

Baromètre des comportements en termes d'alimentation durable dans le cadre de la stratégie GoodFood



Septembre 2020

AGENDA



I. Contexte & objectifs



II. Méthodologie



III. Profil de l'échantillon



IV. Résultats



V. Conclusions

I. CONTEXTE & OBJECTIFS





I. CONTEXTE & OBJECTIFS

CONTEXTE GENERAL

- L'alimentation représente $\frac{1}{4}$ de l'impact des Bruxellois sur l'environnement
- Depuis 2011, un programme d'actions « alimentation durable » a été mis sur pieds.
- Depuis 2015, une stratégie régionale d'alimentation durable / agriculture urbaine est mise en œuvre sous le nom GoodFood.
- Dans le cadre de la rédaction de la Stratégie Alimentation Durable, Bruxelles Environnement a souhaité mettre en place dès son démarrage, les outils d'évaluation des actions et de satisfaction de la réalisation de ses objectifs.



I. CONTEXTE & OBJECTIFS

OBJECTIFS

- Mesurer les perceptions et les comportements en termes d'alimentation durable de la population de la Région de Bruxelles Capitale.
- Les objectifs de la présente enquête sont les suivants :
 - Evaluer les avancées par rapport aux objectifs de la stratégie et par rapport aux résultats des études précédentes
 - Cerner la perception et les connaissances acquises du public en matière d'alimentation et plus spécifiquement d'alimentation durable
 - Cerner les comportements du public en matière d'alimentation durable et de production alimentaire
 - Cerner les différences entre les différents groupes-cibles en matière de perception et de comportements

II. METHODOLOGIE



III. PROFIL DE L'ECHANTILLON

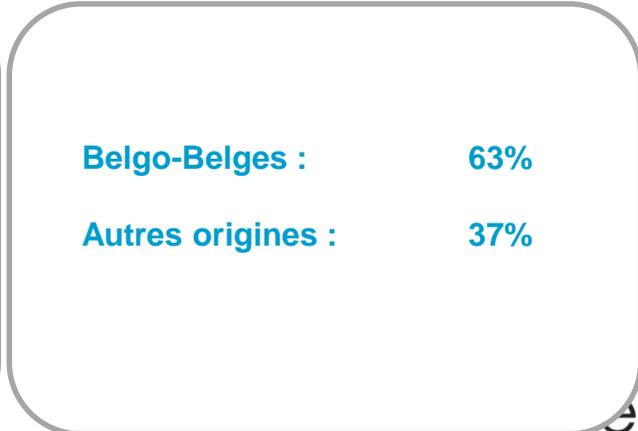
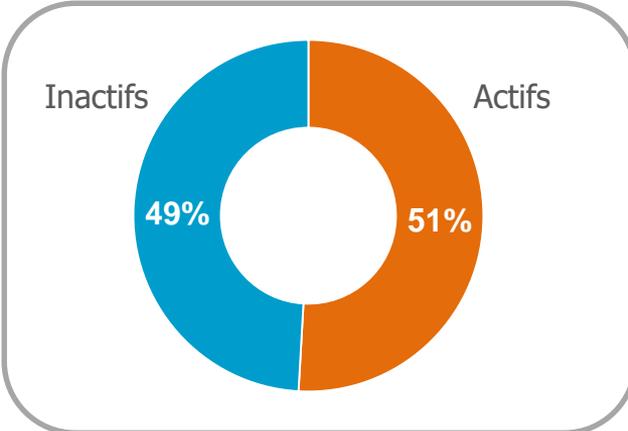
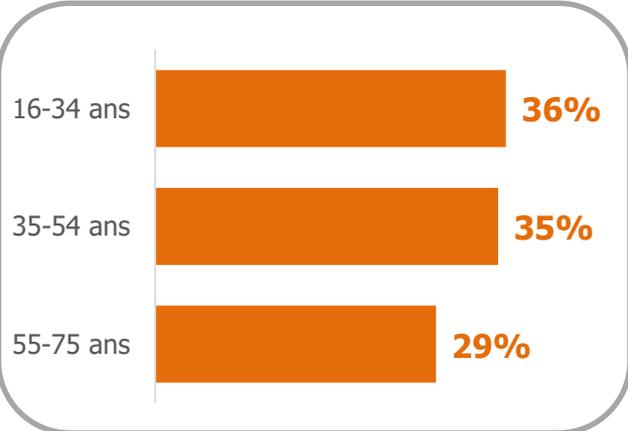
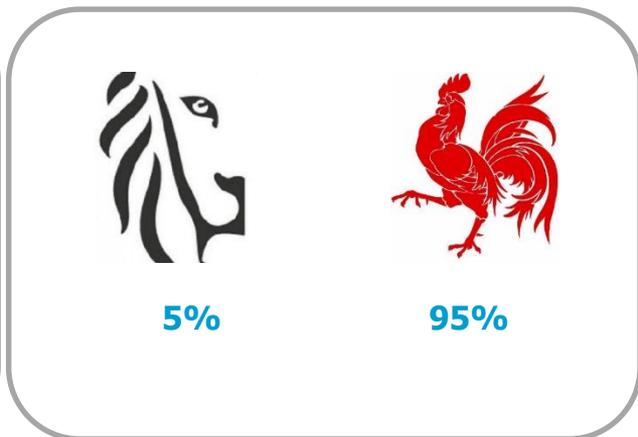
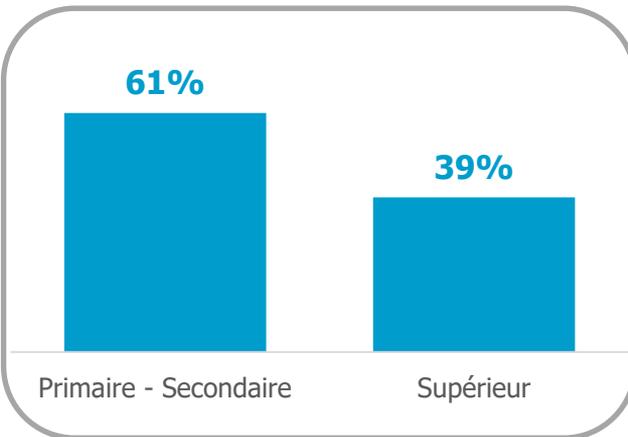




PROFIL DE L'ÉCHANTILLON

Critères socio-démographiques

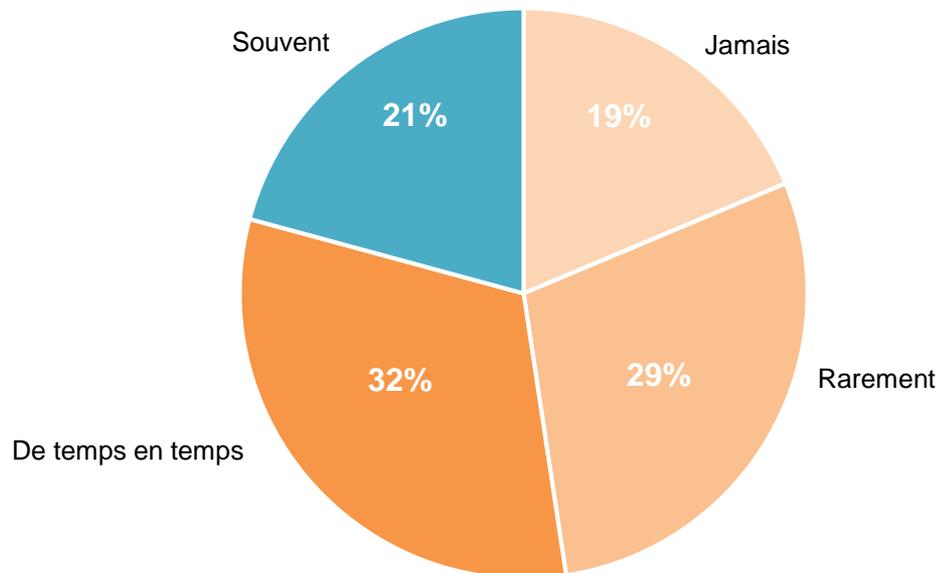
Base : Échantillon total
n = 1000





PROFIL DE L'ÉCHANTILLON

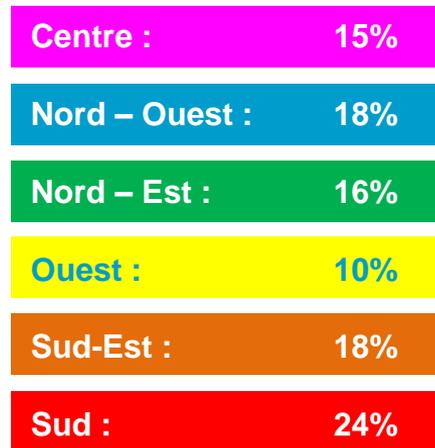
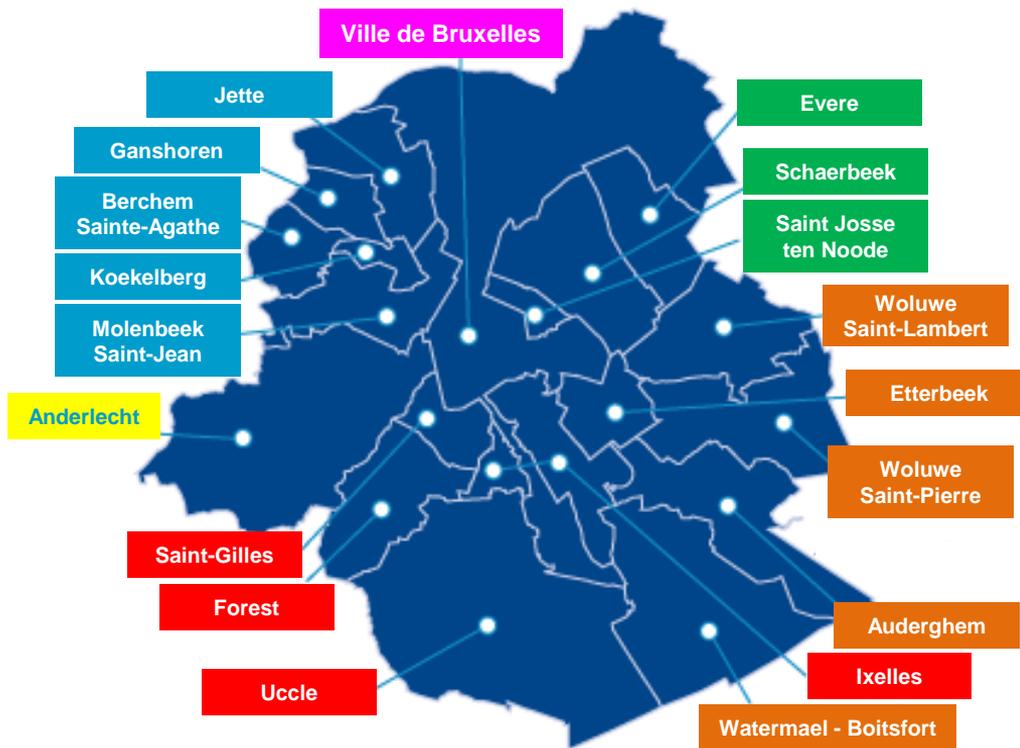
Rencontrent des difficultés financières ...





PROFIL DE L'ÉCHANTILLON

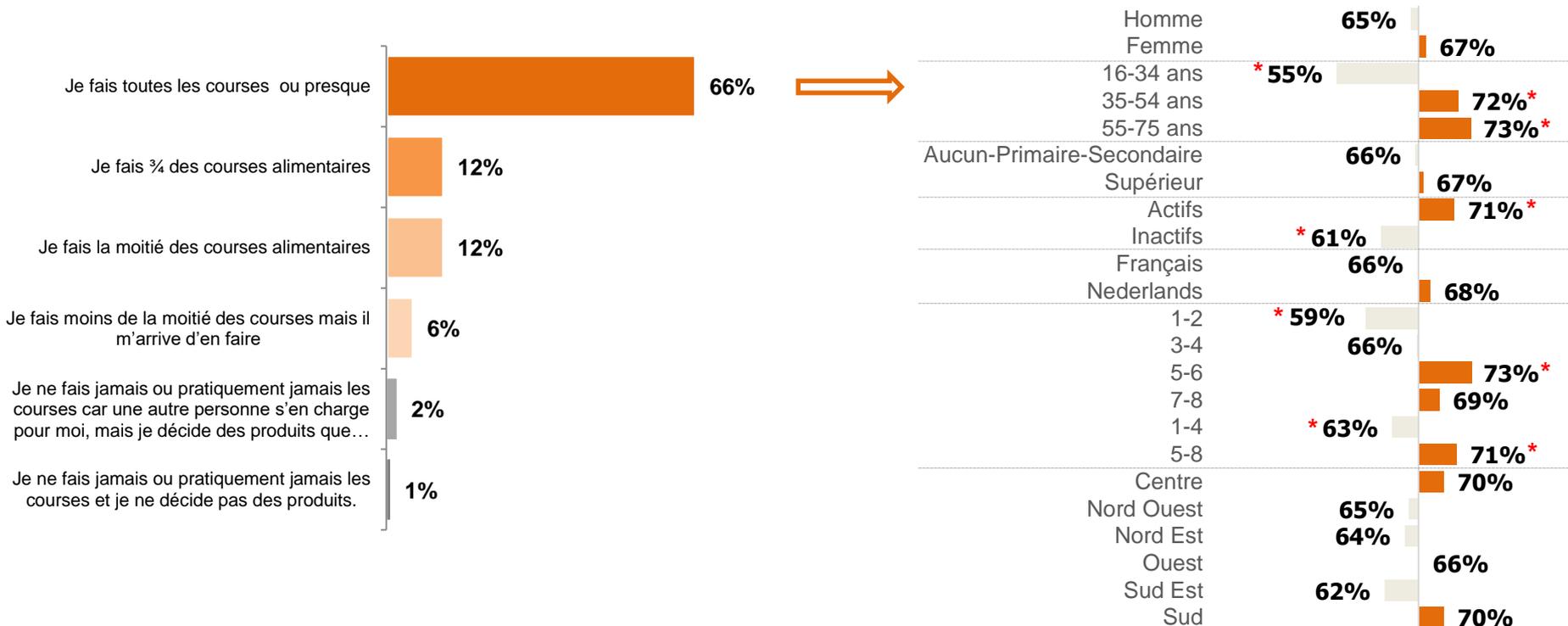
Zones géographiques



Responsabilité des achats alimentaires

Quelle proportion des courses alimentaires pour votre ménage faites-vous personnellement ?

Base : Échantillon total
n = 1000



* Différence significative au seuil de 99%

IV. RESULTATS

Habitudes d'achat

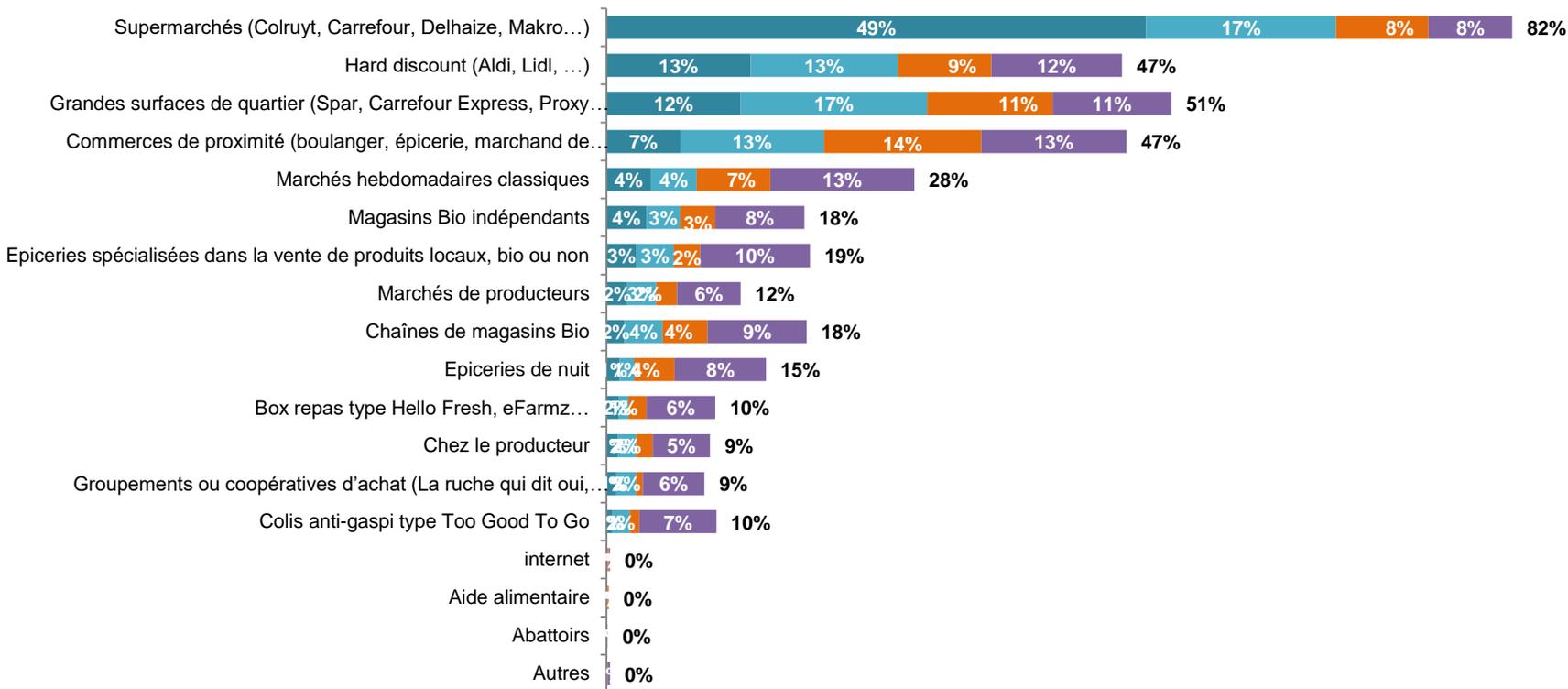


Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires **en fonction de la quantité de courses réalisées**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

■ 1er cité ■ 2ième cité ■ 3ième cité ■ Solde



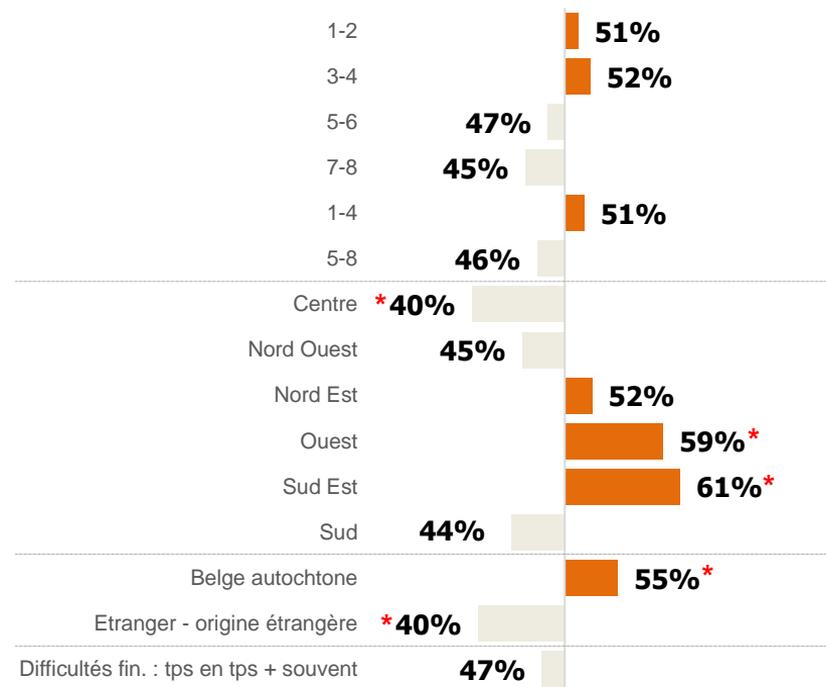
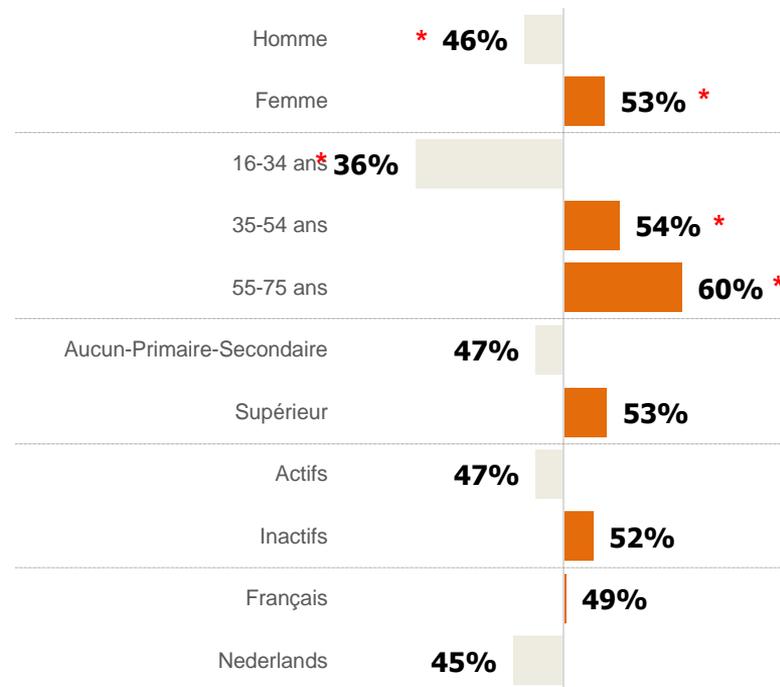


Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires en fonction de la quantité de courses réalisée : **1^{er} lieu cité**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Supermarchés (Colruyt, Carrefour, Delhaize,...)
49,1%



* Différence significative au seuil de 95%

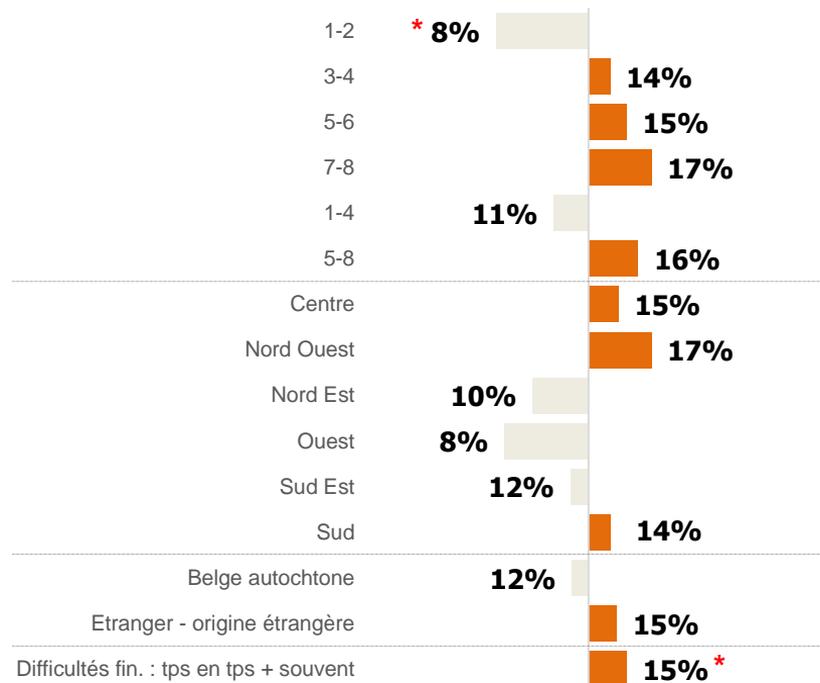
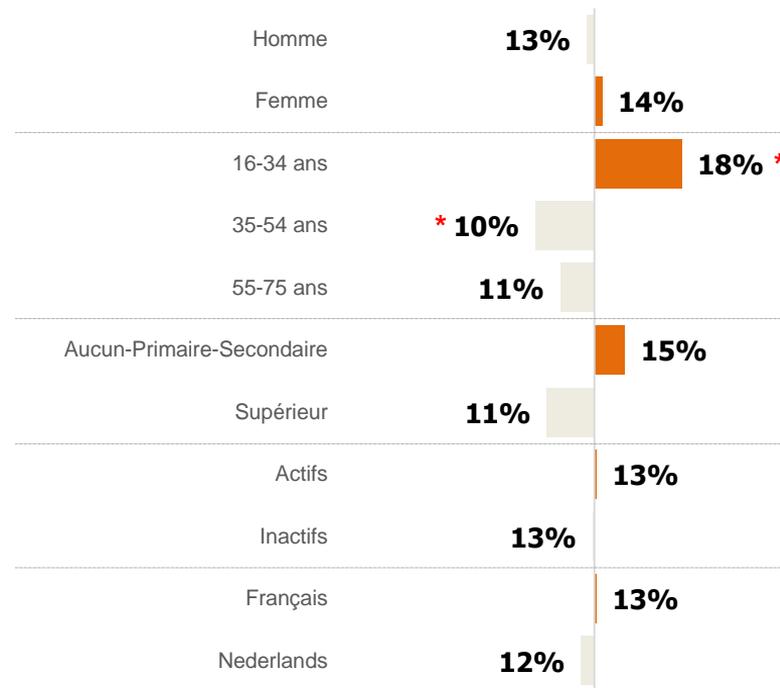


Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires en fonction de la quantité de courses réalisée : **1^{er} lieu cité**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Hard discount (Aldi, Lidl, ...)
13,1%



* Différence significative au seuil de 95%

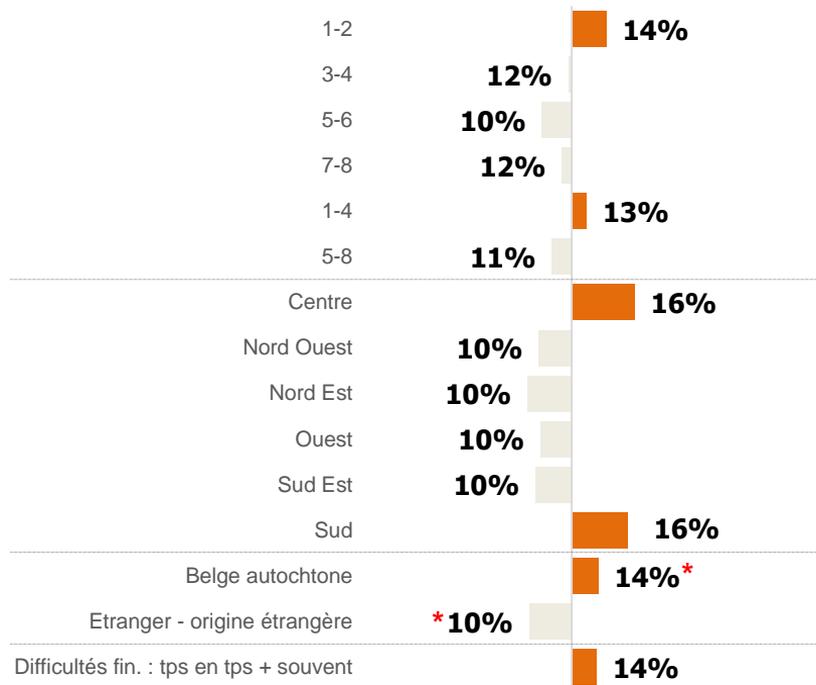
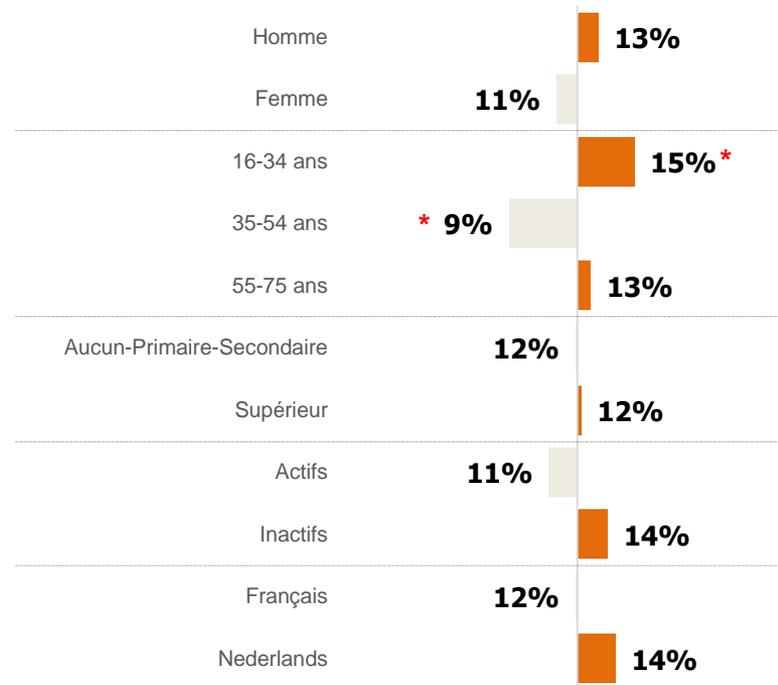


Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires en fonction de la quantité de courses réalisée : **1^{er} lieu cité**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Grandes surfaces de quartier (Spar, Proxy delhaize, Carrefour Express, ...)
12,2%



* Différence significative au seuil de 95%

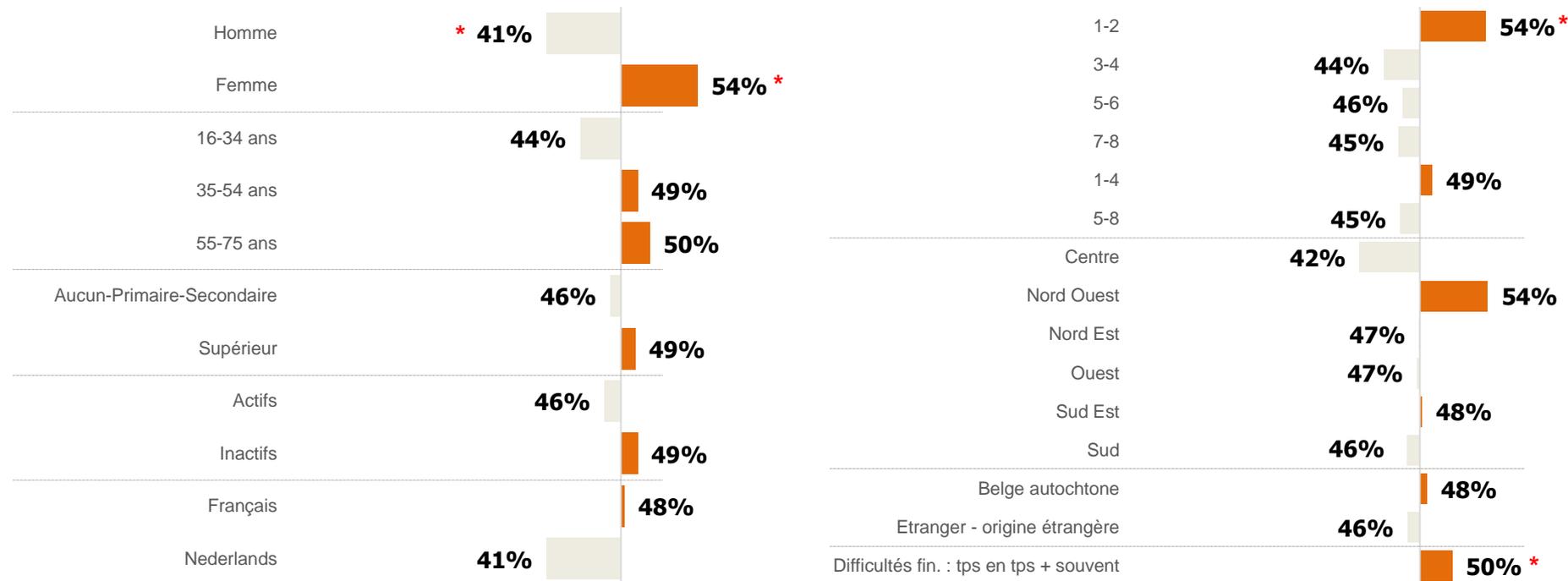


Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires en fonction de la quantité de courses réalisée : **total cité**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Commerces de proximité
47,3%



* Différence significative au seuil de 95%



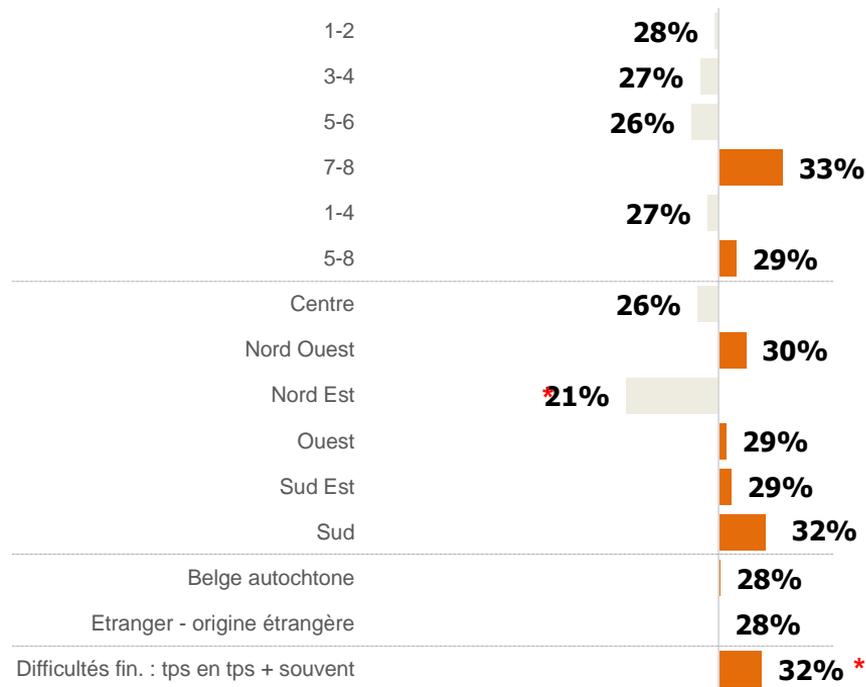
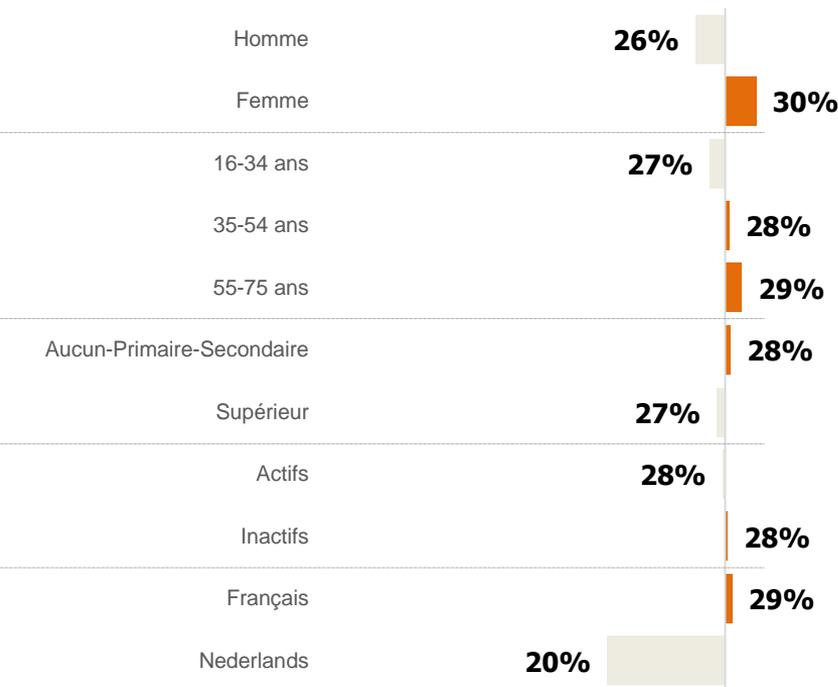
Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires en fonction de la quantité de courses réalisée : **total cité**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Marchés hebdomadaires classiques

