



LES FRANÇAIS ET LES COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES



Préparé pour :

NATURA FORCE
www.naturaforce.com



Contacts IFOP :

Laura CRAVEUR
Directrice d'Etudes
laura.craveur@ifop.com

Hania MEZGHRANI
Chargée d'études
hania.mezghrani@ifop.com

Suivez-nous sur  @IFOPCONSUMER



PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE



- ❖ Au cours de ces dernières années et plus particulièrement depuis le début de la crise sanitaire, des changements dans les habitudes des Français ont été observés, notamment en ce qui concerne leur alimentation et la consommation de compléments alimentaires.
- ❖ Dans ce contexte, **NATURA FORCE**, marque française de référence dans le domaine des compléments alimentaires naturels et bio, a souhaité en savoir davantage en ce qui concerne les habitudes prises au cours des derniers mois et **la nouvelle approche des français autour de la santé, de l'alimentation, du bio et des compléments alimentaires.**



RECUEIL DES DONNÉES

Enquête online, via un panel de consommateurs, et menée du 17 au 19 Juin 2020.



ECHANTILLON INTERROGÉ

Interrogation d'un échantillon national représentatif de 1 018 Français âgés de 18 ans et plus.

Des quotas ont été appliqués sur le sexe, l'âge, la région, la catégorie d'agglomération, la profession du chef de famille, et la présence d'enfants au foyer.



ANALYSE

Afin d'aller plus loin dans l'analyse, nous avons regardé les résultats selon les principales sous-cibles sociodémographiques (selon le sexe, l'âge, la région, la catégorie d'agglomération, la CSP, la taille de foyer et la présence d'enfants au foyer).



RÉSULTATS DE L'ÉTUDE

UNE TENDANCE DE FOND A UNE CONSOMMATION PLUS CONSCIENTE CHEZ LES FRANÇAIS.



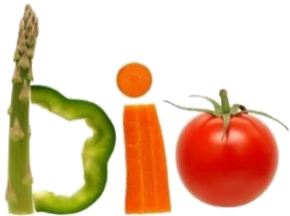
ATTITUDES ET COMPORTEMENTS

Base : Total Français (n= 1018)
En %

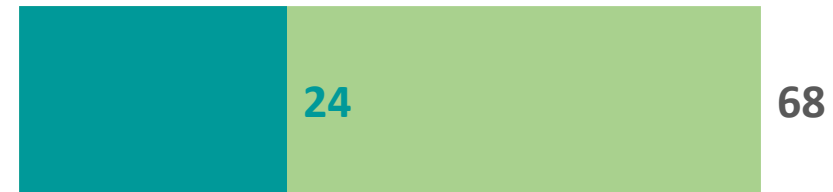


*Je cherche à manger **PLUS SAINEMENT**
ET PLUS ÉQUILIBRÉ qu'avant*

● *Tout à fait d'accord* ● *Total d'accord*



*Je privilégie des **PRODUITS ISSUS DE**
L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE dans mon
alimentation*



UNE TENDANCE QUI SE RETROUVE AUTANT CHEZ LES HOMMES QUE LES FEMMES ET CHEZ TOUTES LES TRANCHES D'ÂGES.



TOTAL D'ACCORD

TOTAL D'ACCORD		TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE								
			Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
Base		(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
Je cherche à manger plus sainement et plus équilibré qu'avant		82	82	83	84	86	83	81	79	85	81	89	82	78	88	77	85	84	76
Je privilégie des produits issus de l'agriculture biologique dans mon alimentation		68	66	69	74	69	65	64	70	71	66	73	69	65	65	61	68	66	73

Tout à fait d'accord

		TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE								
			Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
Base		(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
Je cherche à manger plus sainement et plus équilibré qu'avant		30	29	32	42	37	29	25	27	39	27	39	38	24	35	24	26	28	27
Je privilégie des produits issus de l'agriculture biologique dans mon alimentation		24	21	27	34	26	20	21	28	29	23	29	29	17	22	15	26	24	32

UNE TENDANCE COMMUNE AUX FRANÇAIS DE TOUS HORIZONS ; LES CSP A CADRES ÉTANT CEUX QUI PRIVILÉGIENT LE PLUS LES PRODUITS BIOLOGIQUES.



