

Les plats préparés

Les plats préparés



CRIOC, novembre 2006



Etude réalisée avec le soutien de la Région wallonne

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Agenda

1. Introduction
2. Objectifs
3. Méthodologie
4. Perception des plats préparés
5. Fréquence et lieux d'achat des plats préparés
6. Fréquence et habitudes de consommation des plats préparés (quand, quoi, où)
7. Typologie
8. Conclusions et recommandations

Introduction

- A l'origine, la conserve a permis aux ménages belges de disposer des premiers plats préparés à réchauffer. Mais l'offre demeurait limitée aux choucroutes, raviolis en sauce, cassoulet et autres plats traditionnels ainsi qu'aux légumes ou aux conserves de poissons. Le « Pilchard, sauce tomate » accompagné d'une pomme au four composait le menu hebdomadaire de nombreux wallons dans les années soixante.
- L'apparition des plats surgelés a permis d'intégrer des préparations de plats plus diversifiés et de garantir un meilleur goût des aliments. Légumes à la crème, et plats surgelés à réchauffer ont fait leur apparition. C'est aussi la mode des « Bistro Dîner » qui positionne le plat surgelé tout prêt comme solution de dépannage mais non comme choix délibéré de repas.
- En 1995, 54% de la population belge possède un micro-ondes et 3 ans plus tard, 68%.
- L'amélioration des techniques de conservation a ensuite permis le développement de produits préemballés sous atmosphère protégée comme les lasagnes, les pizzas fraîches.

Introduction

- Ces dernières années, l'offre de plats préparés s'est considérablement accrue : du sandwich en passant par la pizza à emporter, le plat complet surgelé ou le repas chaud livré, les possibilités sont larges et s'efforcent de rencontrer les attentes de consommateurs toujours plus pressés. La variété, la qualité nutritionnelle et les facilités de préparation des plats préparés se sont considérablement accrues.
- Autrefois solution de dépannage, les plats préparés font aujourd'hui partie des habitudes et sont délibérément choisis par les consommatrices souvent obligées de concilier vie familiale et professionnelle. Le marché des plats préparés est en croissance constante et les dépenses qui leur sont consacrées ont plus que quintuplé ces 30 dernières années.
- Aujourd'hui, de nombreux plats frais sont préparés à la minute dans les grandes surfaces et proposés aux consommateurs.

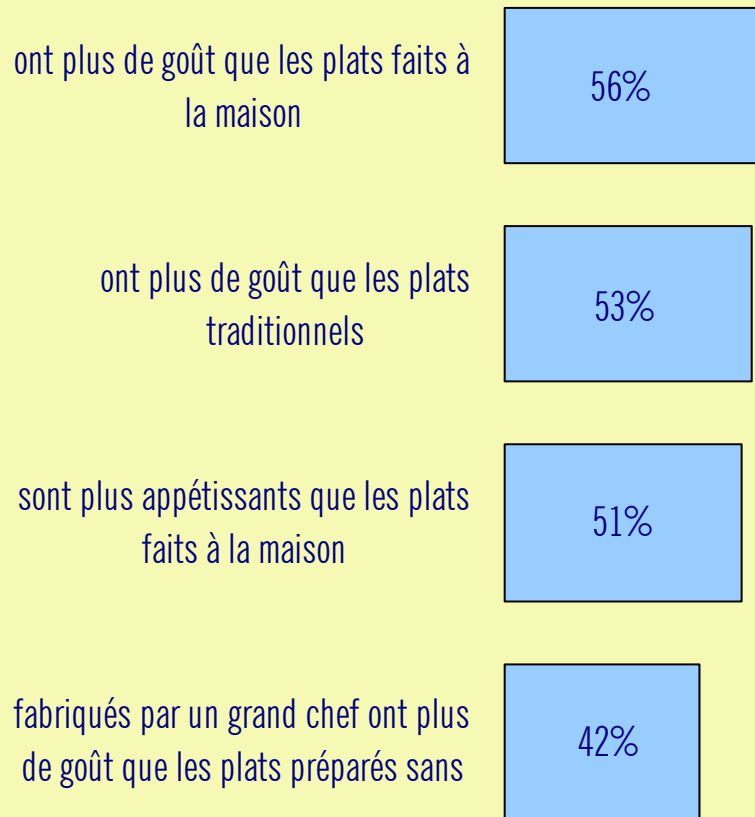
Objectifs

- Évaluer l'attitude des consommateurs vis-à-vis des plats préparés et l'importance de l'adoption de ceux-ci au sein des ménages.
- Analyser les perceptions qu'ont les consommateurs des plats préparés (qualité, variété, goût, prix, présentation,...).
- Connaître les habitudes de consommation des plats préparés (quand, où, quoi) ainsi que les lieux d'achat habituels.
- Déterminer le profil des consommateurs de plats préparés par le biais d'une typologie.

Méthodologie

- 667 interviews réalisées par téléphone auprès des habitants de Belgique âgés de 17 ans et +.
- Field : mars - avril 2006.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé.
- Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats (χ^2 , marge d'erreur, analyse de segmentation et typologie).
- La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3,8%.
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction de la localisation (régions), du genre, de l'âge, de la taille et de la composition du ménage, des groupes sociaux (inférieurs, moyens, supérieurs), du fait d'être PRA ou non (principal responsable d'achat).
- L'étude porte sur les plats préparés au sens large (viande, poisson, légumes, pâtes, riz, accompagnement, quiches, tartes salées, soupes, sandwiches, pizzas, desserts).

Perception des plats préparés : la présentation, le goût



➤ Pensez-vous que les plats préparés...

- Plus de la moitié des consommateurs estime que les plats préparés ont plus de goût que les plats préparés à la maison et que les plats traditionnels.
- La moitié des consommateurs estime que les plats préparés sont plus appétissants que les plats que l'on prépare soi-même.
- Le fait que le plat ait été préparé par un grand chef ne représente un gain au niveau du goût que pour 4 consommateurs sur 10.

Base : répondants

Perception des plats préparés : les saveurs

sont plus sucrés
que les plats
faits à la maison

65%

sont plus gras
que le plats faits
à la maison

58%

sont plus salés
que les plats
faits à la maison

51%

➤ Pensez-vous que les plats préparés...

- Au niveau des saveurs, les consommateurs sont 6 sur 10 à penser que les plats préparés sont plus gras et plus sucrés que les plats faits à la maison et 5 sur 10 à penser qu'ils sont plus salés.

Base : répondants

Perception des plats préparés : la qualité des ingrédients

garantissent qu'ils
sont fabriqués avec
des ingrédients de
meilleure qualité
que les plats
traditionnels

42%

garantissent qu'ils
sont fabriqués avec
des ingrédients de
meilleure qualité
que les plats faits à
la maison

41%

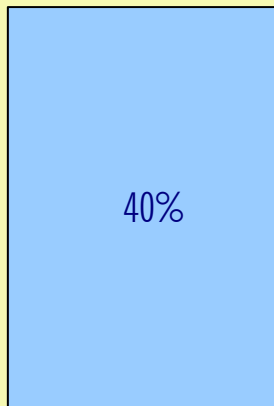
➤ Pensez-vous que les plats préparés...

- Seuls 4 consommateurs sur 10 estiment que les plats préparés sont cuisinés avec des ingrédients de meilleure qualité que les plats traditionnels ou faits maison.

