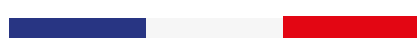




99% DES FRANÇAIS CONSUMMENT DES PRODUITS DU TERROIR

SONDAGE OPINIONWAY - NOVEMBRE 2021

**Une réponse sur-mesure apportée
par le Concours Général Agricole,
révélateur et « porte-parole » du savoir-faire français**



Si l'on ne devait retenir qu'un seul enseignement du sondage réalisé par l'institut *OpinionWay* pour le Concours Général Agricole¹, ce serait incontestablement celui-ci : les Français aiment leur terroir ! En effet, **99%** d'entre eux déclarent consommer des produits du terroir, carton plein pour le « made in France » ! Un attachement profond que le Concours Général Agricole a à cœur de faciliter et d'encourager. Cette appétence pour les saveurs de nos régions ressort par ailleurs renforcée de la crise sanitaire que nous traversons.

Quand la covid impacte notre consommation...

Le constat est sans appel !
99% DES FRANÇAIS
consomment des produits
du terroir

9 Français sur 10 en achètent
au moins occasionnellement :
carton plein pour le « made in France » !

Une tendance la hausse !
51% DES FRANÇAIS
déclarent en acheter
plus que l'an passé

Une progression particulièrement forte chez les couples avec enfants (61% vs 44% chez les personnes seules). 71% d'entre eux estiment d'ailleurs que les magasins où ils effectuent leurs achats ne proposent pas suffisamment de produits du terroir.

La pandémie a accéléré cette tendance : on observe le **renforcement du « consommer local »**. En effet, 7 Français sur 10 déclarent acheter davantage de produits locaux depuis le début de la crise sanitaire.

Autre conséquence directe de la crise, **l'achat de produits du terroir revêt une forte dimension patriotique**.

96% DES FRANÇAIS
affirment qu'il est important
que la France renforce ses capacités
à produire ses denrées
alimentaires sur son sol

De même, 92% d'entre eux estiment que les produits du terroir créent des emplois non délocalisables quand 95% y voient un moyen efficace de soutenir l'économie locale et nationale.

Enfin, à l'heure où les conséquences économiques et sociales de la crise de la Covid-19 se font sentir, on n'observe **pas de décrochage social en ce qui concerne le prix des produits du terroir**. En effet, 58% des Français qui gagnent moins de 2 000 euros par mois jugent que ces produits sont vendus à des prix raisonnables (soit seulement 2 points de moins que leurs compatriotes plus aisés), un sentiment largement partagé par la jeunesse (66% chez les moins de 35 ans).

Le Concours Général Agricole, révélateur et « porte-parole » du savoir-faire français

6 FRANÇAIS SUR 10
déclarent que le « made in France »
est synonyme de tradition,
de savoir-faire et de qualité
(à respectivement 61%, 60% et 59%)

Ce sont précisément ces valeurs que défend le **Concours Général Agricole dont la mission première est d'encourager et de soutenir les producteurs français**.

Mieux encore, **consommer les produits de nos régions semble être un facteur d'échange et de cohésion**, part intégrante de notre mode de vie. En effet, 84% des Français aiment faire découvrir à leurs proches les produits de leur propre terroir, quand 89% d'entre eux aiment partir à la découverte des produits d'autres terroirs que le leur.

60% FRANÇAIS
considèrent cependant
qu'ils sont difficilement repérables

Pour les identifier, ils déclarent privilégier les mentions écrites sur l'emballage (64%), puis le label (46%). Cette difficulté est l'une des tâches auxquelles s'attelle le Concours Général Agricole, très investi dans la promotion auprès des consommateurs d'une alimentation de qualité, issue de l'agriculture et de l'élevage français.

9 FRANÇAIS SUR 10
soulignent le rôle bénéfique
des médailles

C'est un **outil de reconnaissance de l'origine locale (94%) ou de la qualité du produit (93%)**, de son élaboration selon des savoir-faire traditionnels (94%), avec un revenu équitable pour les agriculteurs et les producteurs (93%).

¹ Etude réalisée du 9 au 10 novembre 2021 auprès d'un échantillon de 1 002 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, constitué selon la méthode des quotas au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

CONTACTS PRESSE

Agence ØConnection

Anne-Marie Boyault – amboyault@oconnection.fr

Julia Philippe-Brutin – jpbrutin@oconnection.fr

Marie Bissière-Blanchet – mbissiere-blanchet@oconnection.fr