TOTAL D'ACCORD

TOTAL D'ACCORD	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				TAILLE DU FOYER			ENFANTS -15ANS		AGE DES ENFANTS					
		Région Parisienne	Province	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud-Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et +	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans	
		Base (1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)
Je cherche à manger plus sainement et plus équilibré qu'avant	82	78	83	88	83	84	79	87	79	89	80	78	81	88	78	81	80	84	82	82	82	85	89	86	77	78	
Je privilégie des produits issus de l'agriculture biologique dans mon alimentation	68	71	67	67	67	70	65	69	68	69	62	74	76	67	57	68	63	70	68	69	67	74	75	61	70	68	

Tout à fait d'accord

Tout à fait d'accord	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				TAILLE DU FOYER			ENFANTS -15ANS		AGE DES ENFANTS				
		Région Pari-sienne	Pro- vince	Nord- Est	Nord- Ouest	Sud- Ouest	Sud- Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et +	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans
	Base (1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)
Je cherche à manger plus sainement et plus équilibré qu'avant	30	32	30	29	29	27	33	26	35	32	30	32	32	32	30	28	27	27	34	33	29	45	38	32	28	26
Je privilégie des produits issus de l'agriculture biologique dans mon alimentation	24	24	24	22	28	28	22	24	26	24	23	26	35	16	15	29	24	25	25	25	24	30	32	18	25	23

CC1 : Communes rurales (- de 2 000 hab.)
 CC2 : Communes de 2 à 20 000 hab.
 CC3 : Communes de 20 000 à 100 000 hab.
 CC4 : Communes de 100 000 hab. et plus
 CC5 : Agglomération de Paris

CSP A : Cadres, Chefs d'entreprise
 CSP B : Employés
 CSP C : Ouvriers
 CSP D : Inactifs

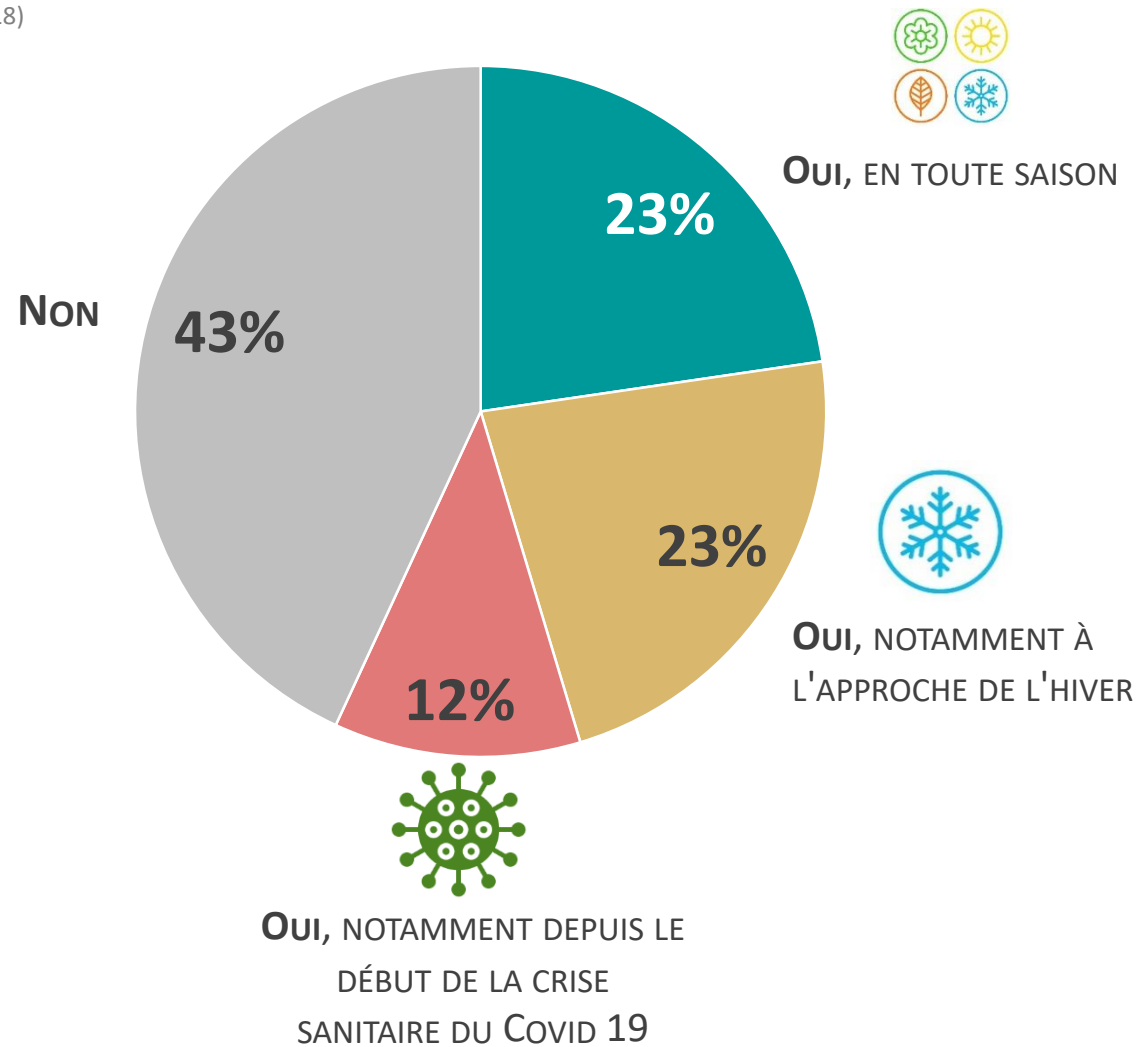
Significativement inférieur à 95% au total des Français
 Significativement inférieur à 90% au total des Français
 Significativement supérieur à 90% au total des Français
 Significativement supérieur à 95% au total des Français

