



KANTAR **WORLD**PANEL

Le Flexitarisme: les Français et la consommation de produits d'origine animale

Entre modes et tendances de fond

Etude LinkQ Septembre 2017 – 12000 répondants

Les produits d'origine animale, un incontournable du panier d'achat des foyers Français



Tous les foyers en achètent



1628 € dépensés par an



94 actes d'achat par an
présents dans 3 paniers sur 4

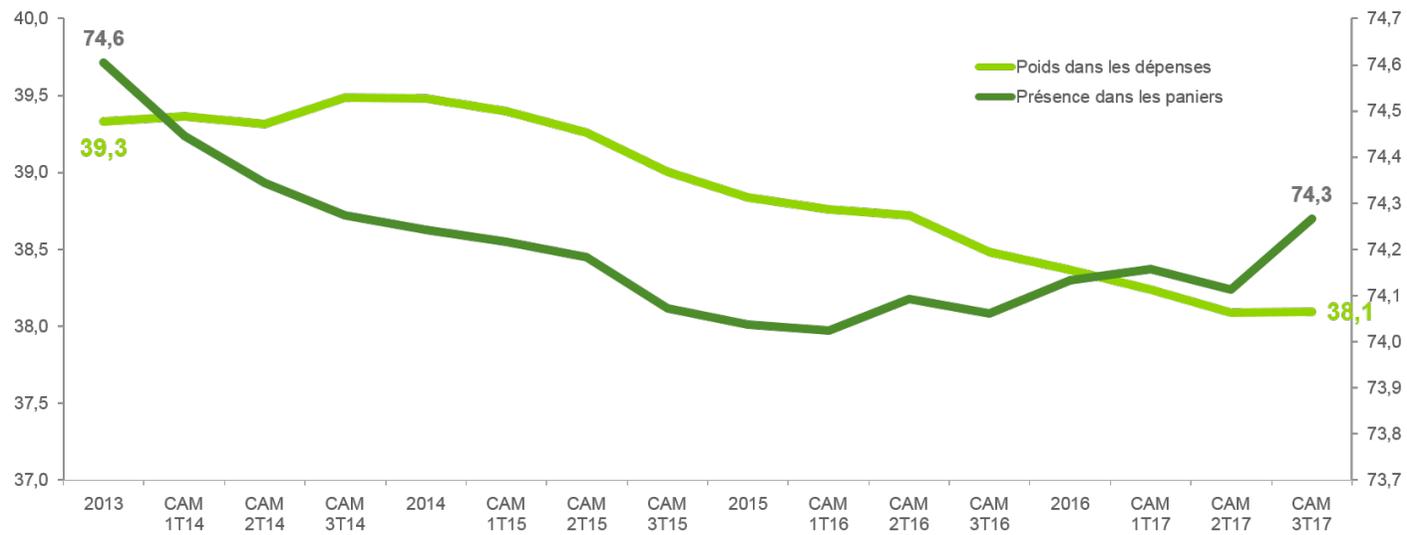
Poids dans les dépenses des foyers français



- Prod Carnés
- Prod Laitiers
- Prod de la Mer
- Oeufs

Mais un poids dans les dépenses des ménages en repli ces dernières années

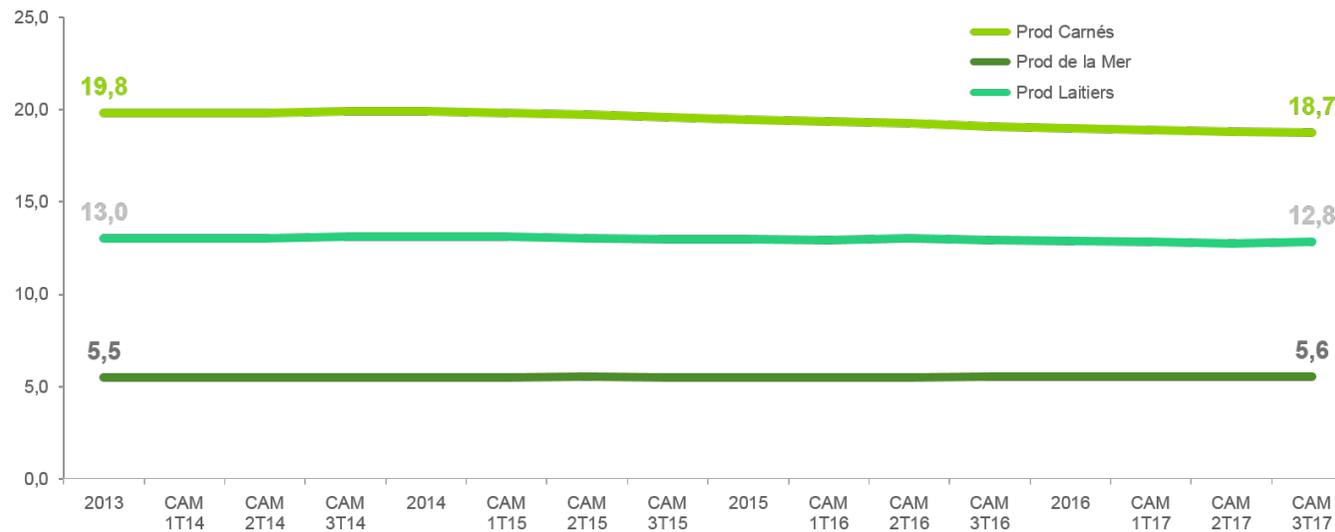
Alors que les produits d'origine animale restent présents dans nos paniers