Base : répondants

Perception des plats préparés : les aspects santé

sont meilleurs
pour la santé que
les plats faits à la
maison



➤ Pensez-vous que les plats préparés...

- Seuls 4 consommateurs sur 10 estiment que les plats préparés sont meilleurs pour la santé que les plats faits à la maison. En particulier, les consommateurs estiment que les plats préparés sont plus gras et plus sucrés et ne sont pas nécessairement fabriqués avec des ingrédients de meilleure qualité que les plats faits maison.

Base : répondants

Perception des plats préparés : le prix

sont plus chers que
les plats faits à la
maison

59%

sont un bon
rapport qualité prix

51%

➤ Pensez-vous que les plats préparés...

- La perception du prix parmi les consommateurs est plutôt positive. La moitié d'entre eux estime que les plats préparés présentent un bon rapport qualité prix.
- Cependant, en comparaison avec le coût de plats faits à la maison, six consommateurs sur dix estiment que les plats préparés sont plus chers.

Base : répondants

Perception des plats préparés : l'aspect facilité, rapidité

permettent de
gagner du temps

56%

évitent de devoir
faire à manger

54%

permettent de
manger "complet"
sans devoir cuisiner

52%

➤ Pensez-vous que les plats préparés...

- Plus de la moitié des consommateurs apprécie les avantages « facilité » et « rapidité » qu'offrent les plats préparés.
 - Ils apprécient le gain de temps que permettent de réaliser les plats préparés.
 - Ils apprécient également le fait de ne pas devoir cuisiner et de pouvoir cependant manger un repas complet.

Base : répondants

Perception des plats préparés : l'aspect variété

proposent des
recettes plus
variées

54%

permettent de varier
les goûts

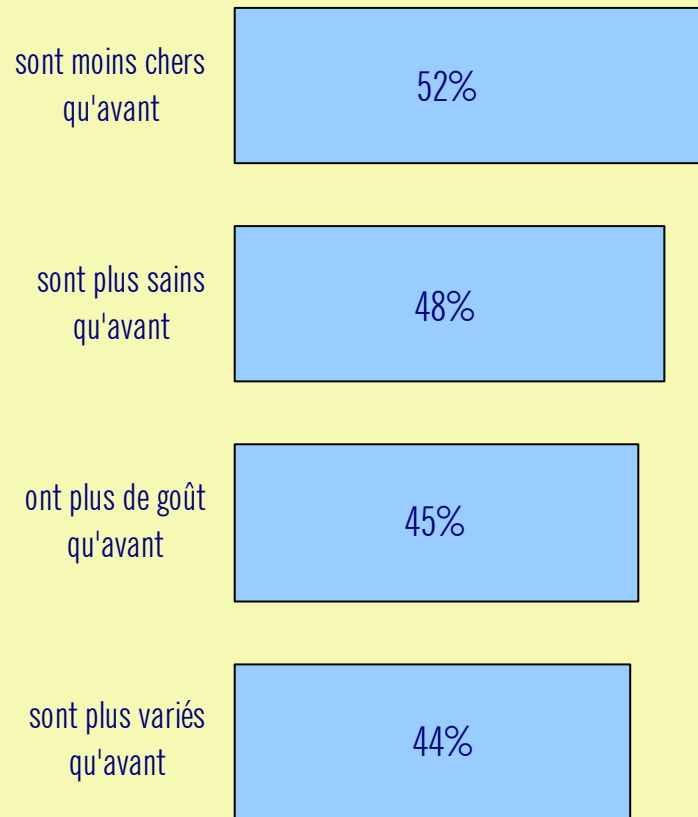
52%

➤ Pensez-vous que les plats préparés...

- Plus de la moitié des consommateurs apprécie l'atout « variété » des plats préparés. Ils estiment que les plats préparés permettent de varier les goûts et offrent des recettes variées.

Base : répondants

Perception de l'évolution des plats préparés

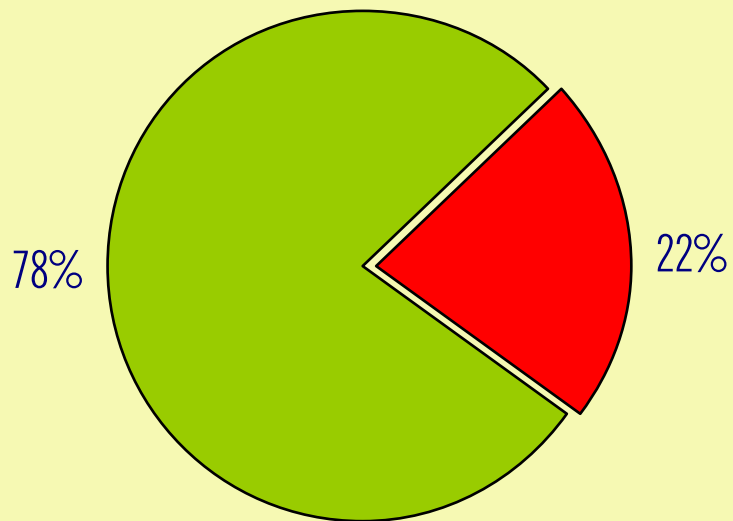


➤ Pensez-vous que les plats préparés...

- Les consommateurs perçoivent une évolution positive du prix des plats préparés. Plus de la moitié d'entre eux considèrent qu'ils sont meilleur marché qu'avant.
- Près de la moitié des consommateurs perçoit une amélioration au niveau de la qualité nutritionnelle, du goût et de la variété des plats préparés ces dernières années.

Base : répondants

Les plats préparés : achat



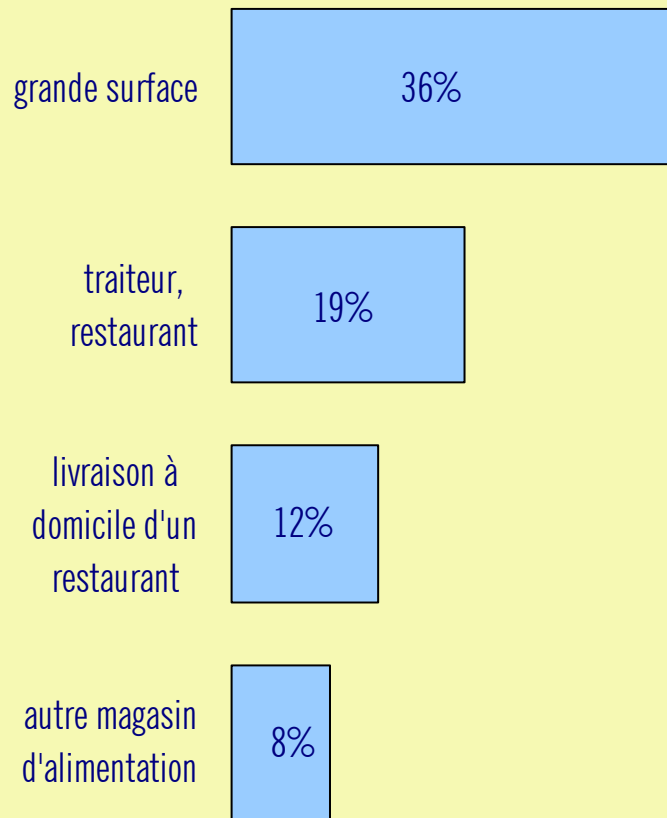
■ oui ■ non

➤ Vous arrive-t-il d'acheter des plats préparés ?