UNE MAJORITÉ DE FRANÇAIS RESSENT LE BESOIN DE RENFORCER LEURS DÉFENSES IMMUNITAIRES.



BESOIN DE RENFORCEMENT DES DÉFENSES IMMUNITAIRES

Base : Total Français (n= 1018)
En %



57%
des Français ressentent
**LE BESOIN DE
RENFORCER LEURS
DEFENSES
IMMUNITAIRES**

UN BESOIN DE RENFORCEMENT DES DÉFENSES IMMUNITAIRES ENCORE PLUS RESSENTI PAR LES FEMMES (NOTAMMENT CELLES DE 65+) ET LES HABITANTS DE RÉGION PARISIENNE.



	TOTAL	SEXE		AGE							SEXE x AGE							
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
Base	(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
ST Au moins un Oui	57	50	63	57	50	59	53	64	53	58	50	55	54	63	44	63	55	70
Oui, en toute saison	23	20	25	25	21	20	22	27	22	23	23	22	20	20	17	27	21	32
Oui, notamment à l'approche de l'hiver	23	18	27	18	16	25	26	23	17	25	12	21	20	30	21	31	19	26
Oui, notamment depuis le début de la crise sanitaire du Covid 19	12	12	11	15	13	14	6	13	14	11	15	12	14	14	6	5	14	12
Non	43	50	37	43	50	41	47	36	47	42	50	45	46	37	56	37	45	30

	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				TAILLE DU FOYER			ENFANTS -15ANS		AGE DES ENFANTS				
		Région Parisienne	Pro- vince	Nord- Est	Nord- Ouest	Sud- Ouest	Sud- Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et +	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans
Base	(1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)
ST Au moins un Oui	57	64	55	53	55	56	57	52	59	55	56	65	59	56	47	61	62	57	54	55	58	54	55	57	58	52
Oui, en toute saison	23	26	22	16	23	30	23	19	25	18	24	26	21	22	16	27	28	24	20	21	24	26	19	17	19	17
Oui, notamment à l'approche de l'hiver	23	29	21	21	21	17	24	23	21	27	19	29	24	25	21	21	26	22	21	21	24	22	21	21	20	23
Oui, notamment depuis le début de la crise sanitaire du Covid 19	12	10	12	15	11	9	11	10	14	10	13	11	14	10	10	12	8	11	13	14	10	6	16	19	18	12
Non	43	36	45	47	45	44	43	48	41	45	44	35	41	44	53	39	38	43	46	45	42	46	45	43	42	48

CC1 : Communes rurales (- de 2 000 hab.)
 CC2 : Communes de 2 à 20 000 hab.
 CC3 : Communes de 20 000 à 100 000 hab.
 CC4 : Communes de 100 000 hab. et plus
 CC5 : Agglomération de Paris

CSP A : Cadres, Chefs d'entreprise
 CSP B : Employés
 CSP C : Ouvriers
 CSP D : Inactifs

Significativement inférieur à 95% au total des Français
 Significativement inférieur à 90% au total des Français
 Significativement supérieur à 90% au total des Français
 Significativement supérieur à 95% au total des Français



NATURA FORCE
De la nature, puisez votre force

Q1- Ressentez-vous le besoin de renforcer vos défenses immunitaires (que vous l'ayez fait ou non) ?.