Une tendance avant tout expliquée par un repli dans les dépenses des produits carnés

Et dans une moindre mesure des produits laitiers

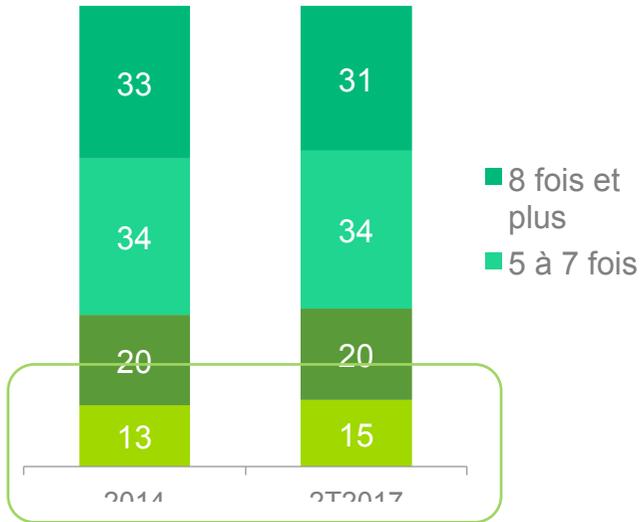
Poids dans les dépenses des foyers français



Un constat qui commence à se ressentir dans nos habitudes de consommation même si de manière encore ténue

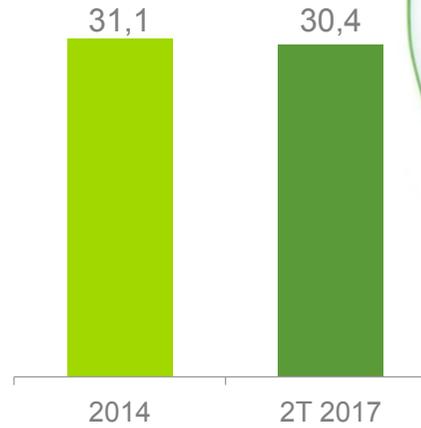
- La part des individus qui consomment des protéines animales moins de 2 fois par semaine progresse.

Répartition des individus



- Et la part des protéines animales diminue progressivement dans notre alimentation quotidienne

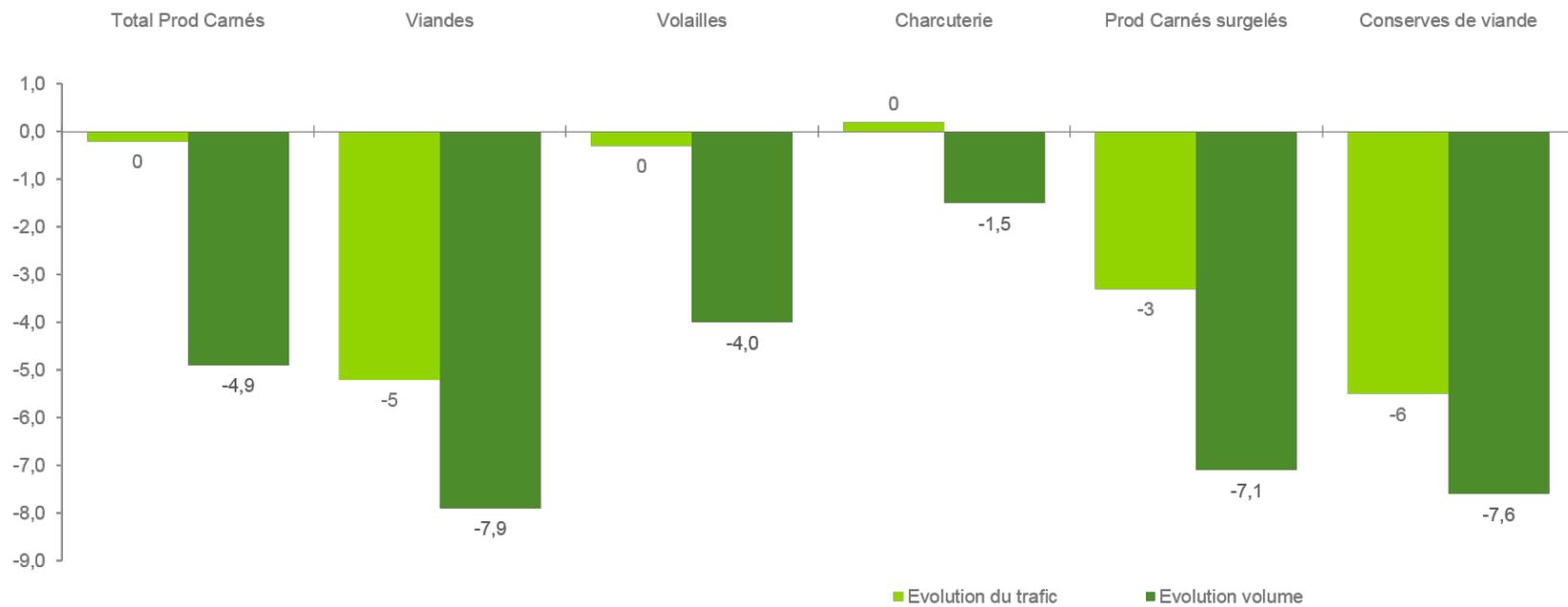
Part des protéines dans notre alimentation hebdomadaire % d'occasions