- Spontanément, quatre consommateurs sur cinq déclarent acheter des plats préparés.

Base : répondants

Les plats préparés : lieu d'achat en semaine

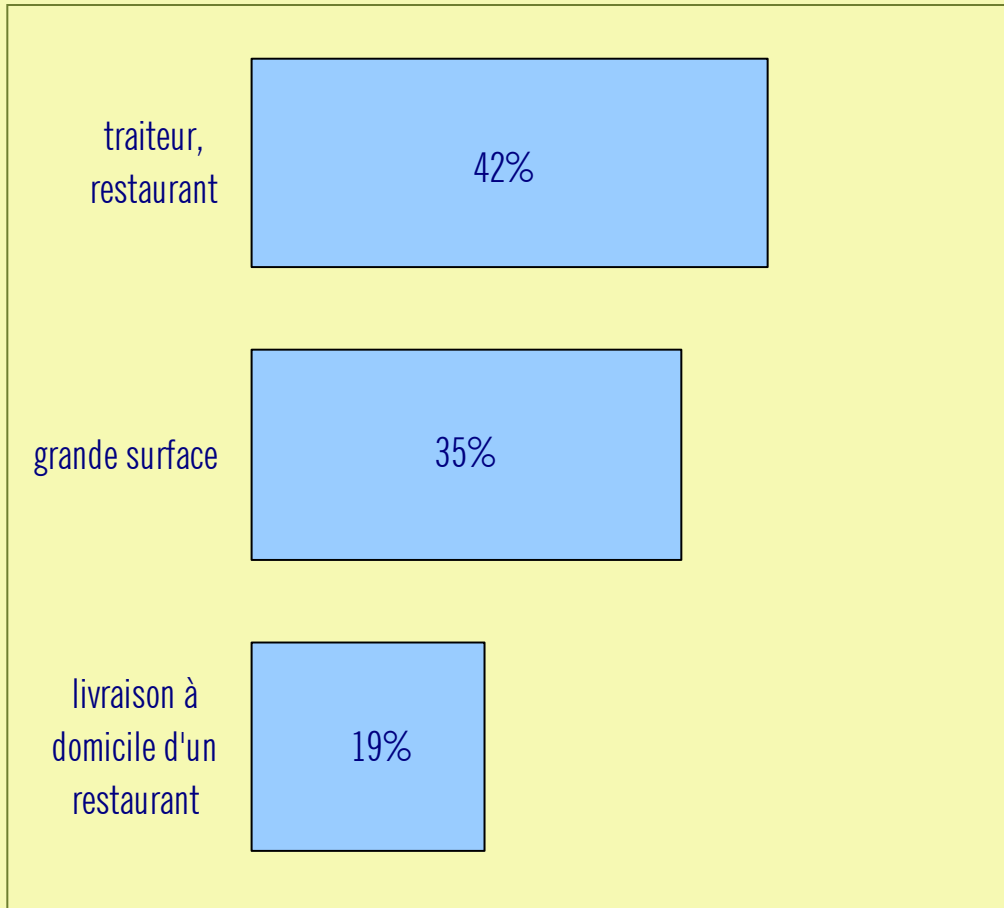


➤ En semaine, où avez-vous acheté votre plat préparé...

- En semaine, les consommateurs de plats préparés les achètent le plus souvent en grande surface ou, dans une moindre mesure, dans un autre magasin d'alimentation.
- Les plats préparés proviennent également des restaurants, des traiteurs et sont dans ce cas, souvent livrés à domicile.

Base : acheteurs de plats préparés

Les plats préparés : lieu d'achat le weekend

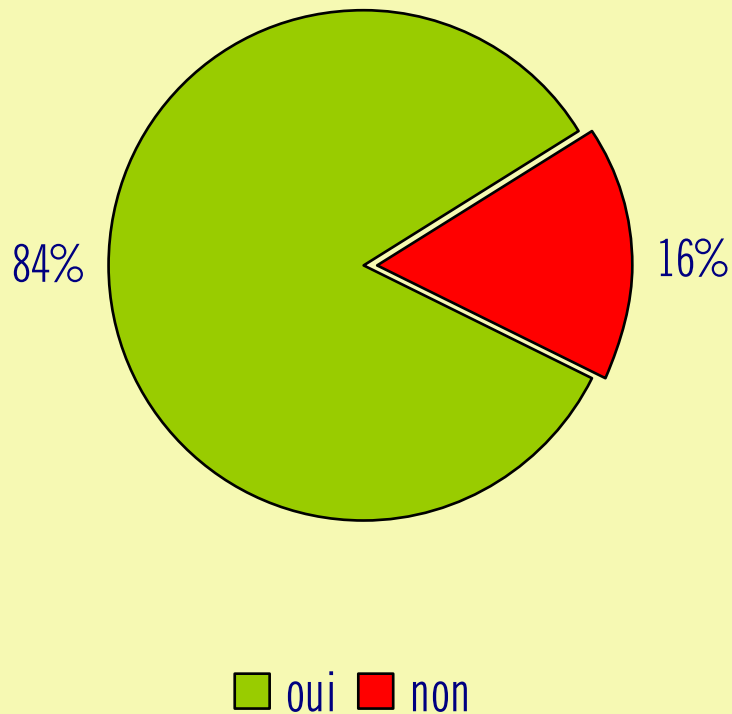


➤ Le weekend, où avez-vous acheté votre plat préparé...

- Le weekend, les consommateurs de plats préparés les achètent majoritairement auprès des traiteurs, des restaurateurs (achat ou livraison) ou en grande surface.
- Par rapport aux plats préparés achetés en semaine, les plats préparés achetés le week-end sont des achats plus festifs achetés en priorité chez un traiteur.

Base : acheteurs de plats préparés

Les plats préparés : consommation

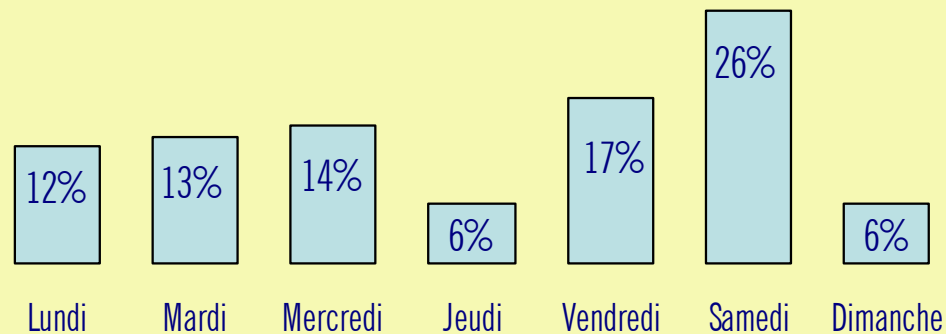


➤ Vous arrive-t-il de consommer des plats préparés?

- 84% des consommateurs déclarent consommer des plats préparés.
- En moyenne, ils en consomment 1.2 par jour.

Base : répondants

Les plats préparés : quand?

