

JF/BS N° 1-18173
Contacts IFOP : Jérôme Fourquet / Bénédicte Simon
Tél : 01 45 84 14 44



pour

LE FIGARO

Les personnes d'origine musulmane et la consommation halal

Résultats détaillés
Janvier 2010

Sommaire

- 1 - La méthodologie.....	2
- 2 - Les résultats de l'étude.....	4
La fréquence des achats de viande halal	5
Les lieux d'achat de la viande halal.	7
La nature des achats halal en dehors de la viande.....	9
L'attention portée à la composition des produits alimentaires.	13
L'adhésion à différentes propositions sur les achats et la consommation halal.	15

- 1 -

La méthodologie

Méthodologie

Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

Aucune publication totale ou partielle ne peut être faite sans l'accord exprès de l'Ifop.

Etude réalisée par l'Ifop pour :	Le Figaro
Echantillon	Echantillon de 536 personnes d'origine musulmane, âgées de 18 ans et plus. Il n'existe pas de statistiques permettant de construire, à proprement parler, un échantillon sur quotas de cette population. L'Ifop a déterminé, à partir des statistiques de l'Insee sur l'immigration en France et des données empiriques observées sur la population d'origine musulmane dans ses enquêtes nationales, des quotas indicatifs (sexe, âge, profession) après stratification par région et catégorie d'agglomération.
Mode de recueil	Les interviews ont eu lieu par questionnaires administrés en face à face dans la rue.
Dates de terrain	Du 12 au 19 décembre 2009

- 2 -

Les résultats de l'étude

La fréquence des achats de viande halal

Question : Quand vous achetez de la viande, achetez-vous de la viande halal ?

	Ensemble (%)
• Systématiquement	59
• La plupart du temps	15
• De temps en temps	13
• Rarement	4
• Jamais	8
- Refus de répondre	1
- Ne se prononcent pas	-
TOTAL	100

La fréquence des achats halal

	Systématiquement	La plupart du temps	De temps en temps	Rarement	Jamais	Refus de répondre	Nsp
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
ENSEMBLE	59	15	13	4	8	1	-
SEXE							
Homme	60	14	11	5	9	1	-
Femme	58	16	14	3	7	1	1
AGE							
De 18 à 24 ans	52	22	12	4	9	1	-
De 25 à 34 ans	56	15	10	4	13	1	1
De 35 à 54 ans	64	9	18	4	3	1	1
55 ans et plus	76	12	5	5	2	-	-
PROFESSION							
CSP+	52	12	14	7	12	1	2
CSP-	60	16	12	3	8	1	-
Retraité (*)	65	10	19	6	-	-	-
Autre inactif	60	17	11	4	6	2	-
CATEGORIE D'AGGLOMERATION							
20 à 100.000 habitants	69	11	9	5	6	-	-
100 à 200.000 habitants	67	12	8	4	9	-	-
Plus de 200.000 habitants	53	17	15	4	8	2	1
REGION							
Région parisienne	46	20	18	4	8	3	1
Nord-Est	84	7	4	3	2	-	-
Nord-Ouest	57	14	21	-	8	-	-
Sud-Ouest	82	4	8	2	4	-	-
Sud-Est, Méditerranée	59	16	7	6	12	-	-
GENERATION							
De la première génération	71	9	10	2	6	2	-
De la deuxième génération	51	22	13	5	7	1	1
De la troisième génération	47	10	21	5	17	-	-
ORIGINE							
Turque (*)	66	11	10	-	13	-	-
Marocaine	64	20	10	2	4	-	-
Algérienne	59	14	14	5	6	1	1
Tunisienne	51	15	14	5	10	5	-
ASSISTE AUX OFFICES RELIGIEUX							
Au moins une fois par semaine	91	7	2	-	-	-	-
Une fois par mois (*)	67	20	5	-	6	2	-
Une ou quelques fois par an	59	17	14	2	5	2	1
Jamais	44	15	18	8	14	-	1
ACHAT REGULIER DE PRODUITS HALAL AUTRE QUE VIANDE							
Au moins un type de produit	80	14	5	1	-	-	-
Au moins deux types de produit	98	-	2	-	-	-	-
Trois types de produit (*)	97	-	3	-	-	-	-
DISPOSITION A MANGER NON HALAL HORS DE CHEZ SOI							
Oui	45	24	25	6	-	-	-
Non	79	12	6	3	-	-	-

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

Les lieux d'achat de la viande halal

Question : Où achetez-vous principalement votre viande halal ?