Données Food Usage – Consommation A domicile + Emporté du domicile – Base individus – Univers Protéines animales hors Plats cuisinés et œufs CAMP6 2017

Ces dernières années, le marché de la viande, notamment, enregistre un recul de fréquentation assorti d'une baisse des achats

CAM 3T 2017 vs Année 2013



Néanmoins la boucherie fraîche est encore un marché conséquent et indispensable pour les foyers Français

Boucherie fraîche



Tous les foyers en achètent



343 € dépensés par an



30 actes d'achat par an

Soit un achat tous les 12 jours

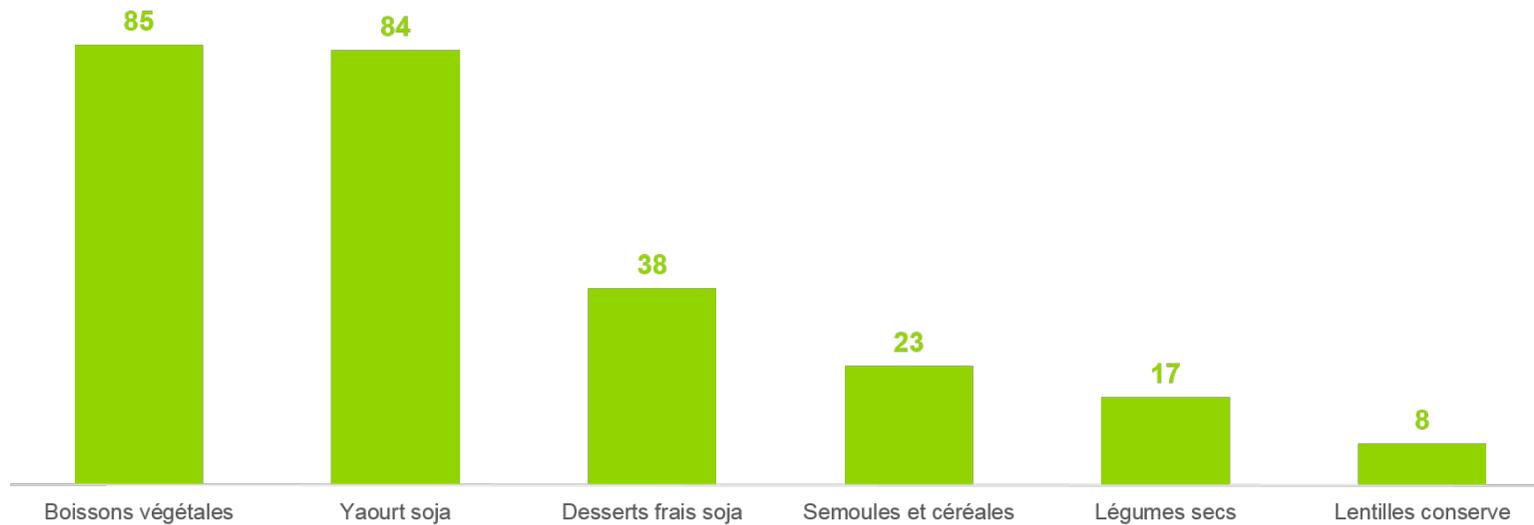


1 kg acheté par acte

Soit environ 31 Kg par an

En parallèle, un trafic en croissance sur les produits « végétaux », drivé par une augmentation du nombre d'acheteurs

