

OPINION PUBLIQUE

Sondage
réalisé pendant l'été 2015

sur le thème

ALIMENTATION & CLIMAT



Un sondage commandité par

FONDATION
GOODPLANET



MES COURSES
POUR LA PLANÈTE.COM

et réalisé par



SOMMAIRE

METHODOLOGIE	3
PARTENAIRES	3
INFOGRAPHIE ALIMENTATION & CLIMAT	4 = 5
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	6 = 16
1. L'ALIMENTATION DANS LA VIE DES FRANÇAIS	6
2. ALIMENTATION ET DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE	7
3. COMPORTEMENTS D'ACHATS ALIMENTAIRE	9
4. CONSOMMATION DE PROTÉINES	11
5. LES FRANÇAIS ET LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE	13
6. LES FRANÇAIS ET L'ALIMENTATION DURABLE	15
POUR APPROFONDIR	17

MÉTHODOLOGIE

ÉCHANTILLON

Les résultats présentés dans ce document sont issus d'un échantillon de 1 011 répondants, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus selon la méthode des quotas (critères de sexe, âge, CSP, taille d'agglomération et région). Les répondants ayant retourné un questionnaire incomplet ont été exclus de l'analyse.

SUPPORT DE L'ENQUÊTE

L'enquête a été réalisée online auprès de membres de la communauté Email&Vous sous système CAWI (Computer-Assisted Web Interviewing).

CALENDRIER

La phase de terrain a été menée du 30 juillet au 19 août 2015.

L'alimentation représente le premier poste d'émission de gaz à effet de serre des foyers français (27%). Ce sondage s'inscrit dans le cadre du programme **«la solution est dans l'assiette !»**



Cet état des lieux sur la demande liée à l'alimentation durable a été réalisé afin de proposer des clés d'accompagnement et de changement à destination des acteurs de la chaîne alimentaire.

FONDATION
GOODPLANET

PARTENAIRES



Mediaprism, filiale de MEDIAPOST Communication/Le Groupe La Poste, leader en France de la connaissance clients, accompagne ses clients dans leurs opérations de prospection et de fidélisation. Mediaprism propose une offre fondée sur la connaissance des publics nourrie par une base de données de 36 millions d'individus et par des enquêtes d'opinion.



Le site de 60 Millions de consommateurs, 60millions-mag.com, est édité par l'Institut national de la consommation (INC). Attaché à son indépendance, 60 Millions de consommateurs est au service de tous les consommateurs. 60 Millions est intrinsèquement objectif, en particulier sur l'une de ses missions, l'un de ses points forts : les essais comparatifs de produits et de services.



Depuis 2007, l'Observatoire de la consommation responsable « Mes Courses pour la Planète » documente, encourage et facilite la transition vers des modes de consommation et des modes de vie plus durables. Avec le site mescoursespourlaplanete.com, premier guide en ligne pratique de la consommation responsable, les citoyens ont tous les outils en main et les informations nécessaires pour adopter des produits et pratiques plus responsables.

INFOGRAPHIE

ALIMENTATION & CLIMAT

1

LES FRANÇAIS MINIMISENT L'IMPACT DE L'ALIMENTATION SUR LE CLIMAT

L'alimentation est classée comme dernier facteur impactant sur le dérèglement climatique.



> En réalité, l'alimentation est le premier poste d'émissions de gaz à effet de serre pour les ménages français (27%).

2

TOP 2 DES PRINCIPES VUS COMME EFFICACES POUR LE CLIMAT



Les Français considèrent que privilégier les modes de production respectueux de l'environnement et limiter le gaspillage alimentaire sont les deux principes les plus efficaces pour lutter contre le dérèglement climatique.

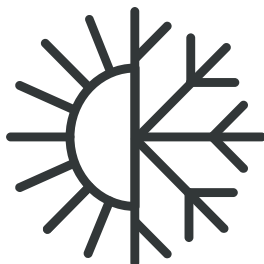
> En réalité, la consommation de viande représente environ 50% des émissions de gaz à effet de serre de notre alimentation.

3

DEUX ÉCO-GESTES PLÉBISCITÉS : RESPECT DE LA SAISONNALITÉ ET RÉDUCTION DES EMBALLAGES



92% des Français identifient ces pratiques comme étant très efficaces pour lutter contre le dérèglement climatique.



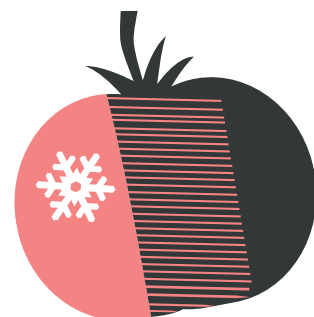
> Les produits en vrac sont moins chers pour les consommateurs : entre 10% et 45% de réduction constatée.

4

NOUS SOMMES 40% À CONSOMMER RÉGULIÈREMENT DES TOMATES FRAÎCHES EN HIVER!

Cette proportion atteint 75% lorsqu'il s'agit de consommation occasionnelle.

> Une tomate produite localement, mais hors saison (donc sous serre), génère 20 fois plus de gaz à effet de serre qu'une tomate locale produite au bon moment de l'année!



5

APRÈS LE PRIX, NOUS SOMMES SOUCIEUX DE LA SAISONNALITÉ ET DE LA PROVENANCE



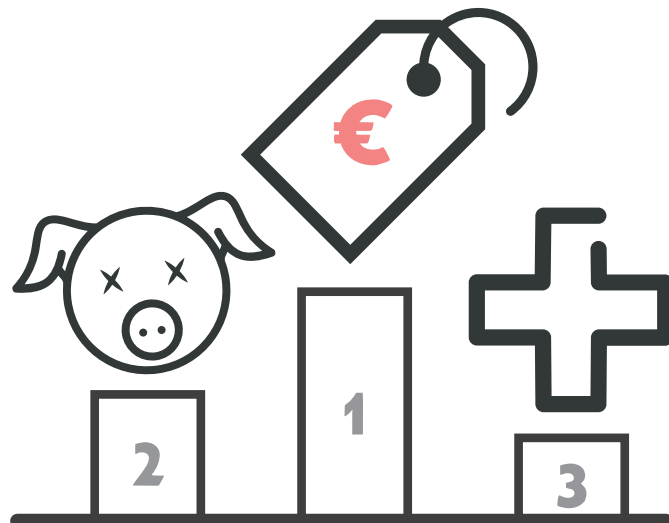
> Le calibrage des fruits et légumes demeure une cause importante du gaspillage alimentaire alors qu'aucune loi ne l'exige.

6

DEPUIS PEU, LA CONSOMMATION DE VIANDE BAISSE...

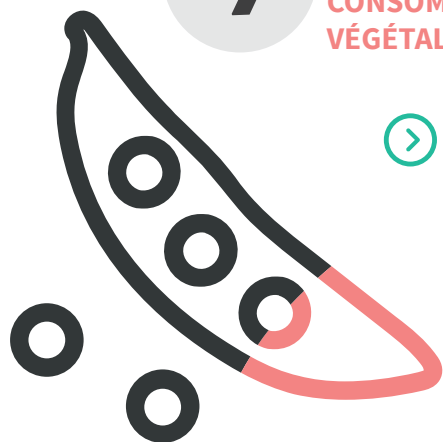
Prix, bien-être animal et questions de santé arrivent en tête des explications de cette baisse de consommation, loin devant des préoccupations environnementales.