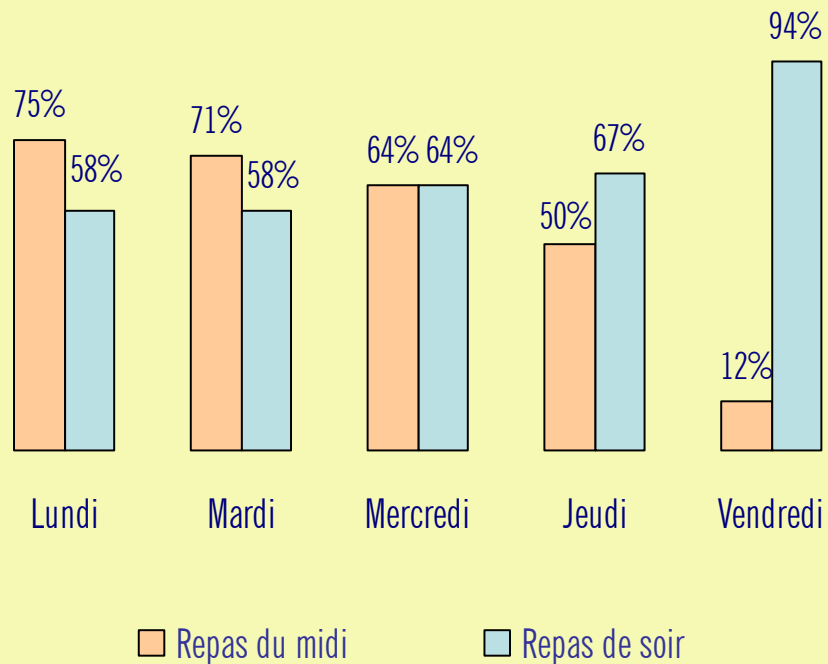


➤ La semaine dernière, avez-vous consommé un plat préparé? (question posée par jour)

- Les jours les plus propices à la consommation de plats préparés sont le samedi (un quart en consomme) et le vendredi (1 sur 6 en consomme). La consommation de plats préparés le jeudi et le dimanche est plus limitée.
- 6% des consommateurs qui déclarent consommer des plats préparés en mangent quotidiennement.

Base : consommateurs de plats préparés

Consommation de plats préparés en semaine : quand?

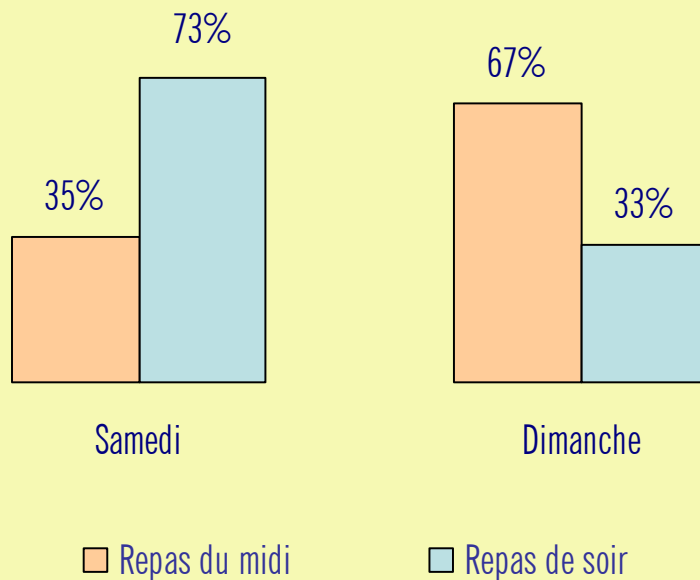


➤ A quel moment avez-vous mangé un plat préparé la semaine dernière ? (question posée par jour)

- En semaine, les consommateurs de plats préparés en consomment le midi et/ou le soir.
- Cependant, la consommation de plats préparés le midi est plus importante en début de semaine et le soir en fin de semaine (en particulier le vendredi).
- Certains consommateurs mangent des plats préparés au repas du midi et du soir. Ce cas de figure se rencontre plus fréquemment en début de semaine où la fréquence journalière de consommation de plats préparés est plus importante.

Base : consommateurs de plats préparés

Consommation de plats préparés le weekend : quand?

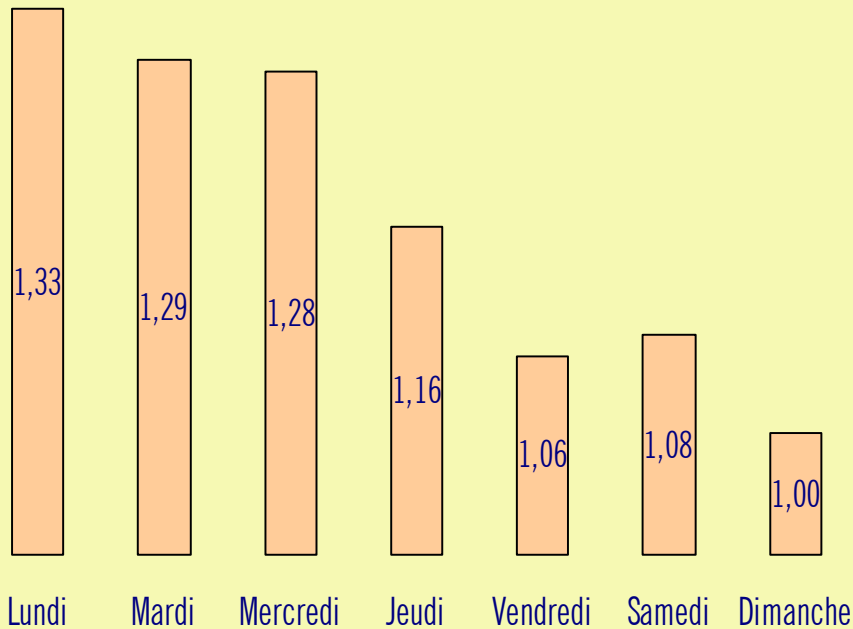


➤ A quel moment avez-vous mangé un plat préparé le weekend dernier? (question posée par jour)

- Le weekend, les consommateurs de plats préparés en consomment au repas du midi et/ou du soir.
- Cependant, la tendance est à la consommation de plats préparés lors du repas du samedi soir et du dimanche midi.
- Le weekend, la fréquence journalière de consommation de plats préparés est plus faible (1.04).

