

LES FRANÇAIS ET LA CONSOMMATION EN CIRCUIT LOCAL

Vos contacts Ipsos (France)

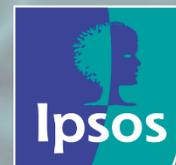
Etienne Mercier
etienne.mercier@ipsos.com

Laurène Boisson
laurene.boisson@ipsos.com

BABEL
STRATÉGIE & CRÉATION

E.Leclerc

GAME CHANGERS



Fiche technique

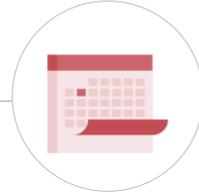


ÉCHANTILLON

1 000 Français constituant un échantillon national représentatif de la population âgée de 18 ans et plus.

Note de lecture (1) : les résultats sont exprimés en pourcentage

Note de lecture (2) : les résultats des régions Centre-Val-de-Loire et Bourgogne-Franche-Comté sont à interpréter avec prudence en raison de bases faibles



DATES DE TERRAIN

Enquête réalisée
Du **17** au **24** octobre 2019.



MÉTHODE

Échantillon interrogé par Internet

Méthode des quotas :

appliquée au sexe, à l'âge, à la profession de l'interviewé, la région et la catégorie d'agglomération.



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 Etienne Mercier, Directeur de Département Opinion.

HABITUDES D'ACHAT DES FRANÇAIS

L'HYPERMARCHÉ : LE LIEU LE PLUS FRÉQUENTÉ LORSQU'IL S'AGIT DE FAIRE SES COURSES ALIMENTAIRES, LOIN DEVANT LES COMMERCES DE PROXIMITÉ OU LES PETITS PRODUCTEURS

SOUVENT

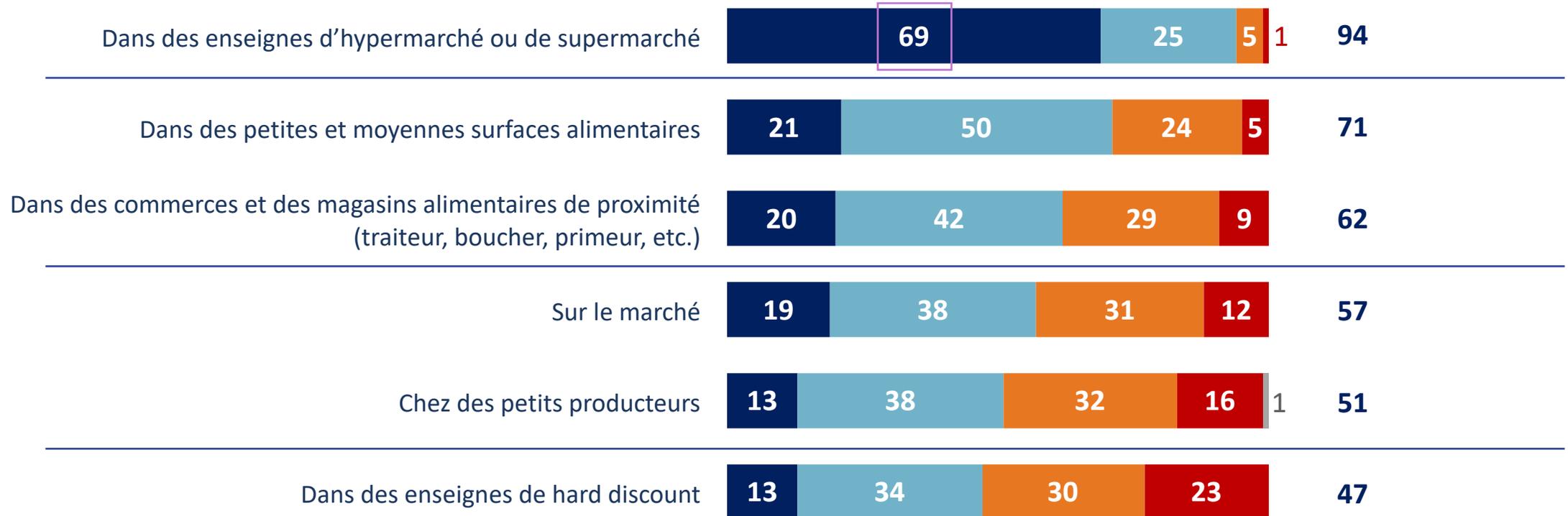
PARFOIS

RAREMENT

JAMAIS

(NE SE PRONONCE PAS)

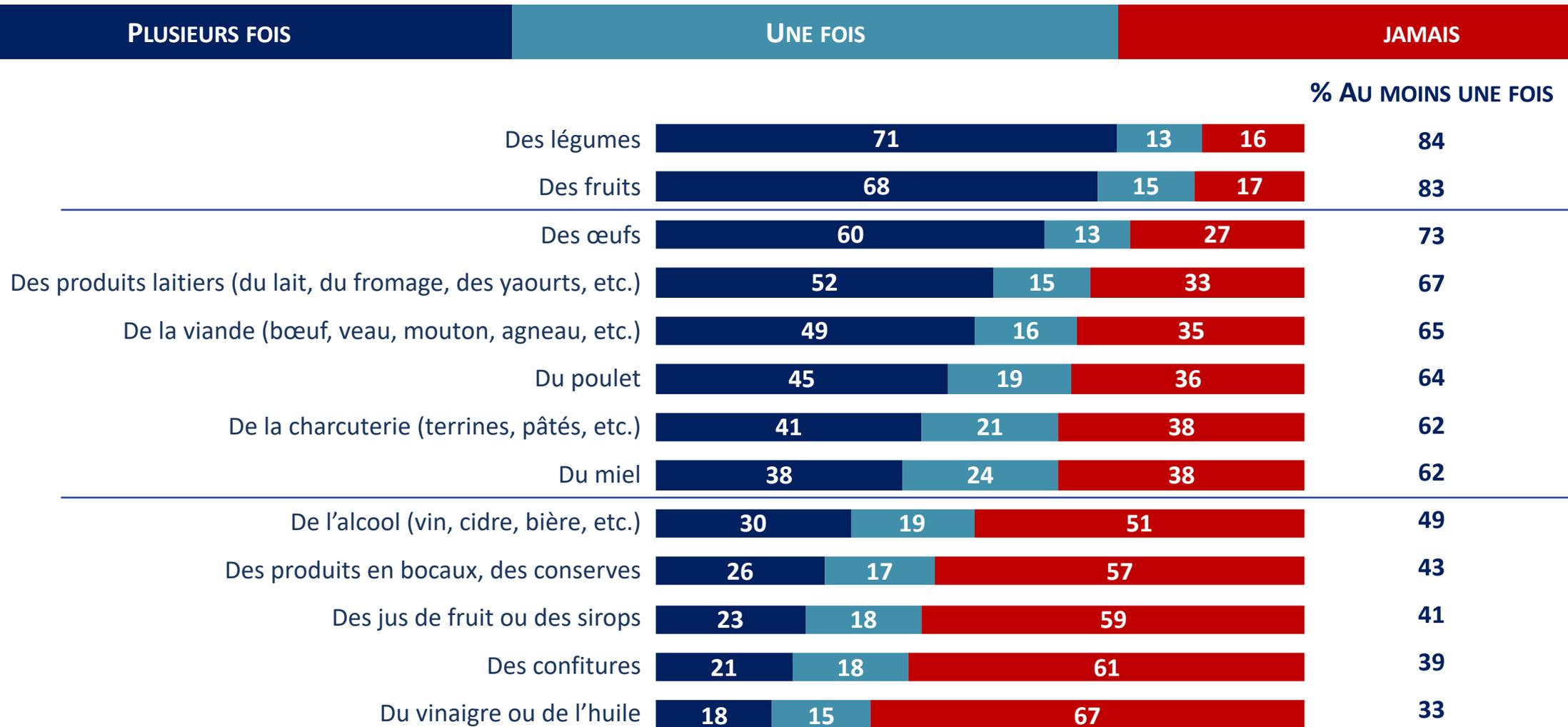
% AU MOINS PARFOIS



- Question : Faîtes-vous certaines de vos courses alimentaires... :

BASE : ENSEMBLE

L'ACHAT DE PRODUITS LOCAUX ENTRE DANS LES HABITUDES DE CONSOMMATION DES FRANÇAIS SUR UN NOMBRE RELATIVEMENT IMPORTANT DE PRODUITS : LÉGUMES, FRUITS, ŒUFS MAIS AUSSI PRODUITS LAITIERS, VIANDE OU ENCORE CHARCUTERIE



- Question : Au cours de l'année, combien de fois avez-vous acheté les produits suivants proposés par des producteurs locaux, c'est-à-dire issus d'exploitations proches de chez vous (même si vous les avez achetés dans un magasin) ?

