

ETUDE FILIERE LAITIERE

Fanny Mével – Olivier Mével

Novembre 2016



LES PRODUITS LAITIERS

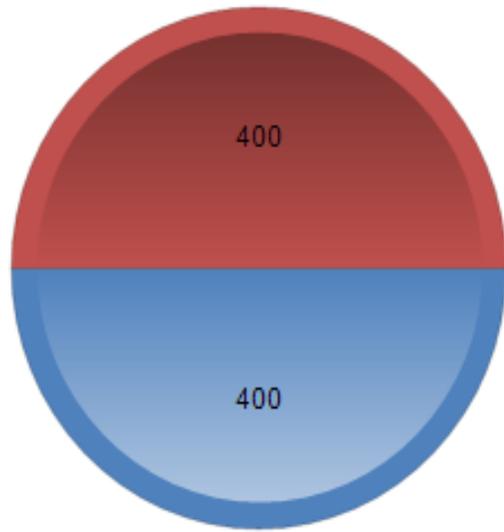


Méthodologie d'enquête

- Interviews **du 20 août au 20 septembre 2016**
- **On-line via access-panels**
- **Obligation de réponse** à toutes les questions
- Dépouillement et analyse sur **le logiciel Sphinx**

- Utilisation d'outils spécifiques : **VAC (Valeur Ajoutée Client), prix psychologique et NPS (Net Promoter Score)**

Répartition géographique des interviewés



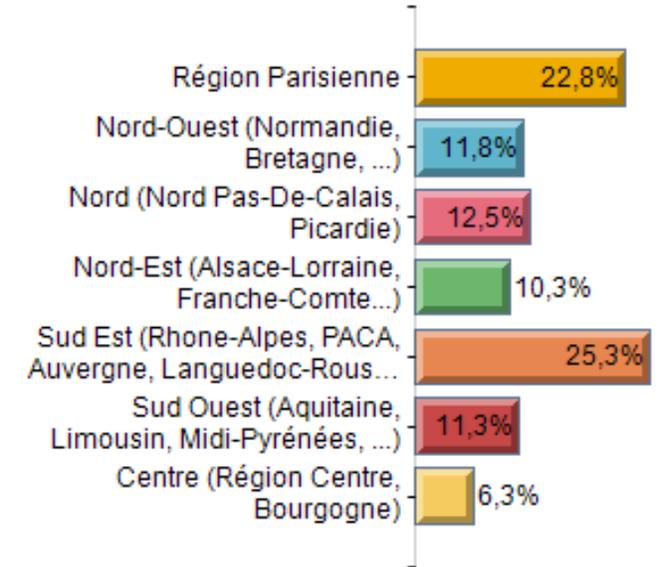
■ Dans les Pays de Loire ■ Hors Pays de Loire

n = 800 interviews

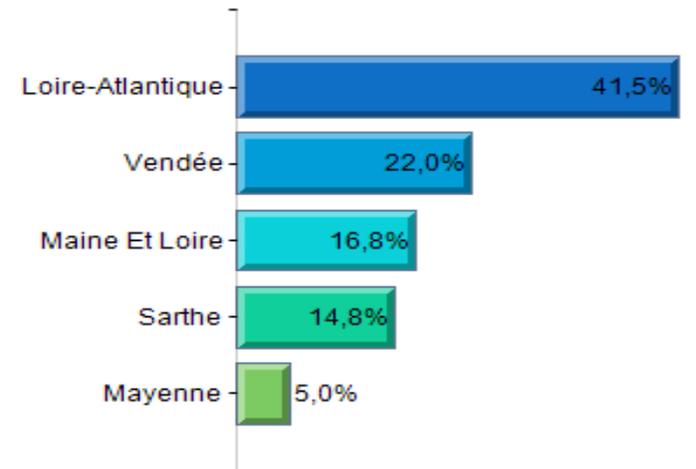
400 interviews

400 interviews

Dans quelle zone ?

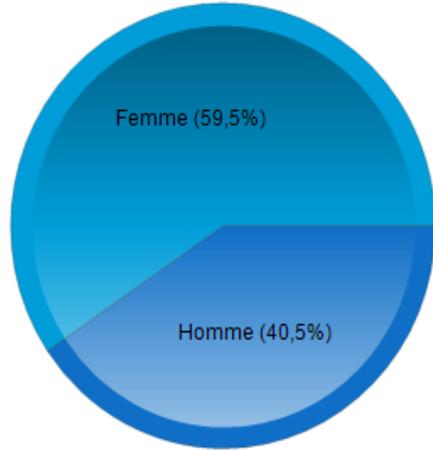


Dans quel département ?

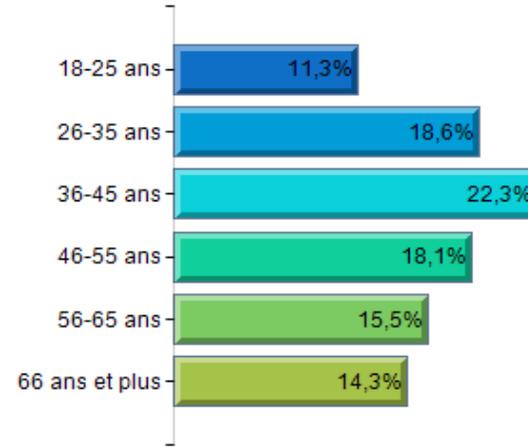


Caractéristiques de l'échantillon

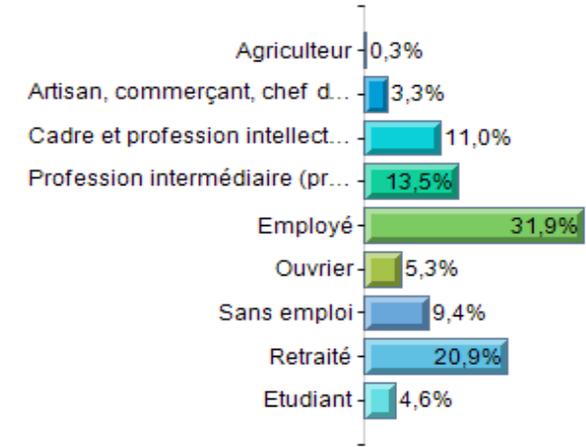
Sexe :



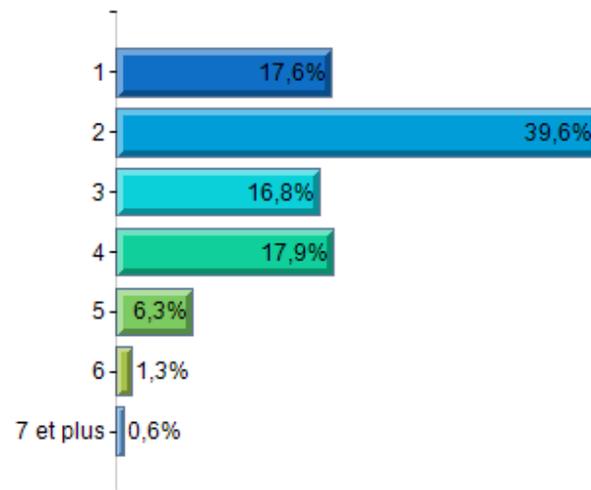
Tranche d'âge



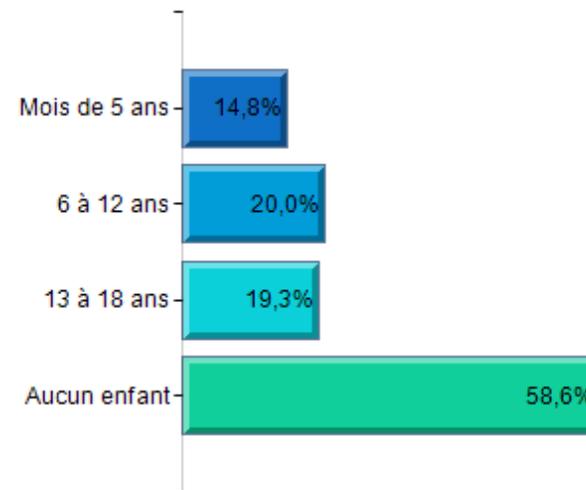
Catégorie Socioprofessionnelle



Taille du foyer (vous incluant) :



Age des enfants vivants au foyer :



