

# ETUDE FILIERE CERELIERE

Fanny Mével – Olivier Mével

Novembre 2016

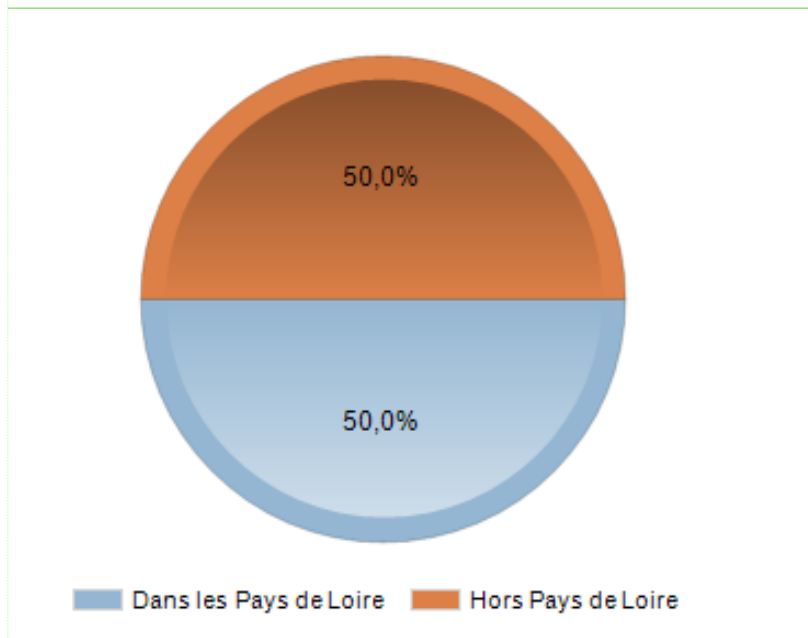


# Méthodologie d'enquête

- Interviews **du 20 août au 20 septembre 2016**
- **On-line via access-panels**
- **Obligation de réponse** à toutes les questions
- Dépouillement et analyse sur **le logiciel Sphinx**
  
- Utilisation d'outils spécifiques : **VAC (Valeur Ajoutée Client), prix psychologique et NPS (Net Promoter Score)**

# Répartition géographique des interviewés

Vous habitez ?

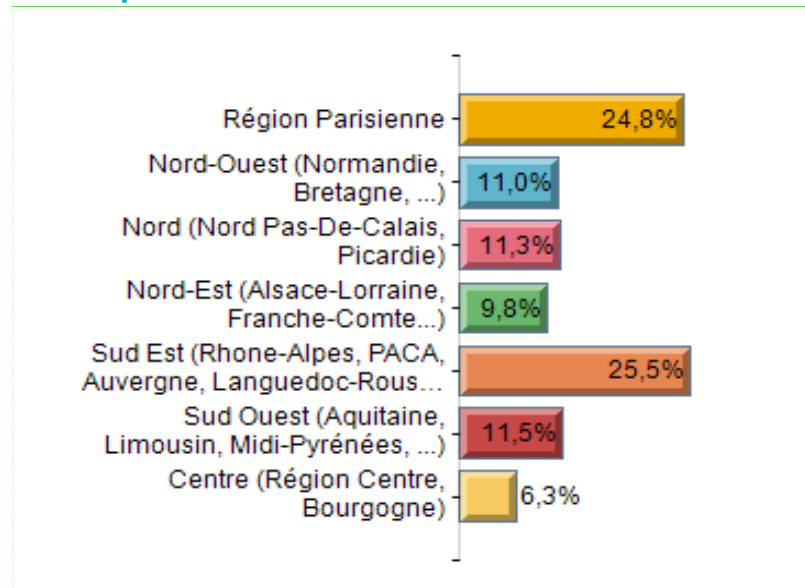


n = 800 interviews

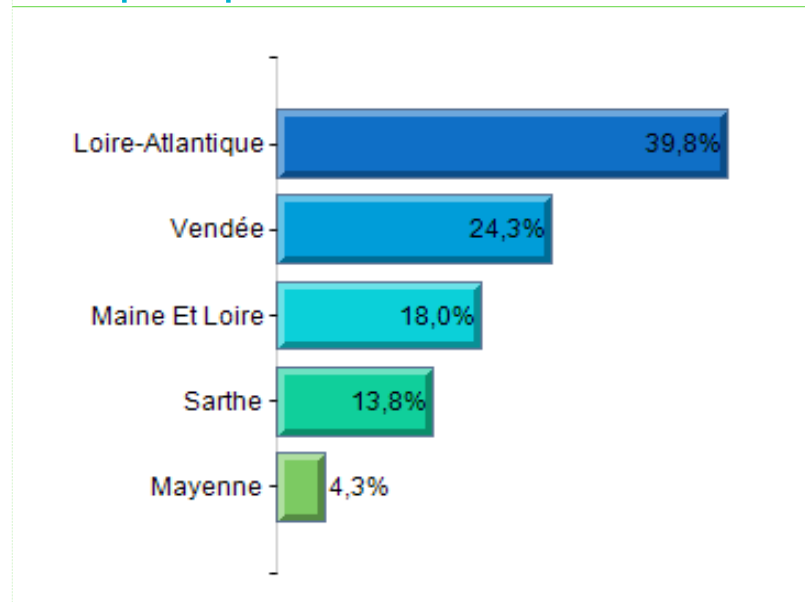
400 interviews

400 interviews

Dans quelle zone ?

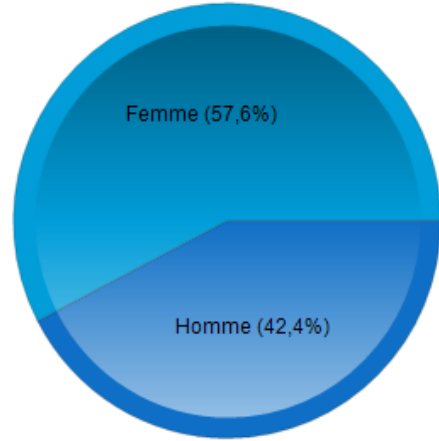


Dans quel département ?

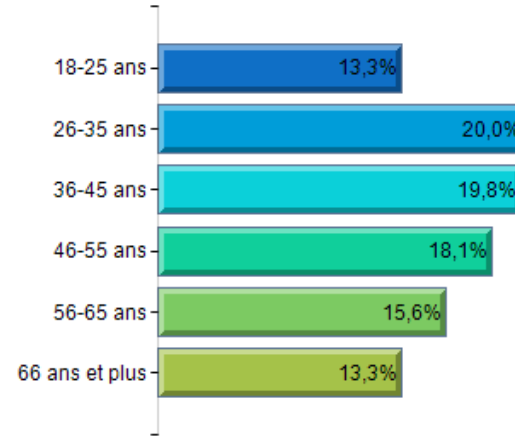


# Caractéristiques de l'échantillon

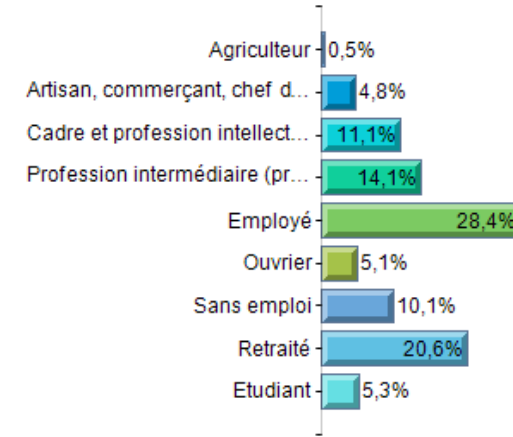
Sexe :