28,0%



* Différence significative au seuil de 95%

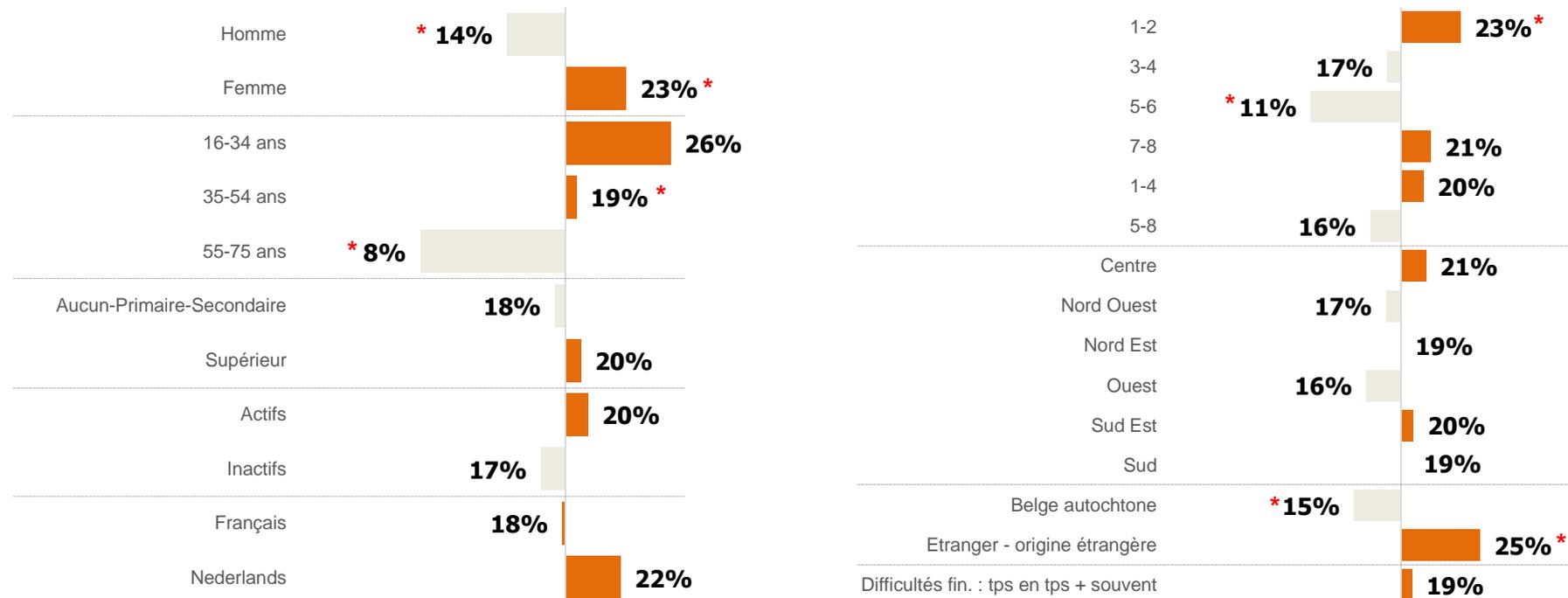


Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires en fonction de la quantité de courses réalisée : **total cité**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Epicerie spécialisée en produits locaux
18,5%



* Différence significative au seuil de 95%

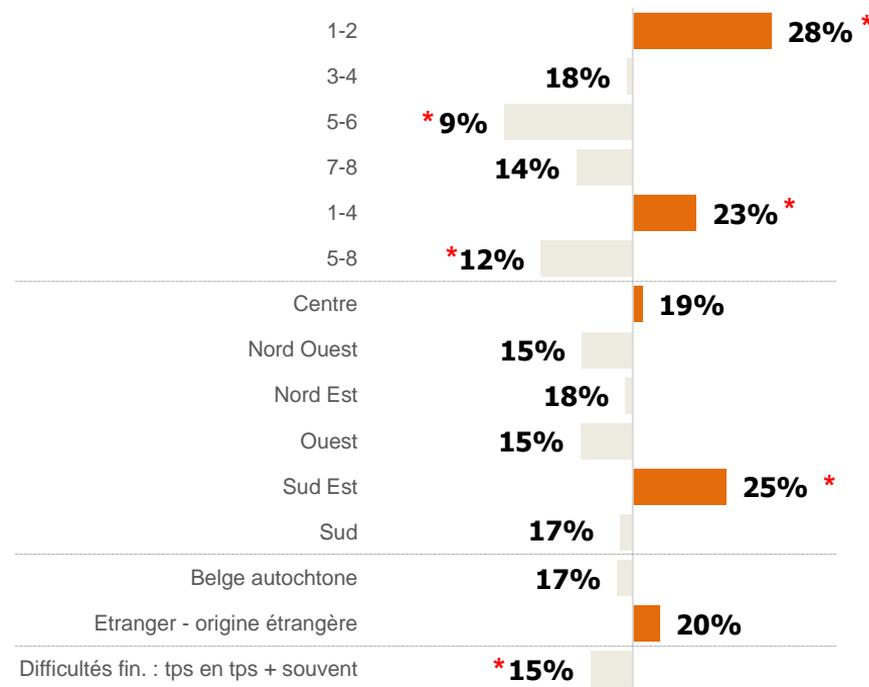
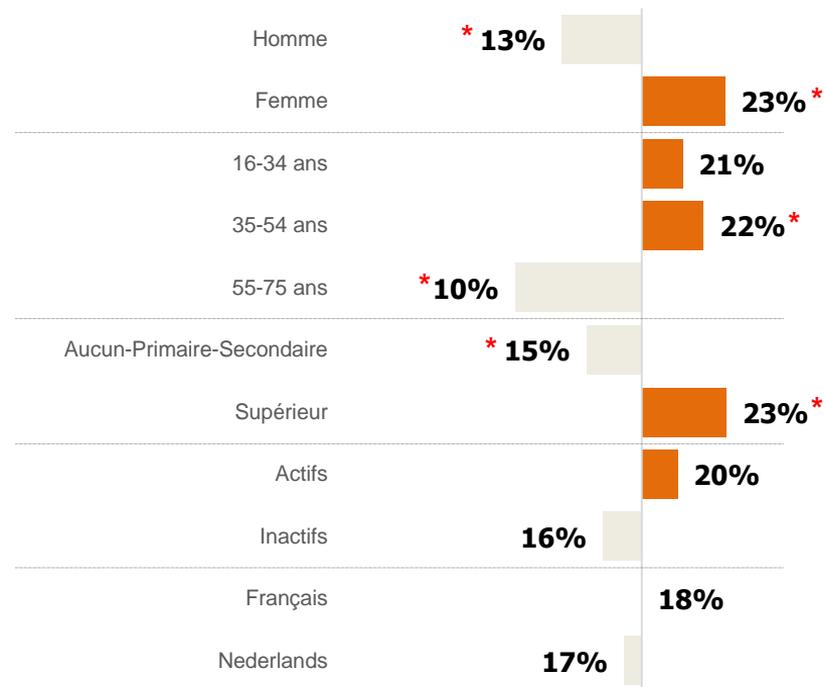


Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires en fonction de la quantité de courses réalisée : **total cité**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Chaines de magasins Bio
18,2%



* Différence significative au seuil de 95%

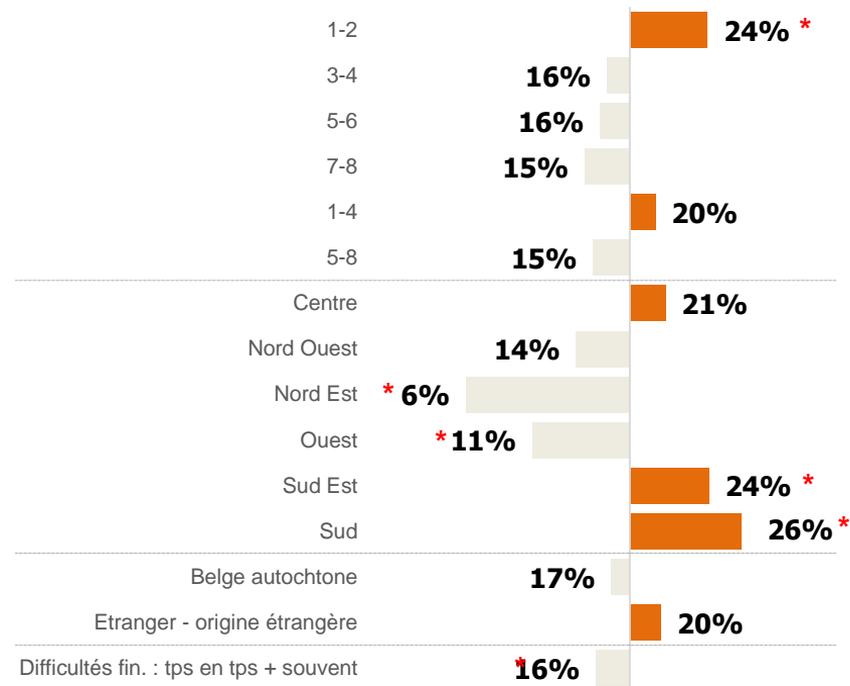
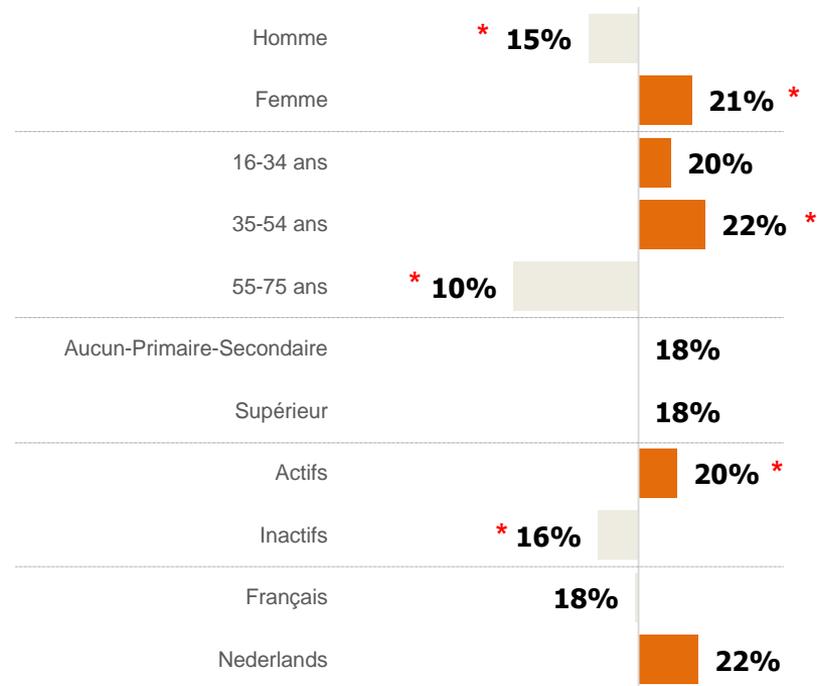


Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires en fonction de la quantité de courses réalisée : **total cité**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Magasins Bio indépendants
18,0%



* Différence significative au seuil de 95%

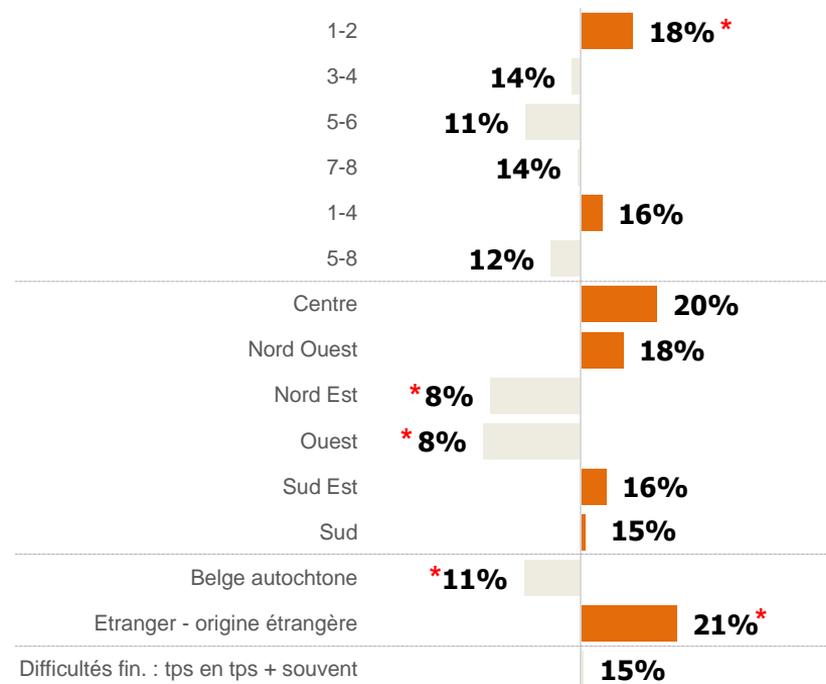
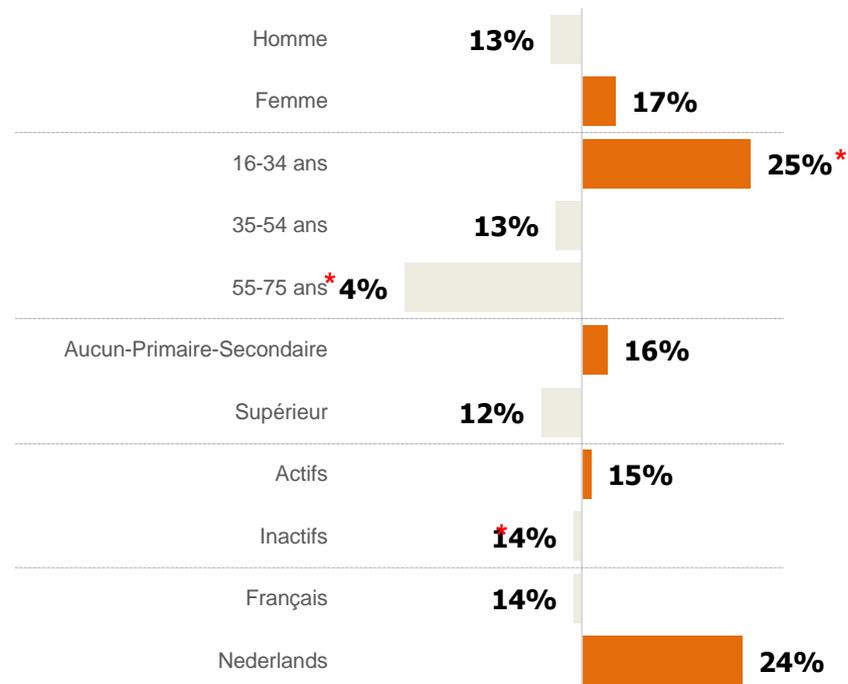


Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires en fonction de la quantité de courses réalisée : **total cité**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Epicerie de nuit
14,5%



* Différence significative au seuil de 95%

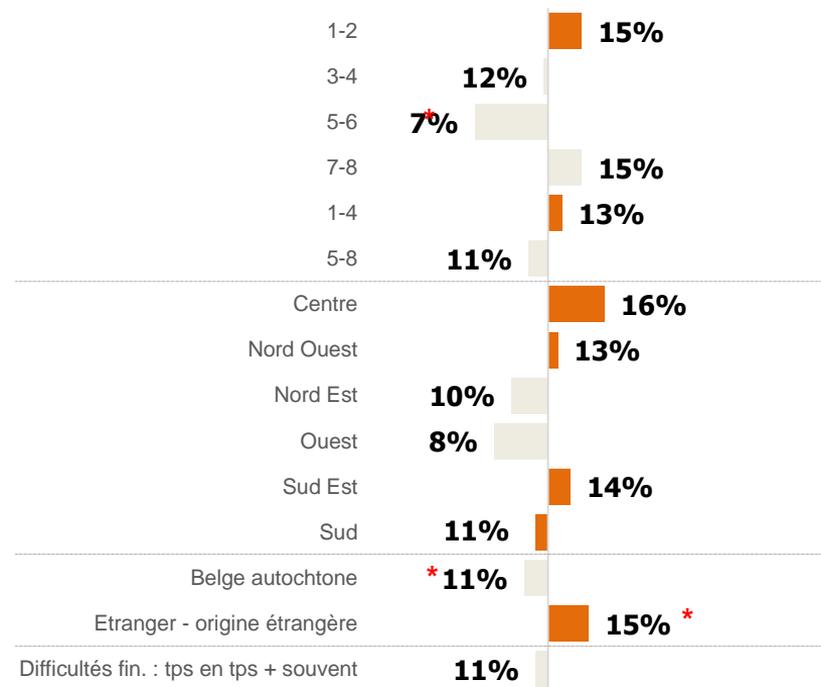
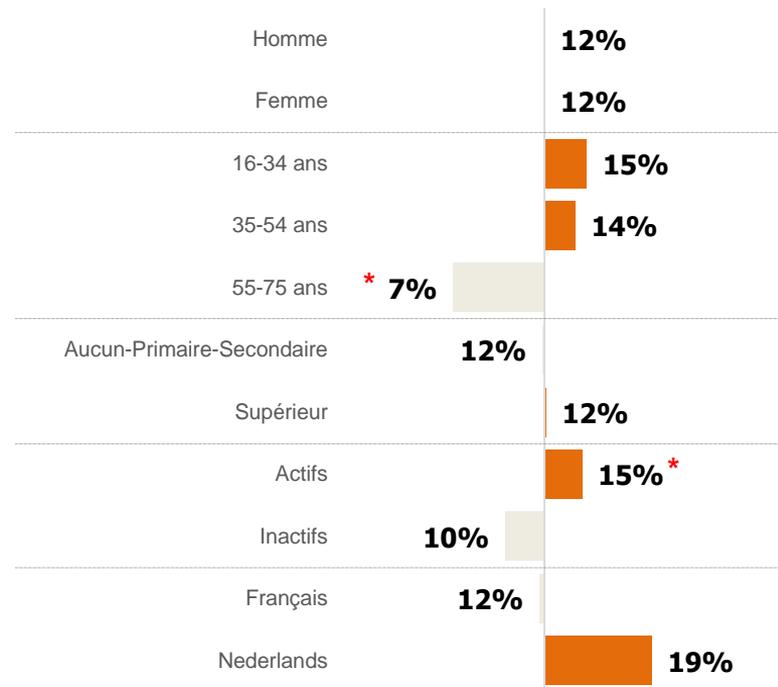


Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires en fonction de la quantité de courses réalisée : **total cité**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Marchés de producteurs
12,2%



* Différence significative au seuil de 95%

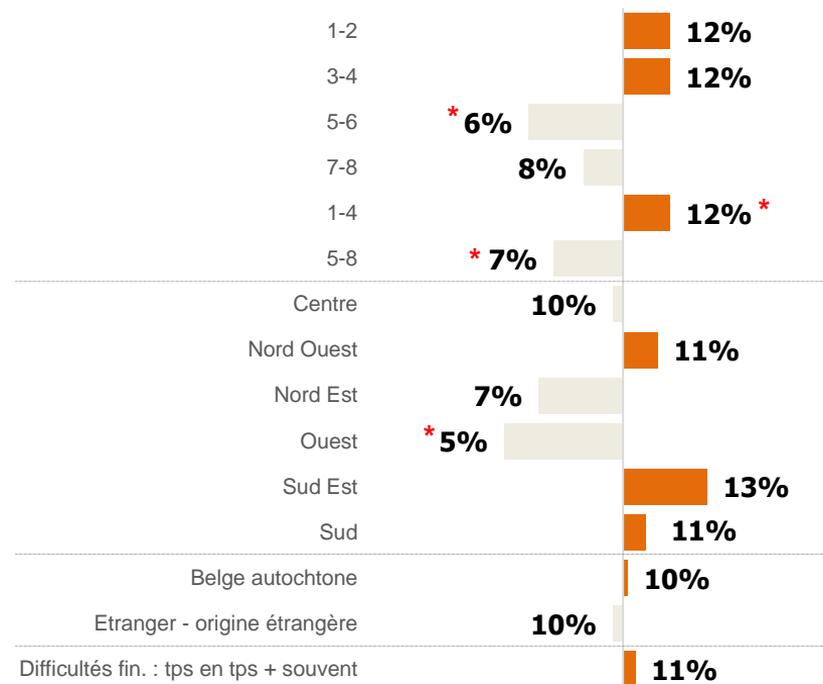
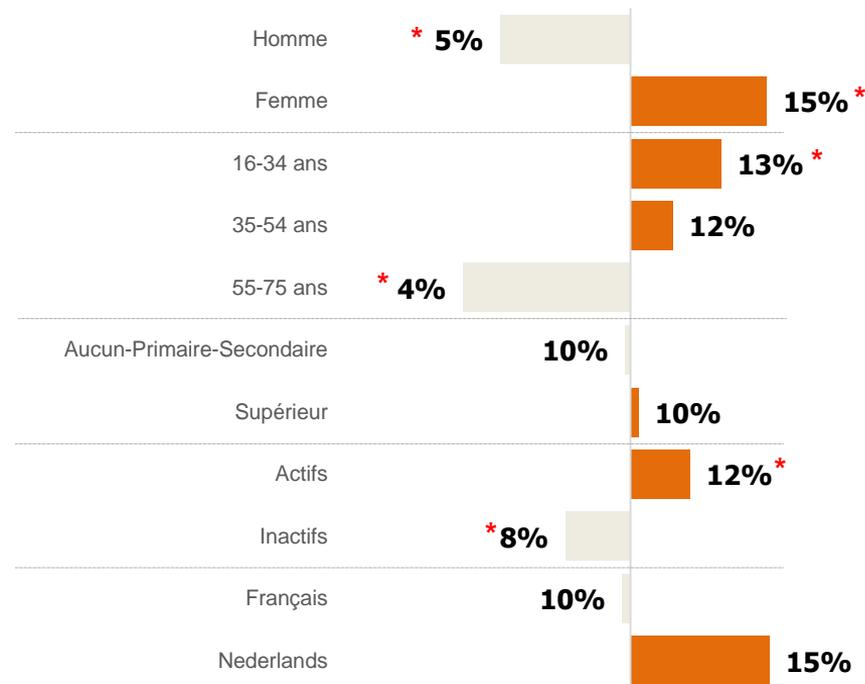


Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires en fonction de la quantité de courses réalisée : **total cité**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Colis anti-gaspi type To Good to Go
10,0%



* Différence significative au seuil de 95%

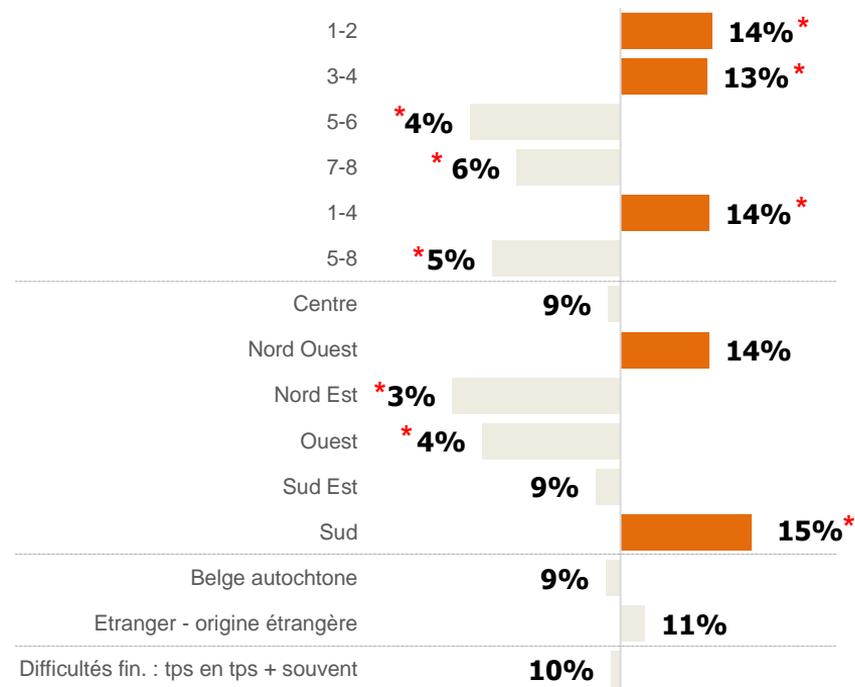
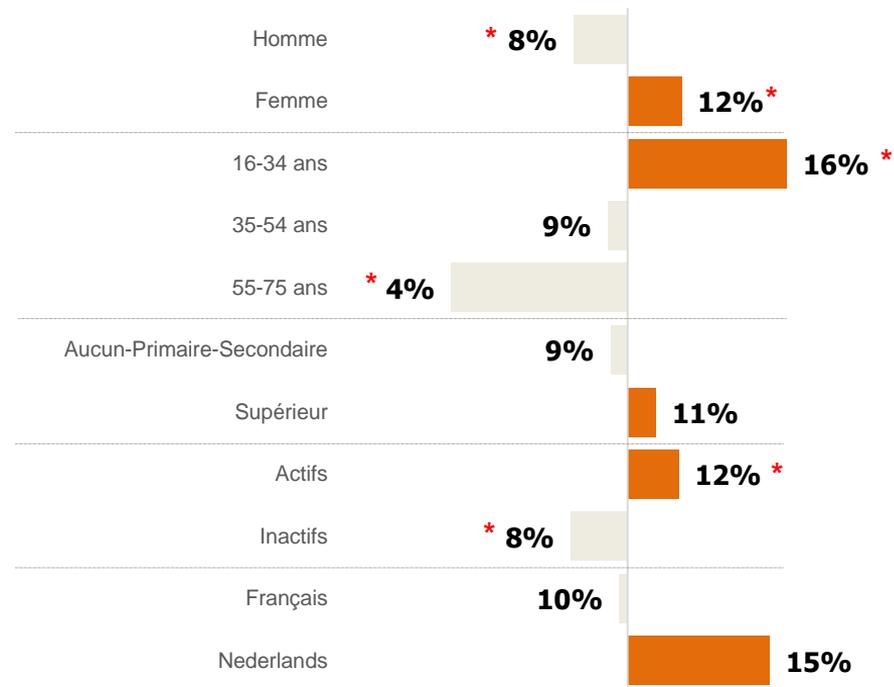


Lieux d'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires en fonction de la quantité de courses réalisée : **total cité**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Box repas type Hello Fresh, ...
9,9%



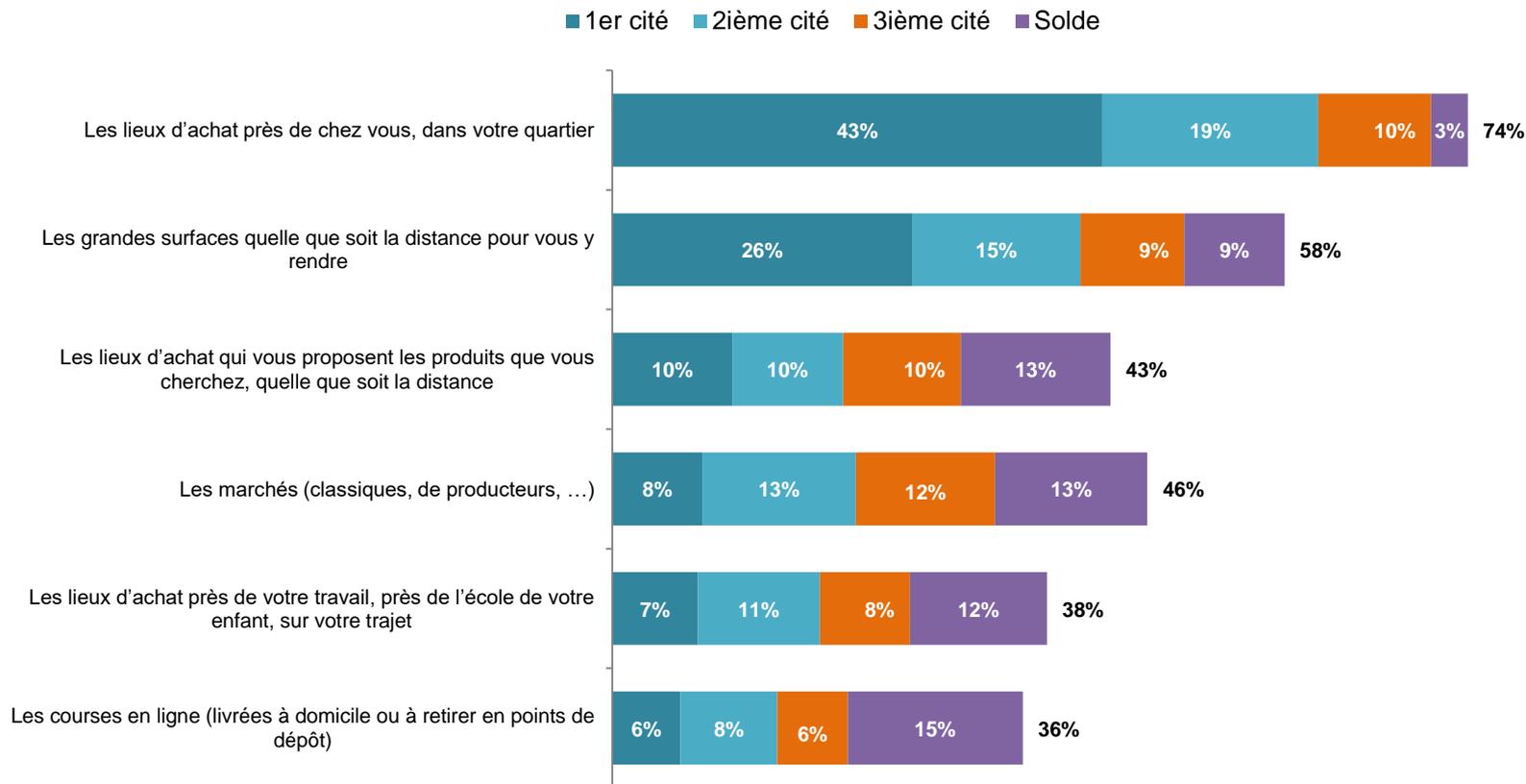
* Différence significative au seuil de 95%



Préférence pour l'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires **par ordre de préférence**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990



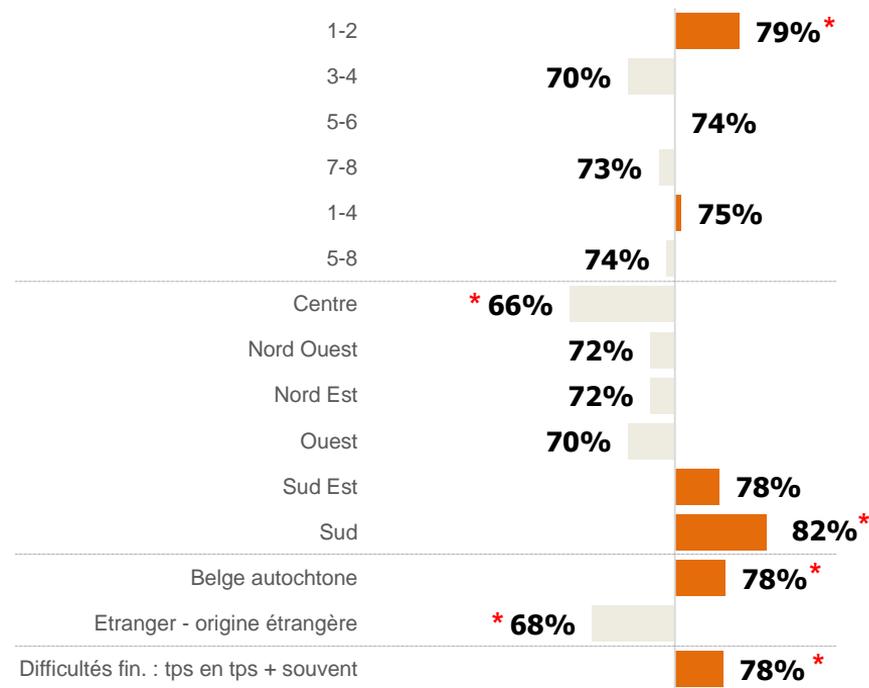
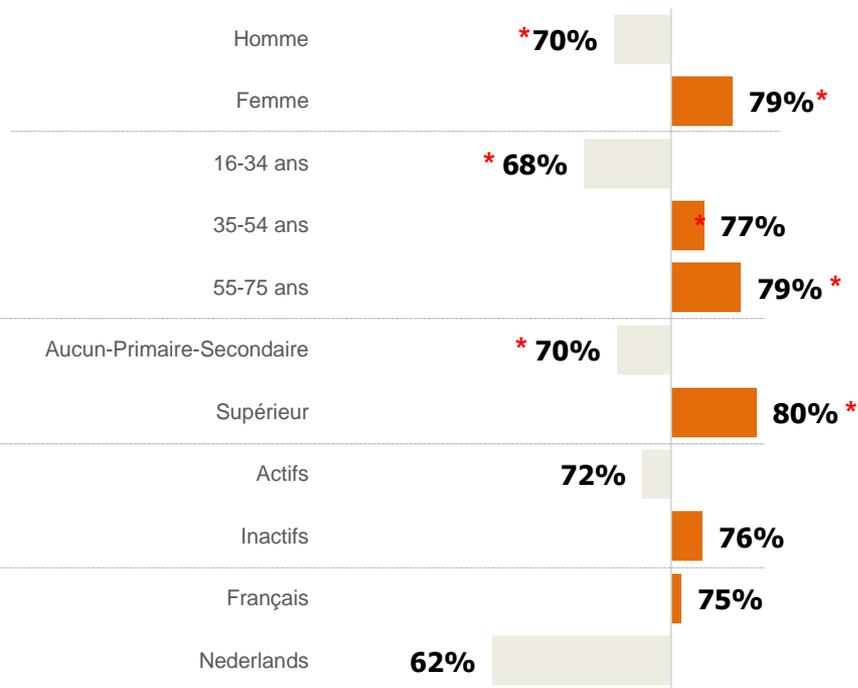


Préférence pour l'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires : **Total des citations**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Les lieux d'achats près de chez moi, dans mon quartier
74,2%