PARTIE 1

LES HABITUDES D'ACHAT PRODUITS LAITIERS



Question ouverte et spontanée : critères d'achat LAIT / FROMAGE / BEURRE

Critères achat LAIT

Critères	Sur 882 citations
Prix	215 citations
Type (E/demi-E/E)	190 citations
Origine	138 citations
DLC-fraîcheur	71 citations
Bio	69 citations
Qualité	67 citations
Marque	58 citations
Goût	31 citations
Type de packaging	24 citations

Critères achat FROMAGE

Critères	Sur 829 citations
Goût	207 citations
Origine	105 citations
Prix	97 citations
Qualité	89 citations
Type de fromage	59 citations
Marque	54 citations
Type de lait	48 citations
Fraîcheur / DLC	40 citations
Texture / pâte	26 citations

Critères achat BEURRE

Critères	Sur 796 citations
Prix	184 citations
Type (salé/doux)	143 citations
Origine / région	113 citations
Goût	63 citations
Qualité	62 citations
Bio	31 citations
Type de packaging/poids	25 citations
Facile à utiliser	23 citations
Taux de MG	21 citations

PRIX ++
TENEUR EN MATIERES GRASSES +
PROVENANCE

FORTE PRESENCE DU BIO

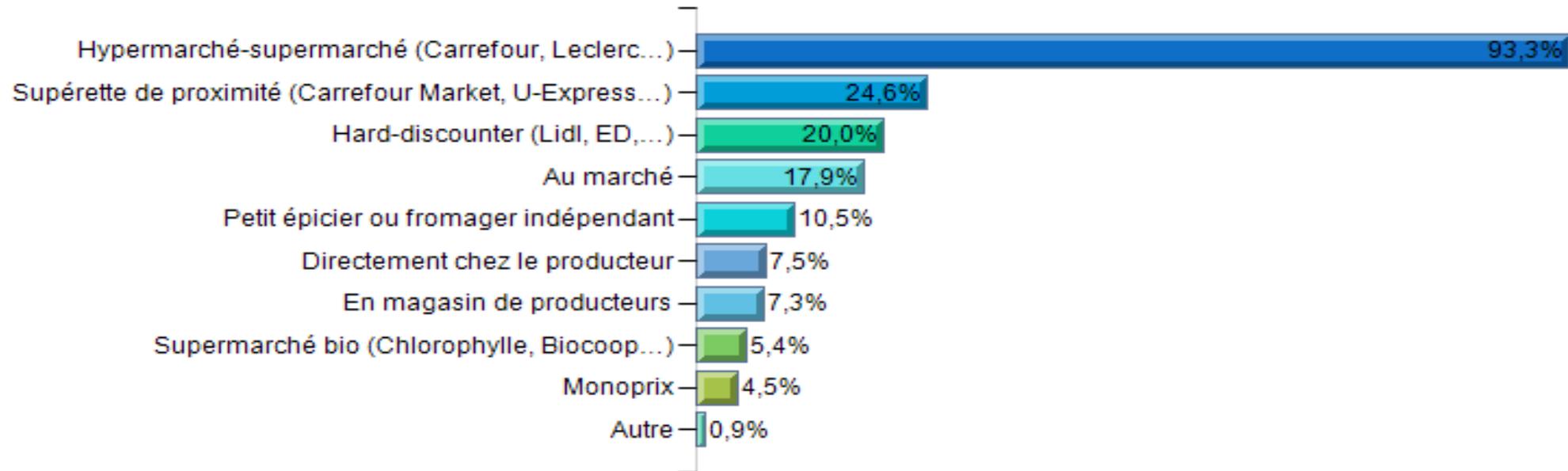
GOÛT ++
ORIGINE
PRIX
QUALITE
ABSENCE DU BIO ET DES SIQO

PRIX ++
SALE/NON SALE +
ORIGINE (REGION)
PETITE PRESENCE DU BIO
ABSENCE DES SIQO

LIEUX D'ACHAT

En % du nb de répondants

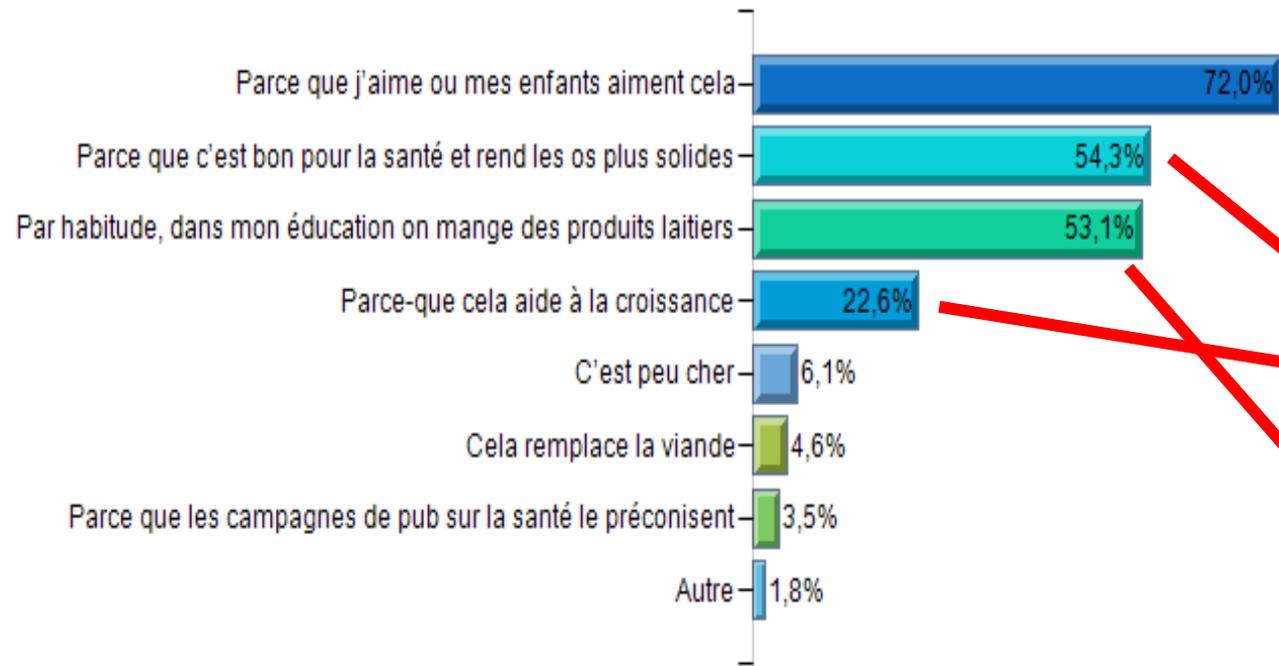
Où achetez-vous vos produits laitiers (lait, fromages, beurre, crème, yaourts...) le plus souvent ? (plusieurs choix possibles)



Les GMS dominant fortement (93% des répondants), suivis des formats de proximité des mêmes réseaux GMS et des hard-discounters.

Les « petits indépendants » arrivent loin derrière : marché, épicier, fromager. Ils sont peu présents dans la distribution des produits laitiers.

Pour quelles raisons consommez-vous, ainsi que vos enfants des produits laitiers ? (plusieurs choix possibles)