BASE : ENSEMBLE

SI LES JEUNES ACHÈTENT MOINS SOUVENT LOCAL QUE LES AUTRES, UNE MAJORITÉ D'ENTRE EUX EN A D'ORES ET DÉJÀ PRIS L'HABITUDE

	ENSEMBLE	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE			SELON L'AGGLOMÉRATION		
		HOMMES	FEMMES	MOINS DE 35 ANS	35-59 ANS	60 ANS ET +	RURAL	URBAIN	PARIS
Des légumes	84	84	85	82	82	89	85	86	78
Des fruits	83	82	85	83	81	87	83	86	75
Des œufs	73	73	73	71	70	79	75	75	64
Des produits laitiers (du lait, du fromage, des yaourts, etc.)	67	70	64	65	67	68	66	69	61
De la viande (bœuf, veau, mouton, agneau, etc.)	65	68	62	62	64	68	69	66	55
Du poulet	64	64	64	60	62	71	68	65	55
De la charcuterie (terrines, pâtés, etc.)	62	66	58	60	61	64	62	64	53
Du miel	62	63	61	61	61	64	66	63	51
De l'alcool (vin, cidre, bière, etc.)	49	52	46	50	47	51	47	52	39
Des produits en bocaux, des conserves	43	46	40	45	42	43	39	44	43
Des jus de fruit ou des sirops	41	43	40	50	41	34	38	44	36
Des confitures	39	40	38	45	36	38	32	40	43
Du vinaigre ou de l'huile	33	34	32	36	31	32	28	37	25

- Question : Au cours de l'année, combien de fois avez-vous acheté les produits suivants proposés par des producteurs locaux, c'est-à-dire issus d'exploitations proches de chez vous (même si vous les avez achetés dans un magasin) ? **BASE : ENSEMBLE**

L'ATTENTION ACCORDÉE À LA QUALITÉ ET À L'ORIGINE DES PRODUITS ALIMENTAIRES

D'UNE FAÇON GÉNÉRALE, LES FRANÇAIS ONT UN COMPORTEMENT PLUS ÉCO-RESPONSABLE PAR RAPPORT À IL Y A 5 ANS

BEAUCOUP PLUS

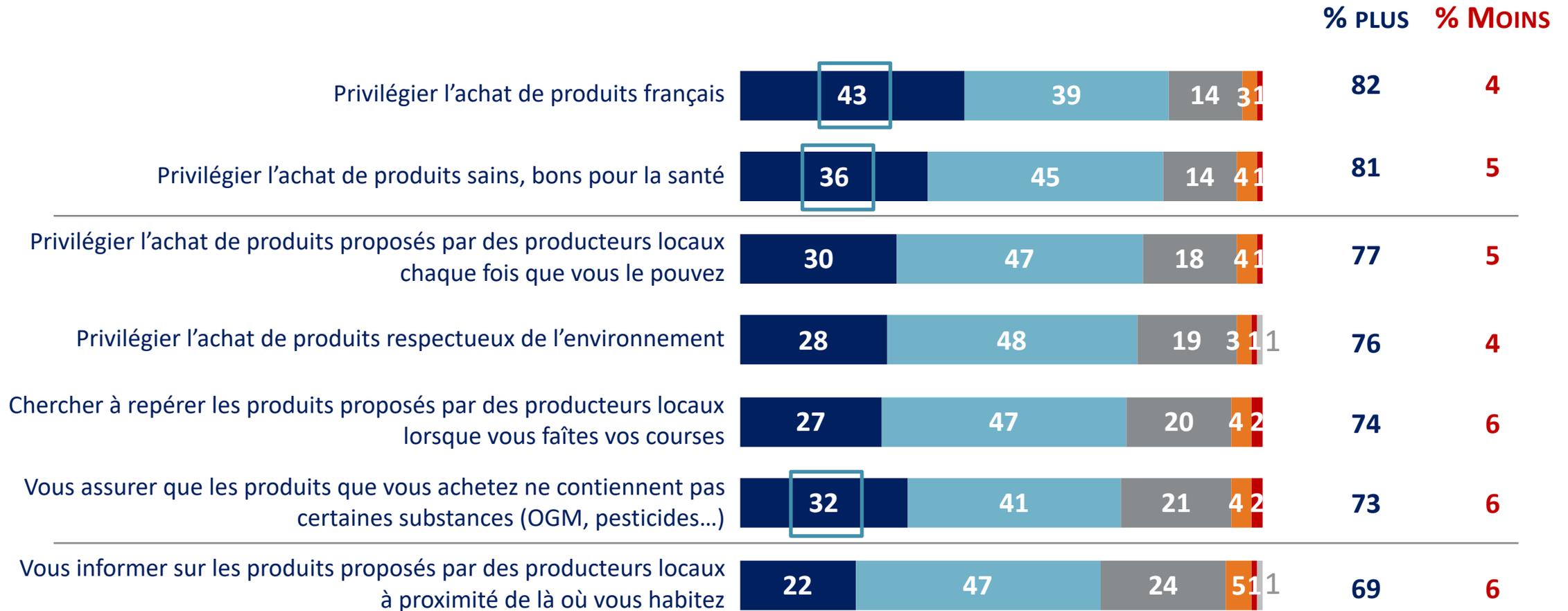
UN PEU PLUS

NI PLUS, NI MOINS

UN PEU MOINS

BEAUCOUP MOINS

(NE SE PRONONCE PAS)



- Question : Globalement, depuis ces 5 dernières années, faites-vous beaucoup plus, un peu plus, un peu moins, beaucoup moins ou ni plus, ni moins les choses suivantes ?

BASE : ENSEMBLE

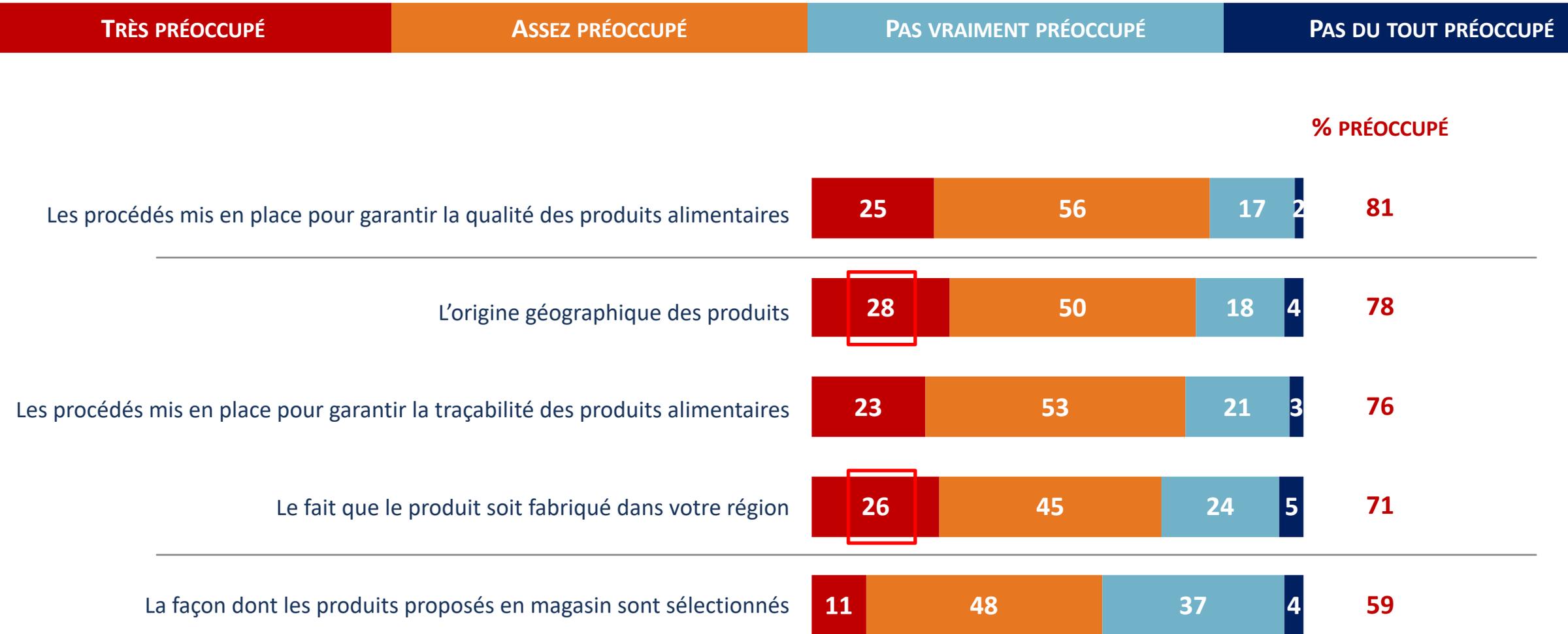
ACHETER DES PRODUITS FRANÇAIS, BONS POUR LA SANTÉ OU ENCORE LOCAUX CONCERNE PLUS LES SENIORS MAIS UNE MAJORITÉ DE JEUNES AVOUE DÉSORMAIS Y FAIRE PLUS ATTENTION QU'IL Y A 5 ANS

	ENSEMBLE	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE			SELON L'AGGLOMÉRATION		
		HOMMES	FEMMES	MOINS DE 35 ANS	35-59 ANS	60 ANS ET +	RURAL	URBAIN	PARIS
Privilégier l'achat de produits français	82	80	84	74	81	89	82	83	79
Privilégier l'achat de produits sains, bons pour la santé	81	80	83	77	78	89	78	84	78
Privilégier l'achat de produits proposés par des producteurs locaux chaque fois que vous le pouvez	77	77	77	71	74	86	78	78	74
Privilégier l'achat de produits respectueux de l'environnement	76	76	77	72	73	84	75	77	75
Chercher à repérer les produits proposés par des producteurs locaux lorsque vous faites vos courses	74	73	75	68	71	83	71	77	69
Vous assurer que les produits que vous achetez ne contiennent pas certaines substances (OGM, pesticides...)	73	72	73	66	69	82	70	74	72
Vous informer sur les produits proposés par des producteurs locaux à proximité de là où vous habitez	69	67	72	62	69	77	73	71	57

- Question : Globalement, depuis ces 5 dernières années, faites-vous beaucoup plus, un peu plus, un peu moins, beaucoup moins ou ni plus, ni moins les choses suivantes ?

