



Les Français et l'affichage de l'origine des produits alimentaires

09 octobre 2023



appinio

En Vérité : le premier, et le seul, collectif de marques à réclamer la transparence alimentaire



Un réseau de plus de 60 marques engagées dans la transparence alimentaire



Un Lobby positif auprès des instances gouvernementales



Des évènements autour de chaque pilier de transparence :



Des prises de parole médias



09 octobre :
Conférence
de Presse



appinio

Appinio : le premier institut d'études certifié « B Corp » en France



Un institut d'études international

2016 | Création

2021 | Expansion

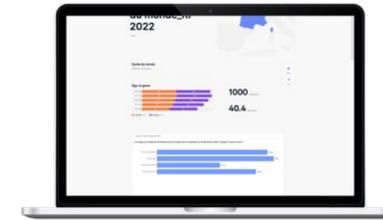
2023 | 200+ collaborateurs



Une solution tout-en-un



Panel 2.0



Plateforme SaaS



Accompagnement



Une reconnaissance institutionnelle

2022 | #9 entreprise tech all.



2023 | #1 institut d'Europe



2023 | accéléré par l'UDM



Un Engagement RSE fort

Entreprise



Certifiée

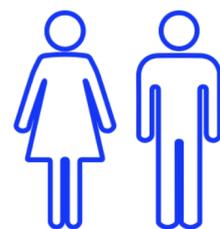


appinio

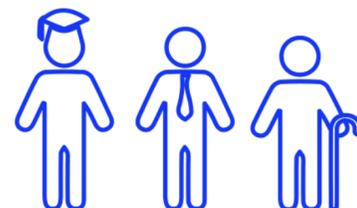
Une enquête représentative de la population française

Terrain réalisé du 14 au 19 septembre 2023

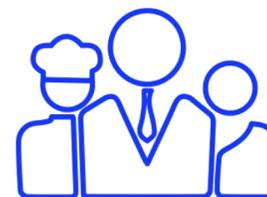
4 critères d'échantillonnage :