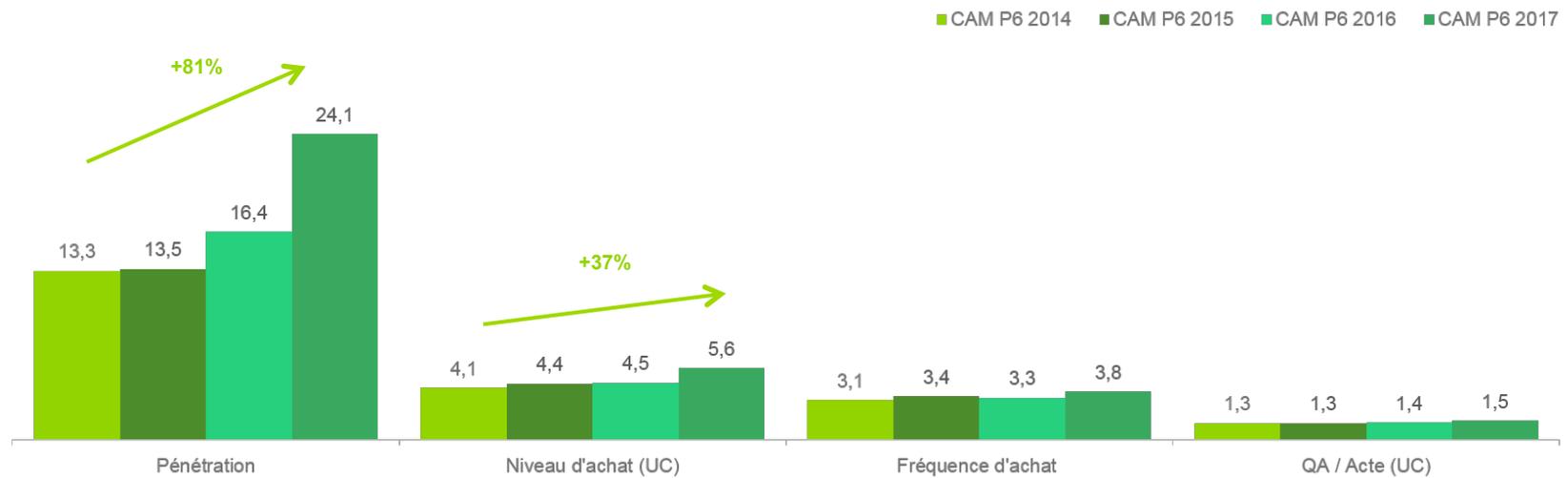
Croissance (en %) du trafic (CRP) sur les catégories entre 2013 et CAM 3T 2017



Le traiteur végétal : une croissance récente

Tous les indicateurs au vert pour le traiteur végétal et un recrutement explosif

Evolution des indicateurs consommateurs – total Traiteur végétal



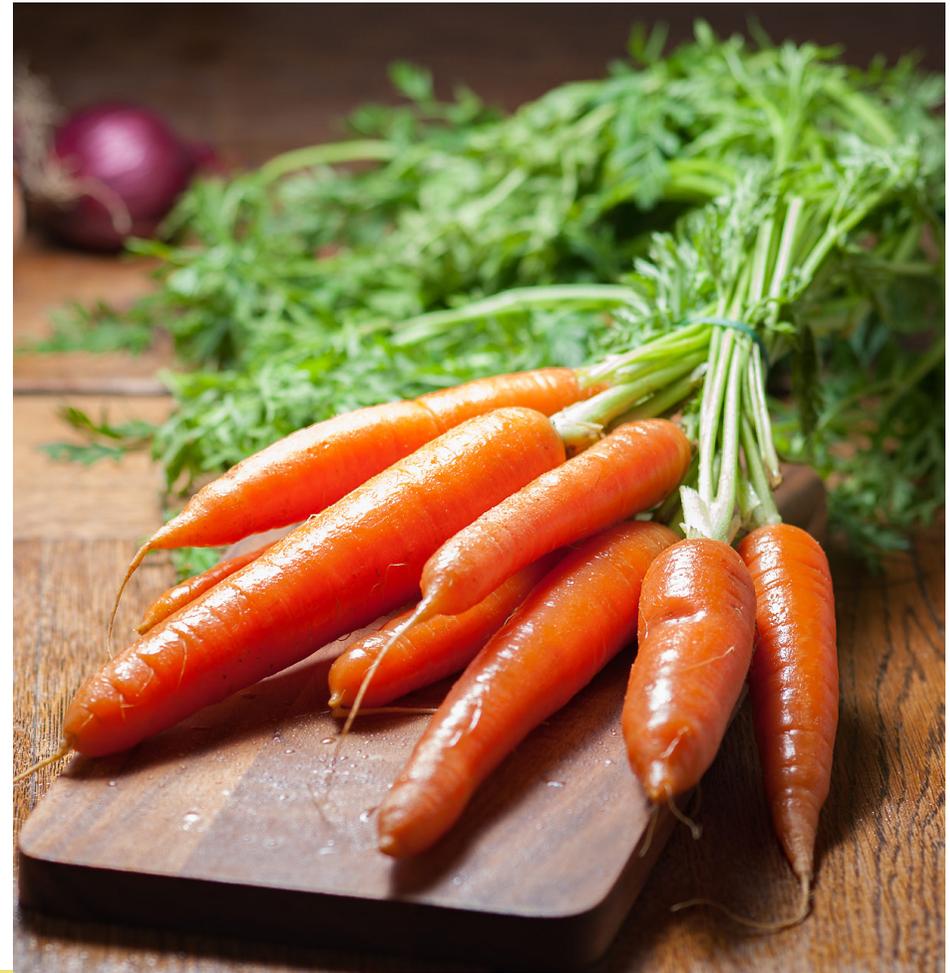
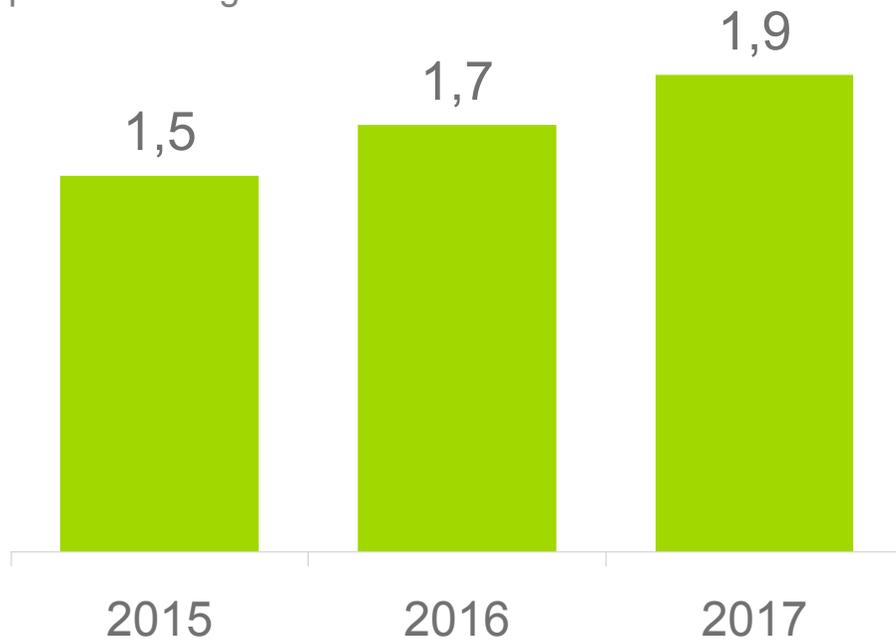
Périmètre de l'étude : TLS+CLS – circuits généralistes