BASE : ENSEMBLE

LA QUALITÉ DES ALIMENTS ET LEUR ORIGINE SONT DÉSORMAIS UNE RÉELLE PRÉOCCUPATION POUR LA TRÈS GRANDE MAJORITÉ DES FRANÇAIS



• Question : Quand vous achetez des produits alimentaires, diriez-vous que vous êtes très, assez, pas vraiment ou pas du tout préoccupé par les aspects suivants :

BASE : ENSEMBLE

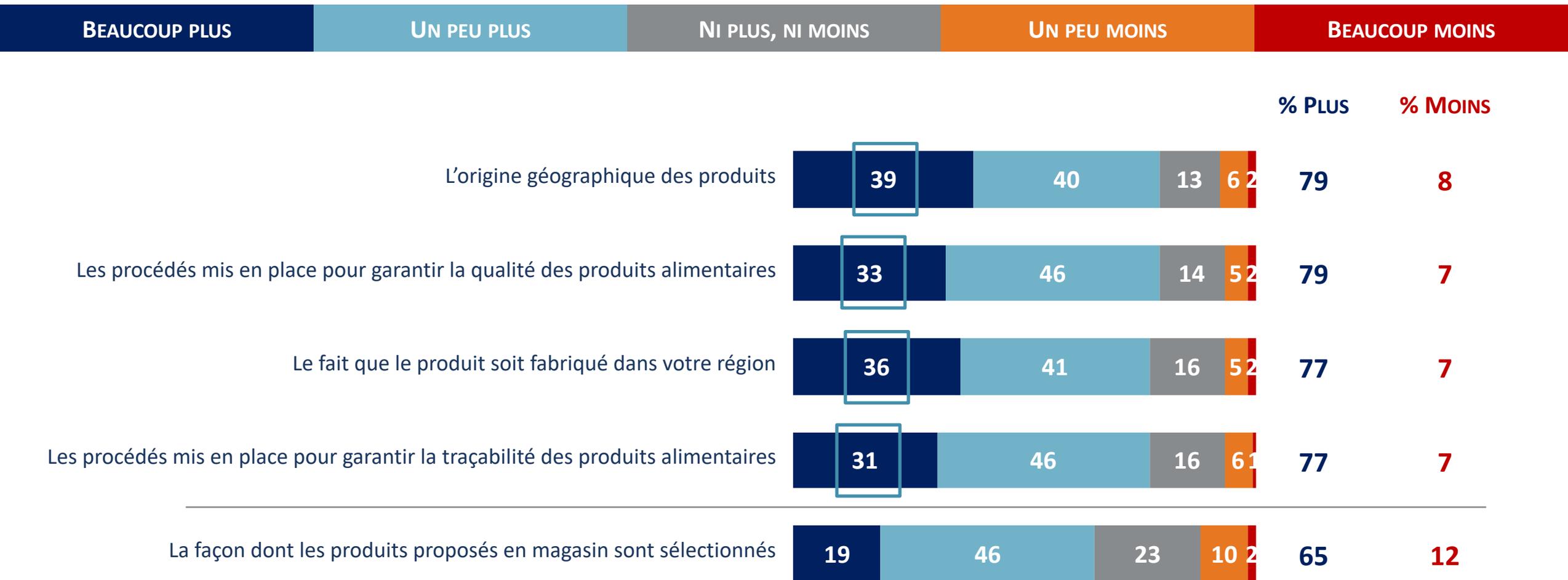
UNE PRÉOCCUPATION QUI TRANSCENDE TOUTES LES CATÉGORIES DE LA POPULATION MAIS QUI EST PLUS FORTE CHEZ LES FEMMES ET LES SENIORS

	ENSEMBLE	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE			SELON L'AGGLOMÉRATION		
		HOMMES	FEMMES	MOINS DE 35 ANS	35-59 ANS	60 ANS ET +	RURAL	URBAIN	PARIS
Les procédés mis en place pour garantir la qualité des produits alimentaires	81	79	83	76	81	85	79	82	81
L'origine géographique des produits	78	77	79	73	78	81	77	79	75
Les procédés mis en place pour garantir la traçabilité des produits alimentaires	76	73	79	71	77	81	76	77	75
Le fait que le produit soit fabriqué dans votre région	71	69	73	65	71	75	72	71	69
La façon dont les produits proposés en magasin sont sélectionnés	59	57	62	55	59	63	61	59	58

- Question : Quand vous achetez des produits alimentaires, diriez-vous que vous êtes très, assez, pas vraiment ou pas du tout préoccupé par les aspects suivants :

BASE : ENSEMBLE

LES FRANÇAIS ACCORDENT ÉGALEMENT DÉSORMAIS PLUS D'ATTENTION À L'ORIGINE DES PRODUITS ET NOTAMMENT RÉGIONALE, MAIS AUSSI AUX GARANTIES QUANT À LEUR QUALITÉ ET LEUR TRAÇABILITÉ : UNE TENDANCE DE FOND



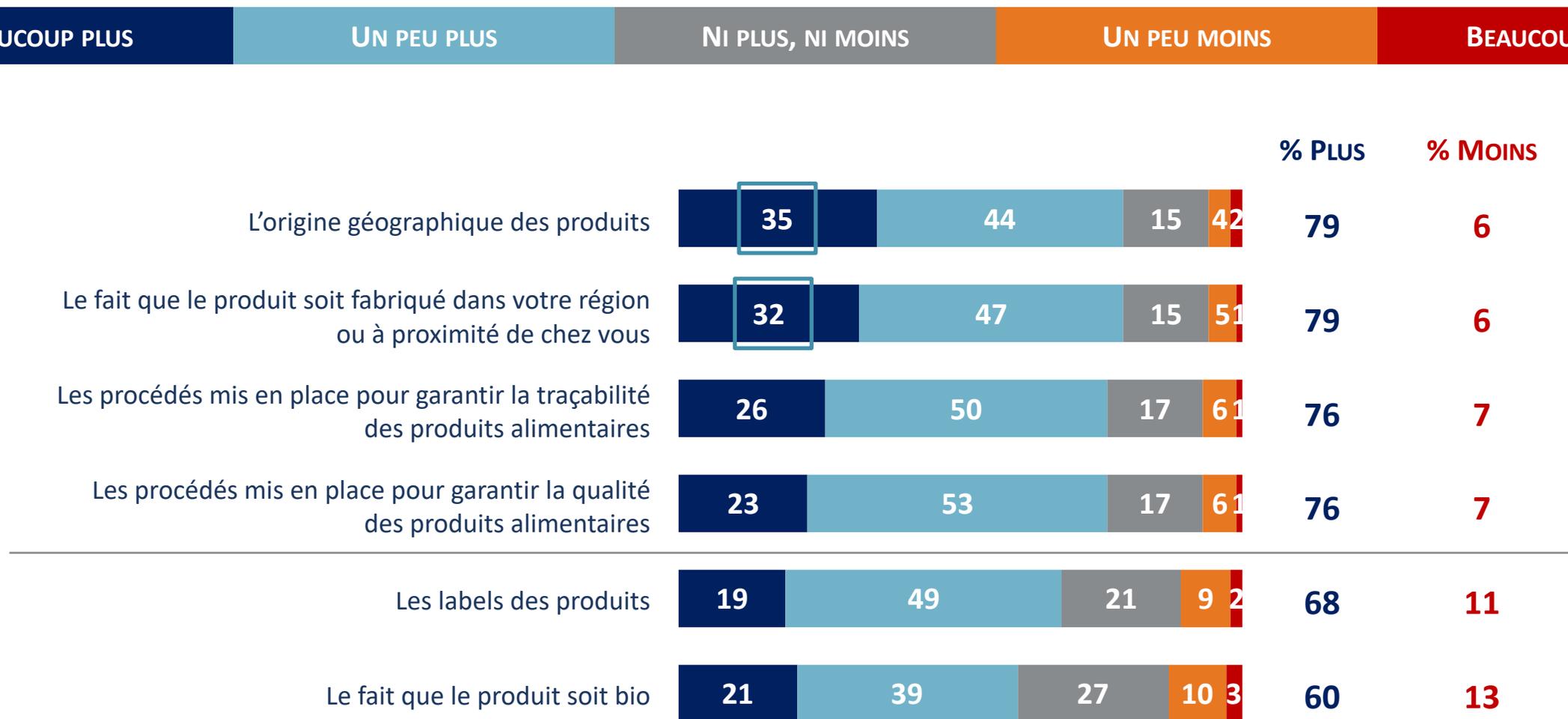
- Question : Quand vous pensez aux produits alimentaires que vous pouvez acheter, diriez-vous que depuis ces 5 dernières années vous êtes beaucoup plus, un peu plus, ni plus, ni moins préoccupé par... ? **BASE : ENSEMBLE**