Sexe de l'interviewé



Âge de l'interviewé



Catégorie
Socio-Professionnelle
de l'interviewé



Région



1 000
ENQUÊTES ONLINE



ÉCHANTILLON
REPRÉSENTATIF

De la population française
de 18 ans et plus

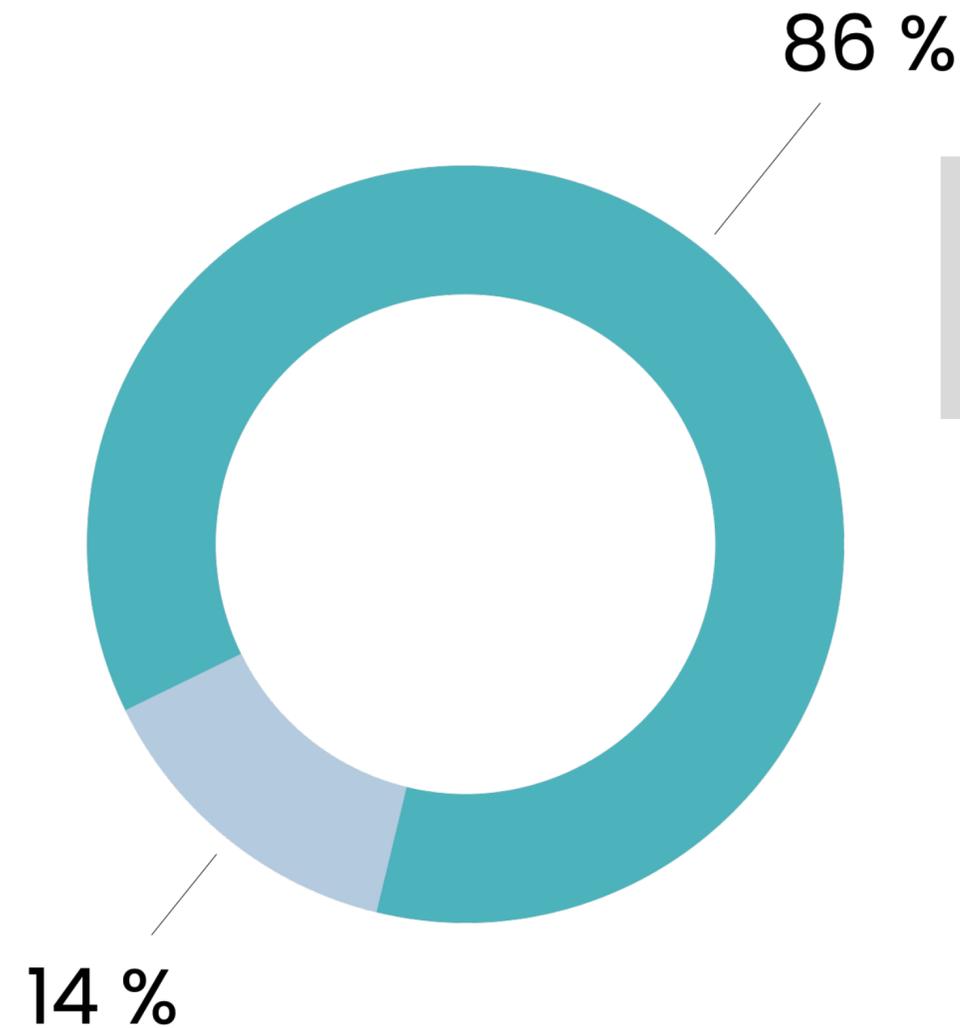


Durée du questionnaire
15 minutes



appinio

Les Français expriment une forte sensibilité à l'affichage de l'origine des produits



86% des Français trouvent important de disposer de cette information au moment de leur achat



Les Français veulent de la transparence sur l'ensemble de la chaîne de valeur

L'affichage de l'origine des matières premières est considéré comme important pour 85% des Français, suivi de près par le lieu de transformation (82%).

Pour 80% des Français, il est important d'avoir une connaissance complète sur l'intégralité des ingrédients.



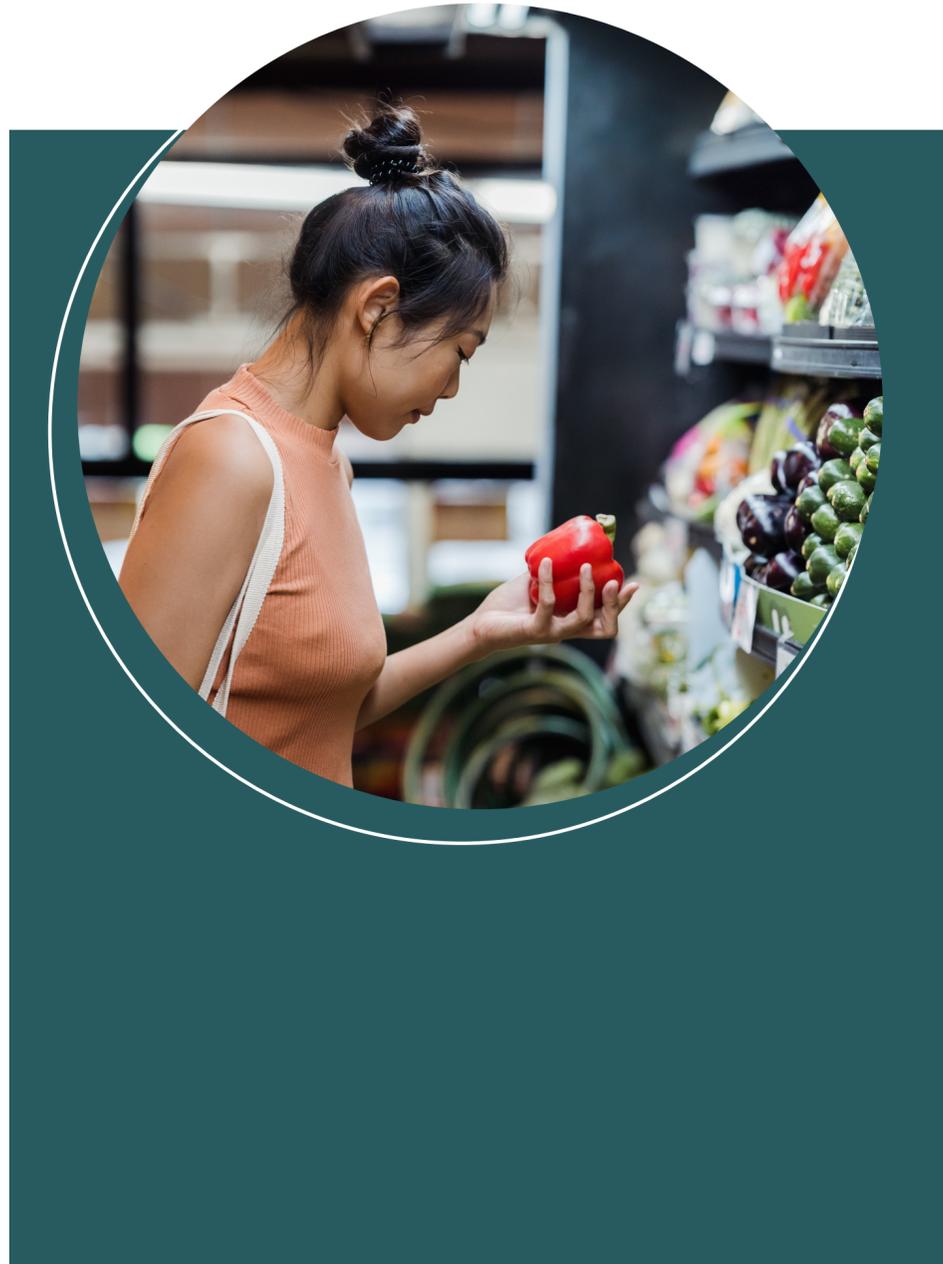
« L'affichage devrait être beaucoup plus clair, par exemple "fabriqué en France" ne veut pas dire que les ingrédients sont d'origine France »