➤ *Un Français consomme en moyenne 55 kilos de viande chaque année, soit le double des apports recommandés. Or, l'excès de protéines animales constitue un risque pour notre santé (maladies cardiovasculaires, cancers, etc.)*



7

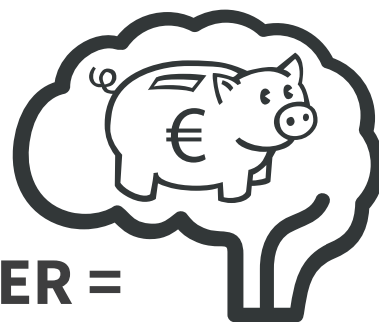
LORS DES REPAS VÉGÉTARIENS, SEUL 1/4 DES FRANÇAIS CONSOMME DES PROTÉINES VÉGÉTALES



➤ *Il est nécessaire de remplacer les apports des protéines animales par des protéines végétales = $\frac{2}{3}$ céréales et $\frac{1}{3}$ légumes secs au cours d'un même repas. Ceci permet d'obtenir tous les acides aminés indispensables.*

8

GASPILLER DE LA NOURRITURE, C'EST AUSSI GASPILLER SON ARGENT !



GASPILLER =

9

ALIMENTATION DURABLE NE RIME PAS FORCÉMENT AVEC SURCÔÛT !

Un tiers estime que si l'on modifie ses habitudes alimentaires, cela ne coûte pas plus cher. Un autre considère que même si surcôt il y a, il faut s'engager.

➤ *Le coût du gaspillage est estimé à 400€ par an pour une famille de 4 personnes. Cela a également des conséquences environnementales et des enjeux sociaux.*

10

LES CONSOMMATEURS ONT LE POUVOIR DE FAIRE BOUGER LES LIGNES !

44% considèrent que le changement passera par leurs actions.

➤ *A vos fourchettes, citoyens ! Quand on achète un produit, on achète le monde qui va avec.*

Acteurs du système alimentaire, engagez-vous pour répondre aux besoins des Français de concilier plaisir, santé et climat !

Pouvoirs publics, à vous d'être les porte-paroles des besoins des Français !



1/3

CELA COÛTE PLUS CHER ET EST RÉSERVÉ AUX PERSONNES AISÉES



1/3

CELA NE COÛTE PAS PLUS CHER SI L'ON CHANGE SES HABITUDES !

1/3

CELA COÛTE PLUS CHER MAIS IL FAUT S'ENGAGER

➤ *Il est possible de manger des produits de bonne qualité à budget équivalent grâce à des astuces et bonnes pratiques (moins de viande et de gaspillage, respect de la saisonnalité). Pour découvrir ces bonnes pratiques : rendez-vous sur lasolutionestdanslassiette.fr*

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

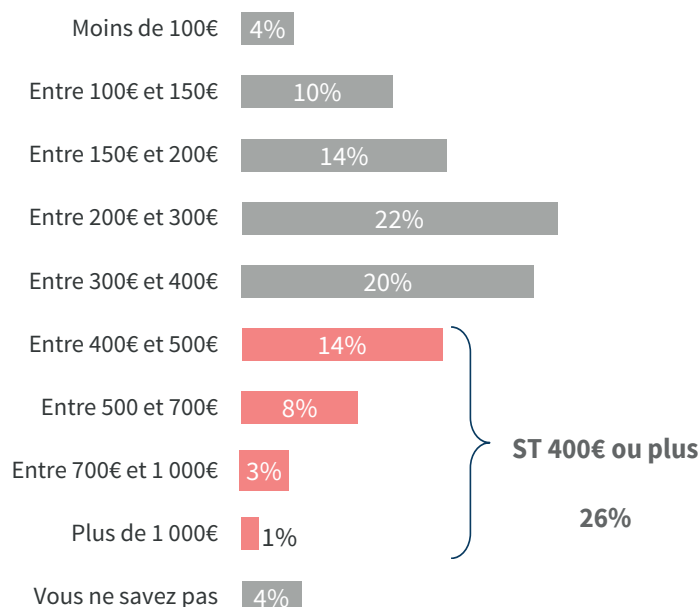
1. L'ALIMENTATION DANS LA VIE DES FRANÇAIS



LES RÉPONDANTS DÉCLARENT DÉPENSER EN MOYENNE ENVIRON 330€ PAR MOIS POUR LEURS COURSES ALIMENTAIRES

Q. Diriez-vous que par mois, pour vos courses alimentaires, vous dépensez approximativement...

Un quart y consacre plus de 400€ par mois.



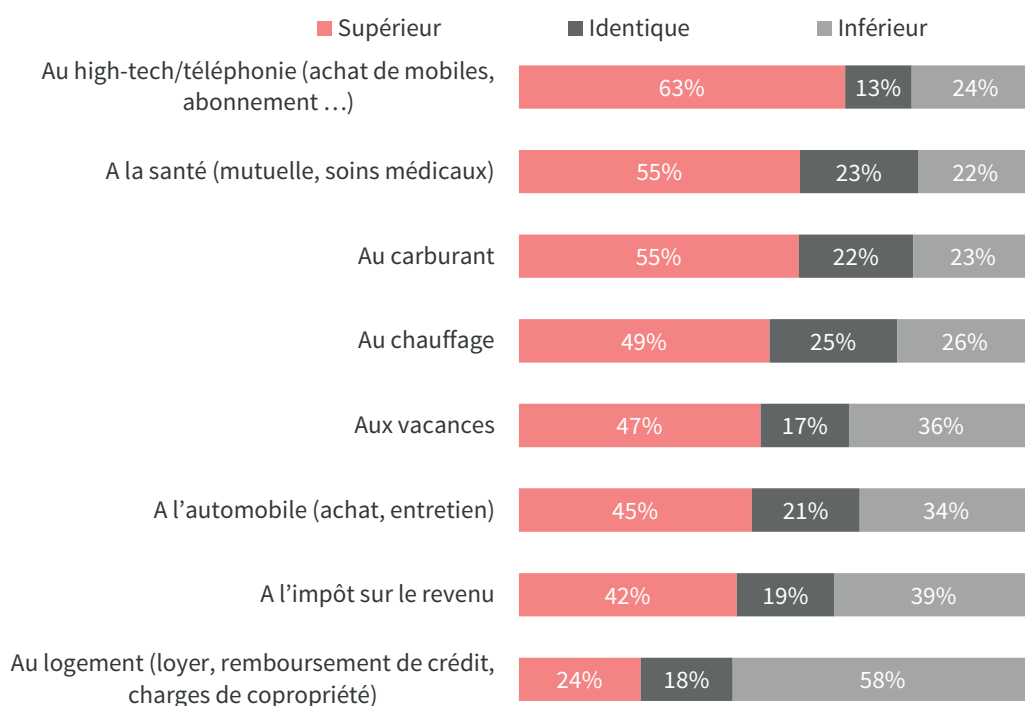
LES FRANÇAIS ESTIMENT QUE LES DÉPENSES ALIMENTAIRES OCCUPENT UNE PLACE TRÈS IMPORTANTE DANS LEUR BUDGET

Les Français considèrent que les dépenses d'alimentation constituent la deuxième budget le plus important de leur foyer, après le logement (8 postes de consommation courante comparés).

Q. Estimez-vous que le budget de votre foyer alloué à l'alimentation est supérieur, identique ou inférieur à celui consacré ...