Base : consommateurs de plats préparés

Consommation quotidienne de plats préparés : fréquence

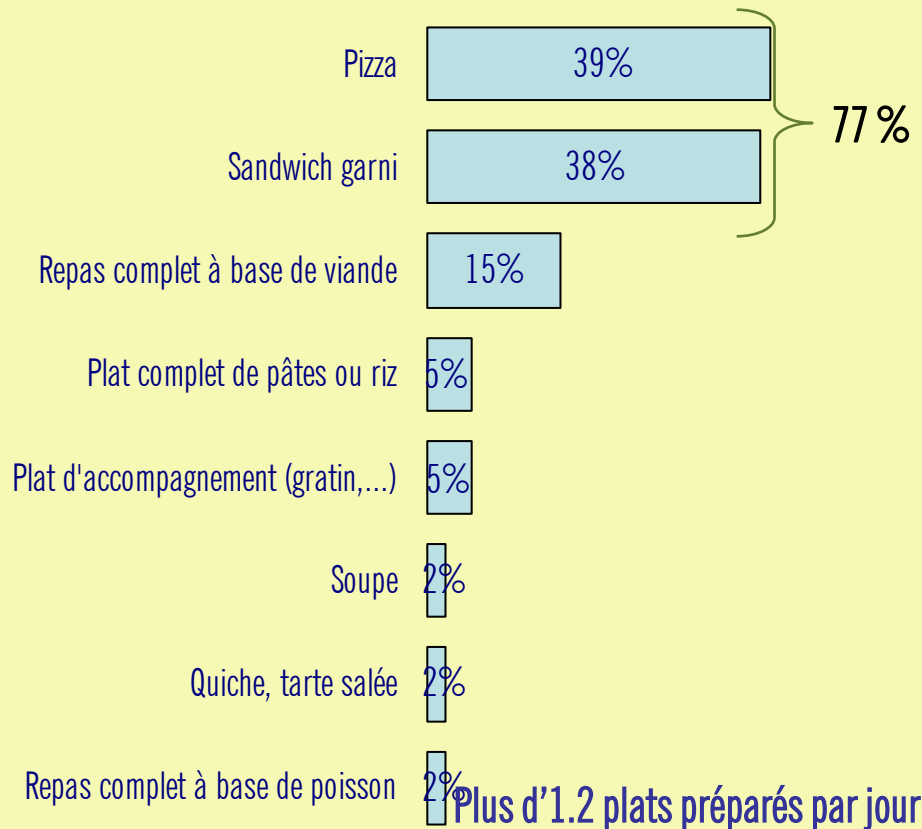


➤ Fréquence quotidienne de consommation de plats préparés (nombre de plats consommés par jour)

- En moyenne, la fréquence de consommation de plats préparés atteint 1.2 plats consommés quotidiennement. Cependant, des différences apparaissent selon le jour de la semaine.
- Ainsi, en début de semaine, la consommation journalière est plus importante : certains consommateurs consomment des plats préparés à la fois au repas du midi et du soir (le lundi). Le nombre de plats préparés consommés par jour au cours de la semaine diminue ensuite pour atteindre un plat par jour le dimanche.

Base : consommateurs de plats préparés

Consommation de plats préparés en semaine : quoi?



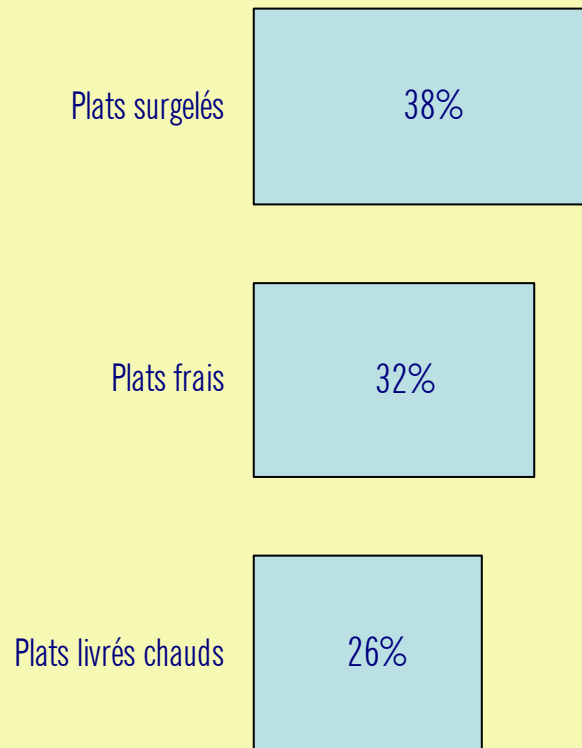
➤ En semaine, qu'avez-vous mangé comme plat préparé...

- En semaine, les pizzas et les sandwiches garnis sont majoritairement au menu des consommateurs de plats préparés, pour près de 8 d'entre eux.
- Les repas complets à base de viande rencontrent également un succès moindre suivis des plats de pâtes ou riz, des plats d'accompagnement (gratin dauphinois, salade préparée,...), des soupes, des quiches,....
- En règle générale, les plats préparés consommés sont issus de la cuisine française et italienne.

Total > 100%, plusieurs réponses possibles

Base : consommateurs de plats préparés

Consommation de plats préparés en semaine : quoi?

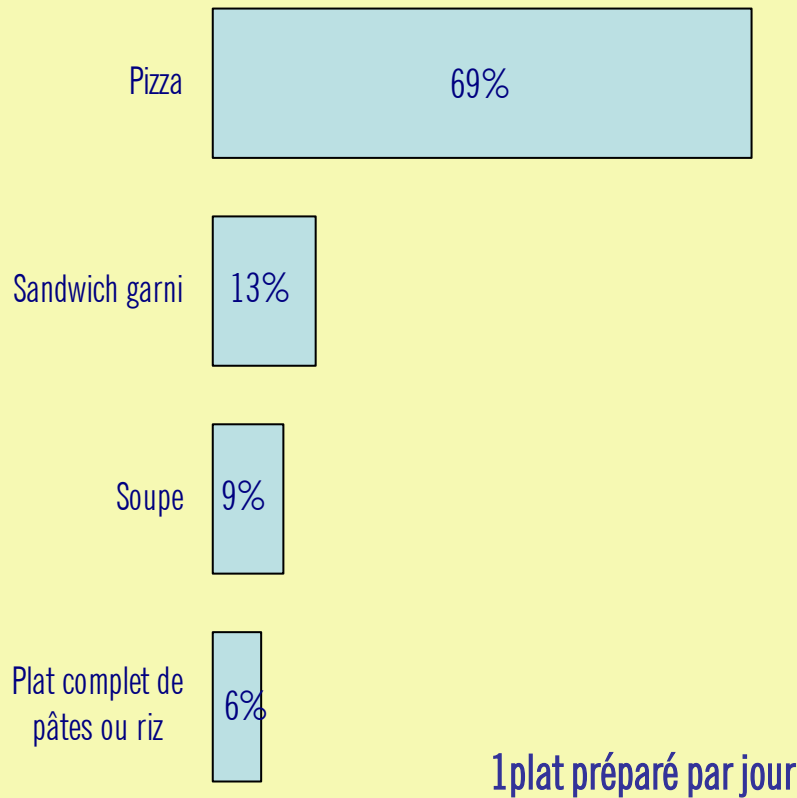


➤ En semaine, qu'avez-vous mangé comme plat préparé (sous quelle forme)...

- Les consommateurs de plats préparés mangent principalement des plats surgelés, quatre fois sur dix, des plats frais, 3 fois sur dix et des plats livrés chauds.

Base : consommateurs de plats préparés

Consommation de plats préparés le weekend : quoi?