Base : Question posée uniquement aux personnes déclarant acheter de la viande halal, soit 92% de l'échantillon.	Ensemble (%)
• Dans une boucherie halal	92
• En grande surface (supermarché, hypermarché)	34
• Dans un autre type de magasin	3
- Ne se prononcent pas	-
TOTAL.....	(*)

(*) Total supérieur à 100, les interviewés ayant pu donner plusieurs réponses

Les lieux d'achat des produits halal

	Dans une boucherie halal (%)	En grande surface (su- permarket, hypermarché) (%)	Dans un autre type de magasin (%)	Nsp (%)
ENSEMBLE	92	34	3	-
SEXE				
Homme	90	33	3	-
Femme	94	34	3	-
AGE				
De 18 à 24 ans	91	36	3	1
De 25 à 34 ans	91	33	3	-
De 35 à 54 ans	94	33	3	-
55 ans et plus	95	33	1	-
PROFESSION				
CSP+	90	33	5	-
CSP-	94	32	3	-
Retraité (*)	91	37	-	-
Autre inactif	92	37	2	1
CATEGORIE D'AGGLOMERATION				
20 à 100.000 habitants	85	41	5	1
100 à 200.000 habitants	91	37	1	-
Plus de 200.000 habitants	95	31	3	-
REGION				
Région parisienne	96	32	4	-
Nord-Est	91	32	4	-
Nord-Ouest	83	47	2	2
Sud-Ouest	95	36	4	-
Sud-Est, Méditerranée	90	33	1	-
GENERATION				
De la première génération	96	33	3	-
De la deuxième génération	89	35	4	-
De la troisième génération	91	35	-	-
ORIGINE				
Turque (*)	93	23	2	-
Marocaine	92	34	2	1
Algérienne	93	36	3	-
Tunisienne	90	37	5	-
ASSISTE AUX OFFICES RELIGIEUX				
Au moins une fois par semaine	94	27	2	-
Une fois par mois (*)	98	30	3	-
Une ou quelques fois par an	92	27	2	-
Jamais	90	43	4	1
FREQUENCE D'ACHAT DE VIANDE HALAL				
Systématiquement	94	31	4	-
La plupart du temps	95	42	-	-
De temps en temps / rarement	85	35	3	-
ACHAT REGULIER DE PRODUITS HALAL AUTRE QUE VIANDE				
Au moins un type de produit	96	29	3	-
Au moins deux types de produit	96	18	2	-
Trois types de produit (*)	93	24	3	-
DISPOSITION A MANGER NON HALAL HORS DE CHEZ SOI				
Oui	89	43	2	-
Non	94	26	4	-

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

La nature des achats halal en dehors de la viande

Question : En dehors de la viande, achetez-vous ?

Base : Question posée uniquement aux personnes déclarant acheter de la viande halal, soit 92% de l'échantillon.	TOTAL Réguliè- rement, de temps en temps (%)	Réguliè- rement (%)	De temps en temps (%)	TOTAL Rare- ment, jamais (%)	Rarement (%)	Jamais (%)	TOTAL (%)
• Des produits alimentaires orientaux ou maghrébins traditionnels	82	39	43	18	8	10	100
• Des plats cuisinés (frais, en conserve ou surgelés) halals	40	13	27	60	18	42	100
• Des desserts, des chocolats ou des bonbons halals	35	12	23	65	17	48	100

La nature des achats halal en dehors de la viande

Des produits alimentaires orientaux ou maghrébins traditionnels

	TOTAL Régulièrement, de temps en temps (%)	Régulière- ment (%)	De temps en temps (%)	TOTAL Rarement, jamais (%)	Rarement (%)	Jamais (%)	Refus de répondre (%)
ENSEMBLE	82	39	43	18	8	10	-
SEXE							
Homme	82	41	41	18	9	9	-
Femme	82	37	45	18	8	10	-
AGE							
De 18 à 24 ans	80	38	42	19	9	10	1
De 25 à 34 ans	82	39	43	18	9	9	-
De 35 à 54 ans	83	37	46	17	9	8	-
55 ans et plus	82	48	34	18	3	15	-
PROFESSION							
CSP+	83	46	37	17	7	10	-
CSP-	83	37	46	17	7	10	-
Retraité (*)	78	43	35	22	11	11	-
Autre inactif	81	36	45	18	10	8	1
CATEGORIE D'AGGLOMERATION							
20 à 100.000 habitants	87	36	51	13	8	5	-
100 à 200.000 habitants	86	36	50	14	5	9	-
Plus de 200.000 habitants	80	41	39	20	9	11	-
REGION							
Région parisienne	77	36	41	23	10	13	-
Nord-Est	80	40	40	20	11	9	-
Nord-Ouest	90	53	37	10	10	-	-
Sud-Ouest	88	37	51	12	4	8	-
Sud-Est, Méditerranée	86	38	48	14	5	9	-
GENERATION							
De la première génération	84	41	43	16	8	8	-
De la deuxième génération	82	39	43	18	8	10	-
De la troisième génération	68	28	40	30	13	17	2
ORIGINE							
Turque (*)	76	54	22	24	19	5	-
Marocaine	84	43	41	15	6	9	1
Algérienne	82	35	47	18	6	12	-
Tunisienne	81	40	41	19	12	7	-
ASSISTE AUX OFFICES RELIGIEUX							
Au moins une fois par semaine	92	48	44	8	5	3	-
Une fois par mois (*)	92	47	45	8	5	3	-
Une ou quelques fois par an	79	38	41	21	10	11	-
Jamais	77	32	45	23	10	13	-
FREQUENCE D'ACHAT DE VIANDE HALAL							
Systématiquement	88	47	41	12	5	7	-
La plupart du temps	81	36	45	19	12	7	-
De temps en temps / rarement	60	13	47	39	17	22	1
ACHAT REGULIER DE PRODUITS HALAL AUTRE QUE VIANDE							
Au moins un type de produit	96	86	10	4	1	3	-
Au moins deux types de produit	96	94	2	4	2	2	-
Trois types de produit (*)	100	100	-	-	-	-	-
DISPOSITION A MANGER NON HALAL HORS DE CHEZ SOI							
Oui	81	31	50	19	10	9	-
Non	83	45	38	17	7	10	-

