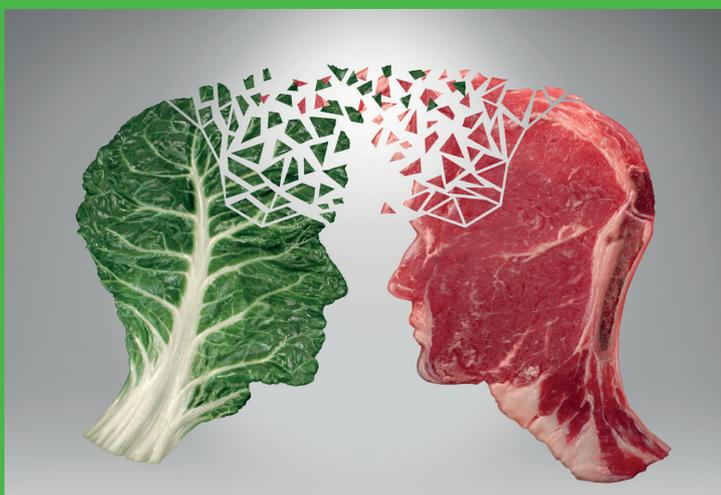


# L'OBSERVATOIRE DES ÉTHIQUES ALIMENTAIRES

Explorer les nouveaux moteurs de transformation du rapport à l'alimentation

## LES RÉSULTATS SONT DISPONIBLES



L'histoire de l'alimentation est étroitement liée aux transformations de nos sociétés. L'offre alimentaire a ainsi accompagné les évolutions technologiques (progrès de la conservation, . . .), sociétales (travail des femmes, . . .), ou économiques (élévation du niveau de vie, mondialisation . . .).

Pour autant, la recomposition du modèle alimentaire à laquelle on assiste aujourd'hui est d'une nature radicalement nouvelle. **Ce sont en effet les dimensions éthiques qui guident les choix d'un nombre croissant de consommateurs**, à savoir des pratiques estimées bonnes pour soi et/ou pour les autres et/ou pour l'environnement.

Bien que le modèle alimentaire traditionnel reste pour le moment dominant, on observe **l'émergence de 4 postures qui préfigurent le rapport à l'alimentation de demain**. Ces éthiques de l'alimentaire se distinguent par des degrés de radicalités et de sensibilités hétérogènes et induisent des attentes différenciées à l'égard, notamment, des acteurs de l'offre : **l'éthique du «sain», l'éthique du «sans», l'éthique de la responsabilité et l'éthique de l'activisme**.

La vocation de l'ObSoCo est d'analyser les mutations du modèle de consommation, du commerce et de l'organisation des marchés de consommation. Son cœur de métier est la mise en place de dispositifs d'observation des transformations en cours, la réalisation de diagnostics, d'études quantitatives et qualitatives, l'élaboration de nouveaux concepts et grilles d'analyse facilitant la compréhension des nouvelles réalités, le conseil et l'accompagnement des acteurs privés et publics.

# L'OBSERVATOIRE DES ÉTHIQUES ALIMENTAIRES

## LES OBJECTIFS

### LES CONTOURS ET LE DEGRÉ DE NOUVEAUTÉ DE CES ÉTHIQUES DANS L'ALIMENTAIRE

Comprendre l'orientation, les motivations et les justifications sociologiques, psychologiques et culturelles qui sous-tendent les pratiques alimentaires et mesurer leur réalité en matière d'observance ou non d'un ou de régime(s) alimentaire(s) permanent(s) et/ou temporaire(s) spécifiques.

### LA CAPACITÉ DE DIFFUSION DE CES ÉTHIQUES DANS L'ALIMENTAIRE

Appréhender l'ensemble des éléments et des dynamiques qui, au-delà du noyau dur des plus radicaux, sont susceptibles de se diffuser plus largement dans la population et cartographier les différentes postures éthiques qui en découlent.

### LES IMPACTS DE CES ÉTHIQUES DANS L'ALIMENTAIRE SUR LES ACTEURS DE L'OFFRE

Interpréter les impacts potentiels de ces éthiques dans l'alimentaire sur les acteurs de l'offre, de l'élevage jusqu'à la distribution en passant par la transformation, en termes de marchés, de marketing, d'organisation et de confiance.

## LE SOMMAIRE DE L'ÉTUDE

### INTRODUCTION

#### **Les comportements alimentaires**

Le rapport à l'alimentation

Manger et cuisiner, attention portée à son alimentation

#### **Un régime alimentaire en cours de redéfinition**

Consommation de bio, changements quantitatifs et qualitatifs dans le régime alimentaire, pratiques de régimes alimentaires, cures de détox et jeûne

#### **Les attitudes à l'égard des alimentations alternatives**

Super aliments, insectes, nourriture de synthèse

#### **Une typologie des modes alimentaires**

Régimes standards, radicaux, sensibilisés, opportunistes

#### **Faire soi-même et autoproduction alimentaire**

Pratique de la cuisine, autoproduction alimentaire

#### **La fréquentation des circuits de distribution**

Dynamique de fréquentation des circuits de distribution, typologie des consommateurs selon les circuits fréquentés, l'achat direct producteur

### LES DÉTERMINANTS DES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES ÉMERGENTS

#### **Les justifications déclarées par les pratiquants**

Justifications aux régimes permanents et aux régimes occasionnels

#### **La santé**

État de santé, attention portée à sa santé, intolérances alimentaires, santé et comportements alimentaires

