

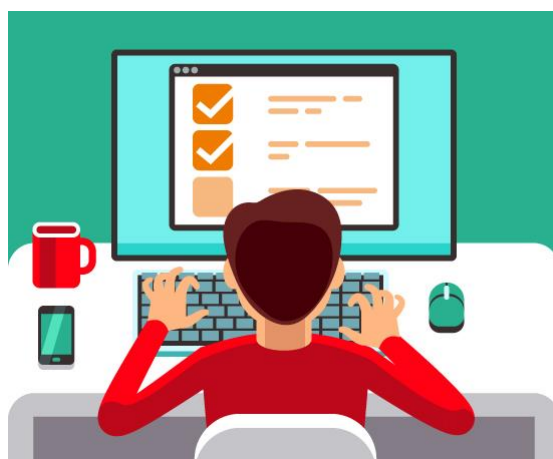


Observatoire des
tendances de
consommation
alimentaire de la MEL

JUNIA Grande
école
d'ingénieurs
HEI · ISEN · ISA

Etude quantitative sur les tendances de consommation alimentaire des habitants de la MEL

Synthèse projet étudiants JUNIA
Janvier - Juin 2023



*Synthèse rédigée par Lucile Gaberel, enseignante et responsable de la spécialisation R&D Nutrition,
commanditaire de l'équipe étudiante sur le projet*

1. Contexte

Dans le cadre de son projet alimentaire territorial, la Métropole Européenne de Lille (MEL) a lancé un appel à manifestation d'intérêt nommé "De la Fourche à la Fourchette".

Dans le but de participer à cette manifestation d'intérêt, le pôle de compétitivité CLUBSTER NSL, l'école d'ingénieur JUNIA et centre technique agroalimentaire CERTIA interface se sont associés afin de créer l'Observatoire des tendances de consommation alimentaire de la MEL. L'objectif premier de cet observatoire est d'accompagner les entreprises locales dans leurs stratégies de développement de nouveaux produits répondant à des besoins réels des clients. Le second est de proposer des idées concrètes de sensibilisation et de prévention pour la MEL à destination des habitants de celle-ci.

Les projets menés par JUNIA visent à explorer les tendances de consommation et habitudes alimentaires des habitants de la MEL, au travers de deux études :

- Une étude quantitative (enquête) visant tous les habitants de la MEL via un questionnaire
- Une étude qualitative permettant d'approfondir l'observation sur une catégorie précise d'habitants de la MEL. La cible choisie pour cette étude est les étudiants.

L'étude quantitative a été menée par une équipe d'étudiants de 3^{ème} année d'études d'ingénieur ISA dans le cadre d'un projet encadré d'une centaine d'heures. Les grandes thématiques étudiées étaient le budget, les lieux et critères d'achat, les aliments consommés, le fait de cuisiner, l'évolution des habitudes liée à l'inflation et la gestion des déchets.

Suite à une étude du contexte autour des thématiques liées à l'alimentation, différentes hypothèses ont été posées :

- Suite à la crise sanitaire, les habitants de la MEL sont plus soucieux d'acheter des produits locaux
- Le budget des habitants de la MEL a augmenté, et pour contenir celui-ci, les habitants de la MEL achètent plus de MDD, ils achètent moins de produits frais et se tournent davantage vers les magasins discounts
- Les habitants de la MEL ont une alimentation équilibrée, c'est-à-dire qu'ils mangent de tout et dans les quantités adaptées (exemple : ils mangent des fruits et légumes plusieurs fois par jour)
- Les habitants de la MEL mangent principalement des plats « faits maison »
- Les habitants de la MEL ne suivent pas de régime particulier

Ces hypothèses pourront être confrontées aux résultats de l'étude.

2. Méthodologie de l'étude

Une étude quantitative est une étude qui va permettre de mesurer des comportements grâce à une collecte de données auprès d'un grand nombre de personnes. La collecte se fait grâce à des questionnaires ou des sondages.