* Différence significative au seuil de 95%

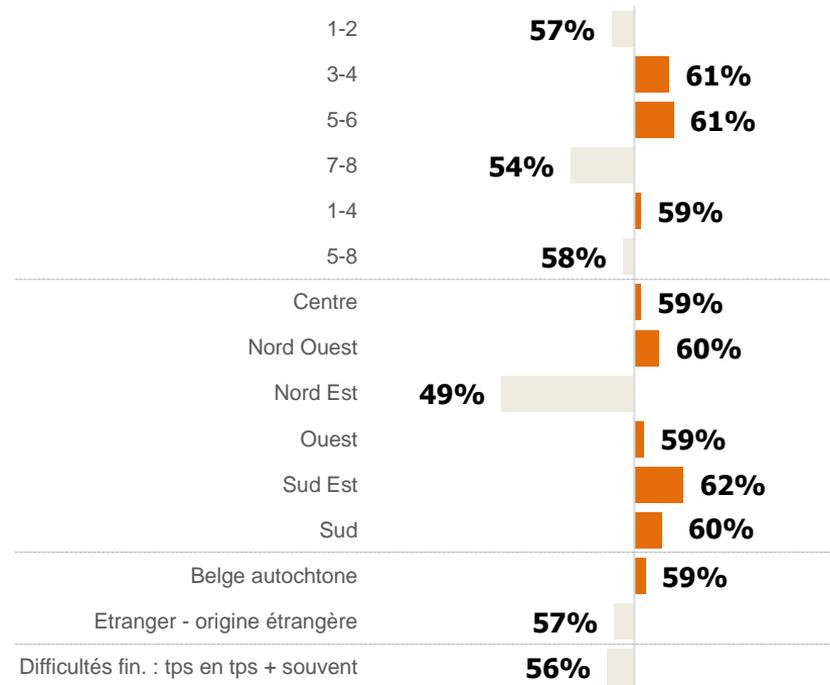
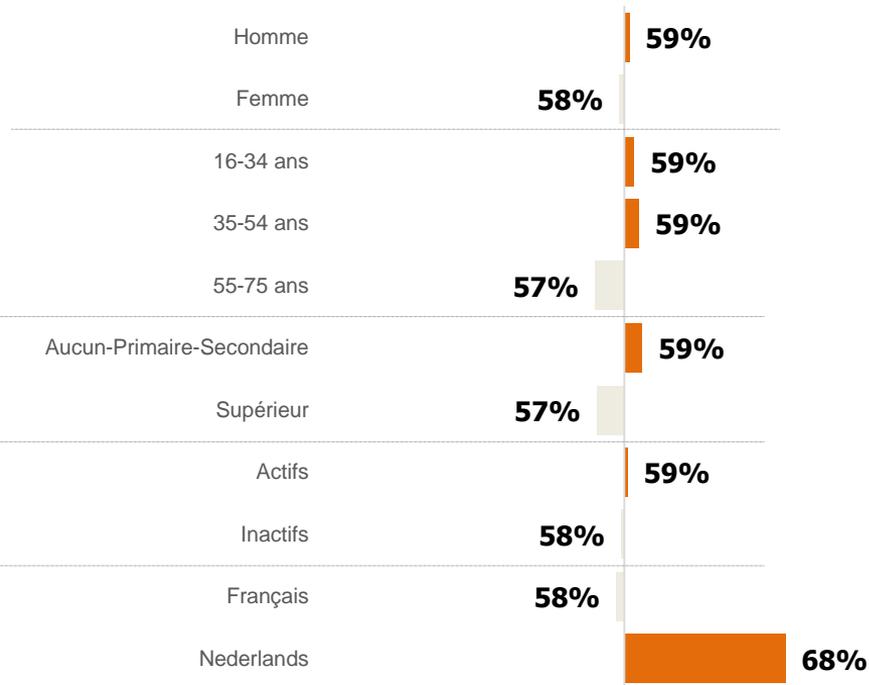


Préférence pour l'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires : **Total des citations**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Les grandes surfaces quelle que soit la distance
58,3%



* Différence significative au seuil de 95%

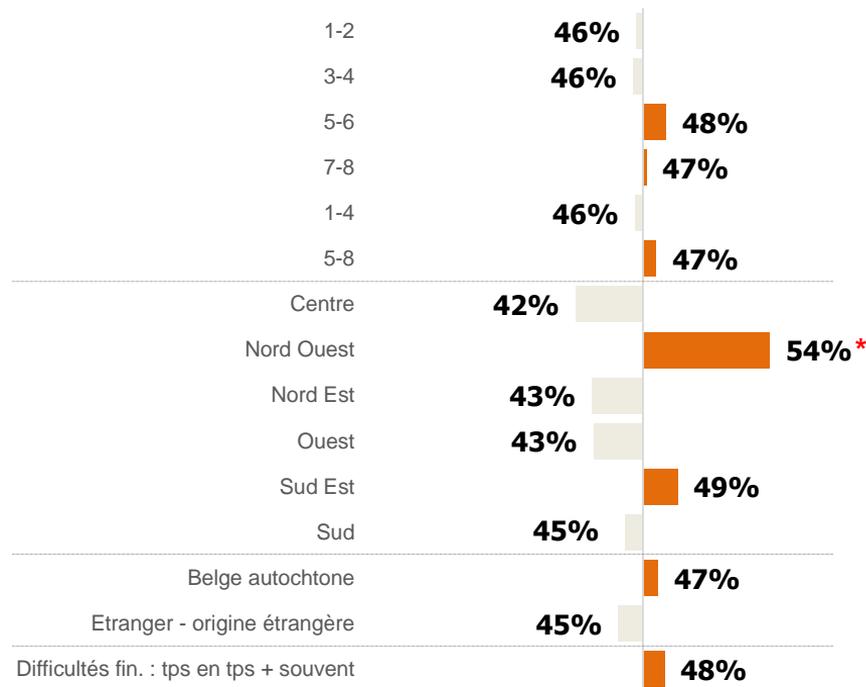
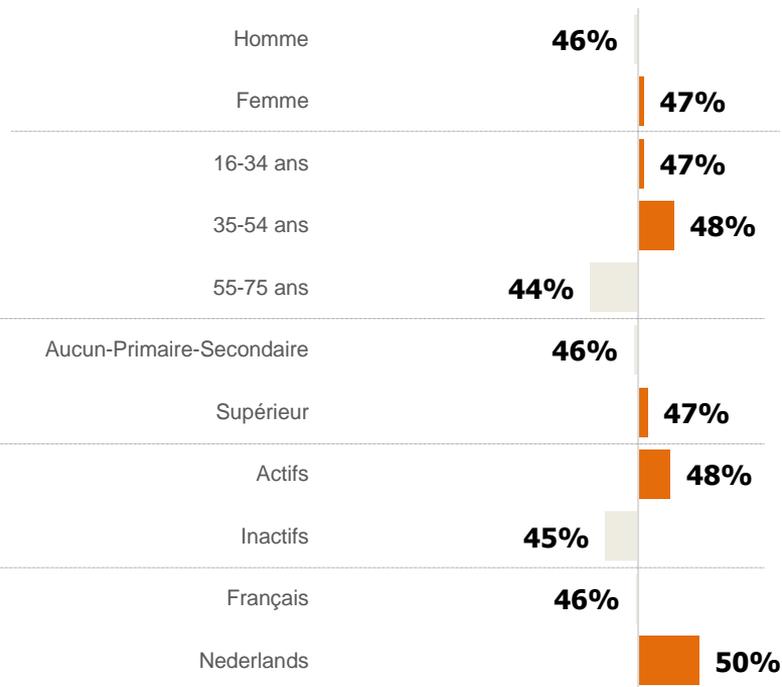


Préférence pour l'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires : **Total des citations**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Les marchés (classiques, de producteurs, ...)
46,4%



* Différence significative au seuil de 95%

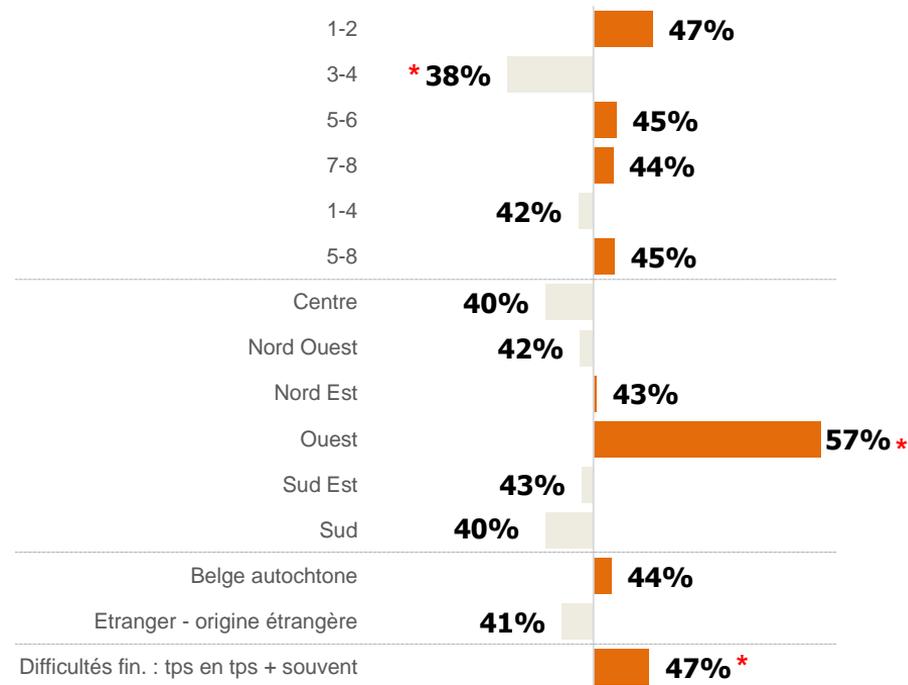
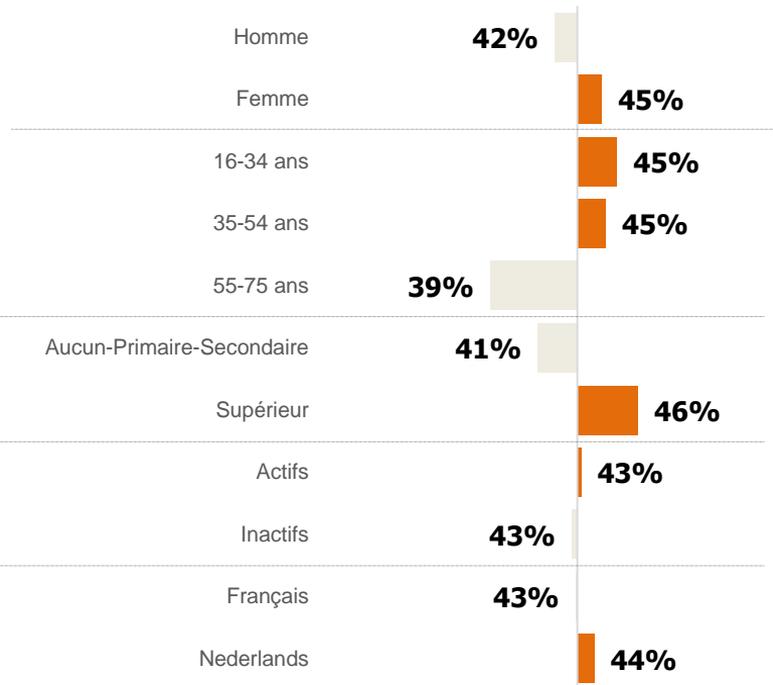


Préférence pour l'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires : **Total des citations**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Les lieux d'achat qui proposent les produits que
je cherche quelle que soit la distance
43,2%



* Différence significative au seuil de 95%

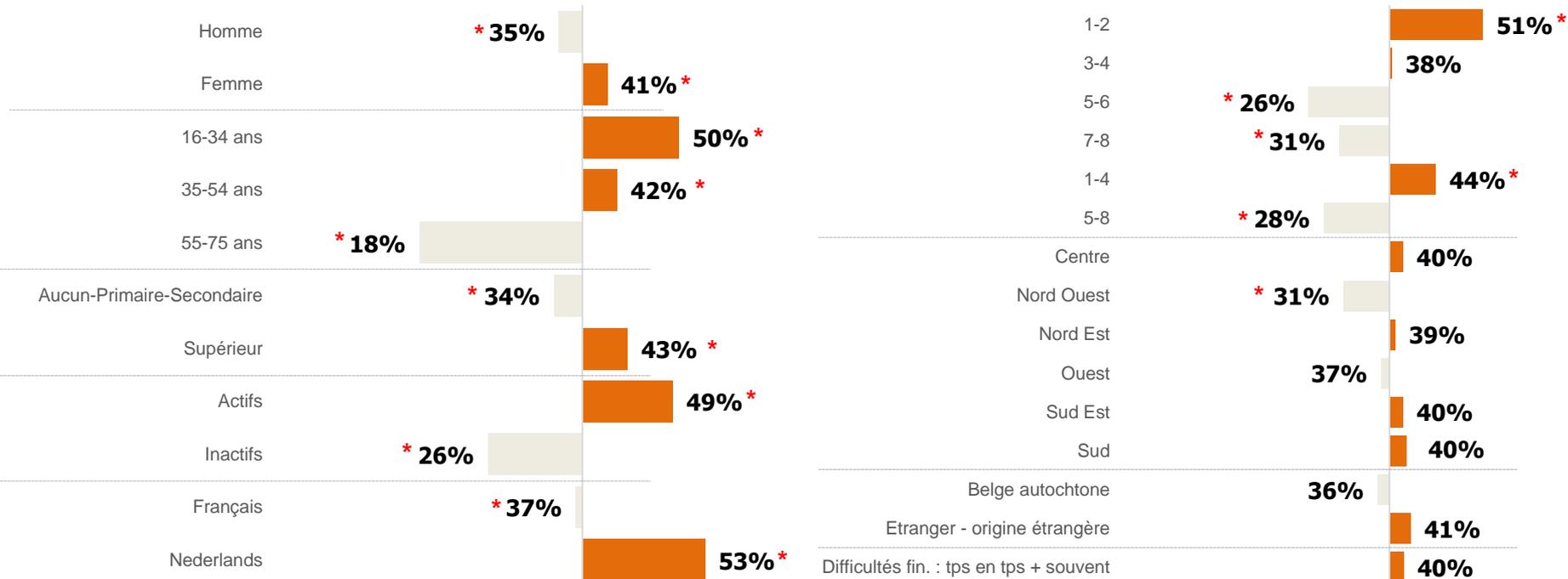


Préférence pour l'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires : **Total des citations**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Les lieux d'achat sur mon trajet (travail, école, ...)
37,7%



* Différence significative au seuil de 95%

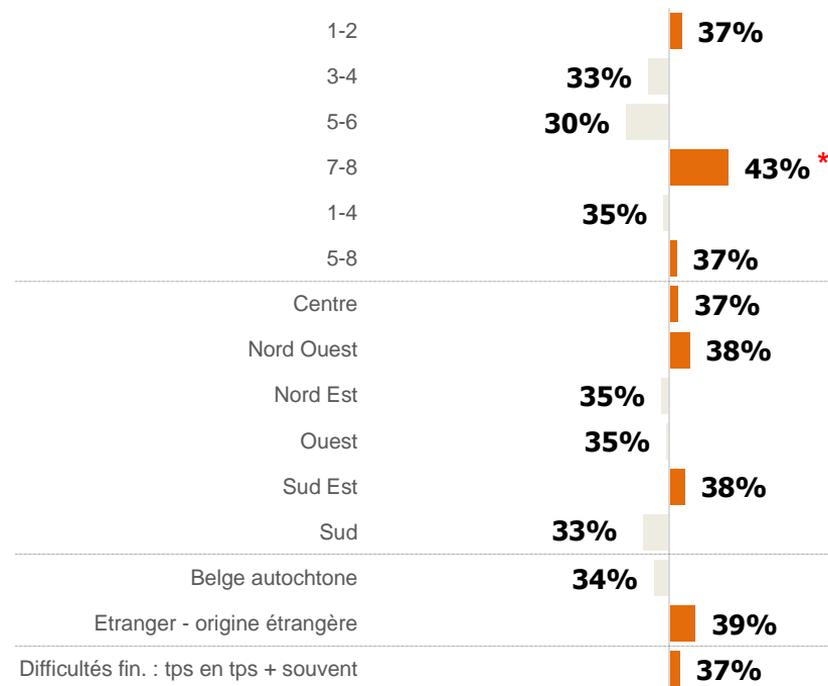
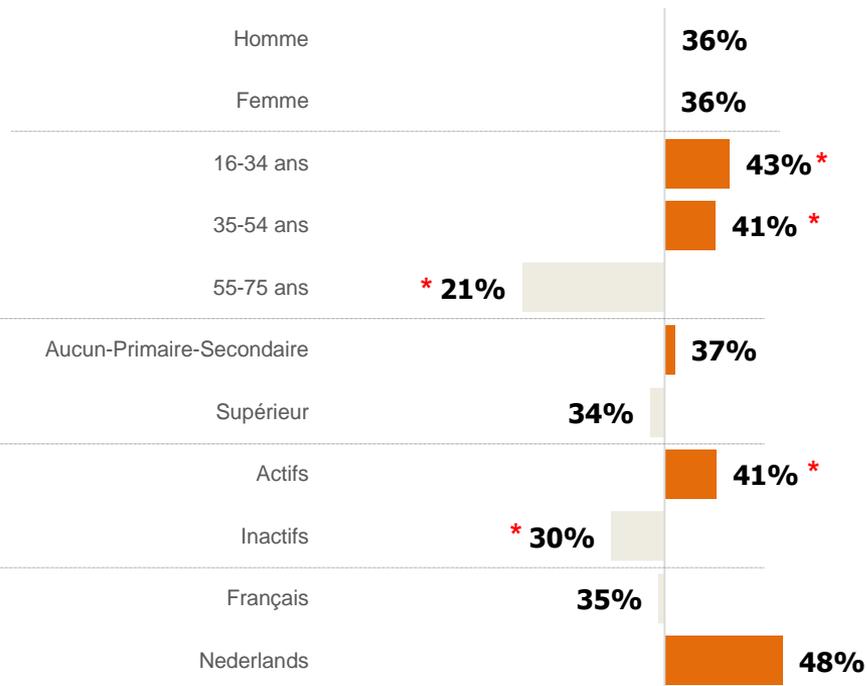


Préférence pour l'achat de produits alimentaires

Classement des lieux d'achat fréquentés pour les produits alimentaires : **Total des citations**

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

Les courses en ligne
35,6%



* Différence significative au seuil de 95%



CONCLUSIONS

Habitudes d'achats alimentaires : fréquentation en terme de volume d'achat

La majorité des courses alimentaires sont réalisées dans les supermarchés (49% de 1^{ères} citations en terme de volume et 82% pour le total des citations). Viennent ensuite les grandes surfaces de quartier, les hard-discounts et les commerces de proximité.

28% des Bruxellois citent les marchés hebdomadaires. 1 sur 5 déclare aussi se rendre dans les épicerie spécialisées en produits locaux bio ou non et dans les magasins bio qu'ils fassent partie d'une chaîne ou qu'ils soient indépendants.

Les supermarchés attirent plutôt plus les 35 ans et plus, diplômés, inactifs appartenant aux groupes sociaux supérieurs et n'ayant plutôt pas de difficultés à joindre les 2 bouts ; les hard-discounts s'adressant plutôt aux plus jeunes (18-34 ans), diplômés au mieux de l'enseignement secondaire, appartenant aux groupes sociaux inférieurs et rencontrant ne fût-ce que de temps en temps des difficultés financières.

Les grandes surfaces de quartier s'adressent à un peu tout le monde. Il n'y a pas vraiment de profil type qui se dégage pour leurs consommateurs et ceci vient probablement de la diversité des enseignes (et des profils des visiteurs de chacune) qui sont reprises dans cette catégorie. Un consommateur Spar n'est pas le même que celui d'un Carrefour Express ou d'un Proxy Delhaize.

Les commerces de proximité s'adressent plutôt aux 35 ans et plus, aux diplômés de l'enseignement supérieur, aux classes sociales plus élevées mais aussi aux personnes qui peuvent avoir parfois des difficultés financières.



CONCLUSIONS

Habitudes d'achats alimentaires : fréquentation en terme de volume d'achat

Les épiceries spécialisées en produits locaux attirent plutôt les plus jeunes, 18-34 ans voire 35-54 ans, plutôt diplômés et appartenant aux groupes sociaux supérieurs.

Les magasins bio, qu'ils appartiennent à une chaîne ou qu'ils soient indépendants s'adressent plutôt aux jeunes, aux diplômés de l'enseignement supérieur appartenant aux groupes sociaux plus élevés et ne rencontrant pas ou très peu de difficultés financières.

Habitudes d'achats alimentaires : fréquentation en terme de préférence

Si les supermarchés sont les plus gros fournisseurs de denrées alimentaires, les magasins de quartier près de chez soi sont les lieux préférés pour réaliser ces achats – ils sont en effet cités par 43% comme étant le lieu préféré ! Les grandes surfaces arrivent quant à elles en seconde position en terme de préférence.

Les magasins de quartier, proches de chez soi ont la préférence des 35 ans et plus, diplômés, inactifs et appartenant aux groupes sociaux supérieurs.

IV. RESULTATS

Habitudes alimentaires

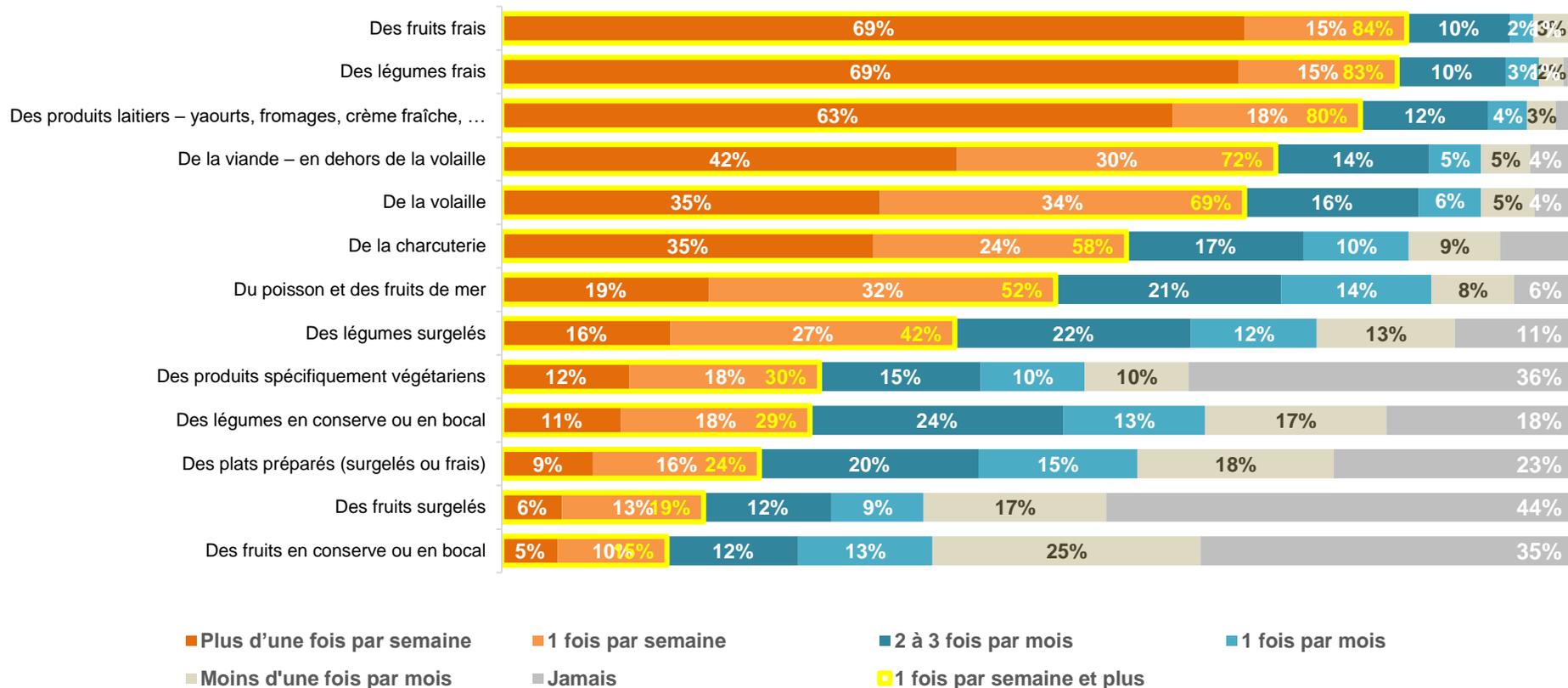




Fréquence de consommation

A quelle fréquence consomme-t-on les aliments suivants dans votre ménage ...

Base : Échantillon total
n = 1000

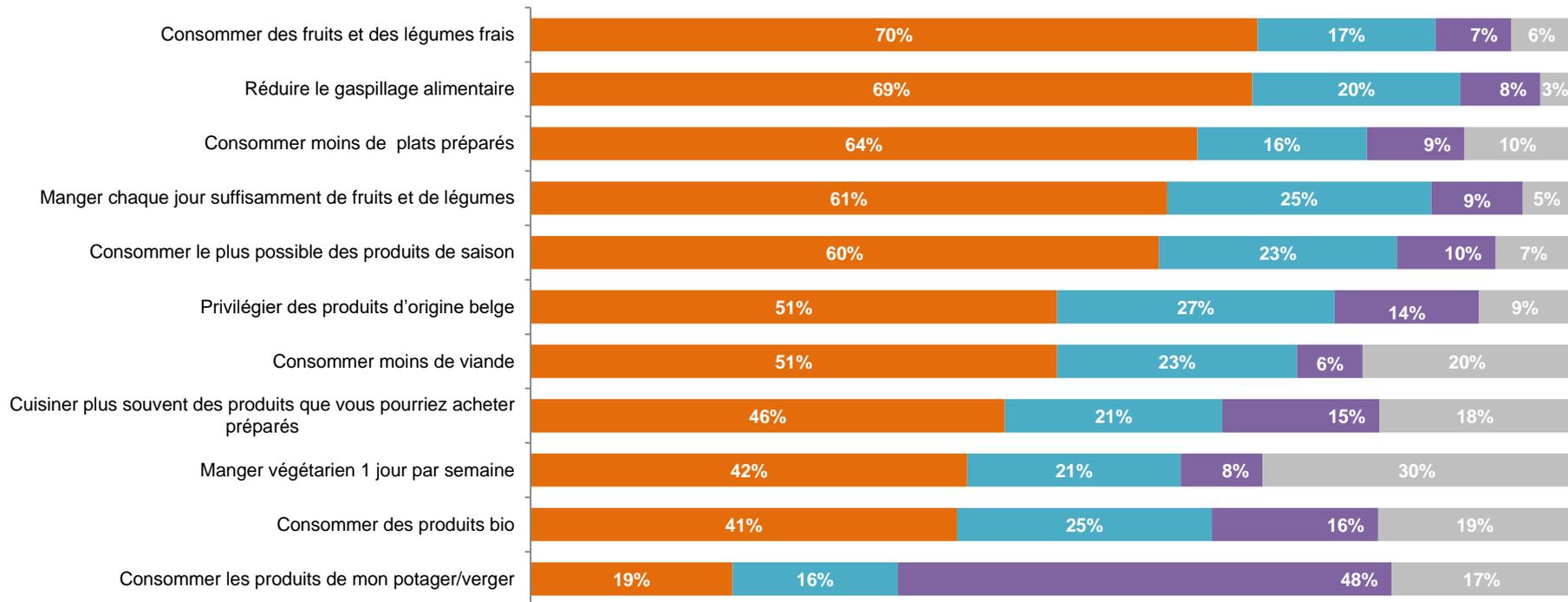




Comportements alimentaires

Quels comportements avez-vous déjà adopté ou envisagez-vous d'adopter dans le futur ...

Base : Échantillon total
n = 1000



■ Je le fais déjà ■ J'ai l'intention de le faire bientôt ■ Je souhaiterais le faire mais n'en ai pas la possibilité ■ Je ne souhaite pas le faire

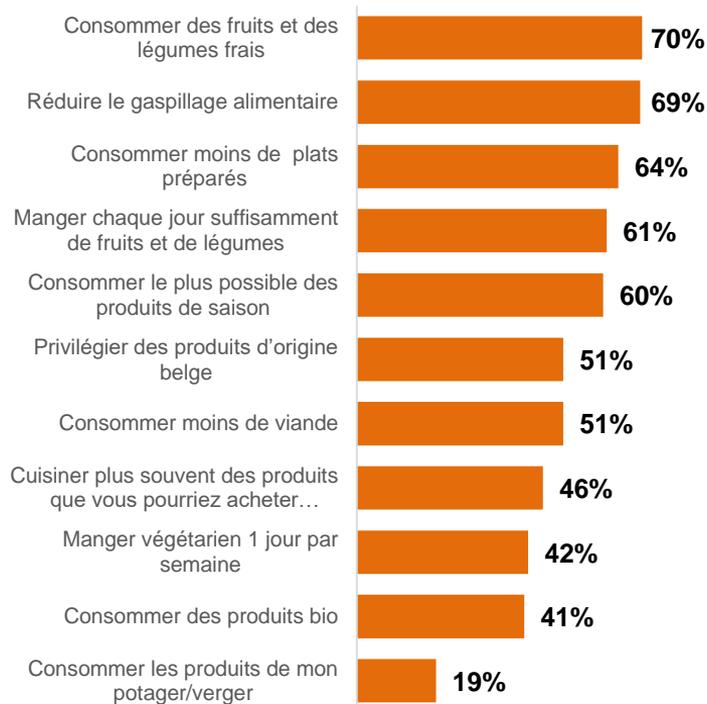


Comportements alimentaires

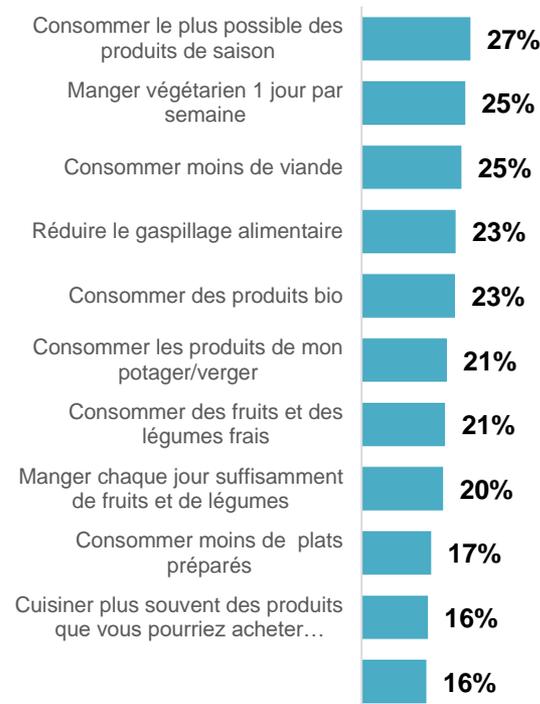
Quels comportements avez-vous déjà adopté ou envisagez-vous d'adopter dans le futur ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Le fait déjà



A l'intention de le faire



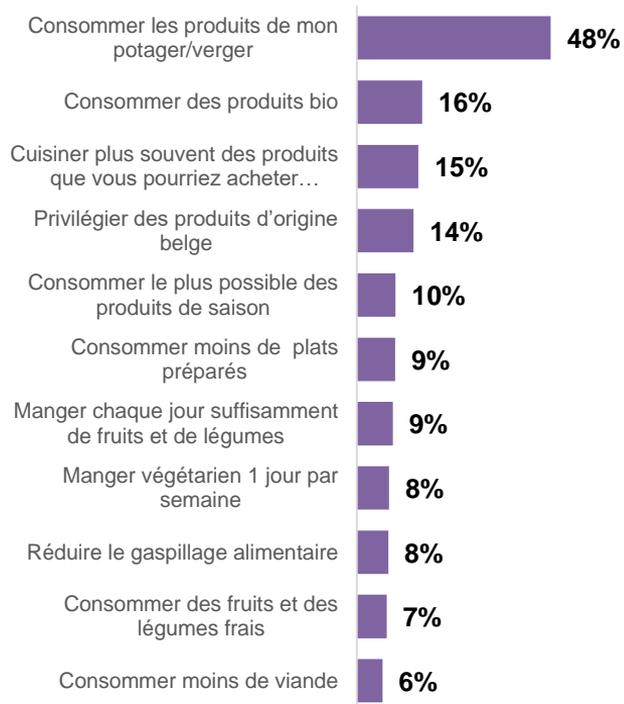


Comportements alimentaires

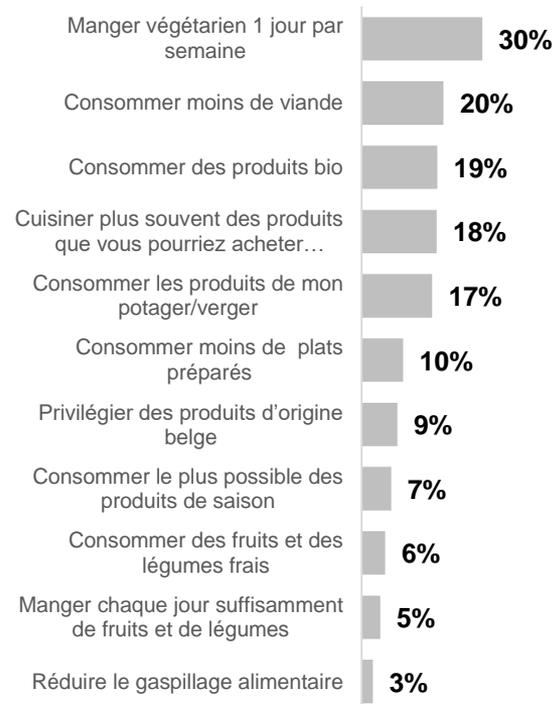
Quels comportements avez-vous déjà adopté ou envisagez-vous d'adopter dans le futur ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Souhaiterais le faire mais n'a pas la possibilité



N'a pas l'intention de le faire

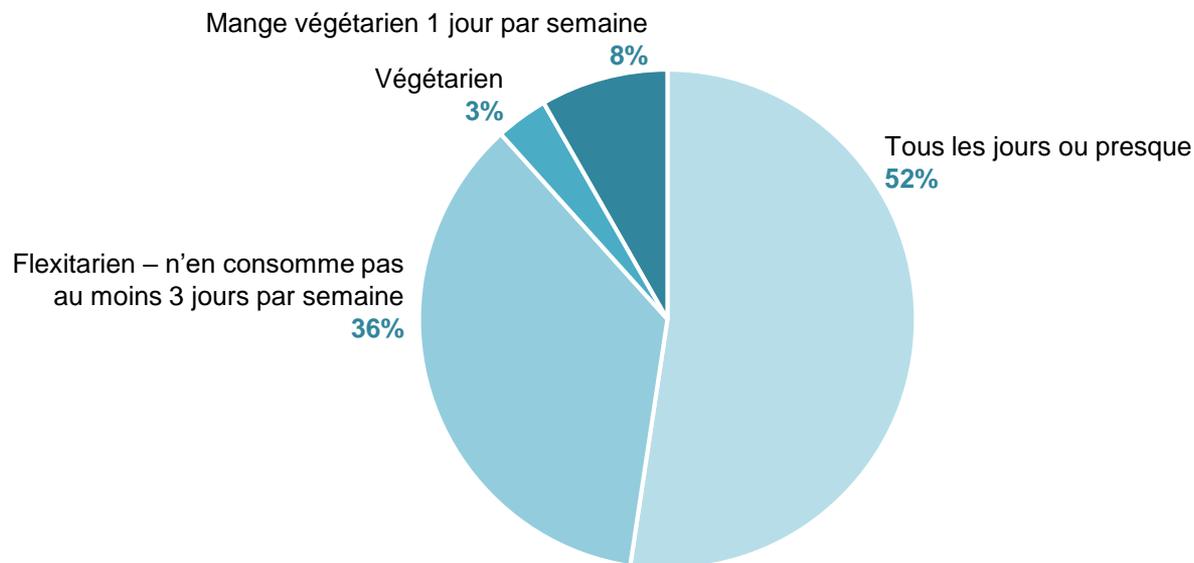




Régime alimentaire actuel

Quelle affirmation correspond le mieux à votre consommation de viande et de poisson ?