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

La nature des achats halal en dehors de la viande

Des plats cuisinés (frais, en conserve ou surgelés) halals

	TOTAL Régulière- ment, de temps en temps (%)	Régulièrement (%)	De temps en temps (%)	TOTAL Rarement, jamais (%)	Rarement (%)	Jamais (%)
ENSEMBLE	40	13	27	60	18	42
SEXE						
Homme	44	14	30	56	16	40
Femme	36	11	25	64	20	44
AGE						
De 18 à 24 ans	38	11	27	62	20	42
De 25 à 34 ans	42	11	31	58	19	39
De 35 à 54 ans	43	13	30	57	16	41
55 ans et plus	30	23	7	70	17	53
PROFESSION						
CSP+	45	9	36	55	13	42
CSP-	42	12	30	58	19	39
Retraité (*)	27	21	6	73	15	58
Autre inactif	37	14	23	63	21	42
CATEGORIE D'AGGLOMERATION						
20 à 100.000 habitants	40	13	27	60	19	41
100 à 200.000 habitants	27	5	22	73	23	50
Plus de 200.000 habitants	43	14	29	57	17	40
REGION						
Région parisienne	43	13	30	57	17	40
Nord-Est	49	15	34	51	18	33
Nord-Ouest	34	7	27	66	21	45
Sud-Ouest	34	10	24	66	16	50
Sud-Est, Méditerranée	31	14	17	69	20	49
GENERATION						
De la première génération	39	15	24	61	17	44
De la deuxième génération	39	10	29	61	20	41
De la troisième génération	46	16	30	54	16	38
ORIGINE						
Turque (*)	33	18	15	67	22	45
Marocaine	44	14	30	56	18	38
Algérienne	39	13	26	61	20	41
Tunisienne	45	10	35	55	11	44
ASSISTE AUX OFFICES RELIGIEUX						
Au moins une fois par semaine	51	20	31	49	20	29
Une fois par mois (*)	59	18	41	41	24	17
Une ou quelques fois par an	36	10	26	64	18	46
Jamais	32	11	21	68	17	51
FREQUENCE D'ACHAT DE VIANDE HALAL						
Systématiquement	49	18	31	51	16	35
La plupart du temps	35	3	32	65	24	41
De temps en temps / rarement	14	2	12	86	21	65
ACHAT REGULIER DE PRODUITS HALAL AUTRE QUE VIANDE						
Au moins un type de produit	54	28	26	46	16	30
Au moins deux types de produit	88	81	7	12	2	10
Trois types de produit (*)	100	100	-	-	-	-
DISPOSITION A MANGER NON HALAL HORS DE CHEZ SOI						
Oui	37	12	25	63	16	47
Non	42	13	29	58	20	38