Exemple de lecture :

55% des répondants déclarent que leur budget alimentation est supérieur à leur budget santé, 23% qu'il est identique et 22% qu'il est inférieur



2. ALIMENTATION ET DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE



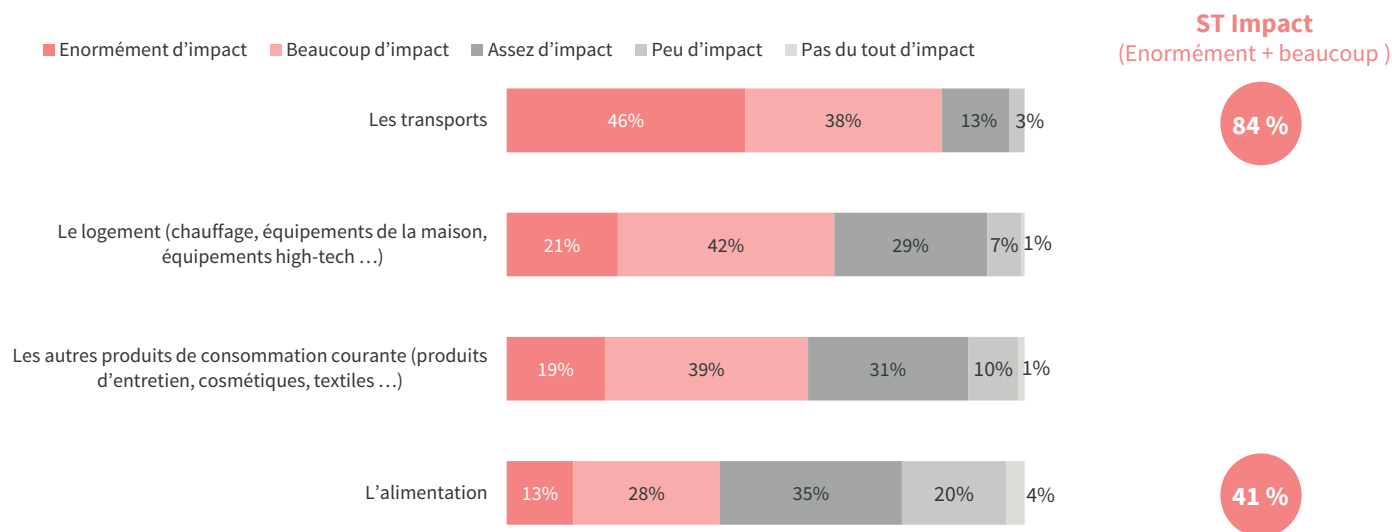
L'ALIMENTATION : RESPONSABLE SECONDAIRE DU DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE !

Trois Français sur quatre ont conscience que l'alimentation a un impact sur le dérèglement climatique.

En revanche, parmi les quatre grands postes de consommation, l'alimentation est perçue

comme le dernier responsable des émissions de gaz à effet de serre ; derrière les transports, le logement et les autres produits de consommation courante.

Q. Quel est l'impact de chacun de ces postes de consommation sur le dérèglement climatique ?

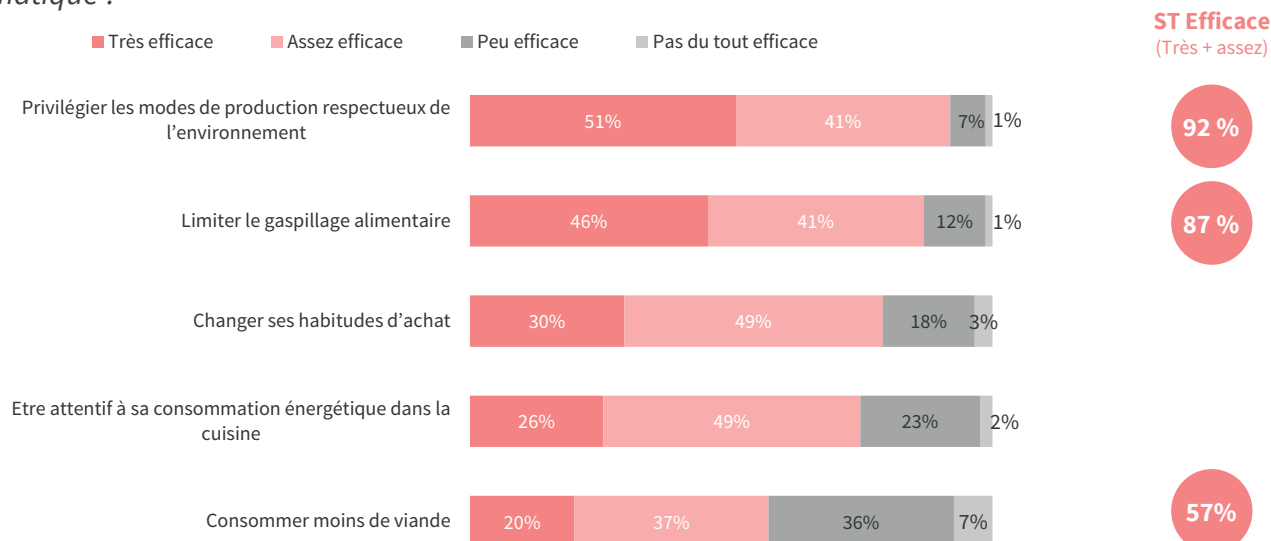


QUELLES PRATIQUES ALIMENTAIRES LES FRANÇAIS PRIVILÉGIENT-ILS POUR LUTTER CONTRE LE DÉRÈGLEMENT CLIMATIQUE ?

La majorité considère que privilégier les modes de production respectueux de l'environnement et limiter le gaspillage sont les deux moyens le plus efficaces pour lutter contre le dérèglement climatique.

Le fait de consommer moins de viande est classé en dernier par les personnes interrogées alors que la consommation de viande représente environ 50% des émissions de gaz à effet de serre de notre alimentation.

Q. Les pratiques alimentaires suivantes vous semblent-elles efficaces pour prévenir le dérèglement climatique ?



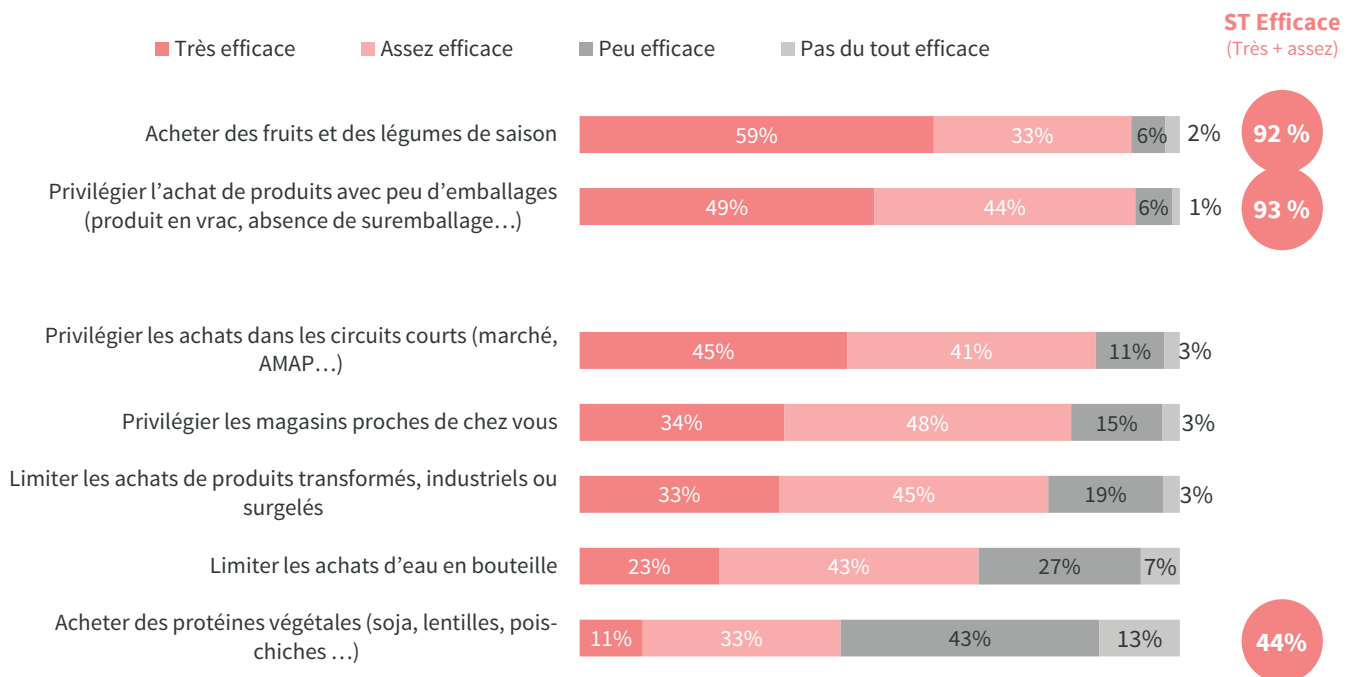


CERTAINS ÉCO-GESTES SONT RELÉGUÉS AU SECOND PLAN, MALGRÉ LEUR EFFICACITÉ.