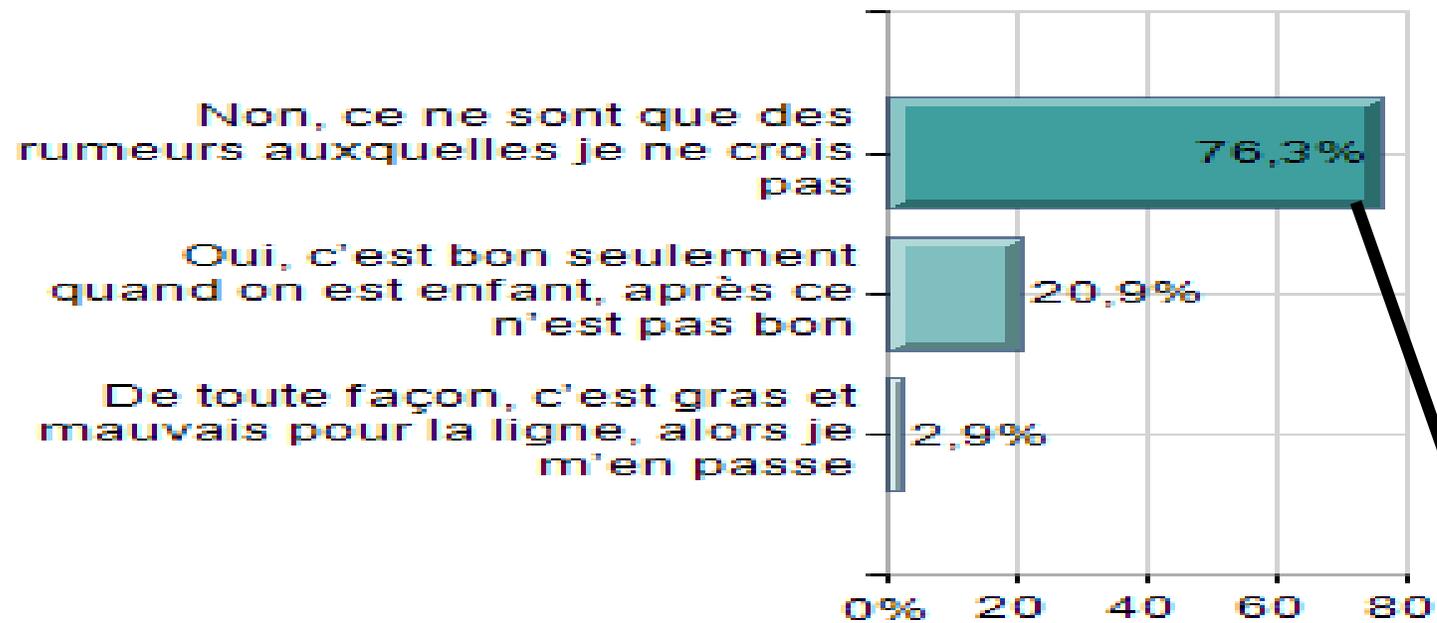


N°1 - Le plaisir de toute la famille domine = gourmandise, hédonisme

N°2 – Raisons liées à la santé et au bien-être

N°3 – Habitudes culturelles françaises

Croyez-vous que le lait soit nocif pour la santé comme le supposent certaines études ?



Les médias ont peu d'impact sur les consommateurs : **à 76% ils ne pensent pas que le lait soit nocif pour la santé des adultes.**

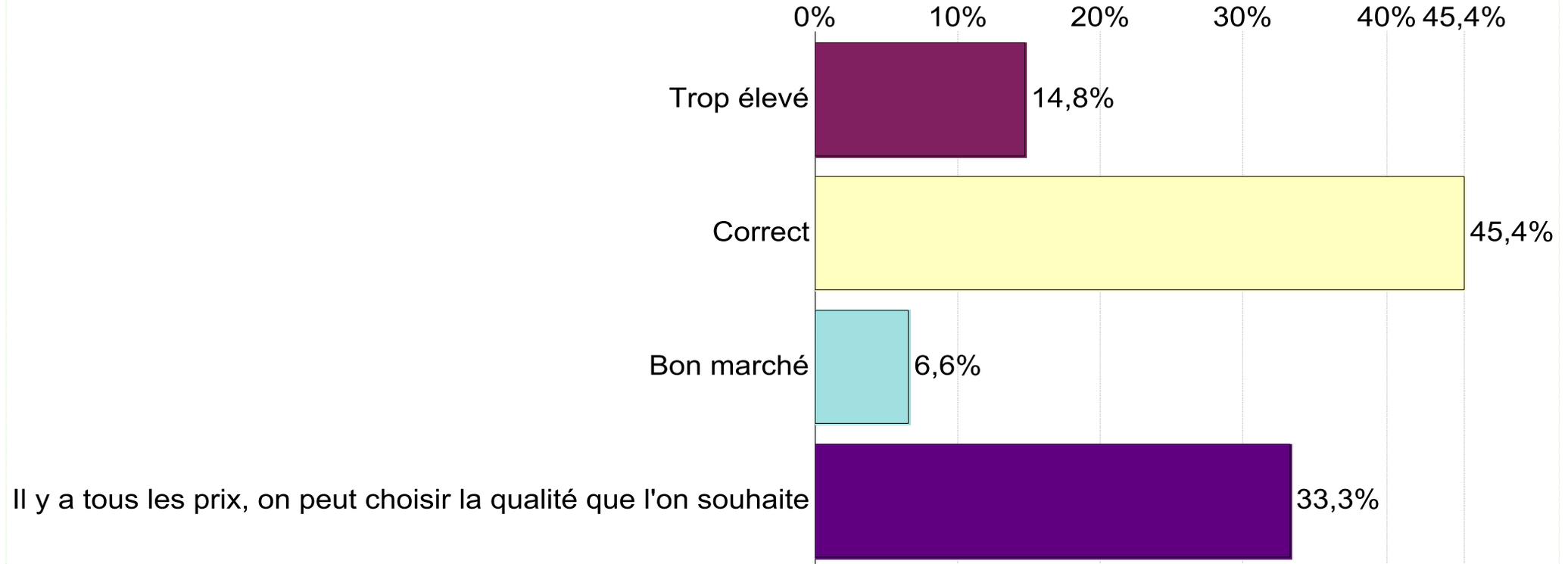
→ Une bonne image des produits laitiers en général.

PARTIE 2

PERCEPTION PRIX ET QUALITE



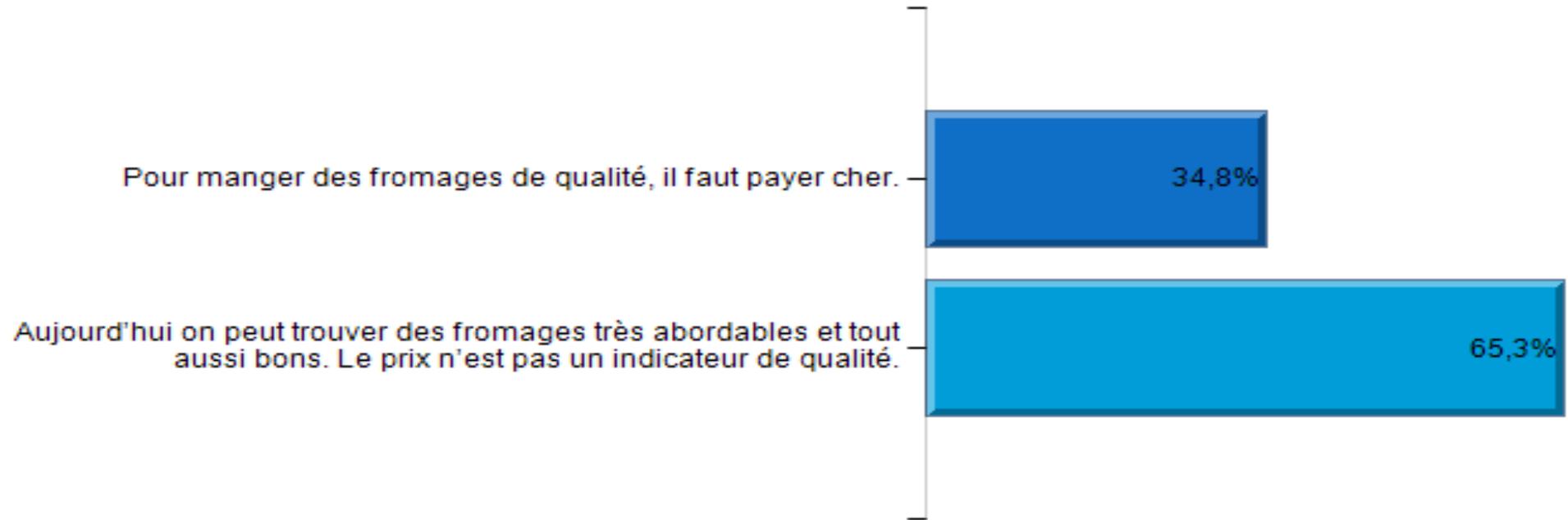
Que pensez-vous du prix des produits laitiers en général ?



**Pour les consommateurs, le prix des produits laitiers est jugé correct à 45,4%.
Et un tiers d'entre eux estiment que l'on peut trouver toutes les gammes de prix en fonction de la qualité que l'on cherche.**

→ Pas de frein prix / du choix en termes de qualité/prix

Avec laquelle de ces phrases êtes-vous le plus d'accord ? (1 seul choix possible)



Pour **35%** des consommateurs, **le fromage de bonne qualité nécessite de payer plus cher.**

65% estiment qu'on peut en trouver à tous les prix.