DES FRANÇAIS CONVAINCUS PAR LA MÉDECINE DOUCE ET PRÈS DES 2/3 Y ONT DÉJÀ EU RECOURS.



CONSOMMATION DE PRODUITS POUR RENFORCER LES DÉFENSES IMMUNITAIRES

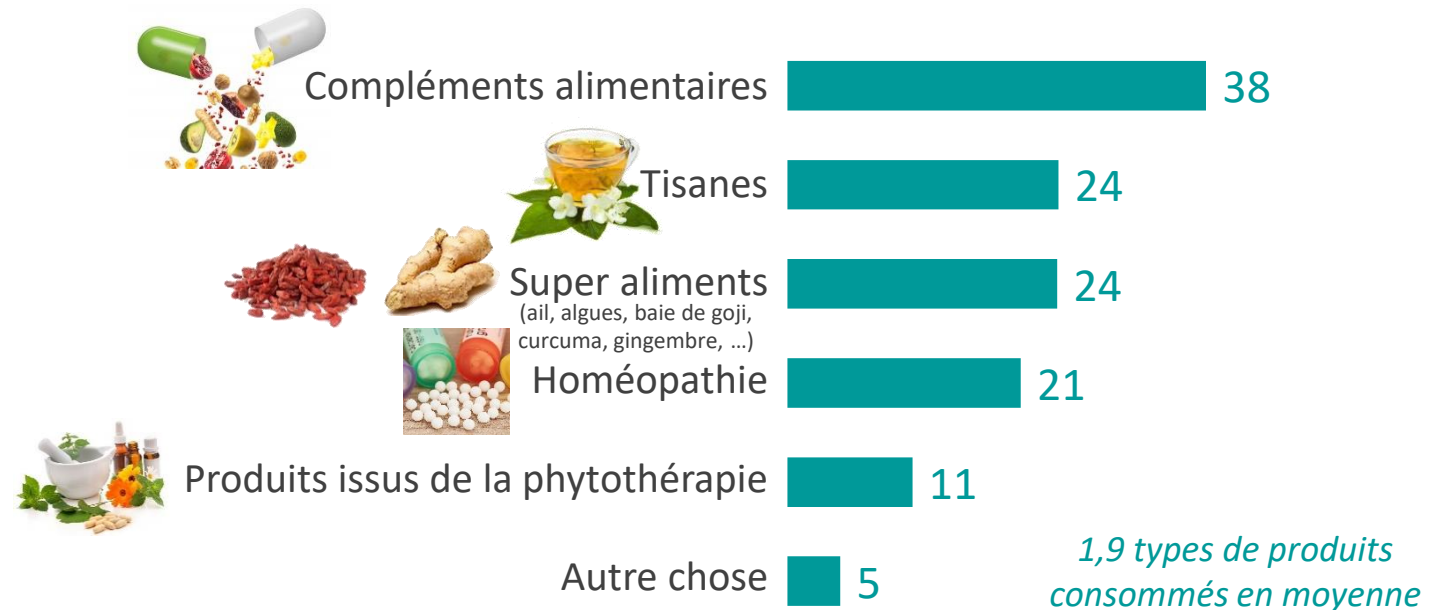
Base : Total Français (n= 1018)
En %

70%
des Français sont
**CONVAINCUS DES BIENFAITS
DE LA MÉDECINE DOUCE**
(compléments alimentaires,
homéopathie, phytothérapie...)



64%

des Français ont
**DÉJÀ CONSOMMÉ
AU MOINS UN PRODUIT**
pour renforcer les défenses immunitaires



UNE CONVICTION ENCORE PLUS FORTE CHEZ LES FEMMES (NOTAMMENT CELLES DE 35-64 ANS) ET CHEZ LES PARENTS.



TOTAL D'ACCORD

	TOTAL	SEXE		AGE							SEXE x AGE							
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
Base	(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
Je suis convaincu(e) des bienfaits de la médecine douce (compléments alimentaires, homéopathie, phytothérapie...)	70	64	76	72	73	75	71	60	73	69	75	70	66	85	59	84	52	66

	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				TAILLE DU FOYER			ENFANTS -15ANS		AGE DES ENFANTS				
		Région Parisienne	Province	Nord-Est	Nord-Ouest	Sud-Ouest	Sud-Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et +	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans
Base	(1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)
Je suis convaincu(e) des bienfaits de la médecine douce (compléments alimentaires, homéopathie, phytothérapie...)	70	72	70	69	74	77	64	76	71	77	61	74	79	77	63	64	68	65	75	75	67	80	78	80	72	75

