bio vs local : qui sera le grand gagnant ?

(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)



*Je commande des fruits et légumes de saison à un **maraîcher** (livraison à domicile). Je commande ma viande à l'**abattoir**. Je ne vais au magasin qu'une fois tous les 15 jours.*

Bio vs local : qui sera le grand gagnant ?

(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)



Sont **bons pour la santé**

88%

86%

Ont une **bonne qualité nutritionnelle**

83%

>

86%

Ont **meilleur goût** que les autres produits

66%

<<<

80%

Bio vs local : qui sera le grand gagnant ?

(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)

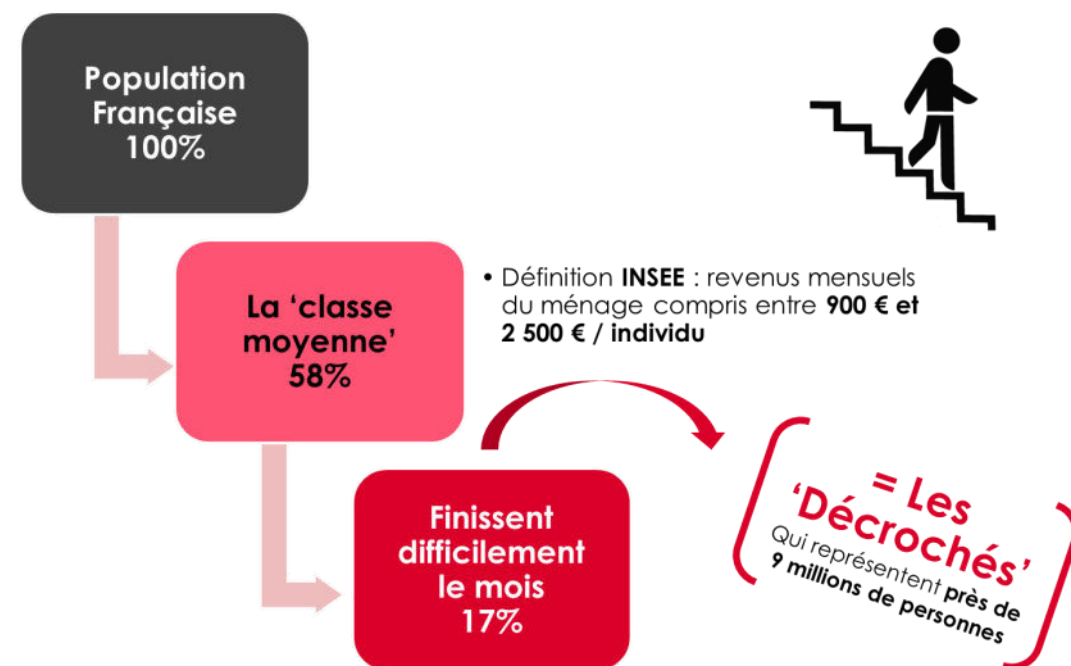




Vers un grand bouleversement sociétal ?