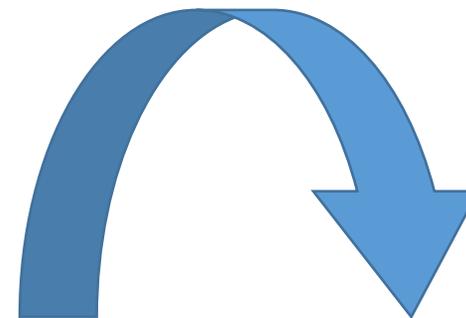
➔ Contrairement aux autres produits laitiers qui ne semblent pas souffrir du frein prix, le fromage est jugé cher par 35% des Français.

Prix 1l lait	% acheteurs
0,35	9,56%
0,4	10,00%
0,45	15,33%
0,5	15,14%
0,55	43,90%
0,6	44,36%
0,65	48,45%
0,7	47,69%
0,75	50,82%
0,8	48,21%
0,85	50,61%
0,9	48,83%
0,95	50,23%
0,99	50,25%
1	31,98%
1,1	61,60%
1,15	61,09%
1,2	57,38%
1,25	57,26%
1,3	56,24%
1,35	55,98%
1,4	55,86%
1,5	43,99%
1,6	45,16%
1,7	44,78%
1,8	44,27%
1,9	44,42%
2	17,47%
2,1	22,25%
2,2	22,12%
2,3	22,00%
2,5	20,72%
3	7,08%
3,5	7,26%
4	4,45%

Un prix psychologique très « étalé ».

De 0,65 € à 1,4€ avec un « pic » à 1,1 €

Impact de la démarche « C'est qui le patron? »



0,99€

Bûche de chèvre

Prix	% acheteurs
0,7	10,04%
0,75	11,36%
0,8	11,36%
0,9	13,60%
0,95	15,19%
0,99	15,45%
1	13,55%
1,05	57,08%
1,1	57,35%
1,2	57,49%
1,3	59,34%
1,4	60,13%
1,5	57,57%
1,6	67,34%
1,65	67,61%
1,7	67,48%
1,75	67,75%
1,8	67,63%
1,9	68,17%
2	55,78%
2,1	70,69%
2,2	70,31%
2,3	70,32%
2,5	64,95%
2,6	66,14%
2,7	65,63%
2,8	64,99%
2,85	64,99%
2,9	64,73%
3	39,54%
3,1	43,77%
3,2	43,26%
3,3	43,13%
3,5	39,68%
3,8	40,08%
4	22,05%
4,2	22,84%
4,5	21,31%
4,9	21,18%
5	7,75%

Un prix psychologique qui oscille entre 1,6 € et 2,7 €.

Un optimum à 2,1€ - 2,3€

La bûche de chèvre est un produit dont on sait que l'on peut trouver tous les prix et tous les niveaux de qualité. Certains sont prêts à payer cher pour avoir de la qualité.

On retrouve les « chercheurs de prix » et les « chercheurs de qualité » qui semblent être 2 segments distincts en alimentaire.

CRITERES CLES D'ACHAT LAIT

Critère choix lait	poids VAC
Prix abordable	17,16%
Origine France	15,75%
La date limite de consommation (DLC)	7,69%
Lait pasteurisé	7,64%
Sa teneur en matières grasses	7,24%
Origine locale (un producteur près de chez vous)	6,32%
En bouteille	5,53%
Bio	5,04%
Le bien-être des animaux	3,26%
Une marque connue (Lactel, Candia...)	3,10%
Une marque de distributeur	2,94%
Lait issu d'une petite exploitation, d'une ferme	2,78%
En brique	2,59%
AOP ou IGP	2,38%
Lait de Montagne	1,46%
Lait frais (ou cru)	1,42%
En demi-bouteille	1,36%
De chèvre	1,20%
Prix suffisamment élevé pour être synonyme de qualité	1,11%
Enrichi en vitamines	1,07%
Enrichi en calcium	1,03%
Sans lactose	0,63%
De brebis	0,53%
Spécifique pour la croissance des enfants	0,43%
Enrichi en Oméga 3	0,36%

Les 1ers critères sont très utiles :

- Prix abordable
 - Origine France
 - DLC
 - Pasteurisé
 - Teneur en matières grasses
- = 54,5 % de la VAC

Le BIO et le local en bonne place

- Peu de place pour le lait « + » et « sans » :
+ de calcium, plus de vitamines, meilleur pour la croissance, enrichi en oméga 3, sans lactose...

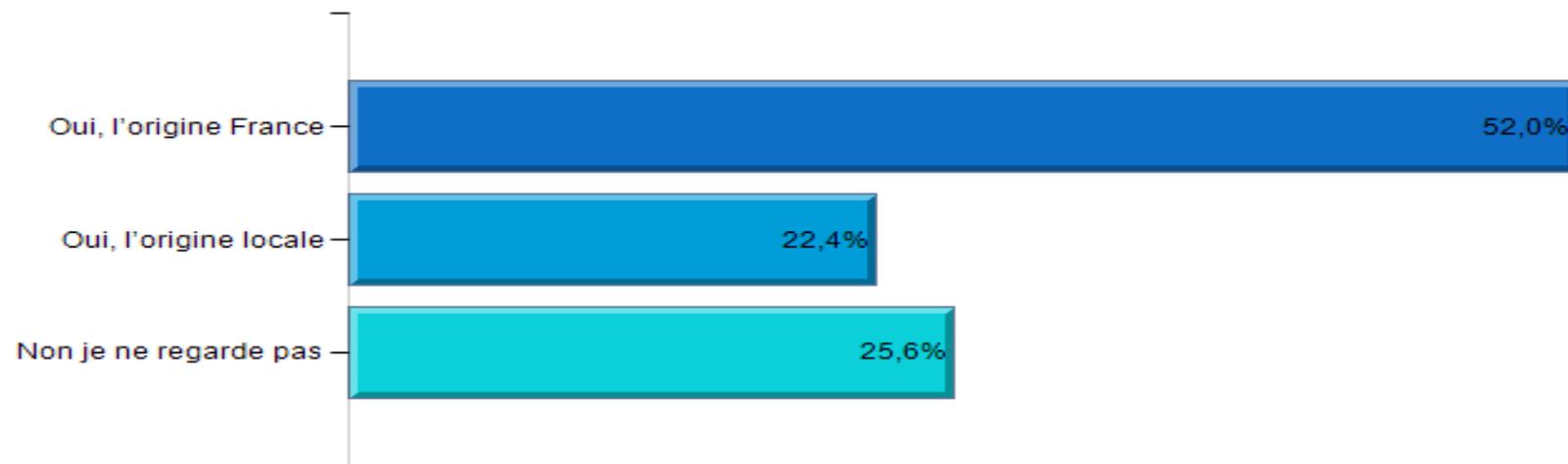
Pour vous, qu'est-ce qui est de meilleure qualité ? (classez de 1 à 4)

Signes de qualité	% VAC
Du lait Label Rouge	21,08%
D'origine locale	28,49%
Acheté directement chez le producteur	27,85%
BIO	22,59%



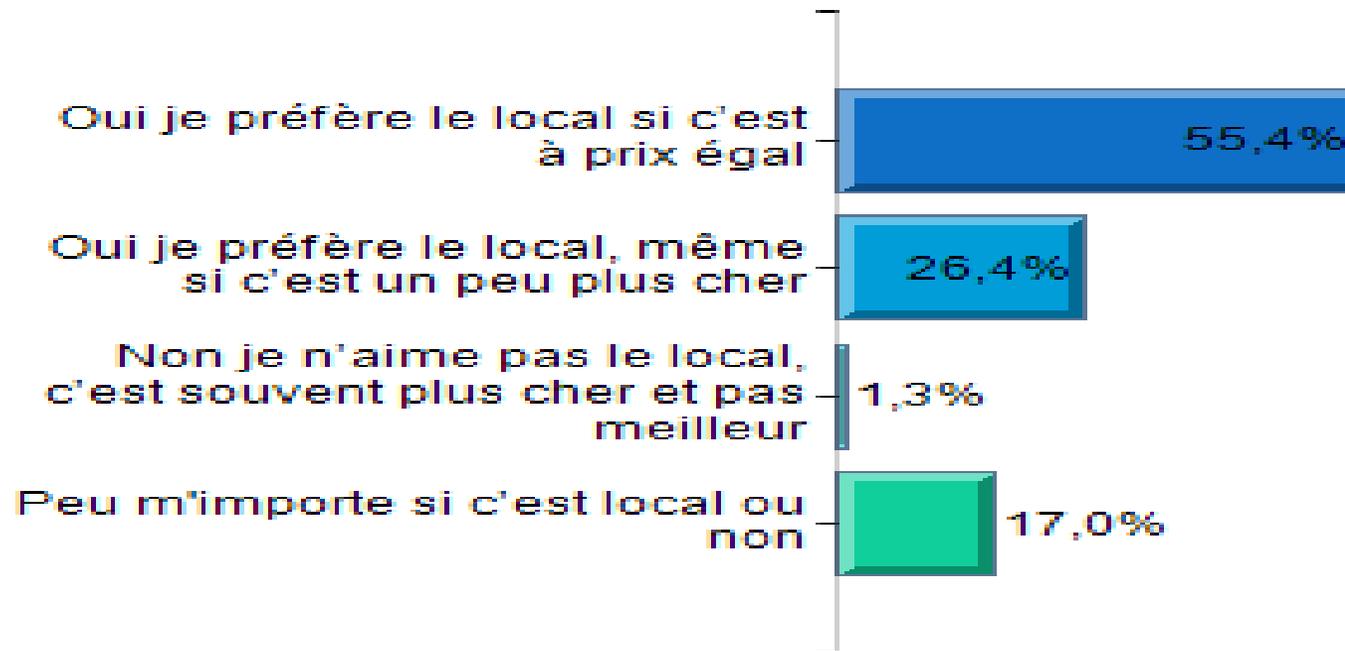
Devant le lait LR et le BIO, c'est l'origine locale et l'achat direct qui créent le plus de valeur aux yeux du consommateur.

