

Emission du 6 juin 2018

Questions Directes : Faut-il arrêter de manger de la viande?

Préparé pour France Télévisions

Par Brice Teinturier et Amandine Lama

brice.teinturier@ipsos.com

amandine.lama@ipsos.com



Fiche technique



ÉCHANTILLONS

1010 personnes, constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.



DATES DE TERRAIN

Du 31 mai au 4 juin 2018.



MÉTHODE

Échantillon interrogé par Internet via l'Access Panel Ipsos.

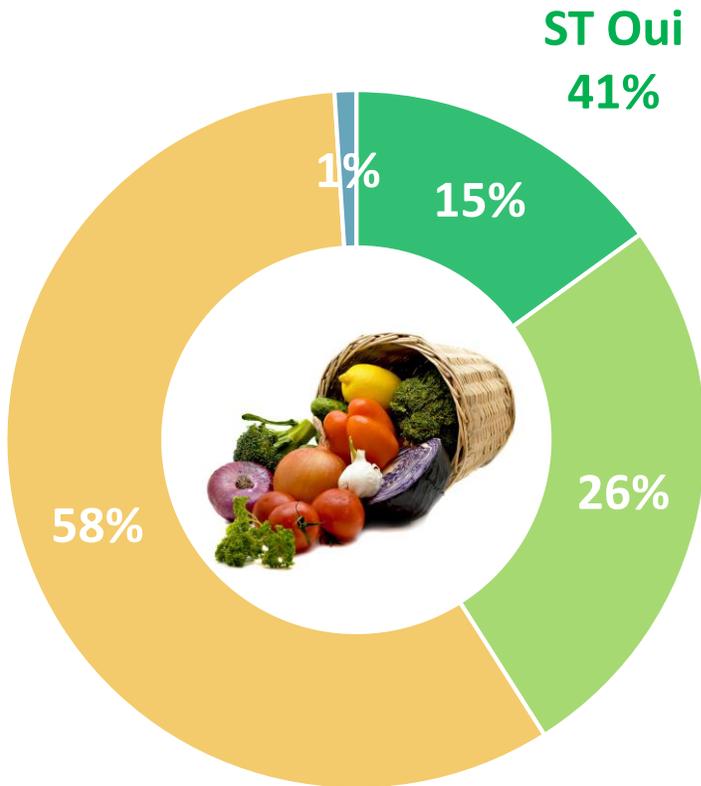
Méthode des quotas :
sexe, âge, profession de
l'interviewé, catégorie
d'agglomération et région.



Ce rapport a été élaboré dans le respect de la norme internationale ISO 20252 « Etudes de marché, études sociales et d'opinion ». *Ce rapport a été relu par Amandine Lama, Directrice de Clientèle*

Si le végétarisme reste rare, plus de 4 Français sur 10 déclarent qu'ils pourraient adopter ce régime alimentaire, certes avec difficulté pour nombre d'entre eux.