La quasi-totalité des Français pense qu'acheter des fruits/légumes de saison et acheter des produits avec peu d'emballages sont des pratiques très efficaces pour prévenir le dérèglement climatique.

A l'inverse, les Français semblent peu convaincus de l'utilité d'acheter des protéines végétales.

Q. Selon vous, ces gestes sont-ils efficaces pour prévenir le dérèglement climatique ?



3. COMPORTEMENTS D'ACHATS ALIMENTAIRES

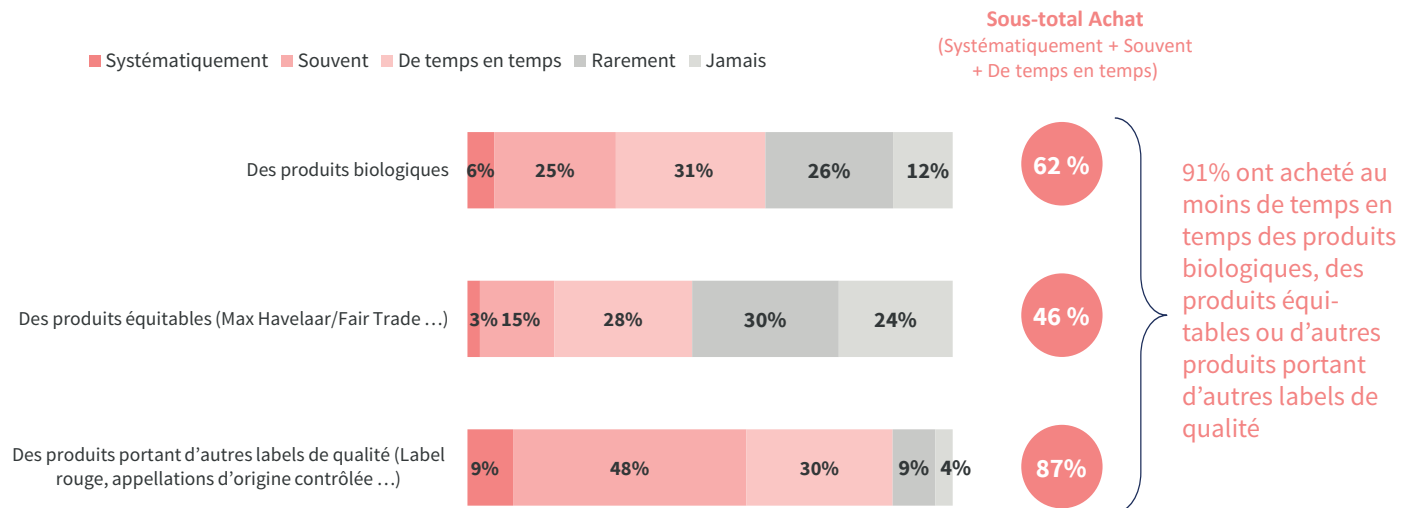


LES ACHATS DE PRODUITS AVEC UN LABEL DE QUALITÉ SONT ENTRÉS DANS LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS

62% des Français achètent régulièrement des produits biologiques et 87% des produits portant d'autres labels de qualité. La consommation de produits équitables reste quand à elle plus occasionnelle.

En moyenne plus onéreux, ces produits sont davantage consommés par les CSP+ et les professions intermédiaires. De leur côté, les 65 ans et plus achètent davantage que la moyenne des produits label rouge, AOC, ...

Q. Au sein de votre foyer, vous arrive-t-il d'acheter ...

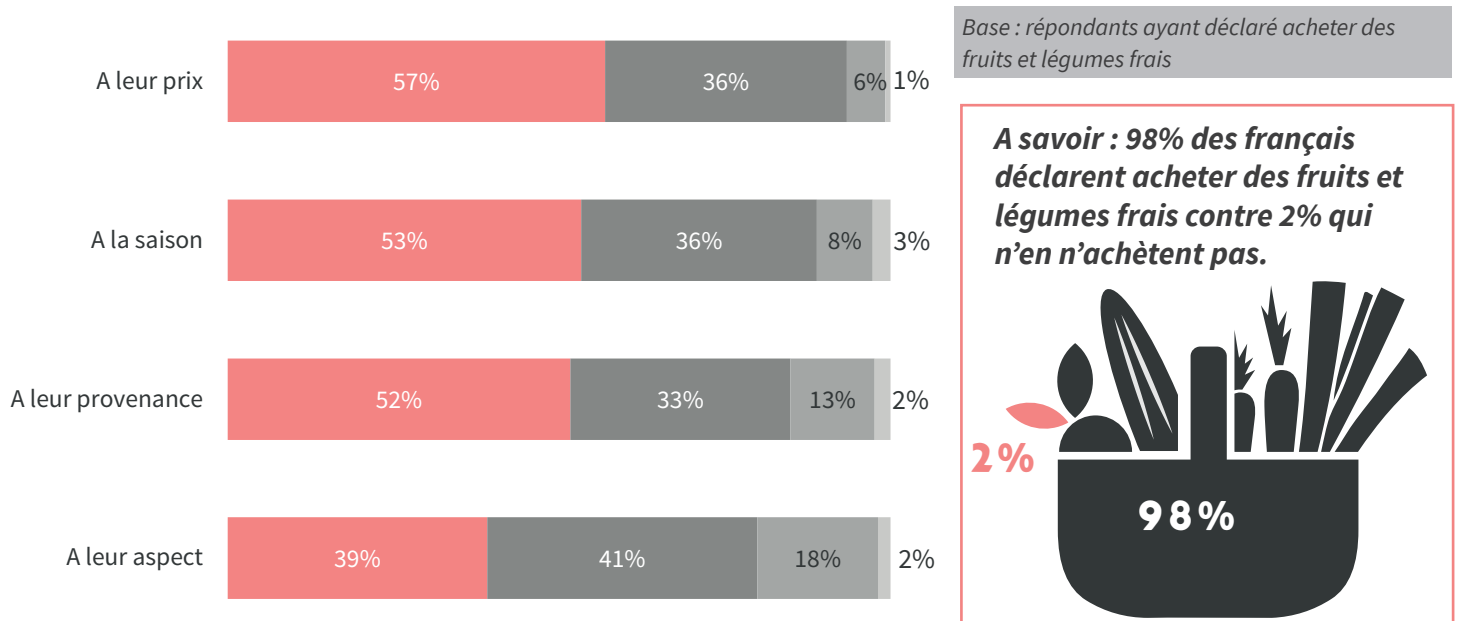


COMMENT LES FRANÇAIS CHOISISSENT-ILS LEURS FRUITS ET LÉGUMES FRAIS ?

Le prix est le critère prioritaire, devant la saisonnalité, la provenance et l'aspect.

■ Très attentif(ve) ■ Assez attentif(ve) ■ Peu attentif(ve) ■ Pas du tout attentif(ve)

Q. Lorsque vous achetez des fruits et des légumes frais, êtes-vous très, assez, peu ou pas du tout attentif(ve) ...

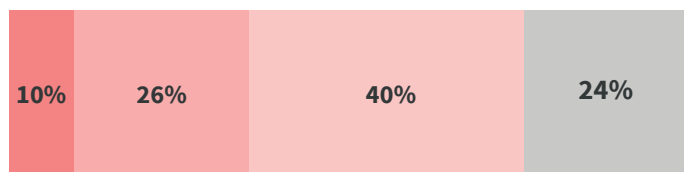




LE PARADOXE DE LA CONSOMMATION DE PRODUITS HORS SAISON : PRÈS DE 40% DES SONDÉS CONSOMMENT RÉGULIÈREMENT DES TOMATES FRAÎCHES EN HIVER !

