

Perception et consommation du blé dur

Résultats du sondage Web



OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

OBJECTIFS

- Comprendre les habitudes et besoins des consommateurs en lien avec l'achat de produits à base de blé dur;
- Mesurer la perception des consommateurs vis-à-vis des produits actuels à base de blé dur sur le marché;
- Mesurer la valeur perçue de différents attributs de durabilité sur des produits à base de blé dur;
- Prioriser les principaux points d'attention de durabilité désirés par les consommateurs;
- Comprendre les perceptions, motivations et freins à l'achat de produits à base de blé dur wallon (filière);
- Mesurer l'intérêt et l'élasticité prix pour des produits à base de blé dur wallon.

ÉCHANTILLONAGE ET PROFILAGE

- n=1 025 répondants en Belgique: Wallonie n=505, Flandre n=410 et Bruxelles-Capitale n=110
- Chaque répondant a été invité à répondre à une série de questions associées au type de produit à base de blé dur qu'il consomme régulièrement : pâtes sèches : n=464, pâtes fraîches : n=233, couscous : n=183 et semoule : n=145.
- Les participants ont été sélectionnés de façon aléatoire en considérant les critères d'admissibilité suivants:
 - Responsables en totalité ou en partie des achats alimentaires dans le foyer;
 - Acheteurs de produits à base de blé : pâtes sèches, pâtes fraîches, couscous, semoule;
 - Sans restriction alimentaire au gluten.
- Selon la taille de l'échantillon et de la population, les résultats présentent une marge d'erreur de $\pm 3,05\%$;

COLLECTE

Etude en-cours.

PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL SOCIODÉMOGRAPHIQUE

Êtes-vous :	▼
Choisissez l'énoncé qui correspond le mieux à votre ménage :	▼
Dans quelle région résidez-vous?	▼
Niveau scolaire (Be)	▼
Province Belgique	▼
Revenu mensuel net hors avantages extra-légaux	▼
Tranche d'âge	▼

PROFIL DE CONSOMMATEURS

Restrictions alimentaires	▼
Responsable des achats dans le ménage	▼
Catégories de produit du blé achetées au moins quelques fois par an	▼

<https://appclient.inbe.ca/public/results/dashboard/9ca7a1ba-164d-4380-a484-6b9e082a8044>

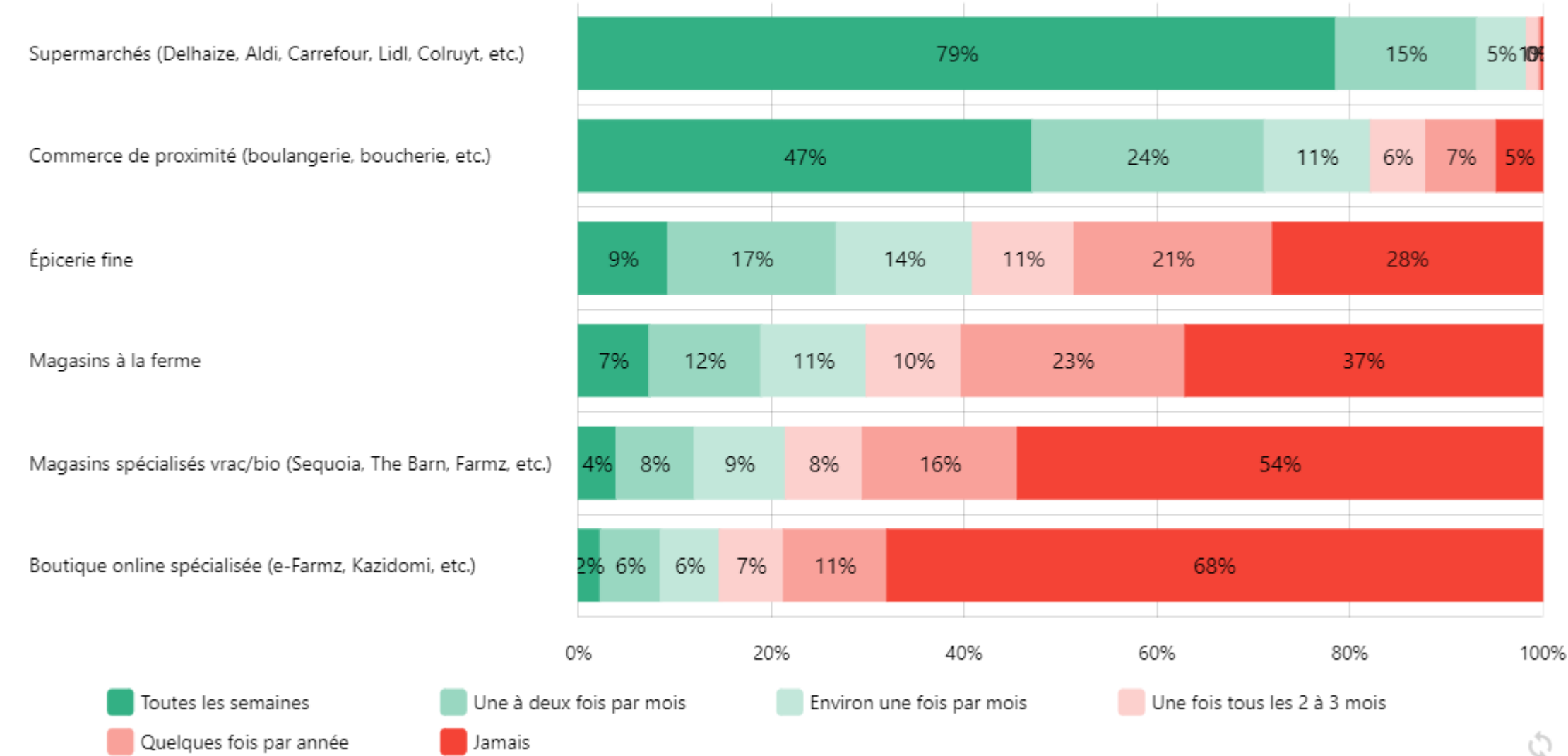
RÉSULTATS DÉTAILLÉS

ALIMENTATION GÉNÉRALE

ALIMENTATION GÉNÉRALE

Fréquence d'achat selon le lieu

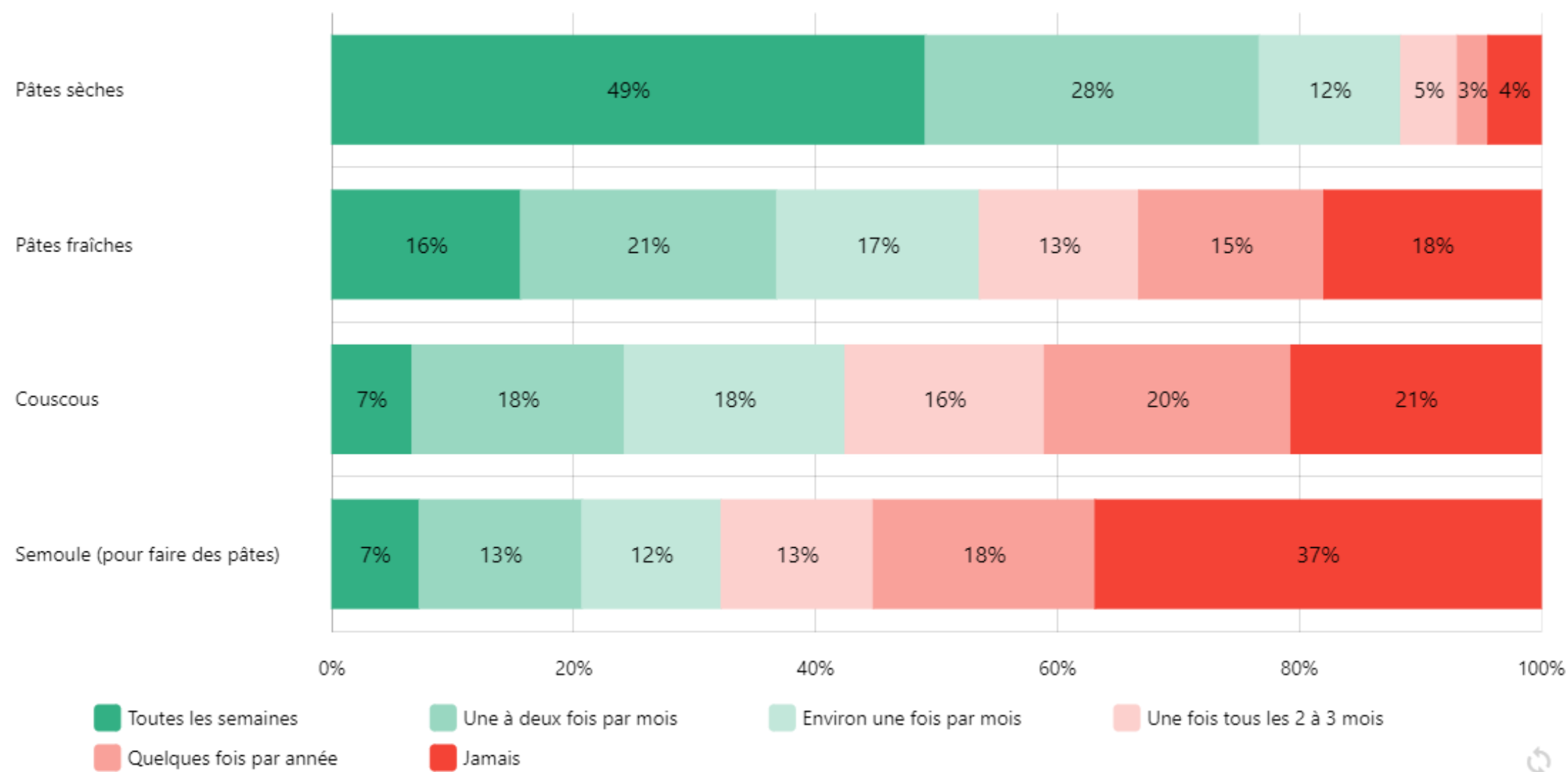
De façon générale, à quelle **fréquence** effectuez-vous vos **achats alimentaires** aux endroits suivants ?



ALIMENTATION GÉNÉRALE

Fréquence de consommation de produits à base de blé

À quelle **fréquence** consommez-vous/utilisez-vous les produits suivants à base de **blé** ?

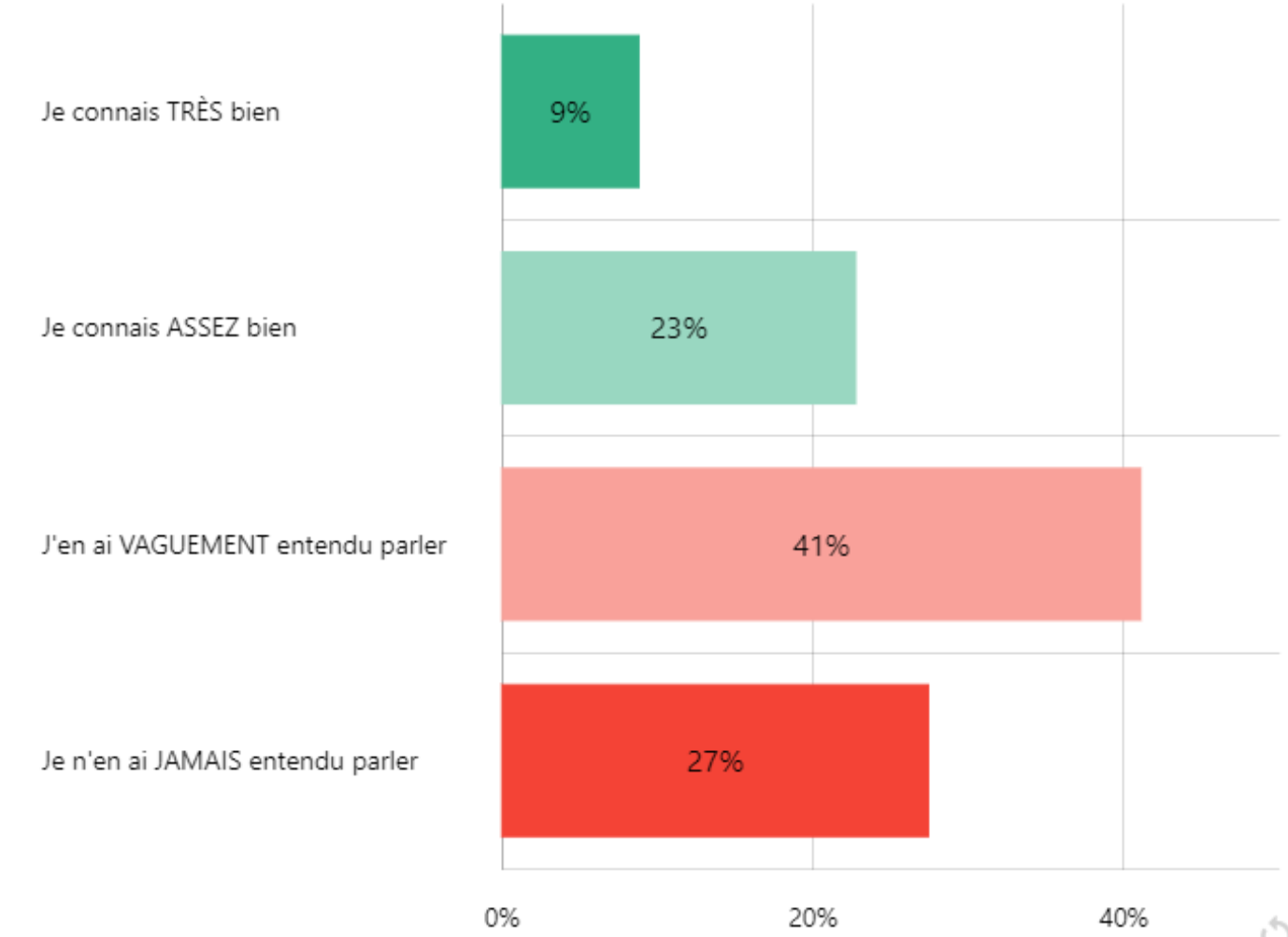


ALIMENTATION GÉNÉRALE

Connaissance du blé dur

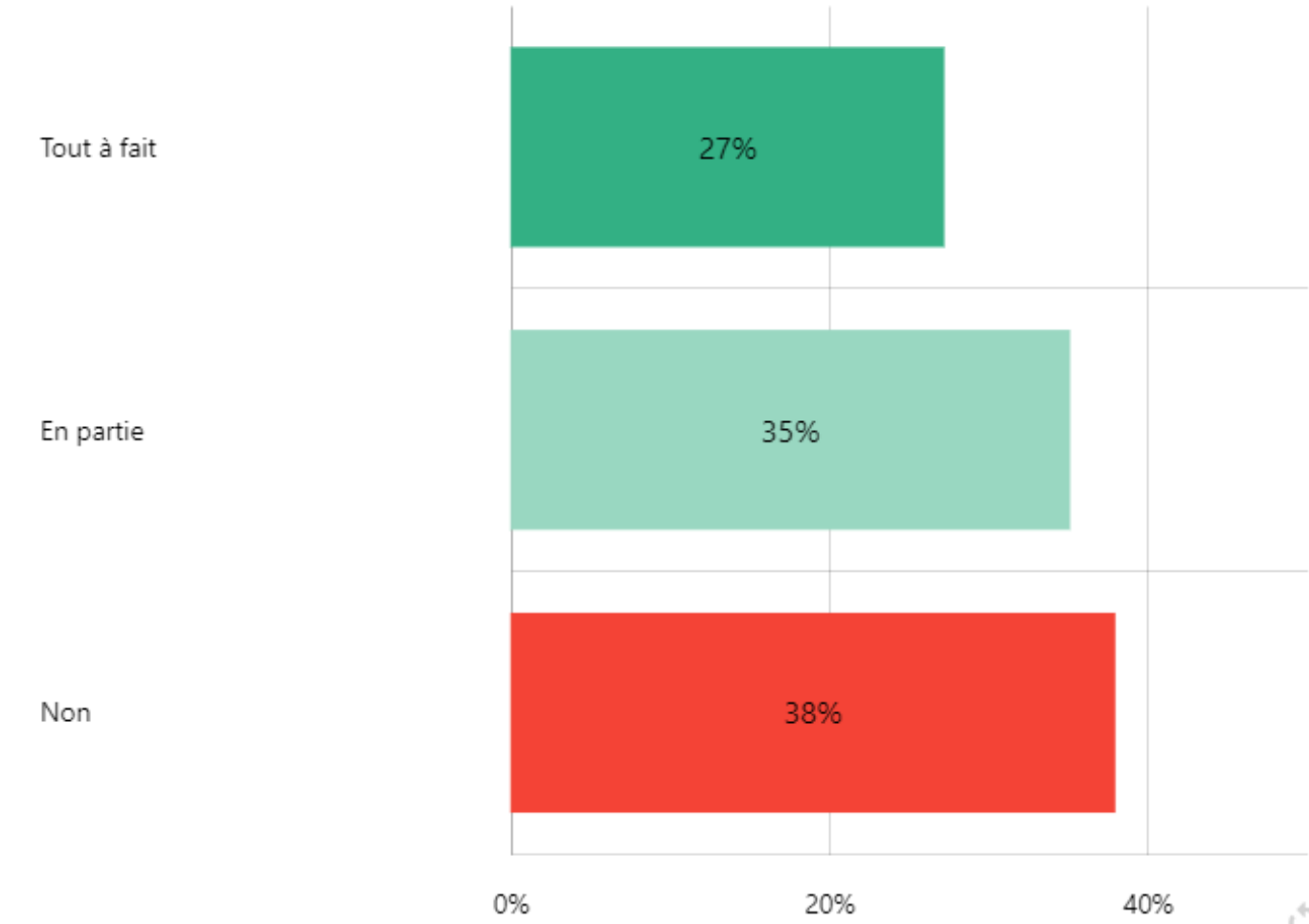
Il existe différentes variétés de blé, telles que le blé dur, le blé tendre, ou d'autres types.

Dans quelle mesure **connaissiez-vous** ou avez-vous déjà **entendu parler** du « **blé dur** » ?



Les **pâtes** alimentaires, la **semoule** et le **coucouis** sont généralement produits à partir d'une variété de blé appelée « **blé dur** ».

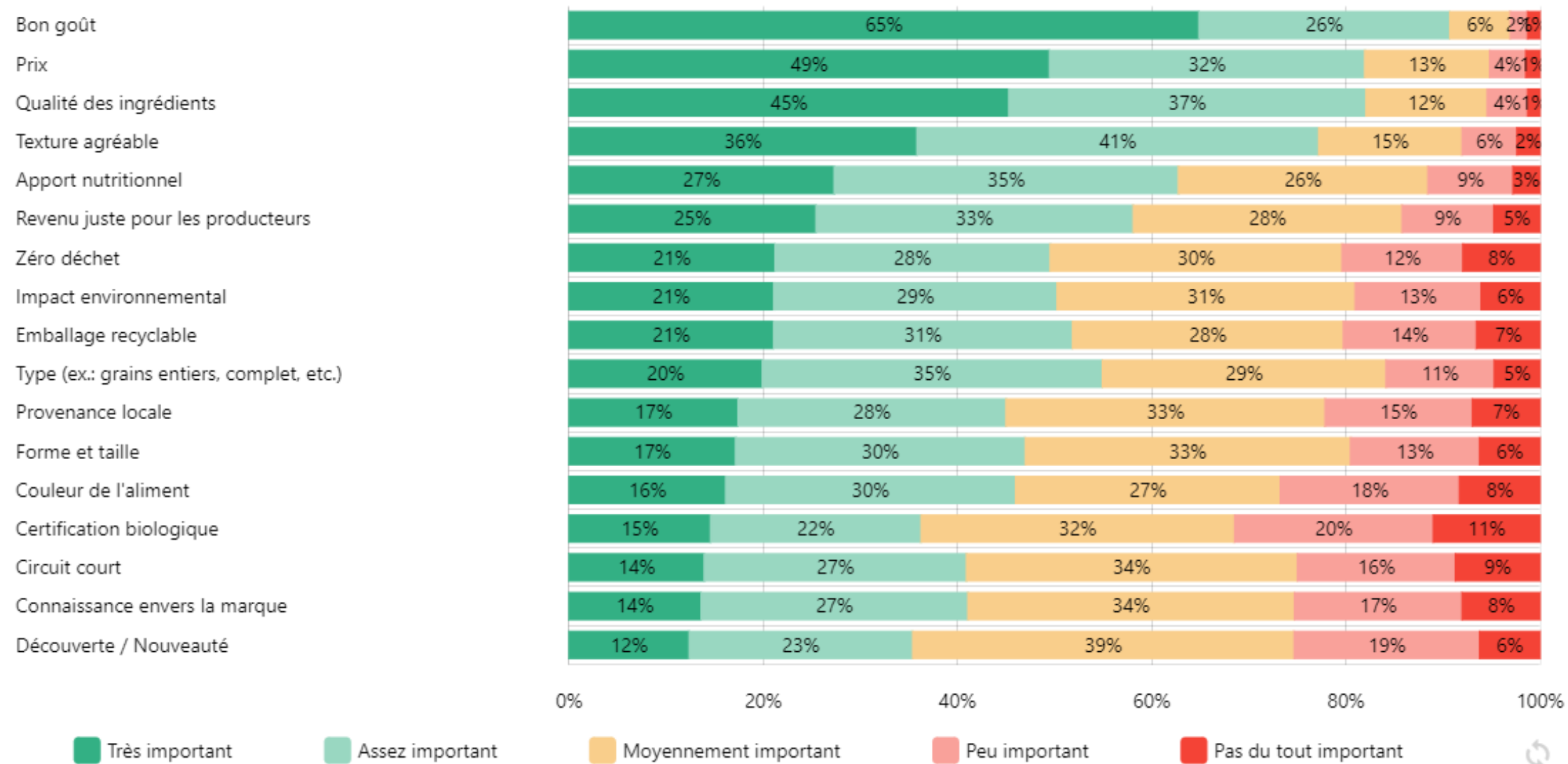
Étiez-vous au courant de cette information ?