CC1 : Communes rurales (- de 2 000 hab.)
CC2 : Communes de 2 à 20 000 hab.
CC3 : Communes de 20 000 à 100 000 hab.
CC4 : Communes de 100 000 hab. et plus
CC5 : Agglomération de Paris

CSP A : Cadres, Chefs d'entreprise
CSP B : Employés
CSP C : Ouvriers
CSP D : Inactifs

Significativement inférieur à 95% au total des Français
Significativement inférieur à 90% au total des Français
Significativement supérieur à 90% au total des Français
Significativement supérieur à 95% au total des Français

ASSEZ LOGIQUEMENT CE SONT DONC LES FEMMES QUI SONT LE PLUS CONSOMMATRICES DE PRODUITS OU ALIMENTS POUR RENFORCER SES DÉFENSES IMMUNITAIRES.



	TOTAL	SEXE		AGE							SEXE x AGE							
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
Base	(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
ST Au moins un produit consommé	64	56	71	73	63	68	57	62	67	62	60	75	64	72	47	67	51	70
Oui, des compléments alimentaires (produits concentrés en nutriments types vitamines, minéraux, oméga 3, plantes ...)	38	32	42	40	35	42	35	35	37	38	33	41	38	47	26	43	31	38
Oui, des tisanes	24	20	28	30	25	26	22	20	27	23	23	32	25	27	13	31	17	23
Oui, des super aliments (ail, algues, baie de goji, curcuma, gingembre, graines diverses)	24	18	30	25	30	23	24	21	28	23	25	31	18	27	13	36	12	28
Oui, de l'homéopathie	21	19	22	21	22	28	15	19	21	21	20	22	29	27	13	16	13	24
Oui, des produits issus de la phytothérapie	11	8	14	10	8	14	10	13	9	12	6	11	12	15	7	12	9	16
Oui, autre chose	5	3	6	3	5	6	4	5	4	5	3	6	5	8	2	6	3	6
Non	36	44	29	27	37	32	43	38	33	38	40	25	36	28	53	33	49	30
Nombre moyen de types de produits consommé	1,9	1,8	2,0	1,8	2,0	2,0	1,9	1,8	1,9	2,0	1,8	1,9	2,0	2,1	1,6	2,2	1,7	1,9

LES CSP A CADRES SONT AUSSI PLUS CONSOMMATEURS DE PRODUITS OU ALIMENTS POUR RENFORCER SES DÉFENSES IMMUNITAIRES.



	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				TAILLE DU FOYER			ENFANTS -15ANS		AGE DES ENFANTS					
		Région Pari- sienne	Pro- vince	Nord- Est	Nord- Ouest	Sud- Ouest	Sud- Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et +	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans	
Base (1018) (183) (835) (234) (234) (112) (254) (234) (173) (132) (316) (163) (204) (254) (183) (377) (211) (341) (466) (356) (662) (95) (106) (96) (125) (86)																											
ST Au moins un produit consommé	64	68	63	60	64	67	62	57	70	64	61	71	75	66	51	62	64	61	65	68	61	75	74	63	65	62	
Oui, des compléments alimentaires (produits concentrés en nutriments types vitamines, minéraux, oméga 3, plantes ...)	38	44	36	37	36	37	35	34	42	33	35	46	46	36	31	37	43	34	38	38	37	45	44	42	30	37	
Oui, des tisanes	24	27	24	21	26	26	23	20	30	24	24	25	33	21	18	25	21	25	26	25	24	34	21	16	25	25	
Oui, des super aliments (ail, algues, baie de goji, curcuma, gingembre, graines diverses)	24	28	23	19	23	26	26	20	26	27	22	29	33	25	17	23	27	24	23	23	25	39	29	19	21	17	
Oui, de l'homéopathie	21	17	22	24	23	21	19	22	24	18	21	17	24	22	15	21	16	19	24	26	18	23	29	23	26	24	
Oui, des produits issus de la phytothérapie	11	13	11	12	11	15	8	10	12	12	10	14	14	11	6	12	12	13	9	11	12	8	7	10	15	11	
Oui, autre chose	5	3	5	2	4	10	7	4	5	6	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	3	3	5	9	
Non	36	32	37	40	36	33	38	43	30	36	39	29	25	34	49	38	36	39	35	32	39	25	26	37	35	38	
Nombre moyen de types de produits consommé	1,9	1,9	1,9	1,9	1,9	2,0	1,9	1,9	2,0	1,9	1,9	1,9	2,1	1,8	1,8	2,0	1,9	2,0	1,9	1,9	1,9	2,0	1,8	1,8	1,9	2,0	



NATURA FORCE
De la nature, puisez votre force

Q3- Avez-vous déjà pris/consommé des produits ou aliments pour renforcer vos défenses immunitaires ?