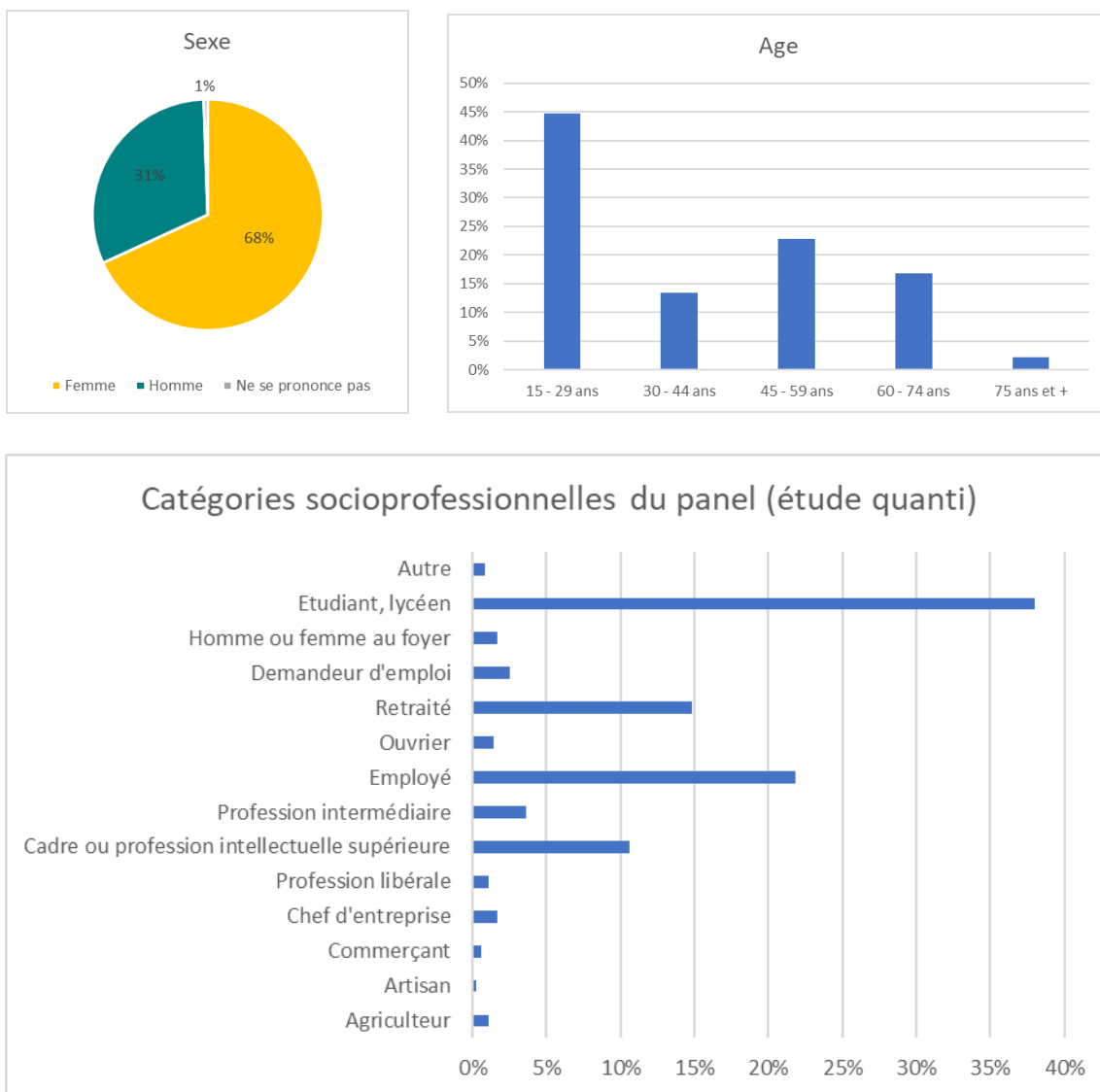
Pour cette étude, un questionnaire a été développé par les étudiants en lien avec Clubster NSL, Certia et Junia, puis a été programmé sous Forms. Il contenait 27 questions (voir annexe 1) et durait environ 7 minutes. La diffusion s'est faite principalement au travers des réseaux sociaux et par l'intermédiaire des réseaux de Junia. Des enquêtes terrain ont également été réalisées sur la Grand Place de Lille afin de diversifier les répondants.