Base : Échantillon total
n = 1000



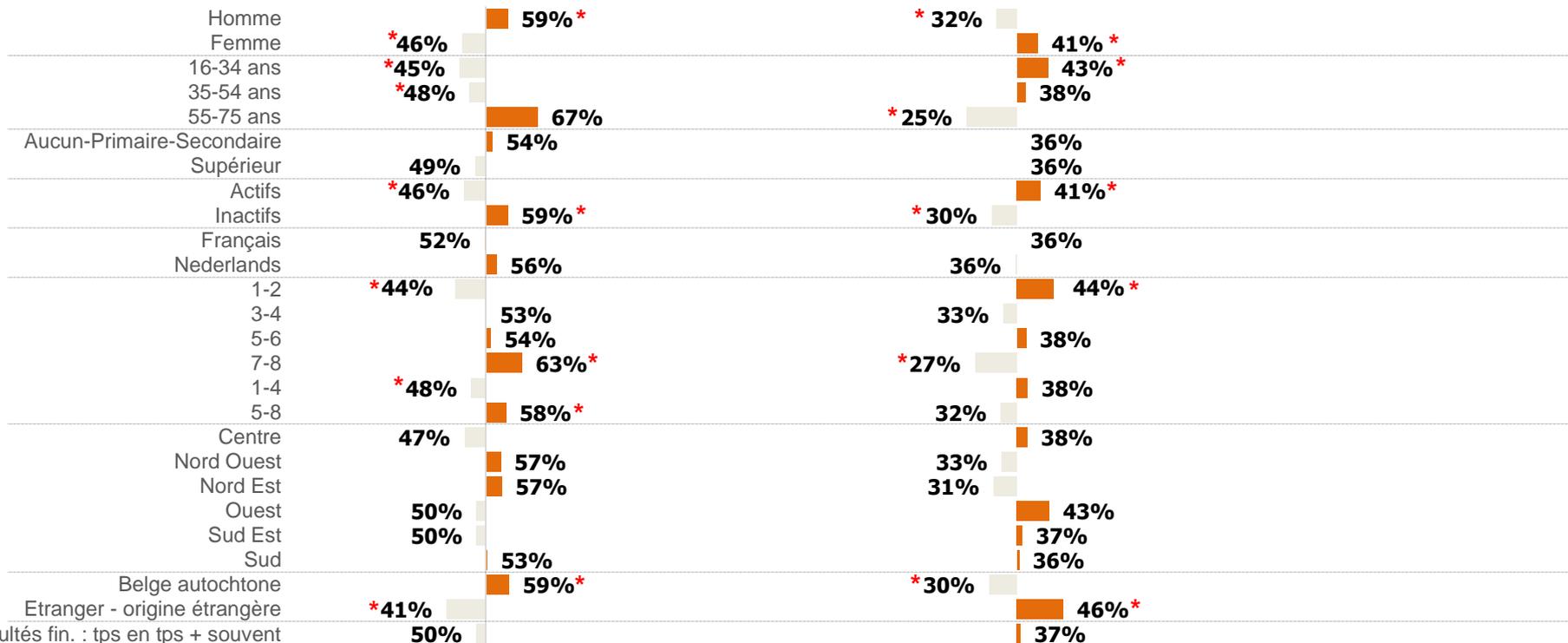


Régime alimentaire actuel

Base : Échantillon total
n = 1000

Omnivore
52%

Flexitarien
36%



* Différence significative au seuil de 95%



Régime alimentaire actuel

Base : Échantillon total
n = 1000

Végétarien 1 jour / semaine
8%

Homme	8%	
Femme		9%
16-34 ans	7%	
35-54 ans		11%*
55-75 ans	7%	
Aucun-Primaire-Secondaire	7%	
Supérieur		10%
Actifs	8%	
Inactifs		9%
Français		9%
Nederlands	6%	
1-2		8%
3-4		11%*
5-6	* 5%	
7-8	8%	
1-4		10%*
5-8	* 6%	
Centre		11%
Nord Ouest	7%	
Nord Est		12%
Ouest	6%	
Sud Est	7%	
Sud	7%	
Belge autochtone	8%	
Etranger - origine étrangère		9%
Difficultés fin. : tps en tps + souvent		9%

* Différence significative au seuil de 95%



CONCLUSIONS

Habitudes de consommation - aliments

Les aliments les plus consommés en général et les plus consommés régulièrement sont les fruits et légumes frais suivis des produits laitiers qui sont consommés plus d'une fois par semaine par 60 à 70% de la population. Inversement, les aliments les moins consommés sont les fruits en bocal ou conserve et les fruits surgelés. La viande et la volaille sont consommées au moins 1 fois par semaine par environ 70% des répondants et les plats préparés sont dégustés au moins 1 fois par semaine par 1 répondant sur 4 !

Les produits végétariens sont consommés par 54% des Bruxellois mais ils ne sont que 12% à en consommé plus d'1 fois par semaine.

Habitudes de consommation - comportements

Si l'on s'intéresse à différents comportements alimentaires, par rapport à ce que les répondants font déjà, les citations les plus fréquentes concernent la consommation de fruits et légumes frais, la réduction du gaspillage alimentaire, consommer moins de plats préparés ou manger chaque jour suffisamment de fruits et légumes et consommer plus de produits de saisons.

Si l'on s'intéresse à ce qu'ils ont l'intention de faire, 1 répondant sur 4 souhaite manger plus de produits de saison, manger végétarien 1 jour par semaine, consommer moins de viande, réduire le gaspillage alimentaire et consommer des produits bio.

Par rapport à ce que les Bruxellois souhaiteraient faire mais sans possibilité d'y arriver, il s'agirait pour 1 Bruxellois sur 2 de consommer les fruits et légumes de son jardin.

Enfin, pour ce qu'ils n'ont pas l'intention de faire, 1 Bruxellois sur 3 cite le fait de manger végétarien 1 jour par semaine, 1 sur 5 le fait de manger moins de viande ou consommer des produits bio.



CONCLUSIONS

Régimes alimentaires actuels

Lorsqu'on demande aux répondants de décrire leur consommation de viandes et poissons, la moitié nous dit en manger tous les jours ou presque, 36% nous indiquent ne pas en manger au moins 3 jours par semaine, 9% nous indiquent manger végétarien au moins 1 jour par semaine et 3% être végétarien.

Les consommateurs réguliers de viandes et poissons sont plutôt des hommes, ils sont âgés de 55 ans et plus et plutôt inactifs et appartiennent aux classes sociales inférieures ... ce dernier constat laissant entrevoir le fait qu'il ne doit pas alors s'agir de viande ou de poisson de qualité élevée.

Les flexitariens sont plutôt des femmes, jeunes (16-34 ans), appartenant aux 2 groupes sociaux supérieurs.

Les répondants déclarant manger végétarien 1 jour par semaine se trouvent parmi tous les répondants et n'ont donc pas un profil distinctif.

IV. RESULTATS

Alimentation durable

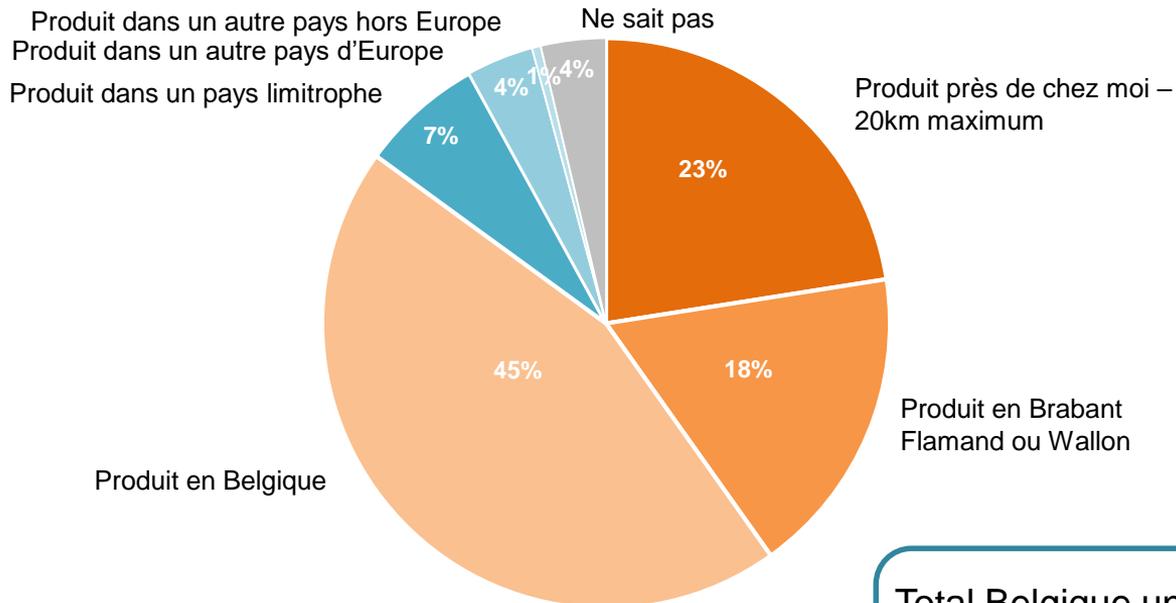




Production locale

Selon vous, qu'est-ce qu'un aliment produit « localement » ?

Base : Échantillon total
n = 1000



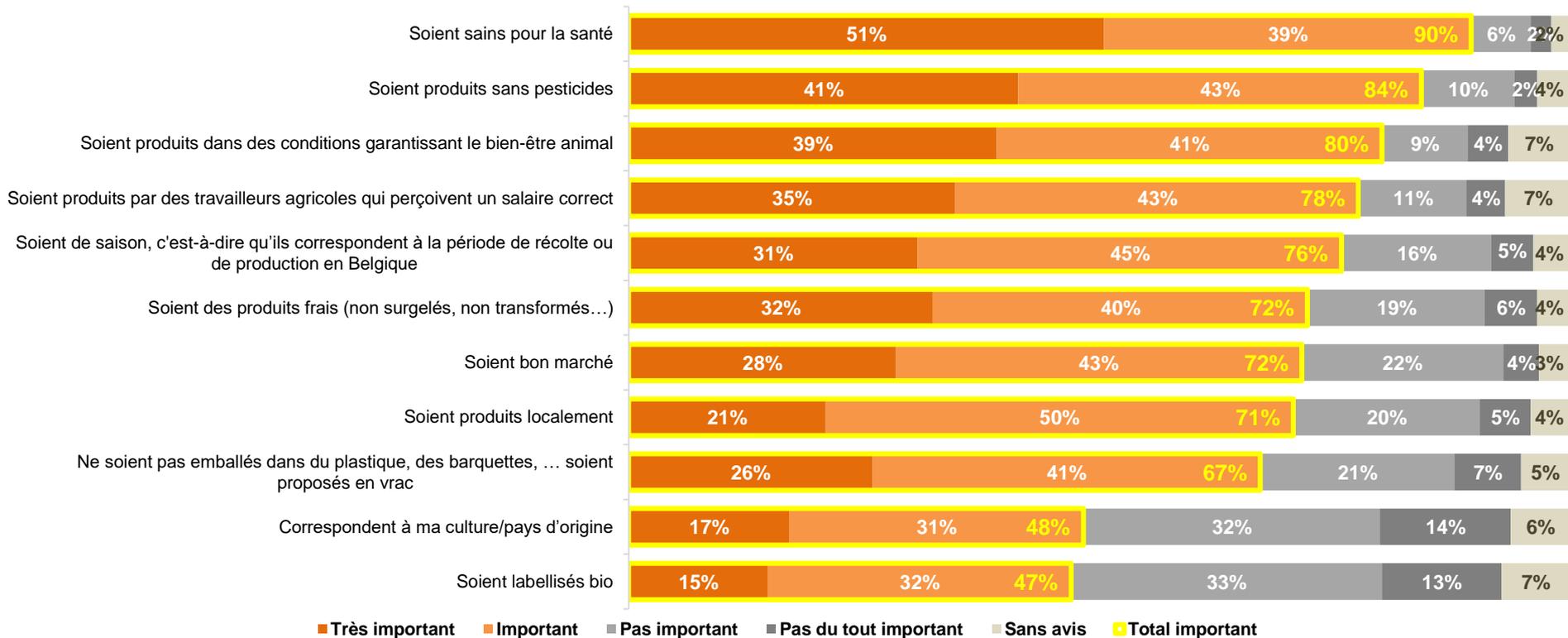
Total Belgique uniquement : 86%
Total Belgique ou hors Belgique : 12%
Ne sait pas : 4%



Critères importants pour les aliments consommés

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

Base : Échantillon total
n = 1000



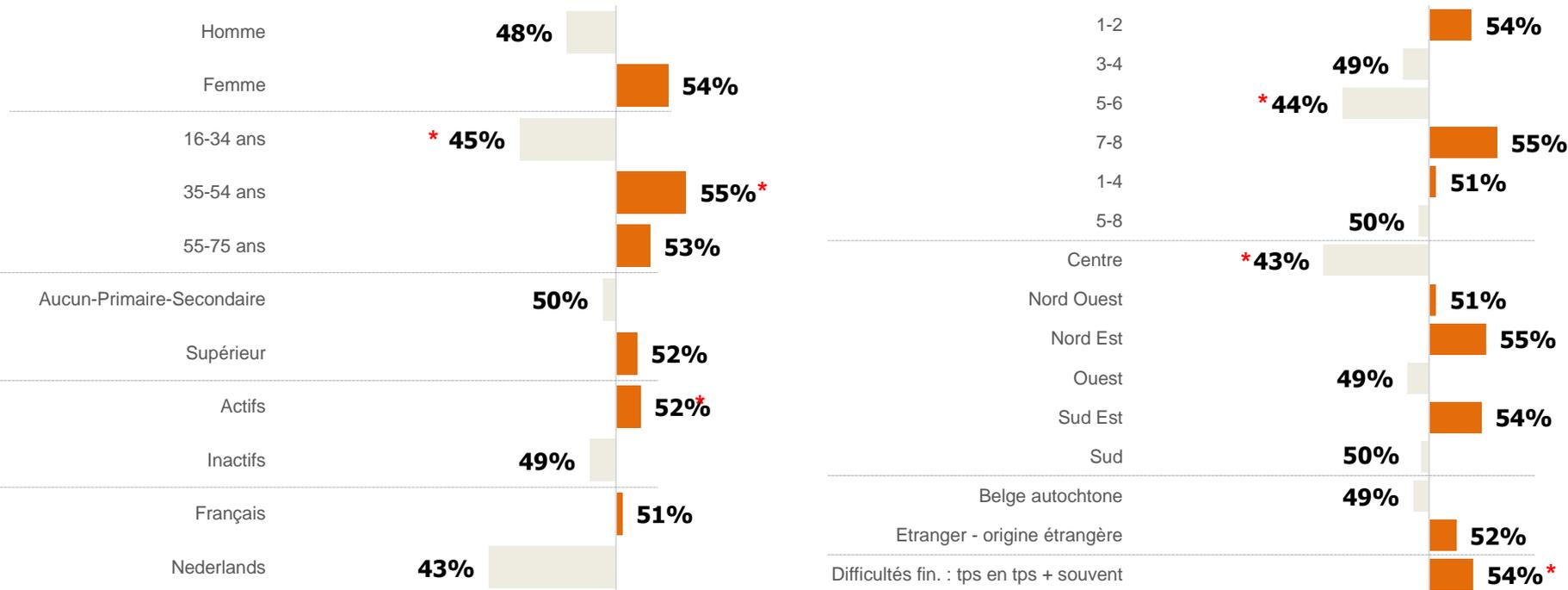


Critères très importants pour les aliments consommés

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Soient sains pour la santé
50,5%



* Différence significative au seuil de 95%

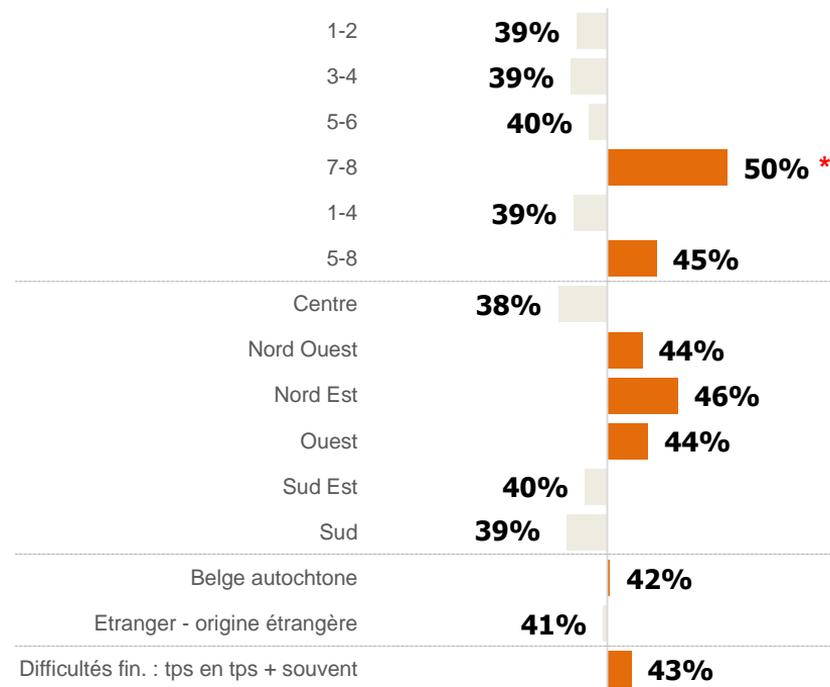
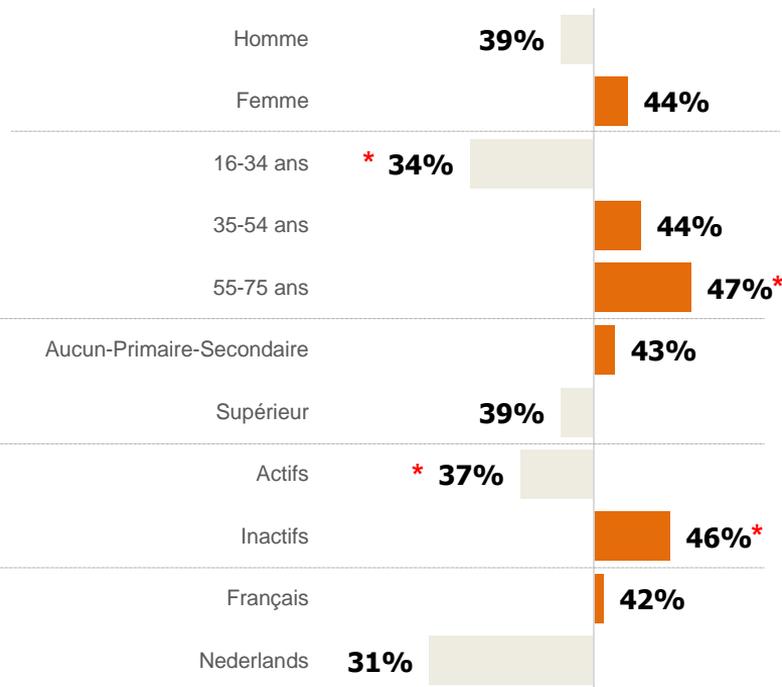


Critères très importants pour les aliments consommés

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Soient produits sans pesticides
41,4%



* Différence significative au seuil de 95%

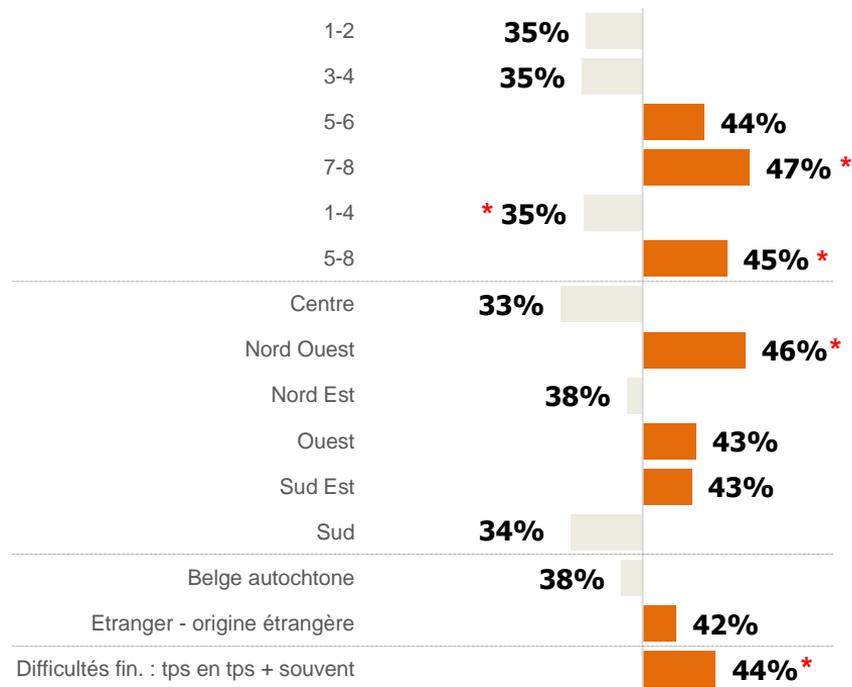
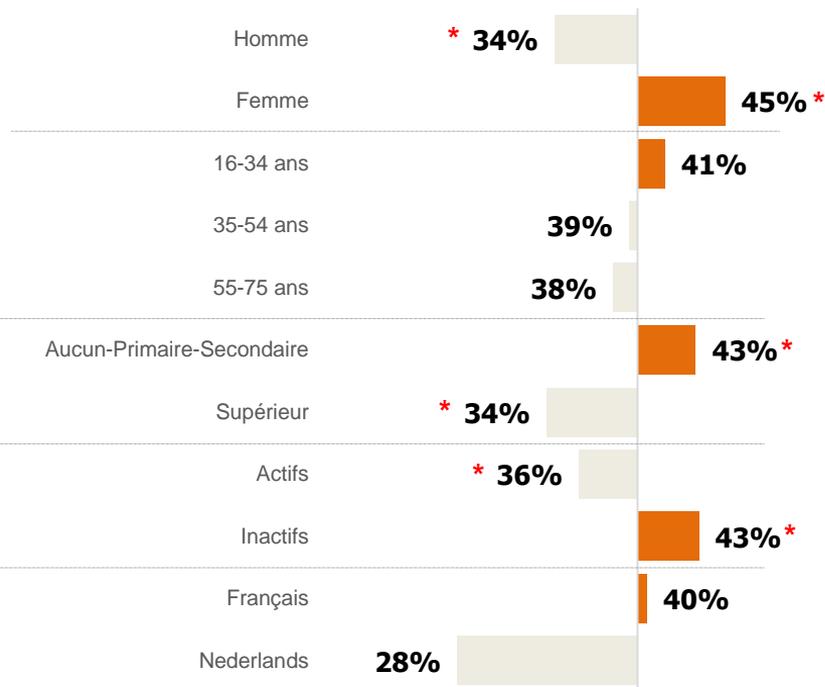


Critères très importants pour les aliments consommés

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Soient produits dans des conditions garantissant
le bien-être animal
39,1%



* Différence significative au seuil de 95%

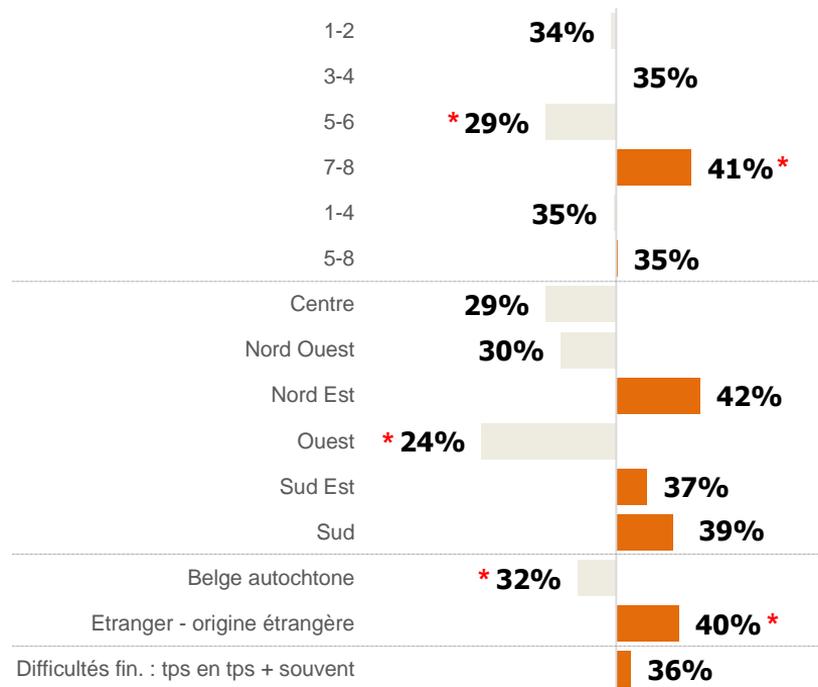
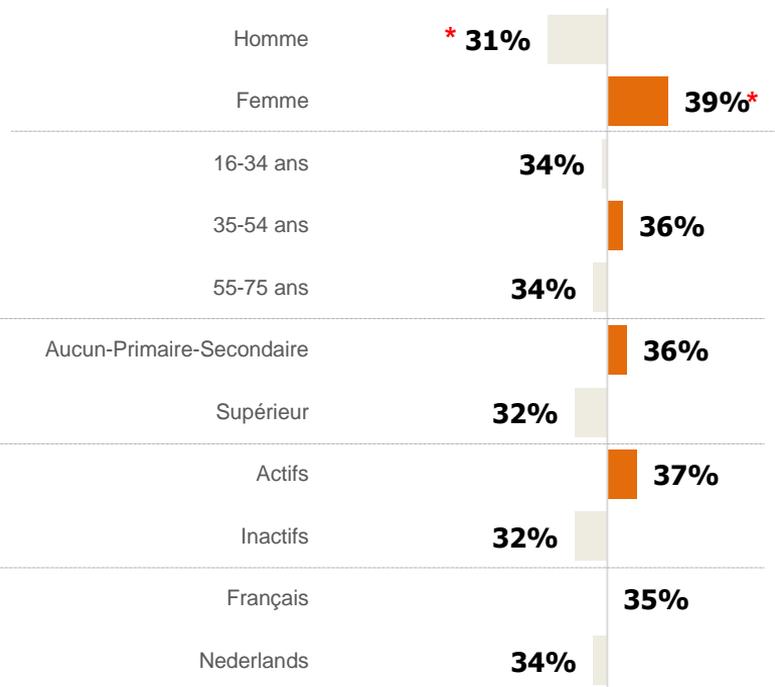


Critères très importants pour les aliments consommés

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Soient produits par des travailleurs agricoles qui
perçoivent un salaire correct
34,7%



* Différence significative au seuil de 95%

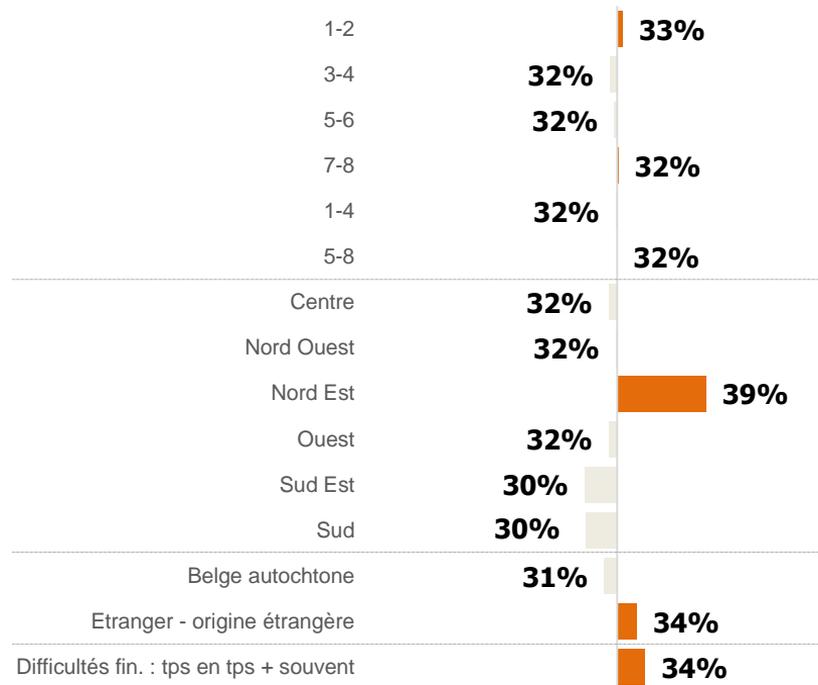
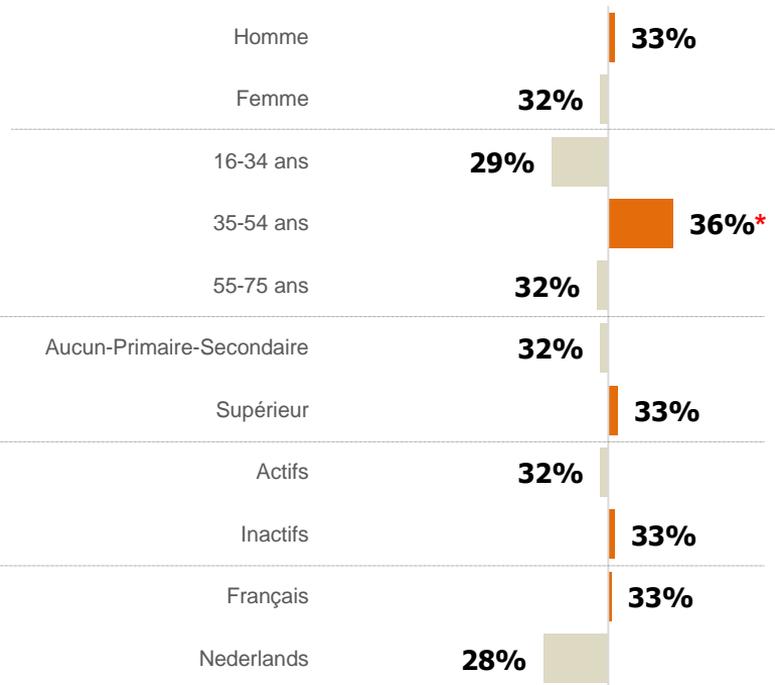


Critères très importants pour les aliments consommés

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Soient des produits frais (non surgelés, non transformés...)
32,3%



* Différence significative au seuil de 95%

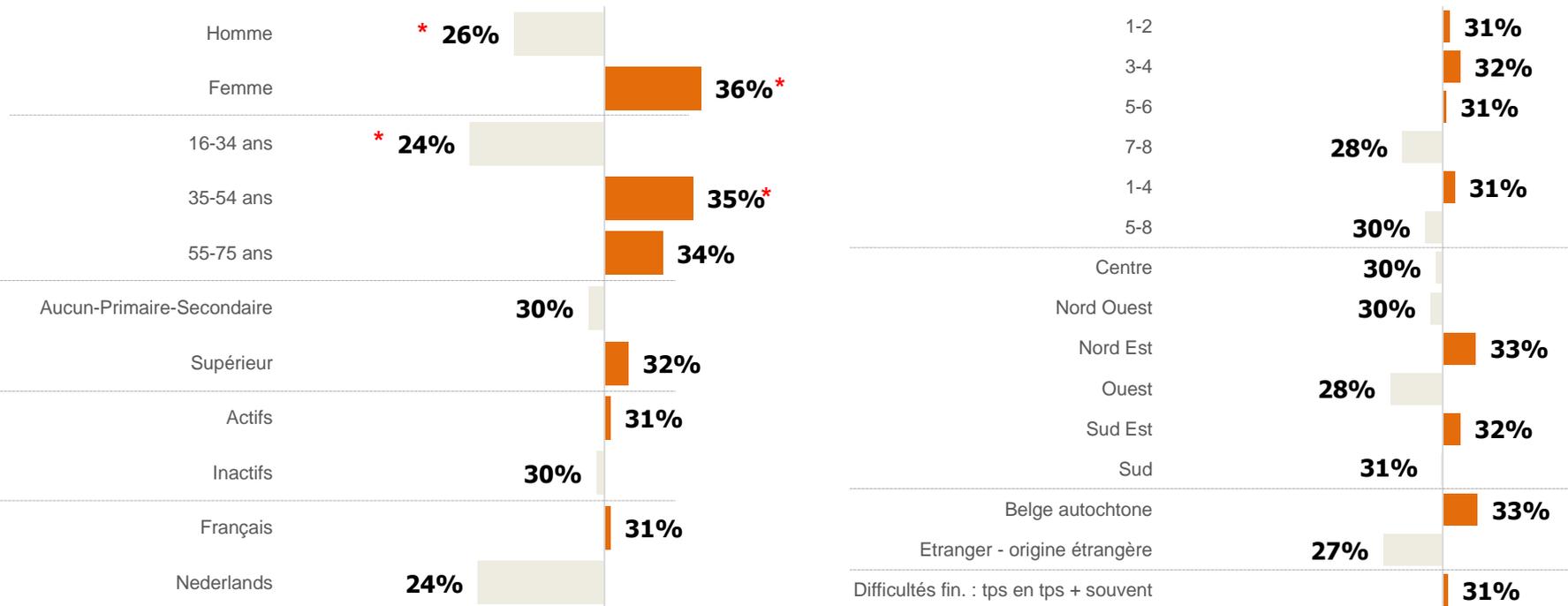


Critères très importants pour les aliments consommés

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Soient de saison, c'est-à-dire qu'ils correspondent à la période de récolte ou de production en Belgique
30,7%



