

Alerte presse
02 décembre 2019

Un Noël pas si conventionnel

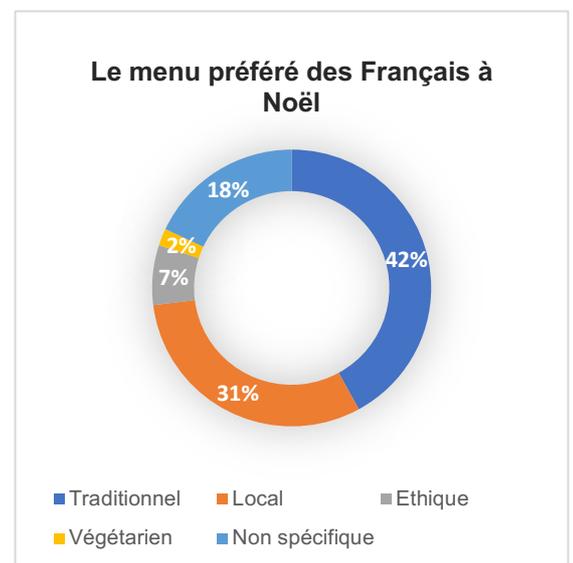
seuls 42% des Français prépareront un repas traditionnel

À l'occasion de Noël, l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations a cherché à comprendre les arbitrages de consommation des Français entre traditions et philosophies de vies. Même si les produits phares des fêtes de fin d'année ont toujours la cote, leur consommation n'est pas systématique et les Français font davantage le choix d'un repas de Noël en harmonie avec leurs convictions.

Un menu encore traditionnel pour seulement 42% des Français

La grande majorité des Français fêtent Noël (97%) mais si on leur donne le choix du menu, ils seront seulement 42% à choisir un menu « classique », typiquement français cette année.

Ce qui ne les empêchera pas de continuer à acheter les produits phares des fêtes de fin d'année qui seront bien présents sur les tables des fêtes : le saumon décroche la palme du produit le plus consommé par les Français (61%), suivi du foie gras (59%) et du champagne (46%). Cette mise à l'honneur est intergénérationnelle et démontre que pour une partie des Français certains aliments restent donc des incontournables.



Un Français sur trois consommera local à Noël

Depuis quelques années, les Français sont plus attentifs à l'origine des produits qu'ils consomment au quotidien. Si Noël reste la période de l'année où ils veulent respecter les traditions et se faire plaisir, ils souhaitent accorder leur menu à leurs convictions et lui donner un sens. Ainsi, pour 44% des Français, cela est très important de faire attention à ce que les produits achetés pour le repas de fin d'année soient d'origines françaises. Si les seniors y sont très attentifs (57%), les jeunes aussi y sont de plus en plus sensibles (33%). Cette année, 31% des Français feront le choix d'un menu local composé d'ingrédients provenant de producteurs locaux (fruits, légumes, viande, poisson...) pour le repas de Noël.

Le menu éthique déjà à la table de 7% des Français

Les Français sont de plus en plus nombreux à faire des choix de consommation différents et à être préoccupés par la dimension éthique du repas traditionnel de Noël. Pour certains, la tradition de Noël ne doit d'ailleurs pas constituer une entorse aux modes de vies et convictions

qu'ils adoptent toute l'année. Ils sont d'ailleurs 7% à faire le choix d'un menu « éthique » c'est à dire, composé principalement de produits respectueux de l'environnement et des producteurs.

MÉTHODOLOGIE :

Étude réalisée par Ipsos pour l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations sur un échantillon national de 1 000 Français représentatif de la population âgée de 18 ans et plus, interrogés du 17/10 au 24/10 2019 en ligne selon la méthode des quotas.

-

A PROPOS DE L'OBSERVATOIRE DES NOUVELLES CONSOMMATIONS E.LECLERC :

L'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations vise à analyser et anticiper l'évolution de la consommation, au-delà de l'analyse du panier moyen. Il est l'outil de réflexion du mouvement pour identifier les nouveaux éléments des choix de consommation des Français. Lancé en 2017, l'Observatoire s'appuie sur une étude originale révélant la corrélation entre le pouvoir d'achat, les grands choix de consommation et les représentations du monde de chaque individu.

Poursuivant son engagement historique aux côtés des consommateurs, le Mouvement E.Leclerc s'appuie sur les travaux de l'Observatoire pour nourrir sa réflexion sur l'avenir du rôle de distributeur. Il se transforme ainsi pour rendre accessible à chaque consommateur les produits et services qu'il souhaite, tout en préservant son pouvoir d'achat. Les résultats des études de l'Observatoire sont accessibles sur le site www.nouvellesconso.leclerc.

Contact presse

Service de presse E. Leclerc : 01 80 18 18 10 – e.leclerc@agencebabel.com