

FD/ASV n°111482

Contacts Ifop :

Frédéric Dabi / Anne-Sophie Vautre

Département Opinion et Stratégies d'Entreprise

Tél : 01 45 84 14 44

Prenom.nom@ifop.com



pour



Le label « Fait maison »
Regards croisés grand public / Professionnels
Résultats détaillés
Le 11 octobre 2013

Sommaire

- 1 - La méthodologie	1
- 2 - Les principaux enseignements	4

- 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.

Retrouvez les sondages et analyses de l'Ifop sur :



iPhone



iPad



www.ifop.com



@ifopopinion



Ifop Opinion

Etude réalisée par l'Ifop pour :	L'Hôtellerie Restauration	
Echantillon	■ Pour le volet grand public : Echantillon de 1000 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.	■ Pour le volet professionnels : Echantillon de 301 responsables d'établissements de restauration. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (taille et secteur d'activité) après stratification par région.
Mode de recueil	Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).	Les interviews ont eu lieu par téléphone sur le lieu de travail des personnes interrogées.
Dates de terrain	Du 23 au 27 septembre 2013	Du 24 au 27 septembre 2013

PRÉCISION RELATIVE AUX MARGES D'ERREUR

La théorie statistique permet de mesurer l'incertitude à attacher à chaque résultat d'une enquête. Cette incertitude s'exprime par un intervalle de confiance situé de part et d'autre de la valeur observée et dans lequel la vraie valeur a une probabilité déterminée de se trouver. Cette incertitude, communément appelée « marge d'erreur », varie en fonction de la taille de l'échantillon et du pourcentage observé comme le montre le tableau ci-dessous :

INTERVALLE DE CONFIANCE A 95% DE CHANCE

Et si l'effectif est...	Si le pourcentage trouvé est...					
	5 ou 95%	10 ou 90%	20 ou 80%	30 ou 70%	40 ou 60%	50%
50	6,2	8,5	11,3	13,0	13,9	14,1
100	4,4	6,0	8,0	9,2	9,8	10,0
200	3,1	4,2	5,7	6,5	6,9	7,1
250	2,8	3,8	5,1	5,8	6,2	6,3
300	2,5	3,5	4,6	5,3	5,7	5,8
350	2,3	3,2	4,3	4,9	5,2	5,3
400	2,2	3,0	4,0	4,6	4,9	5,0
450	2,1	2,8	3,8	4,3	4,6	4,7
500	1,9	2,7	3,6	4,1	4,4	4,5
600	1,8	2,4	3,3	3,7	4,0	4,1
700	1,6	2,3	3,0	3,5	3,7	3,8
800	1,5	2,1	2,8	3,2	3,5	3,5
900	1,4	2,0	2,6	3,0	3,2	3,3
1000	1,4	1,8	2,5	2,8	3,0	3,1
2000	1,0	1,3	1,8	2,1	2,2	2,2
4000	0,7	0,9	1,3	1,5	1,6	1,6
6000	0,6	0,8	1,1	1,3	1,4	1,4
10000	0,4	0,6	0,8	0,9	0,9	1,0

Exemple de lecture du tableau : dans le cas d'un échantillon de **1000** personnes, si le pourcentage mesuré est de **10%**, la marge d'erreur est égale à **1,8**. Le vrai pourcentage est donc compris entre 8,2% et 11,8%.

- 2 -

Les principaux enseignements

Le repas au restaurant, un rituel solidement ancré dans les habitudes des Français

- 96% des Français déclarent se rendre au moins occasionnellement dans un restaurant traditionnel pour y consommer un repas ; parmi eux, 33% le font au moins une fois par mois.
91% fréquentent ne serait-ce que rarement des brasseries ou des cafés-restaurants (dont 31% au moins une fois par mois) et 84% des établissements de restauration rapide ou à emporter (dont 39% au moins une fois par mois).
- **Le niveau de fréquentation des différents types d'établissement varie selon la catégorie socioprofessionnelle des répondants** : ainsi, 63% des moins de 35 ans et 61% des cadres supérieurs déclarent se rendre au moins une fois par mois dans une enseigne de restauration rapide ou à emporter, tandis que 38%, des plus de 65 ans ne le font jamais.
De même, **les cadres (55%), les personnes dont le foyer perçoit un revenu mensuel net supérieur à 4000 euros (48%) et les habitants de l'agglomération parisienne (45%) sont les plus nombreux à se rendre au moins une fois par mois dans un restaurant traditionnel. A l'opposé, 47% des Français les plus modestes ne le font qu'une ou deux fois par an tout au plus.** Les cadres, les plus aisés et les franciliens figurent également parmi les clients les plus fréquents des brasseries et cafés-restaurants.