ALIMENTATION GÉNÉRALE

Importance des critères

Quelle **importance** accordez-vous aux critères suivants lors de l'achat de produits tels que des pâtes, semoule ou couscous ?

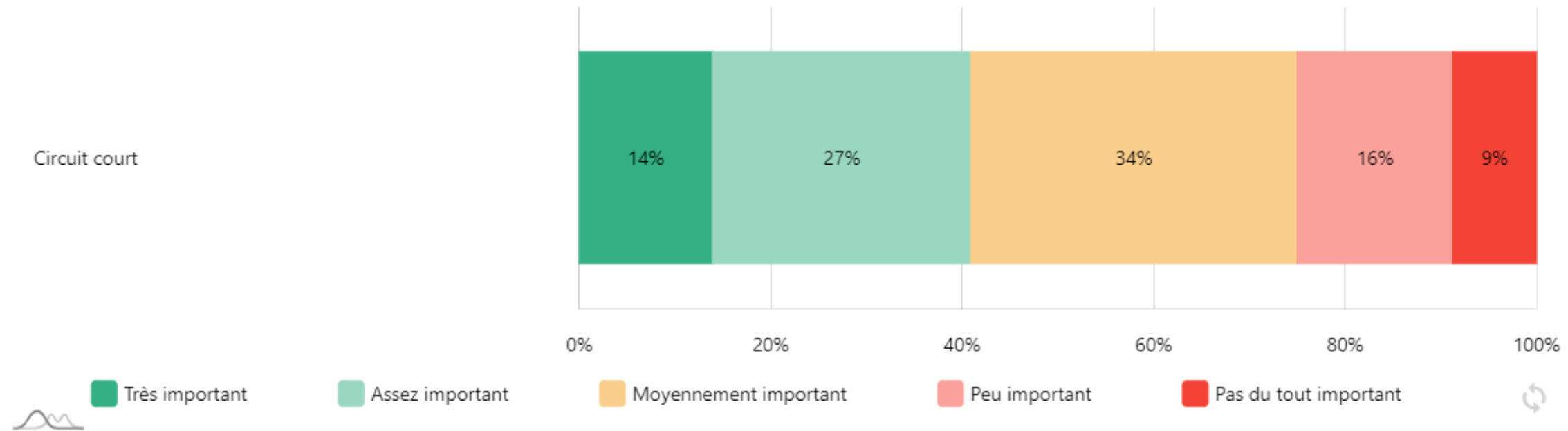


ALIMENTATION GÉNÉRALE

Importance de circuit court

Quelle **importance** accordez-vous aux critères suivants lors de l'achat de produits tels que des pâtes, semoule ou couscous ?

Circuit court



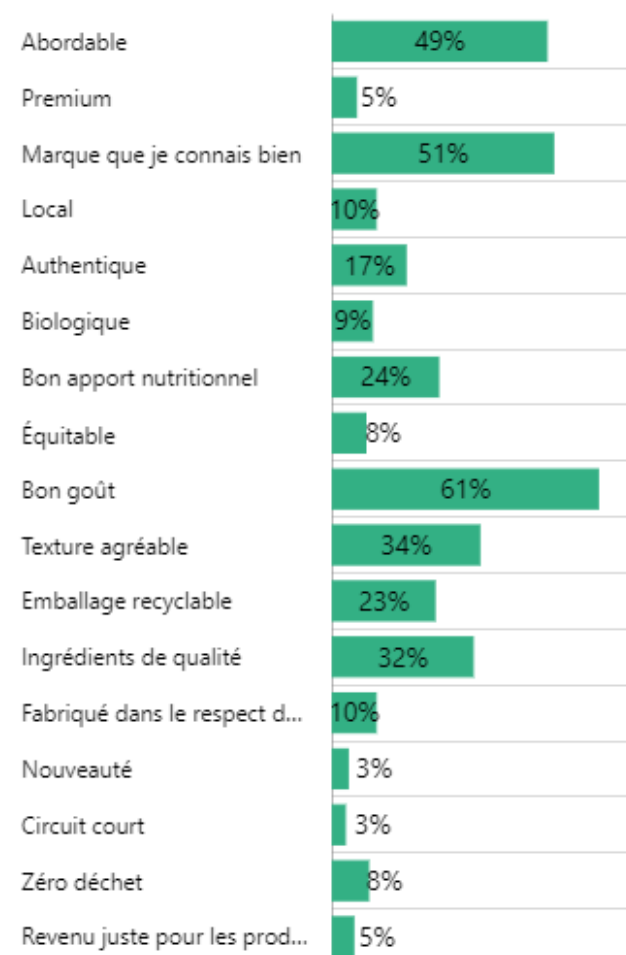
PERCEPTION SUR LES CATÉGORIES DE PRODUITS

Pâtes sèches/fraîches, couscous, semoule

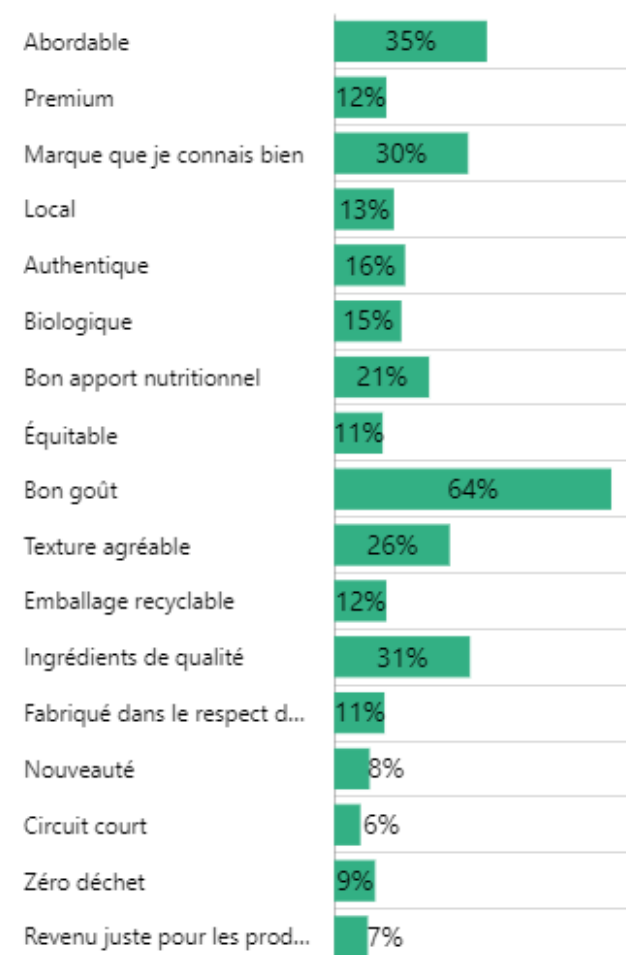
PERCEPTION SUR LES CATÉGORIES DE PRODUITS

Caractéristiques du dernier produit acheté par catégorie

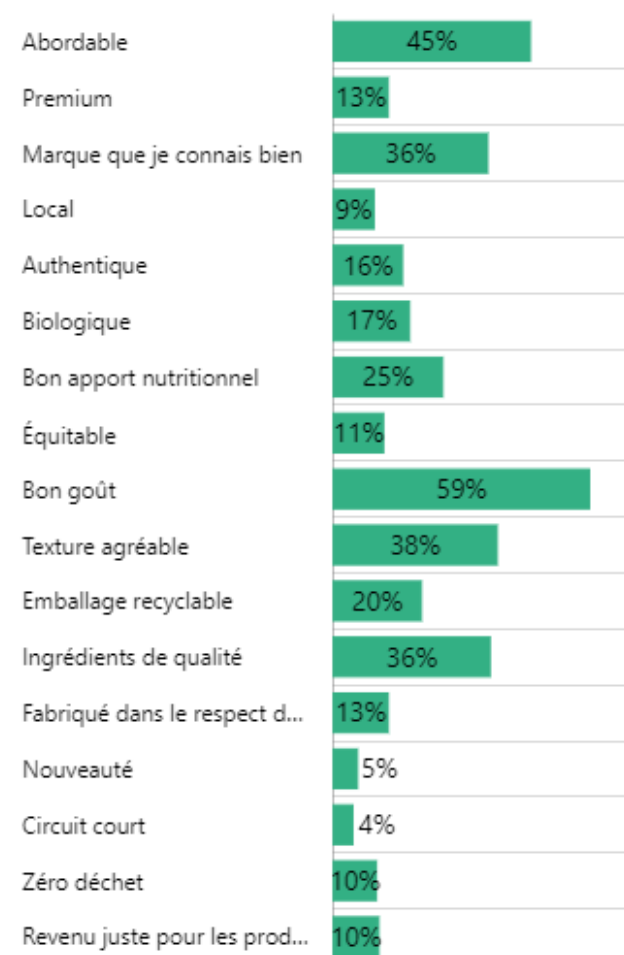
PÂTES SÈCHES



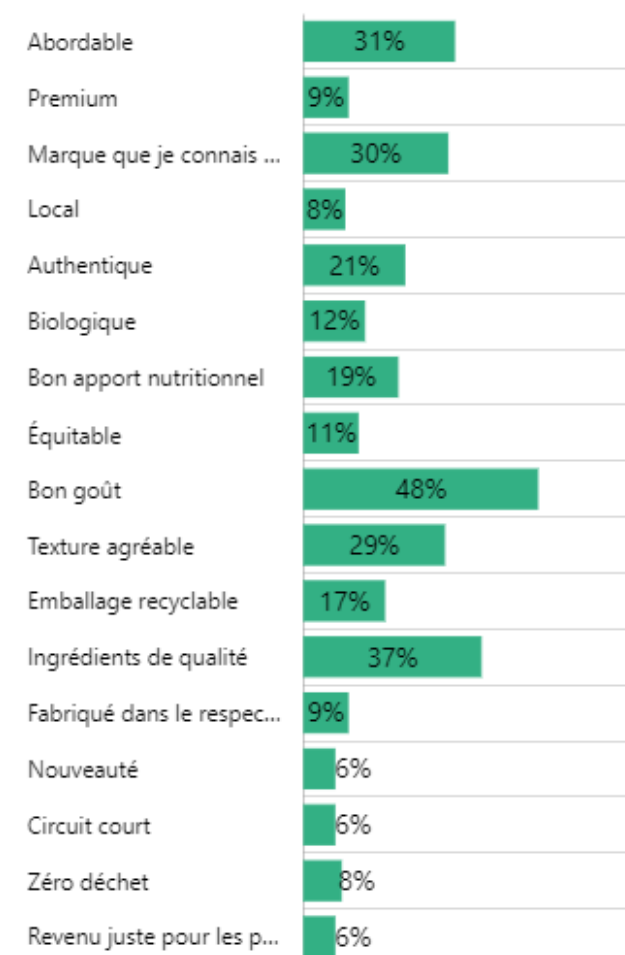
PÂTES FRAÎCHES



COUSCOUS



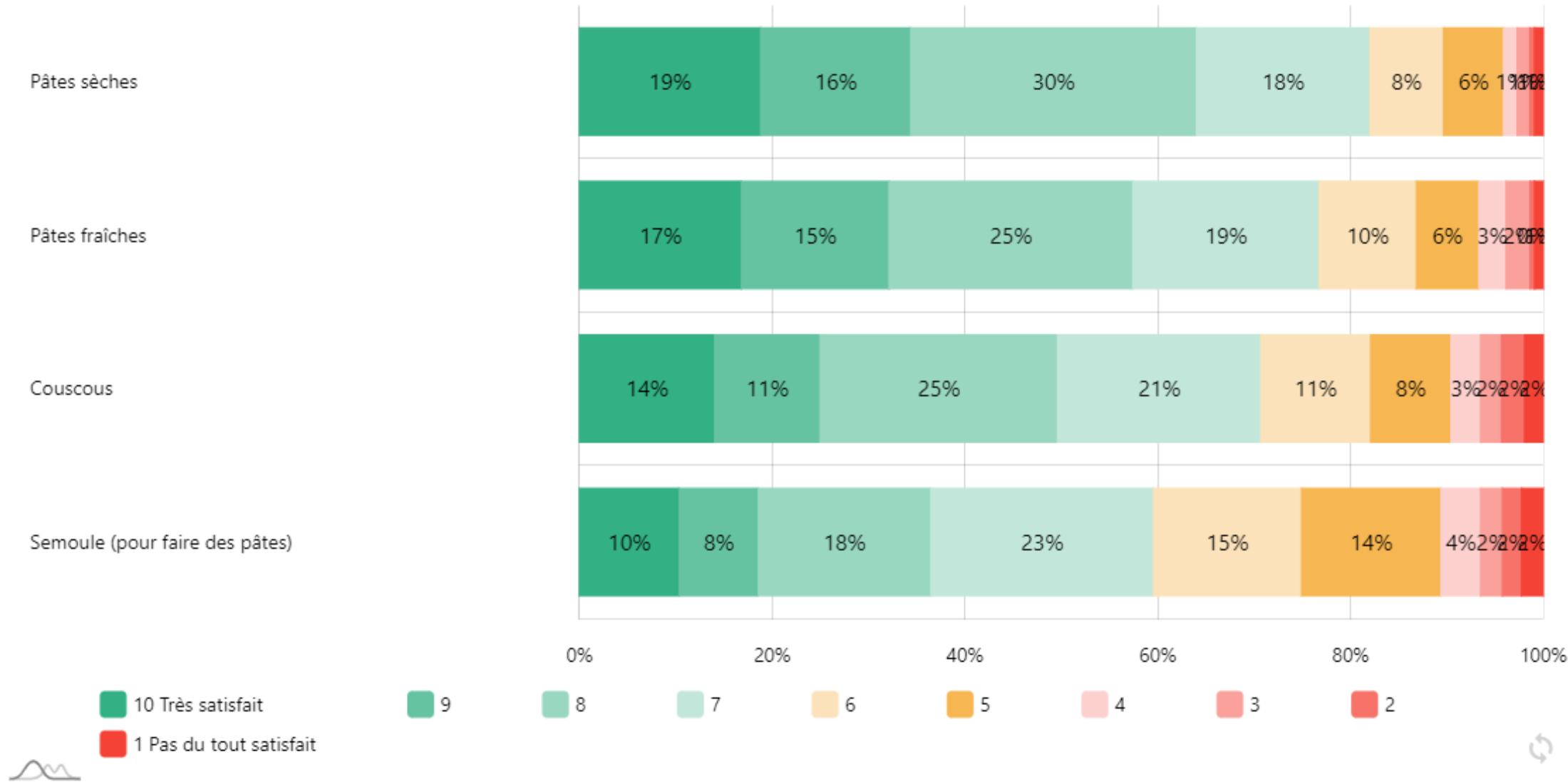
SEMOULE



PERCEPTION SUR LES CATÉGORIES DE PRODUITS

Niveau de satisfaction envers les catégories de produits

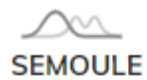
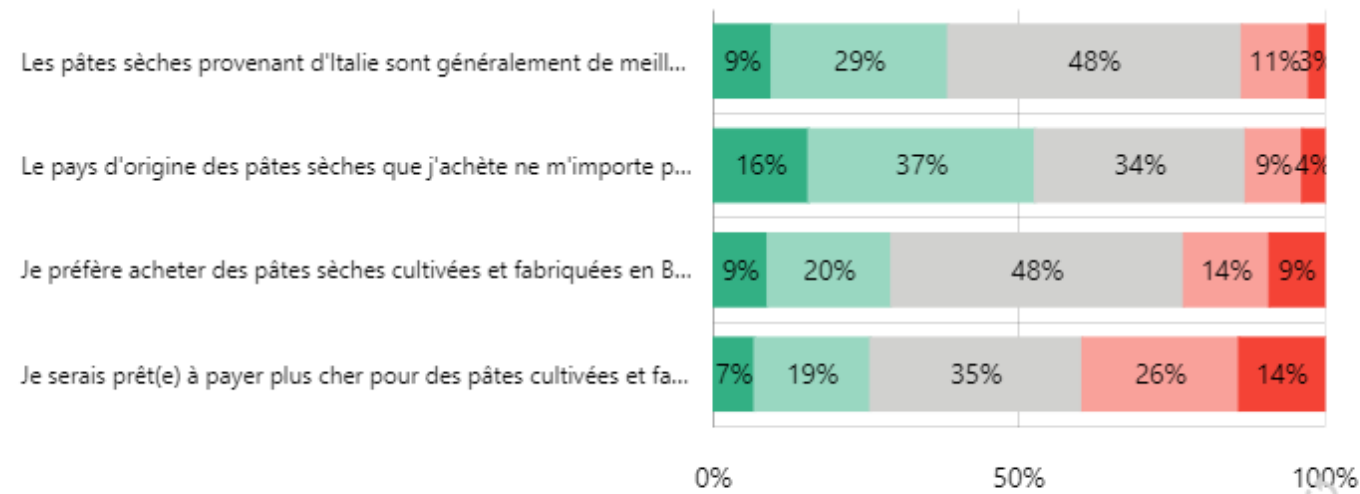
Sur une échelle de 1 à 10, 10 étant "très satisfait", quel est votre **niveau de satisfaction** envers les produits en magasin pour chacune des catégories suivantes ?



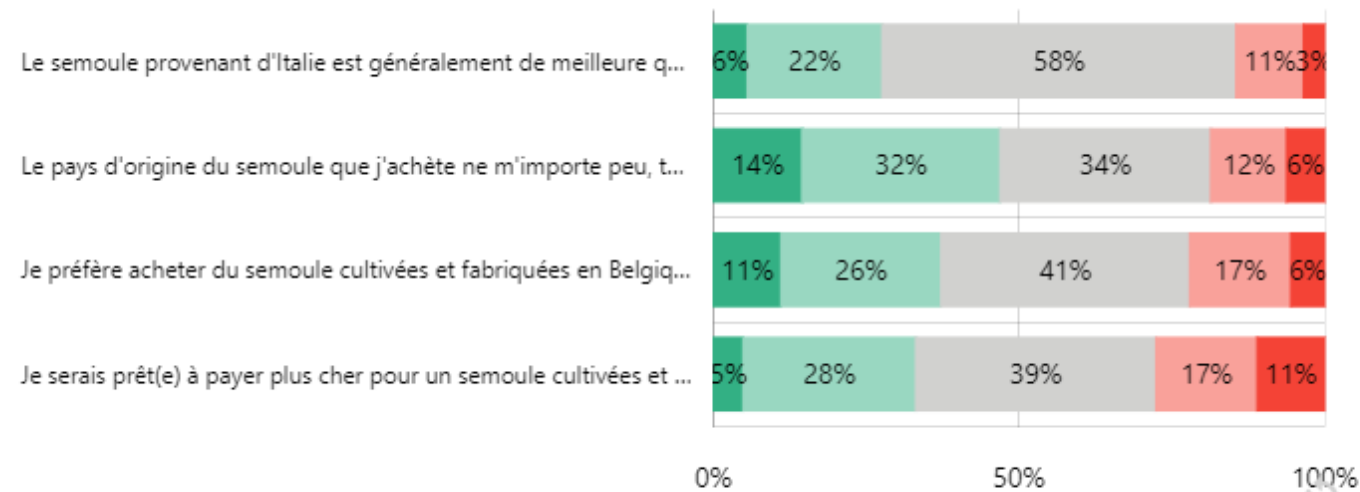
PERCEPTION SUR LES CATÉGORIES DE PRODUITS

