

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 BAISSSE

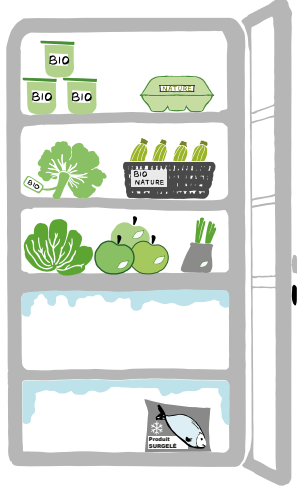
1/3

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

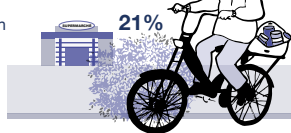
1 les conquis des grandes surfaces

sensibles aux prix
fréquentent les hypermarchés
et les hard-discounts
habitants de villes moyennes
et de classes modestes



2 les désimpliqués 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