Lorsque vous achetez des produits laitiers, regardez-vous systématiquement leur provenance ?



Origine France incontournable dans **74,2%**, dont **22,4%** **l'origine locale**.
Seulement $\frac{1}{4}$ des consommateurs ne regardent pas l'origine du lait.

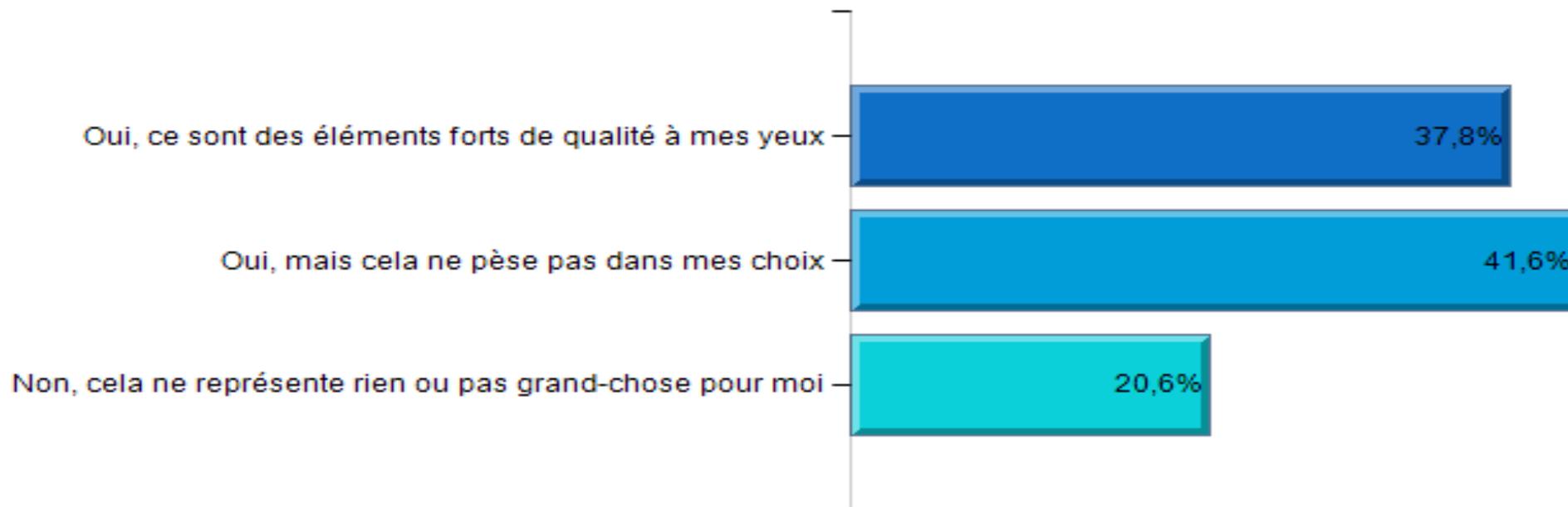
L'origine locale est-elle une préférence pour vous si vous avez le choix ? (1 seul choix possible)



Un très fort agrément pour le local (un total de 81,8%), surtout si ce n'est pas plus cher...

Et même si c'est plus cher, pour plus de 26% des répondants.

Le signe de qualité AOP et IGP signifient-t-ils quelque chose pour vous pour les fromages ? (1 seul choix possible)



Pour presque **38%** des répondants les labels AOP et IGP sont des critères d'achat forts.
Pour **41,6%** ce sont des signes connus et reconnus, mais non pris en compte comme critère d'achat.
Pour seulement **21% environ**, ces signes de qualité sont vides de sens.
→ **AOP/IGP : une belle notoriété et une image forte pour les fromages.**

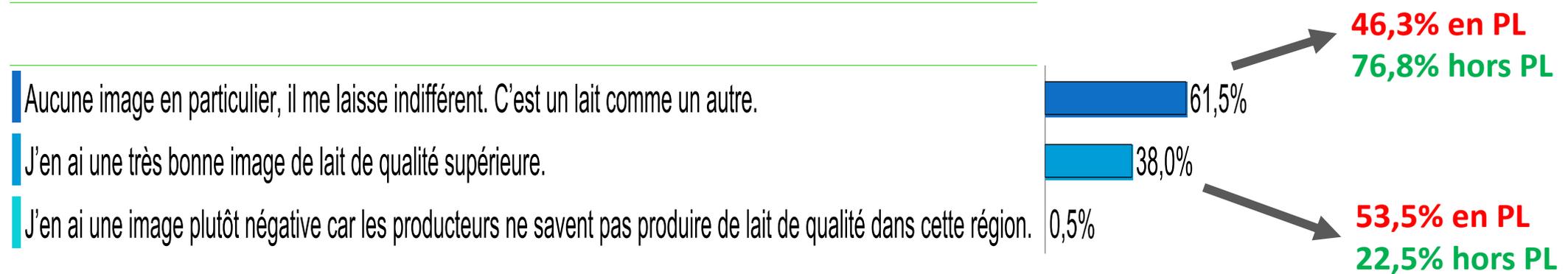
PARTIE 3

LES PRODUITS LAITIERS PAYS DE LA LOIRE



Les produits laitiers des Pays de la Loire

Quelle image avez-vous du lait d'origine Pays de Loire ? (1 seul choix possible)

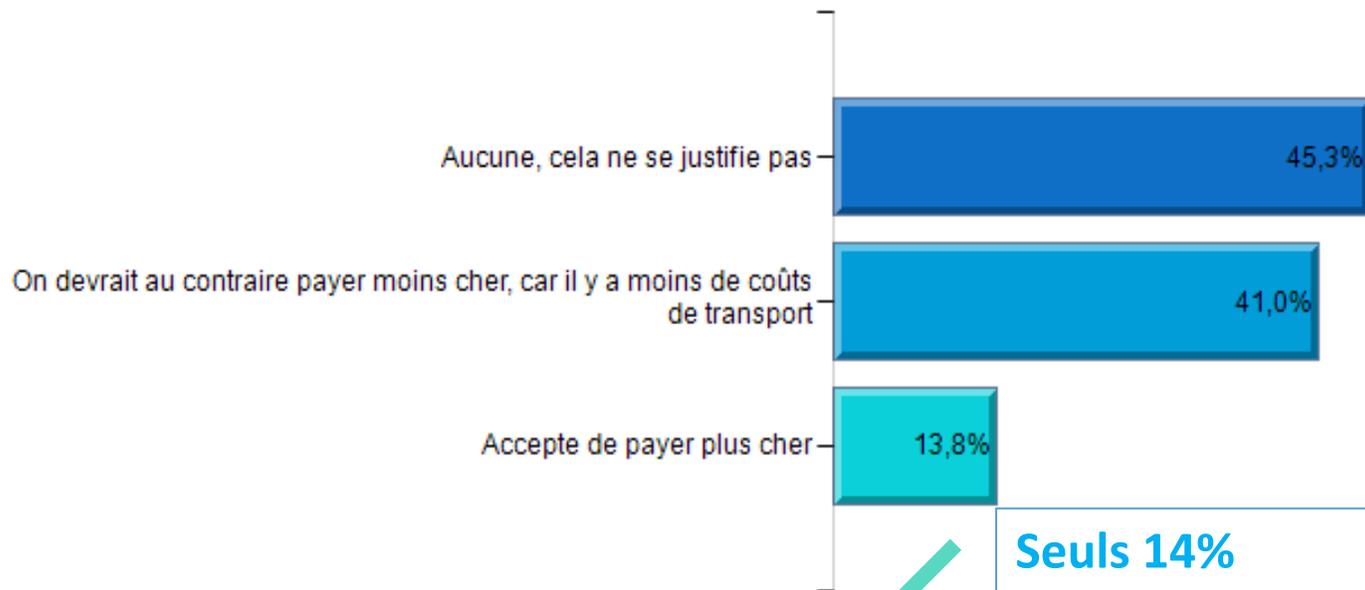


Globalement le lait origine Pays de la Loire a une image vide de sens pour 61,5% des consommateurs et 77% des non régionaux...