Pays d'origine vs fabrication/culture locale

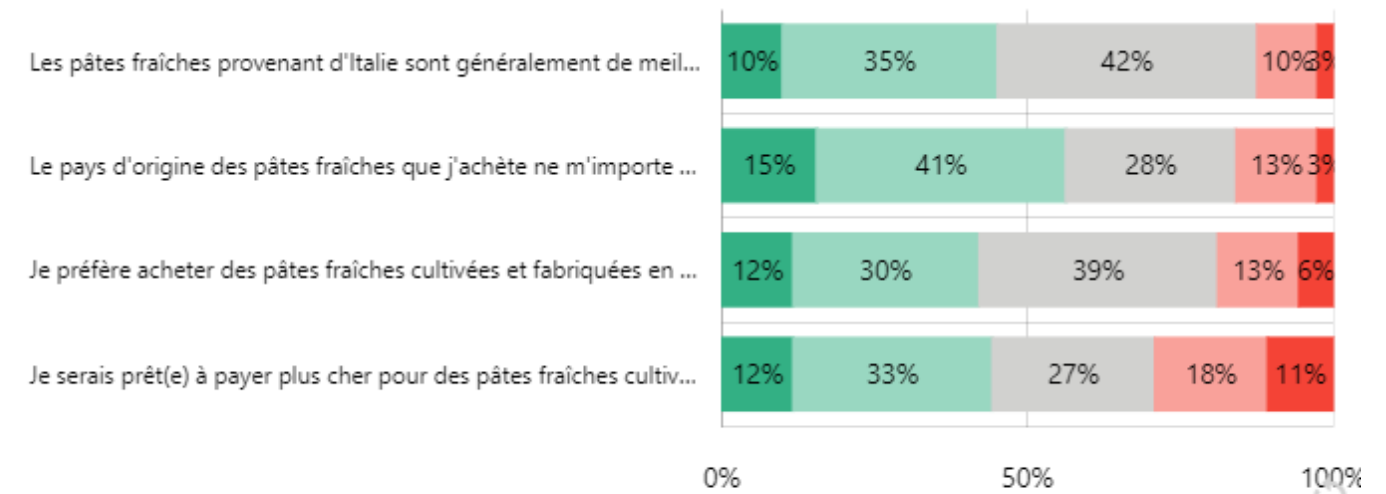
PÂTES SÈCHES



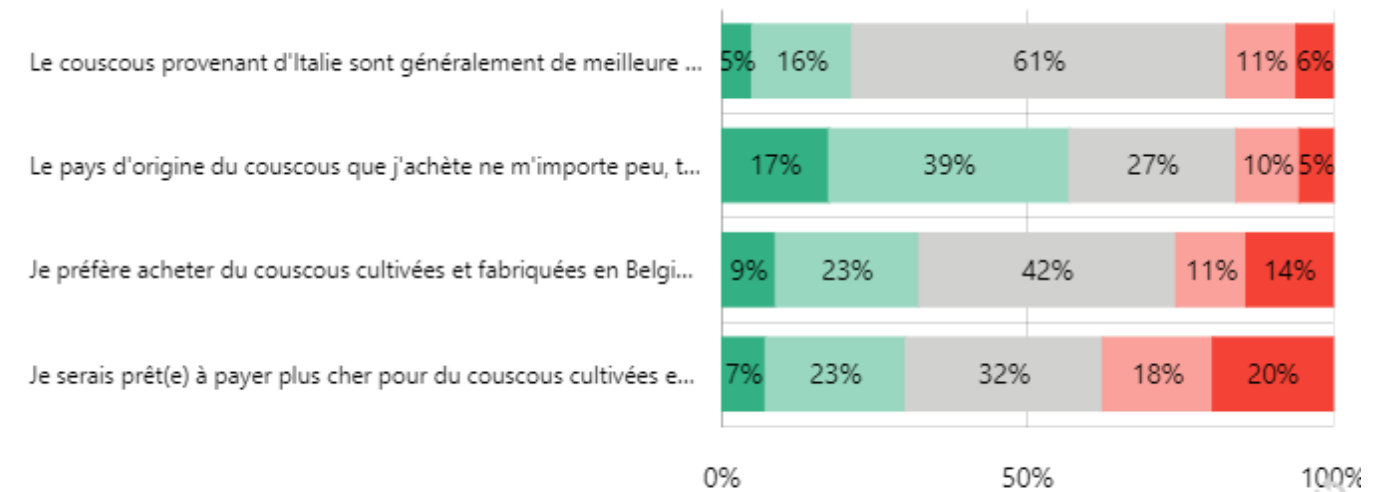
SEMOULE



PÂTES FRAÎCHES



COUSCOUS



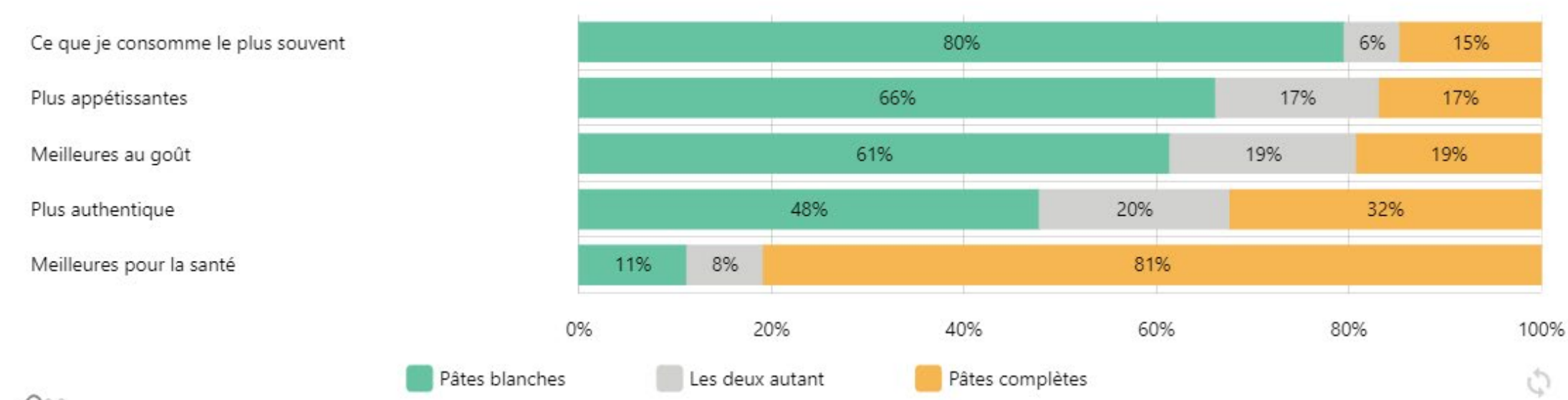
PERCEPTION SUR LES CATÉGORIES DE PRODUITS

Perception envers la couleur de pâtes

Voici deux types/couleurs de pâtes disponibles en magasin :



Veuillez sélectionner le types de pâtes qui **correspond le mieux** aux énoncés suivants (n=464):



BENCHMARKING

BENCHMARKING - PÂTES SÈCHES

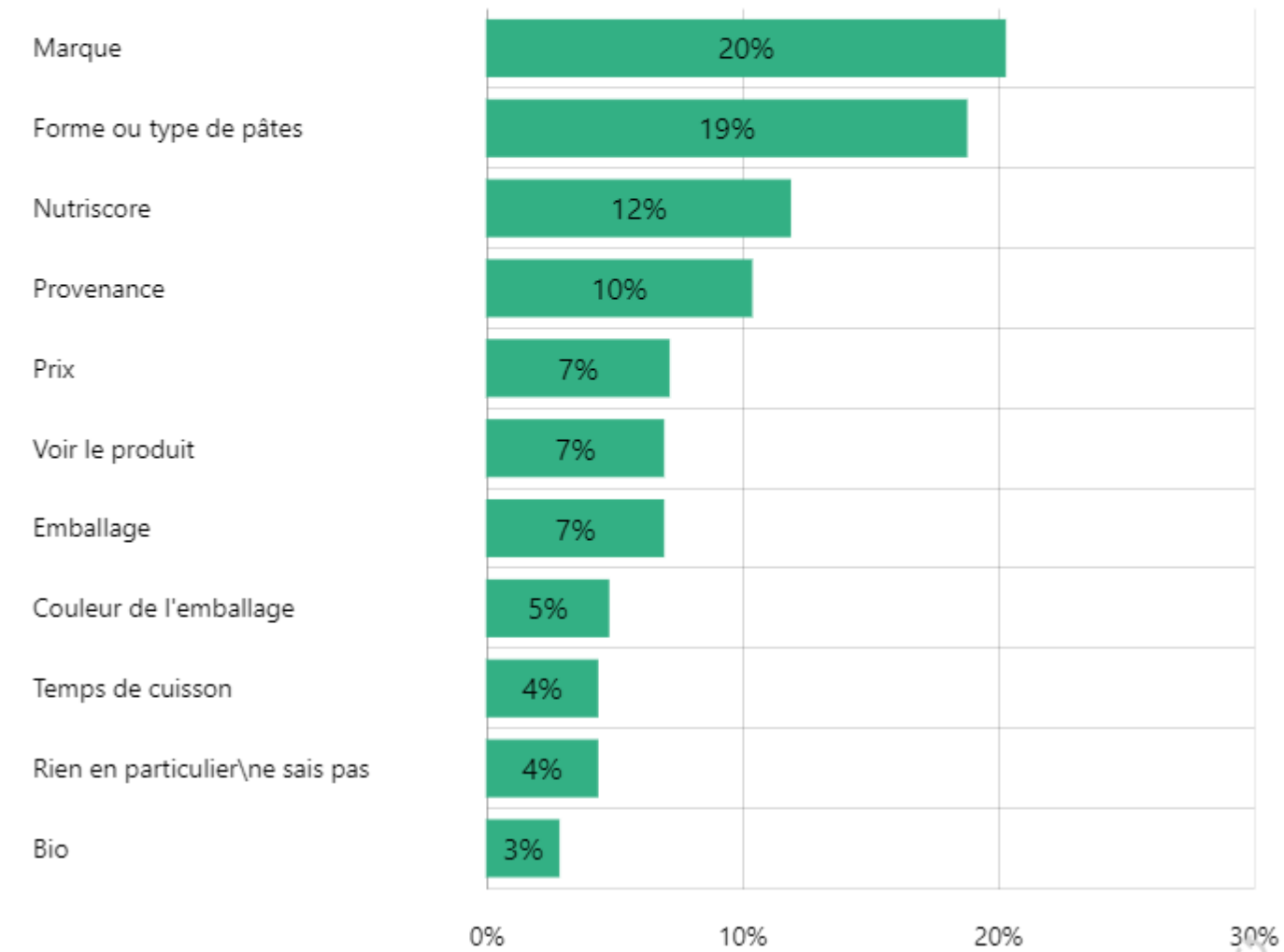
Produits testés



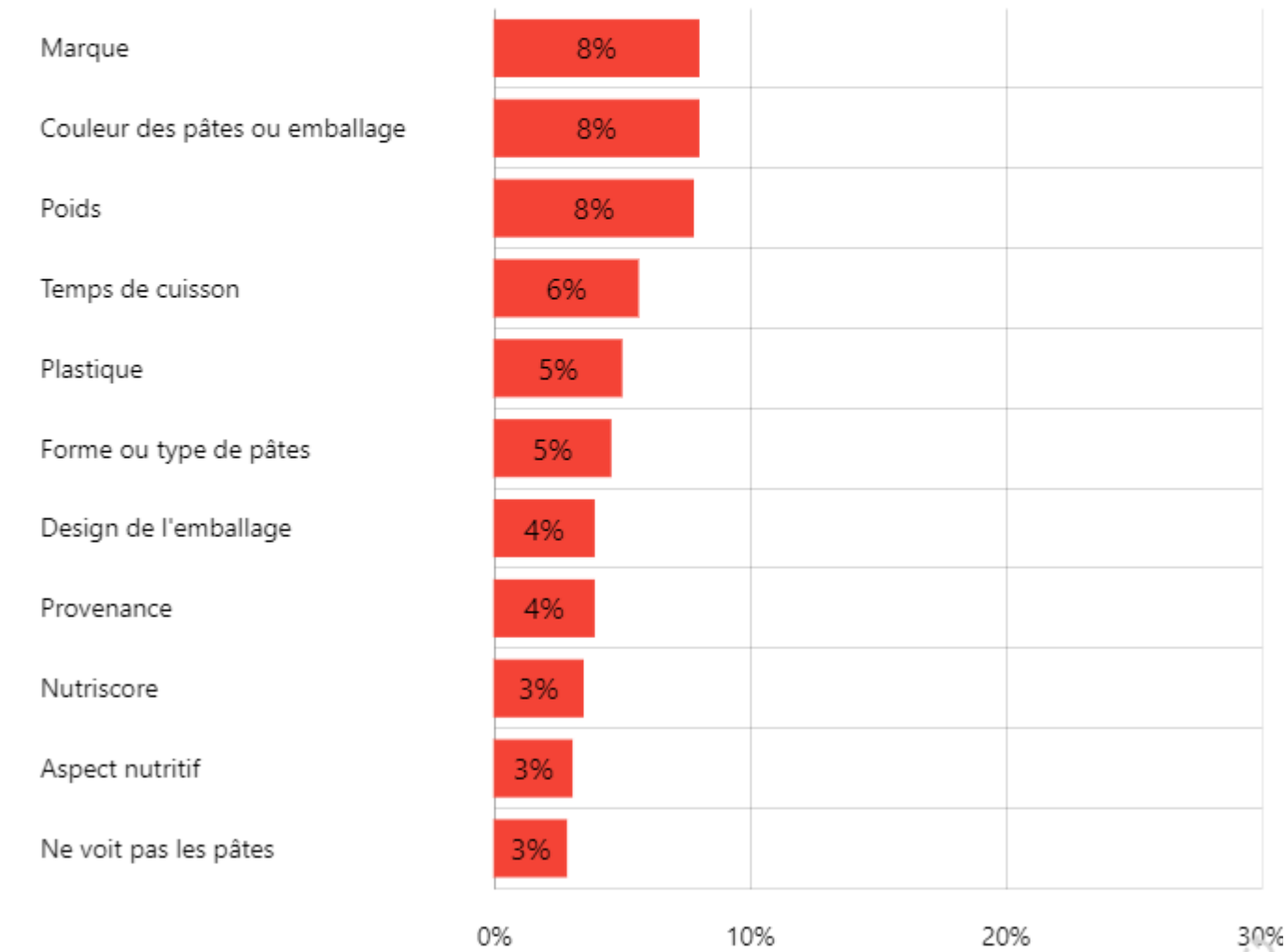
BENCHMARKING - PÂTES SÈCHES

Éléments appréciés / moins appréciés

Quelles **informations** figurant sur ces emballages pourraient influencer **positivement** votre intention de les acheter ?



D'autre part, quelles **informations** figurant sur ces emballages pourraient influencer **négativement** votre intention de les acheter ?



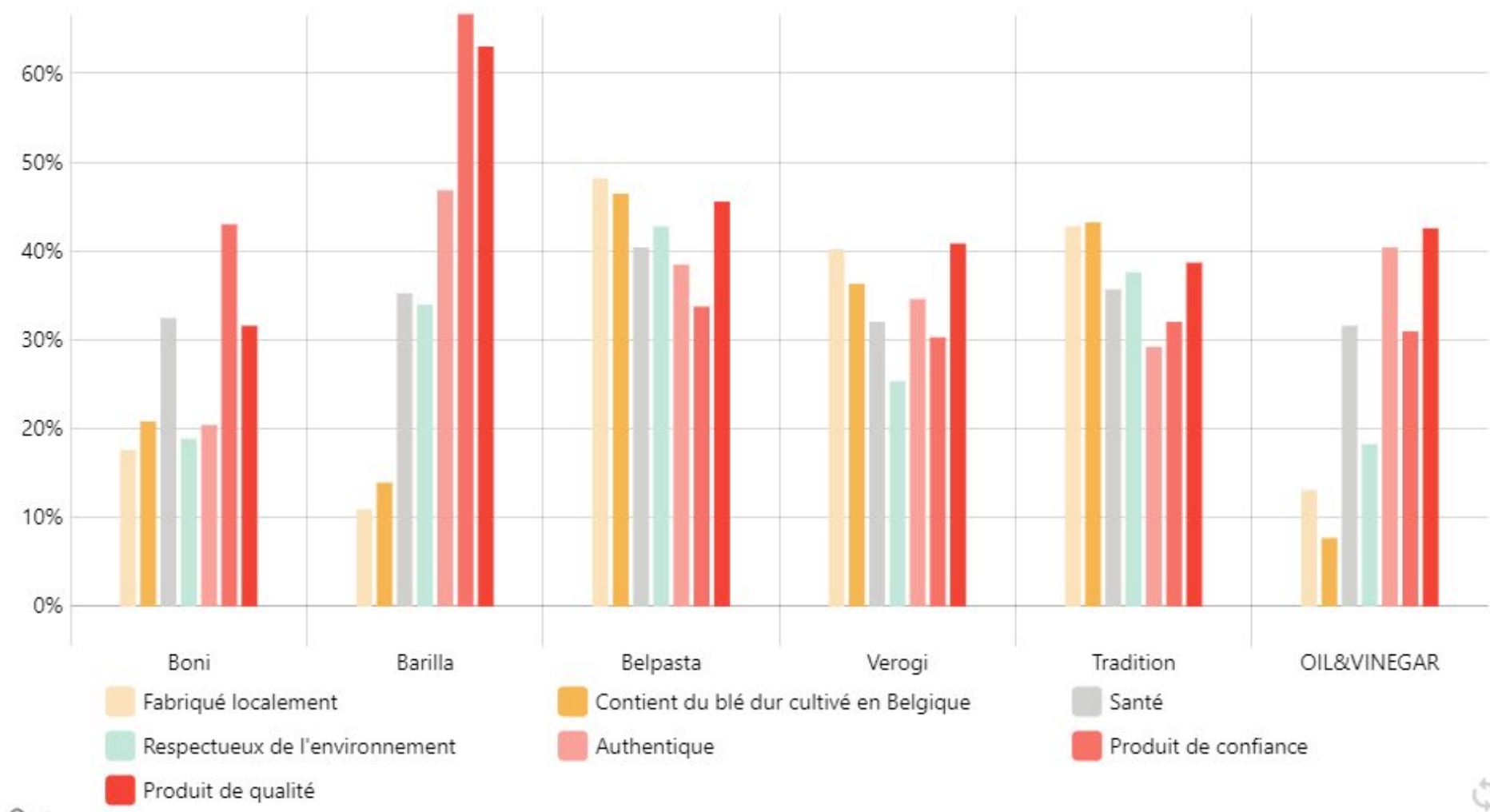
BENCHMARKING - PÂTES SÈCHES

Association d'attributs



Parmi ces produits, lesquels **associez-vous** à chacune des caractéristiques suivantes ?

Vous pouvez choisir plusieurs produits par énoncé.



BENCHMARKING - PÂTES FRAÎCHES

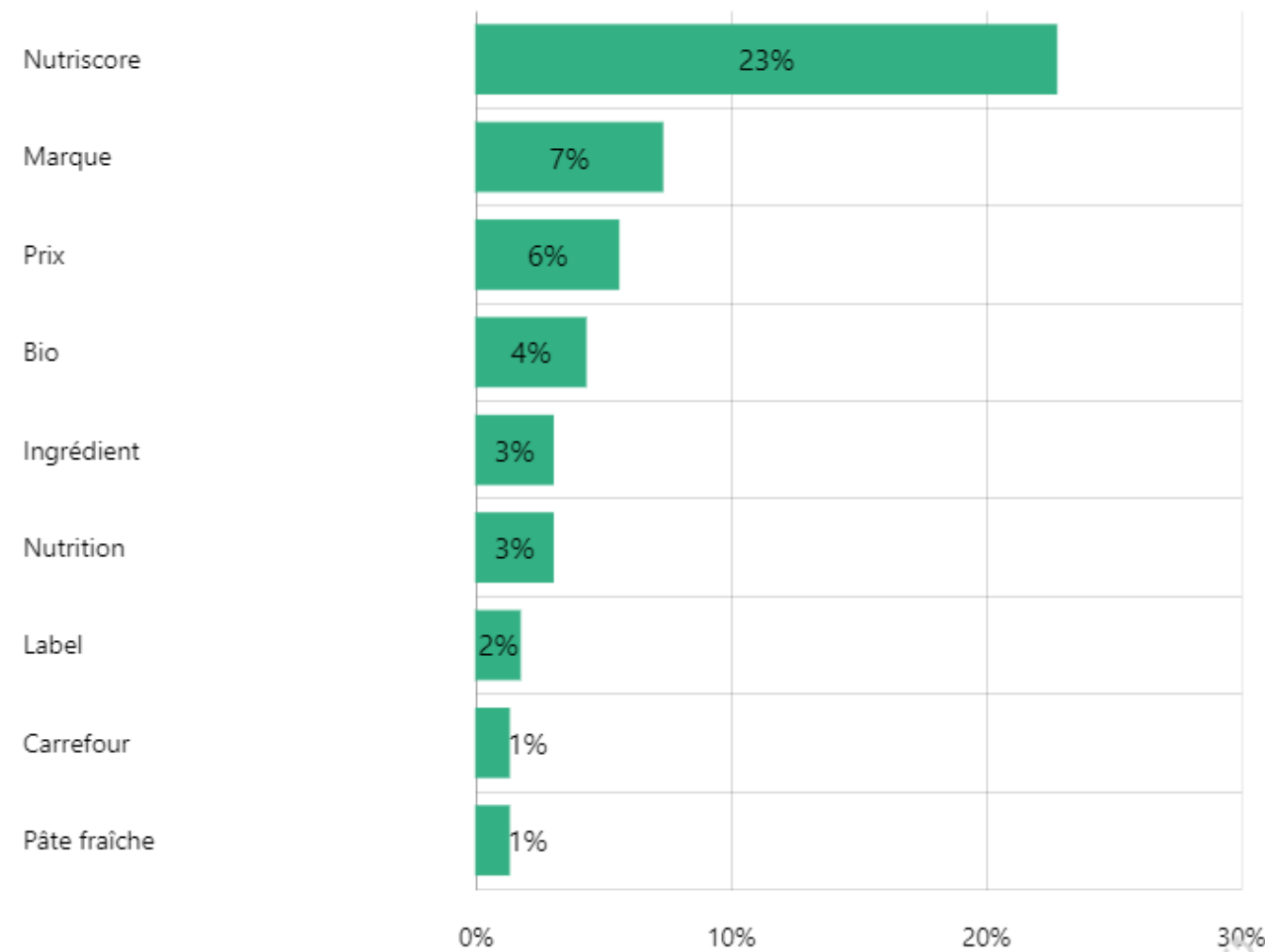
Produits testés



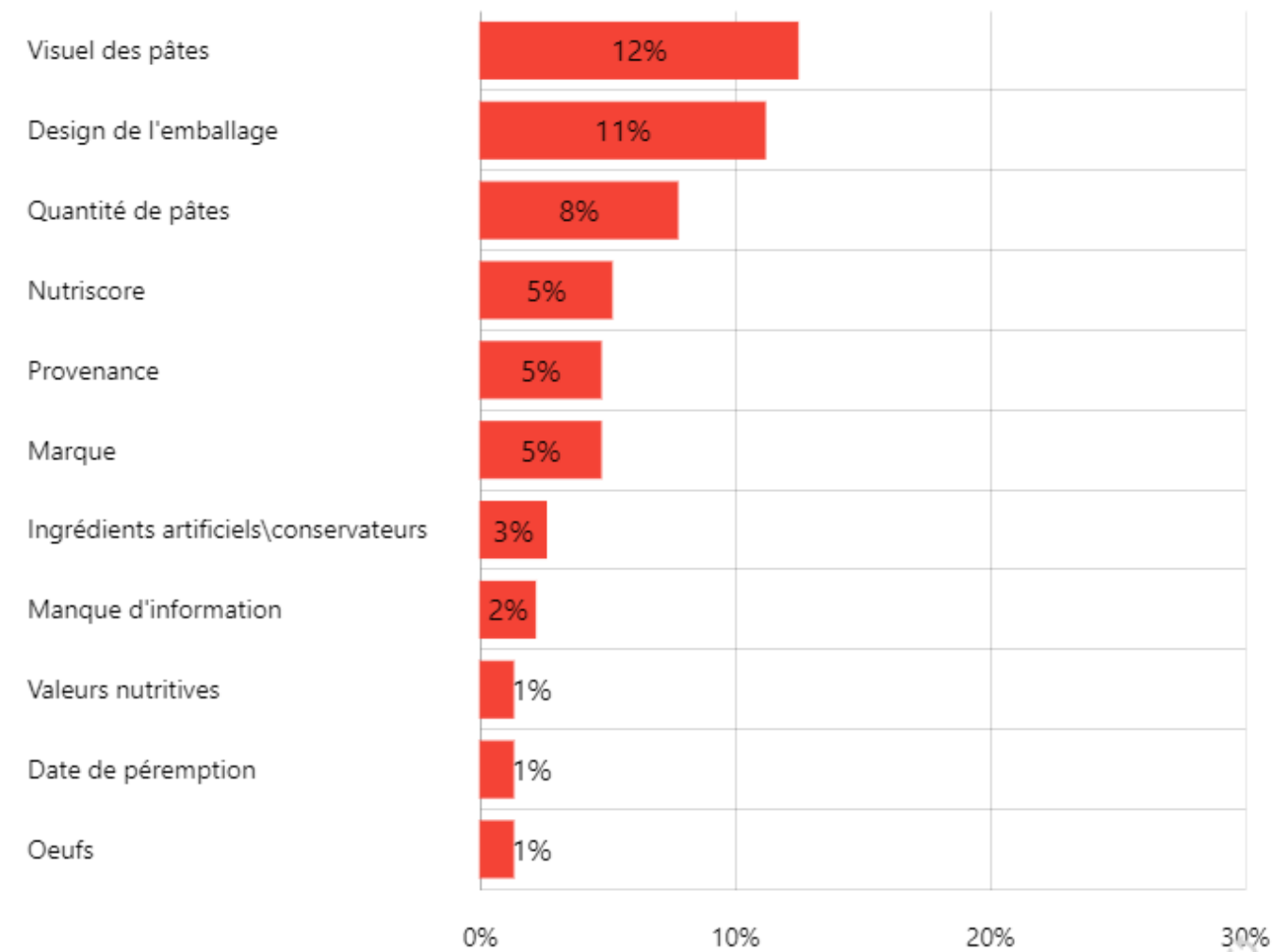
BENCHMARKING - PÂTES FRAÎCHES

Éléments appréciés / moins appréciés

Quelles **informations** figurant sur ces emballages pourraient influencer **positivement** votre intention de les acheter ?