Et demain, tous végétariens?

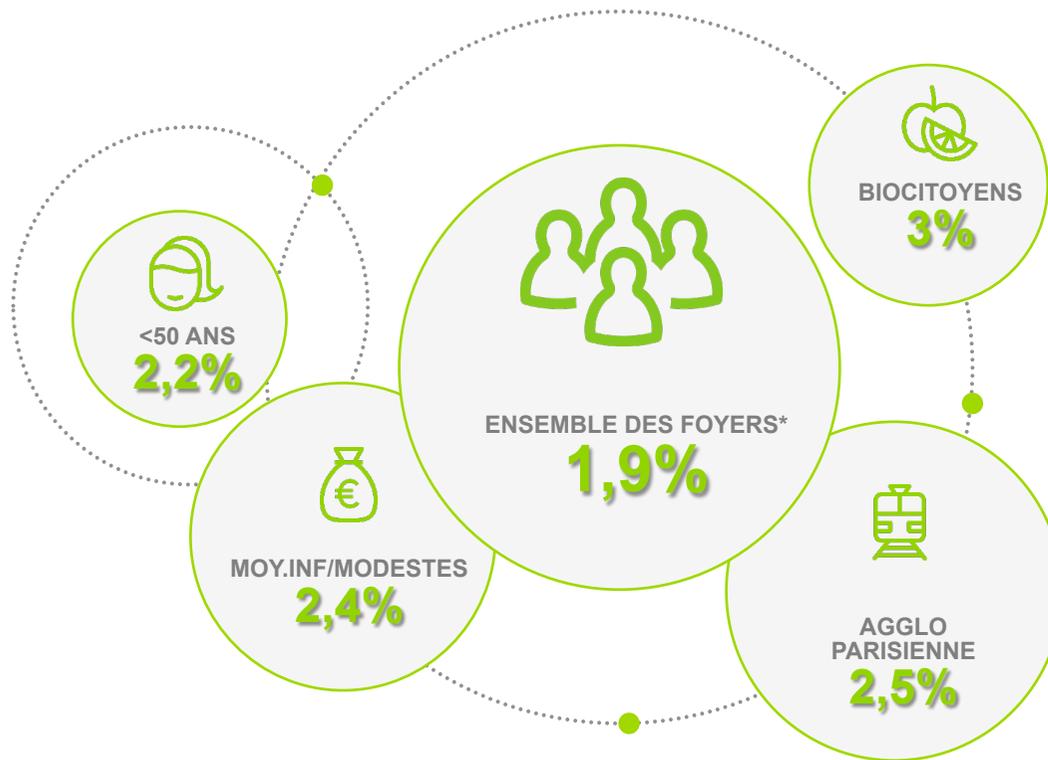
Une tendance encore très confidentielle en France

La tendance se développe mais reste encore confidentielle: 1,9% de foyers comportant un individu végétarien