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

La nature des achats halal en dehors de la viande

Des desserts, des chocolats ou des bonbons halals

	TOTAL Régulièrement, de temps en temps (%)	Régulièrement (%)	De temps en temps (%)	TOTAL Rarement, jamais (%)	Rarement (%)	Jamais (%)	Refus de répondre (%)	Nsp (%)
ENSEMBLE	35	12	23	65	17	48	-	-
SEXE								
Homme	36	11	25	64	16	48	-	-
Femme	34	13	21	65	18	47	-	1
AGE								
De 18 à 24 ans	28	11	17	71	19	52	1	-
De 25 à 34 ans	43	11	32	57	19	38	-	-
De 35 à 54 ans	33	11	22	66	15	51	-	1
55 ans et plus	38	19	19	62	11	51	-	-
PROFESSION								
CSP+	37	7	30	63	14	49	-	-
CSP-	34	11	23	66	18	48	-	-
Retraité (*)	34	19	15	66	10	56	-	-
Autre inactif	36	15	21	63	19	44	-	1
CATEGORIE D'AGGLOMERATION								
20 à 100.000 habitants	38	13	25	61	18	43	-	1
100 à 200.000 habitants	23	8	15	75	14	61	1	1
Plus de 200.000 habitants	36	12	24	64	18	46	-	-
REGION								
Région parisienne	33	6	27	67	20	47	-	-
Nord-Est	43	24	19	57	21	36	-	-
Nord-Ouest	37	14	23	61	17	44	-	2
Sud-Ouest	37	10	27	58	4	54	3	2
Sud-Est, Méditerranée	30	13	17	69	14	55	-	1
GENERATION								
De la première génération	42	15	27	57	13	44	-	1
De la deuxième génération	31	10	21	69	19	50	-	-
De la troisième génération	23	6	17	77	23	54	-	-
ORIGINE								
Turque (*)	33	17	16	67	18	49	-	-
Marocaine	40	11	29	59	19	40	1	-
Algérienne	29	11	18	70	15	55	-	1
Tunisienne	43	16	27	57	16	41	-	-
ASSISTE AUX OFFICES RELIGIEUX								
Au moins une fois par semaine	58	22	36	41	13	28	-	1
Une fois par mois (*)	51	10	41	49	31	18	-	-
Une ou quelques fois par an	29	9	20	70	18	52	-	1
Jamais	26	9	17	73	13	60	1	-
FREQUENCE D'ACHAT DE VIANDE HALAL								
Systématiquement	47	18	29	53	16	37	-	-
La plupart du temps	24	-	24	76	25	51	-	-
De temps en temps / rarement	5	1	4	94	14	80	-	1
ACHAT REGULIER DE PRODUITS HALAL AUTRE QUE VIANDE								
Au moins un type de produit	48	26	22	52	19	33	-	-
Au moins deux types de produit	85	79	6	15	5	10	-	-
Trois types de produit (*)	100	100	-	-	-	-	-	-
DISPOSITION A MANGER NON HALAL HORS DE CHEZ SOI								
Oui	25	8	17	74	17	57	-	1
Non	42	14	28	58	17	41	-	-

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

L'attention portée à la composition des produits alimentaires

Question : Quand vous achetez des produits alimentaires, regardez-vous leurs compositions pour vous assurer qu'ils ne contiennent pas d'ingrédients non halal comme de la gélatine animale, de l'alcool ou du porc par exemple ?

Base : Question posée uniquement aux personnes déclarant acheter de la viande halal, soit 92% de l'échantillon.	Ensemble (%)
• Systématiquement	45
• La plupart du temps	22
• De temps en temps	12
• Rarement	8
• Jamais	13
TOTAL	100

L'attention portée à la composition des produits alimentaires

	Systématiquement	La plupart du temps	De temps en temps	Rarement	Jamais
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
ENSEMBLE	45	22	12	8	13
SEXE					
Homme	48	22	10	9	11
Femme	42	22	14	7	15
AGE					
De 18 à 24 ans	39	28	13	10	10
De 25 à 34 ans	50	23	10	8	9
De 35 à 54 ans	45	18	12	7	18
55 ans et plus	55	11	12	8	14
PROFESSION					
CSP+	40	30	8	10	12
CSP-	46	21	13	7	13
Retraité (*)	51	6	18	11	14
Autre inactif	44	22	12	9	13
CATEGORIE D'AGGLOMERATION					
20 à 100.000 habitants	44	24	7	8	17
100 à 200.000 habitants	43	16	15	7	19
Plus de 200.000 habitants	46	23	13	8	10
REGION					
Région parisienne	39	25	15	9	12
Nord-Est	51	17	10	6	16
Nord-Ouest	43	21	3	15	18
Sud-Ouest	65	27	3	3	2
Sud-Est, Méditerranée	46	20	13	7	14
GENERATION					
De la première génération	56	18	10	5	11
De la deuxième génération	39	25	12	8	16
De la troisième génération	28	25	18	20	9
ORIGINE					
Turque (*)	60	19	7	9	5
Marocaine	50	26	11	5	8
Algérienne	41	20	13	8	18
Tunisienne	39	22	17	13	9
ASSISTE AUX OFFICES RELIGIEUX					
Au moins une fois par semaine	72	19	5	2	2
Une fois par mois (*)	57	21	12	7	3
Une ou quelques fois par an	41	24	14	7	14
Jamais	32	21	14	13	20
FREQUENCE D'ACHAT DE VIANDE HALAL					
Systématiquement	63	19	8	4	6
La plupart du temps	15	48	16	10	11
De temps en temps / rarement	9	10	21	22	38
ACHAT REGULIER DE PRODUITS HALAL AUTRE QUE VIANDE					
Au moins un type de produit	59	23	7	4	7
Au moins deux types de produit	70	10	12	4	4
Trois types de produit (*)	80	5	3	4	8
DISPOSITION A MANGER NON HALAL HORS DE CHEZ SOI					
Oui	29	24	13	14	20
Non	57	21	10	4	8

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

L'adhésion à différentes propositions sur les achats et la consommation halal

Question : Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord ?