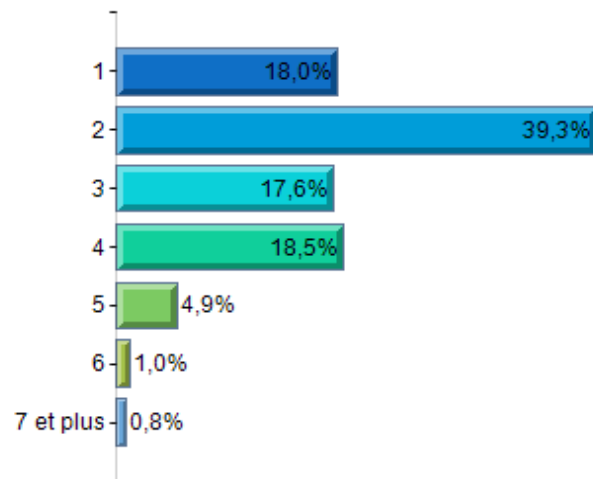
Tranche d'âge



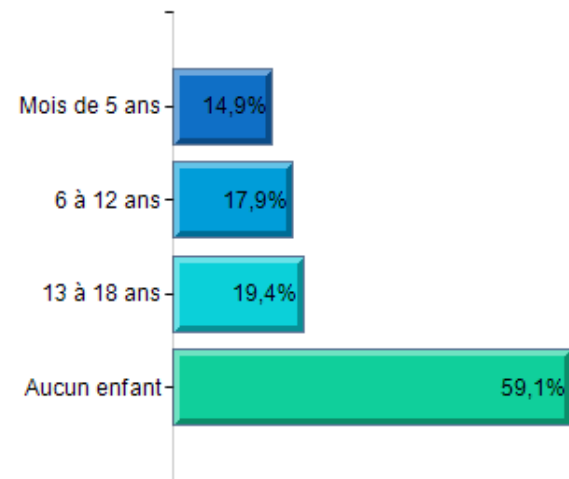
Catégorie Socioprofessionnelle



Taille du foyer (vous incluant) :



Age des enfants vivants au foyer :



# PARTIE 1

## LES HABITUDES D'ACHAT DE PRODUITS CEREALIERS



## Question ouverte et spontanée : critères d'achat de pain

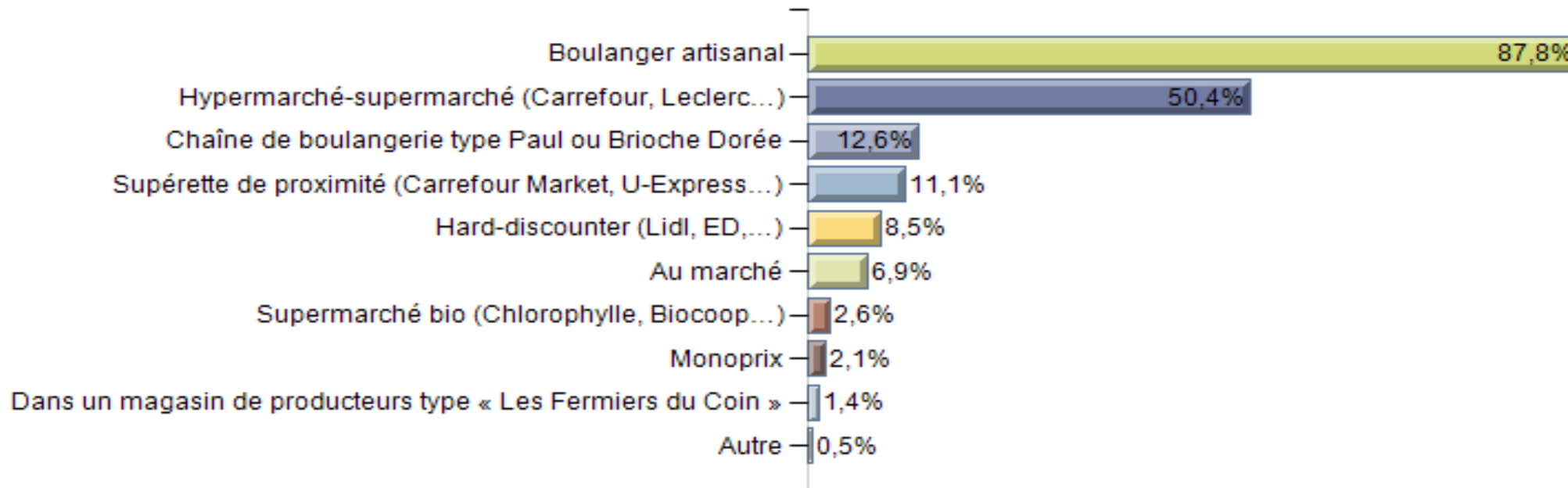
Critères	Poids en % des 840 citations
<b>Qualité</b>	<b>21% (176 citations)</b>
<b>Goût</b>	<b>19,4% (163 citations)</b>
<b>Fraîcheur</b>	<b>16,8% (141 citations)</b>
Aspect visuel	8,6% (72 citations)
Cuisson	7% (59 citations)
Croustillance	6,5% (55 citations)
Prix	5% (42 citations)
Fabrication artisanale	3,6% (30 citations)
Les types de pain	3% (25 citations)
Pâte, mie	2,5% (21 citations)
Le boulanger / la boulangerie	2,5% (21 citations)
La farine	2% (17 citations)

**qualité + goût + fraîcheur = critères majeurs du consommateur de pain**

# LIEUX D'ACHAT

En % du nb de répondants

Où achetez-vous votre pain frais le plus souvent ? (plusieurs choix possibles)