Insight #6 –
Pouvoir d'achat : une archipellisation accélérée

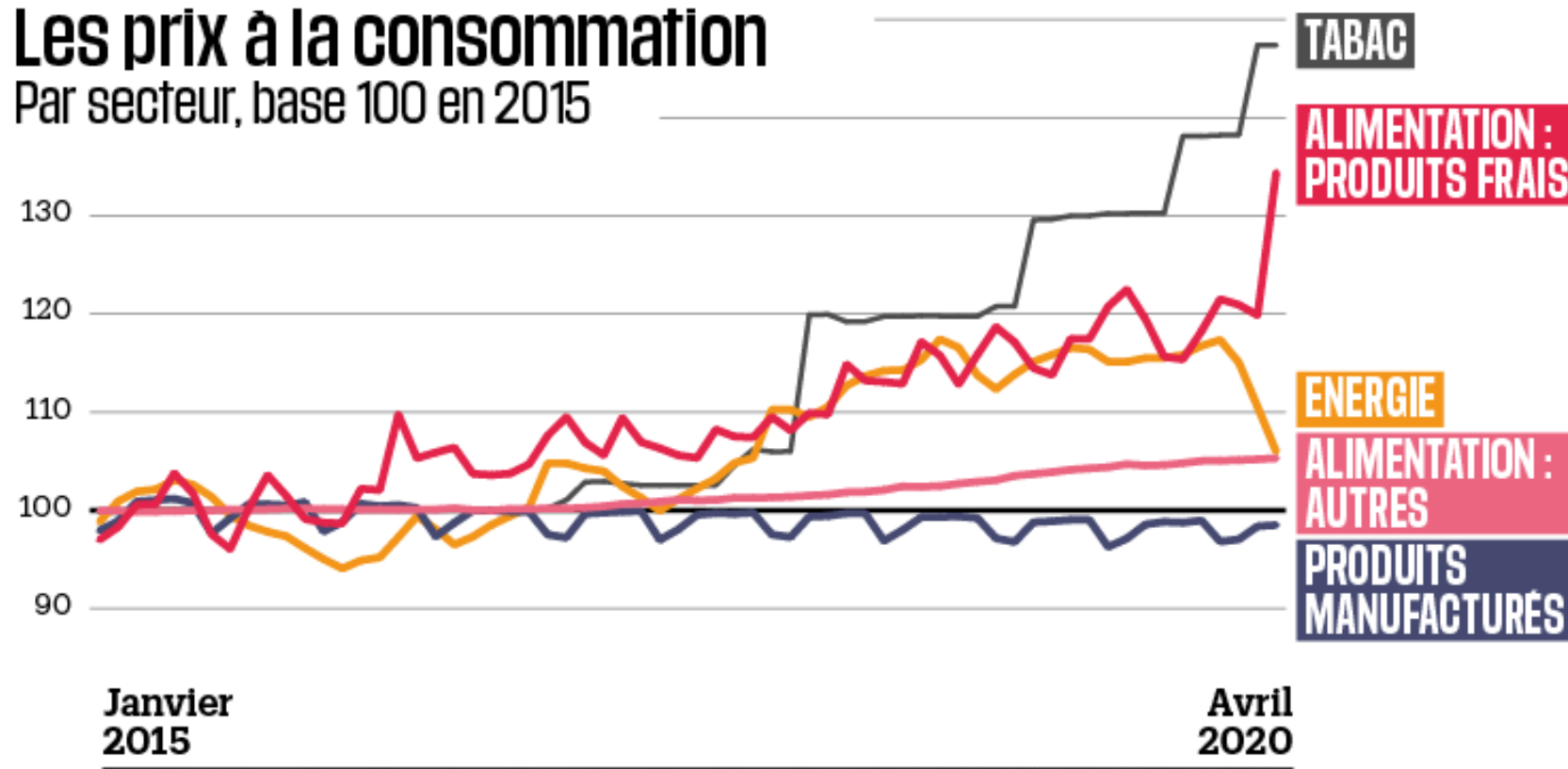
Pouvoir d'achat : une archipellisation accélérée



Pouvoir d'achat : une archipellisation accélérée

Les prix à la consommation

Par secteur, base 100 en 2015



L'IBÉ
LABO

Pouvoir d'achat : une archipellisation accélérée



des Français font **plus attention au prix**
pendant la crise

(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)

“

*Je fais **encore plus attention qu'avant aux prix** pratiqués par les enseignes car cette crise est le prétexte pour **augmenter honteusement les prix**, en particulier des **fruits et légumes**, alors que nous sommes en pleine saison.*

Pouvoir d'achat : une archipellisation accélérée

59%

**des Français vont veiller à
acheter le moins cher possible
après la crise**

(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)

76%

**des Français vont acheter
en fonction des promotions
après la crise**

(Étude exclusive IFOP - Avril 2020)





Au final, que retenir

de la crise ?

En conclusion

La crise :

- Un **catalyseur** (temporaire) des préoccupations **individuelles**
- Un **accélérateur** de plusieurs **grandes tendances responsables antérieures**
- Au retour à la « normale » : vers une **réouverture** sur l'extérieur notamment l'**écologie** ?



Une première prise de température pendant le confinement qui a pour objectif et nécessité d'être monitorée dans le temps.



TRACKING COMPORTEMENTS RESPONSABLES SORTIE DE CRISE COVID19 [SOUSCRIPTION]

Ces **tendances de consommation responsable** mises à jour pendant le confinement demandent à être affinées, confirmées voire infirmées dans les mois qui viennent.

Ifop Consumer & Retail lance un **Tracking des comportements responsables** :

- Pour vous donner les **clefs de compréhension** de ces nouveaux consommateurs
- Via des **mesures** déclenchées en fonction des **moments clefs** de cette sortie de crise sur **2020/2021**
- En interrogeant **2 000 personnes par vague**, avec évolution sur les principaux indicateurs



QUESTIONS / RÉPONSES



RETROUVEZ-NOUS SUR

www.ifop.com

LinkedIn : Ifop

Facebook : Ifop France



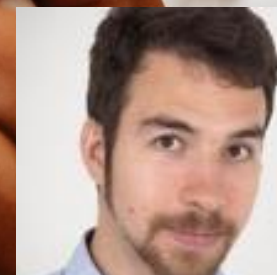
Aurélié Crouzet

Directrice du pôle
Consumer & Retail
aurelie.crouzet@ifop.com



Eric Sagnat

Directeur de clientèle
Consumer & Retail
eric.sagnat@ifop.com



Johan Le Douce

Directeur d'études
Consumer & Retail
johan.ledouce@ifop.com