Il faut apporter des preuves de différenciation, il faut créer une identité au lait de la région.

L'image n'est pas négative, mais elle laisse trop de monde indifférent...

Pour un 1 litre de lait pasteurisé, quelle différence de prix accepteriez-vous de payer en plus pour acheter un lait d'origine Pays de Loire ? (1 seule réponse) (1 choix possible)



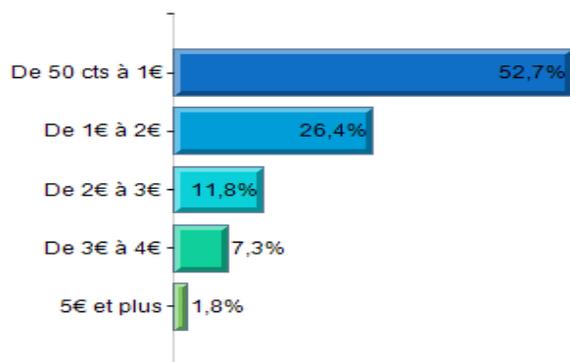
30,3% en PL
60,3% hors PL

54,5% en PL
27,5% hors PL

Seuls 14% accepteraient de payer plus cher

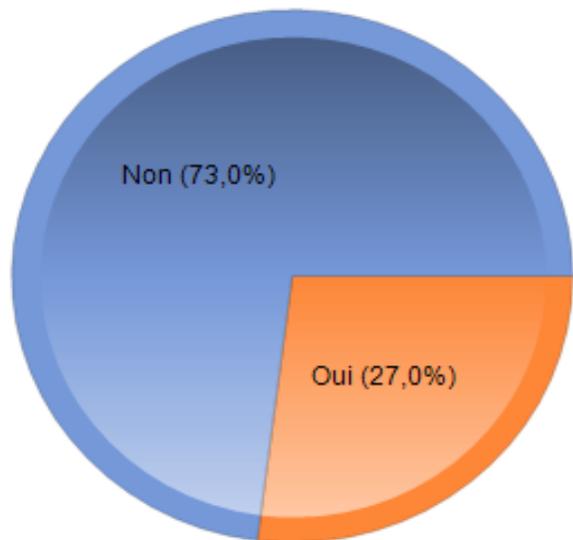
➔ La création de valeur qualitative du lait Pays de la Loire n'est pas perçue par le consommateur, notamment lorsqu'il n'est pas issu de la région (à 60%)

Dans ce cas précisez la différence de prix acceptable au kg pour vous :



n=110

Connaissez-vous des fromages produits dans les Pays de Loire ?



« Oui » : 12,8%
hors Pays de la Loire



Lesquels ?

Le Curé Nantais : 36%

Chèvre : 21%

Fromage mayennais : 7,4%

Port Salut : 5,1%

Mizotte : 5%

Chaussée aux Moines : 5%

Ste Maure : 4,6%

+ Beaucoup de
réponses
hasardeuses et
éparpillées...

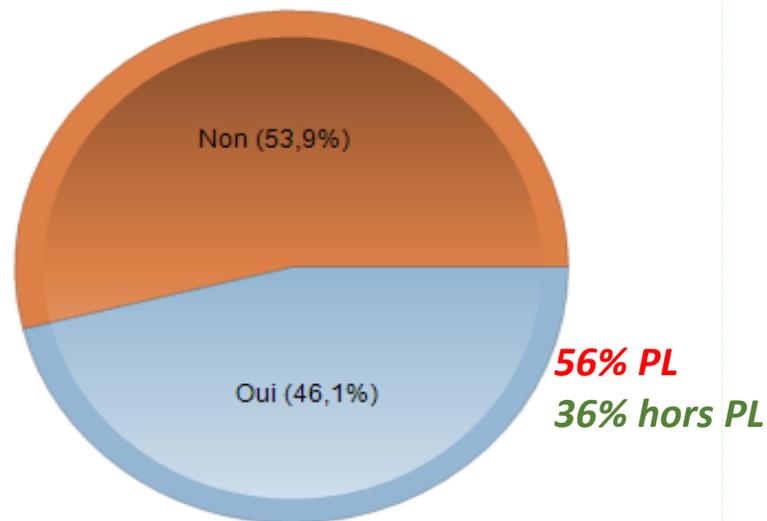
Un déficit de notoriété des fromages produits en région.

Seuls 13% des consommateurs hors PL sont capables d'en citer et 41,3% des habitants de la région.

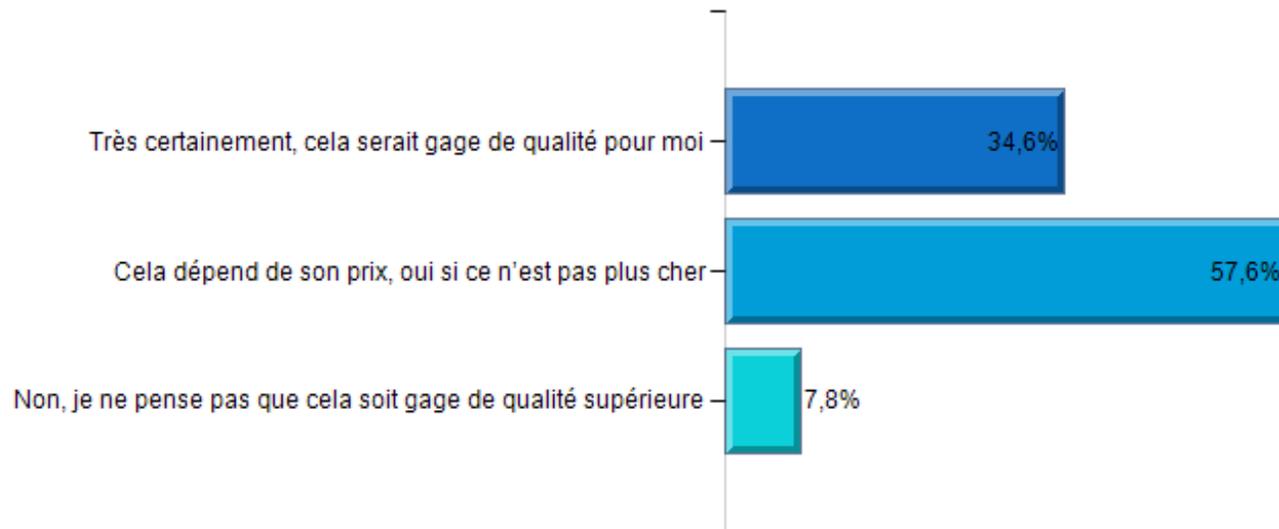


Total
citations :
216

Selon vous, l'origine Pays de la Loire est un vrai gage de qualité supérieure pour le lait, le fromage, la crème et le beurre ?



Si des producteurs des Pays de la Loire créaient une marque régionale, seriez-vous prêt à l'acheter ?