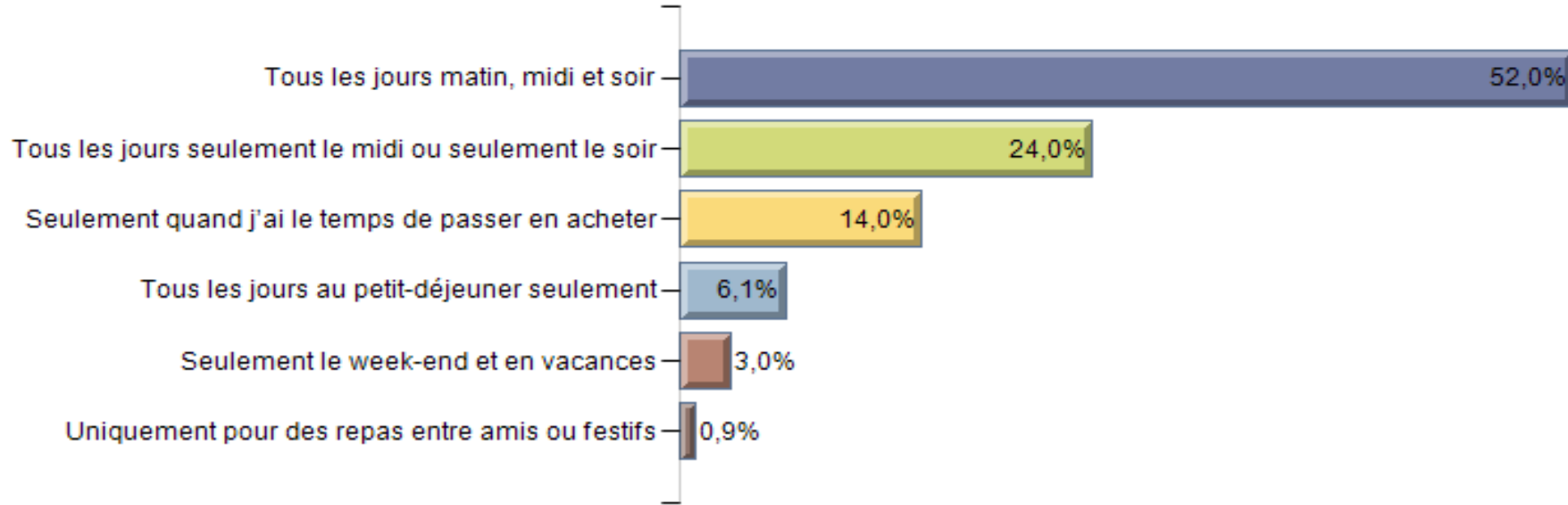


**Le boulangier artisanal domine pour 88% des répondants, mais est suivi par les GMS pour 50,4% d'entre eux.**

**Les autres lieux d'achat arrivent loin derrière avec 12,6% pour les chaînes de boulangerie industrielles.**

**→ Le commerçant indépendant et spécialiste est plébiscité, beaucoup plus que dans les autres filières**

## A quelle fréquence et occasions mangez-vous du pain ?



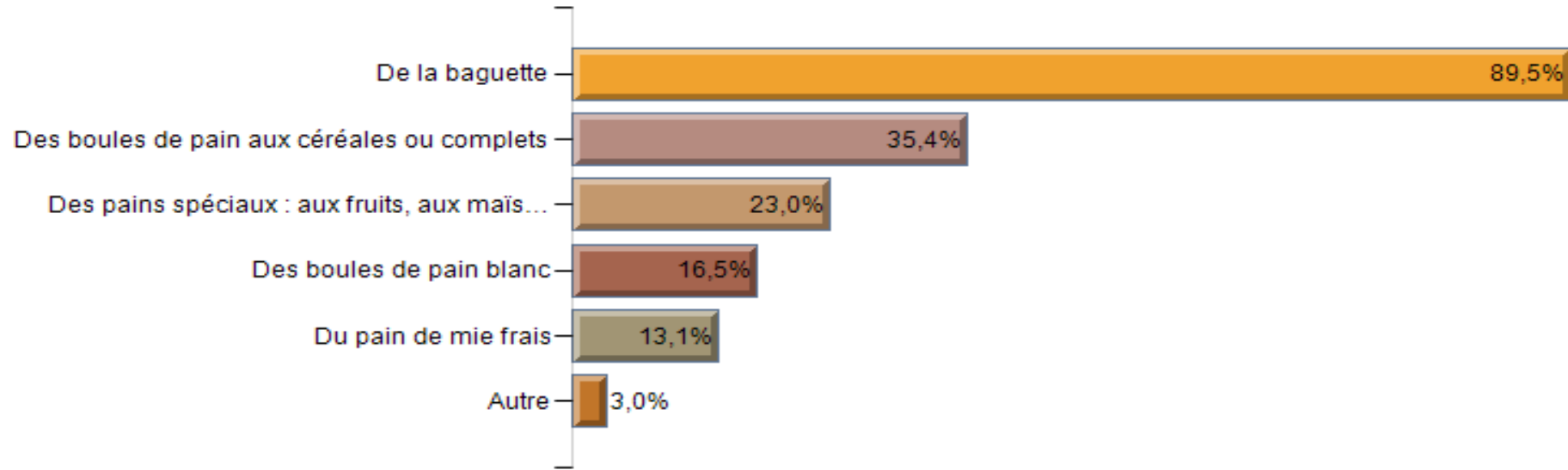
Plus de **la moitié** des consommateurs consomment du pain **trois fois par jour, tous les jours.**

$\frac{1}{4}$  d'entre eux en consomment quotidiennement, mais seulement **1 fois par jour.**

➔ **C'est un aliment omniprésent dans le quotidien des Français**



Concernant votre pain frais, vous consommez surtout ? (plusieurs choix possibles)