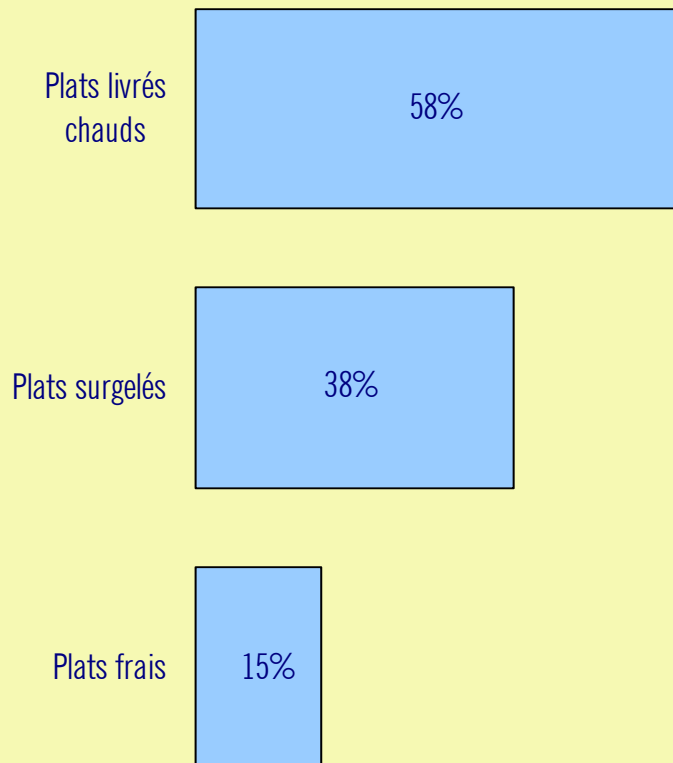


➤ Ce week-end, qu'avez-vous mangé comme plat préparé...

- Le week-end, la pizza est le principal plat préparé consommé. Elle est consommée deux fois plus souvent qu'en semaine. C'est ainsi que les plats préparés de cuisine italienne sont majoritairement consommés le weekend.
- Parfois, les consommateurs mangent aussi des sandwiches garnis, des soupes et des plats de pâtes ou riz.

Base : consommateurs de plats préparés

Consommation de plats préparés le weekend : quoi?

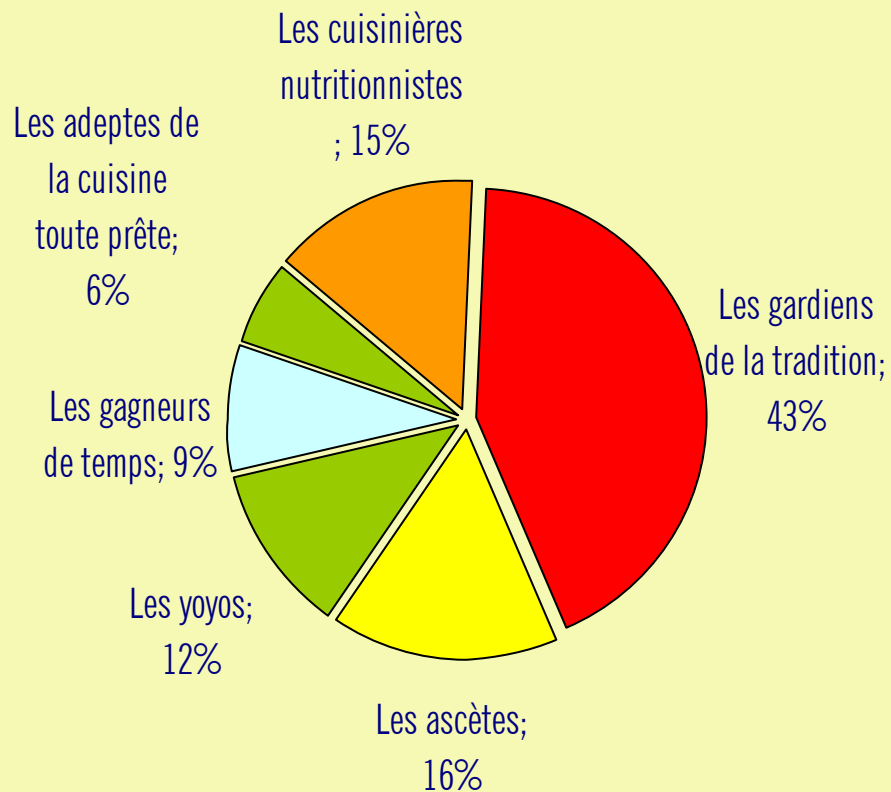


➤ Ce week-end, qu'avez-vous mangé comme plat préparé (sous quelle forme)...

- Le week-end, les plats préparés sont majoritairement des plats livrés chauds (deux fois plus souvent qu'en semaine).
- Dans une moindre mesure, les consommateurs mangent également des plats surgelés ou préparés frais.

Base : consommateurs de plats préparés

Typologie des consommateurs de plats préparés



➤ Les types

- Cinq profils de consommateurs peuvent être identifiés :
 - Les gardiens de la tradition : 43%
 - Les ascètes : 16%
 - Les cuisinières nutritionnistes : 15%
 - Les yoyos : 12%
 - Les gagners de temps : 9%
 - Les adeptes de la cuisine toute prête : 6%

Les gardiens de la tradition

Taille : 43%

- Logique
 - Attachés aux repas traditionnels et conviviaux, ils cuisinent par tradition. Les plats préparés ne font pas partie de leur quotidien.
- Attitudes et perceptions
 - Ils ont acquis de bonnes habitudes alimentaires en règle générale même s'ils peuvent parfois manger rapidement, sur le pouce ou devant leur ordinateur, leur TV.
 - Attachés aux repas conviviaux, ils ont bon appétit, mangent avec plaisir et sont peu enclin aux régimes.
 - Ils cuisinent régulièrement et cela les intéresse plus qu'avant. Le moment du repas reste plus important que la préparation de celui-ci. Ils effectuent leurs achats alimentaires chez les soft discounters, les hyper et supermarchés.
 - Leur perception des plats préparés est plutôt positive; ils apprécient leur côté pratique facile, leur variété et leur goût mais émettent quelques réticences quant à leurs qualités nutritionnelles et à leur prix élevé.
- Comportements
 - Ils n'achètent ni ne consomment de plats préparés.
- Profil
 - Groupe à tendance francophone, âgé de 40 à 49 ans, habitant les villes, appartenant aux groupes sociaux moyens ou supérieurs.

Les ascètes

Taille : 16%

- Logique
 - Se nourrir n'est pas un plaisir. Il faut manger pour vivre, parfois n'importe comment. Les plats préparés ne font pas partie de leur menu.
- Attitudes et perceptions
 - Ils ont acquis certaines mauvaises habitudes alimentaires : en particulier, il leur arrive de sauter des repas, de ne pas prendre le temps de manger et parfois de manger sur le pouce, rapidement, devant la TV ou l'ordinateur.
 - Ils prennent peu de plaisir à se nourrir, varient peu leur alimentation et, pour eux, le repas ne rime pas souvent avec convivialité ou plaisir partagé.
 - Ils aiment modérément cuisiner mais le font régulièrement. Ils effectuent leurs achats dans différents points de vente mais surtout chez les hard discounters.
 - Ils ne sont pas convaincus de l'intérêt des plats préparés, en particulier de leur goût, de leur variété et de leur aspect pratique, facile. Cependant, ils estiment qu'ils ont un bon rapport qualité prix et sont bons pour la santé.
- Comportements
 - Ils achètent parfois des plats préparés et en consomment peu.
- Profil
 - Groupe flamand majoritairement composé de principales responsables d'achat, âgées de 50 à 64 ans, habitant dans les petites localités, appartenant aux groupes sociaux inférieurs ou moyens.