La proportion de plats cuisinés sur place à partir de produits frais : un décalage entre les déclarations des restaurateurs et la perception des consommateurs

- **En dépit de l'attachement manifeste des Français aux sorties au restaurant, celles-ci peuvent s'avérer synonymes de désagrément** : en effet, près de trois personnes sur quatre (72%) déclarent avoir déjà eu le sentiment de consommer des produits surgelés dans un restaurant traditionnel, dont 17% « souvent ». De même, les deux tiers ont déjà eu l'impression de se voir servir des produits industriels (66%, dont 15% « souvent »). Plus préoccupant encore, **un Français sur quatre (27%) a « souvent ou parfois » été confronté à des produits dont l'aspect, la couleur ou l'odeur ne lui inspirait pas confiance.**
Les doutes exprimés par les consommateurs concernent plusieurs types d'aliments: ainsi, les gâteaux (56%) et les sauces (55%) sont les plus fréquemment désignés, devant les quiches ou tartes salées (51%), le poisson (50%), les légumes (48%) puis la viande (37%), les fruits n'étant montrés du doigt que dans 8% des cas.
- De fait, **les Français se montrent assez sceptiques quant à la proportion de plats « faits maison » servis dans les établissements de restauration : selon eux, ceux-ci représentent en moyenne 50% à peine des mets proposés.** Dans le détail, une personne sur trois estime que moins de 20% des plats proposés dans les établissements de restauration sont « faits maison » (34%), et seulement 15% considèrent que plus de 60% des plats sont cuisinés à partir de produits frais.
- **Les réponses des professionnels sur ce même sujet apparaissent en décalage par rapport aux perceptions des consommateurs** ; ainsi, la moitié (49%) d'entre eux affirme que les produits industriels n'ont pas droit de cité dans sa cuisine. Il en est de même concernant les produits surgelés selon 25% d'entre eux. De plus, 20% des restaurateurs déclarent que l'intégralité de leur carte est constituée de plats « faits maison ».

Au total, les professionnels de la restauration déclarent que leurs plats sont préparés en moyenne à 78% à partir de produits frais, à 14% de produits surgelés et à 8% de produits industriels (c'est-à-dire sous vide ou en conserve).

- Si l'ensemble des professionnels de la restauration affirment proposer à leurs clients une nette majorité de produits et plats « faits maison », leurs réponses varient logiquement selon le type d'établissement. Ainsi, la proportion de plats « faits maison » à partir de produits frais s'établit en moyenne à 85% dans les restaurants traditionnels, à 76% dans les brasseries et cafés-restaurants et à 64% dans les établissements de restauration rapide ou à emporter.

Le projet de label « Fait maison » reçoit un accueil très favorable auprès du grand public comme des professionnels

- **Les professionnels du secteur reconnaissent que le « fait maison » constitue une réelle préoccupation pour leurs clients** : les deux tiers (68%, et même 76% des responsables de brasseries et de cafés-restaurants) déclarent en effet qu'il leur arrive d'être interrogé à propos de la préparation « maison » de leurs plats. Parmi eux, 37% affirment être « souvent » questionnés à ce sujet.
- Dans ce contexte, le projet de label « Fait maison » envisagé par le Gouvernement bénéficie d'une forte notoriété au sein du grand public comme des acteurs de la restauration. En effet, près de huit Français sur dix ont eu connaissance de ce projet (78%), 44% d'entre eux déclarant savoir précisément de quoi il s'agit. De même, 86% des professionnels du secteur affirment en avoir entendu parler (mais « seulement » 73% des dirigeants d'établissements de restauration rapide ou à emporter), 42% d'entre eux déclarant savoir précisément de quoi il s'agit.
- **Ce projet est plébiscité sein des deux populations** : ainsi 88% des professionnels du secteur se disent favorables à un tel projet (57% y étant même tout à fait favorables), quel que soit le type d'établissement. Le projet de label reçoit un accueil quasi unanime parmi les Français, 97% d'entre eux se déclarant favorables à la mise en œuvre de ce label, dont 71% « tout à fait favorables ».
- Plus précisément, **ce label serait très majoritairement perçu comme rassurant pour les consommateurs** selon 94% des Français (dont 52% « tout à fait ») et 88% des professionnels du secteur de la restauration. Un tel label serait en outre **utile** selon 93% des Français (dont 55% « tout à fait ») et 80% des professionnels, **mais aussi susceptible d'améliorer la qualité des plats servis dans les restaurants** (91% et 73%) **et crédible** (selon 82% des Français et 73% des professionnels, dont 40% « tout à fait »). Notons que si les deux populations se montrent très majoritairement convaincues de l'impact positif de ce label, les professionnels se montrent systématiquement plus mesurés que le grand public.