ST Oui %

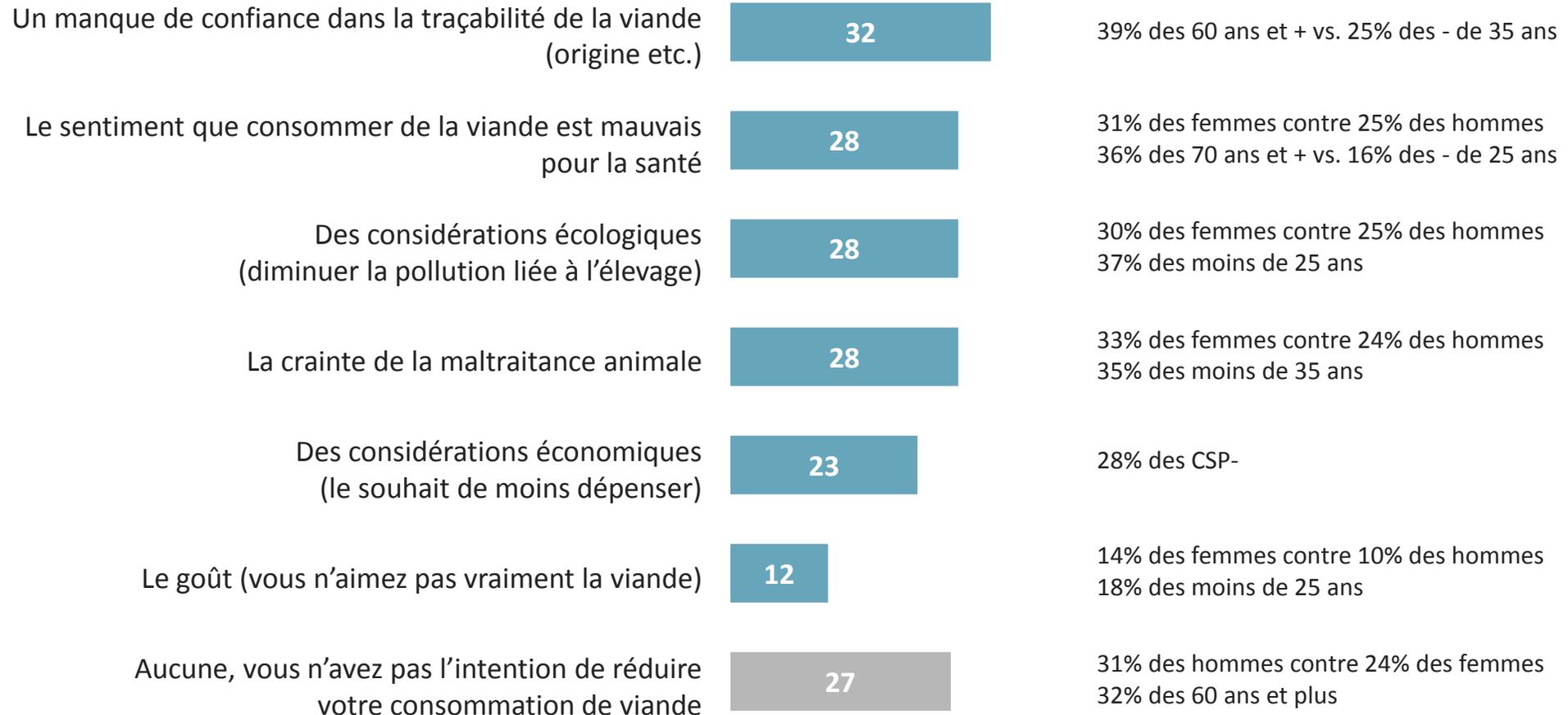


Segment	Oui, sans problème	Oui, mais difficilement	Non	Je le suis déjà	ST Oui %
Hommes	10	24	66		34
Femmes	19	28	51	2	47
Moins de 35 ans	14	25	60	1	39
35-59 ans	14	27	58	1	41
60 ans et plus	17	25	57	1	42
CSP+	15	27	57	1	42
CSP-	12	25	61	2	37
Inactifs	17	26	56	1	43
Ile-de-France	16	25	58	1	41
Province	15	26	58	1	41