« Une traçabilité exemplaire du lieu de production d'origine et des conditions de culture jusqu'à l'assiette. Savoir si le produit a été transformé et où, quand, comment et par qui il l'a été »



appinio

Les Français qui accordent de l'importance à l'origine d'un produit le font essentiellement pour :



Le soutien aux producteurs locaux (59%)

La qualité (57%)

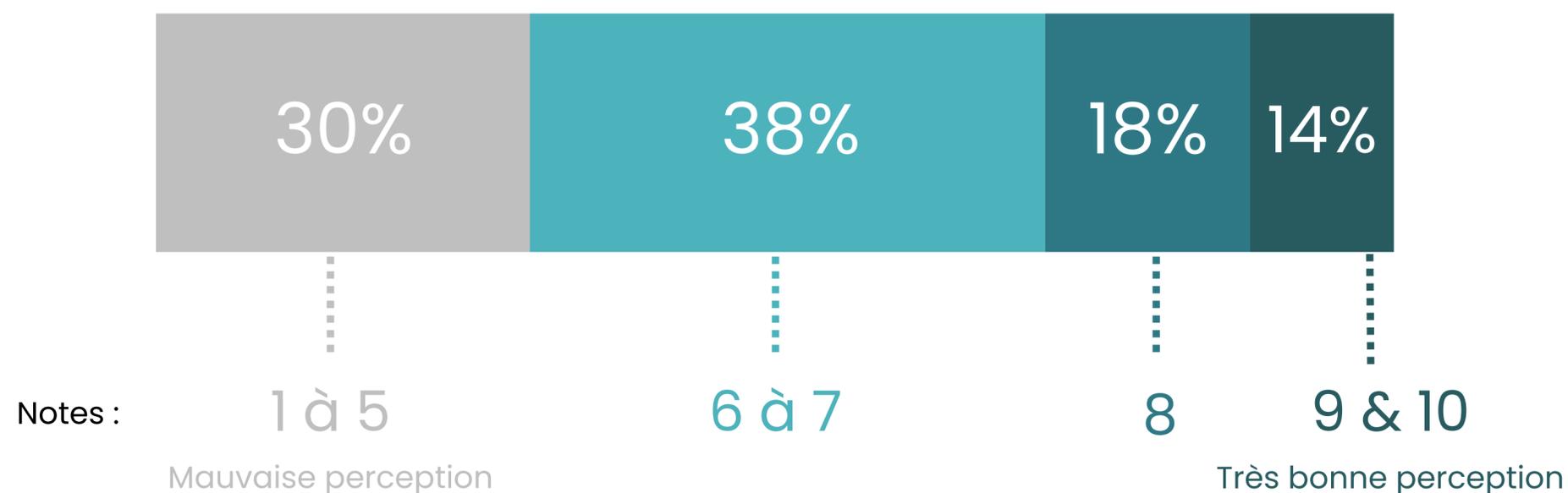
Le goût (41%)

La réduction de leur empreinte carbone (29%)



La situation actuelle n'est pas satisfaisante...