D'autre part, quelles **informations** figurant sur ces emballages pourraient influencer **négativement** votre intention de les acheter ?



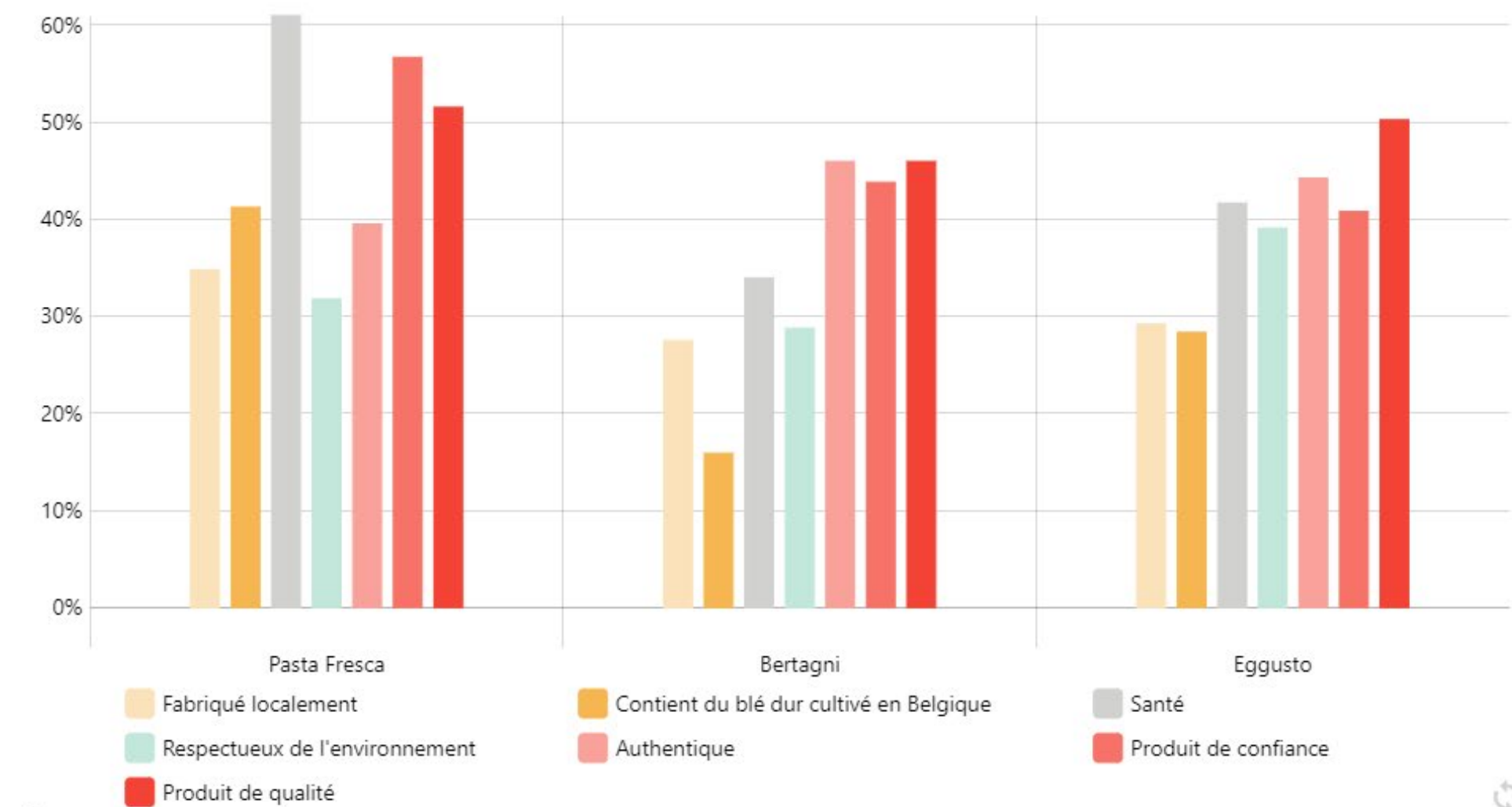
BENCHMKARING - PÂTES FRAÎCHES

Association d'attributs



Parmi ces produits, lesquels **associez-vous** à chacune des caractéristiques suivantes ?

Vous pouvez choisir plusieurs produits par énoncé.



BENCHMARKING - SEMOULE

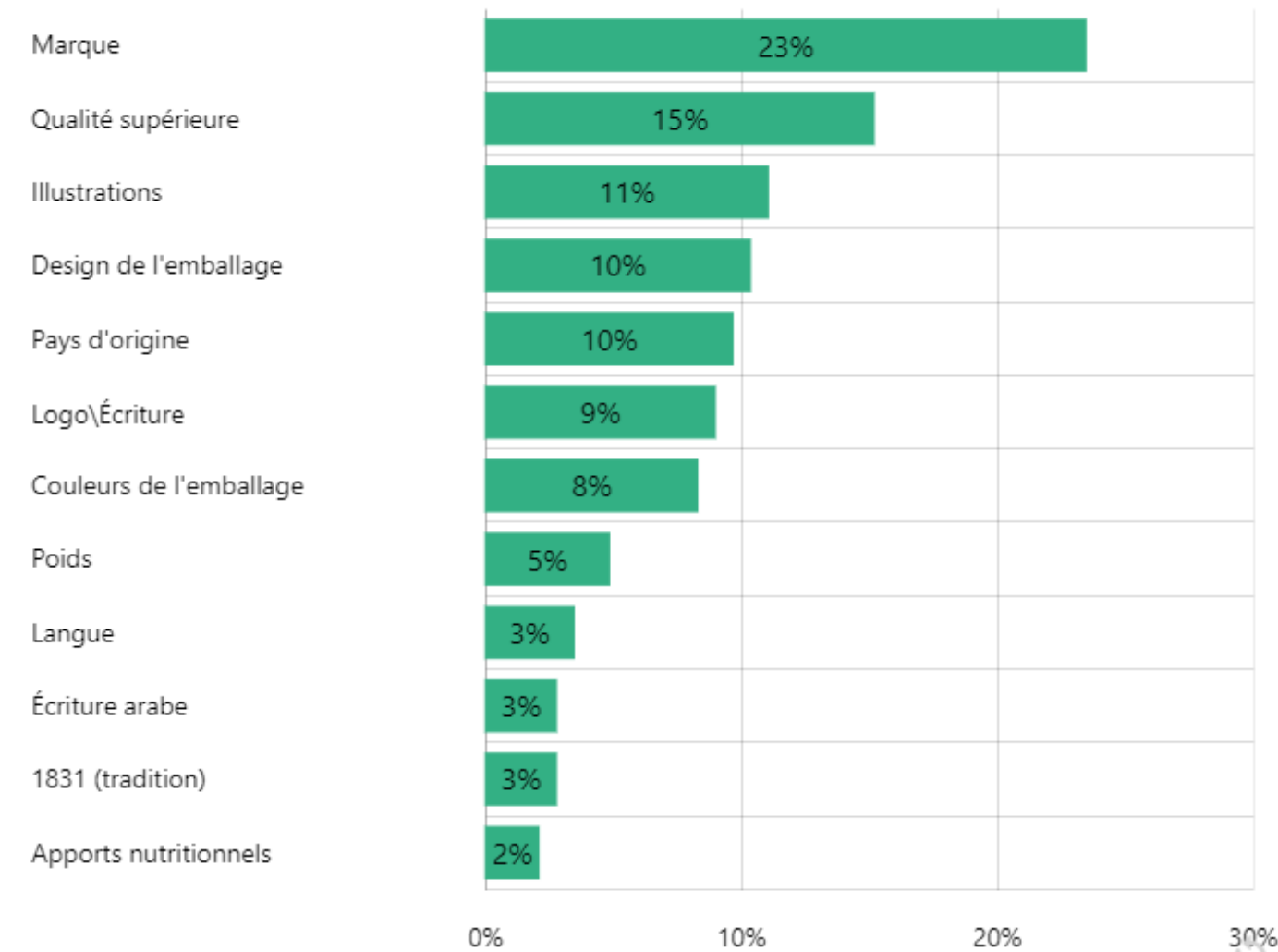
Produits testés



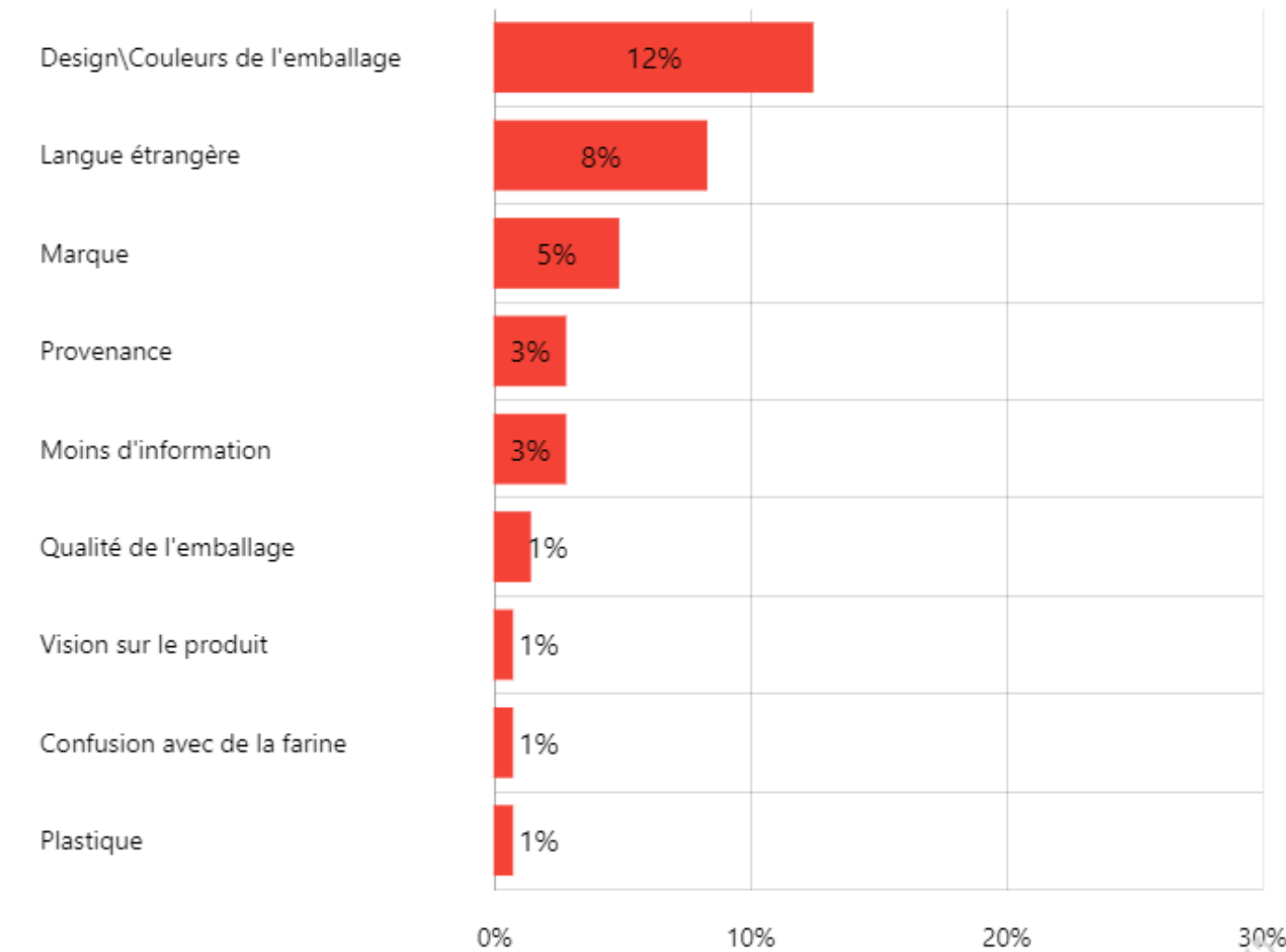
BENCHMKARING - SEMOULE

Éléments apprécisé / moins appréciés

Quelles **informations** figurant sur ces emballages pourraient influencer **positivement** votre intention de les acheter ?



D'autre part, quelles **informations** figurant sur ces emballages pourraient influencer **négativement** votre intention de les acheter ?



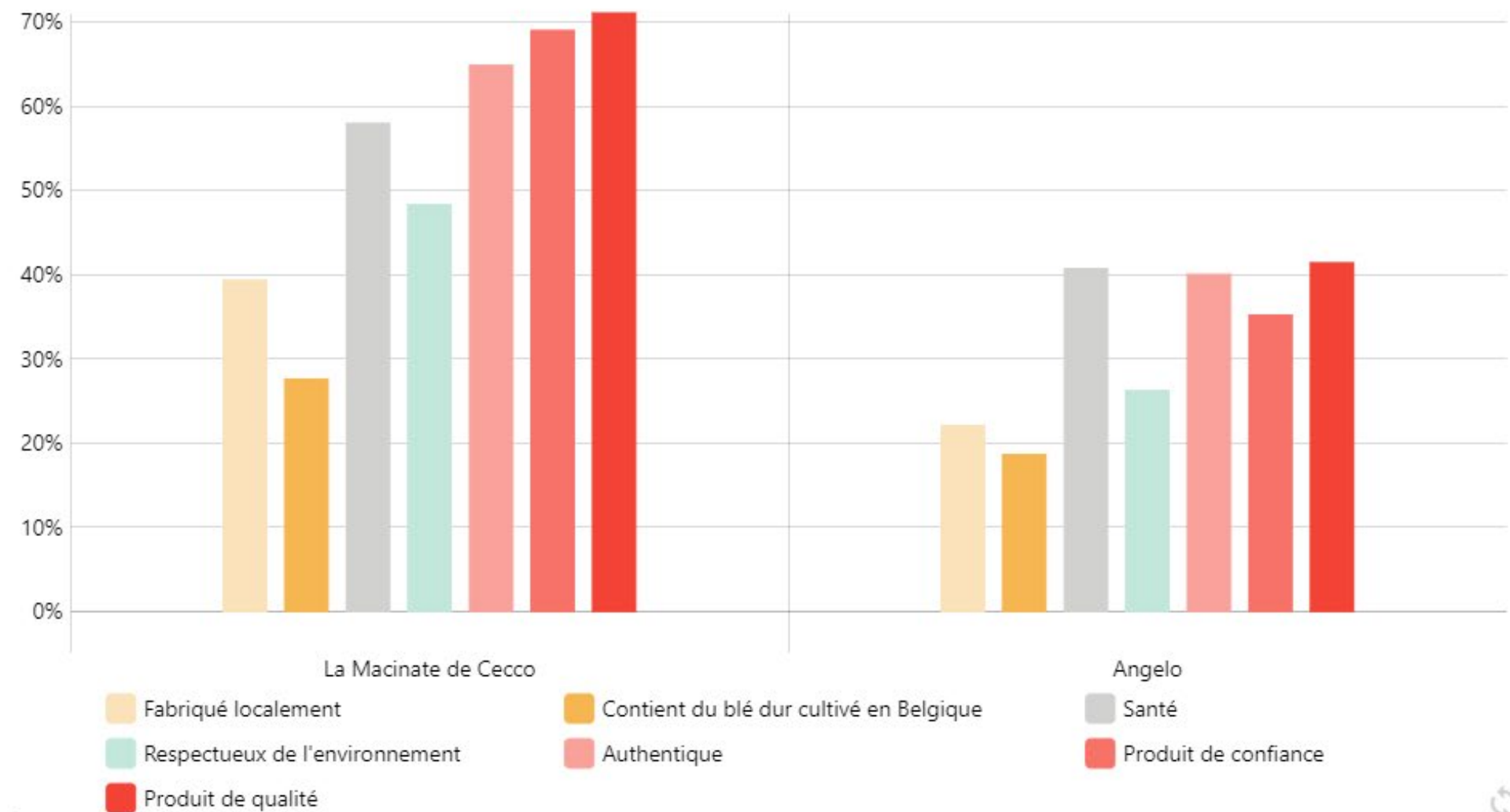
BENCHMKARING - SEMOULE

Association d'attributs



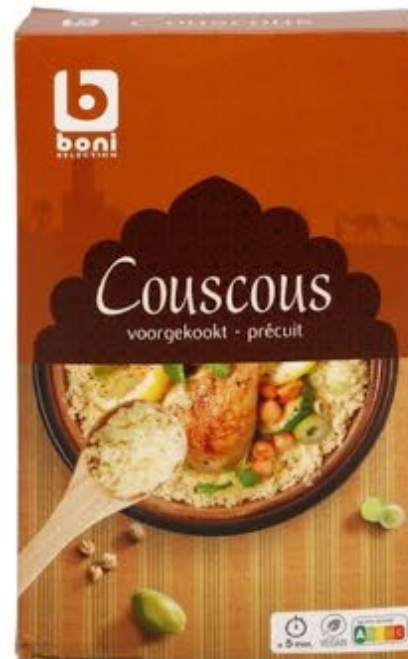
Parmi ces produits, lesquels **associez-vous** à chacune des caractéristiques suivantes ?

Vous pouvez choisir plusieurs produits par énoncé.