% de foyers qui comportent au moins une personne Végétarienne



Les foyers qui comptent le plus de Végétariens aujourd'hui

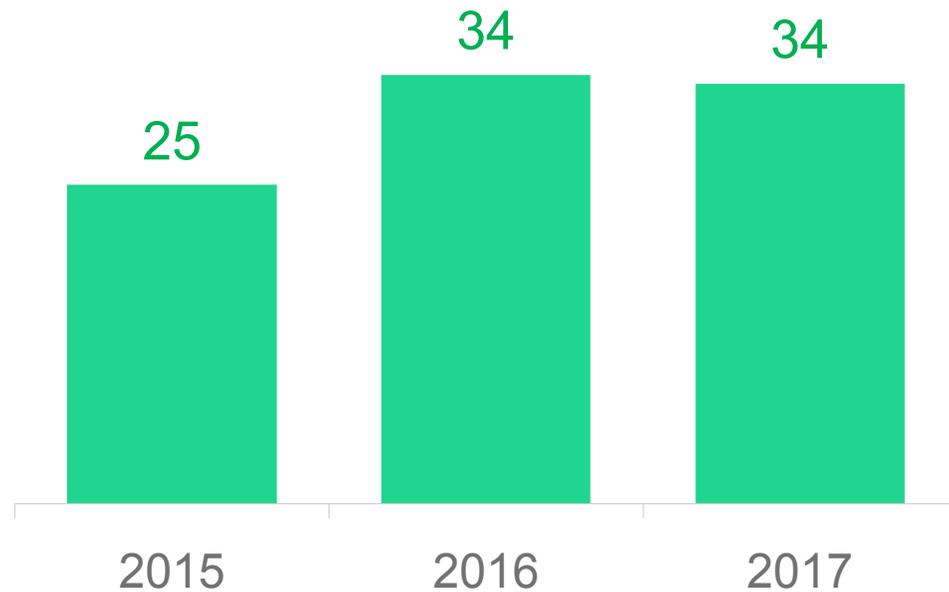


« Flexitariens », alors?

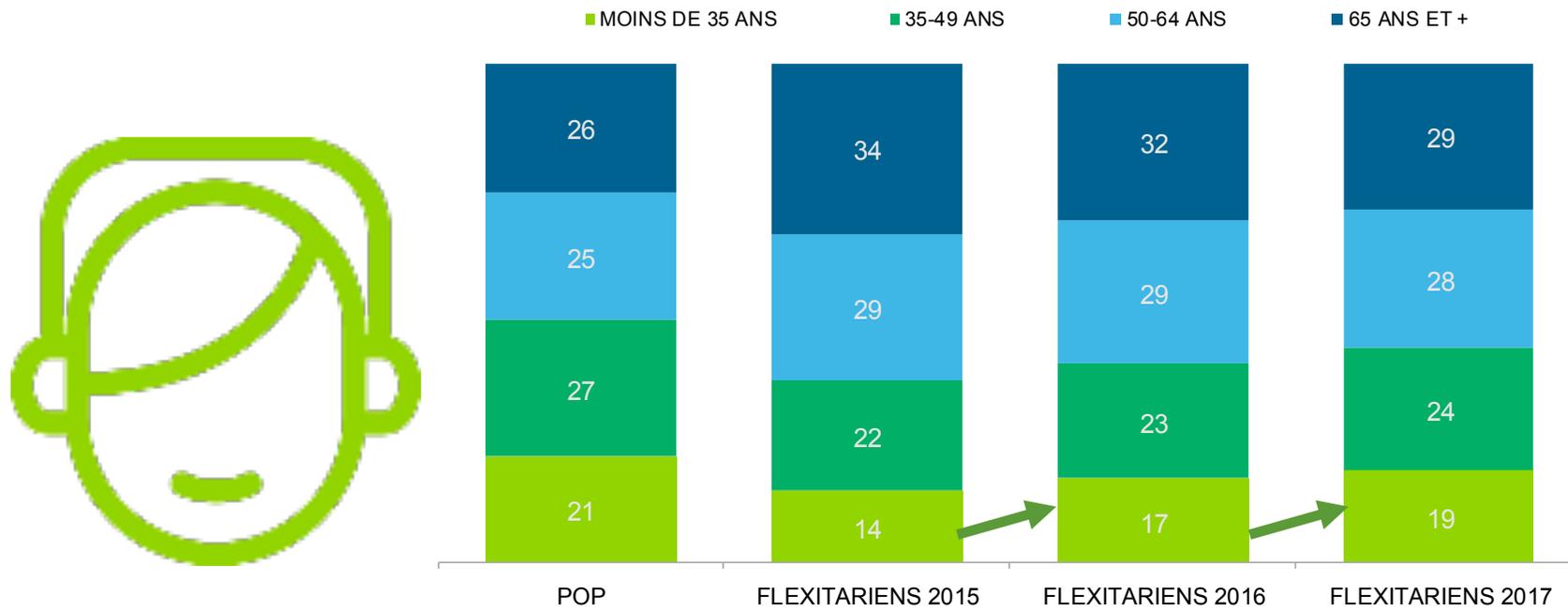
La tendance a progressé pour atteindre environ 1/3 des foyers français