* Différence significative au seuil de 95%

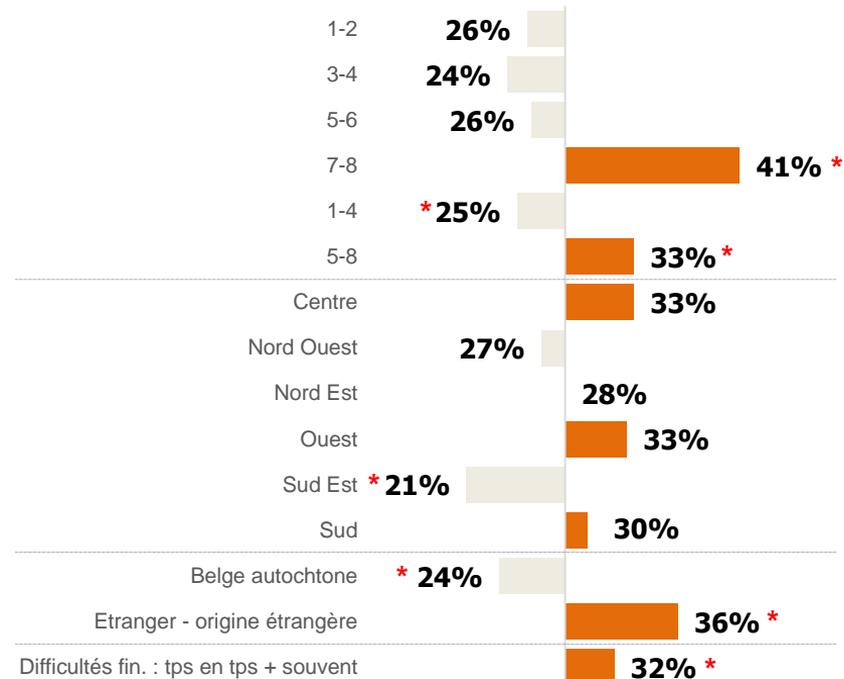
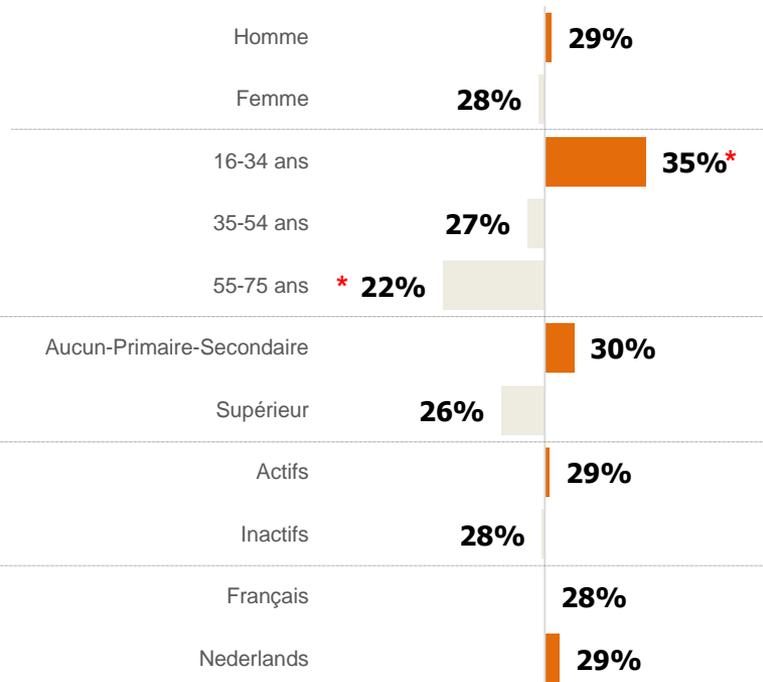


Critères très importants pour les aliments consommés

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Soient bon marché
28,4%



* Différence significative au seuil de 95%

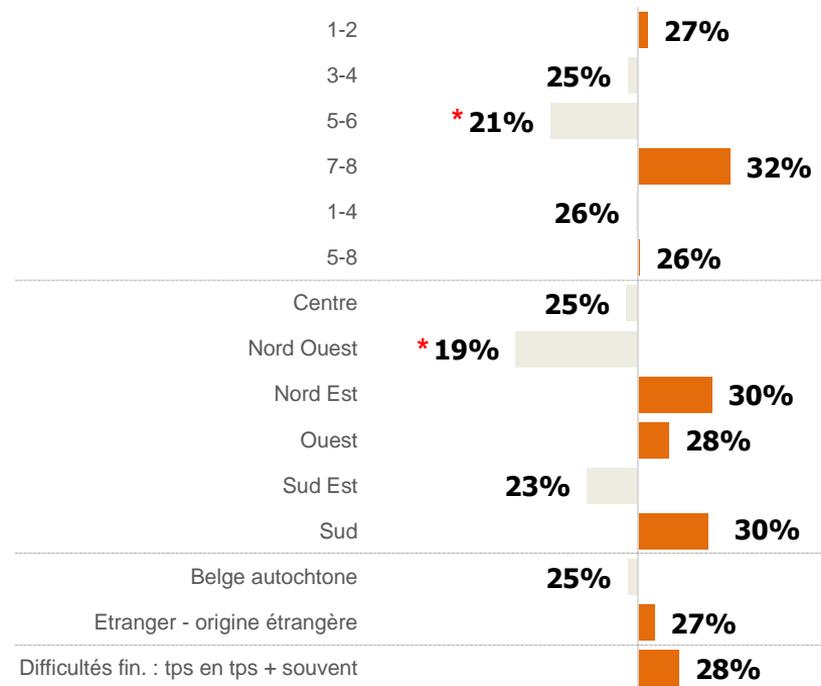
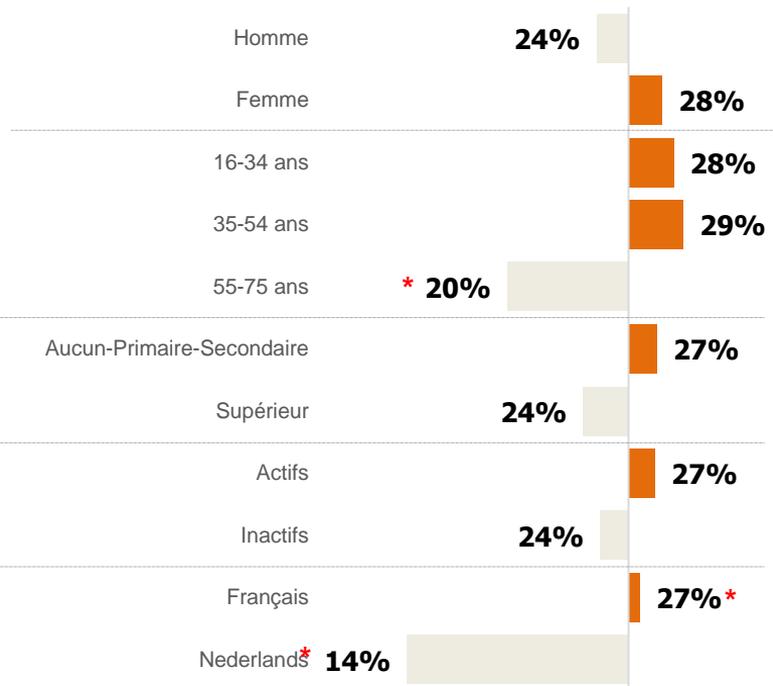


Critères très importants pour les aliments consommés

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Ne soient pas emballés dans du plastique, des barquettes, ... soient proposés en vrac
25,9%



* Différence significative au seuil de 95%

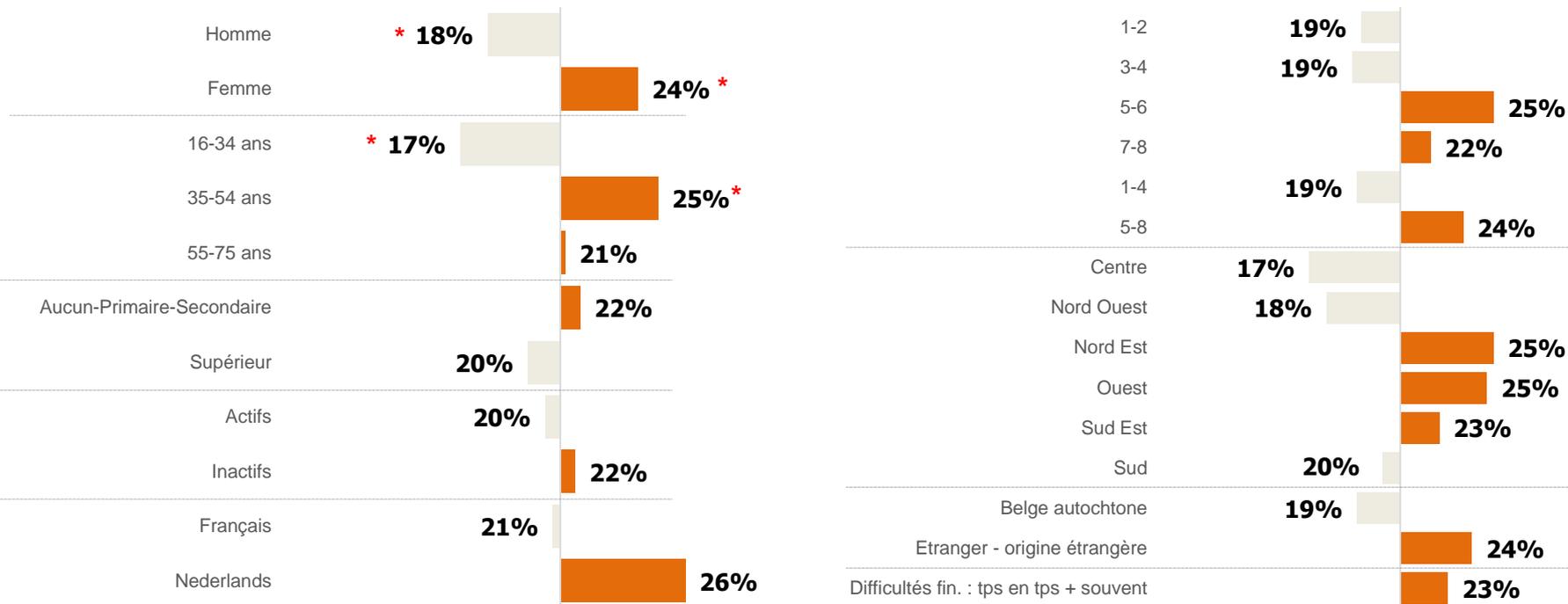


Critères très importants pour les aliments consommés

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Soient produits localement
20,9%



* Différence significative au seuil de 95%

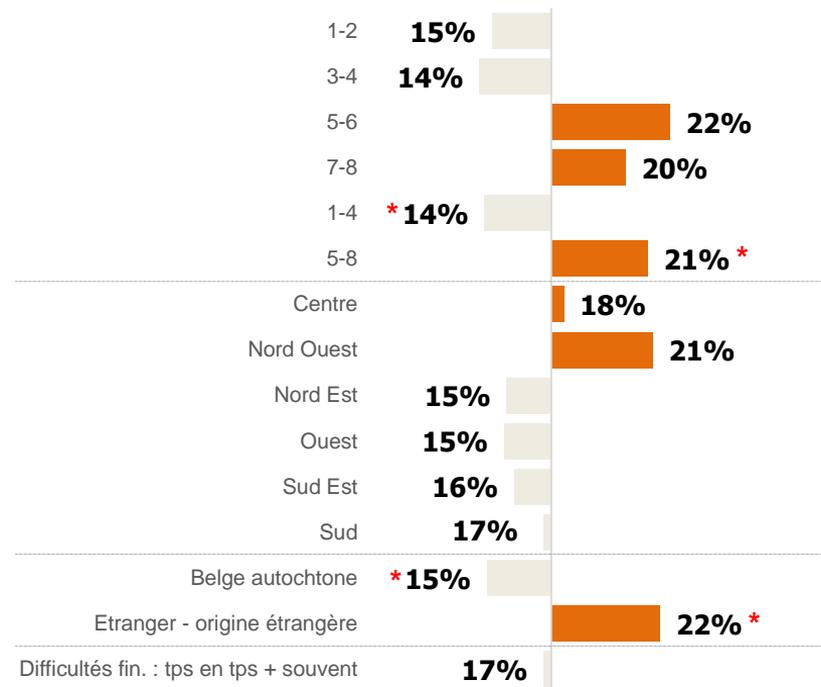
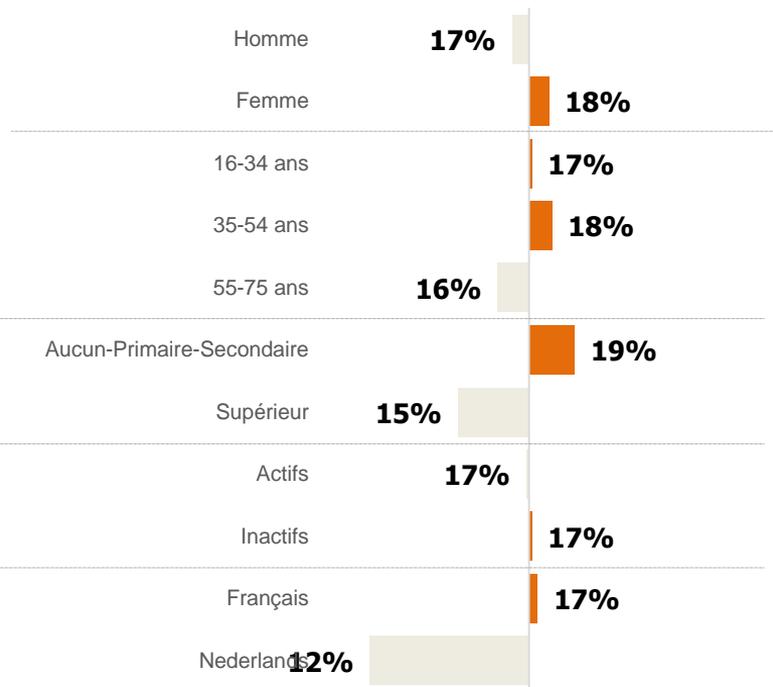


Critères très importants pour les aliments consommés

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Correspondent à ma culture/pays d'origine
17,1%



* Différence significative au seuil de 95%

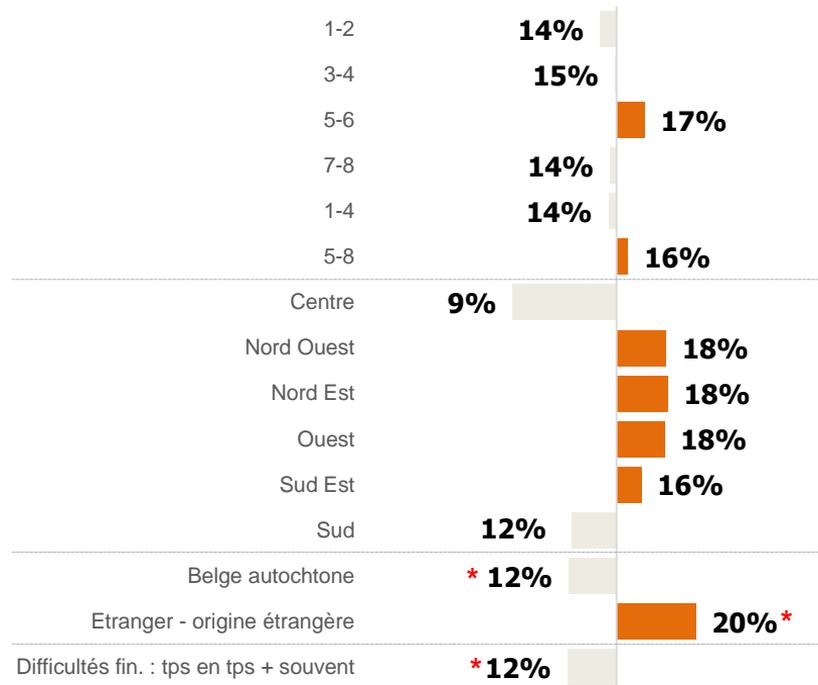
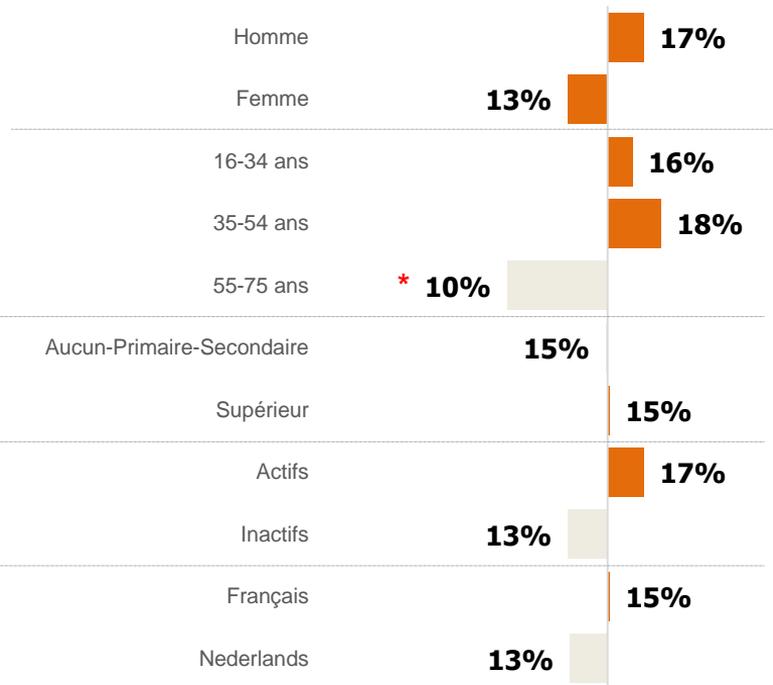


Critères très importants pour les aliments consommés

Dans quelle mesure est-il important, selon vous, que les aliments que vous consommez ...

Base : Échantillon total
n = 1000

Soient labellisés bio
14,8%



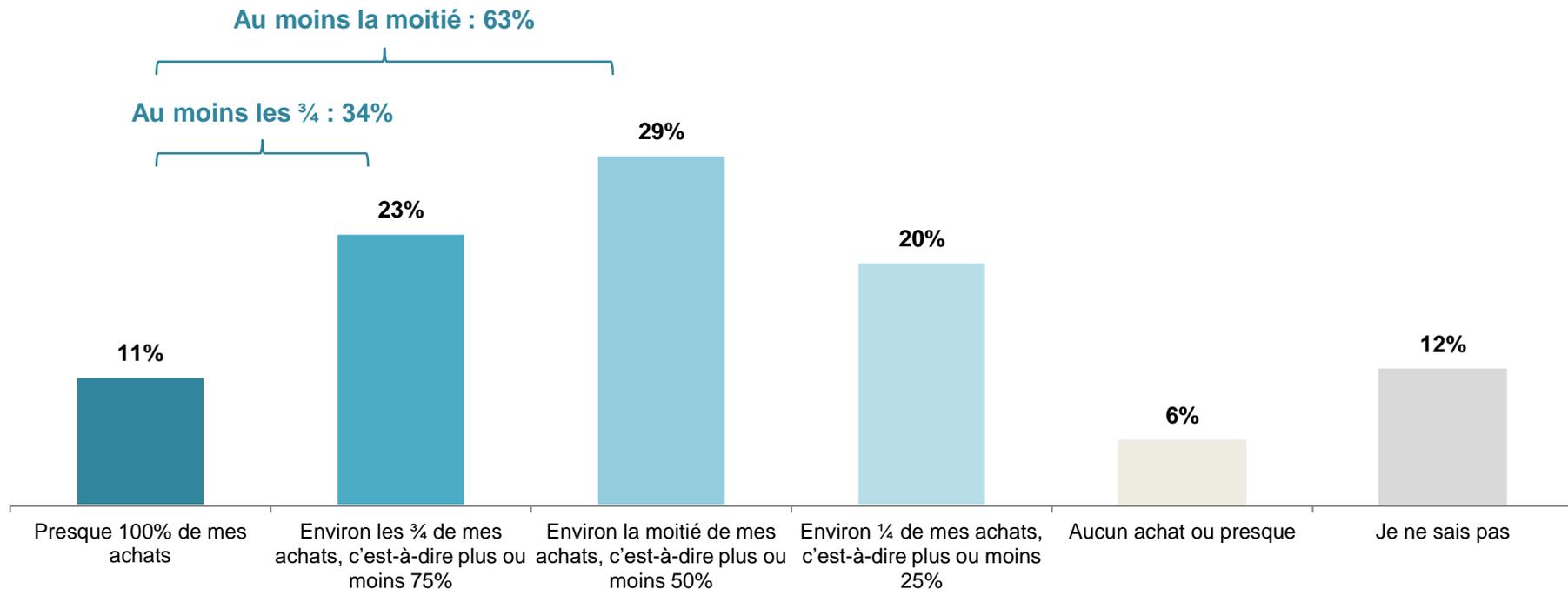
* Différence significative au seuil de 95%



Proportion d'aliments durables

Quelle proportion les aliments durables représentent-ils dans le total de vos achats alimentaires ?

Base : Impliqué dans les achats
n = 990



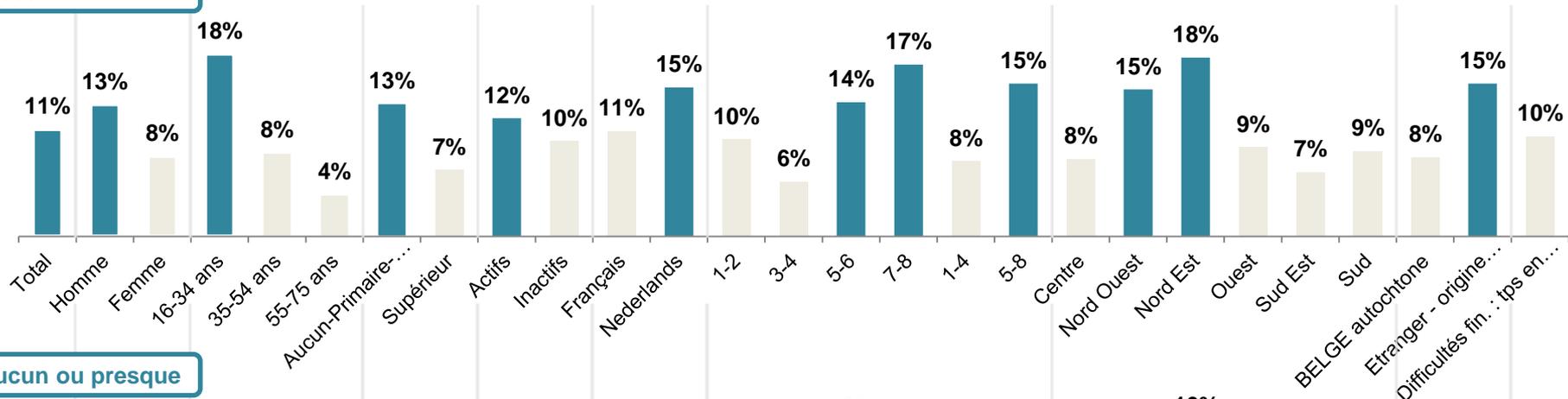


Proportion d'aliments durables

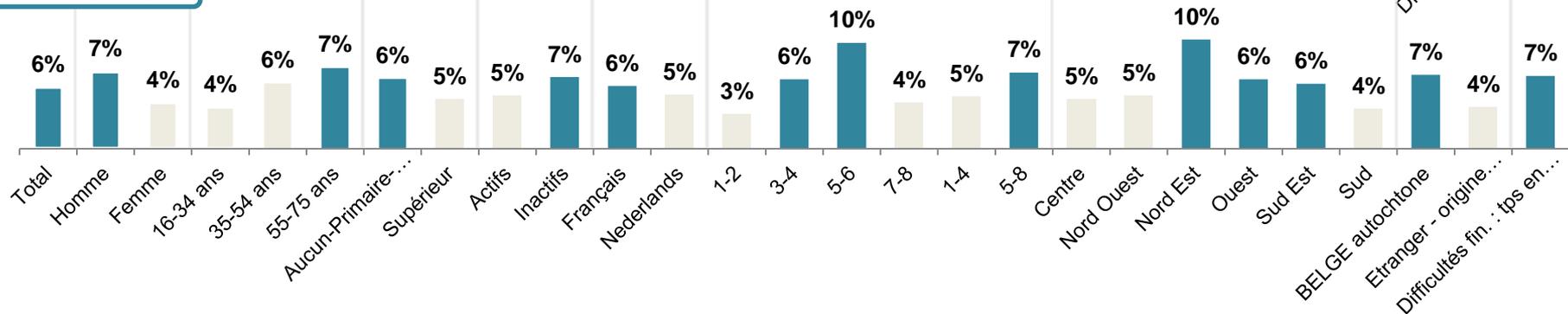
Quelle proportion les aliments durables représentent-ils dans le total de vos achats alimentaires ?

Base : Impliqué dans les achats
n = 990

100% des achats



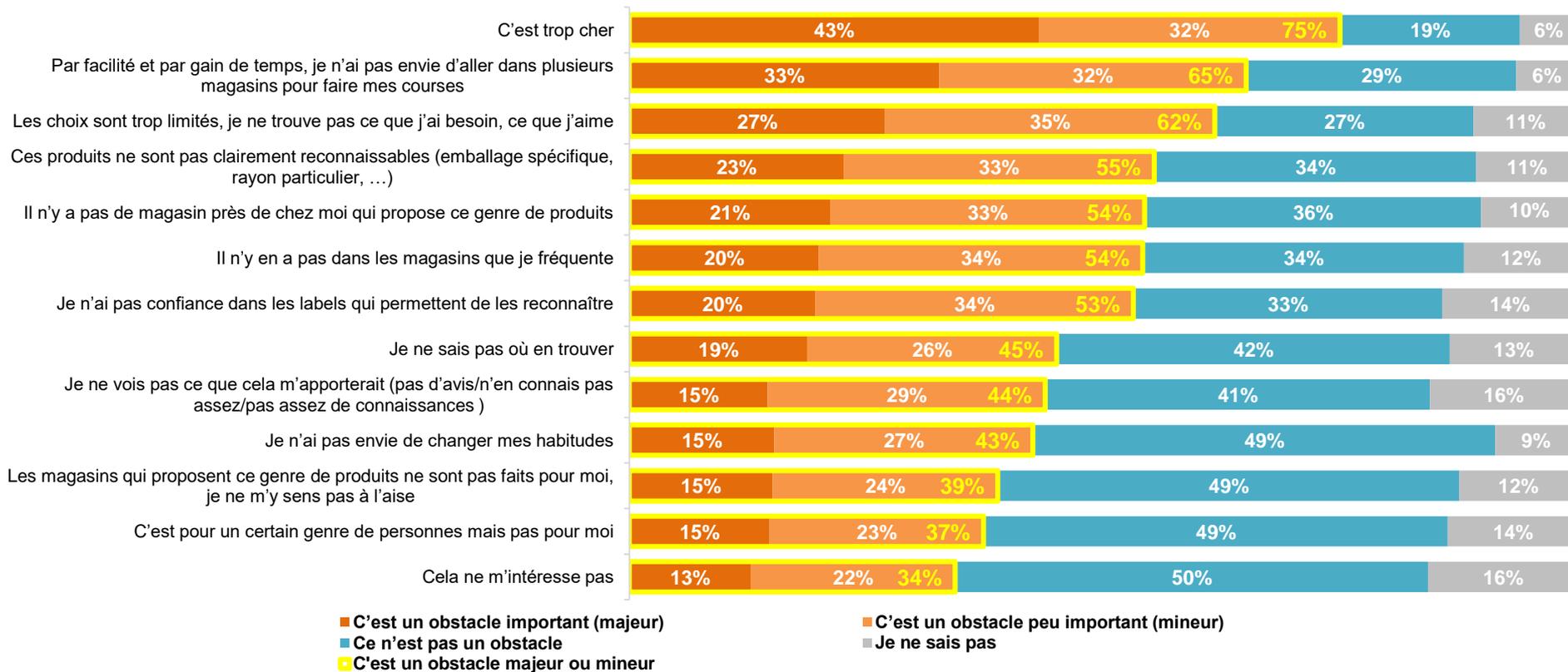
Aucun ou presque



Obstacles à l'achat d'aliments durables

Dans quelles mesures les raisons ci-dessous constituent-elles selon vous, un obstacle à l'achat d'aliments durables ...

Base : Échantillon total
n = 1000





Obstacles majeurs à l'achat d'aliments durables

Dans quelles mesures les raisons ci-dessous constituent-elles selon vous, un obstacle majeur à l'achat d'aliments durables ...

Base : Échantillon total
n = 1000

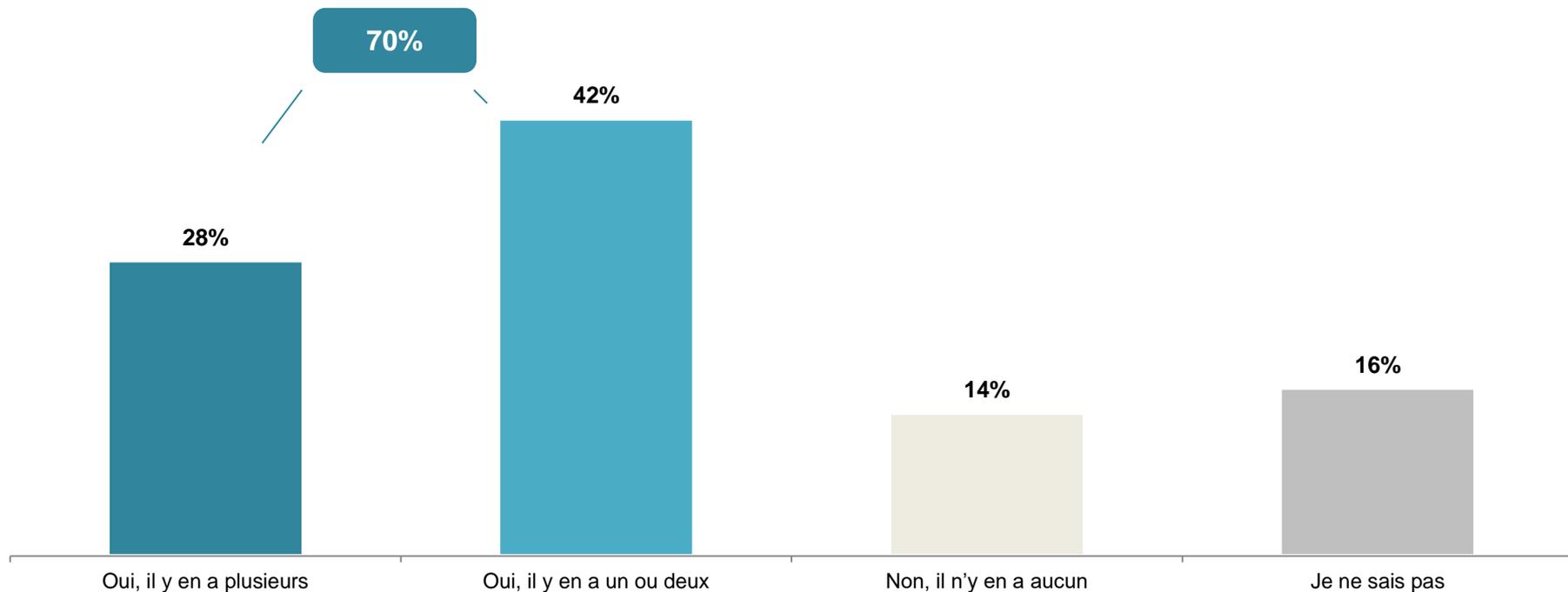
	C'est trop cher	Par facilité et par gain de temps, je n'ai pas envie d'aller dans plusieurs magasins pour faire mes courses	Les choix sont trop limités, je ne trouve pas ce que j'ai besoin, ce que j'aime	Ces produits ne sont pas clairement reconnaissables (emballage spécifique, rayon particulier, ...)	Il n'y a pas de magasin près de chez moi qui propose ce genre de produits	Il n'y en a pas dans les magasins que je fréquente	Je n'ai pas confiance dans les labels qui permettent de les reconnaître	Je ne sais pas où en trouver	Je n'ai pas envie de changer mes habitudes	Les magasins qui proposent ce genre de produits ne sont pas faits pour moi, je ne m'y sens pas à l'aise	C'est pour un certain genre de personnes mais pas pour moi	Je ne vois pas ce que cela m'apporterait (pas d'avis/n'en connais pas assez/pas assez de connaissances)	Cela ne m'intéresse pas
Total	43%	33%	27%	23%	21%	20%	20%	19%	15%	15%	15%	15%	13%
Homme	40%	30%	26%	24%	21%	18%	23%	19%	17%	18%	18%	18%	17%
Femme	47%	35%	28%	22%	21%	22%	16%	18%	14%	12%	12%	11%	8%
16-34 ans	42%	32%	27%	23%	25%	22%	24%	25%	17%	22%	21%	18%	16%
35-54 ans	46%	29%	30%	22%	20%	21%	16%	16%	13%	11%	13%	14%	11%
55-75 ans	41%	37%	24%	23%	18%	16%	19%	14%	16%	12%	10%	11%	11%
Aucun-Primaire-Secondaire	42%	30%	26%	24%	20%	19%	22%	20%	17%	16%	18%	17%	14%
Supérieur	46%	36%	28%	21%	23%	22%	16%	17%	13%	13%	10%	11%	11%
Actifs	43%	31%	26%	24%	23%	22%	21%	19%	14%	15%	15%	16%	14%
Inactifs	43%	34%	28%	21%	20%	18%	19%	19%	17%	15%	14%	13%	12%
Français	43%	33%	27%	22%	20%	20%	19%	18%	15%	14%	14%	14%	13%
Néerlandais	42%	36%	28%	27%	36%	20%	25%	29%	24%	28%	24%	20%	19%
1-4	41%	34%	24%	22%	23%	19%	19%	18%	15%	15%	14%	14%	12%
5-8	47%	31%	31%	24%	19%	21%	21%	20%	16%	16%	16%	15%	14%
Centre	48%	26%	29%	23%	25%	26%	25%	25%	20%	17%	19%	15%	6%
Nord Ouest	48%	35%	32%	28%	24%	22%	19%	22%	18%	15%	16%	23%	14%
Nord Est	38%	29%	27%	30%	24%	21%	19%	23%	16%	15%	15%	13%	12%
Ouest	46%	38%	25%	20%	24%	26%	24%	20%	18%	20%	22%	18%	16%
Sud Est	47%	34%	26%	22%	18%	15%	13%	10%	12%	16%	10%	11%	14%
Sud	37%	34%	24%	15%	16%	16%	20%	16%	12%	12%	13%	12%	15%
Belge autochtone	44%	36%	25%	22%	21%	20%	18%	16%	15%	14%	11%	12%	11%
Étranger - origine étrangère	41%	27%	31%	24%	21%	20%	22%	23%	17%	17%	21%	19%	16%
Difficultés fin. : tps en tps + souvent	52%	33%	28%	22%	21%	21%	19%	19%	15%	12%	12%	11%	12%



Alimentation durable dans le quartier

Y-a-t-il dans votre quartier des magasins ou des lieux où vous pouvez acheter des produits alimentaires durables ?