Les données ont été représentées via des graphiques et tableaux, et analysées grâce à différents tests statistiques de corrélation et statistiques multidimensionnelles notamment.

3. Résultats

358 réponses au questionnaire ont été récoltées (313 en ligne et 45 sur le terrain).

Voici les caractéristiques sociologiques du panel :



En termes de sexe, âge et catégories socioprofessionnelles, la représentativité n'est pas idéale car on compte plus de femmes, de 15-29 ans et d'étudiants/lycéens que dans la MEL (respectivement 68% / 52%, 44% / 22% et 38% / 10%).

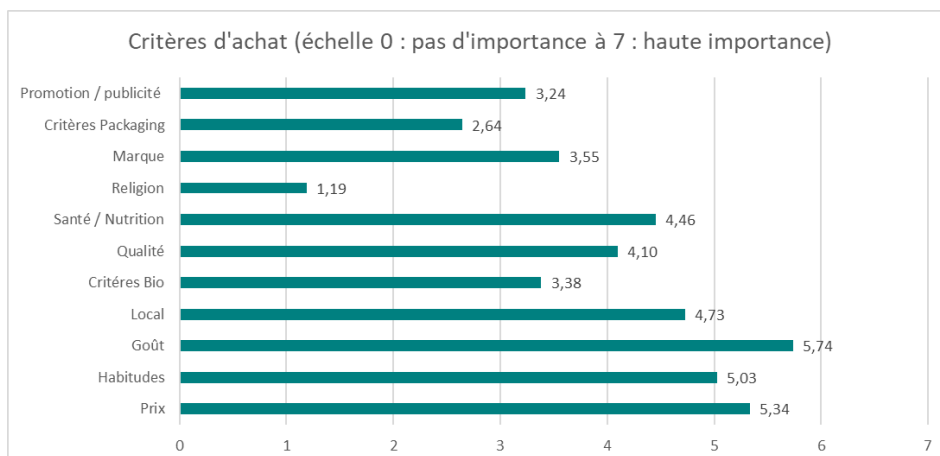
Les répondants habitent dans 58 des 97 communes de la MEL (voir ci-dessous les communes représentées). 51% des répondants habitent Lille, ce qui ne correspond pas au pourcentage réel qui est de 20%.

Commune	nombre de répondants	Commune	nombre de répondants
Allennes-les-Marais	2	Lille	184
Annœullin	1	Linselles	2
Armentières	2	Lomme	9
Aubers	1	Lompret	1
Beaucamps-Ligny	3	Loos	9
Bondues	3	Lys-lez-Lannoy	1
Bousbecque	2	Marcq-en-Barœul	3
Bouvines	2	Marquette-lez-Lille	3
Capinghem	1	Mons-en-Barœul	5
Chérenghem	1	Mouvoux	2
Croix	5	Neuville-en-Ferrain	1
Emmerin	2	Pérenchies	3
Englos	1	Quesnoy-sur-Deûle	1
Erquinghem-Lys	1	Ronchin	4
Faches-Thumesnil	5	Roubaix	9
Fournes-en-Weppes	1	Saint-André-lez-Lille	5
Hallennes-lez-Haubourdin	1	Seclin	2
Halluin	2	Sequedin	2
Hantay	1	Toufflers	1
Haubourdin	5	Tourcoing	6
Hellemmes	9	Tressin	1
Hem	1	Verlinghem	1
Houplin-Ancoisne	2	Villeneuve-d'Ascq	13
Illies	1	Wambrechies	1
La Bassée	1	Wasquehal	5
La Chapelle-d'Armentières	1	Wattignies	8
La Madeleine	10	Wattrelos	1
Lambersart	4	Wavrin	2
Lezennes	1	Wicres	1

3.1. Lieux et critères d'achat

Le panel interrogé déclare faire ses courses principalement en GMS (90% des répondants, ce qui est proche de la moyenne française qui est de 88%). Viennent ensuite les marchés / producteurs locaux / AMAP pour 27% et les magasins discount pour 21%.