Base : Question posée uniquement aux personnes déclarant acheter de la viande halal, soit 92% de l'échantillon.	TOTAL D'accord	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	TOTAL Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Refus de répondre	Nsp	TOTAL
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
• Beaucoup de marques et de fabricants jouent sur les mots et il n'est pas toujours facile de repérer les produits vraiment halal	68	30	38	29	16	13	-	3	100
• Quand un fabricant présente un produit comme étant halal, vous avez confiance et vous ne vérifiez pas davantage	68	29	39	31	19	12	-	1	100
• Les produits halal sont plus chers que les autres produits alimentaires	63	33	30	34	19	15	-	3	100
• Vous achetez plus de produits halal qu'il y a quelques années ...	49	30	19	50	26	24	-	1	100
• Quand vous mangez chez des amis, au restaurant ou dans une cantine, cela ne vous pose pas de problème de ne pas manger halal	42	17	25	57	21	36	-	1	100
• Vous avez déjà refusé d'acheter certains produits de grandes compagnies, par exemple américaines, pour protester contre leurs attitudes ou celle de leur gouvernement vis-à-vis de l'Islam et des pays musulmans ...	25	12	13	72	26	46	2	1	100

L'adhésion à différentes propositions sur les achats et la consommation halal

Beaucoup de marques et de fabricants jouent sur les mots et il n'est pas toujours facile de repérer les produits vraiment halal

	TOTAL D'accord	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	TOTAL Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Refus de répondre	Nsp
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
ENSEMBLE	68	30	38	29	16	13	-	3
SEXE								
Homme	70	29	41	28	15	13	-	2
Femme	65	31	34	30	17	13	1	4
AGE								
De 18 à 24 ans	64	27	37	34	20	14	-	2
De 25 à 34 ans	67	26	41	31	19	12	-	2
De 35 à 54 ans	69	33	36	26	11	15	-	5
55 ans et plus	78	39	39	16	6	10	3	3
PROFESSION								
CSP+	66	27	39	31	13	18	-	3
CSP-	69	31	38	29	16	13	-	2
Retraité (*)	57	31	26	28	9	19	4	11
Autre inactif	68	29	39	29	20	9	-	3
CATEGORIE D'AGGLOMERATION								
20 à 100.000 habitants	67	29	38	30	16	14	-	3
100 à 200.000 habitants	48	21	27	46	15	31	-	6
Plus de 200.000 habitants	73	32	41	24	16	8	1	2
REGION								
Région parisienne	72	29	43	25	19	6	1	2
Nord-Est	74	45	29	25	9	16	-	1
Nord-Ouest	55	24	31	41	19	22	-	4
Sud-Ouest	66	38	28	34	9	25	-	-
Sud-Est, Méditerranée	63	22	41	31	15	16	-	6
GENERATION								
De la première génération	69	32	37	26	14	12	1	4
De la deuxième génération	65	27	38	32	19	13	-	3
De la troisième génération	72	34	38	26	8	18	-	2
ORIGINE								
Turque (*)	75	33	42	14	2	12	-	11
Marocaine	73	33	40	26	16	10	-	1
Algérienne	64	30	34	32	17	15	1	3
Tunisienne	66	29	37	30	19	11	-	4
ASSISTE AUX OFFICES RELIGIEUX								
Au moins une fois par semaine	80	36	44	18	8	10	-	2
Une fois par mois (*)	65	20	45	35	26	9	-	-
Une ou quelques fois par an	70	31	39	27	17	10	-	3
Jamais	60	28	32	35	16	19	1	4
FREQUENCE D'ACHAT DE VIANDE HALAL								
Systématiquement	73	38	35	25	12	13	-	2
La plupart du temps	58	11	47	41	30	11	-	1
De temps en temps / rarement	59	20	39	30	16	14	2	9
ACHAT REGULIER DE PRODUITS HALAL AUTRE QUE VIANDE								
Au moins un type de produit	76	38	38	22	14	8	-	2
Au moins deux types de produit	79	48	31	17	11	6	-	4
Trois types de produit (*)	81	56	25	16	12	4	-	3
DISPOSITION A MANGER NON HALAL HORS DE CHEZ SOI								
Oui	62	25	37	35	19	16	-	3
Non	72	33	39	25	14	11	-	3

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

L'adhésion à différentes propositions sur les achats et la consommation halal

Quand un fabricant présente un produit comme étant halal, vous avez confiance et vous ne vérifiez pas davantage