UNE PRÉOCCUPATION TRÈS MAJORITAIRE AU SEIN DE TOUTES LES CATÉGORIES DE LA POPULATION

	ENSEMBLE		SELON LE SEXE				SELON L'ÂGE						SELON L'AGGLOMÉRATION					
			HOMMES		FEMMES		MOINS DE 35 ANS		35-59 ANS		60 ANS ET +		RURAL		URBAIN		PARIS	
	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »
L'origine géographique des produits	79	8	76	10	82	6	71	11	80	7	85	6	82	6	80	8	74	9
Les procédés mis en place pour garantir la qualité des produits alimentaires	79	7	75	9	83	5	74	8	79	7	85	5	79	6	80	7	76	10
Le fait que le produit soit fabriqué dans votre région	77	7	75	9	78	6	66	12	78	7	83	5	76	7	79	7	70	10
Les procédés mis en place pour garantir la traçabilité des produits alimentaires	77	7	72	10	82	4	71	9	76	8	84	4	78	6	77	7	77	7
La façon dont les produits proposés en magasin sont sélectionnés	65	12	62	15	68	9	56	16	63	13	76	6	61	13	67	11	65	11

- Question : Quand vous pensez aux produits alimentaires que vous pouvez acheter, diriez-vous que depuis ces 5 dernières années vous êtes beaucoup plus, un peu plus, **BASE : ENSEMBLE** un peu moins, beaucoup moins ou ni plus, ni moins préoccupé par... ?

LA PROXIMITÉ SEMBLE ÊTRE L'UN DES GAGES LES PLUS FORTS DE RÉASSURANCE FACE À LEURS INQUIÉTUDES, PLUS QUE LES LABELS OU LE FAIT D'ÊTRE BIO CAR L'IMPORTANCE ACCORDÉE À LA TRAÇABILITÉ EST FORTE



- Question : Plus précisément, faites-vous aujourd'hui beaucoup plus, un peu plus, un peu moins, beaucoup moins, ou ni plus ni moins attention aux aspects suivants lorsque vous achetez des produits alimentaires ?

BASE : ENSEMBLE

L'ATTENTION APPORTÉE À L'ORIGINE LOCALE DES PRODUITS EST AUSSI DÉSORMAIS TRÈS FORTE CHEZ LES PLUS JEUNES

	ENSEMBLE		SELON LE SEXE				SELON L'ÂGE						SELON L'AGGLOMÉRATION					
			HOMMES		FEMMES		MOINS DE 35 ANS		35-59 ANS		60 ANS ET +		RURAL		URBAIN		PARIS	
	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »	« PLUS »	« MOINS »
L'origine géographique des produits	79	6	77	8	81	5	74	9	77	7	86	3	78	7	80	6	77	8
Le fait que le produit soit fabriqué dans votre région ou à proximité de chez vous	79	6	78	6	80	5	71	11	79	5	85	3	81	5	79	6	75	7
Les procédés mis en place pour garantir la traçabilité des produits alimentaires	76	7	73	9	78	5	69	11	74	6	84	4	75	7	76	7	76	6
Les procédés mis en place pour garantir la qualité des produits alimentaires	76	7	74	8	78	5	72	10	73	7	84	4	74	6	78	6	74	10
Les labels des produits	68	11	66	13	69	10	58	17	68	10	74	8	66	13	68	11	67	12
Le fait que le produit soit bio	60	13	59	15	61	12	57	16	59	13	63	13	58	15	61	12	59	17

- Question : Plus précisément, faites-vous aujourd'hui beaucoup plus, un peu plus, un peu moins, beaucoup moins, ou ni plus ni moins attention aux aspects suivants lorsque vous achetez des produits alimentaires ?

BASE : ENSEMBLE

L'ACHAT DE PRODUITS LOCAUX

POUR PRESQU'1 FRANÇAIS SUR 2 : CONSOMMER LOCAL, C'EST ACHETER UN PRODUIT QUI EST À MOINS DE 50 KM DE SON DOMICILE



	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE			SELON L'AGGLOMÉRATION		
	HOMMES	FEMMES	MOINS DE 35 ANS	35-59 ANS	60 ANS ET +	RURAL	URBAIN	PARIS
A moins de 50 km de chez vous	46	48	39	51	48	55	45	43
Entre 50 km et 100 Km	24	21	24	24	20	18	25	22
Dans votre région, peu importe le nombre de kilomètres	26	27	31	22	29	24	27	27
En France	4	4	6	3	3	3	3	8

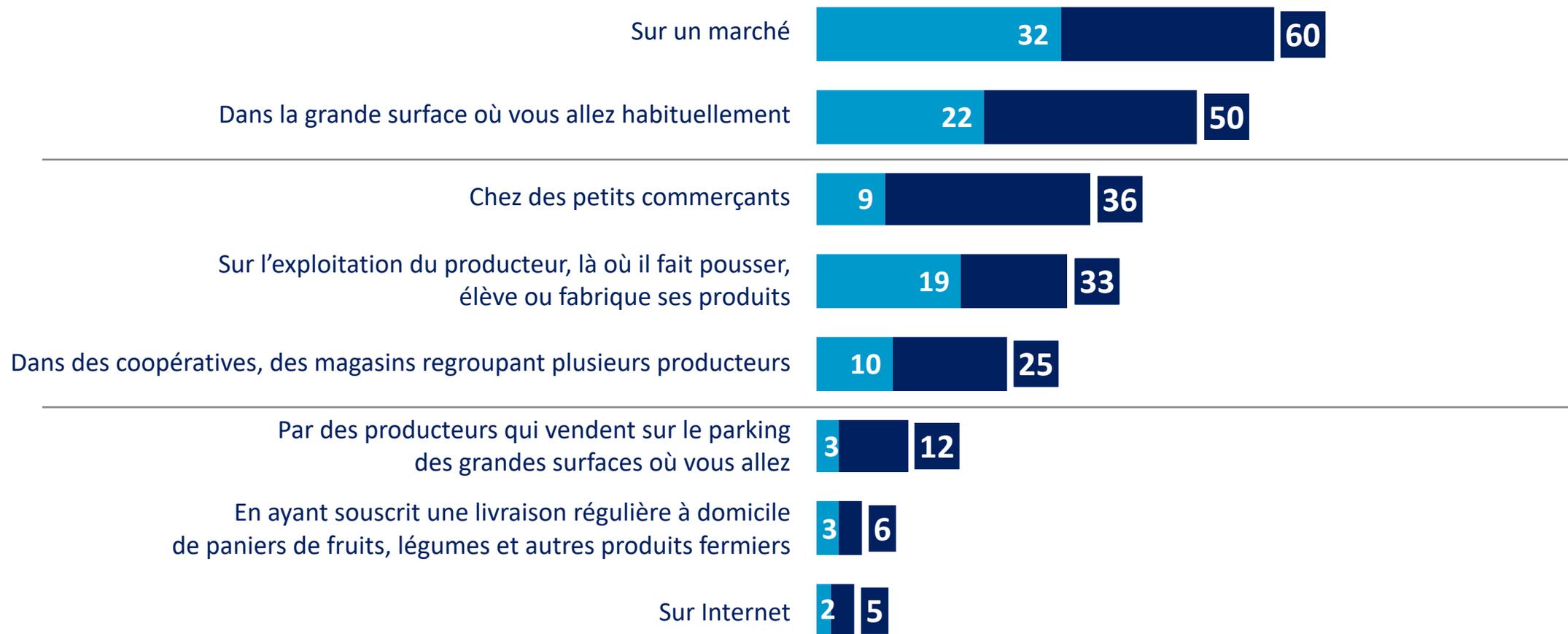
- Question : Pour vous personnellement, un produit local est un produit dont le producteur est situé...?