Les Français sont en demande de **transparence**, exprimant des critiques sur **l'accessibilité** (6,45/10), **la fiabilité** (6,49/10) et la **crédibilité** (6,52/10) de l'information sur l'origine des produits à date.



« L'enjeu est primordial. Je pense que l'étiquetage de l'origine peut contribuer à restaurer la confiance des consommateurs envers les produits alimentaires qu'ils consomment »

« J'attends surtout que les industriels disent la vérité sur les produits »



appinio

Les Français veulent avoir accès à une information simple, visible et homogène

Labels /Certifications et listes d'ingrédients sont principalement utilisés pour s'informer sur l'origine (68% des Français), bien devant les drapeaux (55%) ou les applis type Yuka (35%), mais moins de la moitié d'entre eux y prêtent une réelle attention lors de leurs achats.



« Que ce soit clair et bien visible sur l'emballage du produit »

« Que du premier coup d'œil on puisse comprendre »

« Quelque chose de simple et visible directement »



« Que ce soit clairement précisé sur la face avant de l'emballage. Pas dans les petites lignes à l'arrière ou ailleurs, ne pas avoir besoin de chercher et savoir tout de suite d'où vient le produit que je souhaite acheter »

« Que l'affichage soit clair et précis, sans aucune équivoque sur le pays d'origine et surtout sans triche »



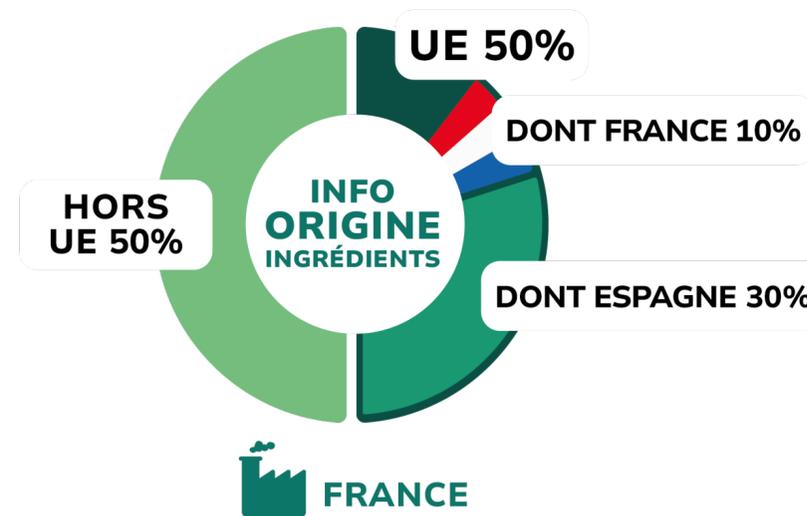
Il y a un enjeu à proposer un système d'affichage de l'origine permettant aux consommateurs de disposer d'une information claire et complète



appinio

Le Collectif En Vérité a imaginé un logo, pour les besoins de l'étude, transposable au niveau européen, regroupant de manière claire l'origine des matières premières et le lieu de transformation du produit

Appinio l'a testé auprès des consommateurs



Visible et **facile à lire** (7,09/10)



Facile à **comprendre** (7,03/10)



Pour **plus d'1 Français sur 2** (55%), les marques qui présenteraient ce logo seraient **plus crédibles**



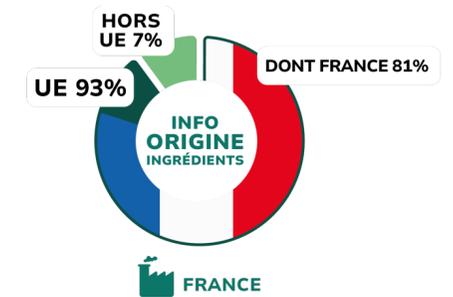
3 intentions d'achat ont été mesurées



4,15€
15,66€/KG



4,15€
15,66€/KG



1. Intention d'achat brute

Seules les marques et leurs promesses on pack sont dévoilées et on évalue une première intention d'achat sur cette base.