Q. Vous arrive-t-il d'acheter des tomates en hiver ?

■ Souvent ■ De temps en temps ■ Rarement ■ Jamais



ST Consomme des tomates l'hiver
(Souvent + de temps en temps + rarement)

76%

Si l'on inclut les personnes qui consomment rarement des tomates fraîches en hiver, le total est de 76 %.

Pourtant, l'achat des fruits et légumes de saison est jugé comme très efficace pour lutter contre le dérèglement climatique.

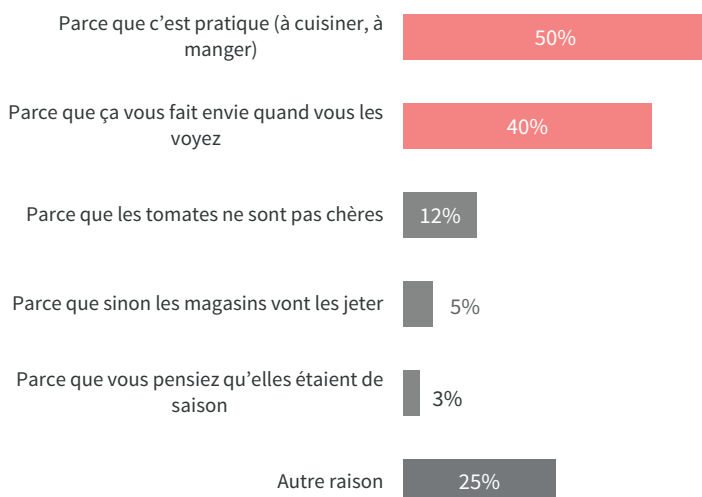


CETTE CONSOMMATION DE TOMATE EST JUSTIFIÉE POUR DES RAISONS DE PRATICITÉ ET D'ATTRAIT/D'ENVIE

97% des personnes achetant des tomates ont conscience que ce n'est pas la saison, mais les aspects personnels l'emportent : ils en consomment principalement par envie et par praticité.

Q. Pour quelles raisons achetez-vous des tomates fraîches l'hiver ?

Base : répondants ayant déclaré acheter des fruits et légumes frais et ayant déclaré acheter ne serait-ce que rarement des tomates en hiver

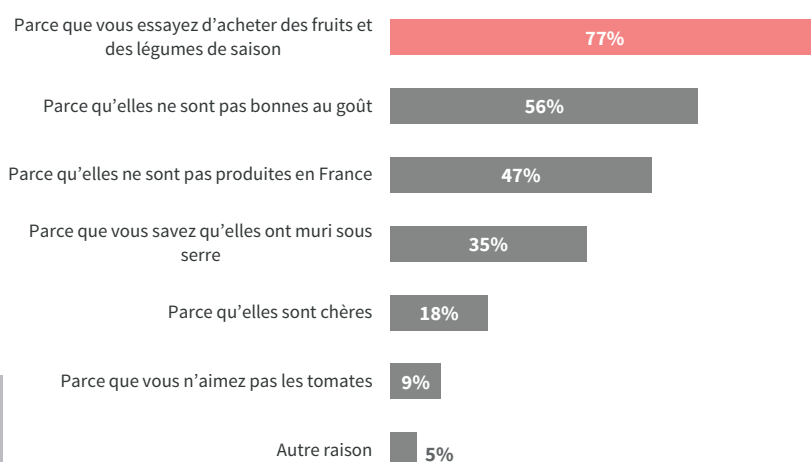


PLUS DE 3/4 DES FRANÇAIS QUI N'ACHÈTENT PAS DE TOMATES EN HIVER SOUHAITENT RESPECTER LES SAISONS

56% ne les trouvent tout simplement pas bonnes au goût, tandis que plus d'un Français sur deux est attaché à la production française et refuse d'acheter en hiver des tomates produites hors de l'Hexagone. Finalement, le prix intervient peu dans ce choix.

Q. Pour quelles raisons n'achetez-vous jamais des tomates fraîches l'hiver ?

Base : répondants ayant déclaré acheter des fruits et légumes frais et ayant déclaré n'acheter jamais de tomates en hiver



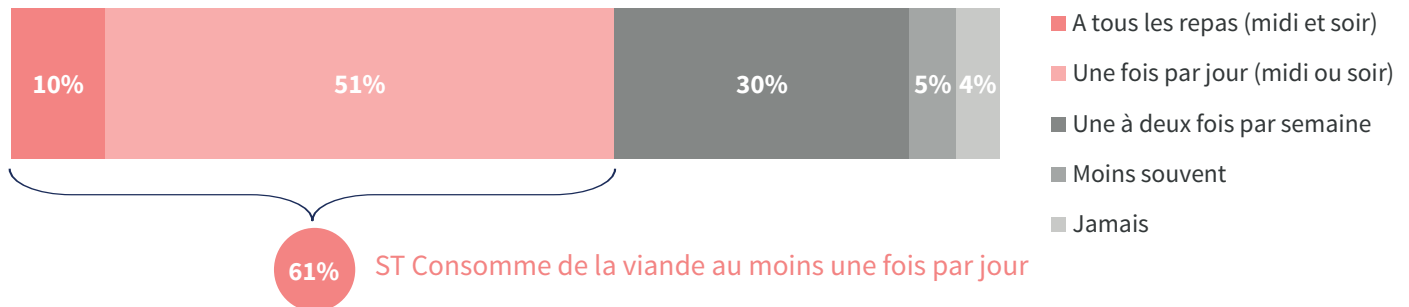
4. CONSOMMATION DE PROTÉINES



LA CONSOMMATION DE VIANDE EST QUOTIDIENNE POUR UNE MAJORITÉ DES FRANÇAIS

Aujourd'hui, la consommation de viande reste très répandue : 61% de Français en mangent au moins une fois par jour. Rares (9%) sont les consommateurs qui mangent de la viande moins d'une fois par semaine, dont 4% qui n'en consomment jamais.

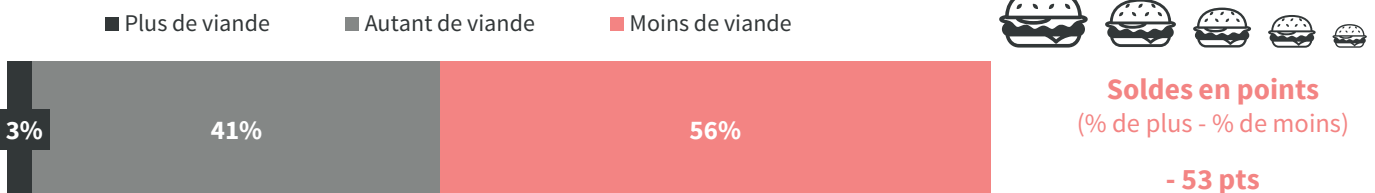
Q. Vous consommez de la viande : bœuf, porc (jambon, lardons, charcuterie ...), mouton, veau, agneau, poulet, autre volaille ...



UNE MAJORITÉ DE FRANÇAIS A DIMINUÉ SA CONSOMMATION DE VIANDE CES DERNIÈRES ANNÉES...

Seuls 3% en consomment davantage. Ce sont surtout les 50 ans et plus qui en consomment moins (solde : - 67 points). Pour les jeunes, le solde est de - 30 points seulement.