BASE : ENSEMBLE

DANS LE DÉTAIL, LORSQU'ILS ACHÈTENT DES PRODUITS ALIMENTAIRES PROPOSÉS PAR DES PRODUCTEURS LOCAUX, LES RÉPONDANTS SE LES PROCURENT D'ABORD AU MARCHÉ ET DANS LEUR GRANDE SURFACE HABITUELLE

EN PREMIER

AU TOTAL



• Question : Globalement, lorsque vous achetez des produits alimentaires proposés par des producteurs locaux, comment vous les procurez-vous le plus souvent ?
En premier ? Au total ?

BASE : ENSEMBLE

LES FRANÇAIS, LORSQU'ILS ACHÈTENT CES PRODUITS PROPOSÉS PAR DES PRODUCTEURS LOCAUX, SOUHAITENT SURTOUT ÊTRE RASSURÉS SUR LEUR ORIGINE, ET FAVORISER L'ÉCONOMIE ET L'EMPLOI LÀ OÙ ILS HABITENT

EN PREMIER

AU TOTAL



- Question : Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous achetez des produits proposés par des producteurs locaux ? En premier ? Au total ?

BASE : ENSEMBLE

LES LEVIERS DE L'ACHAT DE PRODUITS LOCAUX : D'ABORD LA RÉASSURANCE, MAIS AUSSI LA DÉMARCHE CITOYENNE (FAVORISER L'ÉCONOMIE ET L'EMPLOI)

	ENSEMBLE	SELON LE SEXE		SELON L'ÂGE			SELON L'AGGLOMÉRATION		
		HOMMES	FEMMES	MOINS DE 35 ANS	35-59 ANS	60 ANS ET +	RURAL	URBAIN	PARIS
Pour être rassuré sur l'origine des produits, savoir d'où ils viennent	61	58	63	53	59	70	63	62	55
Pour favoriser l'économie et l'emploi là où vous habitez	60	60	59	54	63	60	63	61	48
Pour consommer des produits ayant beaucoup plus de goût que les autres	54	53	55	53	52	58	58	53	53
Pour préserver l'environnement, acheter des produits dont le transport pollue le moins possible	44	46	43	49	42	44	34	46	52
Pour être rassurés sur leur sécurité sanitaire (les risques pour la santé)	20	22	19	25	19	19	17	20	28

- Question : Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous achetez des produits proposés par des producteurs locaux ? En premier ? Au total ?

BASE : ENSEMBLE

LES PRODUITS LOCAUX SONT AVANT TOUT CONSIDÉRÉS COMME SAVOUREUX ET BONS POUR LA SANTÉ...ET BEAUCOUP MOINS COMME DEVANT ÊTRE BIO, COMME CHERS OU NE CONTENANT AUCUN PESTICIDE

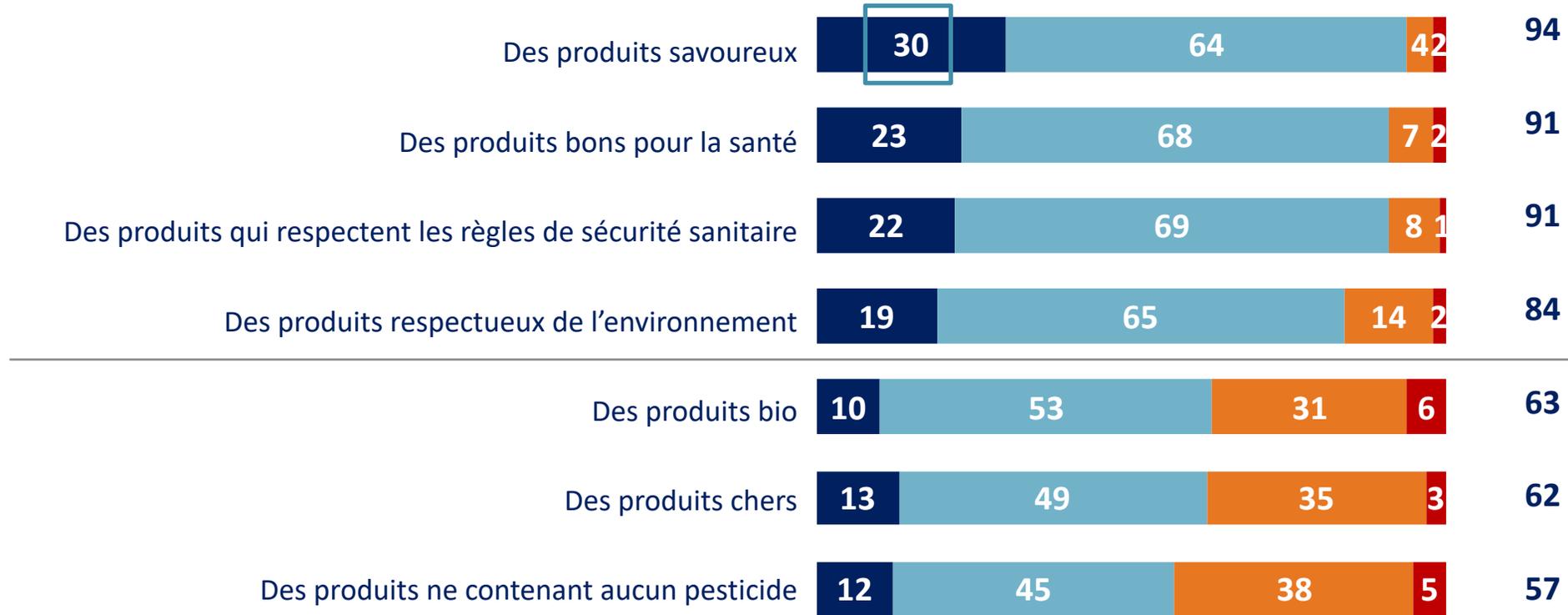
OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

NON, PLUTÔT PAS

NON, PAS DU TOUT

% OUI



- Question : Selon vous, les produits proposés par des producteurs locaux sont-ils le plus souvent ?

BASE : ENSEMBLE

LES PRODUCTEURS LOCAUX : DES ACTEURS ESSENTIELS POUR LA SOCIÉTÉ SELON LES FRANÇAIS ET QU'IL FAUT AIDER : LES FRANÇAIS SONT LOIN DE L'AGRIBASHING AVEC « LEURS » PRODUCTEURS LOCAUX

TOUT À FAIT D'ACCORD

PLUTÔT D'ACCORD

PUTÔT PAS D'ACCORD

PAS D'ACCORD DU TOUT

% D'ACCORD

Je suis convaincu qu'il faut aider les producteurs locaux

55

42

21

97

Je suis convaincu que les produits proposés par les producteurs locaux sont meilleurs pour la santé que les produits industriels

43

50

51

93

Je trouve que les grandes surfaces n'en font pas assez pour aider les producteurs locaux

37

51

10

88

Je pense que l'action des grandes surfaces alimentaires est essentielle pour sauvegarder les producteurs locaux

30

54

12

3

84

Je recommande souvent des produits proposés par des producteurs locaux à mes proches

27

51

14

7

78

Je fais confiance à la grande surface où je fais le plus souvent mes courses alimentaires pour sélectionner et me proposer des produits locaux de très bonne qualité

9

57

28

5

66

- Question : Diriez-vous que chacune des propositions suivantes correspond ou pas à votre situation personnelle ?

BASE : ENSEMBLE

L'OFFRE DES GRANDES SURFACE EN PRODUITS LOCAUX

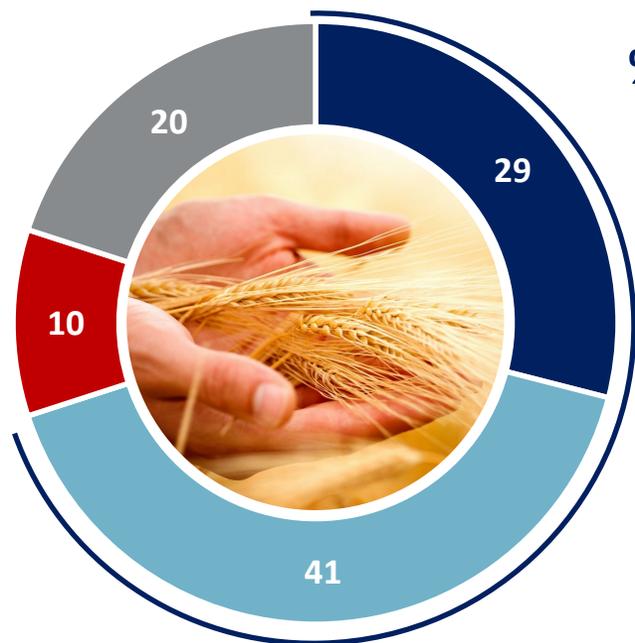
A PEINE 3 FRANÇAIS SUR 10 SONT CERTAINS QUE LA GRANDE SURFACE DANS LAQUELLE ILS SE RENDENT LE PLUS SOUVENT VEND DES PRODUITS ISSUS DE PRODUCTEURS LOCAUX...