2. Intention d'achat pricée

On introduit ensuite le prix, critère déterminant en alimentaire, particulièrement en cette période d'inflation.

Sans surprise, les propositions les mieux placées en prix voient leurs intentions d'achat significativement renforcées à cette étape.

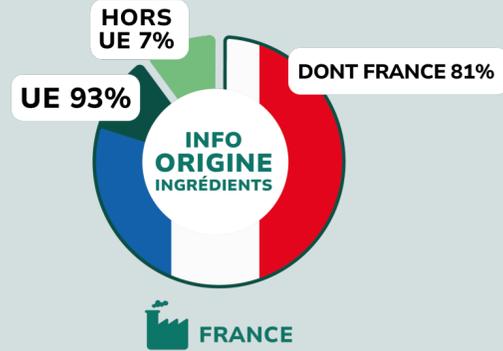
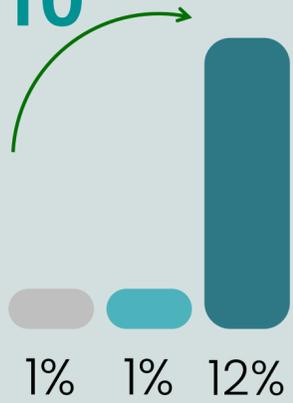
3. IA pricée + logo

On introduit enfin le logo Origine.

Les consommateurs évaluent alors un tryptique marque / prix / info origine.



x10

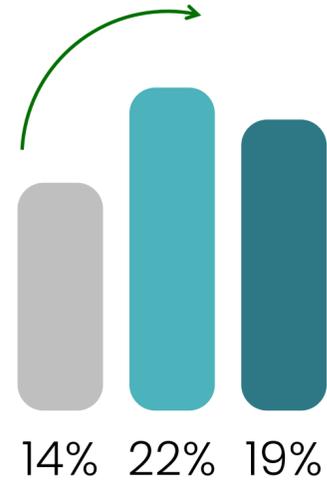


4,15€
15,66€/KG

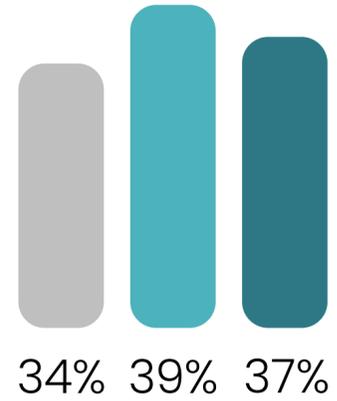
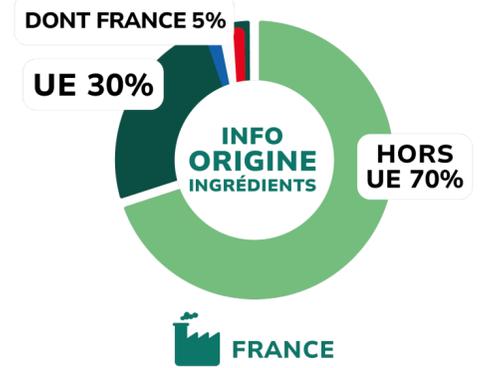
Évolution significative
À 95%