	TOTAL D'accord	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	TOTAL Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Refus de répondre	Nsp
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
ENSEMBLE	68	29	39	31	19	12	-	1
SEXE								
Homme	67	27	40	31	20	11	1	1
Femme	68	31	37	31	18	13	-	1
AGE								
De 18 à 24 ans	69	29	40	30	15	15	1	-
De 25 à 34 ans	65	27	38	32	22	10	1	2
De 35 à 54 ans	71	32	39	28	16	12	-	1
55 ans et plus	62	26	36	38	30	8	-	-
PROFESSION								
CSP+	69	31	38	28	19	9	-	3
CSP-	68	27	41	30	17	13	1	1
Retraité (*)	73	37	36	27	24	3	-	-
Autre inactif	65	30	35	35	19	16	-	-
CATEGORIE D'AGGLOMERATION								
20 à 100.000 habitants	61	23	38	37	24	13	-	2
100 à 200.000 habitants	74	39	35	26	16	10	-	-
Plus de 200.000 habitants	68	28	40	30	18	12	1	1
REGION								
Région parisienne	74	27	47	24	16	8	1	1
Nord-Est	60	39	21	39	22	17	-	1
Nord-Ouest	69	30	39	31	19	12	-	-
Sud-Ouest	56	34	22	39	15	24	-	5
Sud-Est, Méditerranée	66	23	43	34	21	13	-	-
GENERATION								
De la première génération	65	31	34	34	22	12	-	1
De la deuxième génération	69	30	39	29	16	13	1	1
De la troisième génération	72	17	55	28	17	11	-	-
ORIGINE								
Turque (*)	71	34	37	29	16	13	-	-
Marocaine	70	31	39	30	21	9	-	-
Algérienne	64	28	36	34	21	13	1	1
Tunisienne	73	26	47	26	12	14	-	1
ASSISTE AUX OFFICES RELIGIEUX								
Au moins une fois par semaine	53	23	30	47	33	14	-	-
Une fois par mois (*)	60	17	43	40	18	22	-	-
Une ou quelques fois par an	65	29	36	34	21	13	-	1
Jamais	80	34	46	19	10	9	-	1
FREQUENCE D'ACHAT DE VIANDE HALAL								
Systématiquement	63	31	32	36	22	14	-	1
La plupart du temps	70	25	45	28	21	7	2	-
De temps en temps / rarement	81	27	54	16	5	11	-	3
ACHAT REGULIER DE PRODUITS HALAL AUTRE QUE VIANDE								
Au moins un type de produit	65	31	34	33	19	14	1	1
Au moins deux types de produit	79	49	30	21	11	10	-	-
Trois types de produit (*)	76	47	29	24	11	13	-	-
DISPOSITION A MANGER NON HALAL HORS DE CHEZ SOI								
Oui	77	33	44	22	13	9	-	1
Non	61	27	34	38	23	15	-	1

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

L'adhésion à différentes propositions sur les achats et la consommation halal

Les produits halal sont plus chers que les autres produits alimentaires

	TOTAL D'accord (%)	Tout à fait d'accord (%)	Plutôt d'accord (%)	TOTAL Pas d'accord (%)	Plutôt pas d'accord (%)	Pas du tout d'accord (%)	Refus de répondre (%)	Nsp (%)
ENSEMBLE	63	33	30	34	19	15	-	3
SEXE								
Homme	61	32	29	37	21	16	1	1
Femme	65	34	31	30	16	14	-	5
AGE								
De 18 à 24 ans	60	28	32	34	14	20	1	5
De 25 à 34 ans	66	36	30	33	20	13	-	1
De 35 à 54 ans	64	36	28	33	19	14	-	3
55 ans et plus	56	27	29	38	27	11	-	6
PROFESSION								
CSP+	59	33	26	41	29	12	-	-
CSP-	65	36	29	31	14	17	1	3
Retraité (*)	53	21	32	36	26	10	-	11
Autre inactif	63	30	33	33	17	16	-	4
CATEGORIE D'AGGLOMERATION								
20 à 100.000 habitants	74	27	47	25	18	7	-	1
100 à 200.000 habitants	56	27	29	39	25	14	-	5
Plus de 200.000 habitants	61	36	25	35	17	18	-	4
REGION								
Région parisienne	61	37	24	33	16	17	1	5
Nord-Est	72	44	28	26	9	17	-	2
Nord-Ouest	48	10	38	51	38	13	-	1
Sud-Ouest	63	35	28	35	5	30	-	2
Sud-Est, Méditerranée	63	25	38	34	26	8	-	3
GENERATION								
De la première génération	59	31	28	38	18	20	-	3
De la deuxième génération	63	32	31	32	20	12	1	4
De la troisième génération	71	41	30	27	14	13	-	2
ORIGINE								
Turque (*)	64	31	33	25	8	17	-	11
Marocaine	60	32	28	38	21	17	-	2
Algérienne	66	36	30	30	16	14	-	4
Tunisienne	58	28	30	41	27	14	-	1
ASSISTE AUX OFFICES RELIGIEUX								
Au moins une fois par semaine	57	24	33	40	20	20	-	3
Une fois par mois (*)	46	25	21	54	26	28	-	-
Une ou quelques fois par an	66	32	34	31	18	13	-	3
Jamais	68	40	28	28	17	11	-	4
FREQUENCE D'ACHAT DE VIANDE HALAL								
Systématiquement	68	37	31	30	14	16	-	2
La plupart du temps	51	17	34	47	29	18	1	1
De temps en temps / rarement	53	31	22	36	25	11	-	11
ACHAT REGULIER DE PRODUITS HALAL AUTRE QUE VIANDE								
Au moins un type de produit	62	32	30	35	16	19	1	2
Au moins deux types de produit	76	53	23	21	14	7	-	3
Trois types de produit (*)	74	47	27	26	19	7	-	-
DISPOSITION A MANGER NON HALAL HORS DE CHEZ SOI								
Oui	66	32	34	32	19	13	-	2
Non	60	33	27	36	19	17	-	4