Concernant les critères d'achat, les répondants devaient évaluer leur importance sur une échelle de 0 à 7 (7 étant une importance haute). Les 3 critères évalués au plus haut sont le goût, les habitudes et le prix (au-dessus de 5/7), puis le local, la santé/nutrition et la qualité (entre 4 et 5/7).



Au niveau français, selon une étude YouGov de 2020 publiée sur Statista, le critère le plus important était le prix (73% des répondants) et la qualité (67%). L'origine était prise en compte par 37%, les habitudes par 32%. Les habitudes semblent donc avoir un impact plus grand parmi nos répondants de la MEL, ainsi que l'origine des produits (87% des répondants de notre enquête ont d'ailleurs déclaré acheter des produits locaux). En complément à ce résultat, l'étude des corrélations a montré qu'il existait un lien entre consommation de légumes et achat de produits locaux.

Le panel semble plutôt attiré par les nouveaux produits, la moyenne étant de 4.07/7 (sur une échelle de 0 = « je consomme toujours les mêmes produits » à 7 = « je tente toujours des nouveaux produits »).

Il est à noter que 14% des répondants utilisent des applis de scan de produits. Selon des études en France datant de 2018 ou 2019, il semblerait que la moyenne française soit aux alentours de 20 à 25%. Une étude Obsoco de 2020 rapporte 14% d'utilisateurs réguliers et 8% qui les utilisent de temps en temps.

3.2. Budget / inflation

Le questionnaire comportait plusieurs questions sur les changements d'habitude alimentaire en ce contexte d'inflation.

Les résultats montrent que 60% des répondants ont changé le type et les quantités de produits achetés à cause de l'inflation : ils déclarent acheter plus de marques de distributeurs (MDD) et de produits premiers prix, mais sans changer leurs habitudes en termes de lieu d'achat.

Concernant les produits que les consommateurs ont réduits, on note que 56% déclarent réduire leurs achats de viande/poisson/œufs (dont une majorité ne se déclarant pas comme flexitarien ou végétarien), 19% leurs achats de fruits, 15% leurs achats de produits laitiers et 11% leurs achats de légumes.

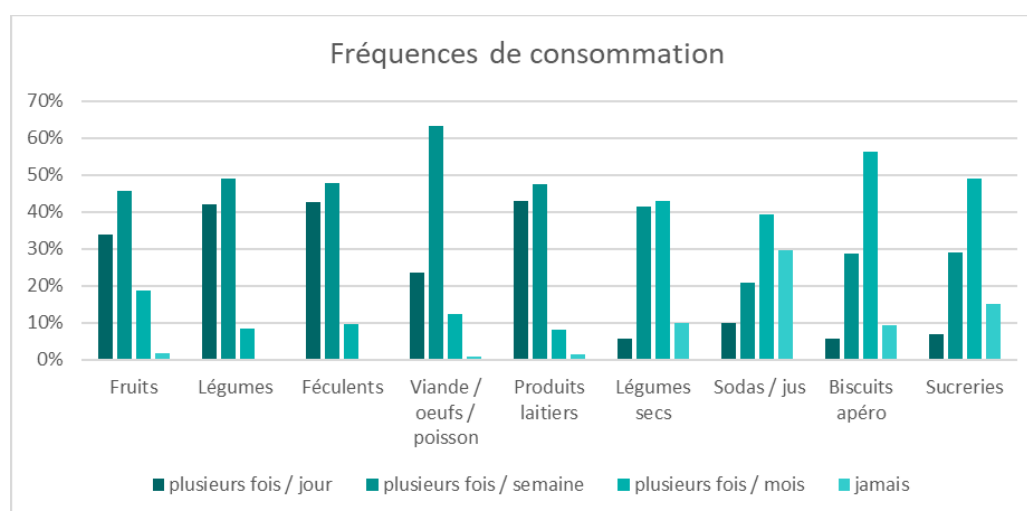
Cela correspond à la tendance française, comme le montre une étude Xerfi de 2022 : les MDD ont gagné 0,5 points par rapport à 2021, et les MDD économiques ont augmenté de 18,2% en valeur en 2022. Selon cette même étude, les produits frais sont ceux qui ont été principalement réduits (-13,6% pour le poisson et -4% pour la viande, -2,6% pour les fruits et légumes).