Base : Échantillon total
n = 1000

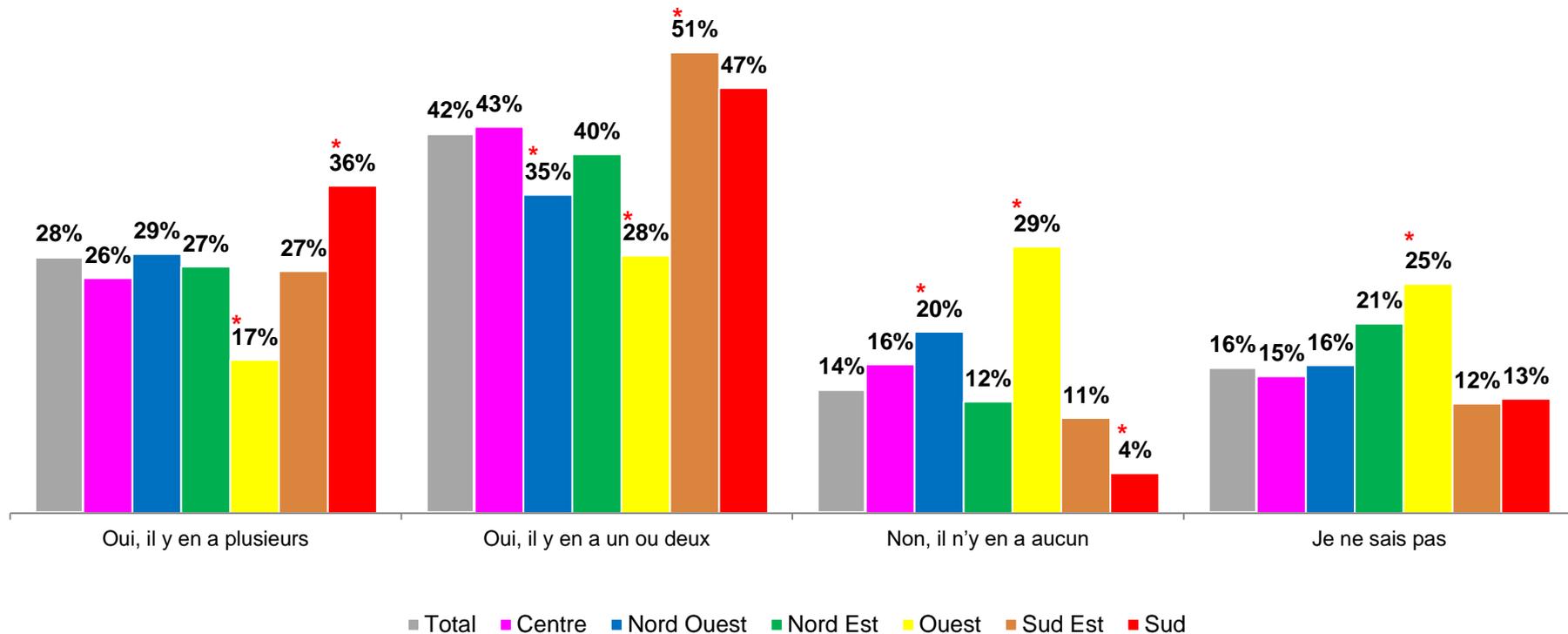




Alimentation durable dans le quartier

Zones d'habitation

Base : Échantillon total
n = 1000



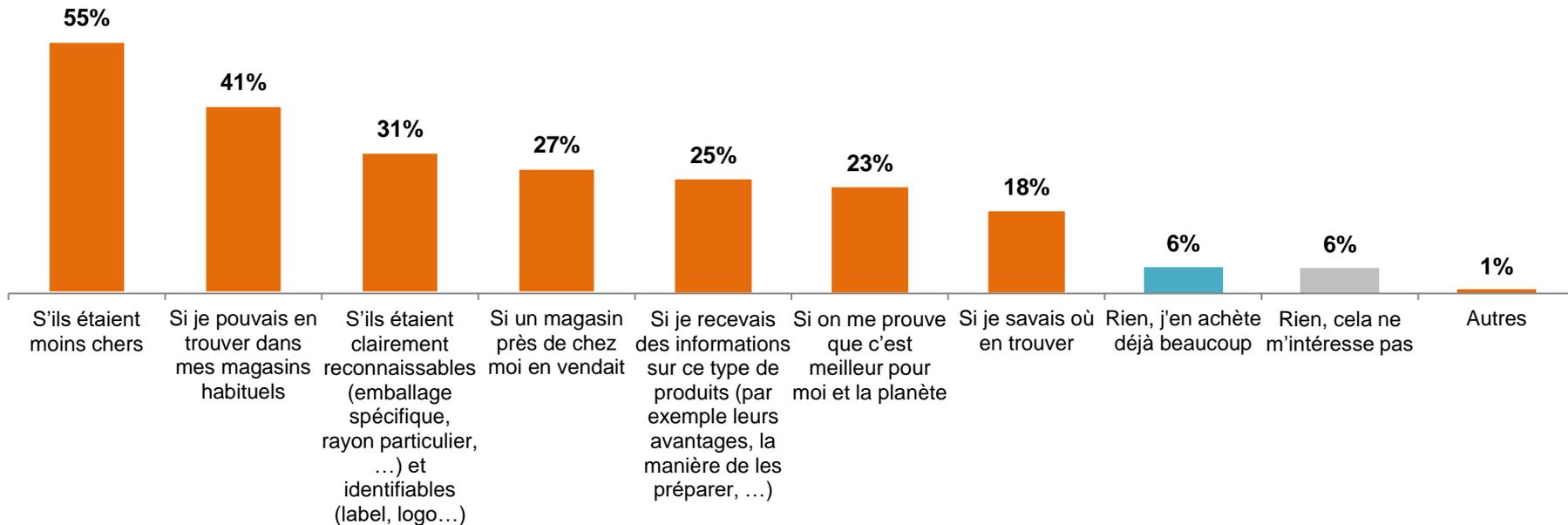
* Différence significative au seuil de 95%



Incitatifs à acheter davantage d'aliments durables

Qu'est-ce qui pourrait vous inciter à acheter davantage durable ?

Base : Échantillon total
n = 1000

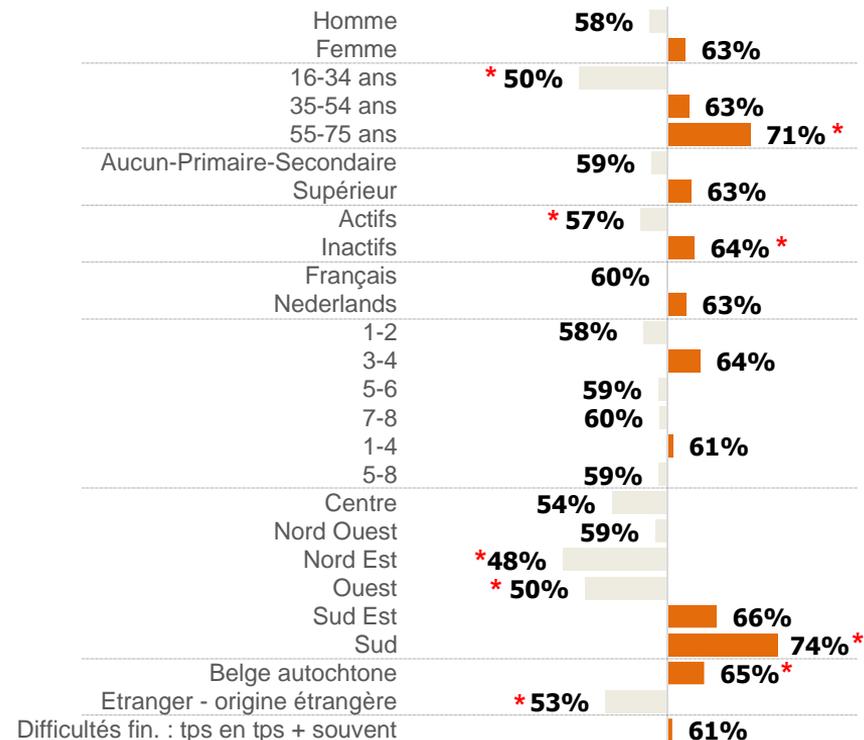
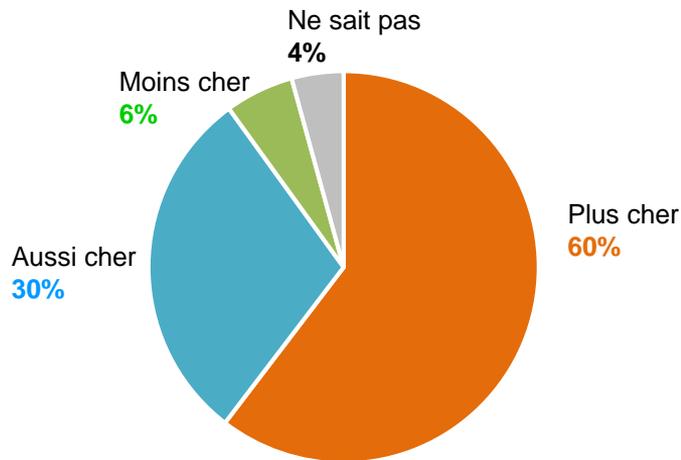


* Différence significative au seuil de 95%

Impact budgétaire d'une alimentation durable

Selon vous, manger durable coûte-t-il plus, moins ou aussi cher qu'une alimentation 'classique' ?

Base : Échantillon total
n = 1000

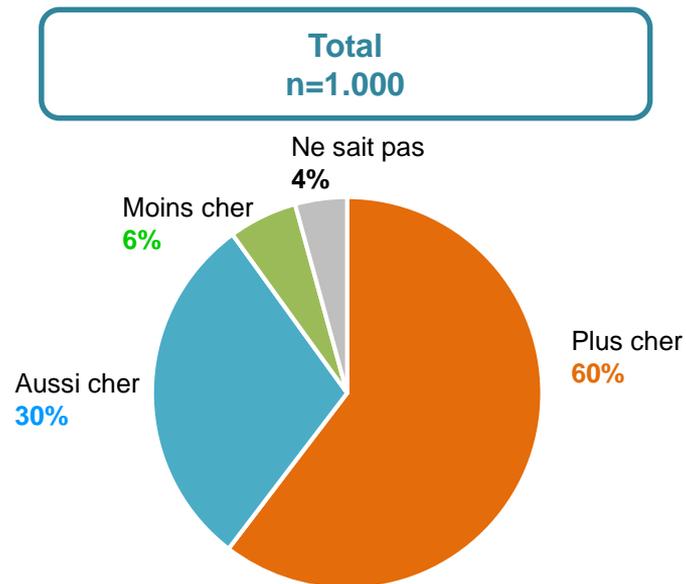


* Différence significative au seuil de 95%

Impact budgétaire d'une alimentation durable

Selon vous, manger durable coûte-t-il plus, moins ou aussi cher qu'une alimentation 'classique' ?

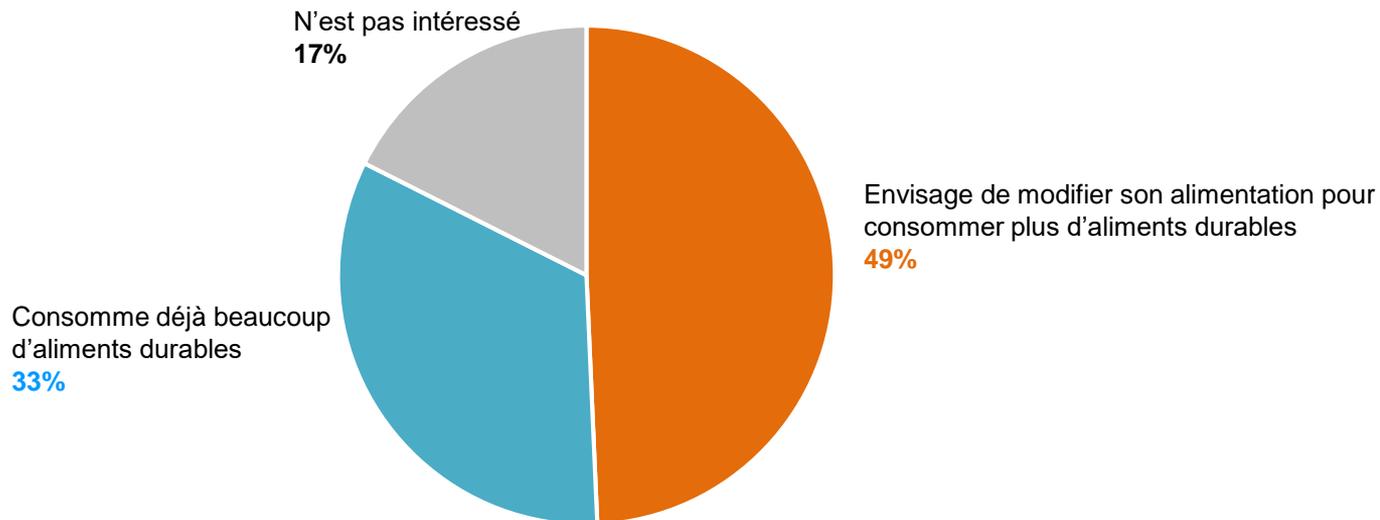
Dans quelle mesure le prix est un obstacle majeur à l'achat d'aliments durables ?





Comportement futur et alimentation durable

A l'avenir, pensez-vous modifier votre alimentation afin de consommer plus d'aliments durables ?





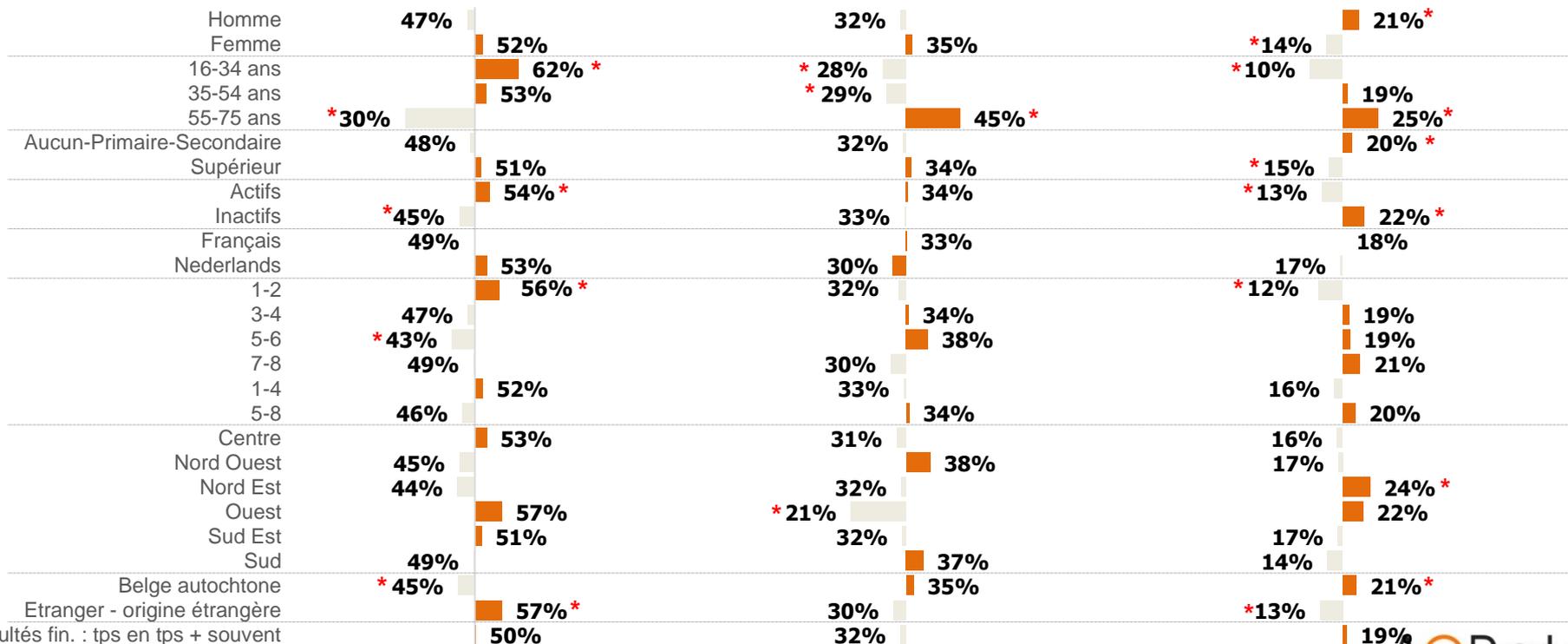
Comportement futur par rapport à l'alimentation durable

Base : Échantillon total
n = 1000

Envisage de modifier
49%

Consomme déjà durable
33%

Pas intéressé
n=18%

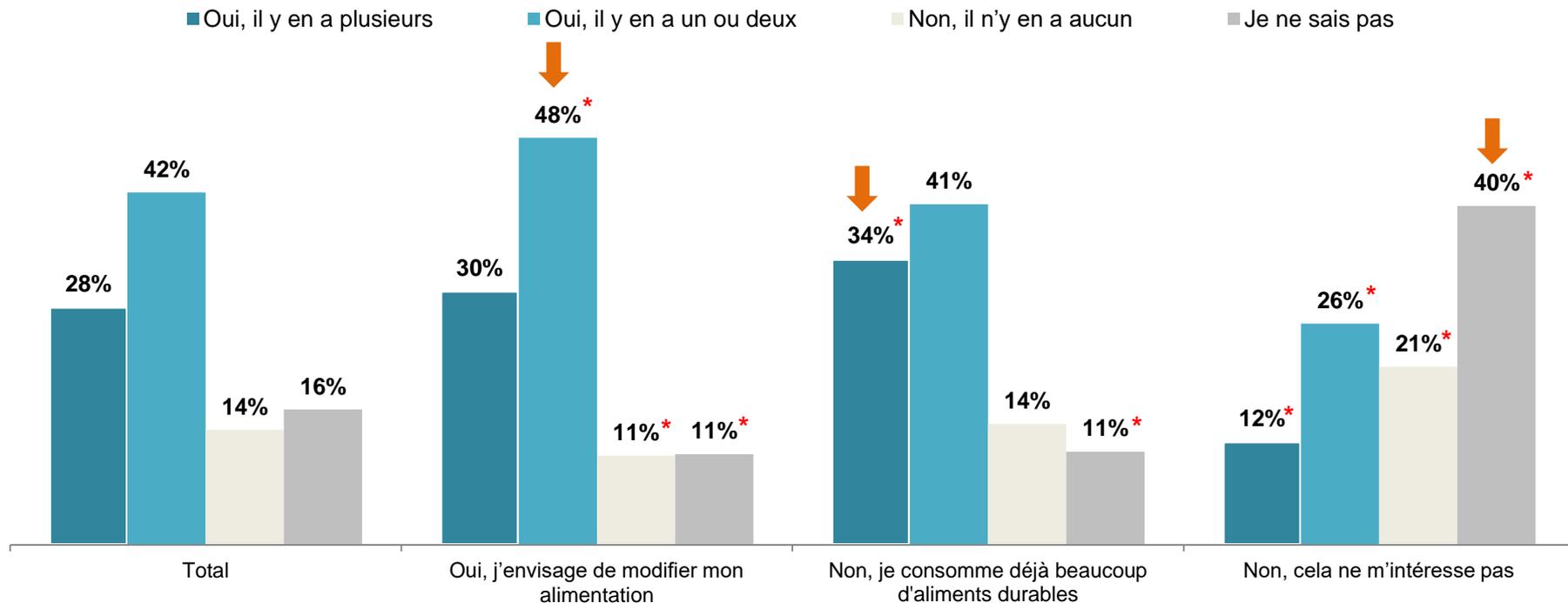


* Différence significative au seuil de 95%



Comportement futur

Disponibilité à proximité



* Différence significative au seuil de 95%

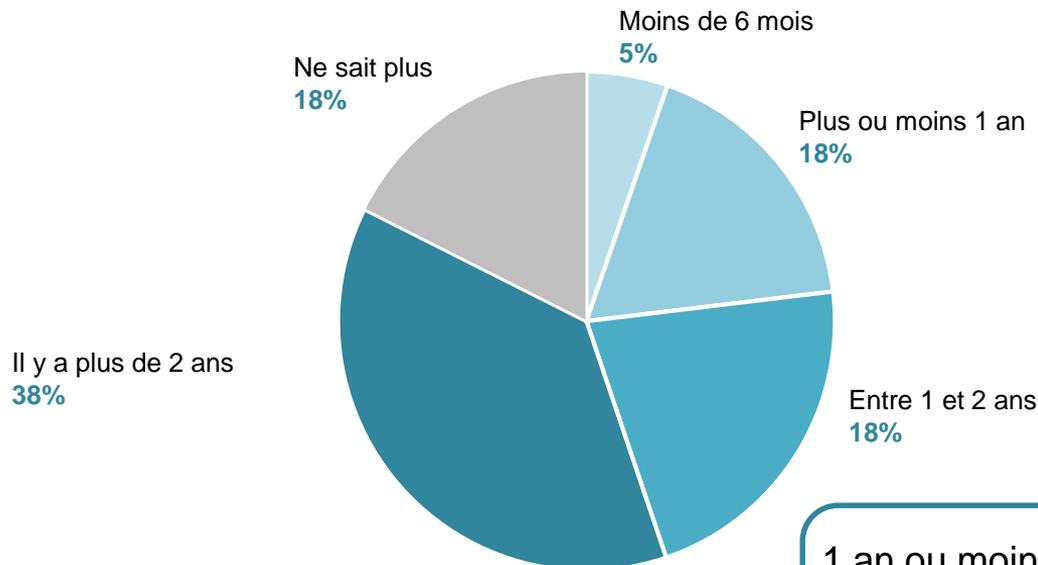


Consomme déjà beaucoup d'aliments durables

Depuis combien de temps avez-vous déjà opté pour une alimentation plus durable ?

Base : Consomment aliments durables

n = 331



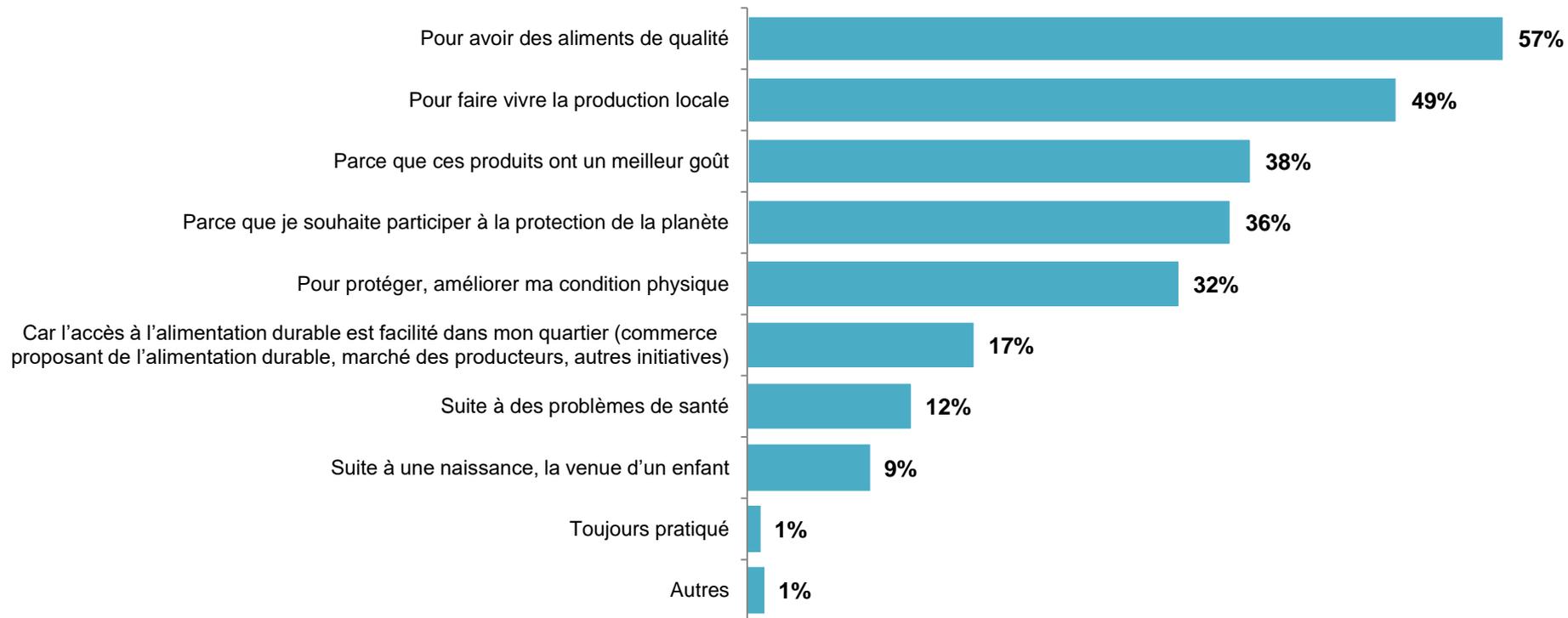
1 an ou moins :	23%
entre 1 et 2 ans :	18%
Plus de 2 ans :	38%



Consommation déjà beaucoup d'aliments durables

Raisons du choix d'une alimentation plus durables

Base : Consomment aliments durables
n = 331



* Différence significative au seuil de 95%

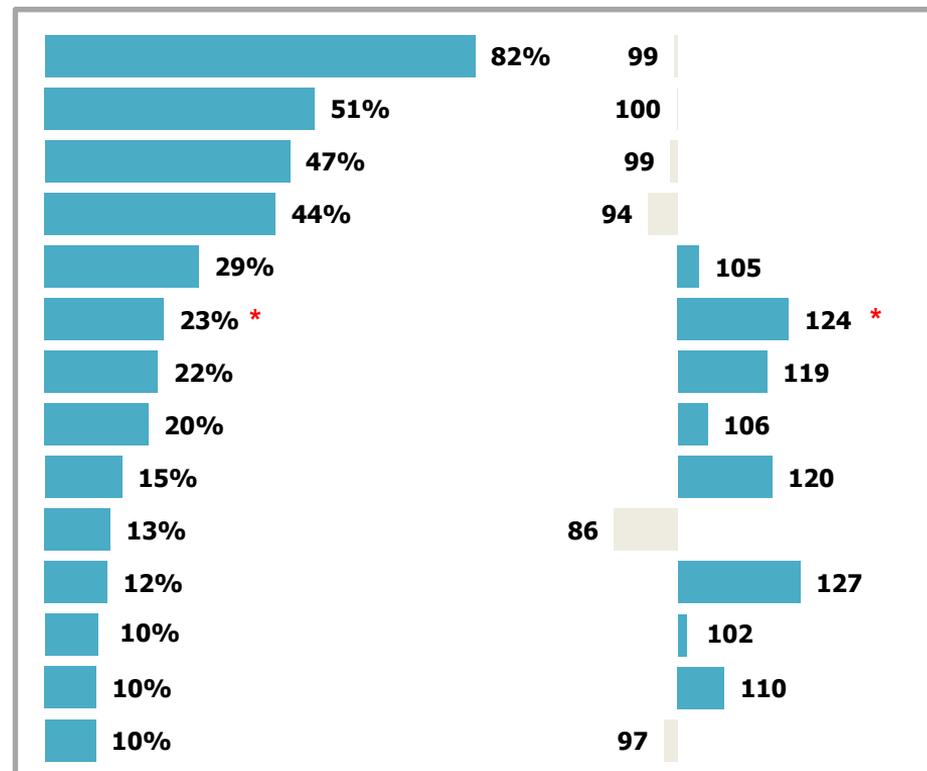
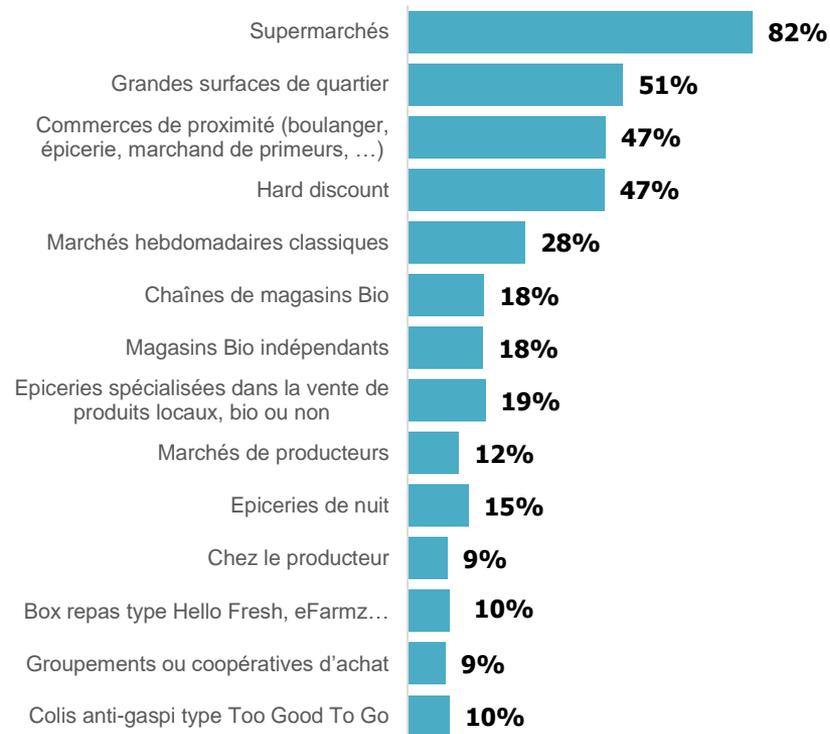


Consommé déjà beaucoup d'aliments durables

Commerces fréquentés – total des citations

Echantillon total
n=1000

Consommé déjà durable
n=331



* Différence significative au seuil de 95%

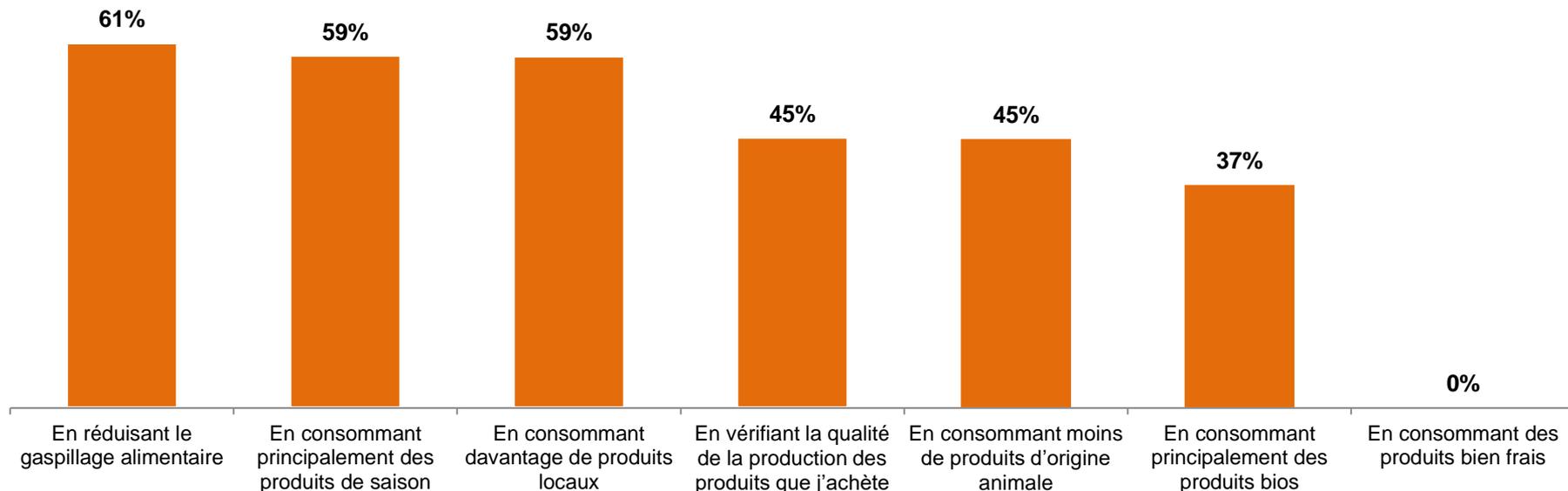


A l'intention de consommer plus d'aliments durables

De quelle(s) manière(s) pensez-vous modifier votre alimentation pour que celle-ci soit plus durable ?

Base : Envisage de modifier son alimentation

n = 493



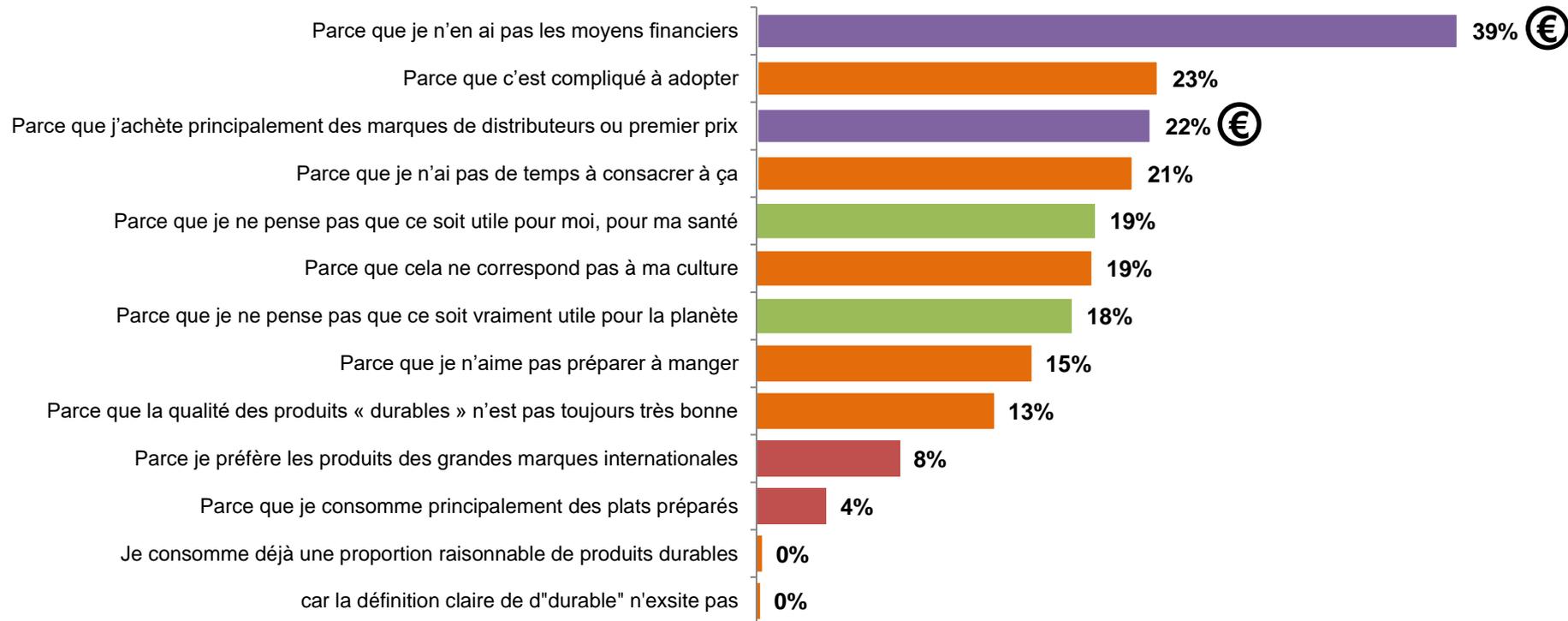
* Différence significative au seuil de 95%



N'a pas l'intention de consommer plus d'aliments durables

Raisons du choix de ne pas opter pour une alimentation plus durable

Base : pas intéressé par une modification de leur
alimentation
n = 176



* Différence significative au seuil de 95%



CONCLUSIONS

Production locale

41% des Bruxellois estiment que la production locale est faite en région bruxelloise, en brabant flamand ou Wallon.

45% sont moins stricts et considèrent que les aliments produits localement le sont en Belgique.

Si 4% des Bruxellois ne savent pas se prononcer quand à une provenance pour la production locale, ceci revient donc à dire que pour 10% des Bruxellois une production locale peut provenir d'un pays autre que la Belgique qu'il soit limitrophe, en Europe voire même hors Europe !