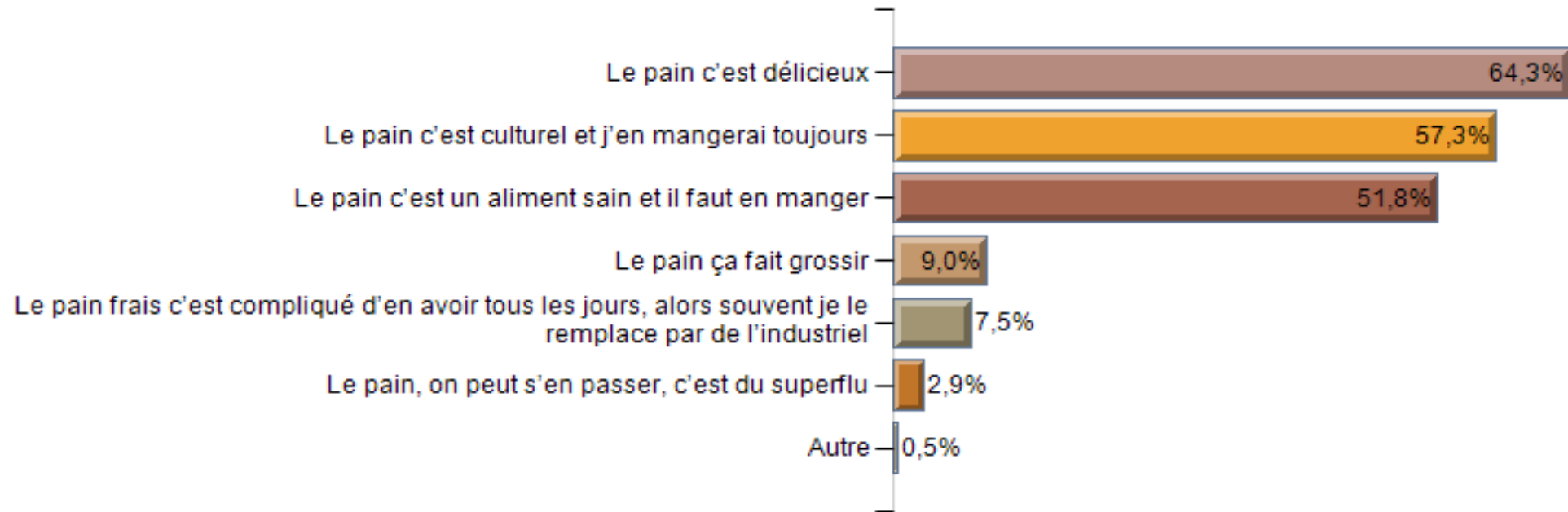


**La baguette est le premier pain consommé par presque 90% des consommateurs.**

**Les pain « boule » aux céréales et complets sont consommés par 35,4% des répondants.**

**Les pains spéciaux plus élaborés concernent 23% des consommateurs.**

## Avec lesquelles de ces phrases êtes-vous le plus d'accord ? (plusieurs choix possibles)

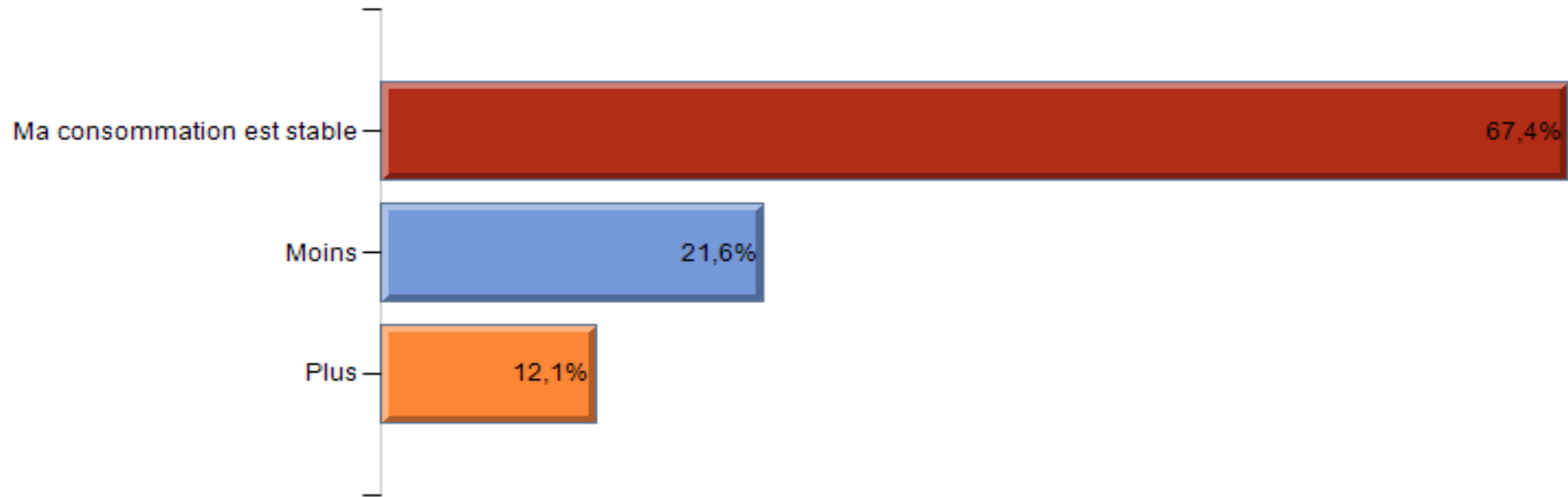


**Seules les citations positives sur le pain sont retenues par les répondants.**

**Pour les Français, le pain c'est :**

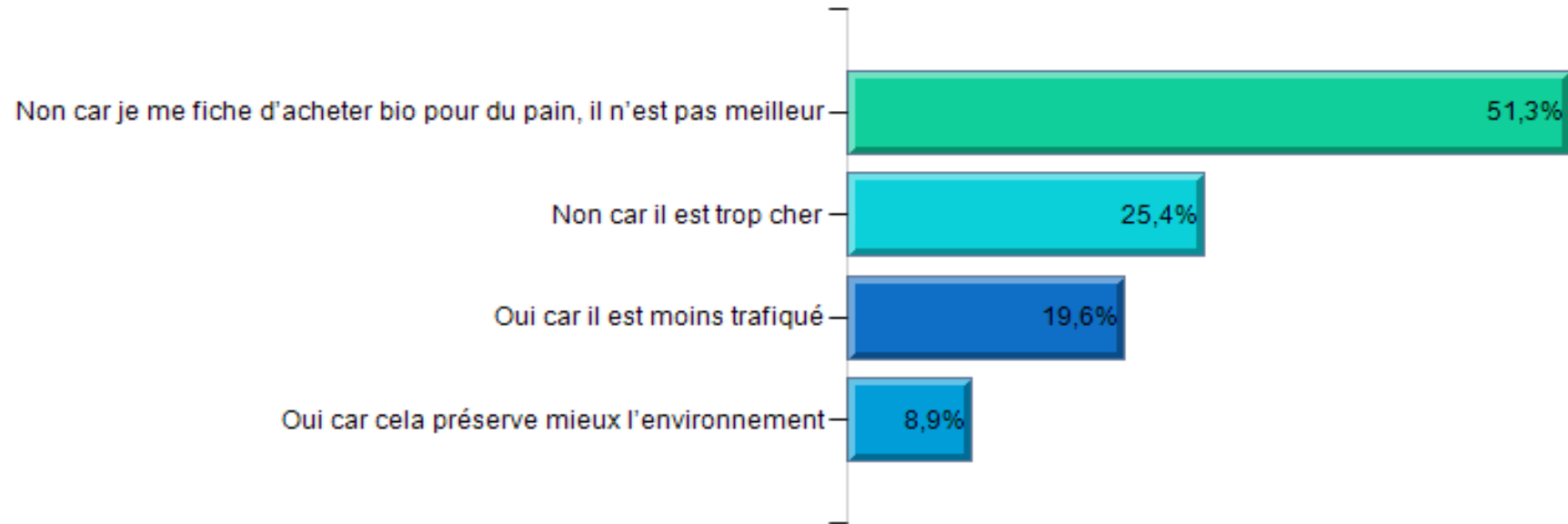
- **un aliment lié au plaisir (on aime cela à 64,3%)**
- **aux habitudes culturelles à 57,3% et l'on ne peut s'en passer**
- **un aliment bon pour la santé à 51,8%**

Vous consommez de plus en plus de pain ou au contraire moins de pain qu'avant ?



Une **consommation stable** pour **67,4%** des répondants et **en baisse** pour **21,6%** d'entre eux.

## Diriez-vous que vous achetez de plus en plus de pain Bio ?



**La grande majorité des consommateurs ne consomment pas plus de pain bio.**

La 1<sup>ère</sup> raison est qu'ils ne le trouvent pas meilleur (à 51,3%) ou qu'il est trop cher (à 25,4%).