BENCHMARKING - COUSCOUS

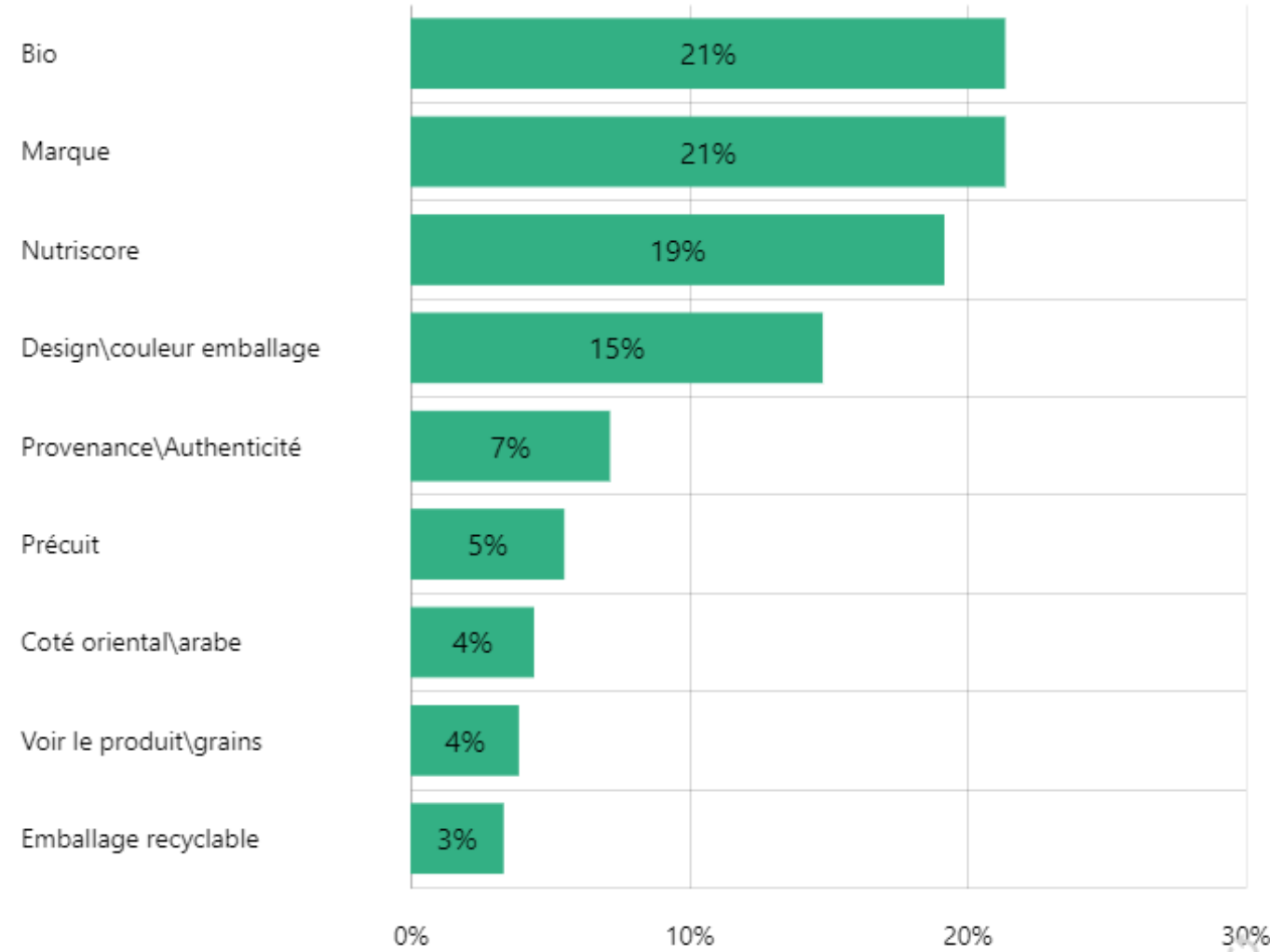
Produits testés



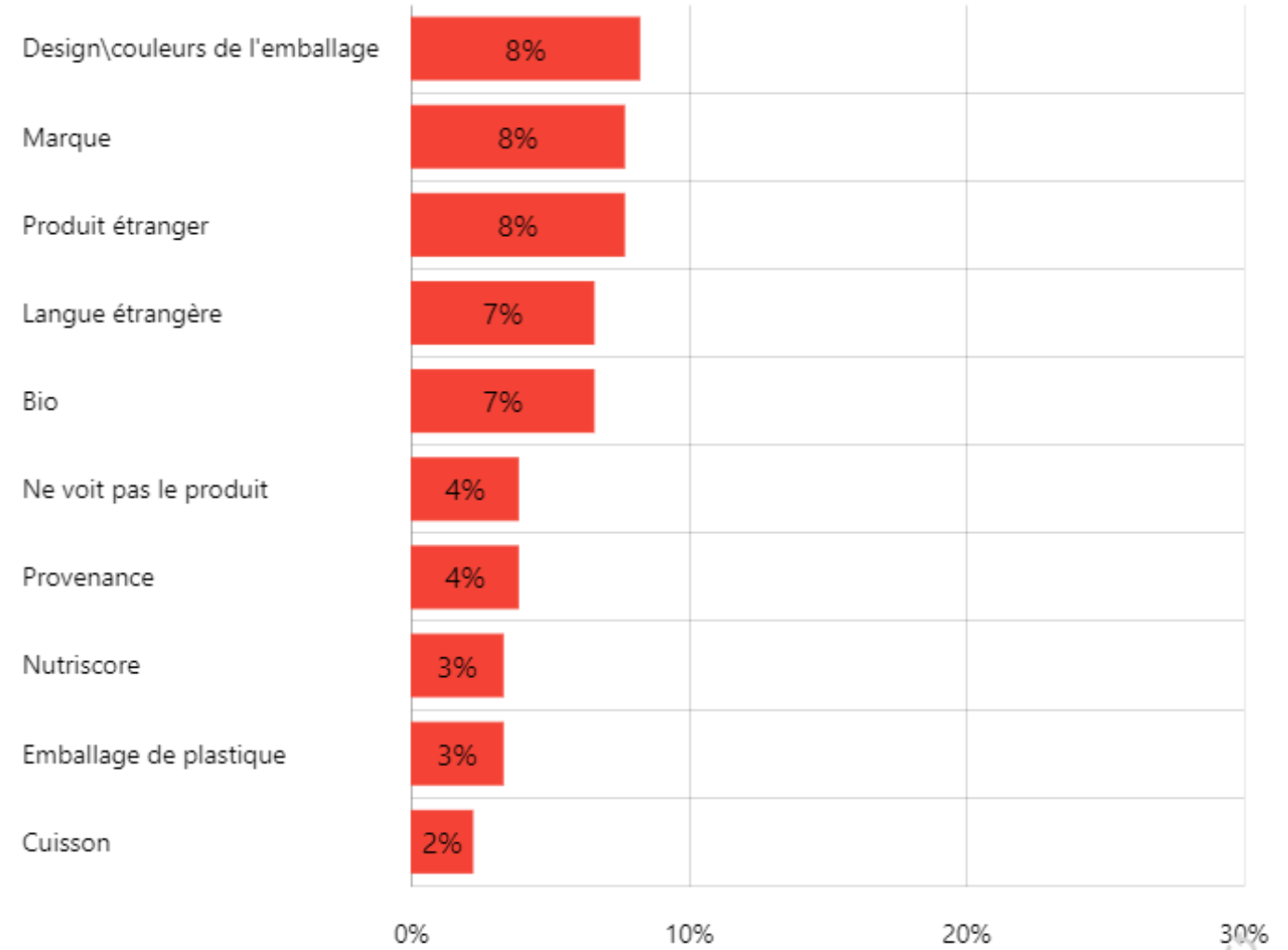
BENCHMARKING - COUSCOUS

Éléments appréciés / moins appréciés

Quelles **informations** figurant sur ces emballages pourraient influencer **positivement** votre intention de les acheter ?

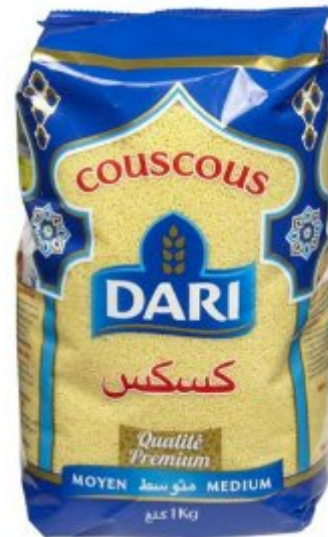
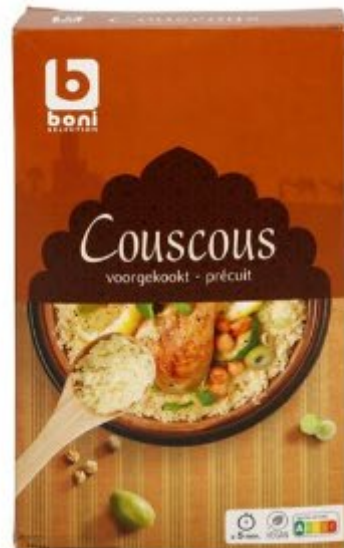


D'autre part, quelles **informations** figurant sur ces emballages pourraient influencer **négativement** votre intention de les acheter ?



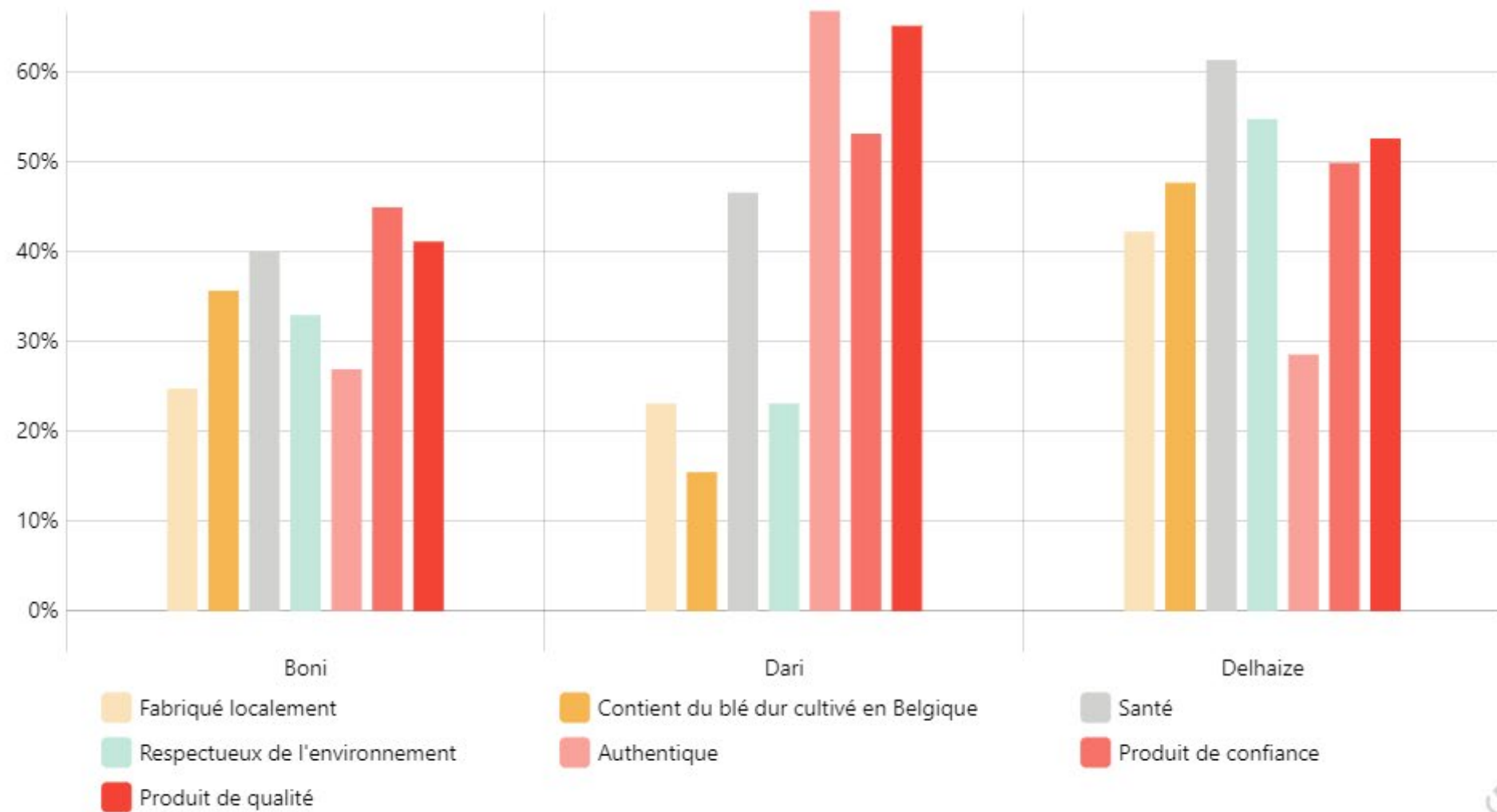
BENCHMARKING - COUSCOUS

Association d'attributs



Parmi ces produits, lesquels **associez-vous** à chacune des caractéristiques suivantes ?

Vous pouvez choisir plusieurs produits par énoncé.



DURABILITÉ

DURABILITÉ

Facteurs qui interpellent le plus dans le choix d'un aliment durable

Parmi les caractéristiques suivantes, lesquelles vous **interpellent** le plus dans le **choix d'un aliment durable** ?



Veillez sélectionner un maximum de 3 choix.

Origine locale des ingrédients

35%

Pratiques agricoles respectueuses de l'environnement

35%

Emballage recyclable

35%

Revenu juste pour les producteurs

31%

Réduction du gaspillage alimentaire

31%

Circuit court

22%

Certification biologique

20%

Produit innovant qui intègre la durabilité (ex.: substitut de vi...

13%

Aucun de ces choix

7%

Autres, veuillez préciser :

1%

0% 10% 20% 30% 40% 50%



DURABILITÉ

Incitatifs qui interpellent le plus dans le choix d'un aliment durable

Parmi les facteurs suivants, lesquels pourraient vous **inciter** à choisir des produits alimentaires plus durables ?

Veuillez sélectionner un maximum de 3 choix.

Incitations financières (réductions, remises, etc.)

Information sur les emballages (ingrédients, pratiques de production)

Disponibilité dans plusieurs points de vente

Contact direct avec les agriculteurs et les producteurs

Labels écologiques ou de certifications garantissant la durabilité

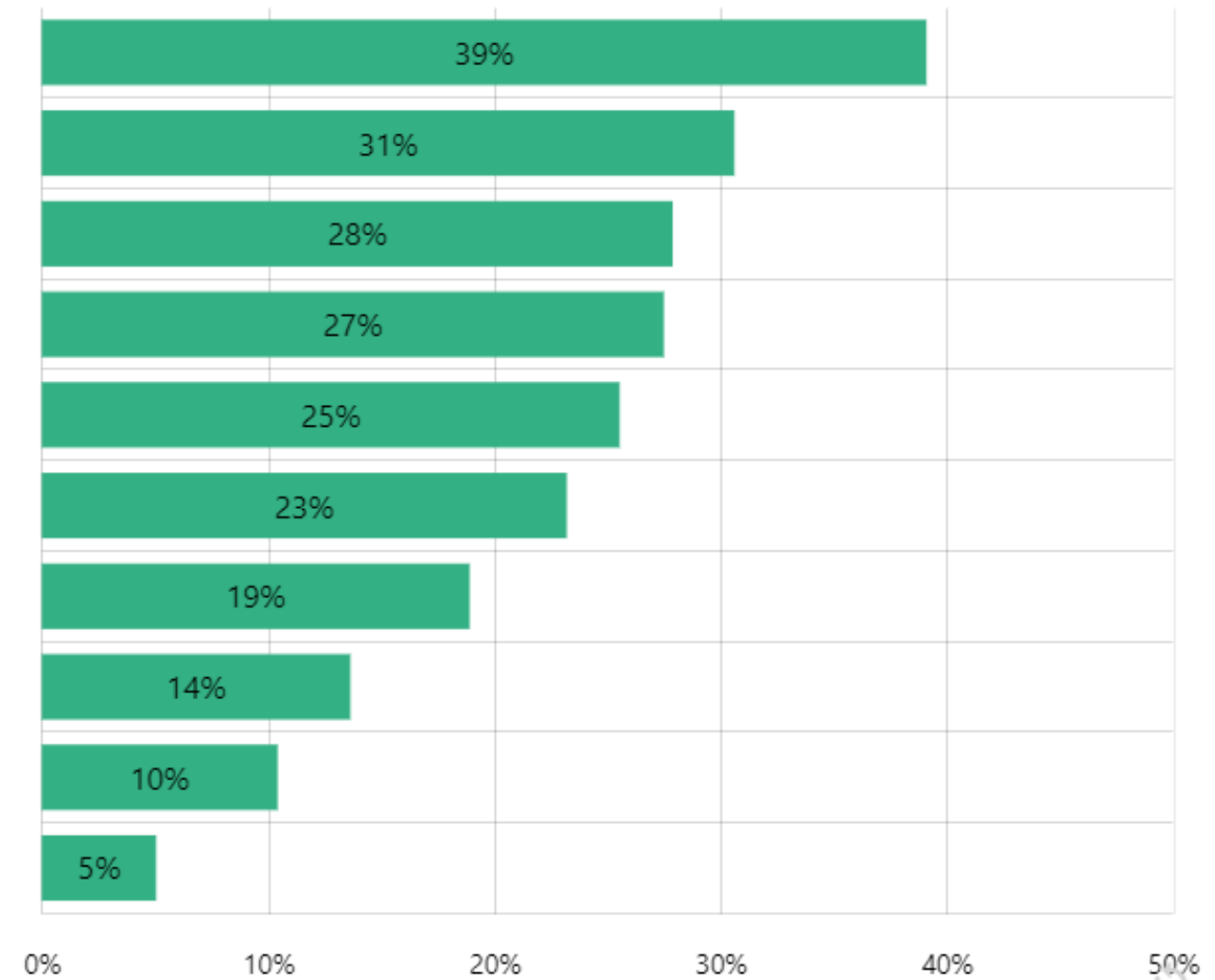
Plus grande offre/variété de produits durables

Actions concrètes des entreprises pour réduire leur empreinte carbone

Campagnes éducatives sur l'impact environnemental des choix alimentaires

Participation active des entreprises dans des initiatives sociales

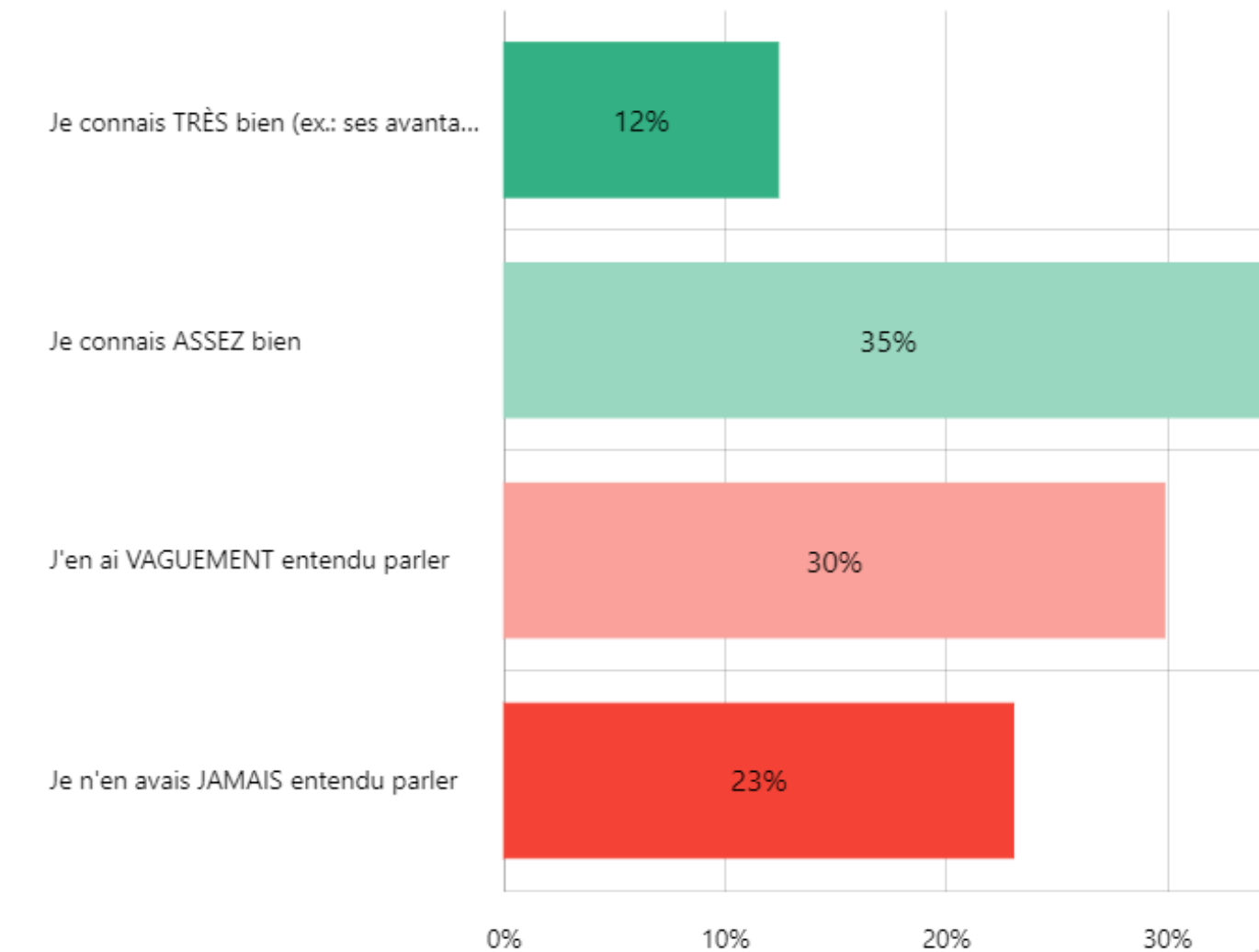
Aucun de ces choix



DURABILITÉ

Circuit court - Connaissance et bénéfices perçus

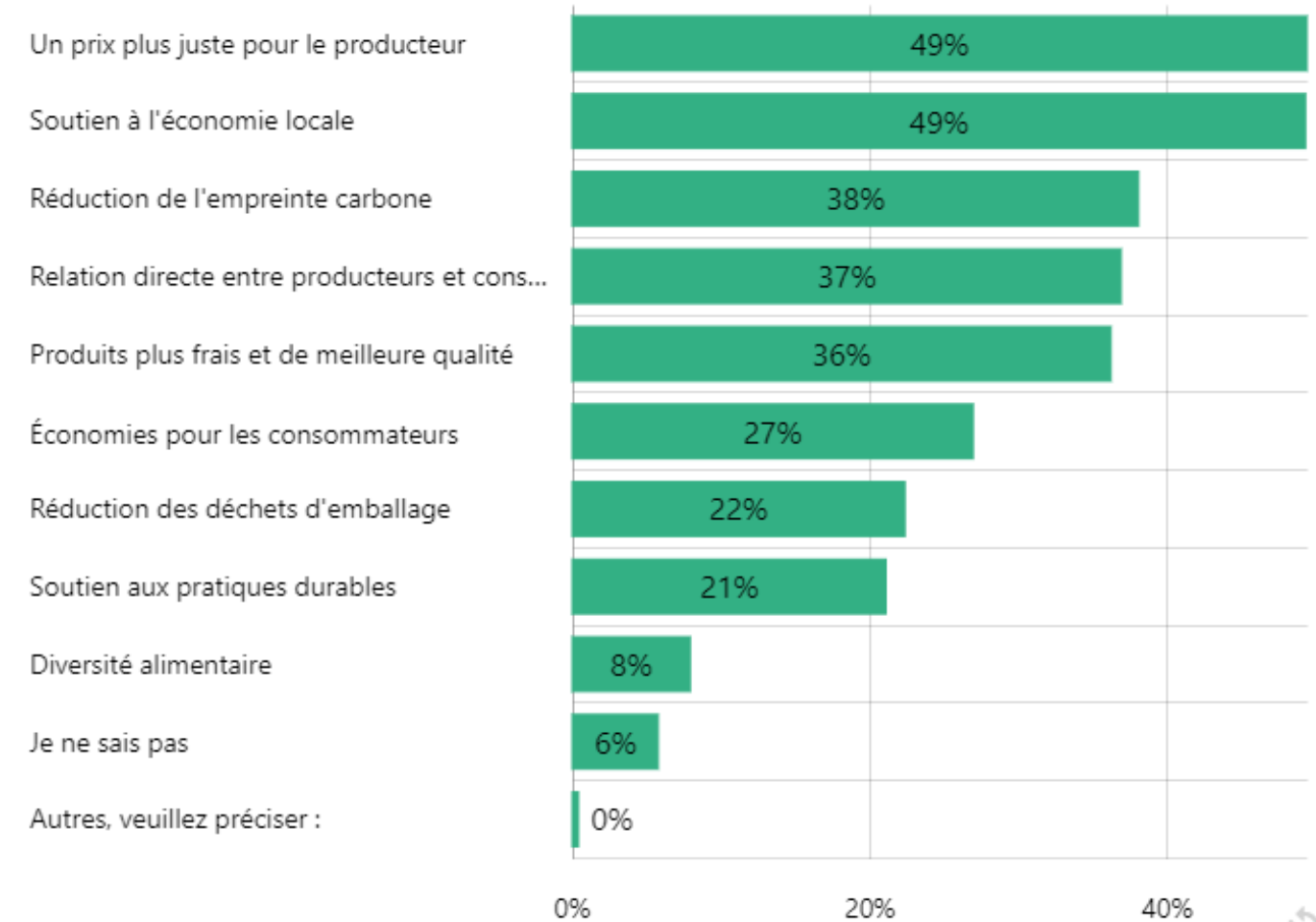
Avant aujourd'hui, dans quelle mesure **connaissiez-vous** ou avez-vous déjà **entendu parler** de la notion de « circuit court » en alimentation ?