Critères importants relatifs à la consommation d'aliments

Tous les critères mesurés sont considérés comme importants lors de la consommation de produits alimentaires avec dans une moindre mesure (moins de 1 répondant sur 2) le fait que les produits correspondent à la culture, au pays d'origine ou qu'ils soient labellisés bio.

Les critères les plus importants sont d'abord les critères de qualité par rapport à la santé (soient sains ou sans pesticides) suivis par les critères de qualité par rapport à la production (garantissent le bien-être animal ou soient produits par des travailleurs qui perçoivent un juste salaire).

Les autres critères qui concernent entre $\frac{3}{4}$ et près de 70% des répondants sont le fait qu'il s'agisse d'aliments de saison, frais, bon marchés, produits localement ou non-emballés dans du plastique.



CONCLUSIONS

Proportion d'achats durables

63% des Bruxellois déclarent qu'au moins la moitié de leurs achats alimentaires sont des produits durables. 34% qu'au moins $\frac{3}{4}$ de leurs achats sont de ce type et enfin 11% que tous les aliments ou presque qu'ils achètent appartiennent à cette catégorie.

Si l'on s'intéresse aux répondants qui achètent tout ou presque en durable, il s'agit plus d'hommes plus jeunes et actifs plutôt de catégorie sociale inférieure et étrangers ou d'origine étrangère ... On peut considérer ici que plus que probablement, la notion de durabilité des produits par rapport à la proportion consommée, n'a pas été prise en compte dans sa globalité (selon la définition que nous avons fournie) mais plutôt sur certains aspects seulement (par exemple des fruits et légumes frais préparés et cuisinés maison ...).

Obstacles à l'achat d'aliments durables

Pour $\frac{3}{4}$ des Bruxellois, l'obstacle est le prix ! Pour 42% d'entre eux il s'agit même d'un obstacle très important.

Pour 6 à 7 bruxellois sur 10, la raison principale de ne pas acheter plus d'aliments durables est le fait de ne pas avoir le temps ou de ne pas avoir envie de devoir aller dans plusieurs magasins ainsi que la proposition d'un choix limité dans ce type de produit. Ces 2 arguments sont des obstacles majeurs pour 33% et 24% des répondants.

55% estiment que les produits durables ne sont pas aisément reconnaissables. Plus de la moitié relatent qu'il n'y a pas de magasins qui en proposent près de chez eux ou qu'ils n'en trouvent pas dans les magasins qu'ils fréquentent et qu'ils n'ont pas confiance dans les labels qui permettent de les identifier.

Notons que 45% des répondants pensent que le fait de ne pas savoir où en trouver est un problème majeur à une augmentation de l'achat d'aliments durables.



CONCLUSIONS

Obstacles à l'achat d'aliments durables - suite

L'obstacle prix est surtout majeur pour le public plutôt féminin, âgé de 35 à 54 ans, diplômé de l'enseignement supérieur ou appartenant aux classes sociales inférieures. C'est aussi plus un obstacle pour les personnes qui déclarent avoir parfois des difficultés à joindre les 2 bouts.

Offre en produits alimentaires durables à proximité

70% des Bruxellois nous déclarent qu'il y a au moins un commerce proposant des aliments durables à proximité de leur domicile. Pour 28% il y en a même plusieurs. C'est dans le Sud de la Région bruxelloise (Uccle, Ixelles, Forest et Saint-Gilles) que les répondants témoignent d'une offre plus importante.

Impact financier d'une alimentation plus durable

On a noté que le prix est un obstacle à l'augmentation d'achats alimentaires durables pour $\frac{3}{4}$ des Bruxellois.

60% des répondants estiment qu'il est plus cher de manger durable, 30% que c'est aussi cher et même 6% que c'est moins cher.

Les répondants qui estiment cette alimentation plus chère qu'une alimentation 'classique' sont surtout les 55 ans et plus, les diplômés de l'enseignement supérieur, les inactifs, les habitants du Sud et du Sud-Est de la Région bruxelloise et les Belges d'origine belge ...

Si 6 Bruxellois sur 10 pensent que consommer durable coûte plus cher, c'est le cas pour 76% des personnes qui citent le prix comme un obstacle majeur à une augmentation de l'alimentation durable.



CONCLUSIONS

Comportements futurs

17% ne sont pas intéressés par une alimentation durable – il s'agit des 55 ans et plus, des moins diplômés, des inactifs, Belges d'origine et appartenant aux groupes sociaux moins élevés.

33% déclarent consommer déjà beaucoup d'aliments durables – plutôt les 55 ans et plus, habitant le Nord-Ouest ou le Sud de la Capitale.

49% (soit la moitié) a l'intention de modifier son alimentation pour tendre vers une alimentation plus durable – il s'agit plus des 16-34 ans, plutôt actifs, appartenant aux classes sociales favorisées, habitant le centre ville, l'Ouest ou le Sud-Est de la Capitale.

Plus l'offre de commerces proposant des aliments durables est importantes à proximité plus on retrouve de Bruxellois consommant déjà durable (28% vs 34%). De même, c'est aussi dans les zones où il y a au moins un ou deux commerces de ce type que les habitants pensent modifier leur alimentation. A contrario, si 16% des Bruxellois ne savent pas si ils disposent de commerces durables à proximité, ce ratio monte à 40% pour les personnes qui ne sont pas intéressées par ce type d'alimentation.



CONCLUSIONS

Comportements actuels

33% des répondants déclarent déjà consommer une alimentation durable.

Parmi ces consommateurs, 41% le font depuis moins de 2 ans et 23% depuis moins d'1 an. 38% le font depuis plus de 2 ans et 18% ne savent plus depuis combien de temps ils ont opté pour ce type d'alimentation – ces derniers ont probablement aussi modifié leur alimentation depuis plus ou moins longtemps mais ne savent plus exactement si c'était il y a 2 ans, un peu plus de 2 ans ou un peu moins de 2 ans.

La principale raison pour avoir choisi une alimentation durable est pour consommer des produits de qualité (57%), pour faire vivre les producteurs locaux (49%) mais aussi parce que les produits ont meilleurs goûts (38%) ou pour une démarche par rapport à la protection de la planète (36%).

Les répondants qui consomment déjà une alimentation durable sont plus enclin que l'ensemble de la population à se rendre dans des magasins bio (indépendants ou appartenant à des chaînes), chez des producteurs ou dans des marchés de producteurs et à faire appel à des groupements ou des coopératives d'achats.

Comportements futurs

49% des Bruxellois ont l'intention de modifier leur alimentation. Ils veilleront principalement à limiter le gaspillage alimentaire, consommer des produits de saison et consommer local.

17% ne modifieront pas leur alimentation... la principale raison est le fait qu'ils n'en ont pas les moyens financiers (39%). Le critère du prix était déjà cité comme le principal obstacle à l'achat d'aliments durables, c'est donc probablement le facteur important qui amène les gens à ne pas se diriger vers cette façon de consommer.

IV. RESULTATS

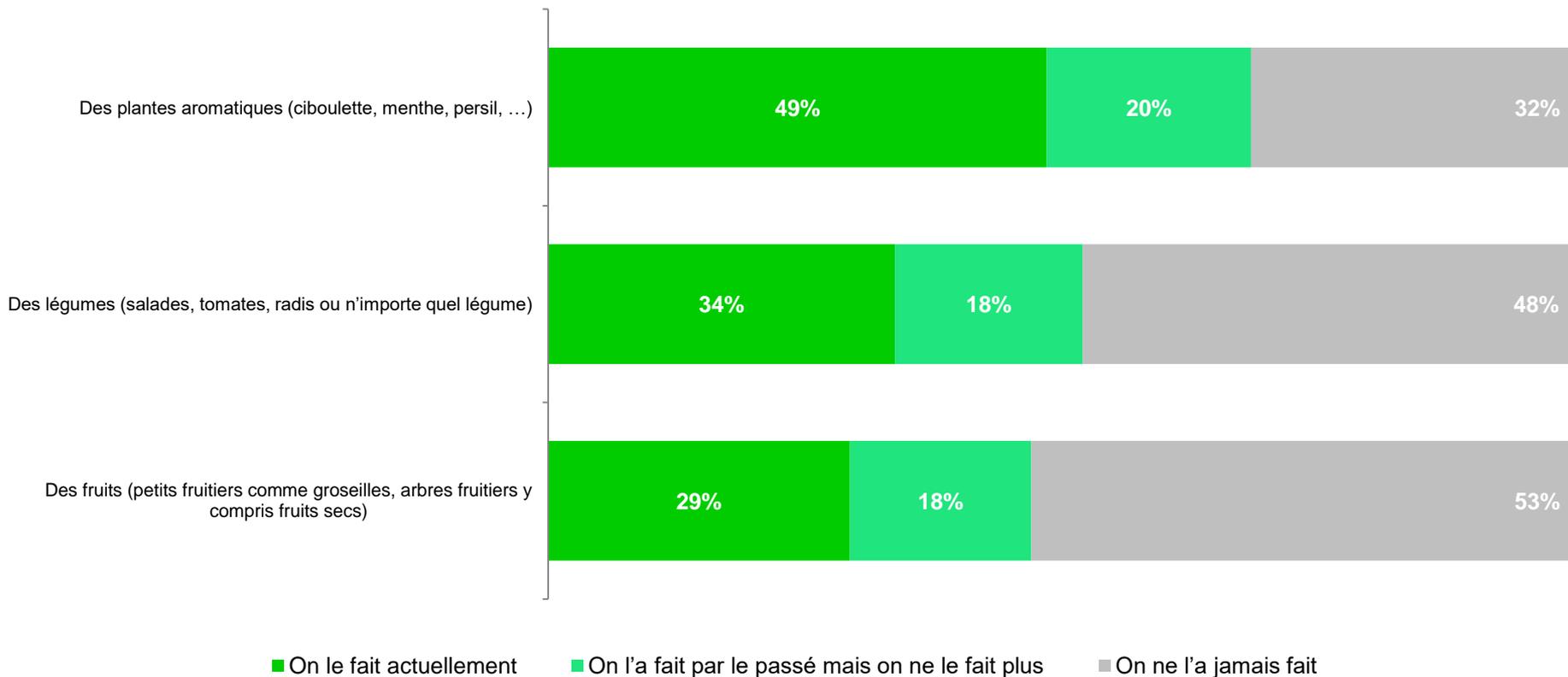
L' auto-production



L'auto-production

Cultivez-vous personnellement ou un autre membre du ménage, les aliments suivants...

Base : Échantillon total
n = 1000



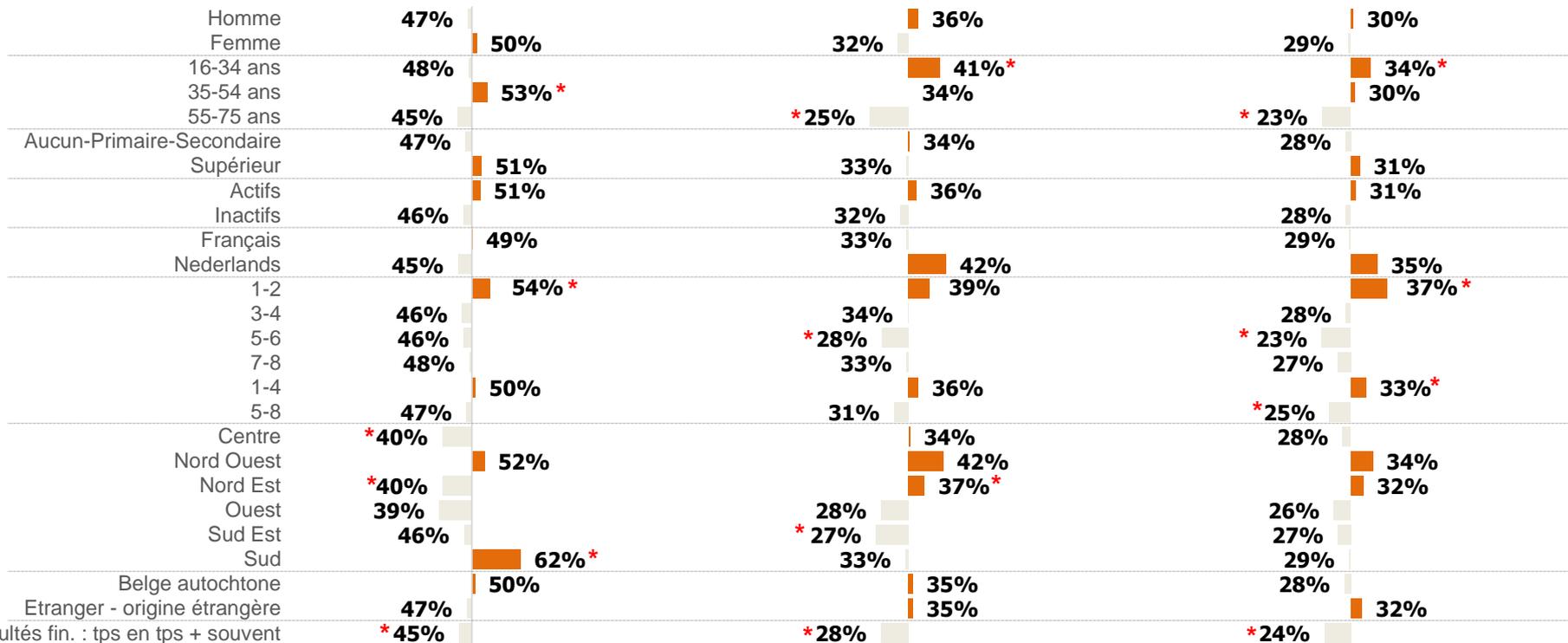


Auto-production actuelle

Plantes aromatiques 49%

Légumes 34%

Fruits 29%

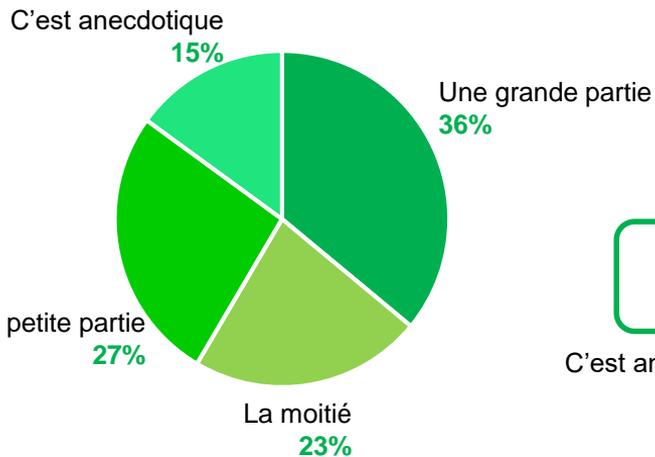


* Différence significative au seuil de 95%

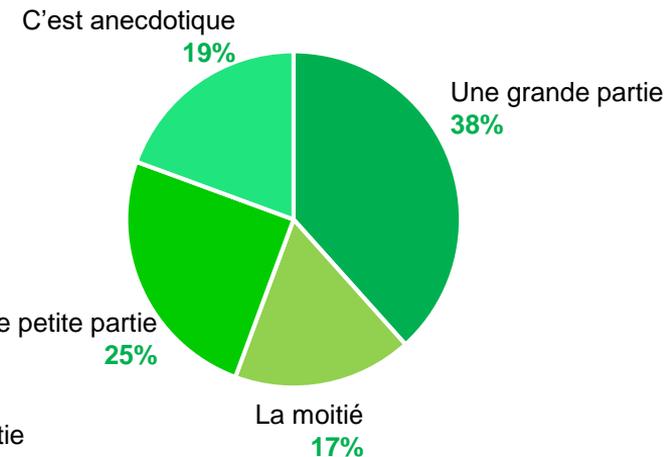


Proportion de la consommation en auto-production

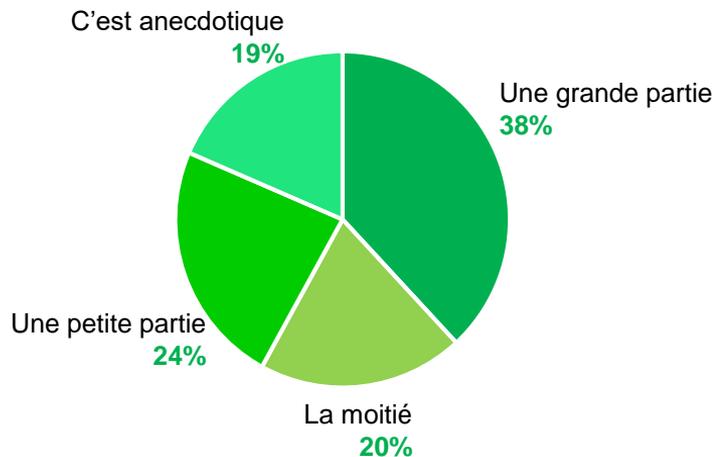
Cultivent des herbes
aromatiques
n=486



Cultivent des fruits
n=294



Cultivent des légumes
n=338

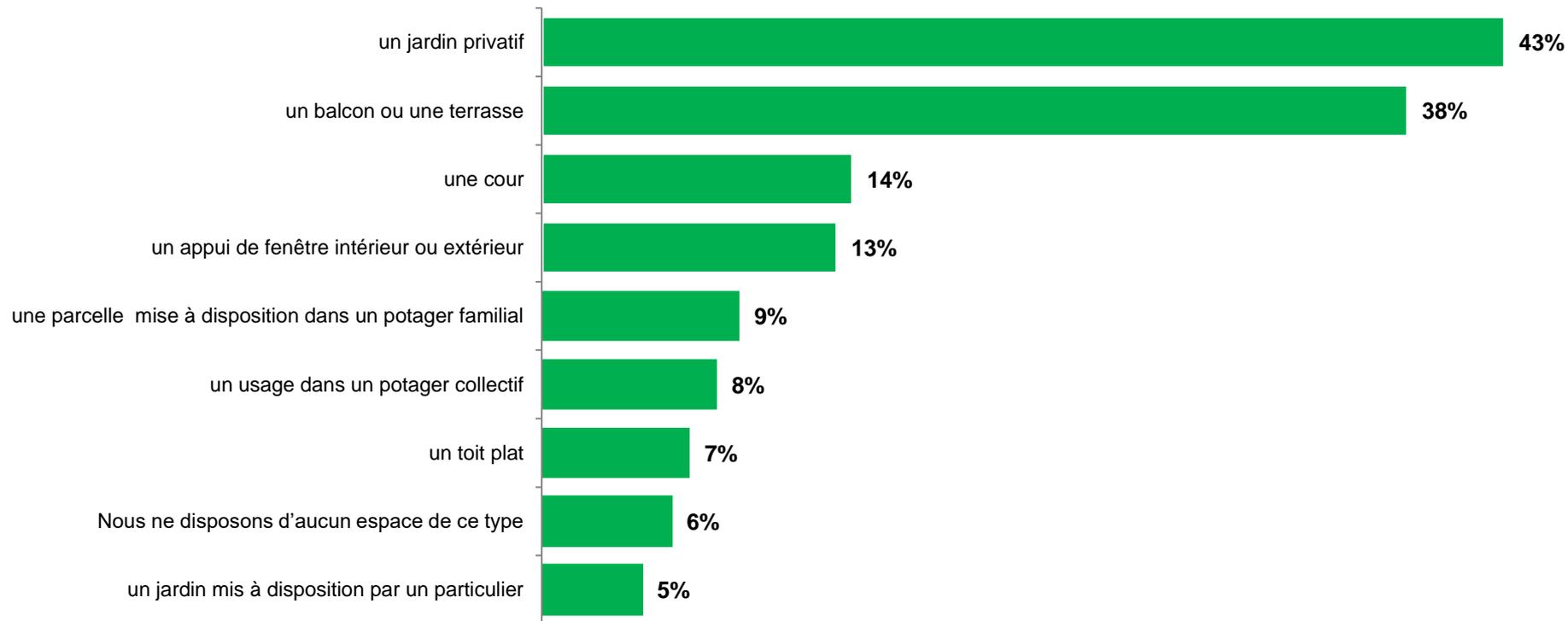




Espaces disponibles pour l'auto-production

De quel(s) espace(s) votre ménage disposent-ils pour ces cultures ?

Base : Pratiquent l'auto-production
n = 595

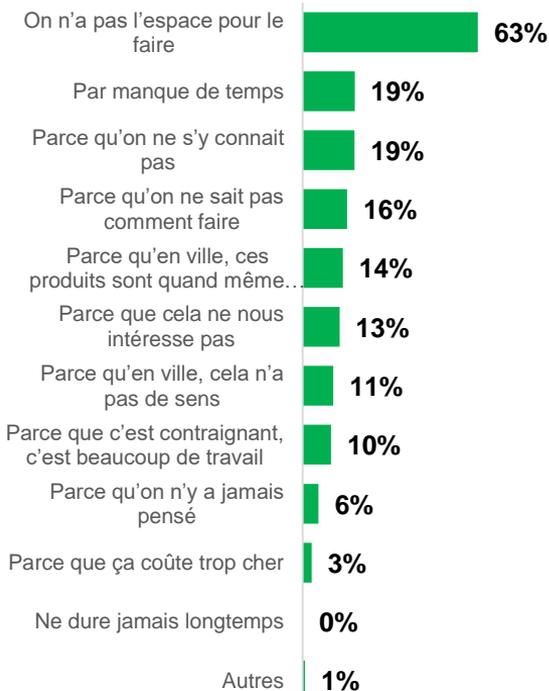


Raisons pour ne pas faire d'auto-production

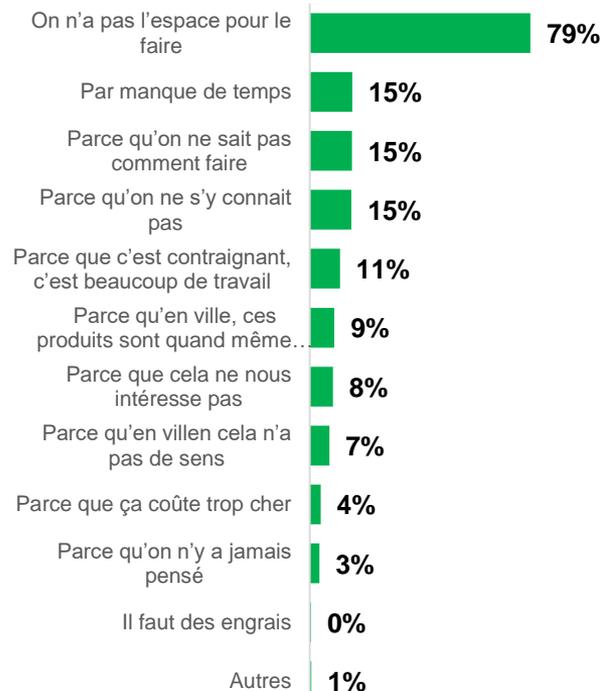
Pour quelle(s) raison(s) ne cultivez-vous pas ...

Base : Ne cultivent pas

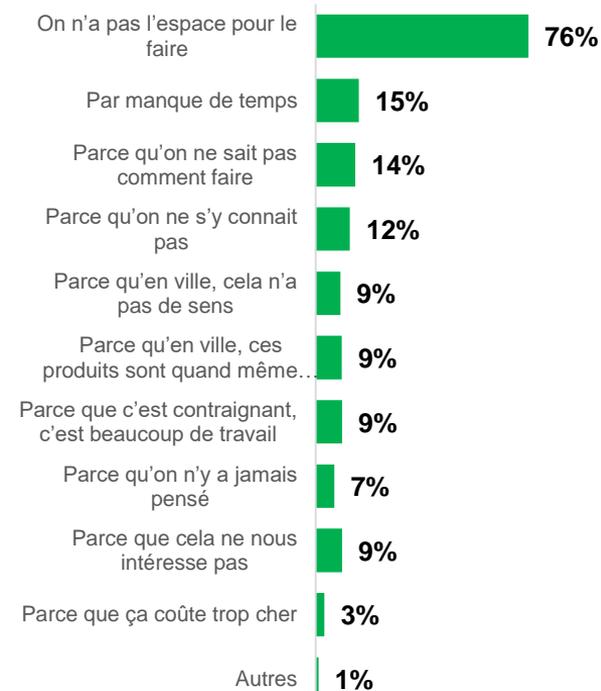
De plantes aromatiques n=514



De légumes n=662



De fruits n=706



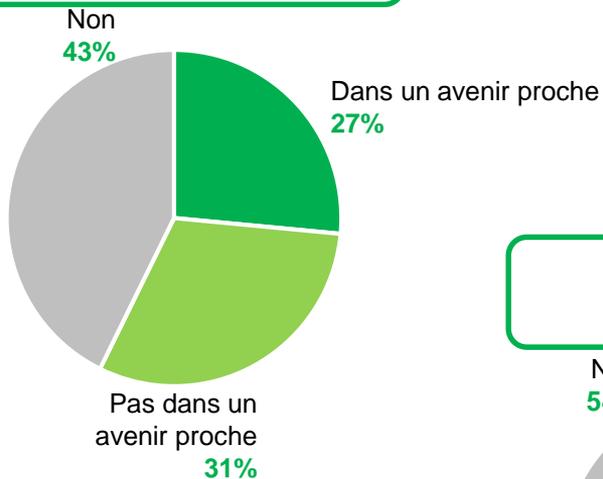


Auto-production future

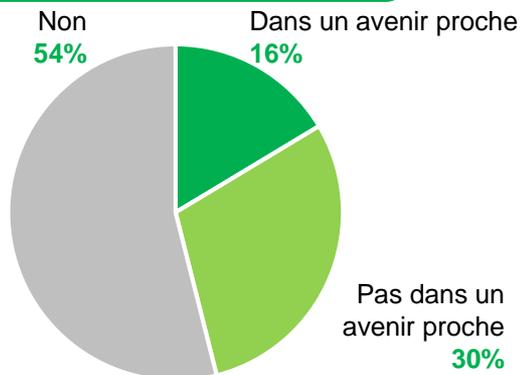
Pourriez-vous envisager de cultiver à l'avenir ...

Base : Ne cultivent pas

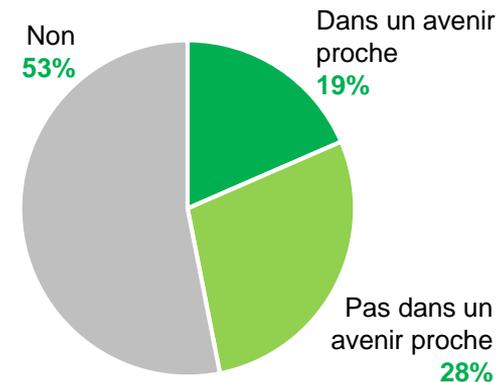
Des plantes aromatiques n=514



Des légumes n=662



Des fruits n=706





CONCLUSIONS

L'autoproduction

60% des Bruxellois cultivent des plantes aromatiques, des fruits ou des légumes.

49% cultivent des plantes aromatiques. 40% cultivent des fruits ou des légumes.

L'autoproduction végétale s'adresse plutôt à un public plus favorisé (groupes sociaux 1 ou 2 voire 1 à 4). Les cultures de fruits et de légumes sont plus le fait des plus jeunes (16-34 ans), des catégories sociales supérieures, et des habitants du Nord-Ouest et du Nord-Est de la capitale.

Quelle que soit le type de culture, 1/3 de ceux qui les pratiquent nous déclare que leur production couvre une grande partie de leur consommation – notons que l'enquête a été réalisée au mois d'août, en période de production et donc de consommation. Cette observation serait probablement moins élevée si l'enquête était réalisée en hiver.

Les principaux espaces disponibles pour cultiver les plantes aromatiques, les fruits ou les légumes, sont le jardin privatif (43%) ou le balcon et la terrasse (38%).

40% des répondants ne cultivent donc aucune espèce ... la principale raison pour tous les types de cultures est le manque d'espace pour le faire.

57% des répondants envisagent de commencer à cultiver leurs plantes aromatiques et de l'ordre de 45% leurs fruits et légumes.

IV. RESULTATS

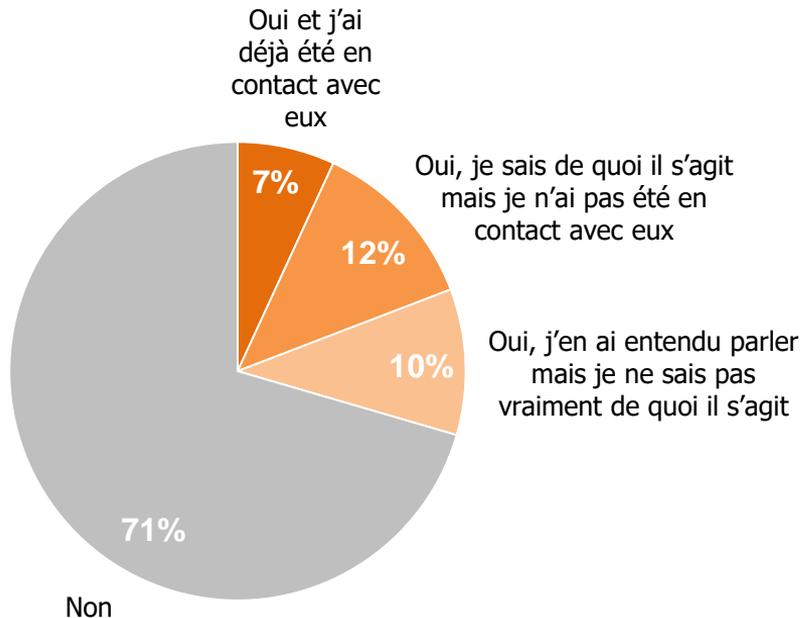
Le réseau des Maîtres Maraîchers





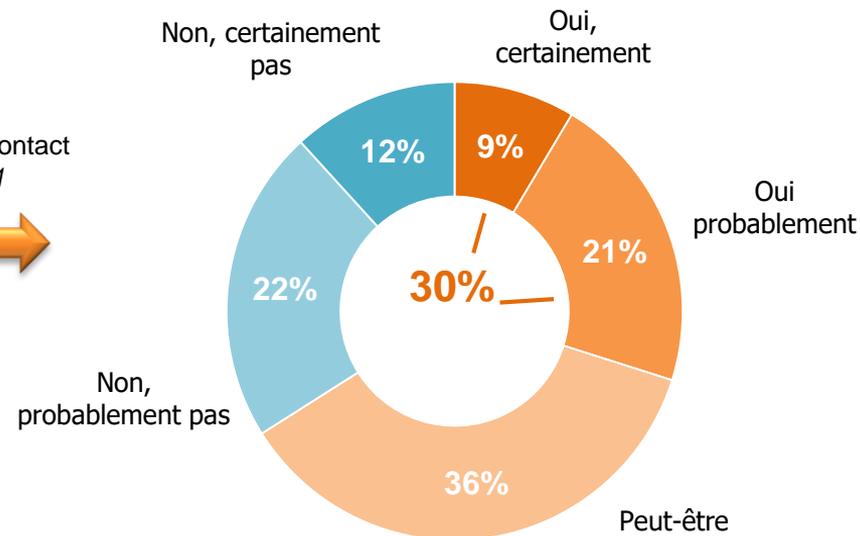
Le réseau des Maîtres Maraîchers

Connaissez-vous le réseau des Maîtres Maraîchers ?



Seriez-vous intéressé(e), ou un autre membre de votre ménage, par ce type d'aide/initiative et pourriez-vous y faire appel ?

Si pas de contact
n=931

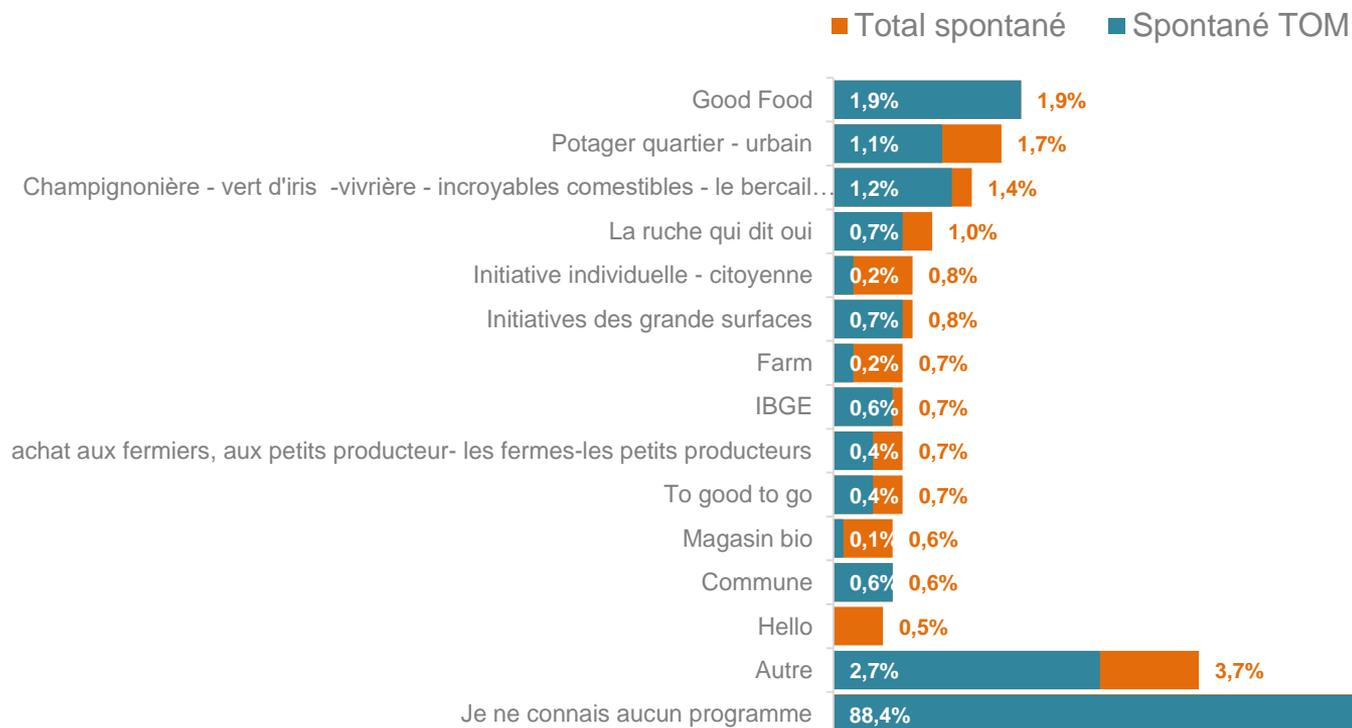




Notoriété spontanée des initiatives de promotion de l'alimentation durable

Base : Échantillon total
n = 1000

Connaissez-vous en région bruxelloise, des initiatives, des plans d'actions, ... qui font la promotion ou défendent la question de « l'alimentation durable » pour le grand public ?





CONCLUSIONS

Les Maîtres Maraîchers

19% des Bruxellois connaissent les Maîtres Maraîchers, 10% en ont entendu parler mais ne savent pas de quoi il s'agit et 71% n'en ont jamais entendu parler.

93% des Bruxellois n'ont jamais eu de contacts avec un Maître Maraîcher. 30% de ces derniers pourraient être intéressés par ce type d'aide, 34% ne sont pas intéressés.