3.3. Aliments consommés / cuisine

Tout d'abord, une question concernant le régime alimentaire a été posée. Les répondants déclarent à 85% ne suivre aucun régime alimentaire particulier. 4% se disent végétariens, 0,3% végétaliens et 10% flexitariens (1% n'a pas souhaité répondre à la question). L'étude des corrélations montre que ce sont les répondants les plus jeunes qui ont le plus déclaré être flexitariens ou végétariens.

Au niveau français, selon une étude Statista Consumer Insights de 2022, 65% des française sont omnivores, 13% flexitariens, 3% végétariens et 3% végétaliens. Il semblerait que les personnes de la MEL soient donc moins flexi-, végé- ou végé-taliens que la moyenne française.

Concernant les fréquences de consommation des différents produits, voici les résultats obtenus lors de notre étude :



On remarque que les résultats de notre étude montrent un écart avec les recommandations nutritionnelles officielles et les objectifs du PNNS 4 présentés en annexe 2 (objectifs concernant la consommation de denrées alimentaires, mis en place par le Haut Conseil pour la Santé Publique, sur la base des consommations alimentaires recensées par les études ENNS [2006-07], INCA2, INCA3 [2015] et ESTEBAN [2016]). C'est le cas notamment pour les fruits et légumes qui devraient être consommés plusieurs fois par jour (or seuls 33% pour les fruits et 42% pour les légumes ont ces fréquences de consommation). Les produits laitiers et les légumes secs sont également moins consommés que les recommandations (qui sont de 2 produits laitiers par jour, légumes secs deux fois par semaine). Au niveau des boissons sucrées, l'objectif est que 100% de la population consomme au maximum un verre de boisson sucrée par jour, or 10% de nos répondants boivent des sodas/jus plusieurs fois par jour.

Concernant le fait de cuisiner soi-même, les résultats montrent une tendance portée vers le fait maison. En effet, les répondants déclarent consommer principalement leur déjeuner cuisiné maison pour 71%, et la moyenne de leur évaluation est de 5,29/7 sur une échelle de 0 à 7 concernant la préparation de leur plat principal (0 = « je mange des plats préparés » à 7 = « je cuisine toujours »).

Ce résultat suit la tendance française qui évolue vers un retour du fait maison, notamment depuis la crise sanitaire (par exemple un rapport de l'Obsoco évoque 75% de consommateurs qui affirment cuisiner de leurs mains au moins 7 repas sur 10 consommés au sein de leur foyer).

Il est à noter cependant que dans notre étude il existe une corrélation entre l'âge des répondants et le fait de cuisiner : les personnes plus âgées mangent plus de produits cuisinés maison pour le déjeuner que les plus jeunes.

3.4. Gaspillage alimentaire

Les résultats concernant la gestion des déchets alimentaires montrent que 60% des répondants ne jettent jamais de denrées alimentaires non entamées. 40% en jettent donc, entre une fois par mois et plusieurs fois par semaine, pour la principale raison que les produits sont périmés.