CC1 : Communes rurales (- de 2 000 hab.)
CC2 : Communes de 2 à 20 000 hab.
CC3 : Communes de 20 000 à 100 000 hab.
CC4 : Communes de 100 000 hab. et plus
CC5 : Agglomération de Paris

CSP A : Cadres, Chefs d'entreprise
CSP B : Employés
CSP C : Ouvriers
CSP D : Inactifs

Significativement inférieur à 95% au total des Français
Significativement inférieur à 90% au total des Français
Significativement supérieur à 90% au total des Français
Significativement supérieur à 95% au total des Français

LA MÉDECINE DOUCE A DE L'AVENIR POUR LES FRANÇAIS.
LA TENDANCE EST À UNE UTILISATION PLUS IMPORTANTE DE LA MÉDECINE
DOUCE QU'AVANT ALORS QUE LA MÉDECINE CONVENTIONNELLE RESTE STABLE.



EVOLUTION DE LA CONSOMMATION DE MÉDECINE TRADITIONNELLE VS MÉDECINE DOUCE

Base : Total Français (n= 1018)
En %



Médicaments issus de la MEDECINE CONVENTIONNELLE

A diminué

A augmenté



N'a ni augmenté, ni diminué
78%



Compléments alimentaires, homéopathie, phytothérapie... issus de la MEDECINE DOUCE

A diminué

A augmenté



N'a ni augmenté, ni diminué
70%

77%
des Français pensent que la
**MÉDECINE
DOUCE/PRÉVENTIVE
A DE L'AVENIR**

LES FEMMES TOUJOURS PLUS POSITIVES À PROPOS DE LA MÉDECINE DOUCE, TOUT COMME LES CSP A CADRES.



TOTAL D'ACCORD

	TOTAL	SEXE		AGE						SEXE x AGE								
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	ST 18-34 ans	ST 35-64 ans	Hommes 18-34	Femmes 18-34	Hommes 35-49	Femmes 35-49	Hommes 50-64	Femmes 50-64	Hommes 65+	Femmes 65+
Base	(1018)	(489)	(529)	(112)	(163)	(265)	(254)	(224)	(275)	(743)	(137)	(137)	(132)	(132)	(127)	(127)	(92)	(132)
Je pense que la médecine douce/préventive a de l'avenir	77	71	83	84	82	82	77	67	82	75	80	85	73	90	69	84	56	74

	TOTAL	REGIONS						TAILLE D'AGGLOMERATION					PROFESSION DU CHEF DE FAMILLE				TAILLE DU FOYER			ENFANTS -15ANS		AGE DES ENFANTS				
		Région Parisienne	Pro- vince	Nord- Est	Nord- Ouest	Sud- Ouest	Sud- Est	CC1	CC2	CC3	CC4	CC5	CSP A	CSP B	CSP C	CSP D	1	2	3 et +	Au moins un	Aucun	1-3 ans	4-6 ans	7-9 ans	10-12 ans	13-14 ans
Base	(1018)	(183)	(835)	(234)	(234)	(112)	(254)	(234)	(173)	(132)	(316)	(163)	(204)	(254)	(183)	(377)	(211)	(341)	(466)	(356)	(662)	(95)	(106)	(96)	(125)	(86)
Je pense que la médecine douce/préventive a de l'avenir	77	79	77	79	81	80	70	83	74	84	70	80	89	80	75	71	77	72	81	81	75	89	85	88	76	75

CC1 : Communes rurales (- de 2 000 hab.)
 CC2 : Communes de 2 à 20 000 hab.
 CC3 : Communes de 20 000 à 100 000 hab.
 CC4 : Communes de 100 000 hab. et plus
 CC5 : Agglomération de Paris

CSP A : Cadres, Chefs d'entreprise
 CSP B : Employés
 CSP C : Ouvriers
 CSP D : Inactifs

Significativement inférieur à 95% au total des Français
 Significativement inférieur à 90% au total des Français
 Significativement supérieur à 90% au total des Français
 Significativement supérieur à 95% au total des Français

UNE BASCULE POSITIVE VERS LA MÉDECINE DOUCE PRÉSENTE CHEZ TOUS LES PROFILS DE FRANÇAIS MAIS ENCORE PLUS CHEZ LES JEUNES,...