OUI, J'EN SUIS CERTAIN

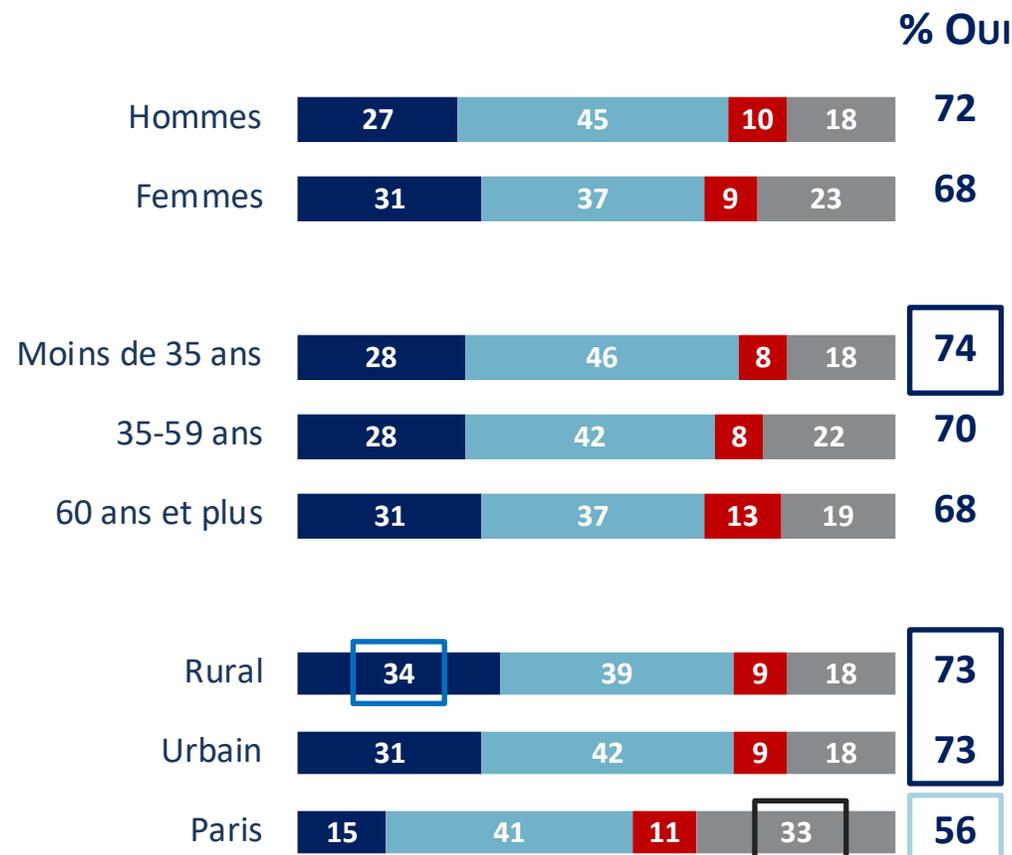
OUI, PROBABLEMENT

NON, IL N'Y EN A PAS

JE NE SAIS PAS VRAIMENT



% OUI :
70



- Question : Savez-vous si des produits issus de producteurs locaux, proches de chez vous ou implantés dans votre région sont vendus dans la grande surface où vous allez faire le plus souvent vos courses alimentaires ?

BASE : ENSEMBLE

... ET PRÈS D'UNE PERSONNE SUR DEUX ESTIME QUE L'OFFRE ACTUELLE EN GRANDE SURFACE DE PRODUITS ISSUS DE PRODUCTEURS LOCAUX N'EST PAS SATISFAISANTE

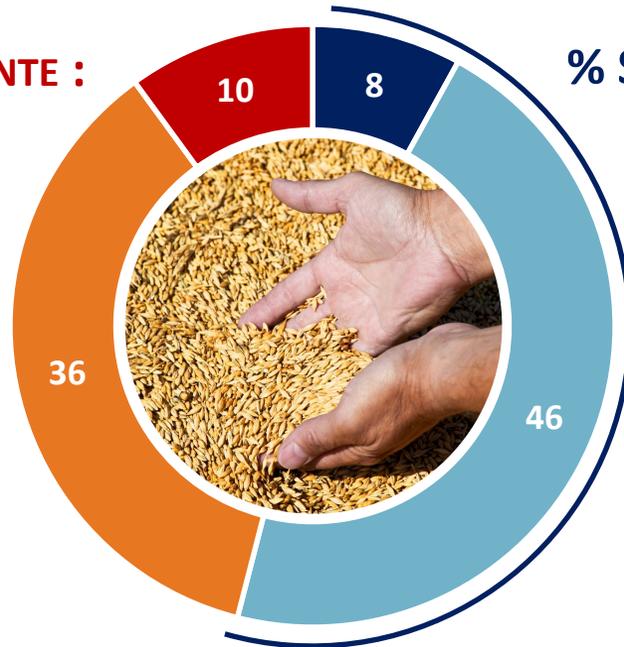
TRÈS SATISFAISANTE

ASSEZ SATISFAISANTE

PAS VRAIMENT SATISFAISANTE

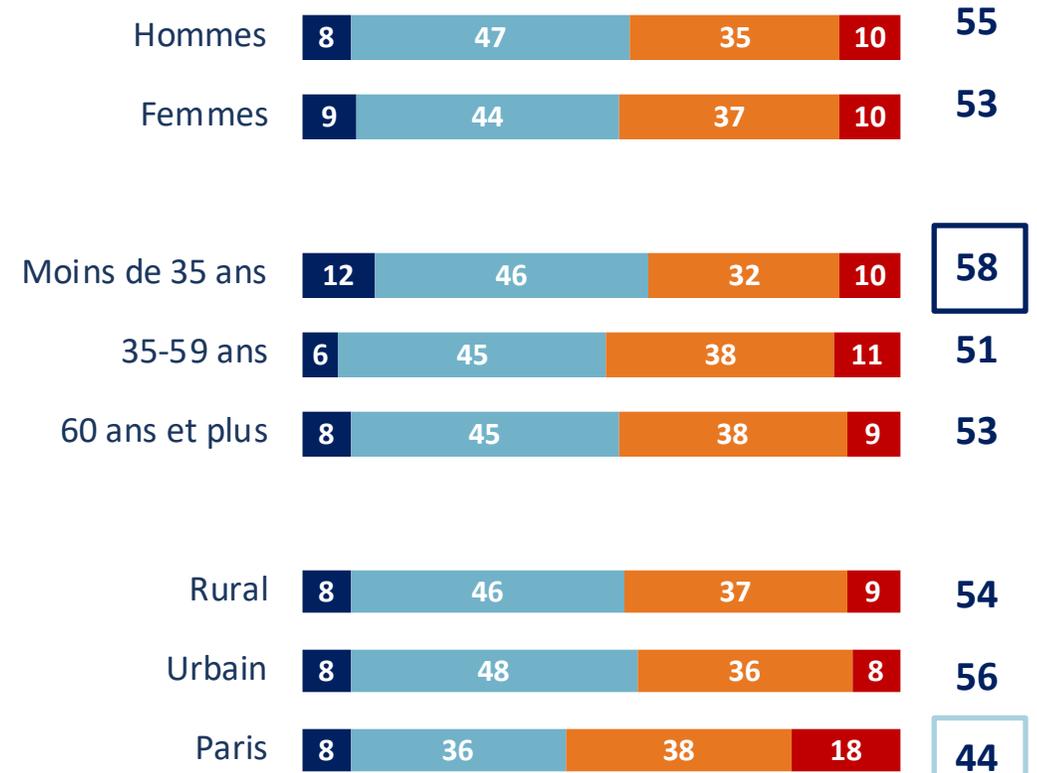
PAS DU TOUT SATISFAISANTE

**% PAS SATISFAISANTE :
46**



**% SATISFAISANTE :
54**

% SATISFAISANTE



- Question : En tant que consommateur, avez-vous le sentiment que l'offre de produits issus de producteurs locaux dans la grande surface où vous allez faire le plus souvent vos courses alimentaires est satisfaisante ou pas ?