4. Limites de l'étude et perspectives

Cette étude présente une principale limite concernant la représentativité du panel ayant répondu au questionnaire : plus de femmes que d'hommes, principalement des Lillois, une tranche d'âge jeune sur-représentée. Le projet étudiant étant limité dans le temps, les canaux de diffusion ayant été peu variés, ainsi que le recueil de réponses sur le terrain peu élevé, il n'a pas été possible de renforcer le nombre de répondants et la représentativité du panel.

Le questionnaire pourrait cependant être ré-utilisé pour recueillir d'autres réponses, mais également pour mettre à jour les résultats périodiquement et étudier l'évolution des comportements alimentaires au sein de la MEL.

Si on souhaite confronter les résultats aux hypothèses qui avaient été émises, voici les conclusions :

- Suite à la crise sanitaire, les habitants de la MEL sont plus soucieux d'acheter des produits locaux => oui, peut-être même plus que la moyenne française ?
- Le budget des habitants de la MEL a augmenté, et pour contenir celui-ci, les habitants de la MEL achètent plus de MDD, ils achètent moins de produits frais et se tournent davantage vers les magasins discounts => ils achètent en effet plus de MDD, plus de premiers prix, moins de produits frais mais leur fréquentation des magasins d'achat ne semble pas avoir changé.
- Les habitants de la MEL ont une alimentation équilibrée, c'est-à-dire qu'ils mangent de tout et dans les quantités adaptées (exemple : ils mangent des fruits et légumes plusieurs fois par jour) => non, il existe un déséquilibre notamment au niveau des fruits et légumes, produits laitiers, légumes secs.
- Les habitants de la MEL mangent principalement des plats « faits maison » => une majorité mange des plats faits maison en effet.
- Les habitants de la MEL ne suivent pas de régime particulier => en effet, et même de façon supérieure à la moyenne française.

Ces résultats montrent l'intérêt de poursuivre ou de mettre en place des actions de sensibilisation auprès des habitants de la MEL, et de favoriser les circuits courts pour répondre à la tendance des achats locaux et renforcer les achats et la consommation de produits frais notamment.

Annexe 1. Questionnaire d'étude

Nous sommes un groupe chargé de faire une étude sur les habitudes et comportements alimentaires des habitants de la Métropole Européenne de Lille. Durant cette entrevue nous aborderons plusieurs points concernant vos fréquences, habitudes et préférences. Il s'agit d'un questionnaire anonyme. Répondez de façon libre et exhaustive. On commence ?

Lien :

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScN6vRXEflqijnQxNjGI9iruP6qhEC5djHU8ohkYTh2JI6OQ/viewform?usp=sf_link

Au moment de faire vos courses :

- 1) Quel budget hebdomadaire consacrez-vous à l'alimentation ?
 - 0 à 50 €
 - 50 à 100€
 - 100 à 150 €
 - 150 à 200€
 - Plus de 200€

- 2) Où achetez-vous majoritairement vos produits alimentaires ?
 - Hypermarché / Supermarché
 - Marché / Producteurs locaux / AMAP
 - Magasin spécialisé (surgelé / bio)
 - Drive / Internet
 - Autre (précisez)

- 3) A quel point les critères suivants sont-ils importants pour vous en ce qui concerne votre lieu d'achat ? (0 = pas d'importance et 7 = haute importance)
 - Prix
 - Proximité
 - Critère de praticité (parking, accès)
 - Habitude
 - Qualité des produits vendus (bio, Label Rouge, etc.)
 - Publicité / promotions / avantages
 - Variété des produits
 - Conseils du personnel

- 4) Parmi ces applications, lesquelles utilisez-vous ? (2 réponses maximum)
 - Drive (sites de grandes enseignes)
 - Scan (Yuka...)
 - Livraison (UberEat, Deliveroo, HelloFresh...)
 - Application de réduction
 - Gestion de liste de courses
 - Je n'utilise aucun de ces outils

Au moment de choisir les produits :

- 5) Concernant les produits alimentaires, quelle importance accordez-vous aux critères suivants ? (0 = pas d'importance et 7 = haute importance)
 - Prix

- Habitudes
- Goût
- Local
- Bio
- Qualité (label rouge, label MSC...)
- Santé/Nutrition (composition du produit en protéines, lipides, ...)
- Religion
- Marque du produit
- Packaging
- Promotion/publicité

6) Achetez-vous ?