Q. Par rapport aux dernières années, vous consommez ...



Base : répondants ayant déclaré consommer de la viande

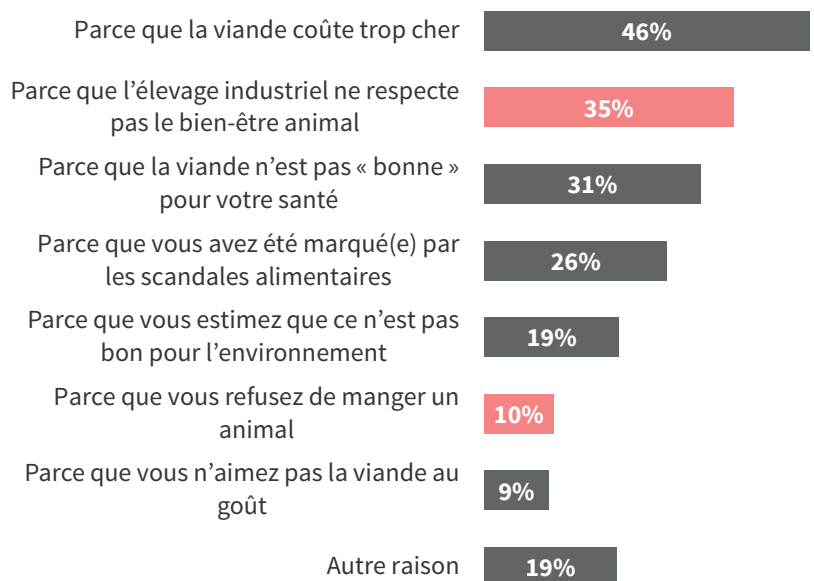


SI LES FRANÇAIS CONSOMMENT MOINS DE VIANDE, C'EST AVANT TOUT POUR DES RAISONS ÉCONOMIQUES

Après les considérations de prix, viennent la préoccupation du bien être de l'animal et l'idée que la viande n'est pas « bonne » pour leur santé. Les considérations environnementales arrivent en 6^{ème} position.

Q. Pour quelles raisons principales limitez-vous votre consommation de viande ?

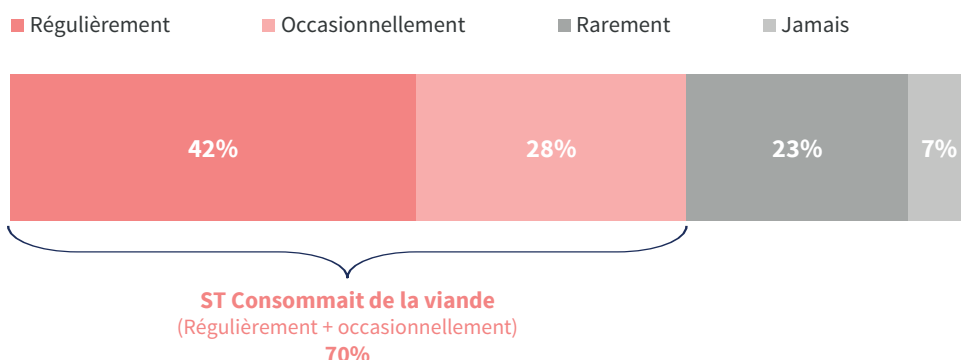
Base : répondants ayant déclaré ne jamais consommer de viande ou limiter leur consommation, ou qui ont diminué leur consommation de viande par rapport au passé





LES FRANÇAIS QUI NE CONSOMMENT JAMAIS DE VIANDE ONT MODIFIÉ LEUR RÉGIME ALIMENTAIRE

Q. Et dans le passé, est-ce que vous consommiez de la viande ...



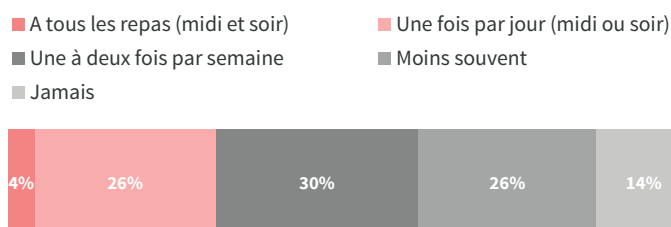
La plupart de ceux qui ne consomment jamais de viande aujourd'hui en consommaient auparavant (70% en consommaient régulièrement ou occasionnellement). Seuls 7% d'entre eux n'ont jamais consommé de viande.



1/4 DES FRANÇAIS SE PASSENT DE VIANDE ET DE POISSON UNE FOIS PAR JOUR

A cette population s'ajoute 30% de Français qui ne mange ni viande ni poisson une à deux fois par semaine. Mais les végétariens restent minoritaires. Ils représentent seulement 4% de l'ensemble des Français.

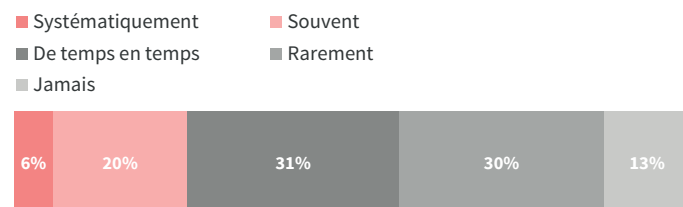
Q. Vous arrive-t-il de consommer un repas (midi ou soir) végétarien sans viande et sans poisson ?



CONSOMMER DES PROTÉINES VÉGÉTALES LORS DES REPAS VÉGÉTARIENS N'EST PAS ENCORE TRÈS RÉPANDU

Lorsqu'ils consomment des repas végétariens, seul un quart des répondants remplace systématiquement ou souvent les protéines animales par des protéines végétales.

Q. Lors de vos repas végétariens sans viande et sans poisson, est-ce que vous veillez à consommer des protéines végétales (soja, lentilles, pois-chiches ...) ?



Base : répondants ayant déclaré consommer des repas végétariens

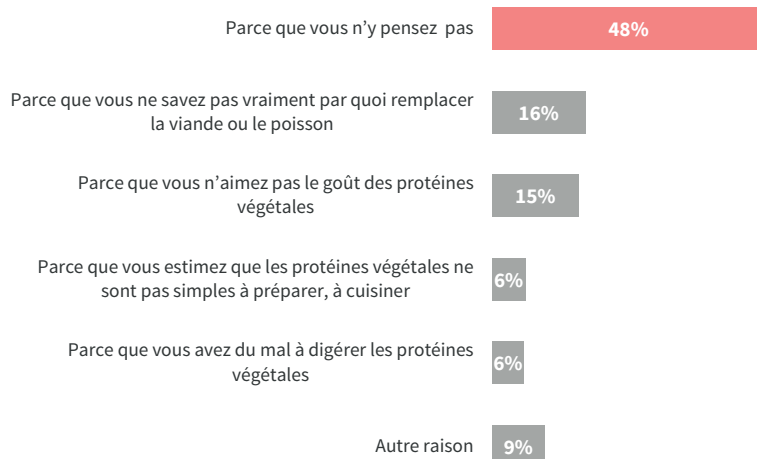


CETTE FAIBLE CONSOMMATION S'EXPLIQUE PAR UNE CERTAINE MÉCONNAISSANCE

Ceux qui ne remplacent pas les protéines animales par des protéines végétales l'expliquent avant tout parce qu'ils n'ont pas ce réflexe.