Les cuisinières nutritionnistes

Taille : 15%

- Logique
 - Soucieuses de leur ligne et leur santé, elles prennent le temps de cuisiner des repas équilibrés.
- Attitudes et perceptions
 - Elles ont adopté de saines habitudes alimentaires (elles prennent le temps de manger, varient leur alimentation et mangent à heure fixe).
 - Elles ont bon appétit, mangent avec plaisir mais sont soucieuses de leur ligne.
 - Elles aiment cuisiner et cuisinent régulièrement. La préparation des repas est quasi aussi importante pour eux que le repas lui-même. Elles achètent plus que la moyenne des gens des produits bio et issus du commerce équitable et effectuent leurs achats dans plusieurs points de vente différents (surtout les soft discounters).
 - Elles apprécient le côté pratique et facile des plats préparés, leur variété et leur goût mais les trouvent beaucoup plus chers et moins sains que les plats qu'elles préparent elles-mêmes.
- Comportements
 - Elles n'achètent ni ne consomment de plats préparés.
- Profil
 - Groupe à tendance francophone et féminine, âgé de 40 à 49 ans ou de plus de 65 ans, habitant Bruxelles, les villes wallonnes ou les petites localités wallonnes.

Les yoyos

Taille : 12%

- Logique
 - Leur rapport ambivalent à la nourriture les conduit à accepter tout et son contraire, du régime à la boulimie, du plat préparé à la cuisine traditionnelle.
- Attitudes et perceptions
 - Ils mangent à heure fixe et aiment varier les repas mais ont acquis de mauvaises habitudes alimentaires : ils ne prennent pas toujours le temps de manger, sautent des repas et mangent sur le pouce, rapidement, devant la TV ou l'ordinateur.
 - Ils alternent périodes de bonne fourchette et périodes de régimes.
 - Ils aiment cuisiner, cuisinent régulièrement mais le moment du repas qu'ils préfèrent est le repas lui-même et non sa préparation. Ils effectuent leurs achats principalement chez les hard discounters.
 - Leur perception des plats préparés est plutôt positive; ils apprécient leur côté pratique facile, leur variété et leur goût mais ne sont pas convaincus de leurs qualités nutritionnelles (gras) et les considèrent plus chers que les plats faits maison mais perçoivent une évolution positive de ces 2 derniers aspects.
- Comportements
 - Ils achètent et consomment parfois des plats préparés, principalement le lundi et le vendredi, par facilité et gain de temps.
- Profil
 - Groupe flamand, de 18 à 29 ans ou de plus de 65 ans, vivant seul ou au sein d'un ménage de 2 personnes avec enfant, habitant les petites localités flamandes et appartenant aux groupes sociaux inférieurs.

Les gagners de temps

Taille : 9%

- Logique
 - Les plats préparés apparaissent comme une solution pratique dans leur vie au rythme effréné.
- Attitudes et perceptions
 - Ils ont acquis de mauvaises habitudes alimentaires : ils mangent sur le pouce, rapidement, devant la TV ou l'ordinateur et sautent parfois des repas. Et simultanément, ils tentent de prendre le temps de manger, d'équilibrer et de varier leur alimentation.
 - Ils font attention à leur ligne, se pèsent souvent et entreprennent plusieurs fois par an des régimes.
 - Ils aiment cuisiner mais cuisinent peu ou jamais. Par manque de temps. Ils effectuent leurs achats alimentaires chez les discounters.
 - Leur perception des plats préparés est plutôt positive; ils apprécient leur côté pratique facile, leur variété et leur goût et les estiment plutôt meilleurs pour la santé que les plats faits maison. Le fait que le plat ait été préparé par un grand chef est pour eux un gage de goût et de qualité.
- Comportements
 - Ils achètent et consomment des plats préparés plus fréquemment en semaine.
- Profil
 - Groupe à tendance masculine, habitant les villes wallonnes, les communes rurales wallonnes et les petites localités flamandes, vivant dans des ménages avec enfants en bas âge et appartenant aux groupes sociaux moyens.

Les adeptes de la cuisine toute prête

Taille : 6%

- Logique
 - Jeunes et aisés, les plats préparés font partie de leurs habitudes alimentaires. Ils apprécient leur atout « praticité » et le gain de temps qu'ils permettent.
- Attitudes et perceptions
 - Ils varient leur alimentation et mangent à heure fixe, parfois devant la télévision ou leur ordinateur.
 - Ils ont bon appétit, mangent avec plaisir et aiment prendre leur repas en compagnie. Ils ne font pas attention à leur ligne ou aux régimes.
 - Peu intéressés par le fait de cuisiner; ils recherchent des produits pratiques et effectuent leurs achats principalement dans les magasins de hard discount.
 - Ils apprécient le gain de temps et le fait de pouvoir manger « complet » sans devoir cuisiner mais aussi leur variété et leur goût. Ils ne sont par contre pas convaincus des qualités nutritionnelles de ces plats qu'ils considèrent gras et sucrés. Le fait que le plat soit préparé par un grand chef ne constitue pas un intérêt pour eux.
- Comportements
 - Ils achètent et consomment des plats préparés. En particulier, ils en mangent principalement le samedi mais aussi le vendredi et le mercredi.
- Profil
 - Groupe majoritairement flamand, plutôt jeune, célibataire ou vivant dans un ménage de 3 ou 4 personnes, habitant les villes ou les communes flamandes et appartenant aux groupes sociaux supérieurs.

Conclusions

Les consommateurs restent sceptiques quant à la qualité des plats préparés, même si leur côté pratique est le plus apprécié.

- Les plats préparés sont surtout appréciés des consommateurs pour:
 - leur variété : 54% des consommateurs apprécient la variété des recettes de plats préparés proposés.
 - leur goût : 56% des consommateurs estiment que les plats préparés ont plus de goût que les plats faits maison. Mais cette appréciation va de pair avec une perception négative de leur composition (trop sucré, trop gras, trop salé).
 - leur côté pratique et facile : plus de la moitié des consommateurs apprécient le gain de temps, le fait de ne pas devoir cuisiner et de pouvoir manger un repas « complet ».
- La perception des qualités nutritionnelles des plats préparés n'est pas encourageante. Les consommateurs les estiment nettement moins sains que les plats faits maison ou cuisinés traditionnellement. Ils ne sont pas convaincus que les ingrédients utilisés dans les plats préparés soient de meilleure qualité que ceux qu'ils achètent pour cuisiner. Les plats préparés sont également perçus comme plus sucrés, plus gras et plus salés.

Conclusions

- Le niveau de prix des plats préparés n'est plus considéré comme par le passé comme excessif (51% des consommateurs estiment que les plats préparés ont un bon rapport qualité prix). Mais, néanmoins, les consommateurs estiment que le prix d'un plat préparé est supérieur au coût de revient d'un plat fait maison.
- Cependant, ces dernières années, un consommateur sur deux estime qu'une évolution positive est apparue, en particulier en ce qui concerne le prix et (moins fréquemment) la qualité nutritionnelle des plats préparés, le goût ou la variété.