- Des MDD (marque de distributeur) Oui Non
- Des marques nationales Oui Non
- Des produits premiers prix Oui Non
- Des produits locaux Oui Non
- Je ne fais pas de différences Oui Non

7) Consommez-vous souvent des nouveaux produits alimentaires ?

- 1 = Je consomme toujours les mêmes choses
- 7 = Je tente de nouveaux produits

Au moment de consommer :

8) A quelle fréquence grignotez-vous ? (Goûter compris)

- + souvent
- 3 à 4 fois par jour
- 1 à 2 fois par jour
- souvent

9) Mangez-vous plutôt sucré ou salé le matin ?

- Sucré
- Salé
- Les deux
- Je ne mange pas le matin

10) Quel repas pourriez-vous manquer ?

- Petit-déjeuner
- Déjeuner
- Dîner
- N'importe quel repas peut être manqué
- Aucun repas ne doit être manqué
- o

11) A quelle fréquence mangez-vous les aliments suivants ?

- Fruits
- Légumes
- Féculents
- Viande/Œuf/Poisson
- Produits laitiers (lait, yaourt sans sucre, fromage)
- Légumes secs
- Sodas, jus, boissons énergisantes, autres boissons sucrées

- Biscuits apéritifs (chips, cacahuète, ...)
- Sucrieries (bonbons, gâteaux industriels, ...)

Parmi les fréquences suivantes :

- Jamais
- Plusieurs fois/mois
- Plusieurs fois/semaines
- Plusieurs fois/jour

12) Comment préparez-vous habituellement votre plat principal ?

1 = Je cuisine toujours

7 = Je me fais livrer des repas préparés

13) Comment mangez-vous principalement le midi ?

- Je mange à l'extérieur (restaurants d'entreprise, restaurants universitaires...)
- Je commande
- Je mange un plat industriel
- Je cuisine
- Je ne mange pas

Concernant vos déchets alimentaires :

14) A quelle fréquence jetez-vous des produits alimentaires non-entamés ?

- Jamais
- Plusieurs fois par mois
- Une fois par mois
- Une fois par semaine
- Plusieurs fois par semaine

15) Vous jetez des produits alimentaires non-entamés, parce que :

- Ils sont périmés
- Je n'aime pas
- Je ne jette jamais de produits alimentaires non entamés
- Autre (précisez)

Au cours de ces 6 derniers mois :

16) L'inflation a-t-elle un impact sur vos courses ?

- J'ai modifié le type de produits Oui Non
- J'ai modifié les quantités Oui Non
- J'ai changé de magasin Oui Non

17) Votre budget alimentaire a-t-il récemment évolué ?

- Il n'a pas évolué
- Il a diminué
- Il a augmenté
- Je ne sais pas

18) Achetez-vous plus de :

- MDD (marque de distributeur) Oui Non
- Marques nationales Oui Non
- Produits premiers prix Oui Non



- Produits locaux Oui Non
- Autre (précisez)

19) Parmi les catégories suivantes avez-vous diminué la consommation de certaines d'entre elles ? 3 Réponses maximum

- Fruits
- Légumes
- Viande/œuf/poisson
- Produits laitiers
- Sucrieries
- Je n'ai diminué la consommation d'aucun de ces produits
- Autre

Concernant votre profil :

20) Genre :

- Homme
- Femme
- Ne se prononce pas

21) Age :

- 15-29 ans
- 30-44 ans
- 45-59 ans
- 60-74 ans
- 75 et plus

22) Nombre de personnes dans le foyer : de 1 à 6

23) Commune de la MEL : (voir liste commune de la MEL)

24) A quelle catégorie socio-professionnelle appartenez-vous ?