	TOTAL		Sexe				Age													
			Homme		Femme		18-24 ans		25-34 ans		35-49 ans		50-64 ans		65 ans et plus		ST 18-34 ans		ST 35-64 ans	
	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE
Base	(1018)	(1018)	(489)	(489)	(529)	(529)	(112)	(112)	(163)	(163)	(265)	(265)	(255)	(255)	(224)	(224)	(275)	(275)	(743)	(743)
A augmenté sa consommation (beaucoup ou un peu)	12	23	13	21	11	26	16	35	18	29	14	25	9	19	6	17	17	31	10	21
		+		+		+		+		+		+		+		+		+		+
N'a ni augmenté, ni diminué	78	70	76	72	79	69	61	58	73	63	77	70	81	73	88	80	68	61	81	74
		-		-		-		-		-		-		-		-		-		-
A diminué sa consommation (beaucoup ou un peu)	10	6	11	7	10	5	23	7	9	8	10	5	10	8	7	3	15	8	9	5
		-		-		-		-		-		-		-		-		-		-

	TOTAL		Sexe X Age															
			Hommes 18-34		Femmes 18-34		Hommes 35-49		Femmes 35-49		Hommes 50-64		Femmes 50-64		Hommes 65+		Femmes 65+	
	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE
Base	(1018)	(1018)	(137)	(137)	(137)	(137)	(132)	(132)	(132)	(132)	(127)	(127)	(127)	(127)	(92)	(92)	(132)	(132)
A augmenté sa consommation (beaucoup ou un peu)	12	23	17	30	17	32	15	22	12	28	9	13	10	25	8	15	4	19
		+		+		+				+				+				+
N'a ni augmenté, ni diminué	78	70	61	59	75	63	75	72	79	68	87	81	75	64	87	79	88	80
		-				-				-				-				-
A diminué sa consommation (beaucoup ou un peu)	10	6	22	11	8	5	10	6	9	4	5	6	15	10	4	6	8	1
		-		-														-



+/- Médecine douce significativement supérieure/inférieure à 90% vs. médecine conventionnelle

Significativement inférieur à 95% au total des Français
 Significativement inférieur à 90% au total des Français
 Significativement supérieur à 90% au total des Français
 Significativement supérieur à 95% au total des Français

Q2-Par rapport à avant, diriez-vous de votre consommation de ces produits qu'elle... ?

Médicaments issus de la MEDECINE CONVENTIONNELLE // Compléments alimentaires (vitamines, minéraux, acides gras, plantes), homéopathie, phytothérapie... issus de la MEDECINE DOUCE

...LES HABITANTS DE RÉGION PARISIENNE,...



	Région UDA 5													
	TOTAL		Région Parisienne		Province		Nord-Est		Nord-Ouest		Sud-Ouest		Sud Est	
	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE
	Base	(1018)	(183)	(183)	(835)	(835)	(234)	(234)	(234)	(234)	(112)	(112)	(254)	(254)
A augmenté sa consommation (beaucoup ou un peu)	12	23	15	31	11	22	14	25	12	22	11	21	7	19
		+		+		+		+		+		+		+
N'a ni augmenté, ni diminué	78	70	73	64	79	72	78	69	78	71	76	74	82	75
		-		-		-		-		-		-		-
A diminué sa consommation (beaucoup ou un peu)	10	6	12	5	10	6	8	6	10	7	13	5	10	6
		-		-		-		-		-		-		-

		TOTAL		Catégorie d'agglomération									
				CC1		CC2		CC3		CC4		CC5	
		MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVEN- TIONNELLE	MEDECINE DOUCE
Base	(1018)	(1018)	(234)	(234)	(173)	(173)	(132)	(132)	(316)	(316)	(163)	(163)	
A augmenté sa consommation (beaucoup ou un peu)	12	23	10	20	13	21	7	22	12	22	16	34	
		+		+		+		+		+		+	
N'a ni augmenté, ni diminué	78	70	84	75	80	72	77	71	76	71	71	61	
		-		-		-		-		-		-	
A diminué sa consommation (beaucoup ou un peu)	10	6	6	5	7	7	17	7	12	7	13	5	
		-		-		-		-		-		-	



CC1 : Communes rurales (- de 2 000 hab.)
 CC2 : Communes de 2 à 20 000 hab.
 CC3 : Communes de 20 000 à 100 000 hab.
 CC4 : Communes de 100 000 hab. et plus
 CC5 : Agglomération de Paris

+/- Médecine douce significativement supérieure/inférieure à 90% vs. médecine conventionnelle

Significativement inférieur à 95% au total des Français
 Significativement inférieur à 90% au total des Français
 Significativement supérieur à 90% au total des Français
 Significativement supérieur à 95% au total des Français

Q2- Par rapport à avant, diriez-vous de votre consommation de ces produits qu'elle... ?