Conclusions

Une consommation importante et régulière

- Quatre consommateurs sur cinq déclarent acheter des plats préparés et cinq sur six en consommer. Les jours les plus fréquents de consommation de plats préparés sont le vendredi, le samedi (plus fréquemment lors du repas du soir) et, dans une moindre mesure, en début de semaine (plus logiquement lors du repas du midi, pris en dehors du domicile).
- La moyenne journalière de consommation est de 1.2, ce qui signifie que certains consommateurs mangent des plats préparés plus d'une fois par jour, notamment, en début de semaine où la fréquence journalière de consommation de plats préparés est plus importante.
- En semaine, le menu type du consommateur de plat préparé est la pizza (surgelée ou fraîche) et le sandwich garni achetés principalement en grande surface. Le weekend, les consommateurs se tournent plus fréquemment vers les plats livrés chauds auprès des traiteurs et restaurateurs. La pizza reste le plat le plus fréquemment consommé.

Conclusions

- Les consommatrices de plus en plus obligées de concilier vie professionnelle et familiale font appel aux plats préparés pour remplacer le traditionnel repas chaud quotidien. Aujourd'hui de nombreux spécialistes estiment que la plupart des ménagères ont remplacé un repas chaud hebdomadaire par un plat préparé. Les « multi-vies » de la ménagère la conduisent à rechercher des produits économiseurs de temps.
- Le marché des plats préparés peut se segmenter selon le moment de consommation : en dehors et dans la maison, lors du repas de midi ou du soir. Ainsi, l'offre de plats préparés à midi s'organise autour de la restauration d'entreprise, de la sandwicherie ou de la restauration rapide tandis que l'offre en soirée a pour origine les restaurants (livraison à domicile ou plats à emporter), la cuisine d'entreprise (le travailleur a de plus en plus souvent la possibilité là où il y a une cuisine d'entreprise d'emporter un plat à réchauffer pour toute la famille à domicile) ou les grandes surfaces.

Conclusions

- L'offre y est de plus en plus segmentée. C'est ainsi que des enseignes n'hésitent pas à proposer des salades originales ou bio. Mais tous les produits proposés ne rencontrent pas le même succès auprès de la population. Si les plats préparés à base de nouilles déshydratées connaissent un succès important auprès des populations asiatiques qui utilisent l'emballage gobelet pour préparer le plat en ajoutant simplement de l'eau chaude, il n'en est pas de même auprès de la population locale belge.
- L'offre en grande surface a aussi fortement évolué. Ainsi, des enseignes comme Delhaize ou GB ont développé des magasins de proximité qui proposent, à côté d'un assortiment limité de produits alimentaires, des plats préparés ou des sandwiches. A l'hôpital Erasme, le proxy Delhaize permet à l'infirmière pressée d'acheter le repas du soir, tandis qu'en face de la gare centrale à Bruxelles, l'enseigne GB propose un service similaire aux navetteurs. De plus, la qualité des plats a évolué. Aujourd'hui, de grands noms de la gastronomie n'hésitent pas à associer leur nom à des plats préparés proposés au rayon frais. Lutosa propose la purée de Joël Rebuchon, Pierre Wynants propose une gamme de plats préparés.
- Mais l'offre n'est pas toujours satisfaisante car, sur le plan nutritionnel, de nombreux plats préparés contiennent (encore) trop de sucre, trop de graisses, trop de sel et des progrès doivent être réalisés.

Conclusions

Des adeptes de plats préparés principalement jeunes et flamands

- La typologie a mis en avant les profils de consommateurs de plats préparés.
 - Les « adeptes de la cuisine toute prête », jeunes aisés et flamands, ils consomment fréquemment des plats préparés mais restent sceptiques quant aux qualités nutritionnelles et au rapport qualité prix, même si la facilité guide leur choix.
 - Les « gagners de temps », jeunes adultes avec enfants, ils consomment des plats préparés principalement en semaine. Convaincus de leurs atouts, les plats préparés s'offrent à eux comme une solution pratique et facile car ils cuisinent peu.
 - Les « yoyos », consommateurs appartenant aux groupes sociaux inférieurs vivant seuls ou dans un ménage de 2 personnes avec enfants, ils consomment parfois des plats préparés par facilité, pour varier les goûts et gagner du temps. Cependant, ils estiment que ceux ci sont plus chers que les plats faits maison et moins bons pour la santé.
 - Les « ascètes », consommateurs flamands majoritairement composé de principaux responsables d'achat, âgés de 50 à 64 ans, ils consomment peu de plats préparés mais en ont une perception positive.

Recommandations

- **Au niveau de l'offre, il importe de développer une offre de plats préparés plus équilibrés et de diminuer leur impact environnemental globalement négatif.**
 - L'offre actuelle n'est pas satisfaisante sur le plan nutritionnel. Une majorité des plats préparés disponibles sur le marché ne sont pas équilibrés (trop peu de glucides, de protéines et trop de lipides). Quant aux plats préparés allégés, ils substituent graisses par sucres ou diminuent la taille des portions et de ce fait, incitent les consommateurs à manger plus. Il est donc nécessaire d'améliorer la qualité nutritionnelle des plats, d'équilibrer les menus sans diminuer les portions afin d'offrir une solution-repas saine et équilibrée aux consommateurs.
 - Les plats préparés, présentés dans un emballage individuel, présentent la plupart du temps un suremballage. Surgelés, sous vide ou sous atmosphère modifiée, les plats préparés disposent bien souvent d'un double emballage plastique et carton. De plus, les modes de production, de conservation et de transport des plats préparés génèrent une consommation d'énergie importante. L'industrie agroalimentaire doit limiter l'impact environnemental de cette production et trouver des solutions alternatives efficaces.

Recommandations

- **Au niveau de la « demande », il est bon de rappeler que les plats préparés ne constituent pas une alternative au repas préparé à domicile.**
 - L'offre actuelle de plats préparés ne permet pas une alimentation équilibrée. Une consommation trop importante de plats préparés peut mener à un déséquilibre alimentaire à long terme. Ainsi, les consommateurs doivent prévoir un rééquilibrage afin de ne pas manquer de certains nutriments. Et, il est souvent nécessaire de compenser l'insuffisance de légumes, absents de nombreux plats préparés.
 - La consommation de plats préparés traduit, voire renforce, un mode de vie peu compatible avec des habitudes alimentaires saines (ne pas prendre le temps de manger ou manger devant la télévision ou son ordinateur).
 - La consommation de plats préparés constitue une solution pratique et facile pour remplacer la préparation du repas. Mais cette consommation peut aussi conduire à une perte de savoir-faire culinaire qui accroît la dépendance du consommateur vis-à-vis de l'industrie agro-alimentaire.

Recommandations

- Le goût de cuisiner et des cours de nutrition ou de diététique doivent être encouragés, surtout auprès de ces consommateurs, souvent jeunes, sous peine de conduire à une standardisation des goûts alimentaires allant de pair avec la disparition des produits traditionnels qui constituent aussi la diversité culturelle en Europe.
- Il importe également de conscientiser les consommateurs quant aux impacts sociaux et environnementaux de leurs actes, de leurs comportements alimentaires. Or, très souvent, les étiquettes des plats préparés sont avares de commentaires sur l'origine ou les conditions de production des plats préparés. A quand des plats équilibrés, respectueux du développement durable ?

Editeur Responsable :
Marc Vandercammen

CRIOC
Boulevard Paepsem, 20 - 1070 BRUXELLES
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01
www.crioc.be

Édition 2006
Réf. Catalogue : 368-06

D 2006-2492-59
©CRIOC

Prix : 43 €

Reproduction autorisée à des fins non-commerciales moyennant mention des sources