L'impact de la mise en place d'un label « Fait maison » divise les professionnels et le grand public

- **Les Français considèrent que la mise en place de ce label pourrait les inciter à modifier leurs habitudes de consommation.** Ainsi, 72% d'entre eux affirment qu'ils pourraient aller davantage au restaurant, même si seulement 28% déclarent que cela serait « certainement » le cas. Ce sentiment

est partagé de manière homogène au sein de l'ensemble des catégories de la population, indépendamment du niveau de fréquentation actuel des établissements de restauration.

Surtout, ils déclarent quasi-unaniment que cette mesure les inciterait à choisir un restaurant disposant de ce label plutôt qu'un autre (95%, 58% déclarant même que cela serait « certainement » le cas).

- **Interrogé quant à l'impact de ce label pour le secteur de la restauration, le grand public considère qu'il aurait une incidence positive, en particulier sur la réputation des restaurants (91%) et la proportion de plats « faits maison » proposés dans les menus (84%).** Environ une personne sur deux estime que ce label serait également bénéfique pour l'emploi dans le secteur de la restauration (55%). Les Français semblent en revanche craindre que cette mesure ne se traduise par une hausse des prix pratiqués dans les établissements de restauration (45% estiment que l'impact serait négatif, 38% qu'il serait positif et 17% sans impact).

Les restaurateurs semblent partager ce point de vue, 83% d'entre eux estimant que ce label aurait un impact positif sur la réputation des restaurants et 74% sur la proportion de plats « faits maison » proposés dans les établissements de restauration. Ils considèrent également à 62% qu'il aurait une incidence favorable sur la fréquentation des restaurants. Environ la moitié estime que son impact serait également positif en ce qui concerne l'activité de leur établissement (53%, mais seulement 37% des responsables d'établissements de restauration rapide ou à emporter), les prix affichés dans les restaurants (51%) et l'emploi dans le secteur (46%).

Logiquement, la conviction à l'égard de l'impact positif du label est corrélée à la proportion de produits « faits maison » au sein de son établissement.

- **Notons que 50% des professionnels de la restauration déclarent que la mise en place de ce label les inciterait à proposer davantage de produits et de plats « faits maison »** dans leur carte. Parmi eux, 31% le feraient « certainement » (et même 40% dans les brasseries et cafés-restaurants), tandis que 21% ne le feraient « certainement pas ». Ce score doit toutefois être nuancé par le fait que seuls 17% des professionnels proposant actuellement moins de 50% de plats « faits maison » considèrent que ce label les inciterait « certainement » à en faire davantage en la matière.

Le label « Fait maison » : une étape ou une fin en soi ?

- **Le grand public et les restaurateurs affichent des opinions divergentes concernant la portée du label « fait maison ».** Pour leur part, les deux tiers des professionnels (67%) considèrent que ce label est suffisant, l'essentiel étant de faire la différence entre les établissements de restauration qui proposent des produits frais et les autres. Cette opinion est largement majoritaire parmi les professionnels, indépendamment du type d'établissement ou de la proportion de plats « faits maison » actuellement proposés.

A l'opposé, le grand public estime à 57% que cette mesure n'est pas assez contraignante et qu'il faut aller plus loin en obligeant les établissements de restauration à proposer un minimum de plats « faits maison » sur leur carte.

Ainsi, ce label serait suffisant aux yeux des professionnels, tandis qu'une majorité de Français le considérerait plutôt comme une première étape vers une exigence et un contrôle accrus à l'égard des menus des établissements de restauration.