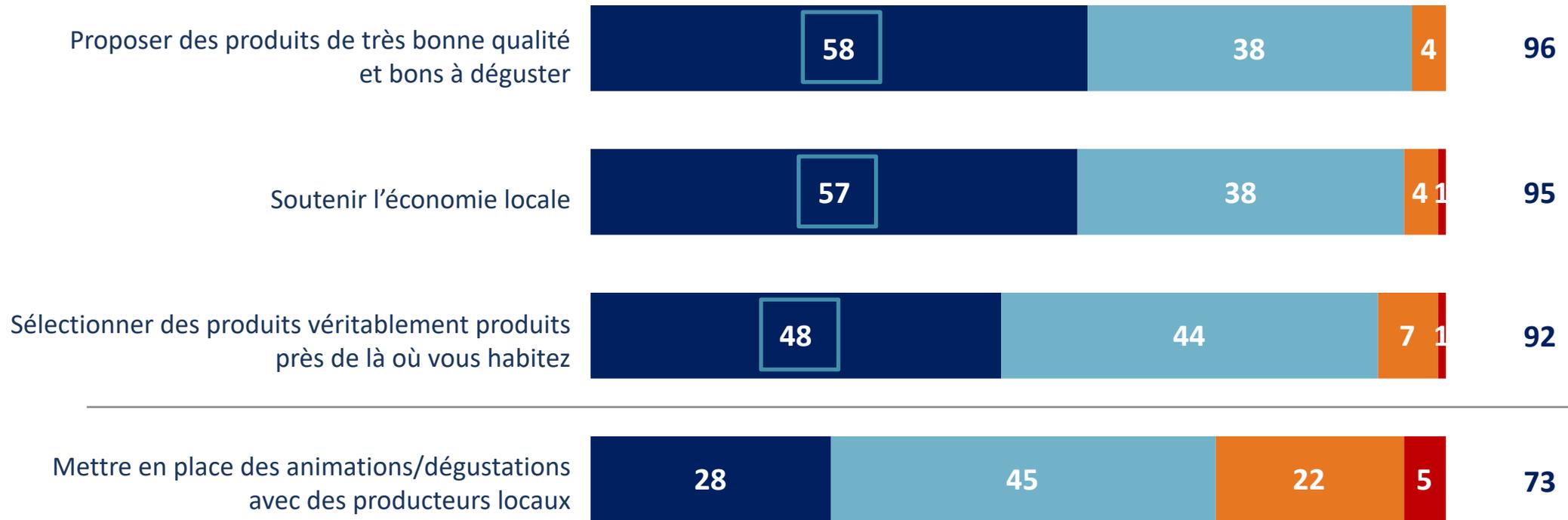
BASE : ENSEMBLE

UNE INQUIÉTUDE D'AUTANT PLUS DOMMAGEABLE QU'IL SEMBLE IMPORTANT AUX YEUX D'UNE LARGE MAJORITÉ DE FRANÇAIS QUE LEUR GRANDE SURFACE METTE EN PLACE DES ACTIONS ALLANT DANS CE SENS



Important pour tous ces aspects : 69

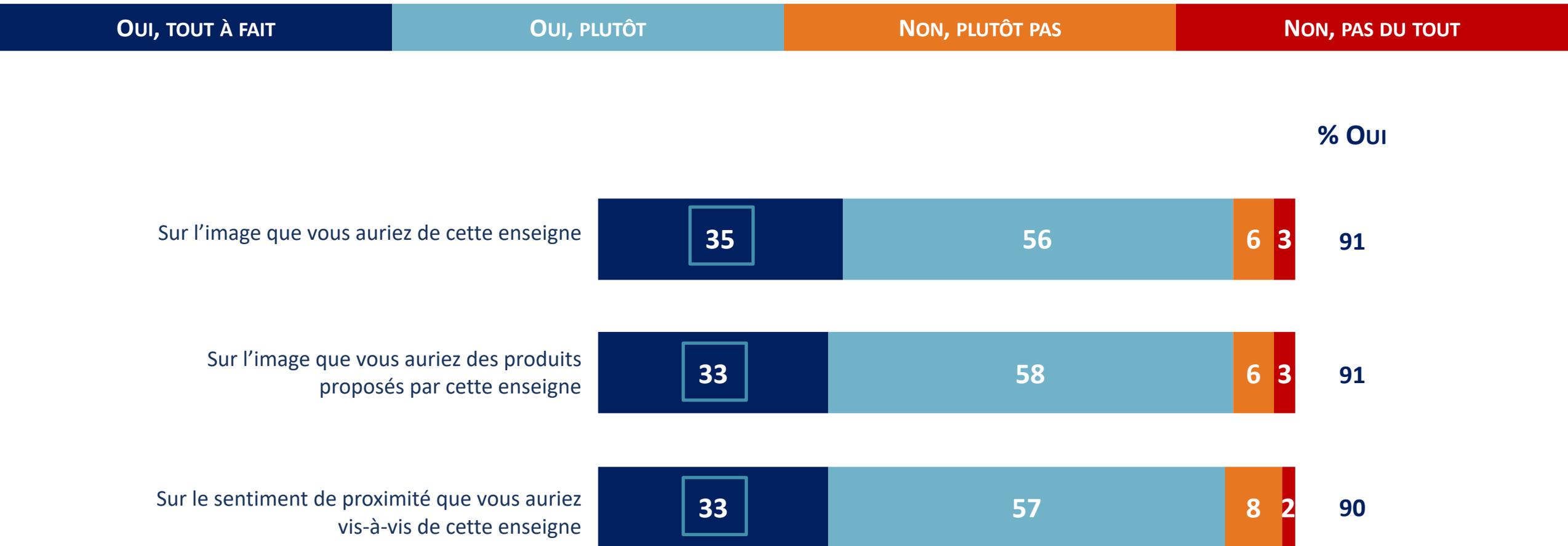
% IMPORTANT



• Question : Considérez-vous important ou pas que la grande surface où vous allez faire le plus souvent vos courses alimentaires fasse les choses suivantes ?

BASE : ENSEMBLE

POUR LA QUASI-TOTALITÉ DES FRANÇAIS, SI LEUR ENSEIGNE DE SUPERMARCHÉ PROPOSAIT PLUS DE PRODUITS LOCAUX, CELA AURAIT UN IMPACT TRÈS POSITIF SUR L'IMAGE QU'ILS ONT DE CETTE ENSEIGNE, ET LA RELATION QU'ILS ONT AVEC ELLE : LE MARQUEUR D'UNE ATTENTE FORTE



- Question : Si demain une enseigne de supermarché proche de chez vous proposait dans ses magasins beaucoup plus de produits proposés par des producteurs locaux, proches de là où vous habitez, cela aurait-il des conséquences positives ou pas ? **BASE : ENSEMBLE**

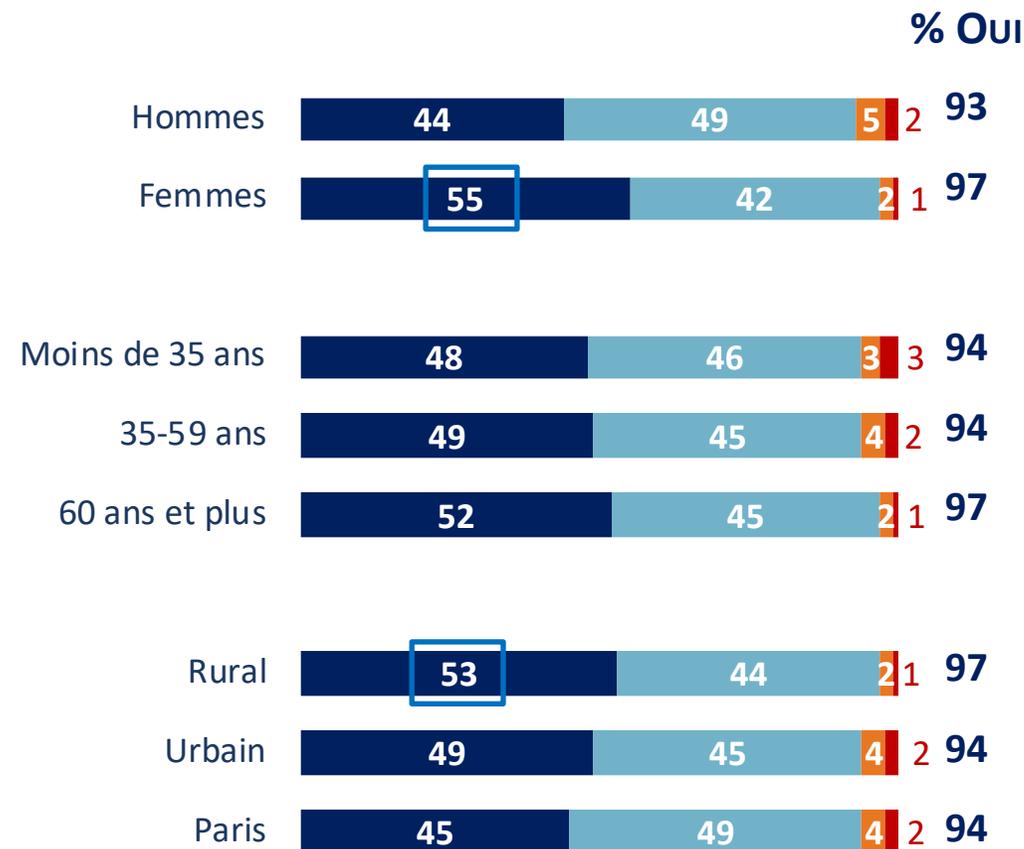
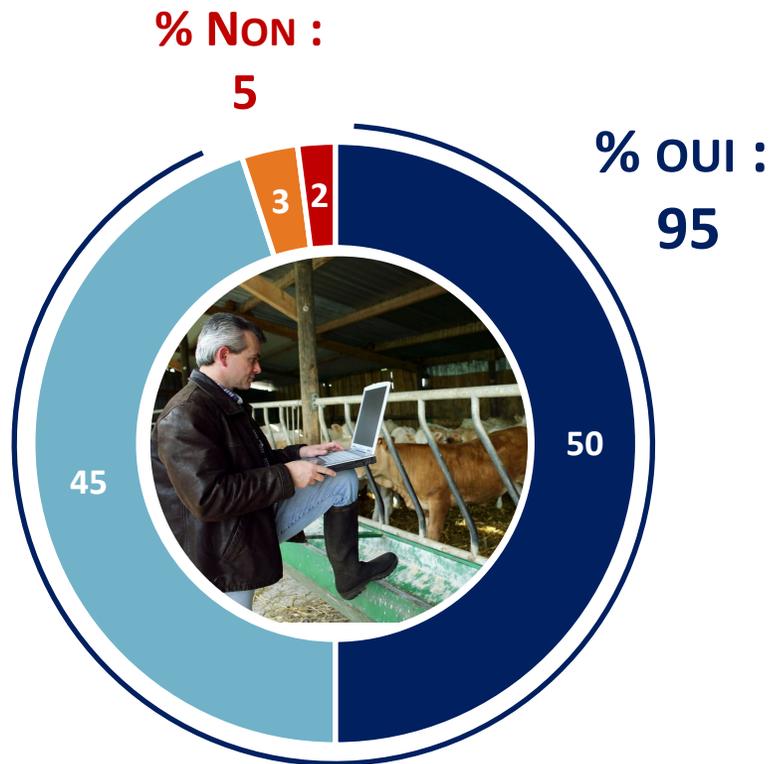
AUTRE INDICATEUR DE L'INTÉRÊT DES CONSOMMATEURS : LA QUASI-TOTALITÉ IRAIT DANS UNE ENSEIGNE QUI LEUR PROPOSERAIT BEAUCOUP PLUS DE PRODUITS LOCAUX ET À DES PRIX ABORDABLES

OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

NON, PLUTÔT PAS

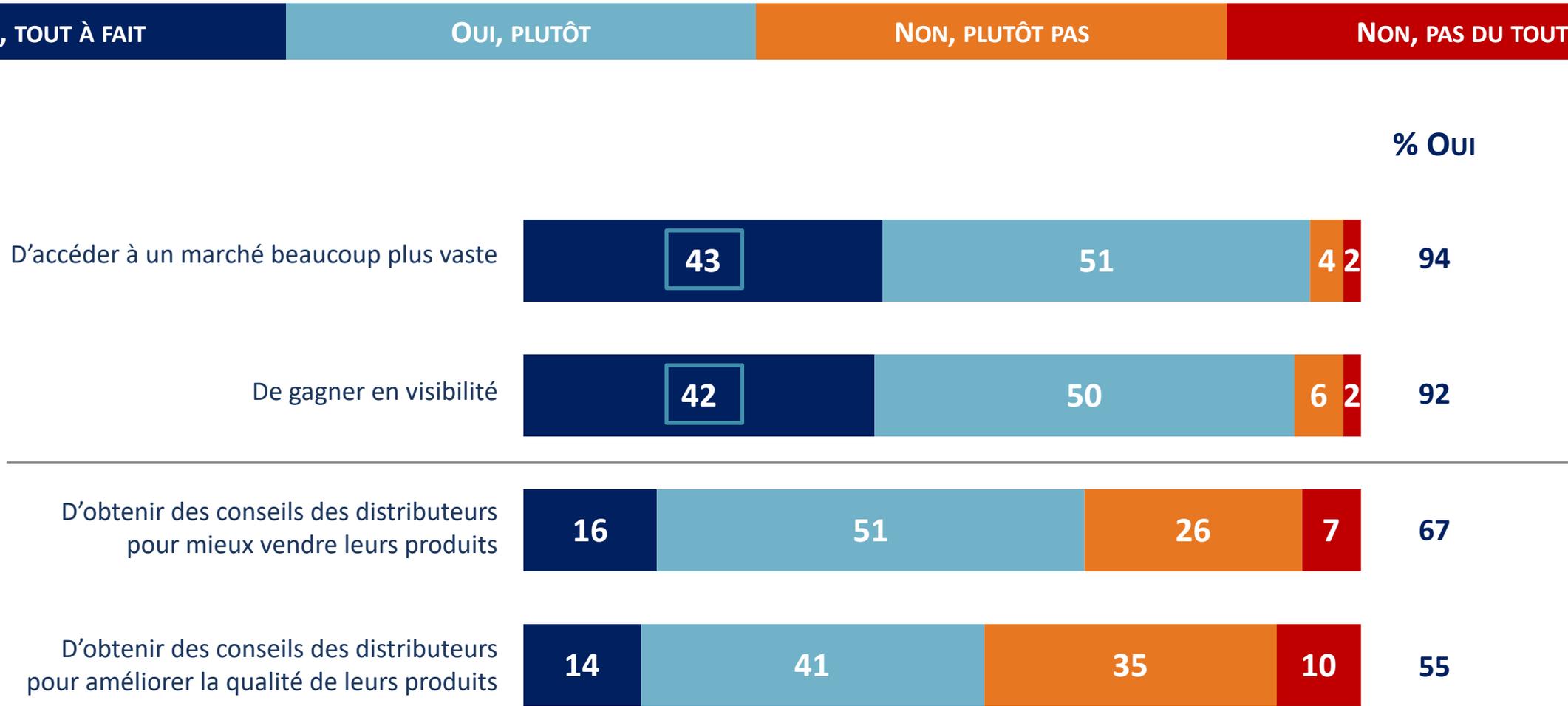
NON, PAS DU TOUT



- Question : Si demain une enseigne de supermarché proche de chez vous proposait dans ses magasins beaucoup plus de produits proposés par des producteurs locaux à des prix abordables, en plus de tous les produits habituels que vous achetez habituellement en grande surface, iriez-vous dans cette enseigne ?

BASE : ENSEMBLE

TRÈS ATTACHÉS À L'AIDE APPORTÉE AUX PRODUCTEURS LOCAUX, LES FRANÇAIS CONSIDÈRENT QUE CE SERAIT UN PARI GAGNANT POUR LES ENSEIGNES



- Question : Selon vous, est-ce que le fait de proposer leurs produits en grandes surfaces permet aux producteurs locaux ?

BASE : ENSEMBLE

ANNEXES



NOS ENGAGEMENTS :

Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

✓ Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), European Society for Opinion and Market Research,

✓ Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

✓ Ipsos France s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

• A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

✓ Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : version 2012 par AFNOR Certification**

- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.



- Cette étude a été réalisée dans le respect de ces codes et normes internationales

FIABILITÉ DES RÉSULTATS

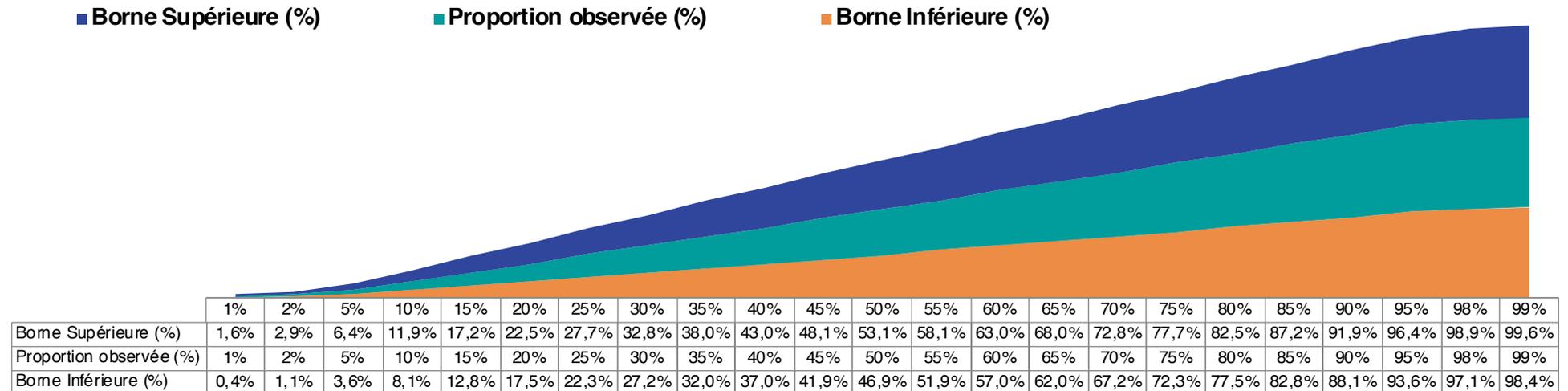


Feuille de calcul

En l'occurrence s'agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : **95%**
- Taille d'échantillon : **1000**

Les proportions observées sont comprises entre :



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

© 2019 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.

© Ipsos – Les Français et la consommation en circuit local – Leclerc – Octobre 2019

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