Q. Pour quelle raison principale vous ne consommez pas plus de protéines végétales (soja, lentilles, pois chiches ...) ?

Base : répondants ayant déclaré consommer un repas végétarien et qui ont déclaré consommer de temps en temps, rarement ou jamais de protéines végétales

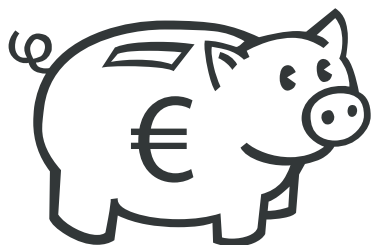


5. LES FRANÇAIS ET LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE



POUR LE PLUS GRAND NOMBRE, GASPILLER DES ALIMENTS C'EST AVANT TOUT GASPILLER SON ARGENT

Q. Pour vous, le gaspillage alimentaire c'est avant tout...



51 % Gaspiller aussi son argent



28 %

Contribuer à la faim dans le monde car des millions de gens ont faim



21 %

Nuire à l'environnement

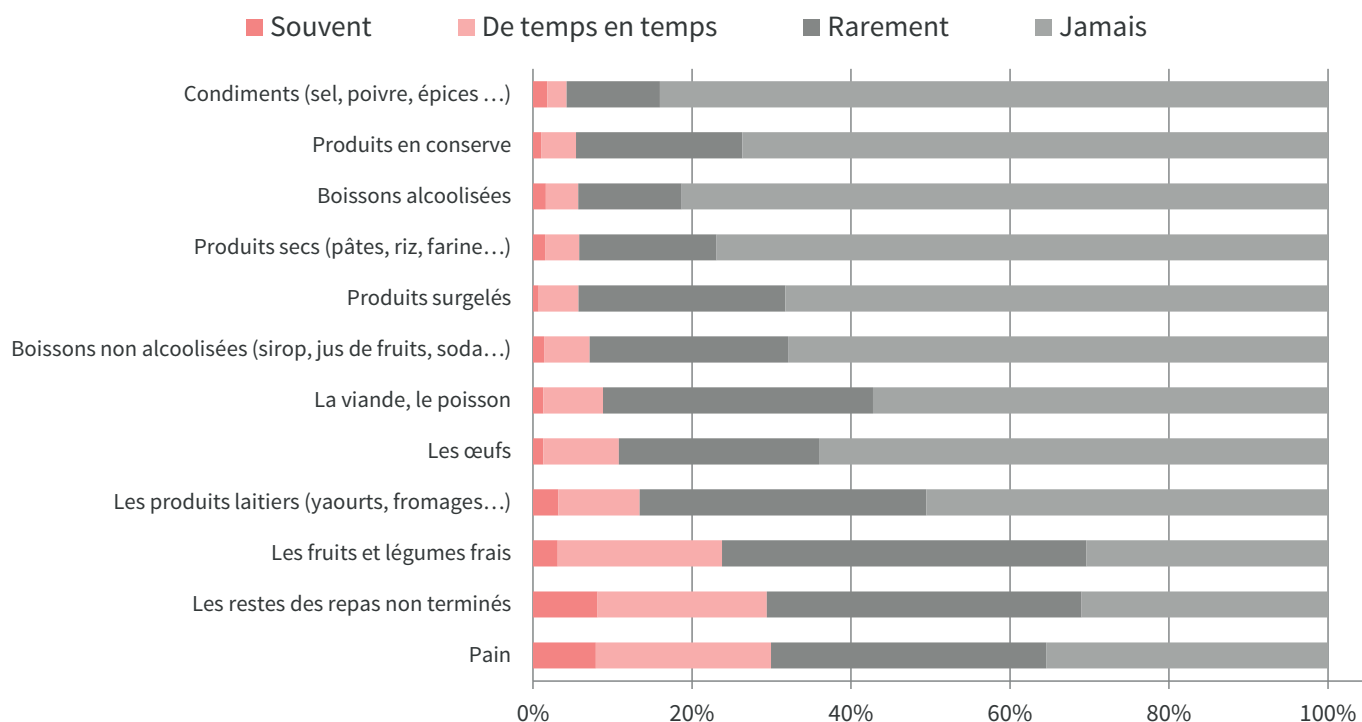


LE PAIN ET LES RESTES DE REPAS SONT LES PRINCIPALES VICTIMES DU GASPILLAGE ALIMENTAIRE

Presque 1/3 des français estiment en jeter régulièrement. A noter que même si la très grande majorité des Français reste attentive au prix des fruits et légumes frais, ils font partie des produits les plus jetés.

Les CSP+, moins contraints financièrement que les autres, et surtout les 18-34 ans jettent davantage.

Q. Pour chaque type de produit, vous indiquerez s'il vous arrive de le jeter souvent, de temps en temps, rarement ou jamais.



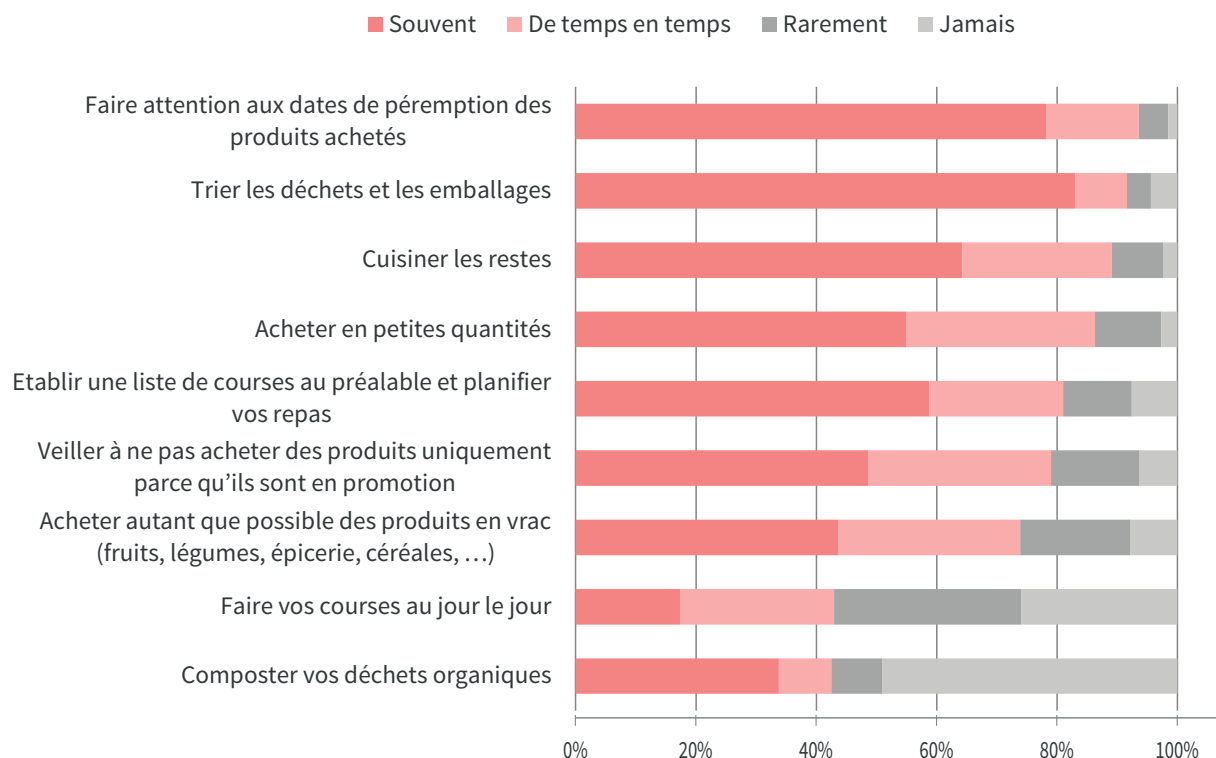


LES GESTES LES PLUS PRATIQUÉS POUR LIMITER LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

La plupart des Français luttent d'une manière ou d'une autre contre le gaspillage alimentaire (quelles que soient leurs motivations). Les 50 ans et plus sont les plus impliqués et à l'inverse, les 18-34 ans les plus dilettantes.

Certaines pratiques sont largement adoptées : faire attention aux dates de péremption, trier les déchets, cuisiner les restes. A l'opposé, faire ses courses au jour le jour et composter ses déchets organiques qui demandent du temps libre et du matériel sont les pratiques les moins fréquentes.

Q. D'une manière générale, pour limiter le gaspillage alimentaire, diriez-vous que vous faites les gestes suivants ...



LES FRANÇAIS ATTENTIFS AU GASPILLAGE ALIMENTAIRE CHOISISSENT TRÈS MAJORITAIREMENT DES PRODUITS AUX DATES DE PÉREMPTION LOINTAINES POUR ÉVITER D'AVOIR À JETER

Environ une personne sur cinq portant une attention particulière aux dates de péremption choisit des produits aux dates de péremption proches pour limiter le gaspillage en magasin.