# PARTIE 2

## PERCEPTION PRIX ET QUALITE



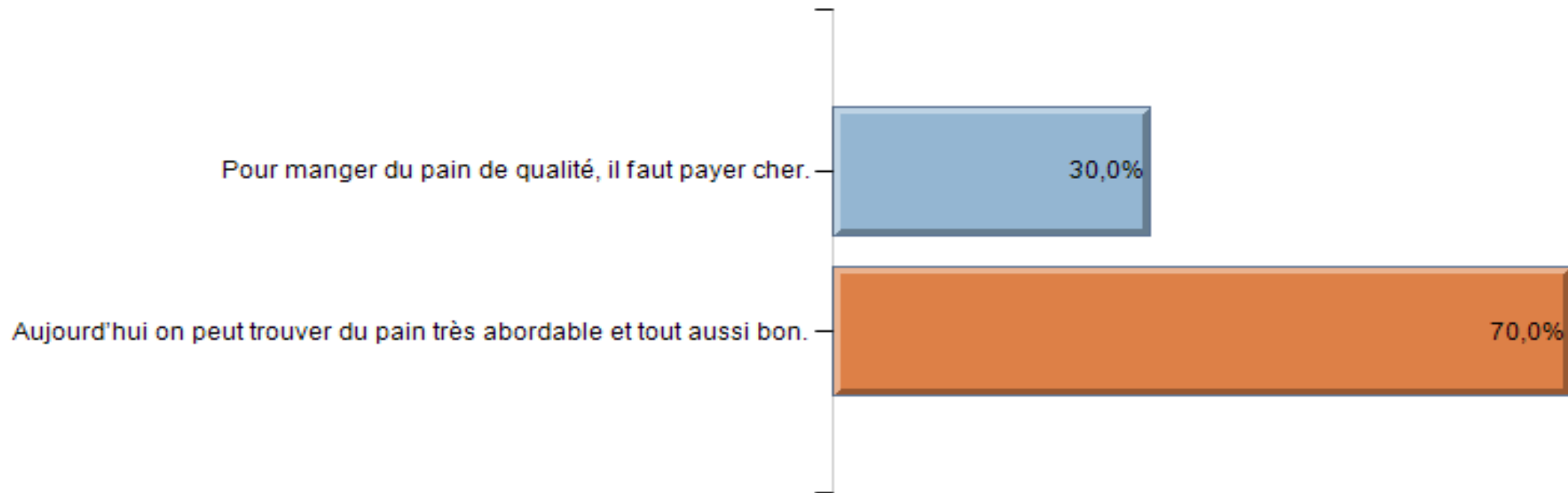
Pour vous la qualité d'un pain est davantage liée à :



**Selon les consommateurs, la qualité du pain dépend pour 58% d'entre eux du savoir-faire artisanal du boulanger et pour 42% de la qualité de la farine utilisée.**

**Les avis sont donc partagés entre la matière première et le savoir-faire de l'artisan comme source de qualité. Les deux éléments sont importants aux yeux du consommateur.**

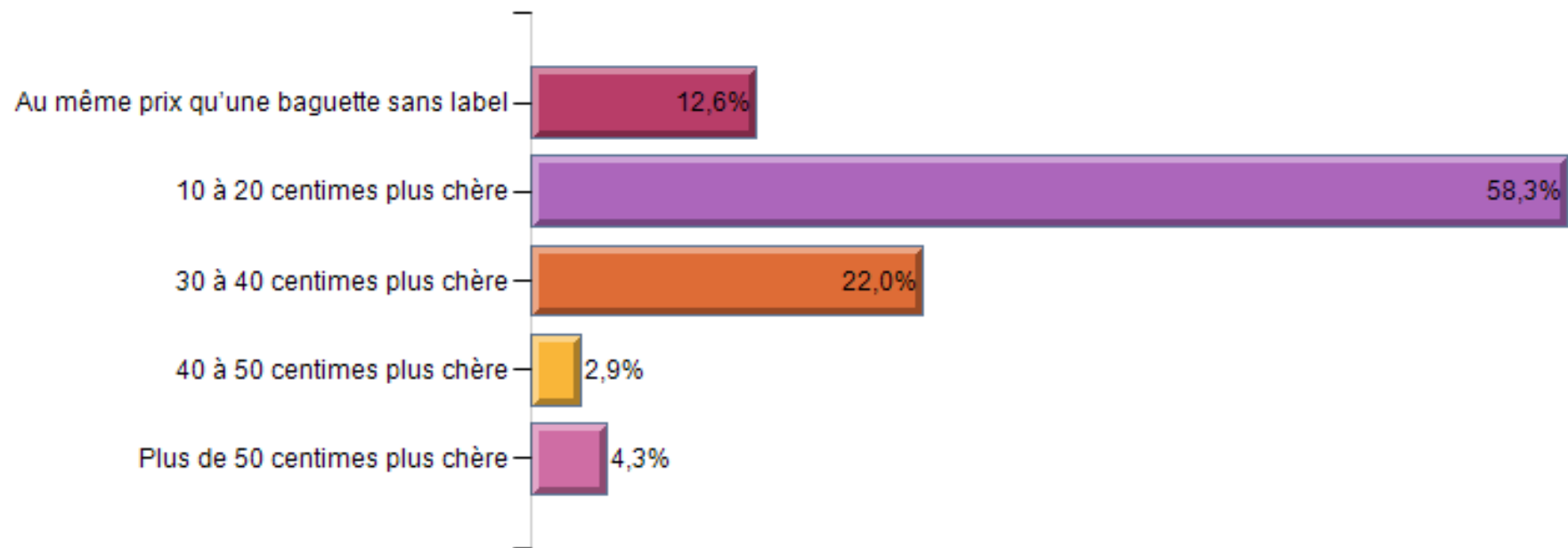
**Avec laquelle de ces phrases êtes-vous le plus d'accord ? (1 seul choix possible)**



**Le prix n'est pas un critère pour désigner la qualité du pain pour 70% des consommateurs.**

**Seuls 30% estiment devoir payer cher si on veut manger du bon pain.**

### Selon vous une baguette Label Rouge est :

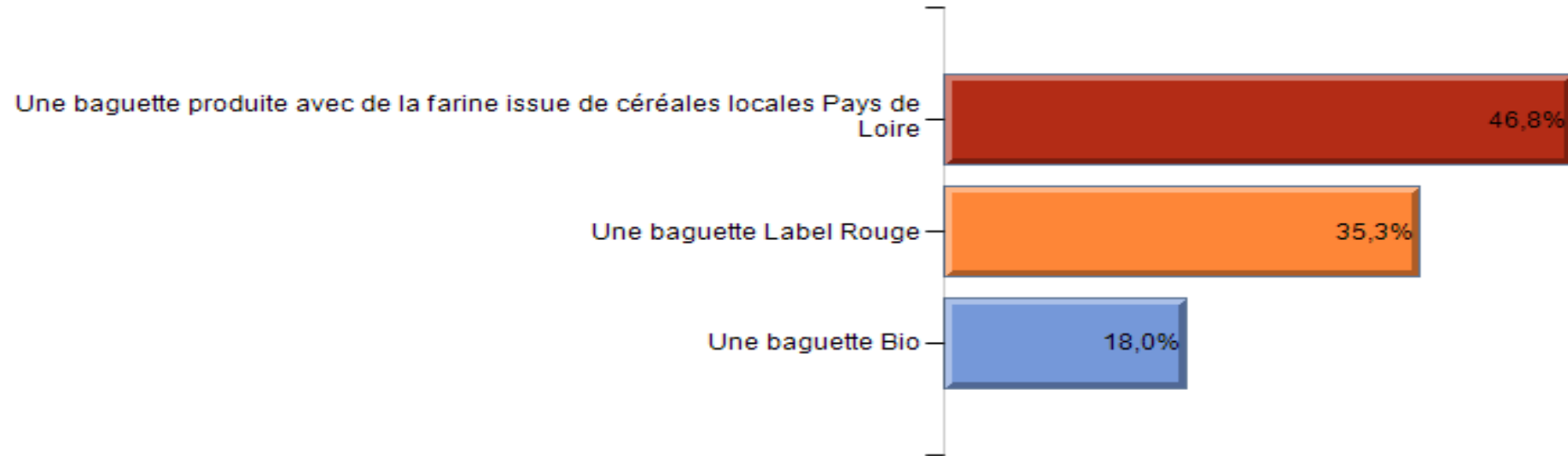


**Le Label Rouge est perçu comme plus cher de 10 à 20 centimes pour une baguette pour 58,3% des interviewés, et si on va jusqu'à 40 centimes, ils sont 78,3% à le penser.**