- IA pack seul
- IA pricée
- IA pricée avec logo

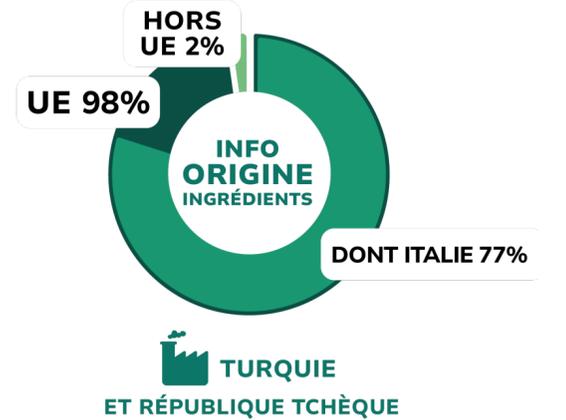
Ketchup



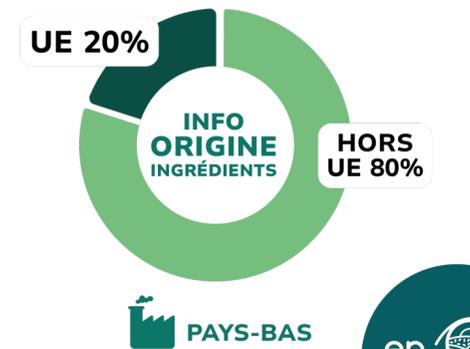
MDD
1,25€
2,23€/KG



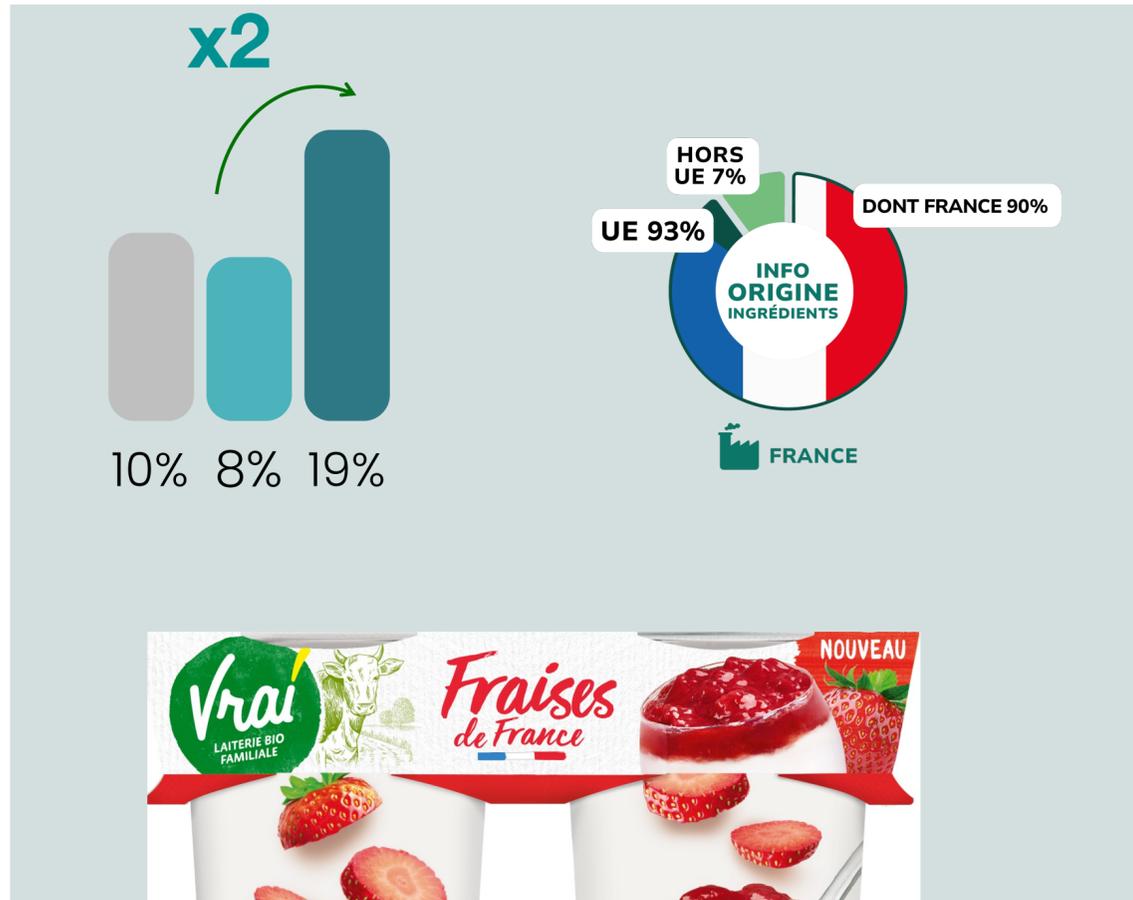
MARQUE 3
1,69€
3,07€/KG



MARQUE 4
2,65€
4,57€/KG