Le terme « **circuit court** » en alimentation fait référence à un modèle de distribution alimentaire qui réduit le nombre d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur.



Selon vous, quels sont les principaux **bénéfices** d'un **circuit court** en alimentation ?



FILIÈRE DE BLÉ

FILIÈRE DE BLÉ

Concept testé

Développement d'une filière locale de blé dur en Wallonie

Ce projet vise à soutenir le développement d'une nouvelle filière en Wallonie centrée sur la **production locale de blé dur, actuellement importé** sous forme brute ou transformée. Ce développement permettra aux transformateurs de s'approvisionner localement et de produire des produits 100% wallons.



CULTURE LOCALE

Des agriculteurs locaux s'engagent à cultiver le blé dur pour réduire la dépendance aux importations, tout en garantissant des cultures de haute qualité



PRODUITS 100% WALLONS

Les transformateurs locaux auront accès à un approvisionnement fiable et compétitif de ce blé dur fraîchement récolté, et ainsi offrir des produits authentiques, entièrement issus de Belgique.



RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT

Les membres de la filière s'engagent à moderniser leurs infrastructures pour les rendre durables, à veiller à l'utilisation efficace des ressources et à l'adoption de technologies propres et respectueuses de l'environnement.



PRIX JUSTE POUR LES AGRICULTEURS

Un mécanisme de rémunération équitable aux agriculteurs participants est mis en place et représente un engagement clé pour soutenir les acteurs essentiels de la filière.

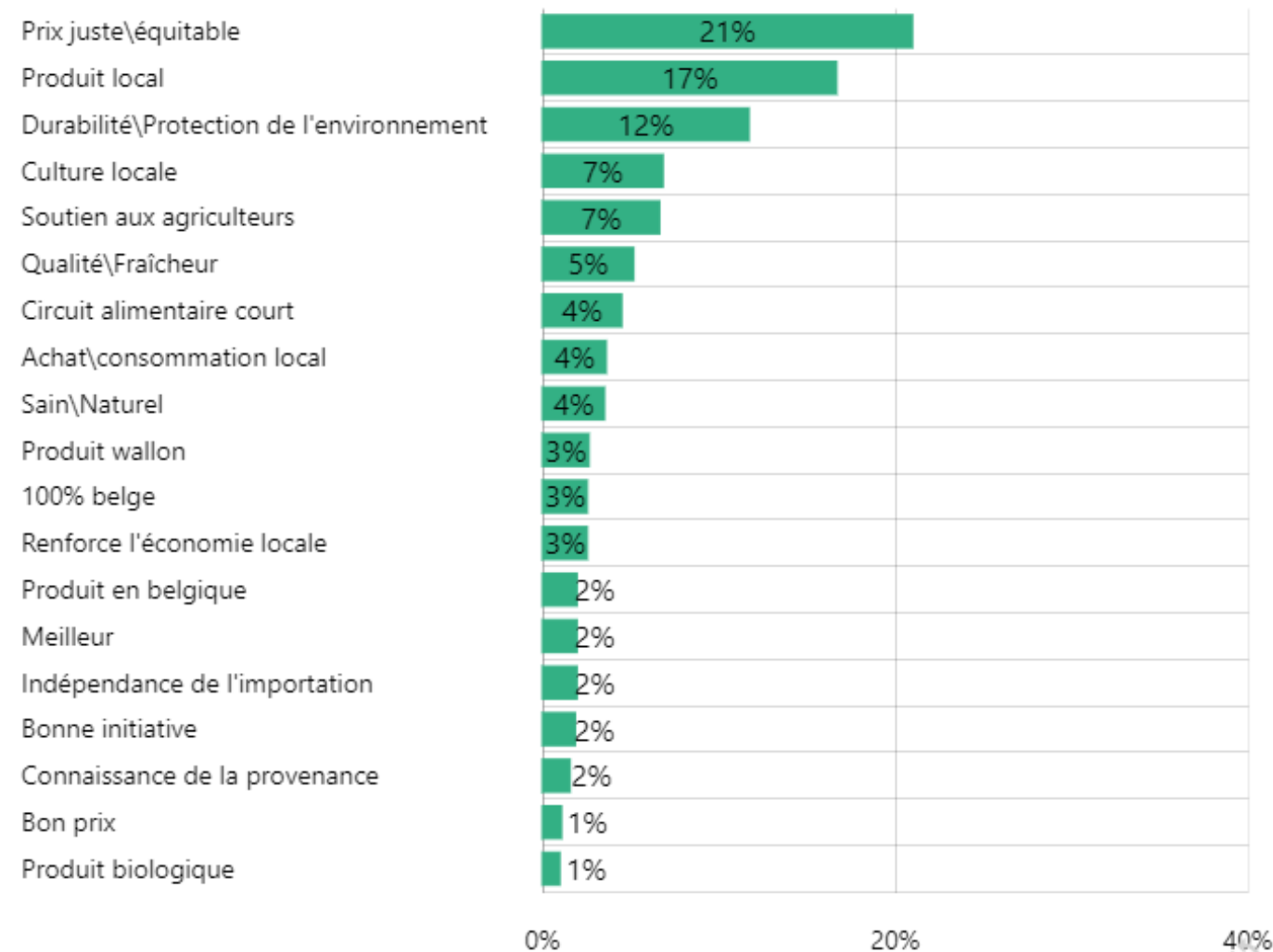
Les consommateurs peuvent s'attendre à avoir accès à des produits dérivés du blé dur, tels que des pâtes, et d'autres articles de qualité supérieure, cultivés localement. Ces produits pourraient se démarquer par leur fraîcheur et leur authenticité.

En plus de bénéficier d'une gamme de produits diversifiée de produits de qualité, les consommateurs participent activement à des pratiques agricoles durables et soutiennent l'économie locale.

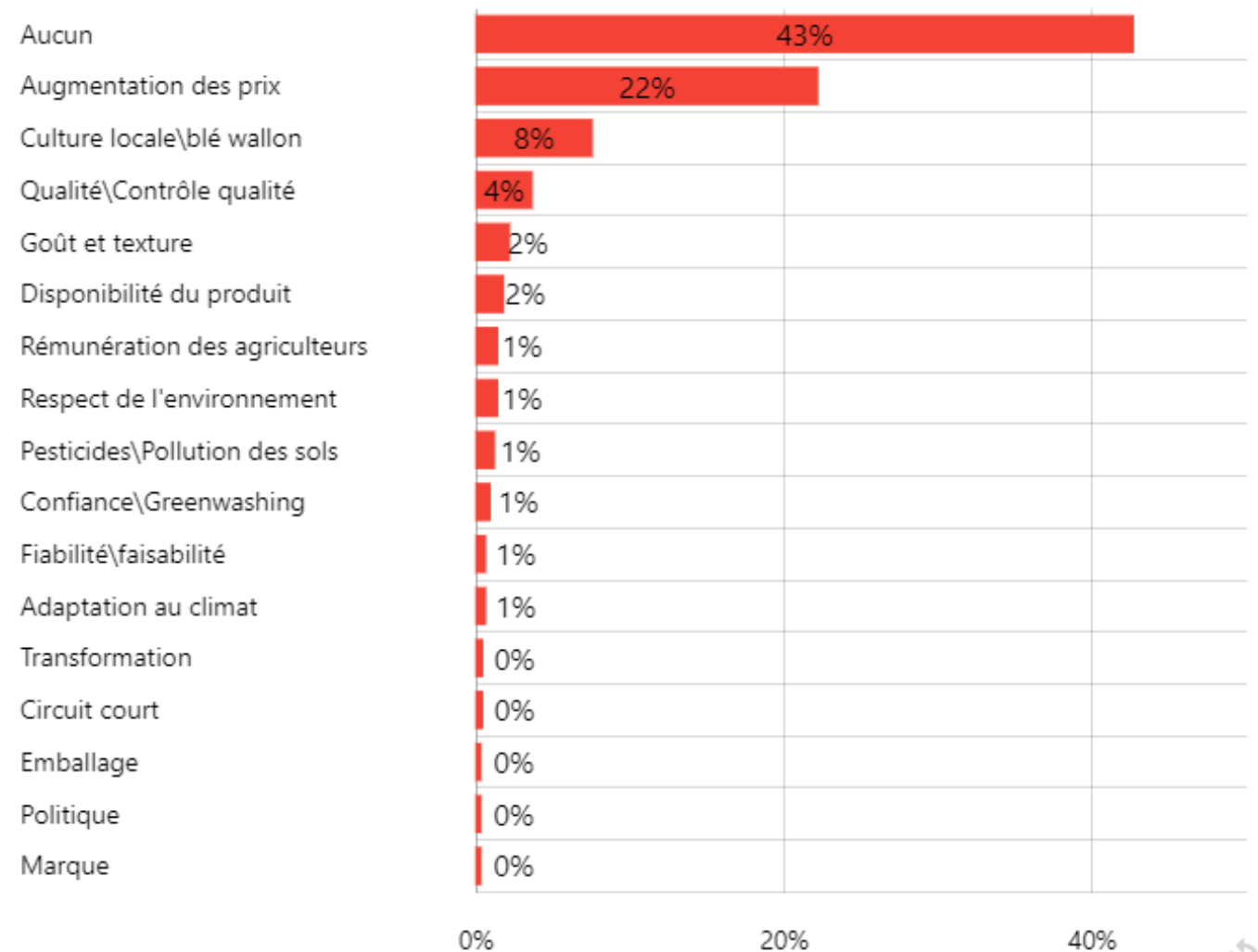
FILIÈRE DE BLÉ

Éléments appréciés/moins appréciés

Qu'est-ce qui vous **interpelle** particulièrement avec cette initiative et qui vous **inciterait à acheter** des produits à base de blé dur wallon ?



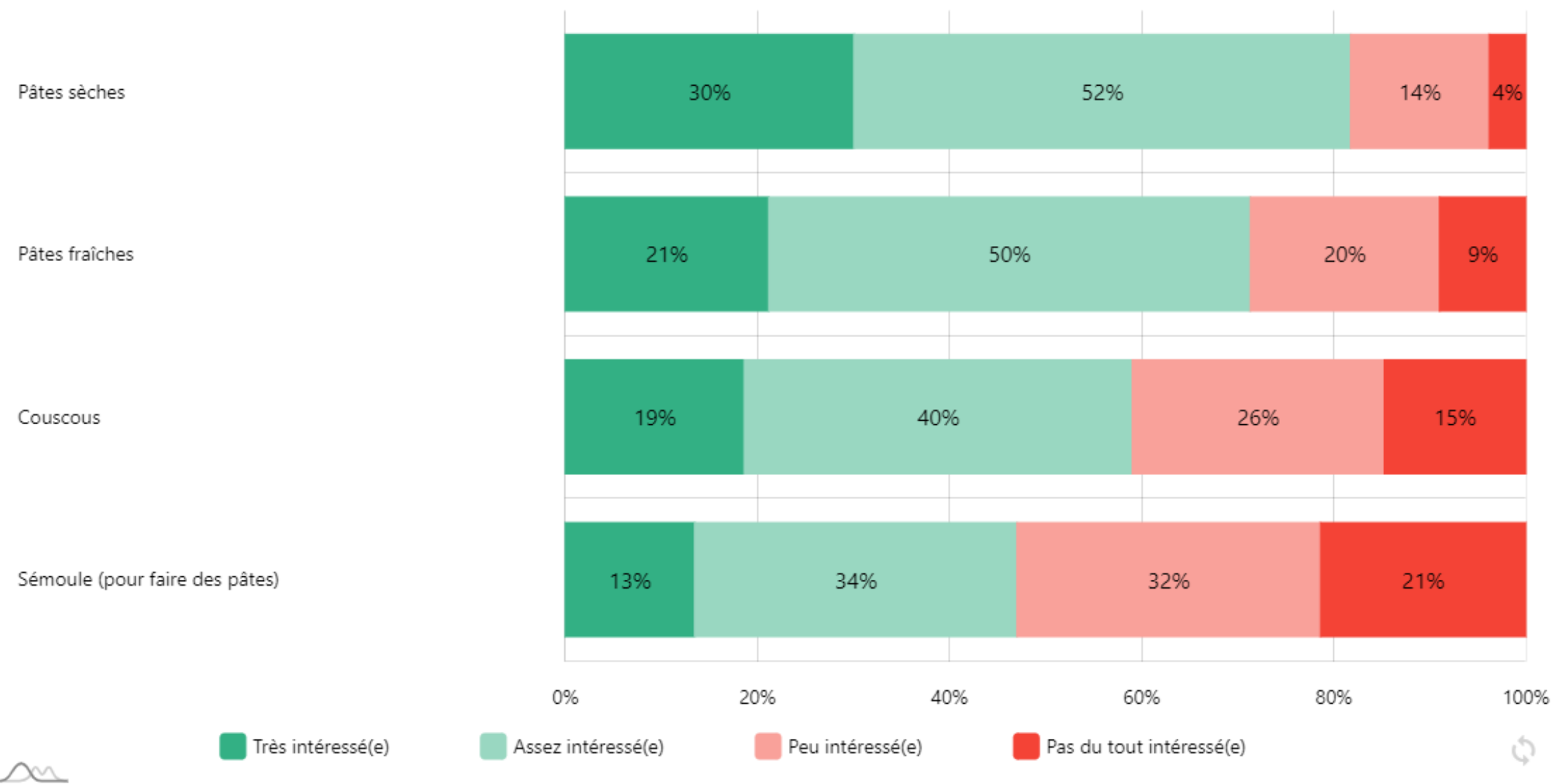
Qu'est-ce qui vous **interpelle moins** avec cette initiative, ou quelles seraient vos **craintes** envers l'achat de produits à base de blé dur wallon ?



FILIÈRE DE BLÉ

Niveau d'intérêt à acheter

Quel serait votre **intérêt à acheter** des produits à base de blé dur wallon, pour chacune des catégories suivantes :



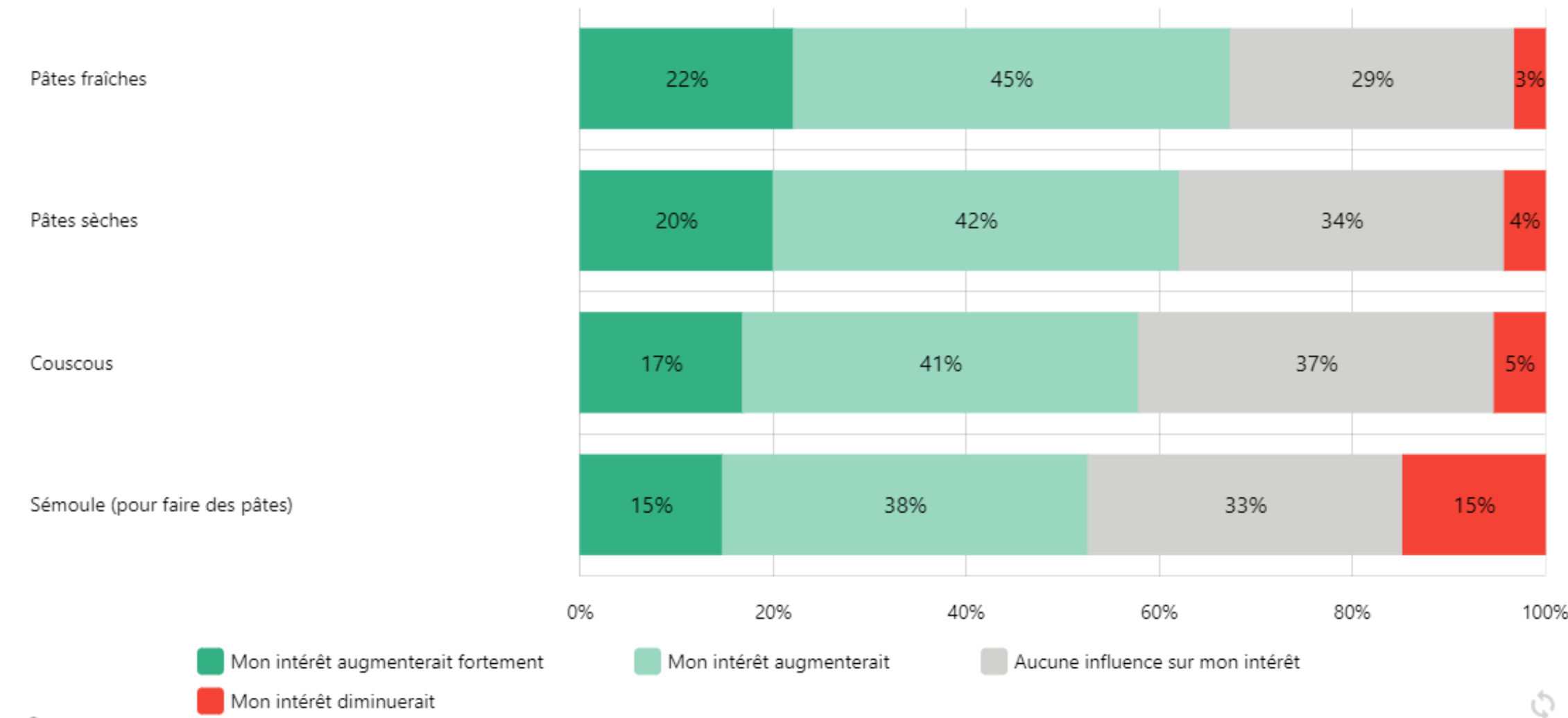
FILIÈRE DE BLÉ

Influence sur la consommation

À quel point le fait de savoir qu'un produit est issu de la filière **influencerait-il** votre **intérêt** pour ce produit ?



Veuillez indiquer un choix pour chacune des catégories de produit suivantes :



FILIÈRE DE BLÉ

Priorisation des attributs

En **achetant** un produit à base de blé dur wallon provenant de la filière, vous **aimeriez prioritairement** :

Veillez sélectionner un maximum de 3 choix.



Soutenir l'économie locale

49%

Garantir un revenu juste aux producteurs agricoles

43%

Réduire l'impact environnemental

33%

Encourager les acteurs de la filière (agriculteurs, transformateurs, etc.)...

31%

Prendre soin de ma santé

27%

Avoir accès à des produits d'une qualité supérieure

25%

Soutenir des pratiques éthiques et responsables

17%

Avoir accès à une plus grande diversité de produit à base de blé

16%

Autres, veuillez préciser :

1%

0%

10%

20%

30%

40%



FILIÈRE DE BLÉ

Messages sur l'emballage qui interpellent le plus

Parmi les messages suivants qui pourraient se retrouver sur l'emballage, quels sont les **deux** qui vous **interpellent** le plus ?

100 % belge

48%

Fabriqué en Belgique

33%

Garantit une rémunération juste des producteurs

30%

Produit artisanal

25%

Blé local

24%

Blé durable

21%

Recette authentique

19%

0%

20%

40%

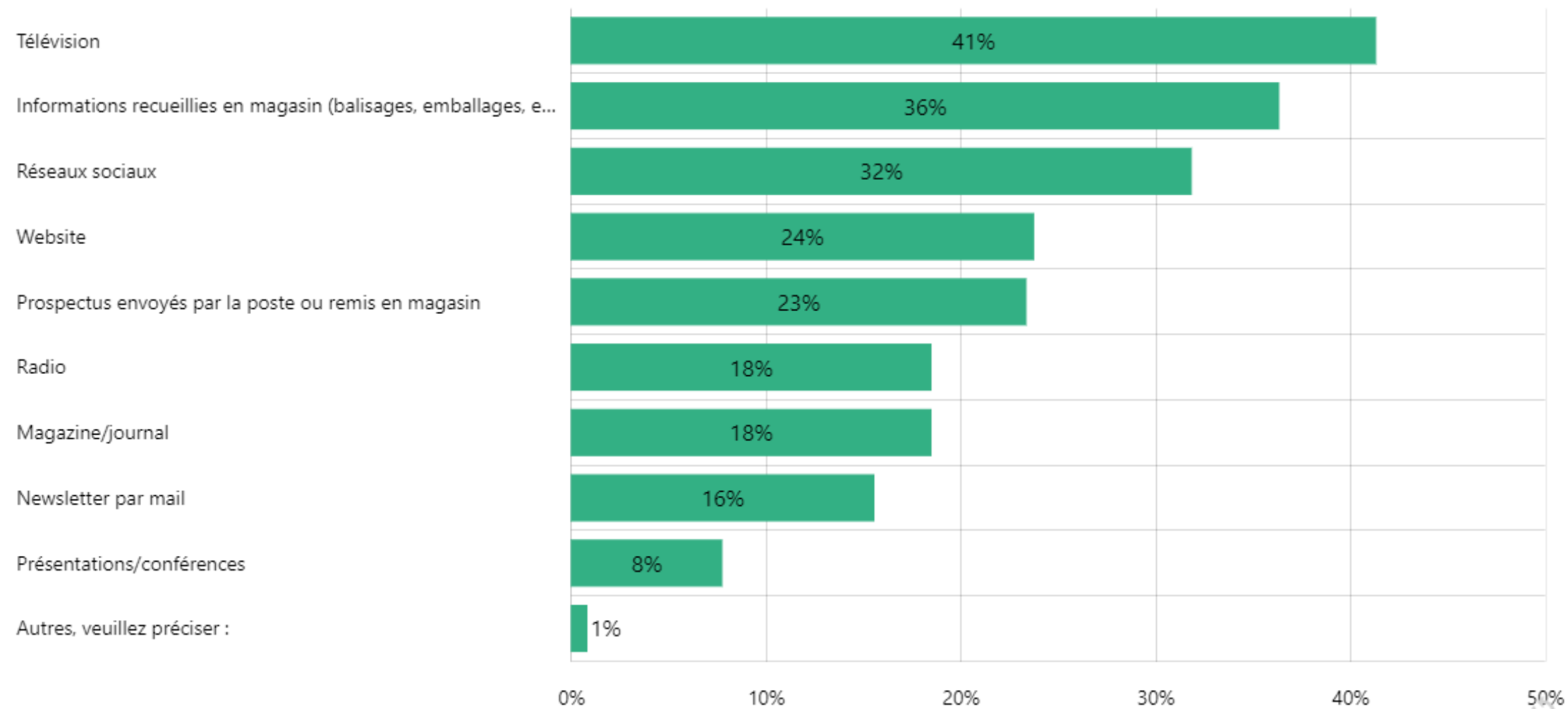


FILIÈRE DE BLÉ

Moyens de communication

Par quels **supports** souhaiteriez-vous obtenir des informations sur la filière et de ses produits ?