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

L'adhésion à différentes propositions sur les achats et la consommation halal

Vous achetez plus de produits halal qu'il y a quelques années

	TOTAL D'accord (%)	Tout à fait d'accord (%)	Plutôt d'accord (%)	TOTAL Pas d'accord (%)	Plutôt pas d'accord (%)	Pas du tout d'accord (%)	Refus de répondre (%)	Nsp (%)
ENSEMBLE	49	30	19	50	26	24	-	1
SEXE								
Homme	50	32	18	49	25	24	-	1
Femme	47	27	20	53	28	25	-	-
AGE								
De 18 à 24 ans	44	26	18	55	34	21	-	1
De 25 à 34 ans	49	28	21	50	28	22	-	1
De 35 à 54 ans	48	31	17	52	21	31	-	-
55 ans et plus	64	42	22	36	14	22	-	-
PROFESSION								
CSP+	45	21	24	55	30	25	-	-
CSP-	50	32	18	49	24	25	-	1
Retraité (*)	55	42	13	45	19	26	-	-
Autre inactif	46	28	18	53	30	23	-	1
CATEGORIE D'AGGLOMERATION								
20 à 100.000 habitants	50	31	19	50	30	20	-	-
100 à 200.000 habitants	39	29	10	61	29	32	-	-
Plus de 200.000 habitants	50	29	21	49	25	24	-	1
REGION								
Région parisienne	49	28	21	51	29	22	-	-
Nord-Est	55	40	15	45	15	30	-	-
Nord-Ouest	38	27	11	62	34	28	-	-
Sud-Ouest	53	43	10	45	26	19	-	2
Sud-Est, Méditerranée	46	23	23	53	28	25	-	1
GENERATION								
De la première génération	53	37	16	46	24	22	-	1
De la deuxième génération	47	27	20	53	30	23	-	-
De la troisième génération	42	19	23	58	20	38	-	-
ORIGINE								
Turque (*)	66	55	11	34	25	9	-	-
Marocaine	48	31	17	51	31	20	-	1
Algérienne	46	25	21	54	22	32	-	-
Tunisienne	47	23	24	53	30	23	-	-
ASSISTE AUX OFFICES RELIGIEUX								
Au moins une fois par semaine	58	39	19	41	25	16	-	1
Une fois par mois (*)	60	31	29	40	14	26	-	-
Une ou quelques fois par an	51	35	16	48	28	20	-	1
Jamais	41	22	19	59	26	33	-	-
FREQUENCE D'ACHAT DE VIANDE HALAL								
Systématiquement	55	36	19	44	21	23	-	1
La plupart du temps	46	19	27	54	38	16	-	-
De temps en temps / rarement	29	17	12	70	34	36	-	1
ACHAT REGULIER DE PRODUITS HALAL AUTRE QUE VIANDE								
Au moins un type de produit	53	33	20	47	23	24	-	-
Au moins deux types de produit	64	43	21	36	13	23	-	-
Trois types de produit (*)	76	49	27	24	5	19	-	-
DISPOSITION A MANGER NON HALAL HORS DE CHEZ SOI								
Oui	44	26	18	56	33	23	-	-
Non	52	33	19	47	22	25	-	1

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

**L'adhésion à différentes propositions sur les achats et la consommation
halal**

**Quand vous mangez chez des amis, au restaurant ou dans une cantine, cela
ne vous pose pas de problème de ne pas manger halal**