Pas plus de foyers concernés cette année: environ 1/3 des ménages déclarent limiter leur consommation de protéines animales

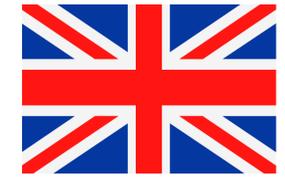
% de foyers qui comportent au moins une personne “ni végétarienne, ni végétalienne, mais qui tend à réduire ou limiter sa consommation de protéines animales”



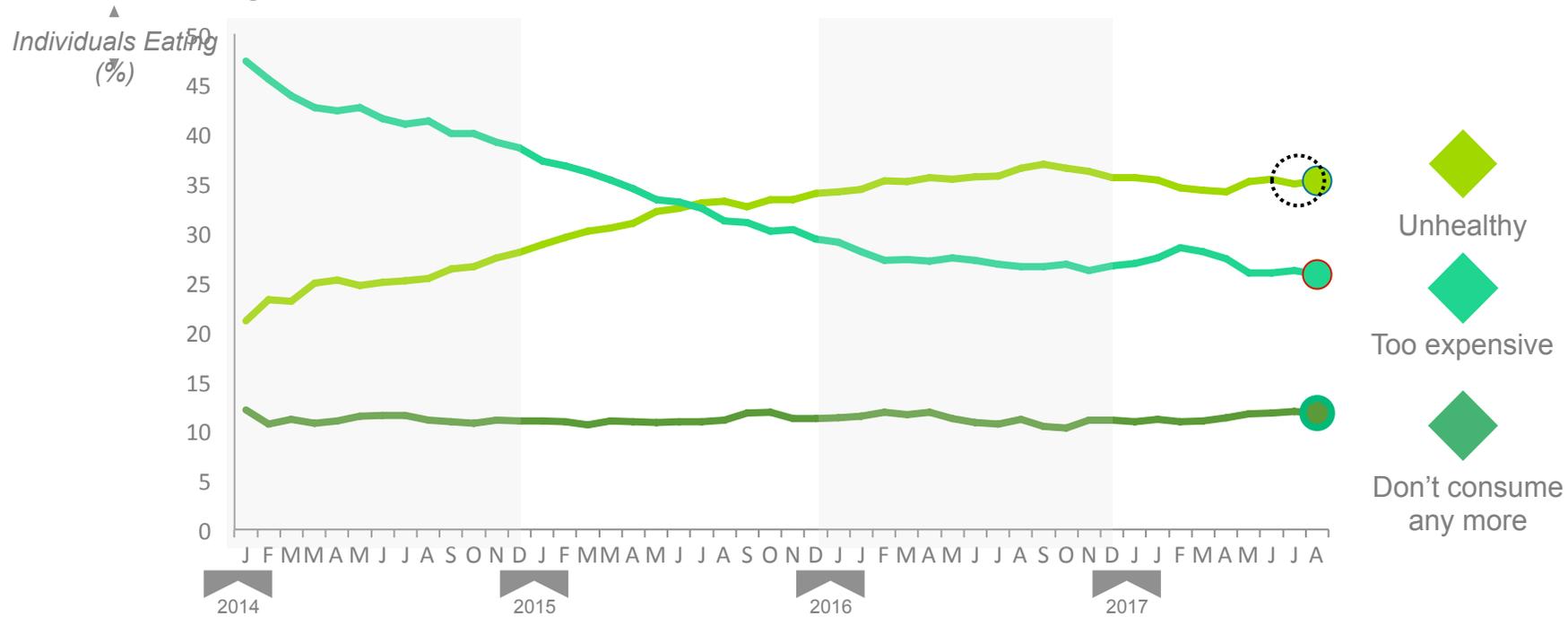
Mais un profil qui se rajeunit progressivement, signe que la tendance pourrait s'inscrire dans la durée?



Au UK, 21% des individus déclarent réduire leur consommation de manière consciente