Médicaments issus de la MEDECINE CONVENTIONNELLE // Compléments alimentaires (vitamines, minéraux, acides gras, plantes), homéopathie, phytothérapie... issus de la MEDECINE DOUCE

... LES CSP A CADRES ET LES PARENTS DE TRÈS JEUNES ENFANTS.



	TOTAL		Profession du chef de famille								Taille du foyer					
			CSP A		CSP B		CSP C		CSP D		1		2		ST 3 et plus	
	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE
Base	(1018)	(1018)	(204)	(204)	(254)	(254)	(183)	(183)	(377)	(377)	(211)	(211)	(341)	(341)	(466)	(466)
A augmenté sa consommation (beaucoup ou un peu)	12	23	18	32	11	23	12	21	9	21	11	25	8	21	15	25
		+		+		+		+		+		+		+		+
N'a ni augmenté, ni diminué	78	70	70	63	79	70	80	72	80	74	79	69	81	75	75	68
		-				-		-		-		-		-		-
A diminué sa consommation (beaucoup ou un peu)	10	6	12	6	11	7	7	7	11	5	11	6	11	5	10	7
		-		-						-				-		

CSP A : Cadres, Chefs d'entreprise
CSP B : Employés
CSP C : Ouvriers
CSP D : Inactifs

	TOTAL		Présence d'enfant de moins de 15 ans				Age des enfants									
			Au moins un		Aucun		1-3 ans		4-6 ans		7-9 ans		10-12 ans		13-14 ans	
	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE	MEDECINE CONVENTIONNELLE	MEDECINE DOUCE
Base	(1018)	(1018)	(356)	(356)	(662)	(662)	(95)	(95)	(106)	(106)	(96)	(96)	(125)	(125)	(86)	(86)
A augmenté sa consommation (beaucoup ou un peu)	12	23	16	24	9	23	20	36	13	25	15	24	19	22	18	16
		+		+		+		+		+						
N'a ni augmenté, ni diminué	78	70	76	70	79	71	70	57	73	66	80	73	73	75	78	75
		-		-		-		-								
A diminué sa consommation (beaucoup ou un peu)	10	6	8	6	12	6	10	6	13	9	5	3	9	3	4	9
		-				-								-		

+/- Médecine douce significativement supérieure/inférieure à 90% vs. médecine conventionnelle

Significativement inférieur à 95% au total des Français
Significativement inférieur à 90% au total des Français
Significativement supérieur à 90% au total des Français
Significativement supérieur à 95% au total des Français



CONCLUSIONS

UNE TENDANCE DE FOND A UNE CONSOMMATION PLUS CONSCIENTE CHEZ LES FRANÇAIS

DANS LAQUELLE S'INSCRIT UN BESOIN DE RENFORCER SES DEFENSES IMMUNITAIRES

QUI SE TRADUIT PAR LA CONSOMMATION DE PRODUITS SPECIFIQUES POUR BOOSTER LEURS DEFENSES IMMUNITAIRES

MAIS QUI SE TRADUIT AUSSI PLUS LARGEMENT PAR UNE BASCULE POSITIVE VERS LA MEDECINE DOUCE

IL EXISTE DES PROFILS DE FRANÇAIS GLOBALEMENT PLUS ENCLINS A LA MEDECINE DOUCE :

les plus jeunes 18-24 ans, les femmes (et encore plus les femmes de 35-49 ans), les parents de bébés ou de très jeunes enfants, les CSP +/Cadres, les habitants de grandes agglomérations, région parisienne.



78 RUE CHAMPIONNET

75018 PARIS

WWW.IFOP.COM

Laura CRAVEUR

DIRECTRICE D'ÉTUDES CONSUMER & RETAIL

@ : LAURA.CRAVEUR@IFOP.COM

☎ : 01 72 34 95 50

Hania MEZGHRANI

CHARGÉE D'ÉTUDES CONSUMER & RETAIL

@ : HANIA.MEZGHRANI@IFOP.COM

☎ : 01 72 34 95 63

SUIVEZ-NOUS SUR



@IFOPCONSUMER