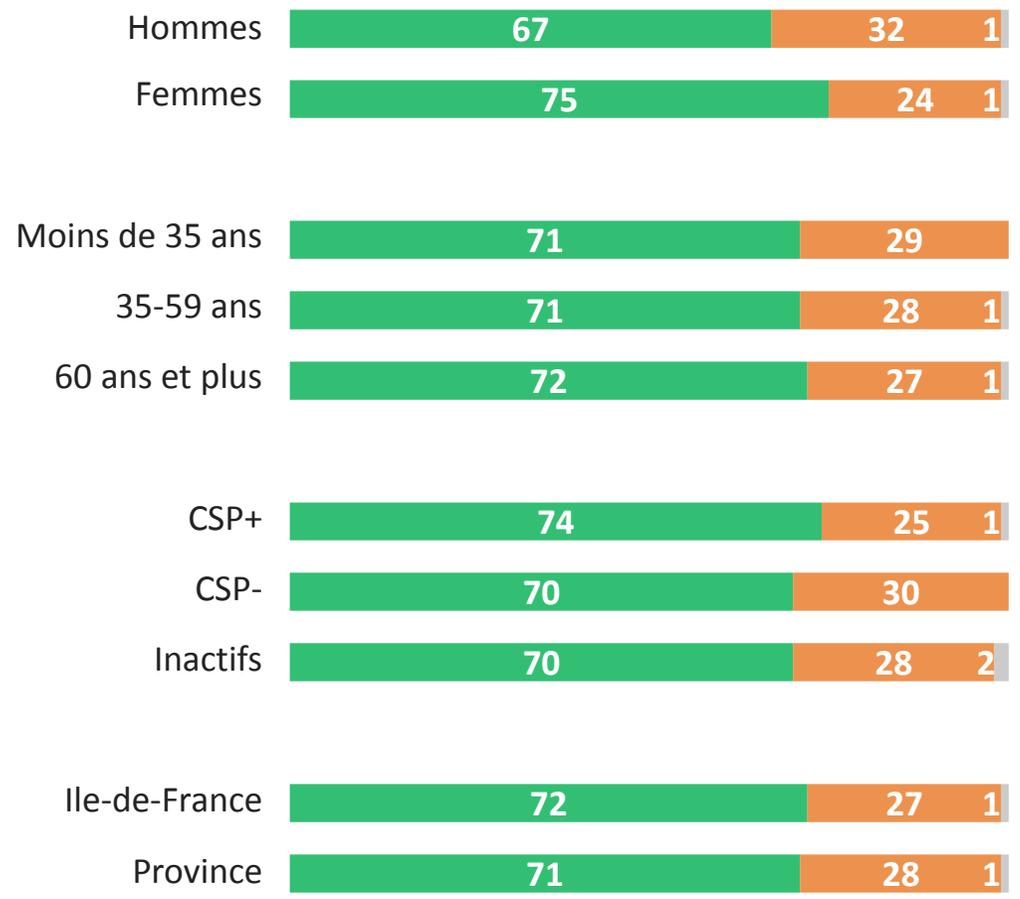
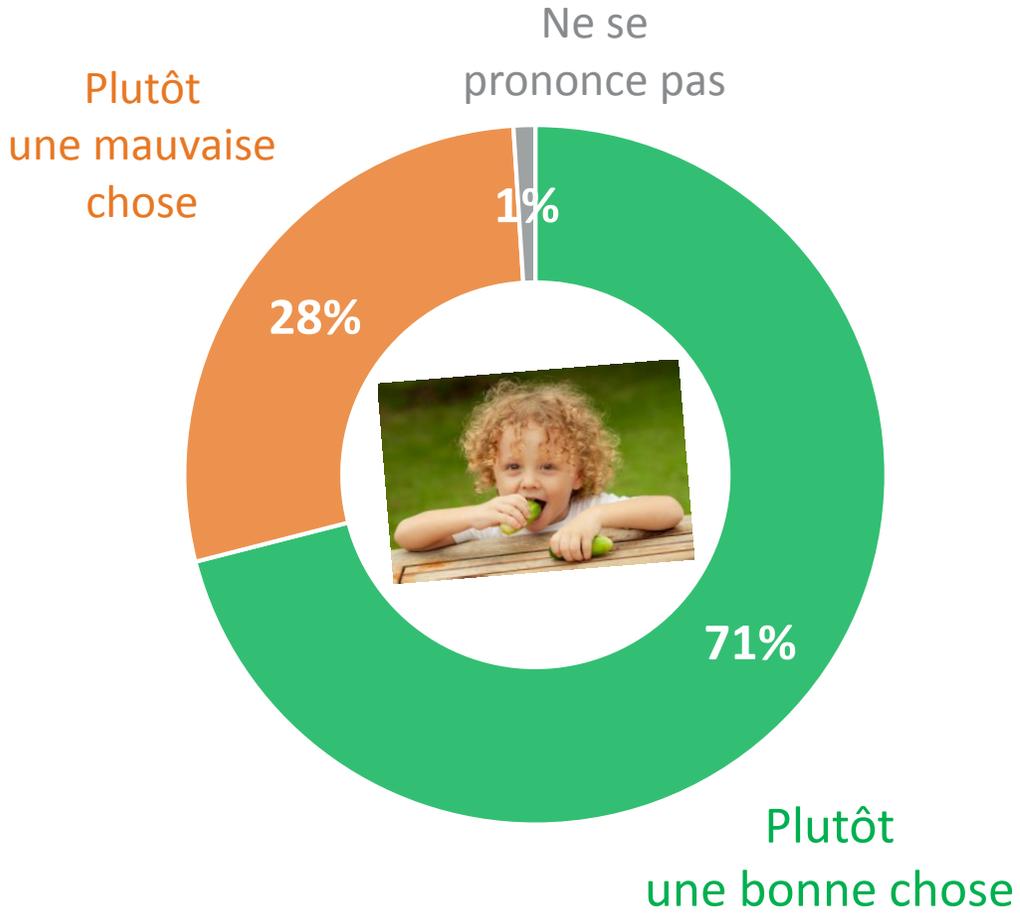
Question : Pourriez-vous devenir végétarien ?

En tête des raisons les plus susceptibles de les inciter à arrêter ou fortement diminuer leur consommation de viande: un manque de confiance dans la traçabilité



Question : Quelles raisons parmi les suivantes seraient les plus susceptibles de vous conduire à arrêter ou à fortement diminuer votre consommation de viande ? (Base : A ceux qui consomment de la viande soit 98% de l'échantillon)

Les Français sont très majoritairement favorables à ce que les cantines scolaires proposent des plats végétariens.



Selon vous, est-ce une bonne ou une mauvaise chose que les cantines scolaires proposent des plats végétariens ?



FIABILITÉ DES RÉSULTATS : Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases des études.

☑ EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un processus de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

☑ LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou

contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

☑ EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 88 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP www.ipsos.com

© 2018 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.

GAME CHANGERS

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.
Nous sommes des Game Changers.

RETROUVEZ-NOUS



www.ipsos.fr



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)

GAME CHANGERS