Veillez sélectionner tous les choix qui s'appliquent.

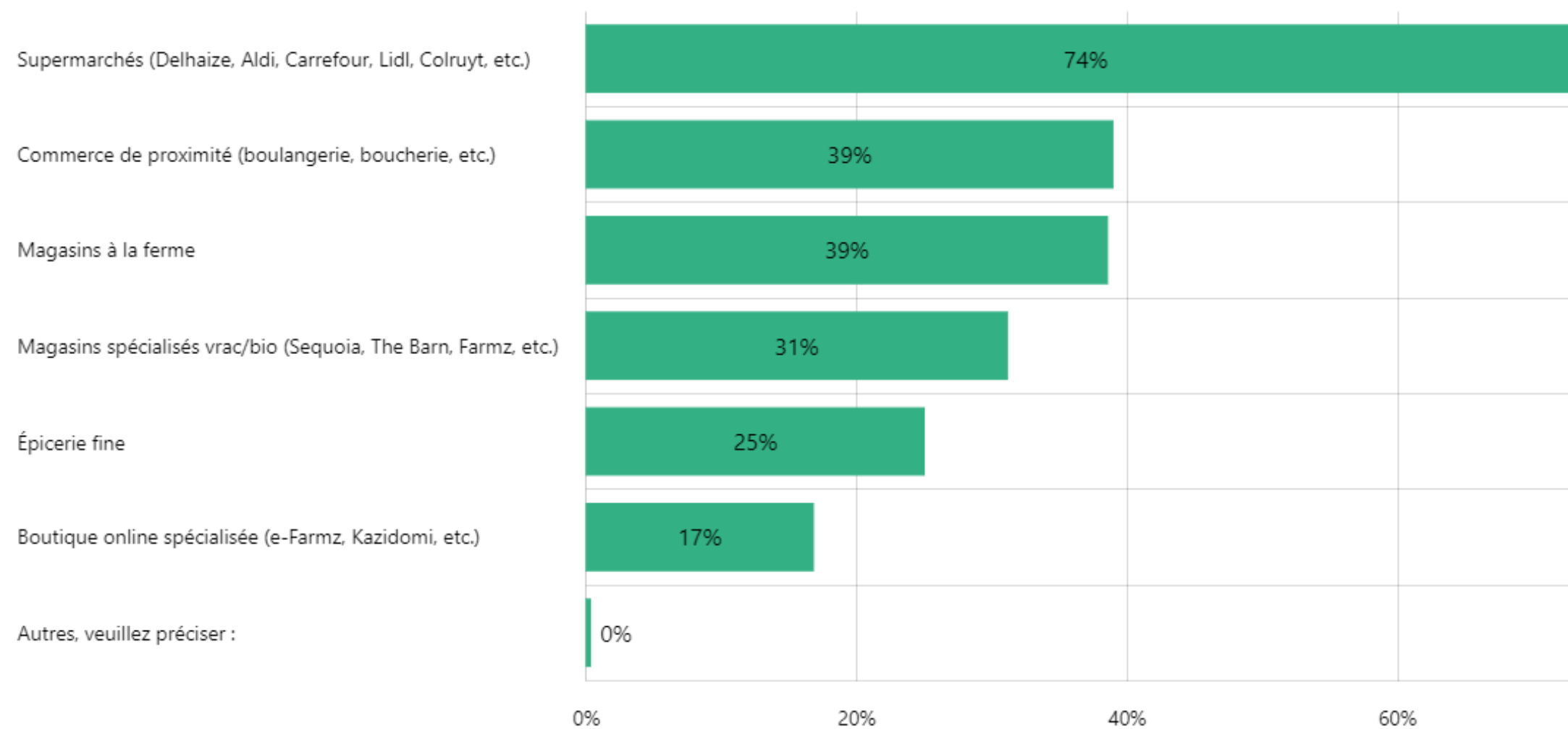


FILIÈRE DE BLÉ

Distribution

Où vous attenderiez-vous à trouver les produits issus de la filière ?

Veillez sélectionner tous les choix qui s'appliquent.



ÉVALUATION DU CONCEPT DE FILIÈRE

Élasticité de prix – Pâtes sèches en supermarché



Élasticité avec prix optimal

Prix des produits actuels



3,19 €



2,12 €

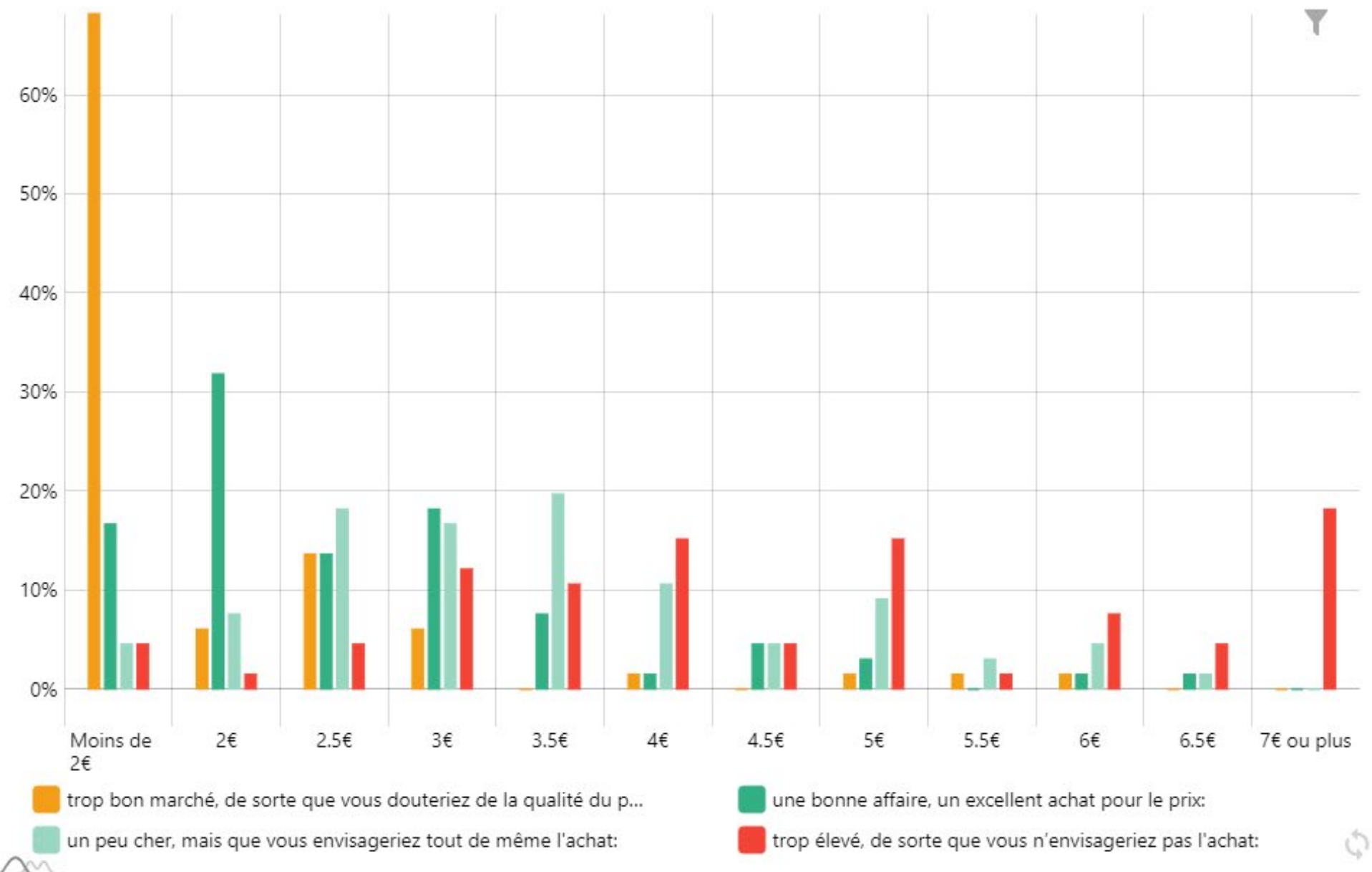


0,79 €

Note: La catégorie « magasins spécialisés » inclut ici les magasins spécialisés vrac/bio, les magasins à la ferme, les boutiques online spécialisées et les épiceries fines.

FILIÈRE DE BLÉ

Élasticité de prix - Pâtes sèches au supermarché

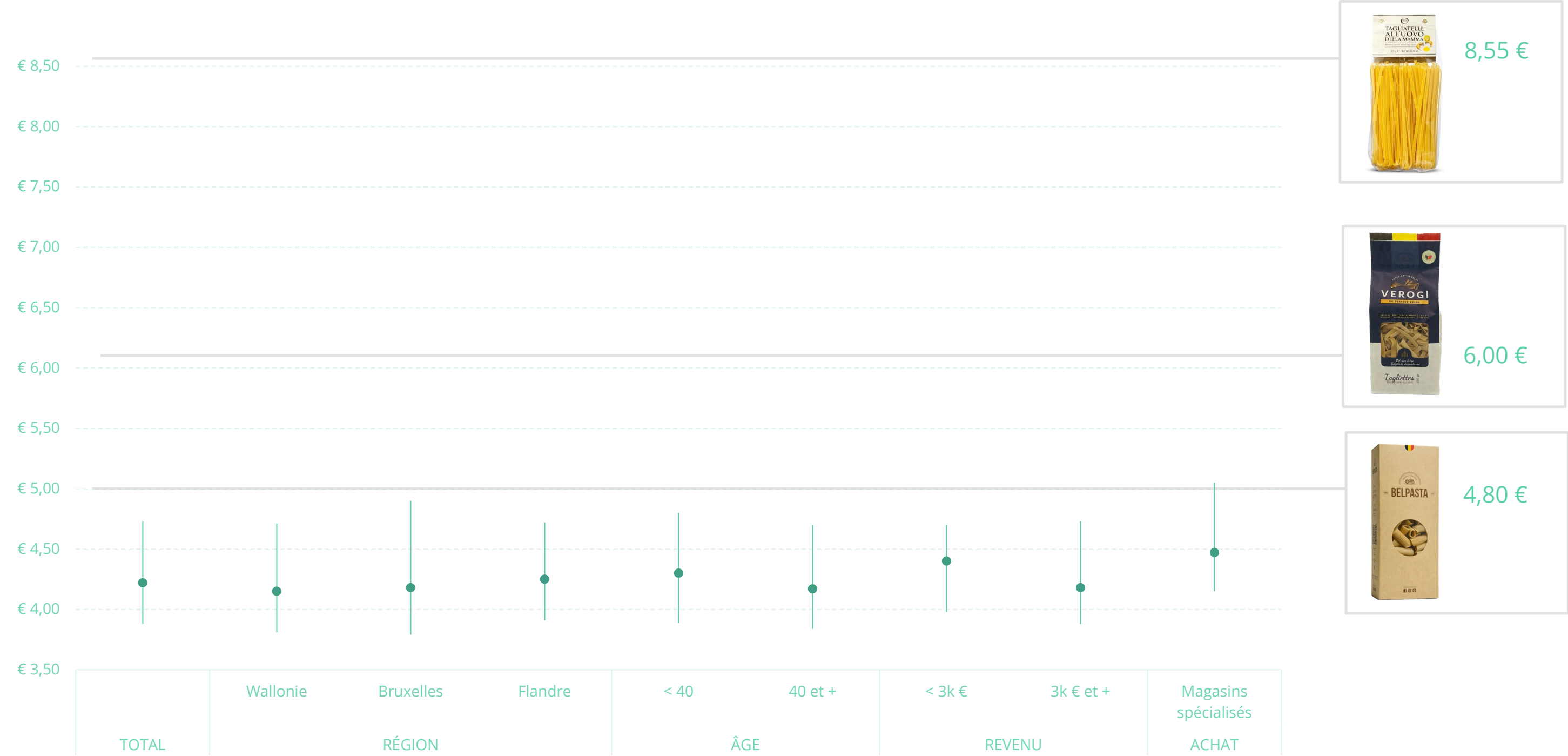


ÉVALUATION DU CONCEPT DE FILIÈRE

Élasticité de prix – Pâtes sèches en épicerie fine

● Élasticité avec prix optimal

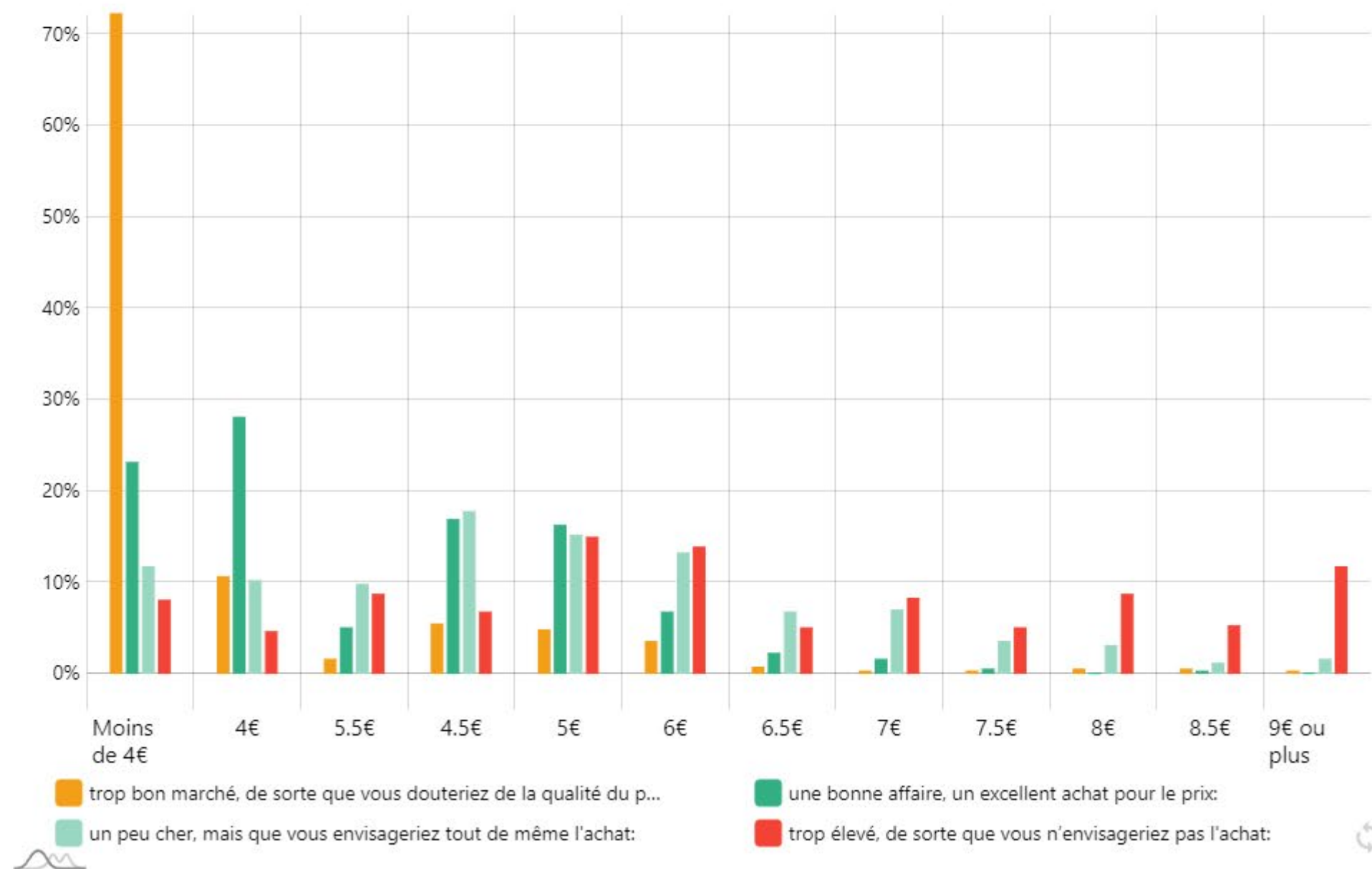
— Prix des produits actuels



Note: La catégorie « magasins spécialisés » inclut ici les magasins spécialisés vrac/bio, les magasins à la ferme, les boutiques online spécialisées et les épiceries fines.

FILIÈRE DE BLÉ

Élasticité de prix - Pâges sèches dans une épicerie fine

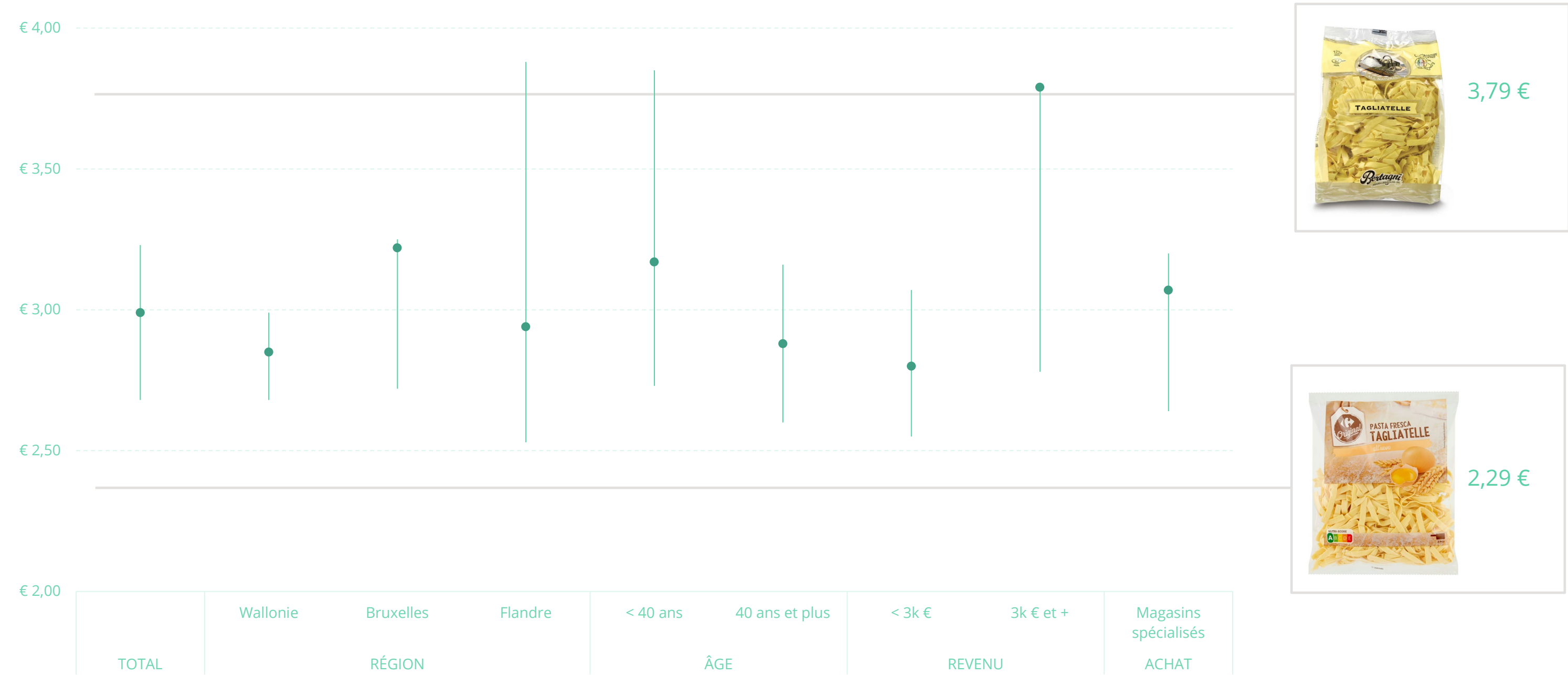


ÉVALUATION DU CONCEPT DE FILIÈRE

Élasticité de prix – Pâtes fraîches

● Élasticité avec prix optimal

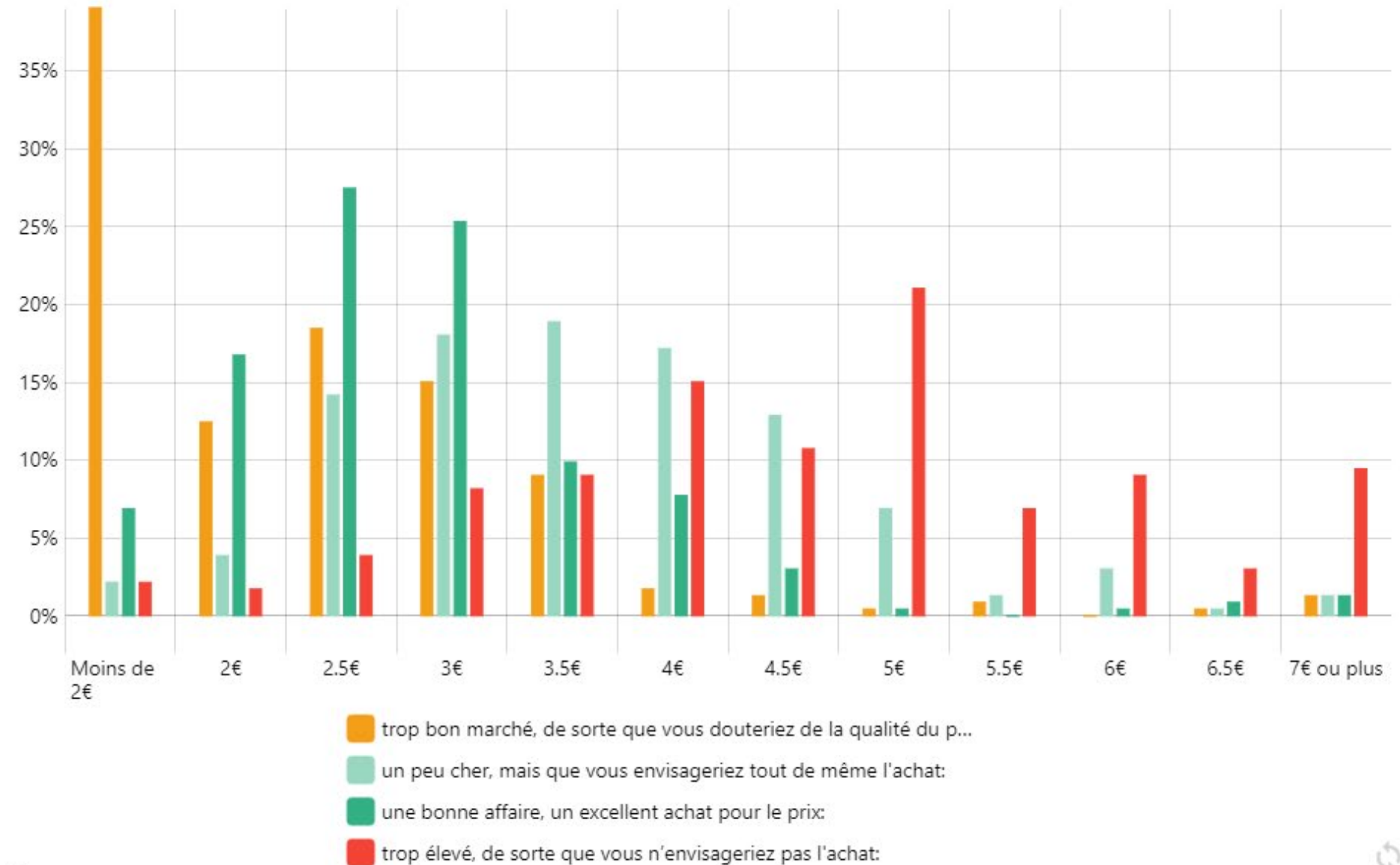
— Prix des produits actuels



Note: La catégorie « magasins spécialisés » inclut ici les magasins spécialisés vrac/bio, les magasins à la ferme, les boutiques online spécialisées et les épiceries fines.