**Donc l'image prix du LR est supérieure au prix d'une baguette non labellisée.**



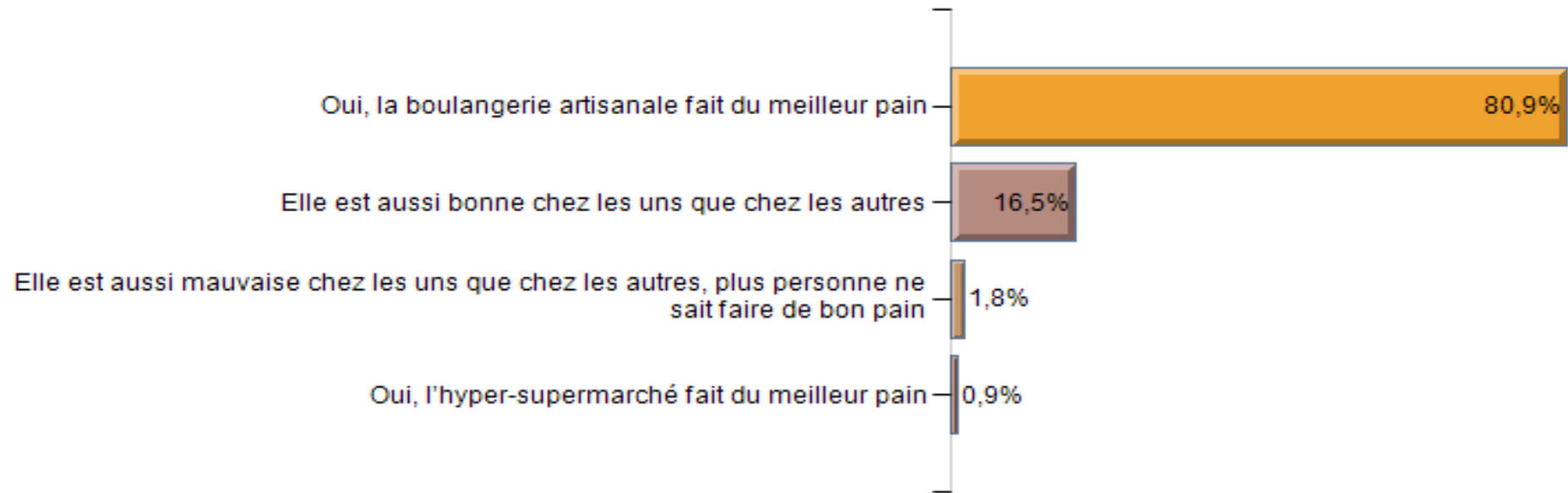
Selon vous ce qui est de meilleure qualité c'est :



**Le local est de loin le premier facteur qualité aux yeux du consommateur (à 47%) loin devant le Label Rouge (35,3%) et le bio (18%).**

**➔ Pour le consommateur la farine issue de céréales locales est le 1<sup>er</sup> gage de qualité pour un peu moins de la moitié d'entre eux.**

Pour vous, y a-t-il une différence de qualité gustative entre une baguette achetée en hypermarché ou supermarché et en boulangerie artisanale ?

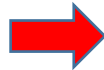


**Les consommateurs sont catégoriques :**

**81% estiment que le pain est meilleur en boulangerie artisanale qu'en GMS.**

## Prix psychologique d'une baguette tradition

Prix Baguette Tradition	% acheteurs
0,1	3,08%
0,15	4,28%
0,2	4,55%
0,3	7,36%
0,35	11,24%
0,4	11,51%
0,5	14,46%
0,55	40,97%
0,6	40,97%
0,65	47,27%
0,7	47,68%
0,75	54,77%
0,8	56,13%
<b>0,85</b>	<b>65,23%</b>
<b>0,9</b>	<b>64,86%</b>
<b>0,95</b>	<b>67,95%</b>
1	56,77%
<b>1,1</b>	<b>76,92%</b>
<b>1,15</b>	<b>77,22%</b>
1,2	62,42%
1,25	61,80%
1,3	56,91%
1,35	56,52%
1,4	53,43%
1,5	35,03%
1,6	34,01%
1,65	33,88%
1,7	33,11%
1,8	31,95%
2	5,31%
2,2	6,78%
2,5	6,40%
3	0,22%



Deux fourchettes de prix psychologique correspondant sans doute à 2 typologies d'acheteurs :

- Chercheurs de prix : 0,85 à 0,95 €
- Chercheurs de qualité : 1,1 à 1,15 €

## Les critères constitutifs de la VAC achat pain

CRITERES	Poids VAC
Produit par un artisan boulanger	14,81%
Une croûte croustillante	13,24%
L'heure de sa fabrication = sa fraîcheur	10,44%
La possibilité de choisir bien cuit ou peu cuit	9,90%
Sa conservation possible au moins jusqu'au lendemain	6,27%
Le type de farine utilisée (maïs, blé complet, orge...)	6,06%
Qu'il soit encore chaud	6,01%
Non congelé et non cuit dans un terminal de cuisson	5,98%
Sa couleur	4,35%
Prix bas	4,33%
Sa légèreté (mie aérée)	3,23%
Sa forme	2,49%
Sa taille	2,45%
L'origine locale de la farine	2,28%
Une croûte moelleuse	2,19%
Bio	2,10%
Sa densité (mie très serrée)	1,49%
Prix suffisamment élevé pour être synonyme de qualité	1,25%
Label Rouge	1,15%

La fabrication par un artisan boulanger est le critère N°1 aux yeux des consommateurs (15% de la VAC).

La croûte croustillante arrive en 2<sup>ème</sup> position (13,2%)

La fraîcheur : un pain qui a été cuit peu de temps auparavant (10,4%)

Le choix entre du plus ou moins cuit car les goûts diffèrent selon les consommateurs (*personnalisation de l'offre, comme chez « Ange » : 3 cuissons baguette blanche à brune*)

Le label Bio et LR sont très peu apporteur de valeur aux yeux du consommateur.