	TOTAL D'accord	Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	TOTAL Pas d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord	Refus de répondre	Nsp
	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
ENSEMBLE	42	17	25	57	21	36	-	1
SEXE								
Homme	39	15	24	61	22	39	-	-
Femme	44	18	26	55	20	35	-	1
AGE								
De 18 à 24 ans	50	19	31	48	20	28	1	1
De 25 à 34 ans	41	16	25	58	25	33	-	1
De 35 à 54 ans	39	17	22	60	19	41	-	1
55 ans et plus	30	9	21	70	14	56	-	-
PROFESSION								
CSP+	45	20	25	55	23	32	-	-
CSP-	41	16	25	57	21	36	1	1
Retraité (*)	34	14	20	66	18	48	-	-
Autre inactif	45	17	28	53	18	35	-	2
CATEGORIE D'AGGLOMERATION								
20 à 100.000 habitants	40	10	30	59	17	42	-	1
100 à 200.000 habitants	40	19	21	60	22	38	-	-
Plus de 200.000 habitants	43	18	25	55	21	34	1	1
REGION								
Région parisienne	45	16	29	54	25	29	-	1
Nord-Est	30	14	16	70	8	62	-	-
Nord-Ouest	48	24	24	52	26	26	-	-
Sud-Ouest	40	20	20	57	10	47	-	3
Sud-Est, Méditerranée	43	15	28	56	23	33	1	-
GENERATION								
De la première génération	31	9	22	68	21	47	-	1
De la deuxième génération	49	21	28	50	21	29	-	1
De la troisième génération	53	25	28	45	18	27	2	-
ORIGINE								
Turque (*)	32	13	19	68	23	45	-	-
Marocaine	43	15	28	56	18	38	-	1
Algérienne	40	15	25	59	21	38	-	1
Tunisienne	47	17	30	52	19	33	1	-
ASSISTE AUX OFFICES RELIGIEUX								
Au moins une fois par semaine	23	4	19	77	19	58	-	-
Une fois par mois (*)	29	8	21	71	27	44	-	-
Une ou quelques fois par an	39	15	24	60	27	33	-	1
Jamais	56	26	30	42	14	28	1	1
FREQUENCE D'ACHAT DE VIANDE HALAL								
Systématiquement	29	11	18	69	19	50	1	1
La plupart du temps	60	12	48	40	34	6	-	-
De temps en temps / rarement	71	40	31	28	13	15	-	1
ACHAT REGULIER DE PRODUITS HALAL AUTRE QUE VIANDE								
Au moins un type de produit	33	13	20	66	20	46	1	-
Au moins deux types de produit	34	13	21	64	8	56	2	-
Trois types de produit (*)	42	20	22	55	6	49	3	-

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs

L'adhésion à différentes propositions sur les achats et la consommation halal

**Vous avez déjà refusé d'acheter certains produits de grandes compagnies,
par exemple américaines, pour protester contre leurs attitudes ou celle de
leur gouvernement vis-à-vis de l'Islam et des pays musulmans**

	TOTAL D'accord (%)	Tout à fait d'accord (%)	Plutôt d'accord (%)	TOTAL Pas d'accord (%)	Plutôt pas d'accord (%)	Pas du tout d'accord (%)	Refus de répondre (%)	Nsp (%)
ENSEMBLE	25	12	13	72	26	46	2	1
SEXE								
Homme	29	15	14	68	22	46	2	1
Femme	21	9	12	77	30	47	1	1
AGE								
De 18 à 24 ans	28	14	14	69	25	44	3	-
De 25 à 34 ans	21	10	11	77	35	42	2	-
De 35 à 54 ans	23	11	12	74	26	48	1	2
55 ans et plus	35	14	21	65	5	60	-	-
PROFESSION								
CSP+	27	9	18	72	35	37	-	1
CSP-	23	11	12	73	27	46	3	1
Retraité (*)	25	11	14	75	11	64	-	-
Autre inactif	26	15	11	72	25	47	1	1
CATEGORIE D'AGGLOMERATION								
20 à 100.000 habitants	28	14	14	70	26	44	1	1
100 à 200.000 habitants	14	6	8	84	32	52	2	-
Plus de 200.000 habitants	27	13	14	70	25	45	2	1
REGION								
Région parisienne	26	12	14	70	30	40	3	1
Nord-Est	25	17	8	74	15	59	-	1
Nord-Ouest	13	6	7	85	26	59	2	-
Sud-Ouest	27	18	9	68	24	44	5	-
Sud-Est, Méditerranée	26	8	18	73	29	44	-	1
GENERATION								
De la première génération	25	13	12	72	23	49	1	2
De la deuxième génération	24	10	14	74	31	43	2	-
De la troisième génération	29	16	13	71	21	50	-	-
ORIGINE								
Turque (*)	36	13	23	64	31	33	-	-
Marocaine	21	11	10	74	26	48	4	1
Algérienne	23	12	11	74	25	49	1	2
Tunisienne	18	7	11	82	33	49	-	-
ASSISTE AUX OFFICES RELIGIEUX								
Au moins une fois par semaine	42	21	21	55	23	32	1	2
Une fois par mois (*)	46	28	18	50	11	39	4	-
Une ou quelques fois par an	18	7	11	81	31	50	1	-
Jamais	19	9	10	79	26	53	1	1
FREQUENCE D'ACHAT DE VIANDE HALAL								
Systématiquement	30	14	16	68	22	46	1	1
La plupart du temps	26	16	10	71	34	37	3	-
De temps en temps / rarement	8	2	6	89	36	53	3	-
ACHAT REGULIER DE PRODUITS HALAL AUTRE QUE VIANDE								
Au moins un type de produit	28	16	12	69	25	44	3	-
Au moins deux types de produit	36	17	19	63	9	54	-	1
Trois types de produit (*)	39	20	19	58	6	52	-	3
DISPOSITION A MANGER NON HALAL HORS DE CHEZ SOI								
Oui	25	9	16	73	26	47	2	-
Non	24	14	10	73	28	45	2	1

(*) Effectifs inférieurs à 40 individus : ces résultats sont à interpréter avec prudence en raison de la faiblesse des effectifs