FILIÈRE DE BLÉ

Élasticité de prix - Pâtes fraîches

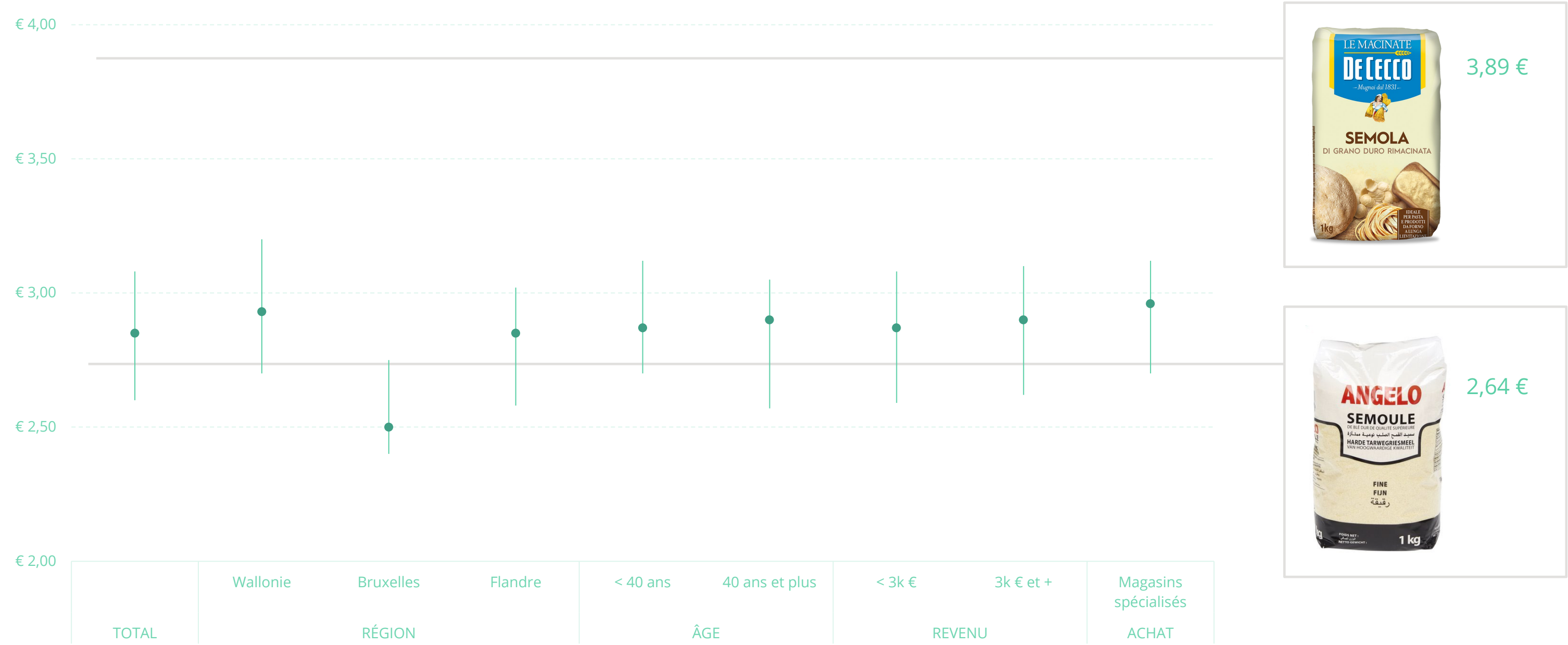


ÉVALUATION DU CONCEPT DE FILIÈRE

Élasticité de prix – Semoule

● Élasticité avec prix optimal

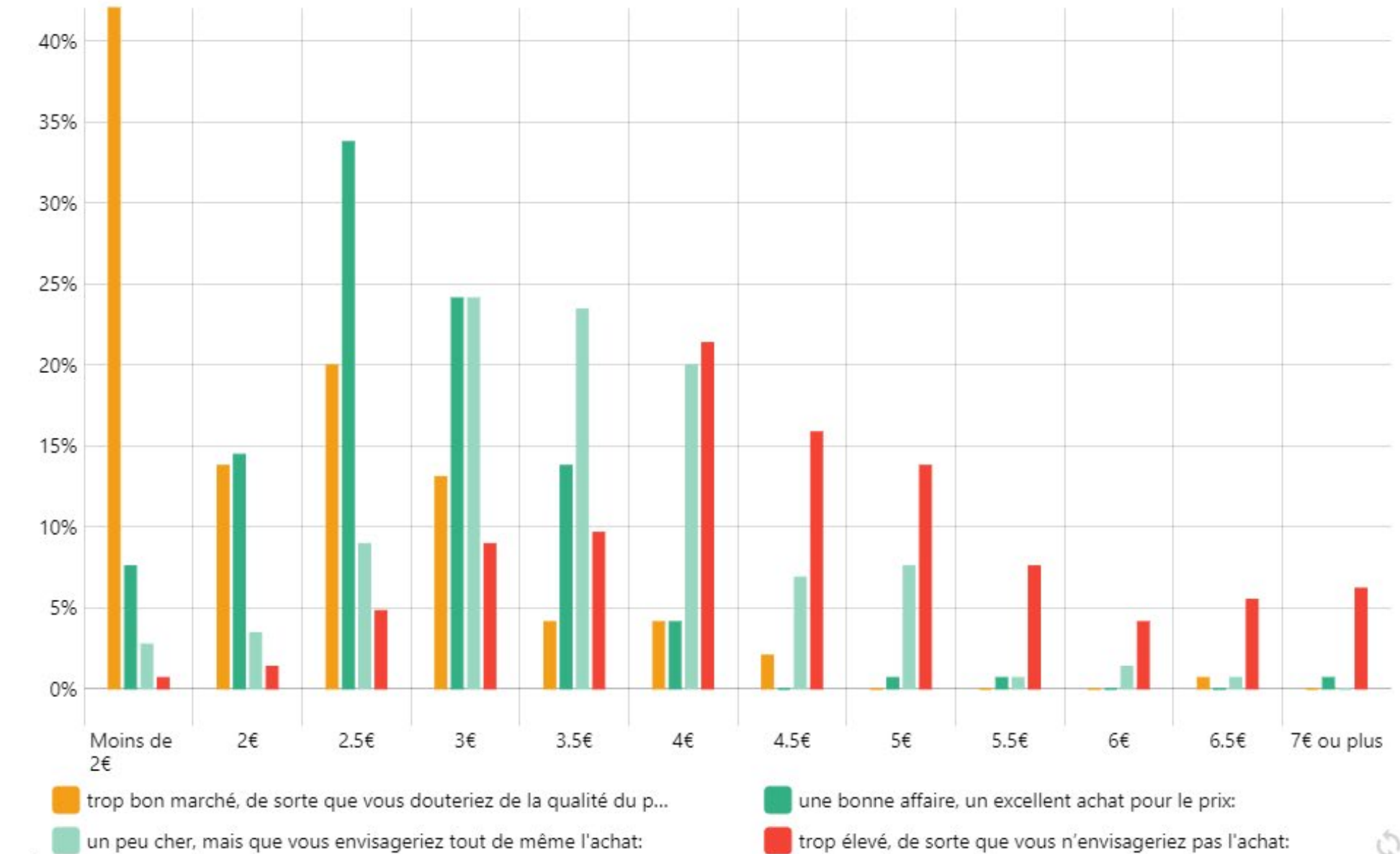
— Prix des produits actuels



Note: La catégorie « magasins spécialisés » inclut ici les magasins spécialisés vrac/bio, les magasins à la ferme, les boutiques online spécialisées et les épiceries fines.

FILIÈRE DE BLÉ

Élasticité de prix - Semoule



ÉVALUATION DU CONCEPT DE FILIÈRE

Élasticité de prix – Couscous

● Élasticité avec prix optimal

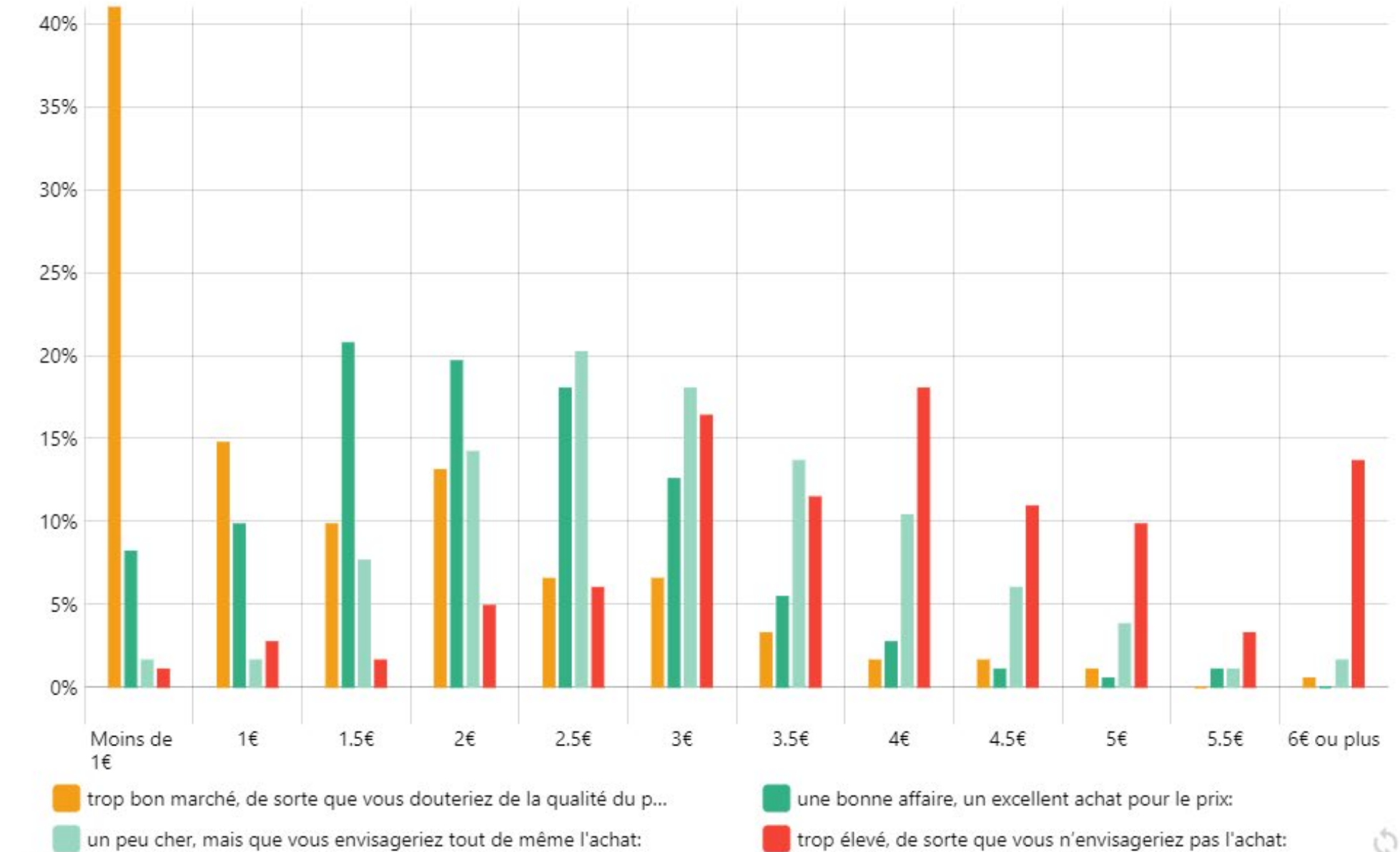
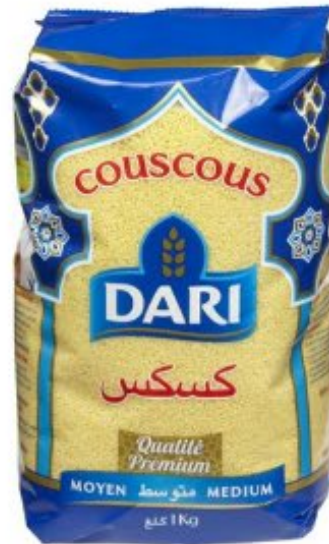
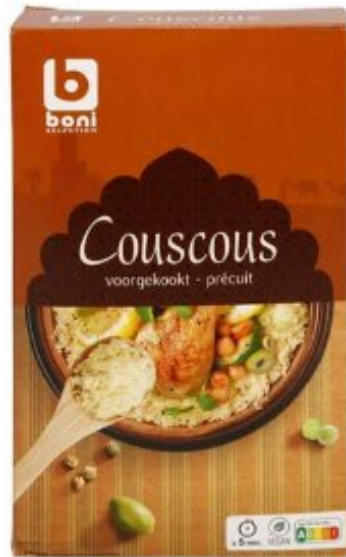
— Prix des produits actuels



Note: La catégorie « magasins spécialisés » inclut ici les magasins spécialisés vrac/bio, les magasins à la ferme, les boutiques online spécialisées et les épiceries fines.

FILIÈRE DE BLÉ

Élasticité de prix - Couscous

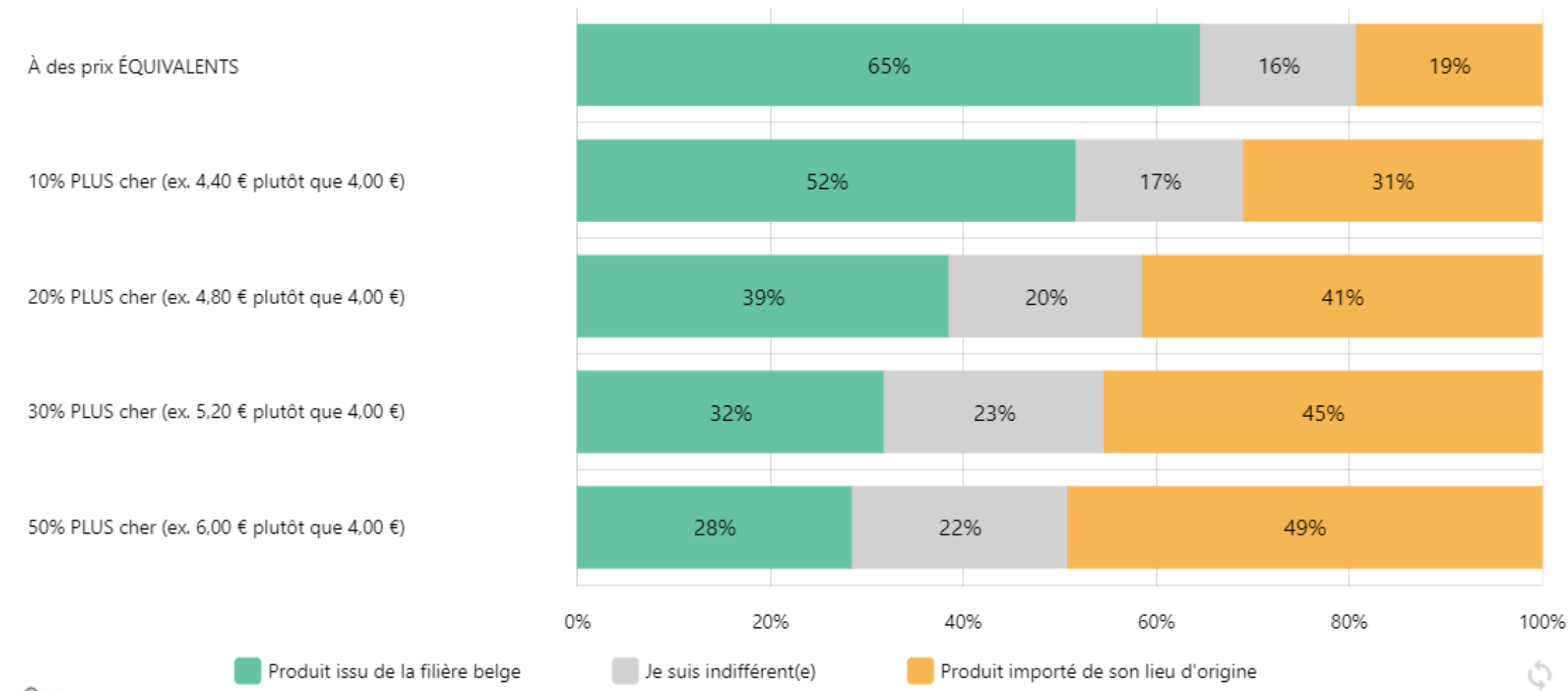


FILIÈRE DE BLÉ

Élasticité de prix vs lieu d'origine

Pour un produit similaire, préféreriez-vous un produit **importé de son lieu d'origine** (ex.: des pâtes italiennes, du couscous d'Afrique du Nord, etc.), ou un **produit issu de la filière wallonne en circuit court** ?

Si le produit de la filière était...



FAITS IMPORTANTS

- **Le niveau de connaissance du « blé dur » est faible (31%)** et le terme « circuit-court » score mieux mais semble encore vague pour la moitié de la population.
- Les principaux bénéfices du circuit-court sont économiques : **un prix plus juste pour le producteur et un soutien à l'économie locale.**
- Outre le trio de tête habituel dans les critères d'achat (Goût, prix, qualité), **un revenu juste pour les producteurs** est bien positionné et certainement influencé par le contexte actuel des manifestations des agriculteurs. Ensuite, les critères en lien avec l'environnement suivent.
- Pour les personnes qui effectuent régulièrement leurs **courses alimentaires dans les circuits alternatifs** (ferme, bio, vrac,...), **le niveau d'importance du local, du circuit-court et du bio augmentent sensiblement et constituent une cible à privilégier pour cette nouvelle filière de blé dur wallon.**
- Pour les pâtes sèches, **la marque et le niveau de prix** sont des éléments particulièrement importants. Le prix du couscous doit être également abordable.
- **La qualité des ingrédients reste prioritaire par rapport au pays d'origine.** L'Italie, peut influencer l'achat pour la pâtes sèches et dans une moindre mesure les pâtes fraîches.
- Pour les « acheteurs alternatifs », le fait d'acheter un produit provenant de Belgique peut constituer un attrait et ils seraient prêts à payer plus cher.

FAITS IMPORTANTS

- La perception de la couleur des pâtes complètes est associée à un produit meilleur pour la santé et plus authentique mais score beaucoup moins bien sur l'appétence, le goût et sur un produit de consommation régulier.
- **L'importance du packaging est cruciale** afin de renforcer la perception du local, de qualité comme la présence d'illustrations sur le produit de pâtes fraîches de Carrefour. **La visibilité du Nutriscore** influence positivement ces gammes de produits à base de blé dur.
- Les facteurs qui interpellent le plus dans le choix d'un aliment durable : **origine locale des ingrédients, pratiques agricoles respectueuses de l'environnement et un emballage recyclable. Le circuit-court arrive dans le top 3 pour la Wallonie.** Pour inciter les consommateurs à en consommer plus, outre les promotions, une information sur les emballages et la disponibilité dans les différents points ventes sont des éléments à capitaliser.
- Les éléments qui sont les plus appréciés dans le développement d'une filière locale de blé dur sont d'ordre économique : **soutenir l'économie locale et la garantie d'un revenu juste aux producteurs.** L'attrait est plus positif pour les gammes de pâtes issues de cette filière locale.
- Les messages les plus interpellant à retrouver sur le packaging sont : **100% belge, fabriqué en Belgique et garantit une rémunération juste des producteurs.** Les supports de communication démocratique à privilégier sont la **communication en points de vente et les réseaux sociaux.**
- **Les circuits de distribution de proximité et alternatifs sont à développer pour ces catégories de produits.**

MERCI!