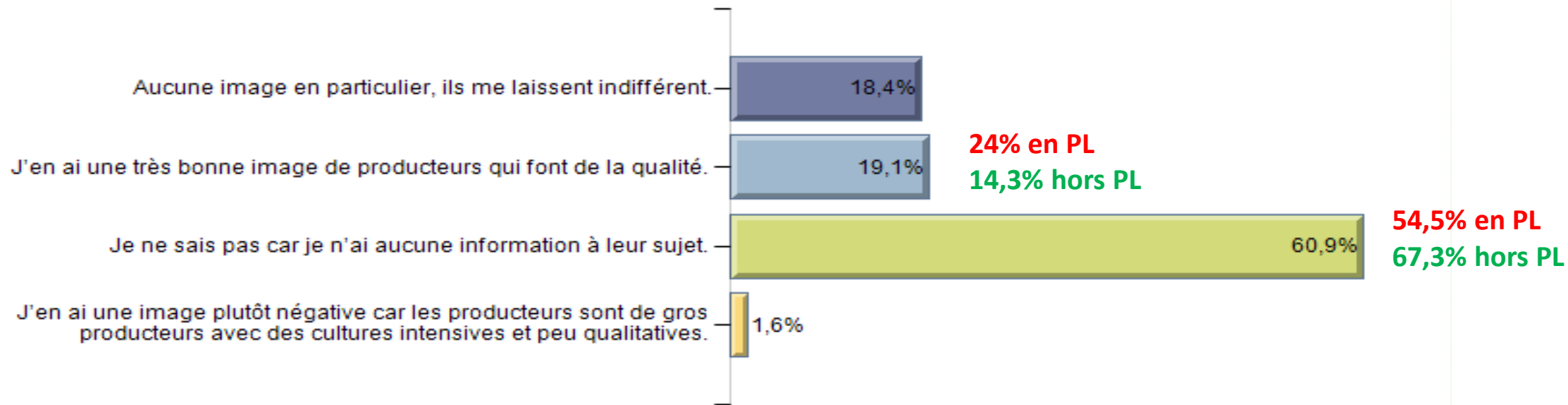
L'origine locale n'est pas non plus une préoccupation première : mais c'est sans doute parce que cette information est très peu portée à leur connaissance pour le moment.

# **PARTIE 3**

## **LES PRODUITS CERÉALIERES DES PAYS DE LA LOIRE**



## Quelle image avez-vous des céréaliers des Pays de Loire ? (1 seul choix possible)



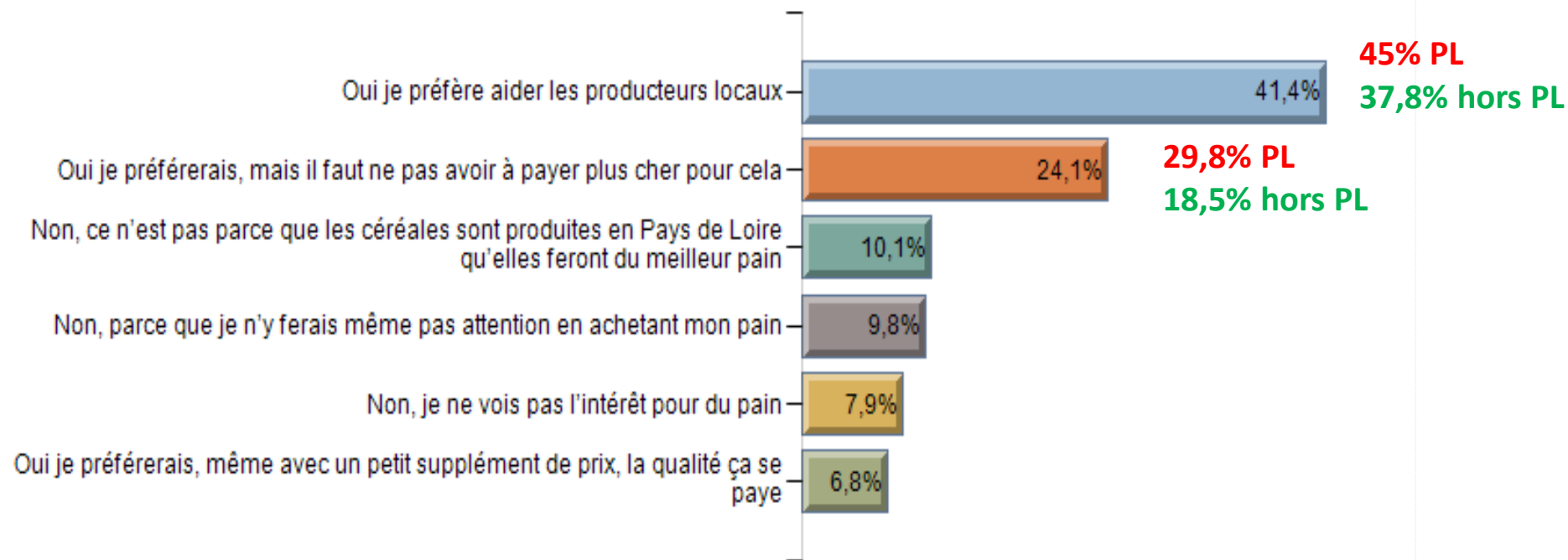
Les céréaliers de la région sont méconnus quant à leurs caractéristiques. Le consommateur évoque un manque d'information à leur sujet à 61% et à 67,3% hors région.

**18% y sont indifférents**

**19% en ont une image positive de producteurs de qualité.**

**➔ Un déficit d'image pour les producteurs céréaliers Pays de la Loire**

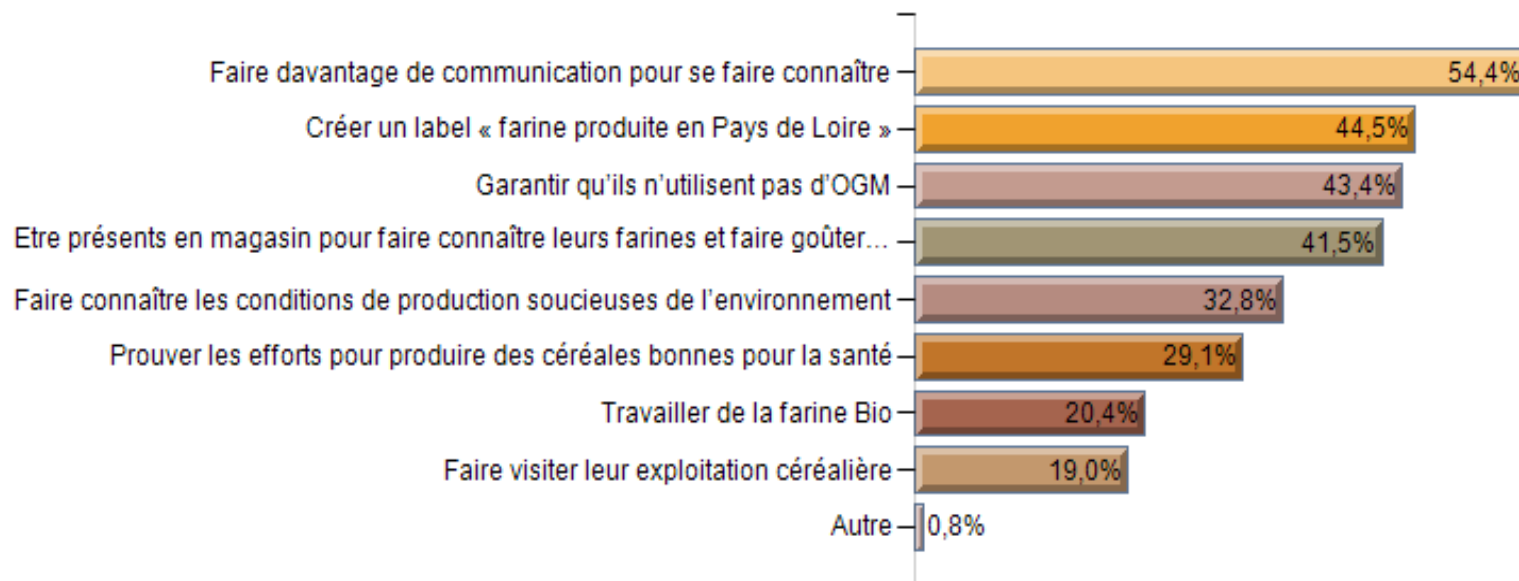
## Si l'on vous garantissait du pain avec de la farine d'origine Pays de la Loire, y seriez-vous sensible ?