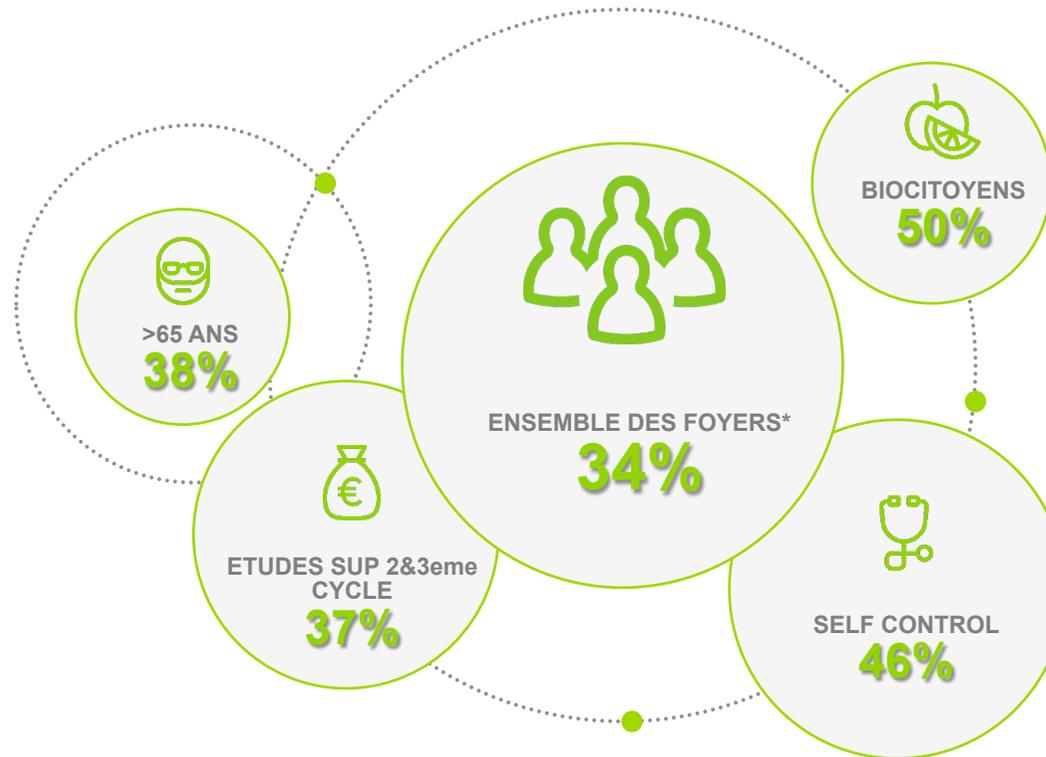


Et c'est maintenant la santé qui est évoquée comme raison principale, devant les raisons budgétaires

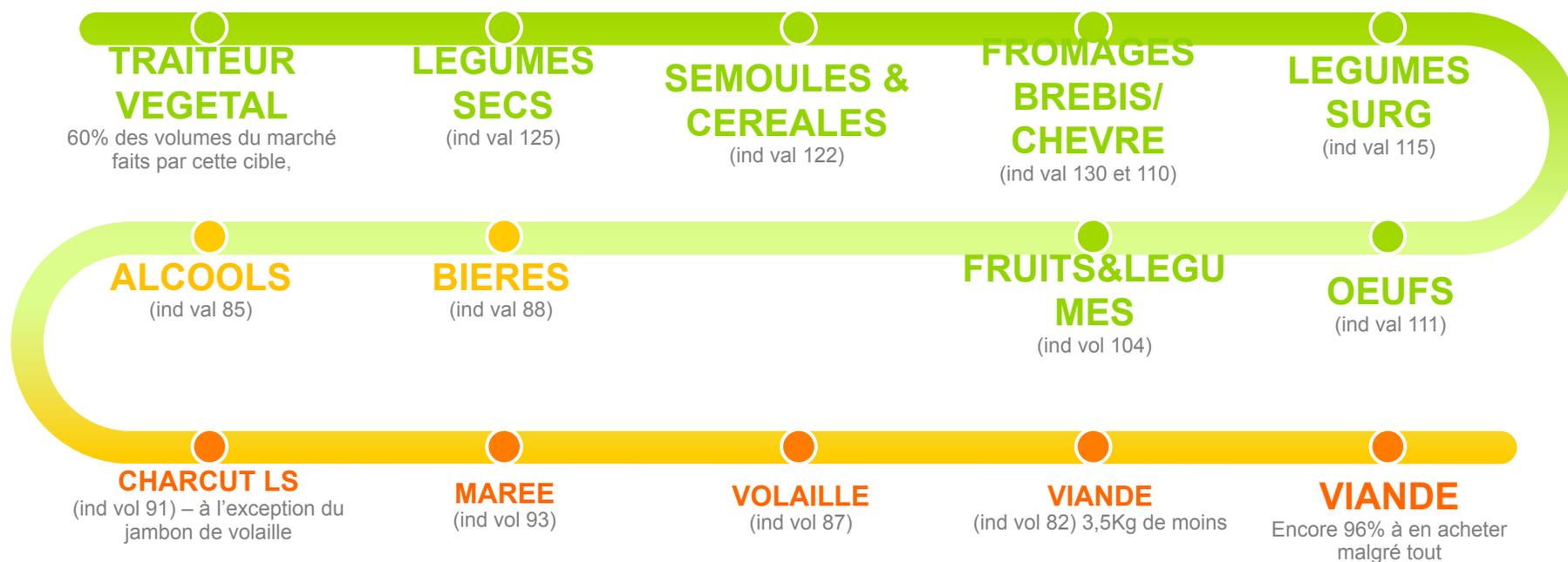


Les foyers qui comptent le plus de Flexitariens aujourd'hui

Des préoccupations Santé & Environnementales fortes



Le panier des “Flexitariens”



Des foyers qui achètent plus valorisés sur ces segments

Consommer moins, mais mieux, un axe de développement à suivre comme au total PGC-FLS



Indice Volume :
Indice Valeur:

82
87



Indice Volume :
87
Indice Valeur:
91