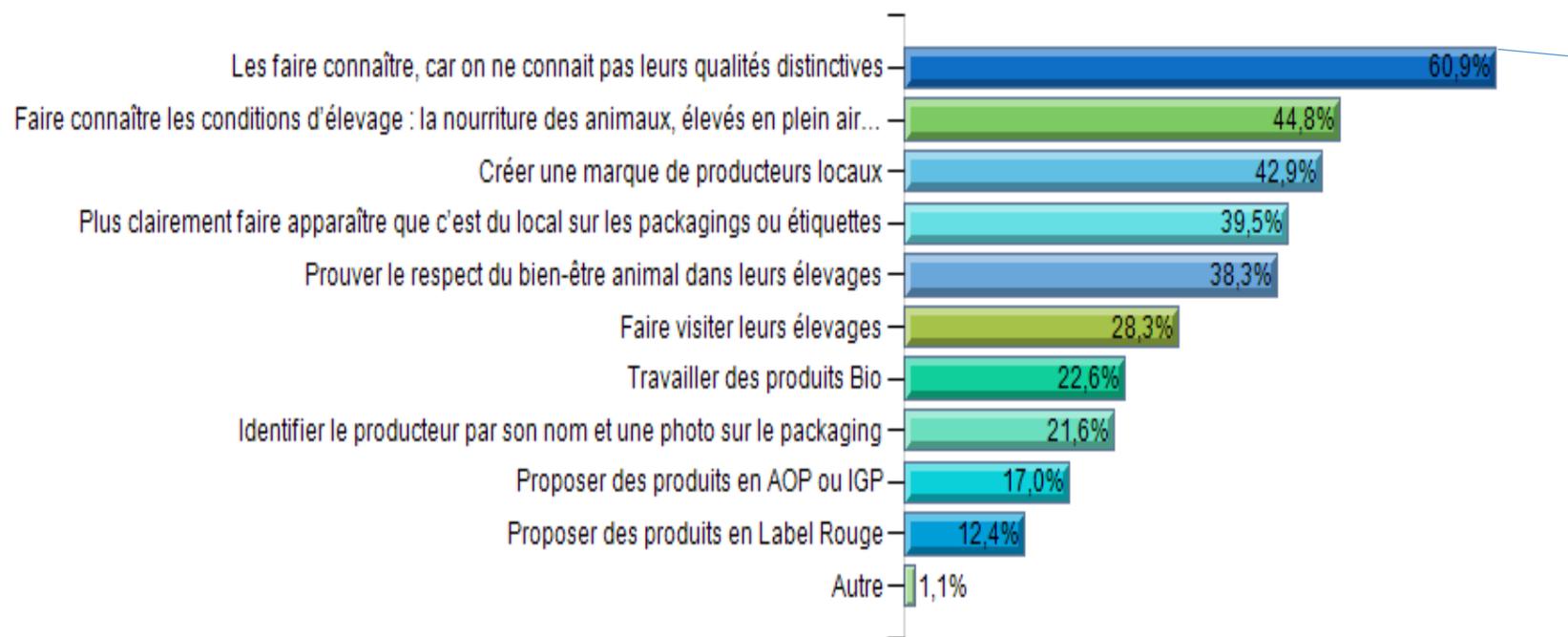


Pour plus de la moitié des répondants, l'origine Pays de la Loire n'est pas gage de qualité. Néanmoins, 92% des consommateurs seraient prêts à acheter une marque locale de produit laitier dont presque 58% si ce n'est pas plus cher.

➔ Même si le capital qualité reflété par les produits laitiers Pays de la Loire est faible, les consommateurs ne sont pas hostiles à une marque régionale. Reste à la faire connaître et à s'aligner sur les prix de marché.

Que devraient faire les producteurs de lait et produits laitiers du Pays de Loire pour vous donner envie d'acheter leurs produits ?
(plusieurs choix possibles)

En % des répondants

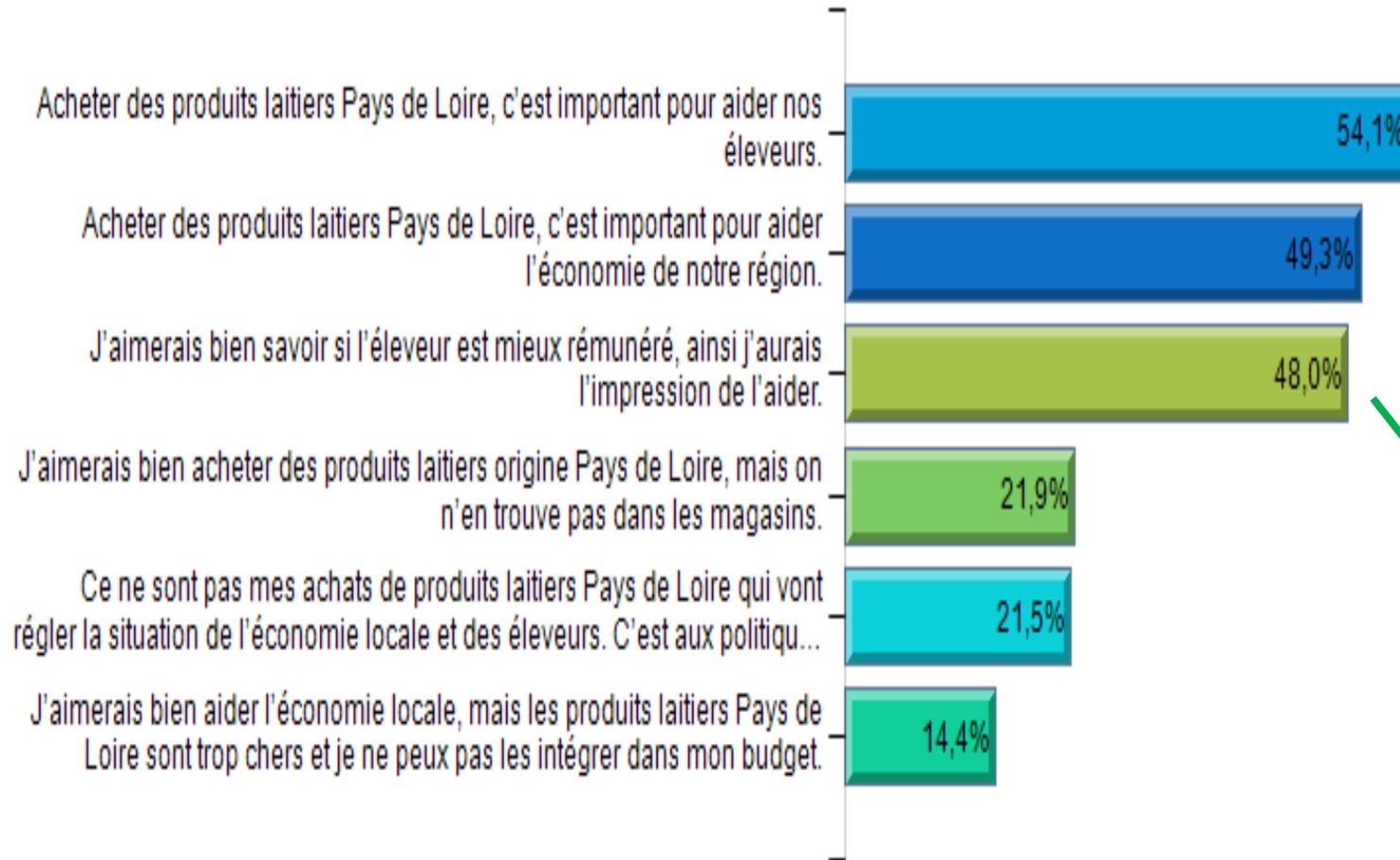


Un problème de transmission d'informations sur les qualités distinctives du lait et produits laitiers Pays de la Loire

Les attentes informationnelles des consommateurs sont nombreuses face aux producteurs laitiers...

- Il faut développer un argumentaire clair sur les qualité apportées par les produits laitiers régionaux, et sur les conditions d'élevage des animaux, le bien-être animal est également une preuve à apporter
- La marque de producteurs est très plébiscitée
- Veiller également à faire apparaître l'origine régionale sur les packagings. Le consommateur ne cherche pas l'information. Elle doit « lui sauter aux yeux » lors de l'achat.

Parmi les affirmations suivantes, cochez celles avec lesquelles vous êtes en accord : (plusieurs choix possibles)



Un élan de solidarité pour **aider l'économie régionale** qui touche **49%** des consommateurs.

Encore plus forte quand elle touche à **la situation des éleveurs en région** : **54%** des consommateurs.

48% des consommateurs sollicitent de savoir si l'éleveur est mieux rémunéré (impact de la démarche « c'est qui le patron » ?)

➔ **Un fort élan de solidarité envers les éleveurs**

Sur une échelle de 0 à 10 quel votre degré de confiance vis-à-vis de la filière laitière ?