Les Bruxellois sont très peu nombreux (11,6%) à pouvoir citer spontanément le nom d'une initiative ou d'un plan d'action en lien avec l'alimentation durable. L'action obtenant le plus de réponses est l'action GoodFood mais elle n'est citée que par 2% des répondants. Les potagers de quartier ou urbains obtiennent 1,7% de citations ...

IV. RESULTATS

La stratégie GoodFood



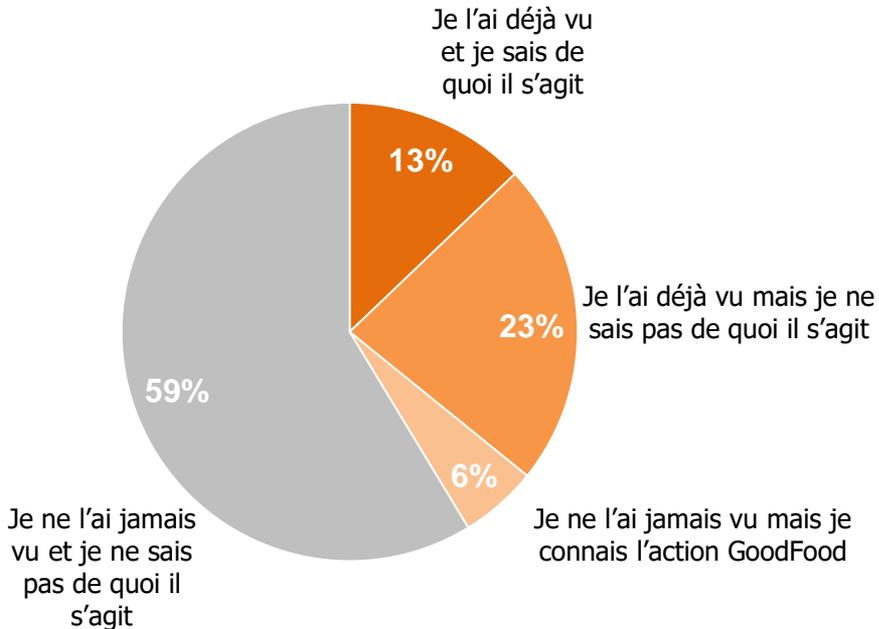


Notoriété de la stratégie Good Food



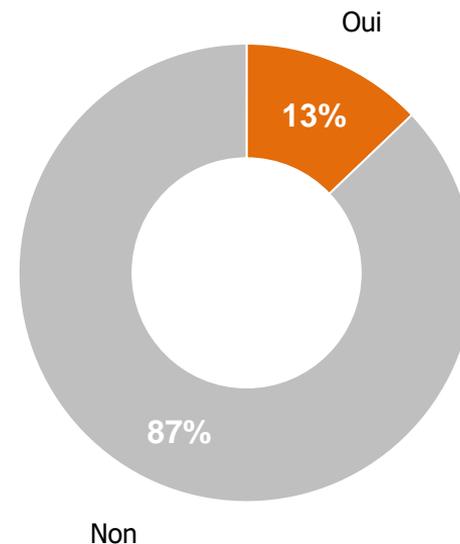
Base : Échantillon total
n = 1000

Dans quelle mesure connaissez-vous ce logo ?



La stratégie GoodFood est une initiative bruxelloise qui vise à changer le système alimentaire bruxellois, mieux produire, et bien manger.

Avez-vous entendu parler de la stratégie GoodFood ?

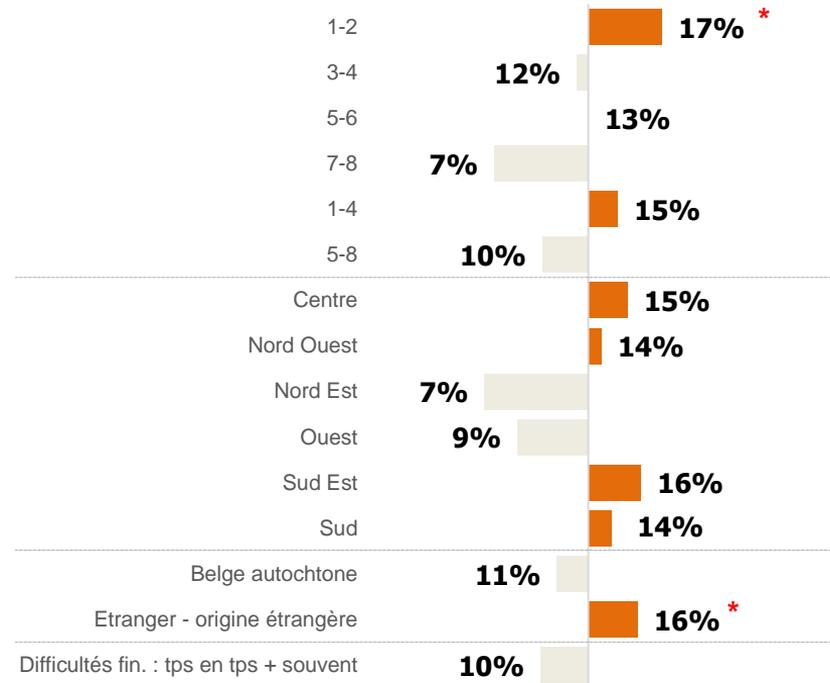
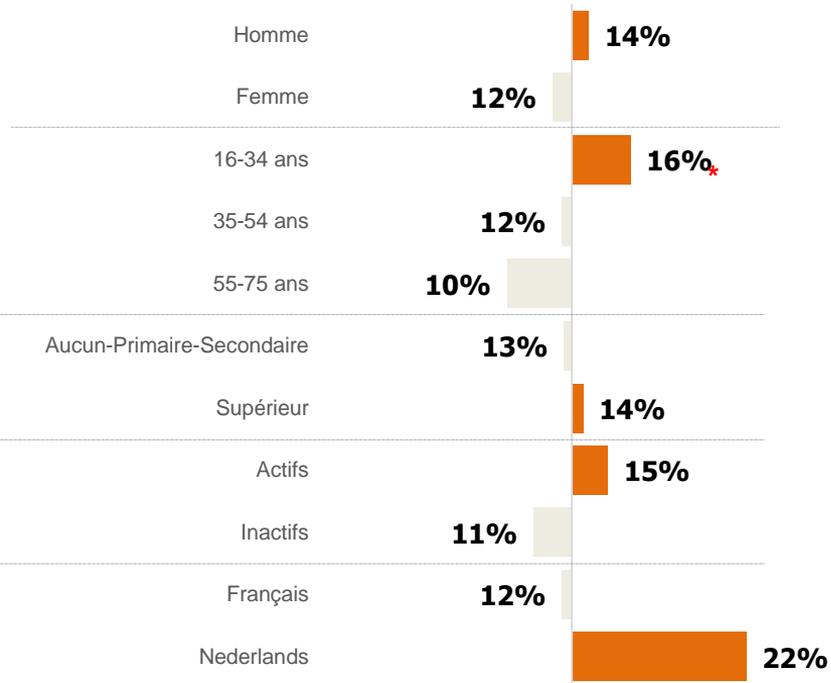




Notoriété de la stratégie Good Food

Base : Échantillon total
n = 1000

Connaissent la stratégie
12,9%



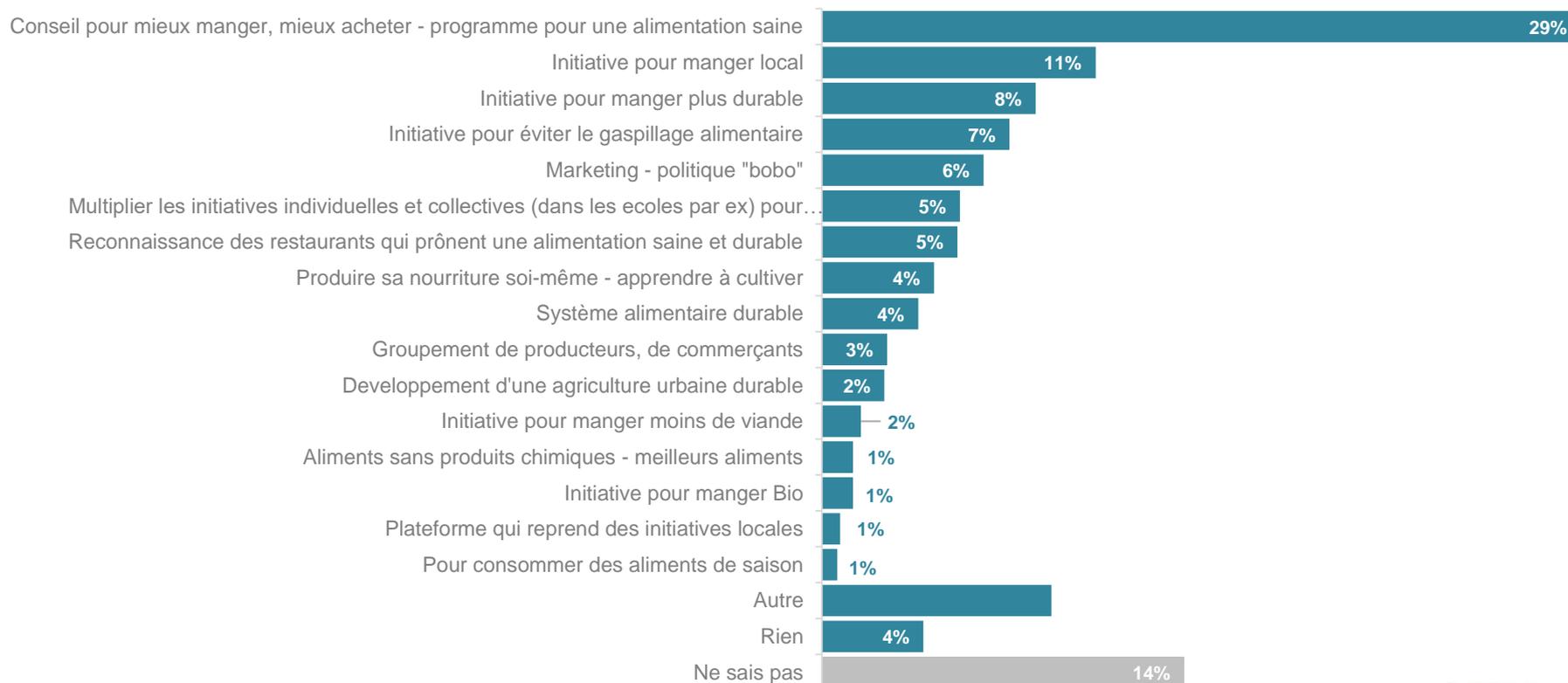
* Différence significative au seuil de 95%



Notoriété de la stratégie Good Food

Selon vous, de quoi s'agit-il ?...

Base : Connaît la stratégie Good Food
n = 129

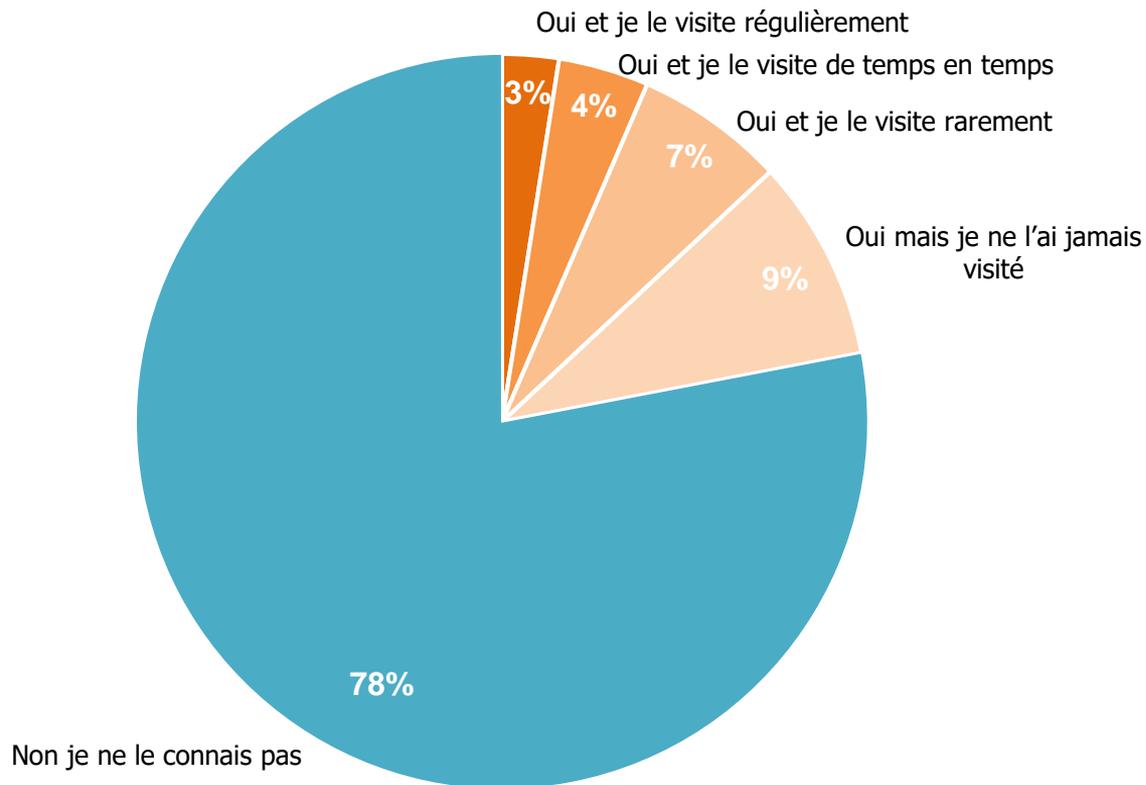




Notoriété du site web Good Food

Connaissez-vous le site web GoodFood : www.goodfood.brussels ?

Base : Échantillon total
n = 1000





CONCLUSIONS

L'action GoodFood

35% des Bruxellois ont déjà vu le logo GoodFood, 13% savent de quoi il s'agit et 23% l'ont vu sans savoir de quoi il s'agit.

65% des Bruxellois n'ont donc jamais vu le logo ... et 82% ne savent pas spontanément ce qu'est l'action Good Food.

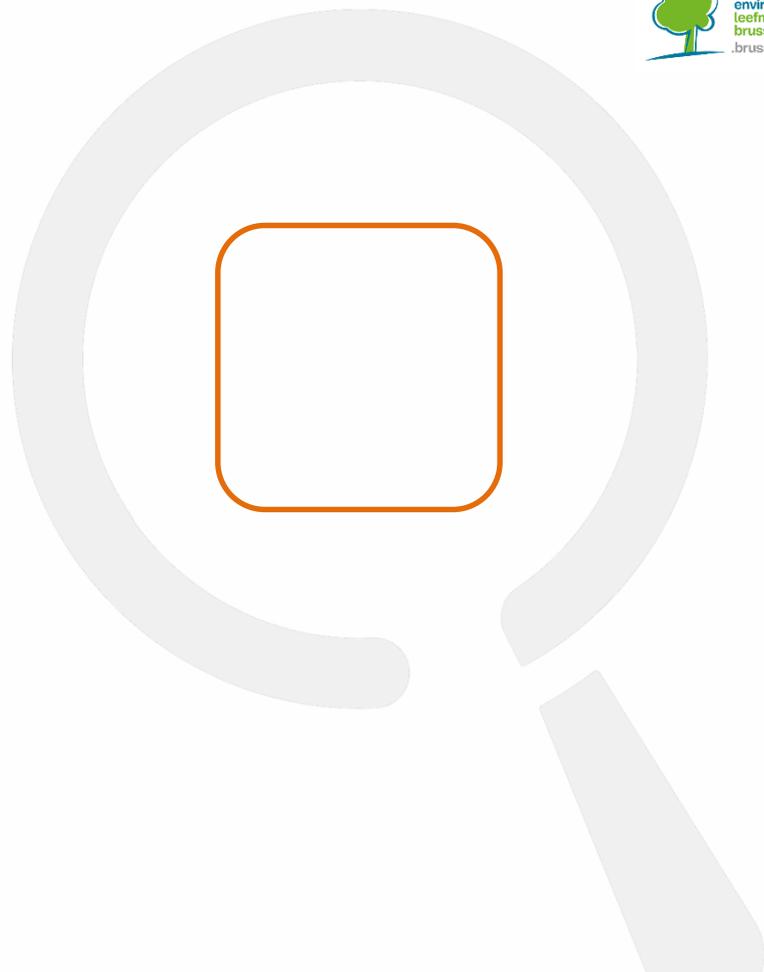
Après description de la stratégie GoodFood, seuls 13% des répondants nous déclarent en avoir déjà entendu parler. Il s'agit plutôt des 16-34 ans, des actifs, de bruxellois appartenant aux groupes sociaux élevés (1-2) et plutôt étrangers ou d'origine étrangère.

Lorsqu'on demande à ces répondants qui déclarent avoir entendu parler de la stratégie GoodFood, de quoi il s'agit, ils sont un peu moins d'1/3 à nous parler de conseils pour mieux manger, mieux consommer, manger plus sainement, 11% à penser qu'il s'agit d'une initiative pour manger local ... 14% ne savent pas et 4% ne disent rien ...

14% des répondants connaissent et visitent ne fût-ce que rarement le site web GoodFood. 9% le connaissent mais ne l'ont jamais visité et 78% ne le connaissent pas.

IV. RESULTATS

Questions générales

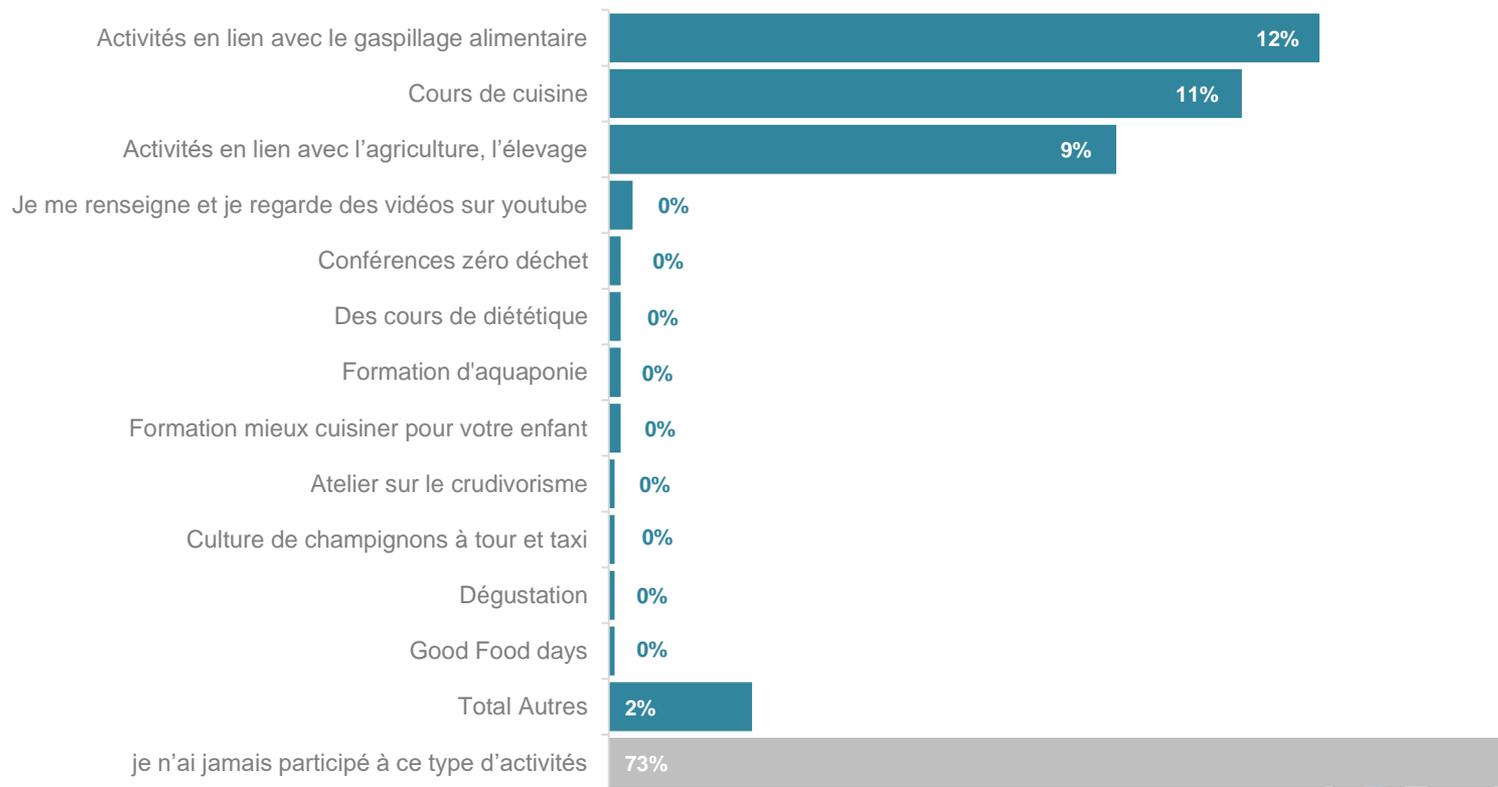




Participation à des activités sur l'alimentation saine

Au cours des 5 dernières années, à quelle(s) activité(s) (formation, démonstration, atelier, stage, ...) en rapport avec le fait de mieux manger, de cuisiner d'autres aliments plus sains, de cultiver ses fruits et légumes etc ... avez-vous participé ?

Base : Échantillon total
n = 1000

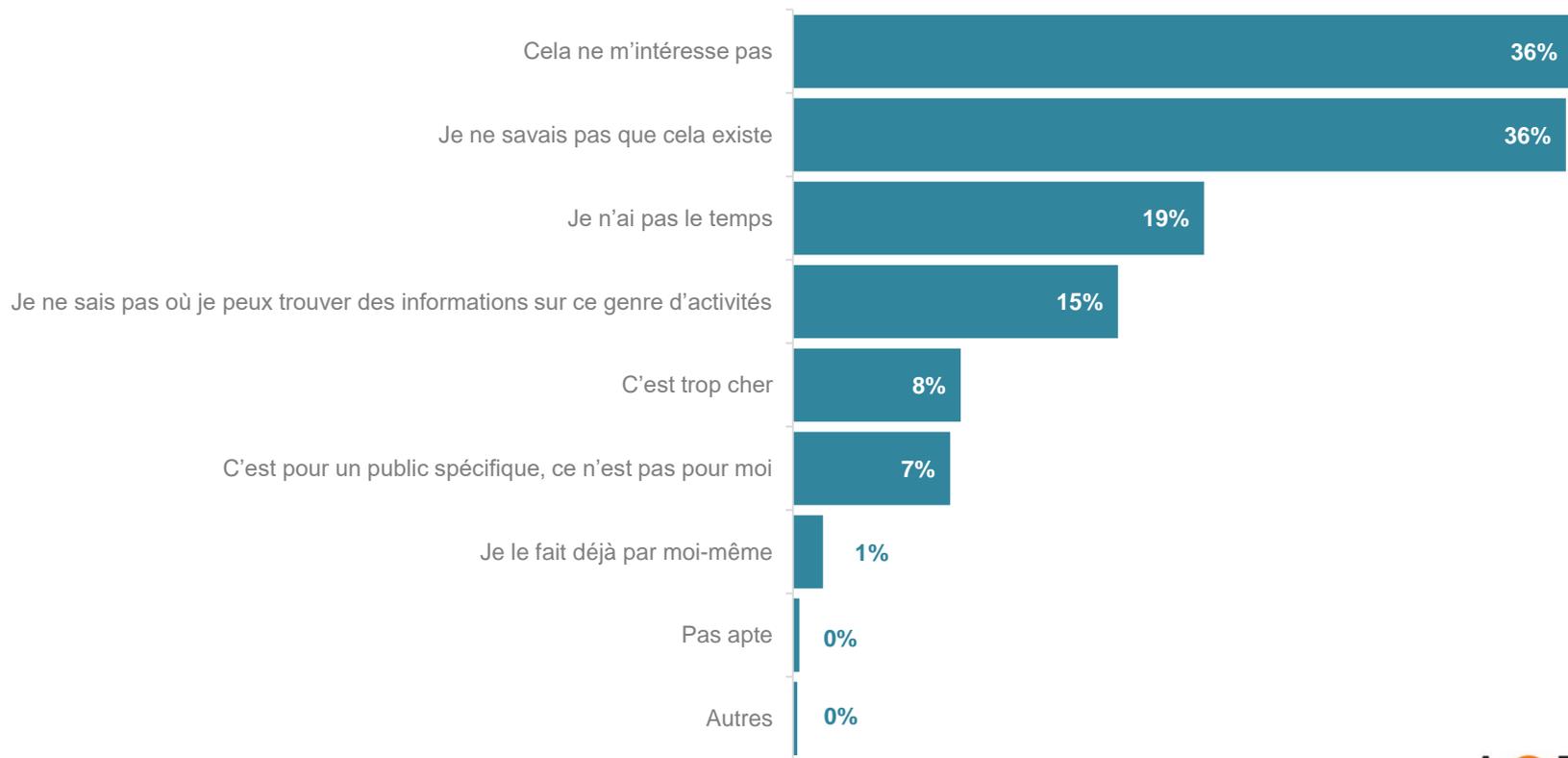




Raisons de non-participation à des activités sur l'alimentation saine

Pour quelle(s) raison(s) n'avez-vous jamais participé à ce genre d'activité ?

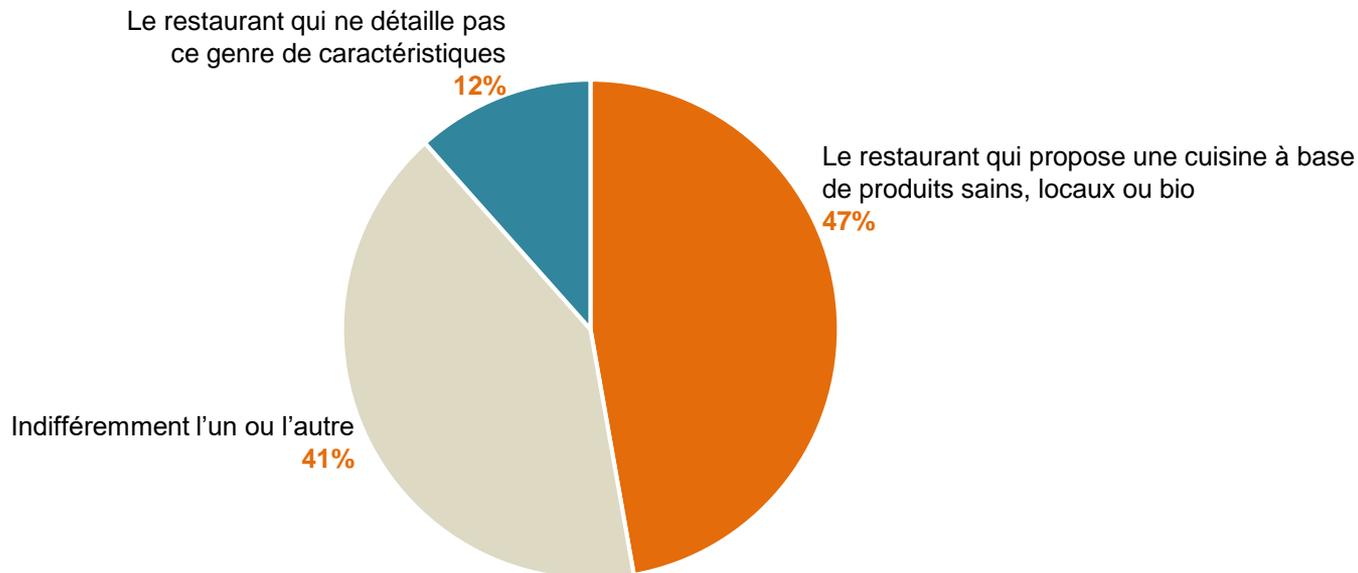
Base : N'ont pas participé
n = 728





Consommation alimentation durable à l'extérieur

Si vous deviez choisir entre un restaurant ou un snack proposant une cuisine réalisée essentiellement à partir de produits sains, locaux ou bio et un autre restaurant qui ne met pas l'accent sur ce genre de produits, lequel choisiriez-vous ?

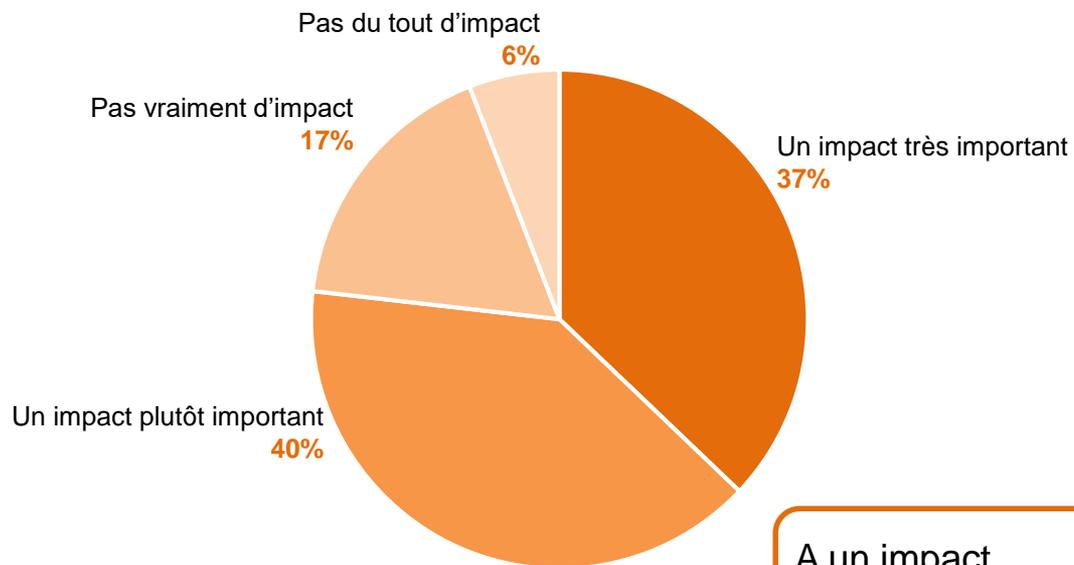




Choix alimentaires et réchauffement climatique

Selon vous, nos choix alimentaires ont-ils un impact dans la lutte contre le réchauffement climatique ?

Base : Échantillon total
n = 1000





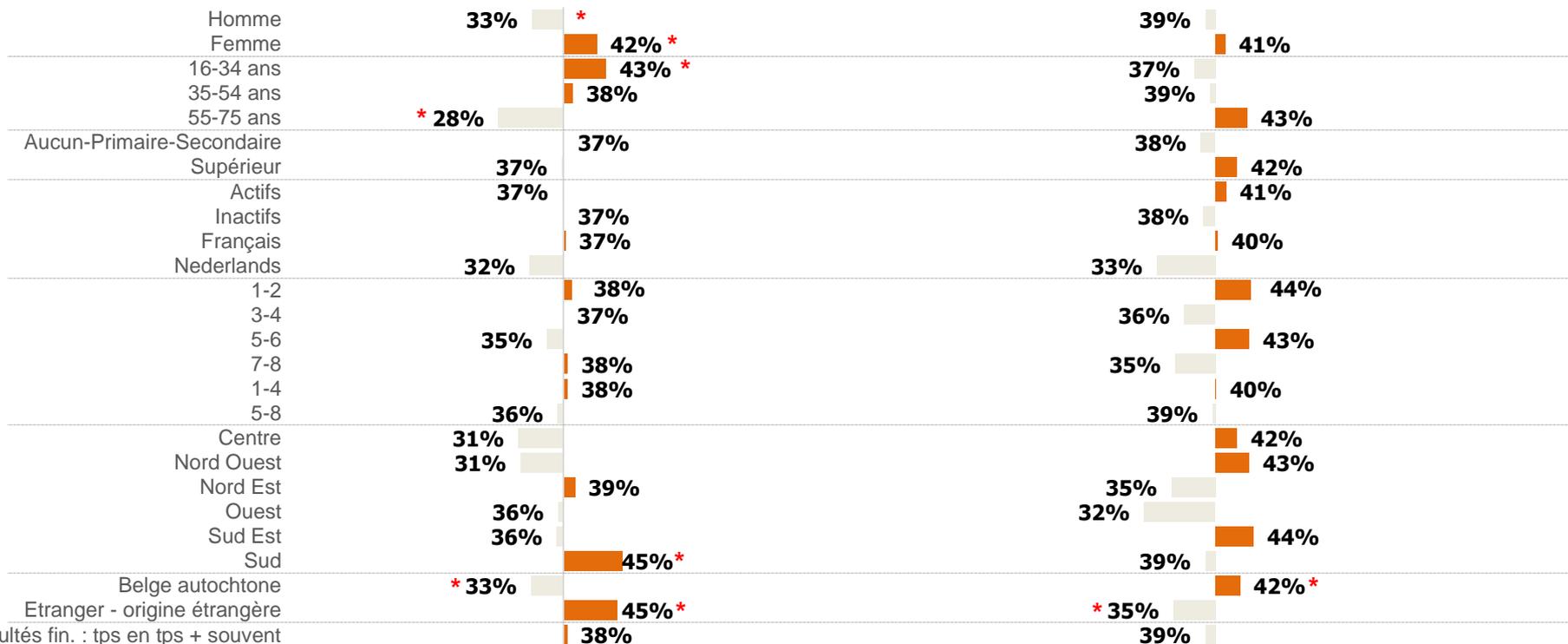
Choix alimentaires et réchauffement climatique

Selon vous, nos choix alimentaires ont-ils un impact dans la lutte contre le réchauffement climatique ?

Base : Échantillon total
n = 1000

Un impact très important
37%

Un impact plutôt important
40%



* Différence significative au seuil de 95%



CONCLUSIONS

Activité en lien avec l'alimentation

73% des Bruxellois indiquent n'avoir participé à aucune activité au cours des 5 dernières années. 12% ont participé à une activité en lien avec le gaspillage alimentaire, 11% à des cours de cuisine et 9% à une activité en lien avec l'agriculture ou l'élevage. 1 personne cite les GoodFood Days.

2 raisons expliquent le fait de ne pas avoir participé à des activités : les gens n'étaient pas intéressés ou ils ne savaient pas que cela existait (36% dans les 2 cas).

Consommation durable à l'extérieur

La moitié des répondants privilégieraient un restaurant qui propose une cuisine à base d'aliments sains, locaux ou bio, 12% choisiraient plutôt un restaurant ne mettant pas en avant ce genre d'argument et 41% choisiraient aussi bien l'un que l'autre.

Choix alimentaire et réchauffement climatique

77% des répondants pensent que les choix alimentaires ont un impact sur le réchauffement climatique (37% un impact très important). Pour 23% il n'y a donc aucun lien ...

Les répondants qui pensent qu'il y a un impact très important sont plutôt de sexe féminin, plutôt jeunes (16-34 ans surtout), habitant le Sud de Bruxelles et étrangers ou d'origine étrangère.

Contacts

Jacqueline Chaerels

Mobile :
+32 (0)476.50.67.25

Laurent Moreau

Mobile :
+32 (0)486.64.85.64

AQ Rate

Chaussée de Waterloo – Waterloo-sesteenweg 255/4

B 1060 Bruxelles - Brussel

Tel : +32 (0)2/644.56.26

www.aq-rate.com

AQRate

Accurate Research Solutions