- Agriculteur
- Artisan
- Commerçant
- Chef d'entreprise
- Profession libérale
- Cadre ou profession intellectuelle supérieure
- Profession intermédiaire
- Employé
- Ouvrier
- Retraité
- Demandeur d'emploi
- Homme ou Femme au foyer
- Etudiant, lycéen
- Autre

25) A quelle fréquence faites-vous du sport ?

- +6 fois par semaine
- 4 à 6 fois par semaine
- 2 à 3 fois par semaine
- 1 fois par semaine

- 1 fois par mois
- Jamais

26) Avez-vous un régime alimentaire particulier ?

- Aucun régime particulier (consomme l'ensemble des produits viande, poissons, légumes, produits laitiers...)
- Végétarien (mange des produits d'origine animale : laitages, œufs, miel Mais pas de viande (poissons, poulets, bœuf, porc ...))
- Végétalien (ne consomme pas de produits d'origine animale de toute sorte)
- Flexitarien (consomme essentiellement des aliments d'origine végétale mais mange occasionnellement de la viande)
- Ne souhaite pas répondre

27) Souffrez-vous d'allergies alimentaires ?

- Oui (précisez)
- Non



Annexe 2. Objectifs du PNNS 4 (2019-23) relatifs aux consommations alimentaires (hors alcool)

Fruits et légumes

Augmenter chez les adultes la consommation de fruits et légumes, de sorte que :

- 80 % au moins consomment au moins 3,5 portions de fruits et légumes par jour ;
- 55 % au moins consomment au moins 5 portions de fruits et légumes par jour.

Augmenter chez les adultes en situation de pauvreté, la consommation de fruits et légumes, de sorte que :

- 100% des adultes consomment au moins un fruit ou légume par jour ;
- 50% des adultes consomment au moins 3,5 fruits et légumes par jour

Produits céréaliers complets

Améliorer le profil de consommation des produits céréaliers, afin d'obtenir en 5 ans :

- 100% de la population* avec un rapport céréales complètes et peu raffinées / produits céréaliers totaux supérieur à 50%.

Légumineuses

Augmenter la consommation de légumineuses dans la population de sorte que :

- 100% de la population consomme au moins une portion de légumineuses par semaine.

Matières grasses ajoutées

Améliorer le profil de consommation des matières grasses ajoutées, de sorte que :

- 100% de la population ait un rapport matières grasses végétales / matières grasses totales supérieur à 50% ;
- 100% de la population ait un rapport matières grasses végétales riches en ALA (acide alpha-linolénique) et huile d'olive / matières grasses végétales totales supérieur à 50%.

Fruits à coque sans sel ajouté

Augmenter la consommation de fruits à coque sans sel ajouté dans la population de sorte que :

- 100% de la population de plus de 36 mois consomme au moins une portion de fruit à coque sans sel ajouté par semaine.

Produits laitiers

Faire évoluer la consommation des produits laitiers chez les adultes de sorte que :

- 100% de la population consomme au moins un produit laitier par jour ;
- 100% de la population consomme moins de 4 produits laitiers par jour.

Viande hors volaille

Diminuer la consommation de viande « rouge » (bœuf, porc, veau, mouton, chèvre, cheval, sanglier, biche) dans la population de sorte que :

- 100% de la population consomme en dessous du seuil de 500g de viande par semaine.

Poisson

Augmenter la consommation de poisson dans la population de sorte que :

- 100% de la population consomme au moins une portion de poisson par semaine.

Charcuterie

Diminuer la consommation de charcuterie dans la population de sorte que :

- 100% de la population consomme en dessous du seuil de 150g de charcuterie par semaine.

Boissons sucrées

Diminuer la consommation de boissons sucrées dans la population pour atteindre :

- 100% de la population consomme au maximum un verre de boisson sucrée par jour (dont jus de fruit).