Moyenne : 6,86 / 10

Pays de la Loire : 7,33 /10

Hors Pays de la Loire : 6,38 /10

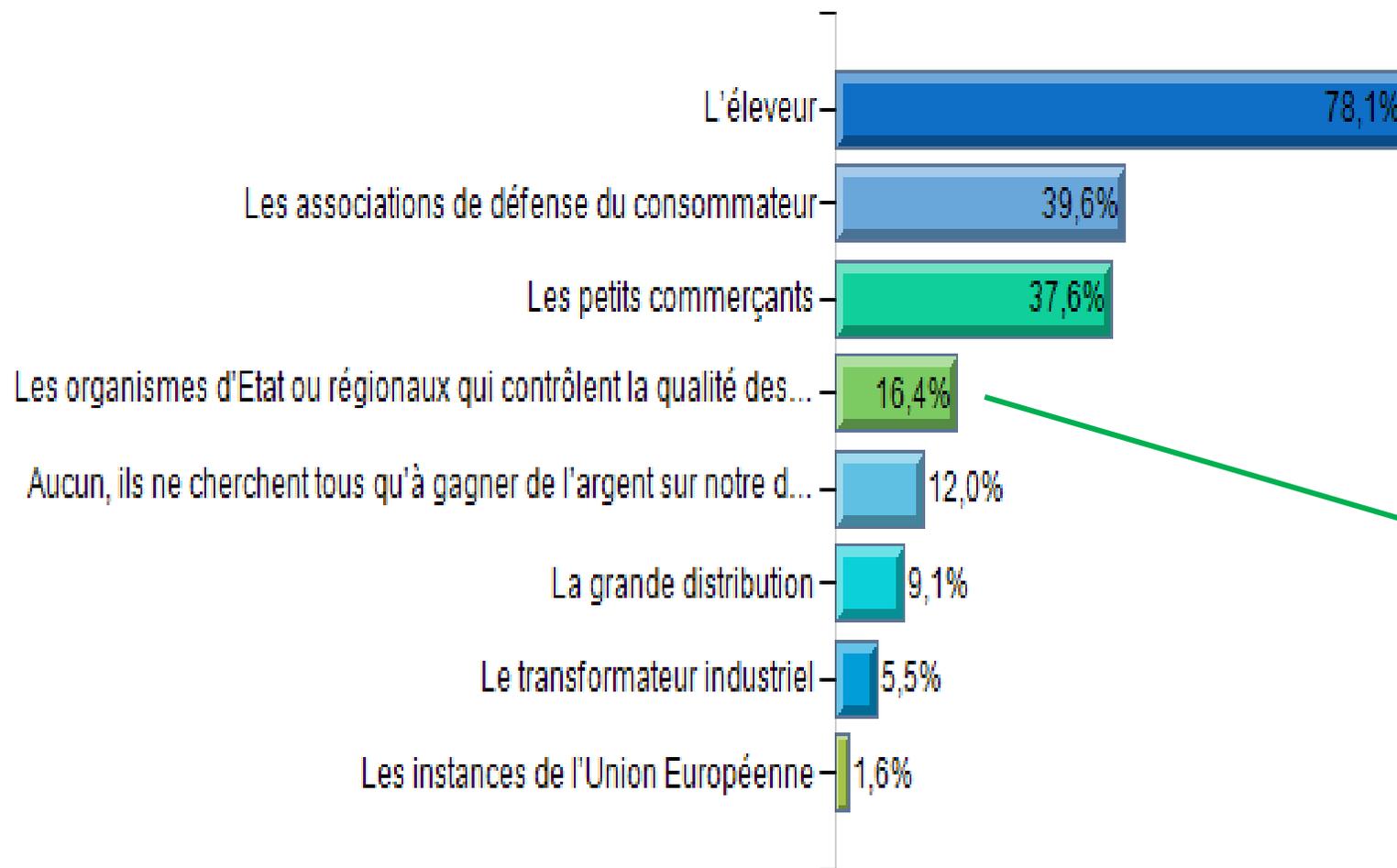
	Total échantillon	Pays de la Loire	Hors Pays de la Loire
Promoteurs (9-10)	15,9%	21%	10,75%
Neutres (7-8)	45,25%	53,25%	37,25%
Détracteurs (0 à 6)	38,9%	25,75%	52%
Score NPS	- 23	- 4,75	- 41,75

Pour 45% des interviewés, la filière laitière des PL est vide d'image et 40% n'en ont pas une image positive.

En Pays de la Loire, elle laisse indifférent dans 53% des cas...et 26% en sont détracteurs.

Hors Pays de la Loire, elle est « mal-aimée » à 52%. Un score très négatif en dehors des Pays de la Loire.

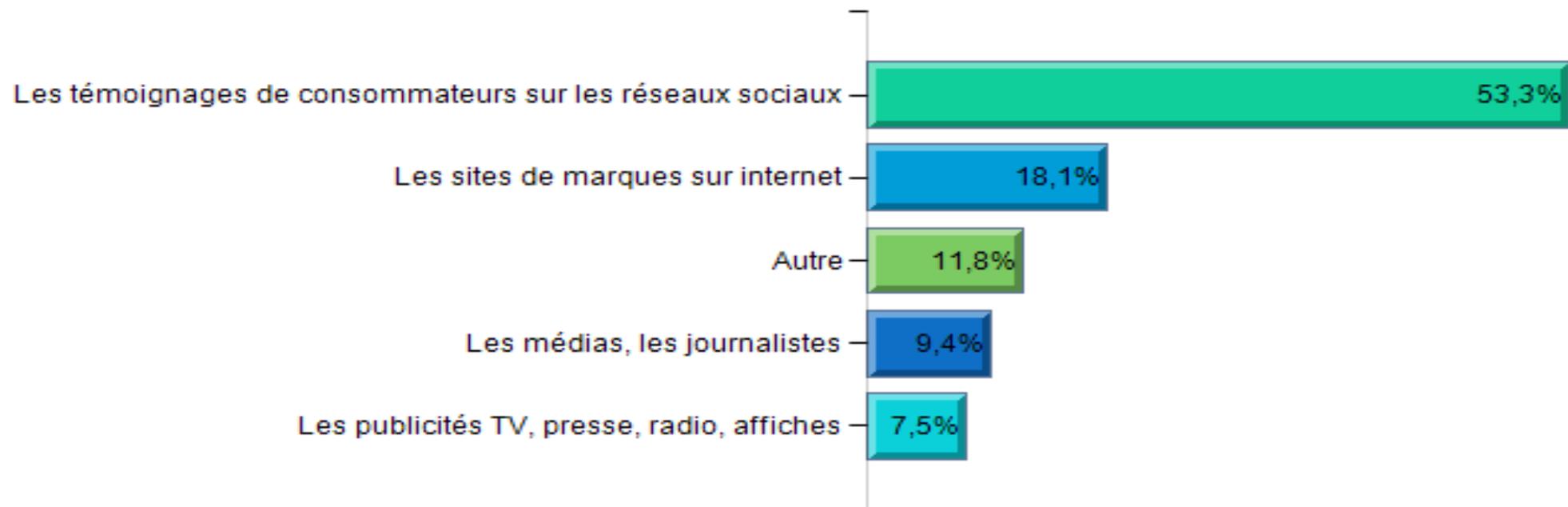
En qui avez-vous le plus confiance aujourd'hui pour garantir la qualité des produits laitiers ? (2 réponses maximum à classer : 1 étant celui en qui ils ont le plus confiance)



-L'humain capital confiance du consommateur : le producteur, le « petit » commerçant indépendant...
-Grande importance des associations de défense des consommateurs également.

Confiance assez faible en les organismes publics ou parapublics, même régionaux (16,4%)

Si vous devez rechercher des informations sur des produits laitiers, quelle source vous inspire le plus confiance ? (1 seul choix possible)



Le C to C comme 1ère et quasi unique source valable d'information via **les réseaux sociaux**.

BILAN :

- Les produits laitiers Pays de la Loire souffrent aujourd'hui **d'un manque de contenu d'image**. Beaucoup de consommateurs **y sont indifférents** et ne voient pas **leurs caractéristiques différenciantes** apportées de valeur à leurs yeux.
 - La filière doit donc **communiquer, informer et convaincre des avantages de leurs productions en jouant sur des actions de proximité (visites d'élevage, rencontre en magasin...)**.
 - Le consommateur est pourtant **prêt à aider les éleveurs (fort élan de solidarité déclaré) et acheter des marques régionales dès lors qu'elles respectent les prix de marché et savent clairement faire apparaître origines et caractéristiques distinctives sur les packagings**.
- ➔ **Une envie de local du consommateur qui ne rencontre pas forcément d'offre en magasin.**