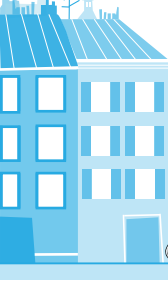


PROXIMITÉ ET QUALITÉ LES 2 PRIORITÉS POUR FAIRE SES COURSES ALIMENTAIRES

2 Français sur **3**

privilégient la proximité
+11 points depuis 2012

le critère de prix n'est cité en priorité
que par 33% des Français
-6 points depuis 2012



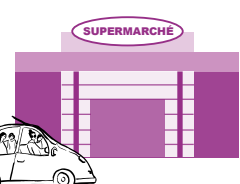
ils valorisent notamment la relation de confiance avec les petits commerçants, et l'aspect qualitatifs des produits locaux

FRÉQUENTER PLUSIEURS MAGASINS POUR RECHERCHER LA QUALITÉ

en 2017

57%

des Français ont fait leurs courses dans plus de cinq circuits de distribution alimentaire contre 39% en 2012



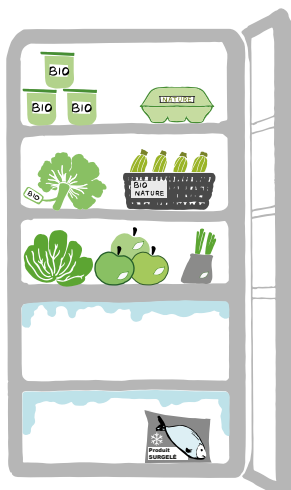
LE BIO EN HAUSSE, LE SURGELÉ EN BAISSÉ

1/3

près d'un Français sur trois visite un magasin bio au moins une fois par mois

la fréquentation mensuelle des magasins surgelés est de 27% - 7 points sur la fréquentation globale depuis 2012

baisse en partie due aux scandales alimentaires et à l'engouement pour le fait-maison



DES CONSOMMATEURS DE PLUS EN PLUS SÉDUITS PAR LE E-COMMERCE ALIMENTAIRE

16%

des Français ont recours au drive contre 7% en 2012 plus souvent parmi les jeunes générations



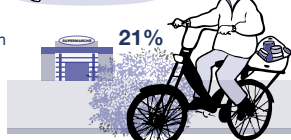
même si les consommateurs ont encore majoritairement l'habitude de faire leurs courses en magasins

SIX PROFILS DE CONSOMMATEURS

1 les conquis des grandes surfaces sensibles aux prix fréquentent les hypermarchés et les hard-discounts habitants de villes moyennes et de classes modestes



2 les désimprovisés de leur alimentation résident en zone rurale personnes seules aux faibles revenus fréquentent un seul circuit : le supermarché le plus proche



3 les conquis des courses électroniques adeptes des drives et des nouveaux modes de consommation recherchent l'aspect pratique et rapide individus jeunes et connectés, en couple avec enfants



4 les papillonneurs fréquents fréquentent plusieurs enseignes pour cibler leurs achats couples de retraités de la classe moyenne sensibles à l'origine du produit



5 les éclectiques des circuits indépendants de proximité sensibles à l'environnement fréquentent les magasins de vente directe, bio et participatifs individus aux revenus généralement élevés



6 les éclectiques des enseignes de proximité fréquentent les commerces de proximité plus axés sur la qualité que le reste de la population individus urbains et diplômés