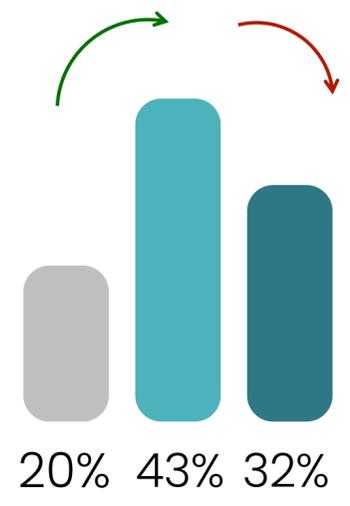
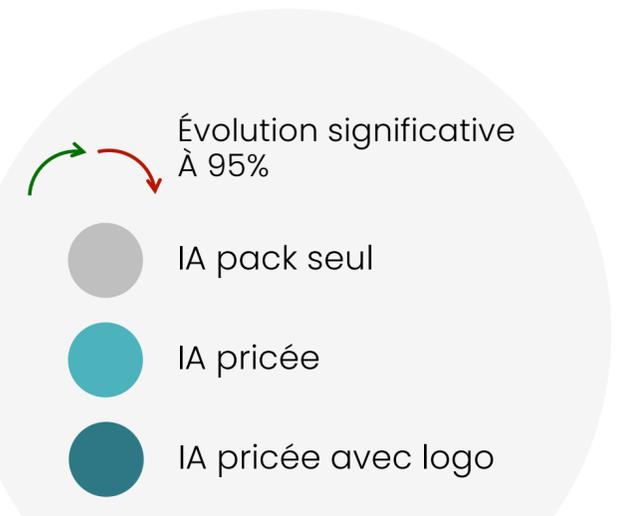


appinio



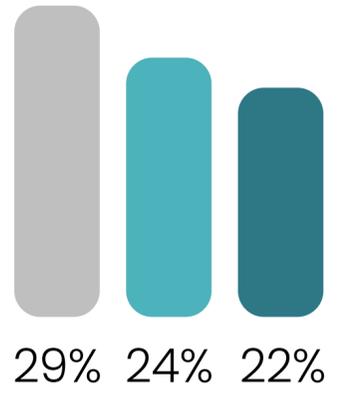
1,75€
7,61€/KG

YAOURT
FRAISE



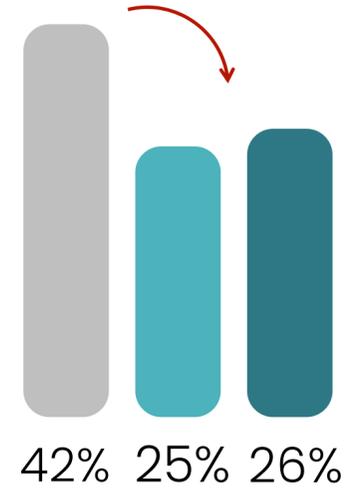
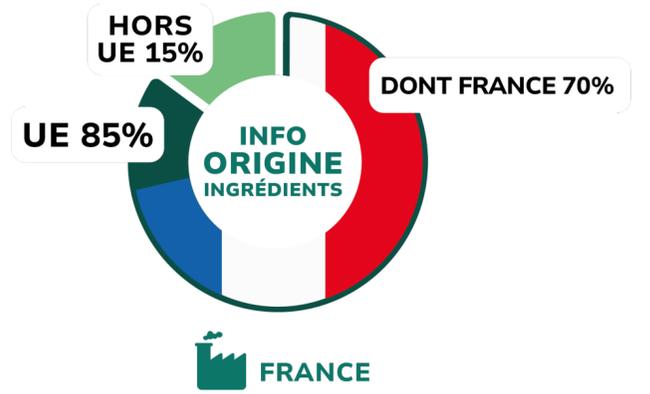
MDD