#### **La défiance**

Défiance à l'égard des acteurs de l'agroalimentaire, impact sur les comportements alimentaires

#### **Le rapport au progrès et à l'altérité**

Typologie des consommateurs au regard de leur rapport au progrès et à l'altérité, impact sur les comportements alimentaires

#### **Les valeurs**

Profil à l'écart des nouvelles tendances de consommation alimentaire, profil engagé dans de nouveaux régimes, valeurs et comportements alimentaires

#### **Sensibilité environnementale et à la cause animale**

Impact des différents degrés de sensibilité sur les comportements alimentaires

#### **L'état psychologique**

État psychologique des Français, impact sur les comportements alimentaires

#### **Les imaginaires associés aux aliments**

Viandes, fruits et légumes ; plats cuisinés (frais, en conserve, surgelés)

#### **Une exploration économétrique des déterminants dans l'engagement des pratiques alimentaires émergentes.**

# L'OBSERVATOIRE DES ÉTHIQUES ALIMENTAIRES

## MÉTHODOLOGIE

UNE MÉTHODOLOGIE QUI PERMET D'ANALYSER DES PRATIQUES À FAIBLE DIFFUSION

Un échantillon représentatif de **4 000 personnes** de 18 à 70 ans, pour des analyses détaillées sur une base statistique solide.

Un calcul de scores, pour mesurer l'intensité de l'engagement dans les différents comportements alimentaires

Un large ensemble de variables descriptives des répondants permettant de définir avec précision le profil des pratiquants

Une approche **économétrique et typologique** des déterminants de l'élaboration du rapport éthique à l'alimentation.

*L'enquête a été réalisée en ligne par l'ObSoCo sur le panel de Respondi du 24 mai au 13 juin 2017, avant les révélations relatives au Fipronil.*

## UNE APPROCHE PAR ENSEIGNE

Possibilité d'évaluer comment chaque enseigne ou marque est perçue. Sont notamment appréhendées les enseignes suivantes :

Aldi	Intermarché
Auchan	Leader Price
Biocoop	Leclerc
Carrefour	Lidl
Carrefour City / Carrefour Contact	Monoprix
Carrefour Market	Picard
Casino Supermarché	Simply Market
Cora / Match	Super U
Franprix	
Géant Casino	
Hyper U	

## LES LIVRABLES

UNE APPROPRIATION DES RÉSULTATS FACILITÉE PAR 4 FORMATS DE LIVRABLES

### UN RAPPORT D'ANALYSE

Un livrable stratégique pour éclairer vos réflexions

Le rapport d'analyse présente, en une centaine de pages, les principaux enseignements de l'Observatoire et apporte des clefs de lecture des tendances à l'œuvre.

### UN CORPUS DE DONNÉES

Un livrable opérationnel pour affiner votre stratégie

L'ensemble des résultats de l'enquête agrémentés de calculs de scores, d'indicateurs, de corrélations, ... est livré dans un corpus de données sous format Excel.

### UNE CONFÉRENCE DE RESTITUTION

Un livrable «live» pour un partage des résultats avec nos experts

Une présentation personnalisée des résultats de l'Observatoire au sein de votre entreprise, élaborée par nos experts en fonction de vos préoccupations.



### UNE SYNTHÈSE DES RÉSULTATS

à l'aune des grilles d'analyse de l'ObSoCo, accompagnée de **préconisations** à destination des acteurs de la filière.

## LE PUBLIC CIBLE

Comités de direction - Direction de la prospective - Direction stratégique - Direction marketing et études.

**CONTACT :** Agnès CROZET

a.crozet@lobsoco.com - 09 81 04 57 85 - 06 65 54 62 69

# BON DE COMMANDE

## L'OBSERVATOIRE DES ÉTHIQUES ALIMENTAIRES

### SOCIÉTÉ

Raison sociale .....

Nom ..... Prénom.....

E-mail .....

N° TVA Intra-Communautaire (à compléter obligatoirement) .....

Adresse .....

Code Postal ..... Ville..... Tél .....

#### FORMULE SOUSCRIPTION

**6 000 € HT** (TVA 20%)

Rapport d'analyse + Corpus de données + Synthèse + Conférence de restitution

#### FORMULE ÉTUDE

**5 000 € HT** (TVA 20%)

Rapport d'analyse + Corpus de données + Synthèse

#### FORMULE CONFÉRENCE

**3 000 € HT** (TVA 20%)

Conférence de restitution

### RÈGLEMENT :

Par chèque : à l'ordre de l'ObSoCo - Par virement : IBAN – FR 76 3002 7160 6200 0200 7040 157 / BIC - CMCIFRPP

### BON DE COMMANDE À RETOURNER AVEC LE RÈGLEMENT À L'ADRESSE SUIVANTE :

l'ObSoCo – 28, boulevard de la Bastille, 75012 Paris, France - Tél : 09 81 04 57 85 – [compta@lobsoco.com](mailto:compta@lobsoco.com)

Fait à .....

Cachet et signature :

Le.....

CLIQUEZ POUR ACCÉDER AUX CONDITIONS GÉNÉRALES DE VENTES

Pour toute information commerciale : Agnès CROZET au 09 81 04 57 85 ou [a.crozet@lobsoco.com](mailto:a.crozet@lobsoco.com)