Un geste éco-citoyen !

Q. D'une manière générale, pour limiter le gaspillage alimentaire, diriez-vous que vous faites les gestes suivants ...



17%

Avec une date de péremption proche pour éviter au magasin d'avoir à jeter des produits périmés



83%

Avec une date de péremption lointaine pour éviter que vous ne les jetiez

Base : répondants ayant déclaré faire attention aux dates de péremption des produits achetés ne serait-ce que rarement

6. LES FRANÇAIS ET L'ALIMENTATION DURABLE



POUR LES FRANÇAIS, ALIMENTATION DURABLE NE RIME PAS FORCÉMENT AVEC SURCÔÛT

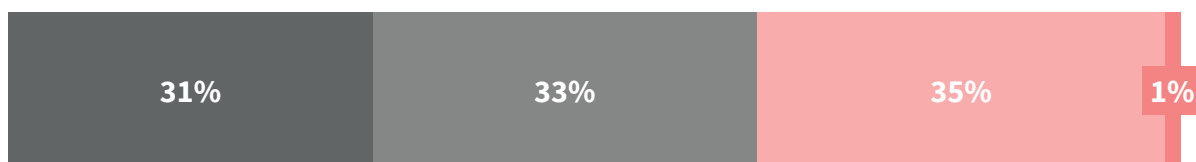
Un tiers estime que si l'on modifie ses habitudes alimentaires, cela ne coûte pas plus cher.

Un autre tiers considère que si surcoût il y a, il est important de s'engager pour une alimentation durable.

Q. L'alimentation durable est une alimentation viable sur le plan économique et social, qui préserve l'environnement, la santé et la diversité culturelle.

Selon vous, opter pour une alimentation durable ...

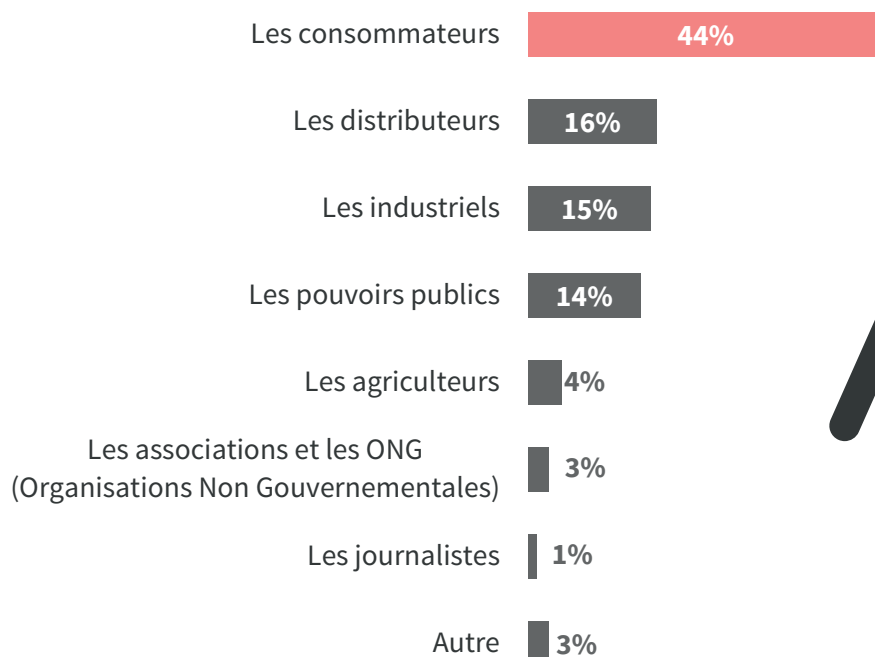
- Coûte cher et cela est réservé aux consommateurs qui ont les moyens financiers
- Coûte plus cher mais c'est important de la privilégier
- Ne coûte pas plus cher si on modifie ses habitudes alimentaires
- Coûte moins cher



LE CONSOMMATEUR A LE POUVOIR DE FAIRE CHANGER LES CHOSE !

Parmi les différents acteurs de la chaîne alimentaire, les sondés considèrent que ce sont les consommateurs eux-mêmes qui ont le plus les moyens de faire bouger les lignes.

Q. Selon vous, en matière d'alimentation durable, qui a le plus les moyens de faire changer les choses ?



POUR APPRONFONDIR ...



VOUS VENEZ DE DÉCOUVRIR LES RÉSULTATS DU PREMIER SONDAGE SUR «LES FRANÇAIS, L'ALIMENTATION ET LE CLIMAT»

Dans le cadre de son programme « La solution est dans l'assiette », la Fondation GoodPlanet et ses partenaires ont également lancé la 1^{ère} conférence de citoyens
« Alimentation : comment concilier plaisir santé et climat ? »

Deux études inédites, alors que l'alimentation représente le premier poste d'émission de gaz à effet de serre des foyers français. A travers ces enquêtes, la Fondation GoodPlanet ne veut pas simplement établir un constat mais impulser des actions concrètes !

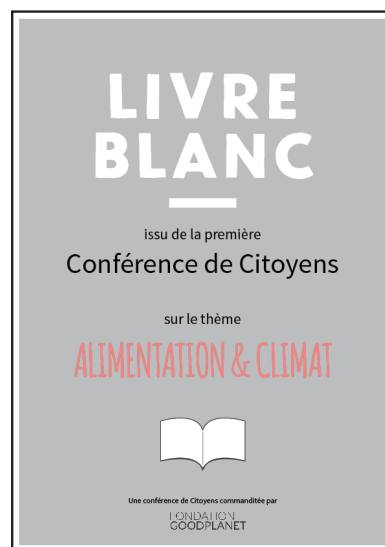


NOUS VOUS PROPOSONS DE POURSUIVRE SUR CE THÈME EN LISANT LE LIVRE BLANC

Un panel de 16 citoyens a accepté le défi de s'exprimer au nom de la société française sur le sujet suivant :
« Alimentation : comment concilier plaisir, santé et climat ? »

Leurs attentes adressées aux acteurs de l'alimentation, sont compilées dans une charte.

La conférence de citoyens a été menée par l'IFOP et un comité de pilotage d'experts. Sélectionnés selon des critères sociodémographiques et informés par des spécialistes, les citoyens ont notamment pu débattre avec des industriels, des fédérations agricoles et des acteurs publics.



A travers ces deux initiatives, la Fondation réaffirme d'une part, **l'importance d'un agenda de solutions** et d'autre part, sa **volonté de progresser vers une alimentation durable** dans une démarche concertée.

En effet, elle invite tous les acteurs de l'alimentation (industriels, pouvoirs publics, producteurs, consommateurs...) à se saisir de ces études et à mettre en place des initiatives concrètes à la hauteur des attentes des citoyens et des enjeux environnementaux.

La charte est une contribution mise à la disposition de tous pour repenser le système alimentaire et évoluer vers des pratiques plus respectueuses de la santé et de l'environnement.



www.goodplanet.org



©Yann Arthus-Bertrand, Cersiers en fleurs dans les monts du Lyonnais, Rhône, France (45°47' N - 4°33' E).

FONDATION GOODPLANET

Créée en 2005 et présidée par Yann Arthus-Bertrand, la Fondation GoodPlanet reconnue d'utilité publique, sensibilise et informe le grand public sur les enjeux liés à notre environnement. Elle propose des solutions réalistes, optimistes en s'appuyant sur une série de programmes destinés à mettre l'écologie et le Vivre-Ensemble au coeur des consciences.

CONTACT GOODPLANET

Thierry TOUCHAIS
Directeur Général
thierry@goodplanet.org
01 70 64 83 05

Sigrid DARMENDRAIL
Directrice de la Communication
sigrid@goodplanet.org
01 48 42 92 42