Les consommateurs sont divisés entre ceux qui ont une bonne image des produits de la mer Pays de la Loire (43,3%) et ceux qu'ils laissent indifférents (53,6%). Mais **hors Pays de la Loire, il y a 71,5% d'indifférents**. L'image des produits de la mer régionaux n'est jamais négative.

➔ **Manque d'image forte pour beaucoup de consommateurs, notamment hors région.**

Que devraient faire les céréaliers des Pays de Loire pour vous donner envie d'acheter du pain fait avec leurs farines ? (plusieurs choix possibles)



En % des répondants

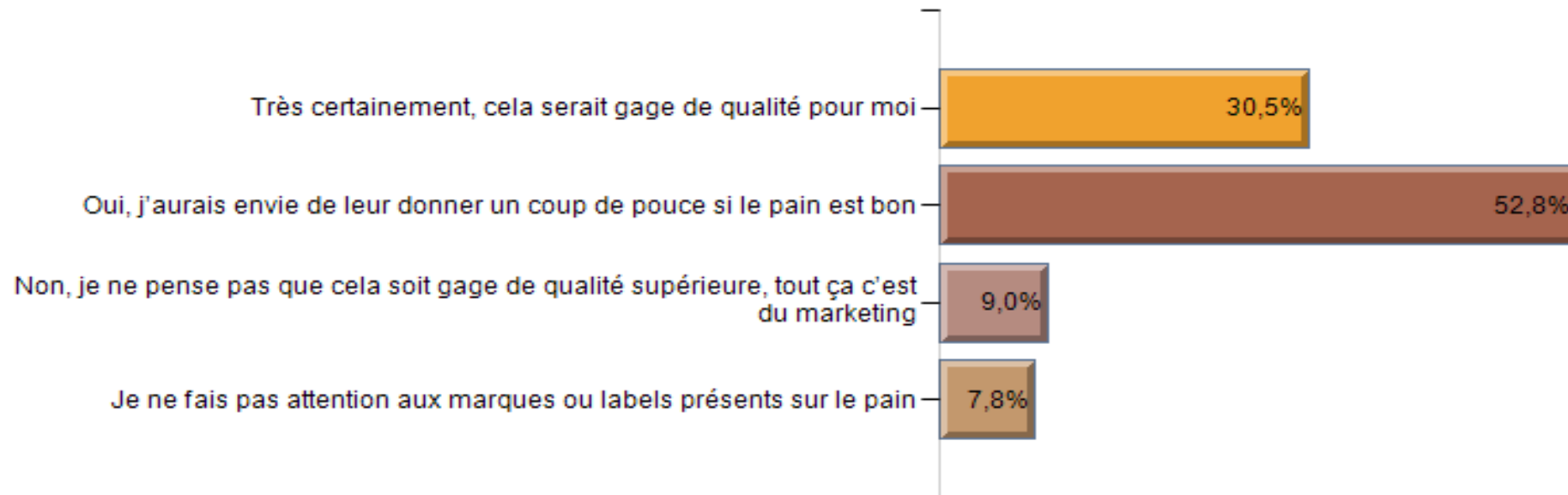
Un problème de transmission d'informations sur les céréaliers des Pays de la Loire.

**Les attentes informationnelles** des consommateurs sont nombreuses face aux producteurs...

- **Il faut faire connaître les céréaliers régionaux et leurs caractéristiques distinctives pour 54,4% des répondants**
- **Un label « farine Pays de la Loire » est plébiscitée par 44,5% des consommateurs**
- **Le sans OGM est réclamé par 43,4% des interviewés**
- **Enfin 41,5% des consommateurs aimeraient une présence des céréaliers en magasin pour faire connaître et goûter leur farine**
- **L'environnement, la santé préservée est également un souci présent pour environ 1/3 des consommateurs**



Si des céréaliers de la région Pays de Loire s'associaient et créaient une marque de producteurs locaux garantissant du pain produit avec des farines locales, seriez-vous prêt à l'acheter ?



**Un agrément fort pour la marque de producteurs à 83,3%, dont 53% uniquement si cela garantit du bon pain.**

# Sur une échelle de 0 à 10 : degré de confiance vis-à-vis de la filière produits de la mer

Moyenne : 6,73 / 10

Pays de la Loire : 7 /10

Hors Pays de la Loire : 6,47/10

	Total échantillon	Pays de la Loire	Hors Pays de la Loire
Promoteurs (9-10)	12%	15,25%	8,75%
Neutres (7-8)	45,6%	50%	41,25%
Détracteurs (0 à 6)	42,4%	34,75%	50%
Score NPS	- 30,4	- 19,5	- 41,25

Pour 45,6% des interviewés, la filière céréalière des PL est vide d'image et 42,4% n'en ont pas une image positive.

En Pays de la Loire, elle laisse indifférent dans 50% des cas...et 35% en sont détracteurs, ce qui est un fort taux.

Hors Pays de la Loire, elle est « mal-aimée » à 50% et 41,25% sont indifférents. Un score très négligé en dehors des Pays de la Loire...

**En qui avez-vous le plus confiance aujourd'hui pour garantir la qualité du pain que vous mangez ?** (choix classé 1<sup>er</sup> et 2<sup>ème</sup> rang)

	Poids scoré
<b>Les boulangers artisanaux</b>	<b>55,99%</b>
<b>Les producteurs de céréales</b>	<b>21,49%</b>
Les associations de consommateurs	12,11%
Aucun, ils ne cherchent tous qu'à gagner de l'argent sur notre dos et se fichent de garantir de la qualité	3,49%
Les organismes d'Etat ou régionaux qui contrôlent la qualité alimentaire	3,13%
La grande distribution	2,95%
Les instances de l'Union Européenne	0,85%

**L'humain capital confiance du consommateur : l'artisan boulanger représente 56% de la confiance des consommateurs.**

**Les céréaliers pèsent pour 21,5% de cette confiance.**

**Faible confiance en les organismes publics nationaux ou régionaux et surtout européens.**

# BILAN :

- Pour le consommateur français, **le pain est un achat plaisir, mais aussi un aliment santé qui est consommé quotidiennement. La confiance en l'artisan boulanger est très forte et c'est une rare filière où le commerçant indépendant domine.**
- **La place des céréaliers dans la démarche des consommateurs est aujourd'hui quasi-inexistante.** Les céréaliers ont une image vide de sens pour le consommateur.
- Néanmoins ce dernier exprime clairement que **la qualité du pain dépend en grande partie des farines utilisées.**
- Aujourd'hui **l'information sur l'origine des farines n'est pas transmise clairement au consommateur** qui n'y voit donc pas de valeur particulière lors de ses achats de pain. Il est pourtant **favorable à la création d'un label farines locales pour aider les producteurs régionaux**, mais à la condition que cela procure pour lui **un bonus sur le goût du pain.**

## → Préconisations :

**Profiter du capital confiance accordé aux boulangers artisanaux en collaborant avec eux, pour valoriser les farines locales par un label de producteurs et communiquer sur les qualités distinctives de ces farines, notamment par rapport au goût et à la santé.**