1,39€
2,78€/KG



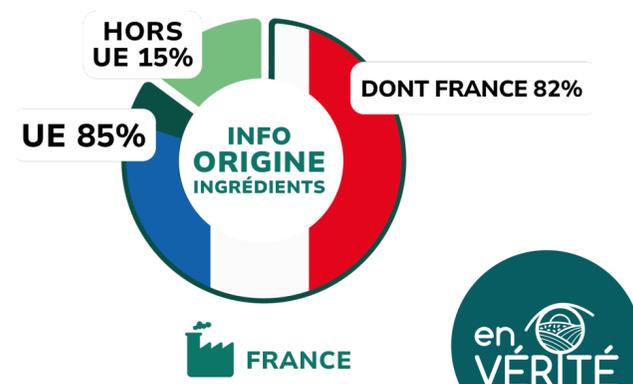
MARQUE 3

1,81€
3,62€/KG

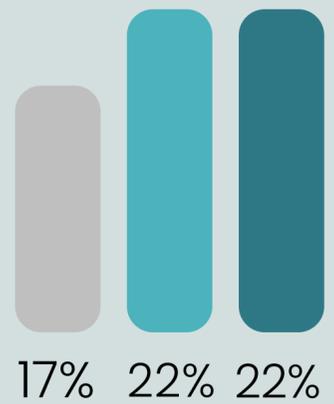


MARQUE 4

1,88€
3,62€/KG



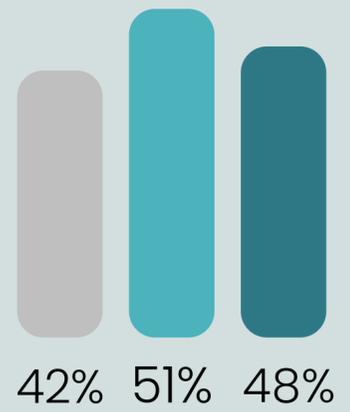
appinio



1,65€
3,75€/KG



FRANCE (BRETAGNE)



MDD

1,15€
2,61€/KG

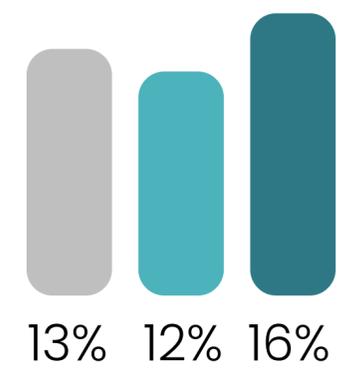


FRANCE

Évolution significative À 95%

- IA pack seul
- IA pricée
- IA pricée avec logo

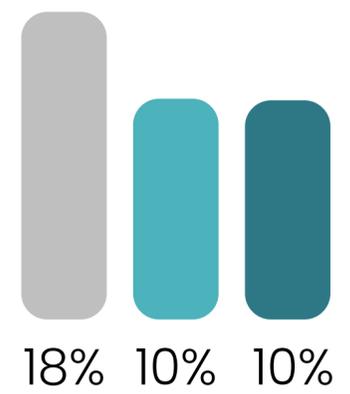
HARICOTS VERTS



2,65€
9,14€/KG



FRANCE

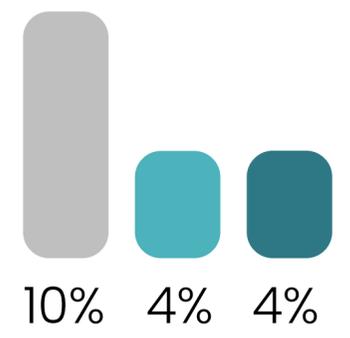


MARQUE 4

3,07€
7,87€/KG



KENYA



3,12€
11,14€/KG



MADAGASCAR



Témoignages

en 
VÉRITÉ

.nod
Mangeons dans le bon sens.

Témoignages

en  VÉRITÉ

Vrai

LAITERIE BIO
FAMILIALE



Conclusion

- ✓ Quand on donne l'information aux consommateurs, les intentions d'achat peuvent faire x2 à x10 sur les marques mieux-disantes et engagées !
- ✓ Donner l'info-Origin est un véritable levier pour favoriser la souveraineté alimentaire et accélérer la transition.
- ✓ La solution imaginée est applicable en France et transposable au niveau européen.

→ Le Collectif va soumettre une **proposition de loi pour l'adoption de l'affichage obligatoire de l'origine de manière simple et visible** et sollicite tous les acteurs qui souhaitent soutenir cette ambition simple, attendue par les consommateurs et les électeurs, à se joindre à lui.



Merci de votre
attention

en
VÉRITÉ



appinio



Des questions ?
Réactions ?

en 
VÉRITÉ