“opinionway pour ASSOCIATION DES ENTREPRISES DES GLACES

# Les Français et la glace

Mars 2023

afaq ISO 20252 Étude marketing et d'opinion AFNOR CERTIFICATION

ESOMAR23 Corporate

# La méthodologie de l'enquête

Echantillon de **1005 personnes représentatif de la population française** âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon la **méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.

L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).

Les interviews ont été réalisées **les 22 et 23 février 2023**.

*Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.*

OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**

Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des marges d'incertitude : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

*Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :*

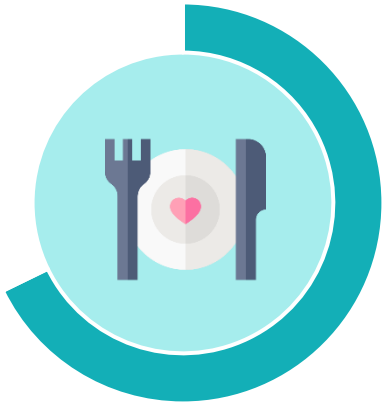
**« Sondage OpinionWay pour AEG »**

***et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.***

# 01

## La consommation des glaces : entre inflation et produit plaisir

# La glace : un refuge « plaisir » dans un contexte inflationniste



**61%**

des Français **recherchent du réconfort** dans leurs produits alimentaires préférés

Les glaces sont un **achat alimentaire « plaisir »** qui leur apportent du **réconfort**

**82%**

# Un réconfort qui peut se maintenir malgré la hausse des prix

**82%**

affirment que les glaces sont un achat alimentaire « plaisir » qui reste **accessible financièrement** pour eux

# L’achat de glace, une pratique continue, principalement en magasin

**75%**

des Français **continuent d'acheter des glaces**, au moins ponctuellement, malgré la hausse des prix

**84%**

achètent des glaces en magasin

| | |
|---|---|
| 68% | **Dans une grande surface (supermarché, hypermarché), aux rayons surgelés** |
| 20% | Dans un magasin spécialisé en surgelés *(Picard, ...)* |
| 18% | Dans un magasin *discount* *(Lidl, Aldi...)*, aux rayons surgelés |
| 3% | Dans une chaîne de proximité |

# Des rayons qui donnent envie de faire des achats

**49%** Au supermarché, vous achetez de la glace de manière spontanée, sur un coup de tête

Au supermarché, vous anticipez vos achats de glace **48%**

**58%** Dans les supermarchés, les rayons dédiés aux glaces donnent envie d'en acheter

Dans les supermarchés, les rayons dédiés aux glaces incitent peu à s'y rendre **40%**

# 02

## Des glaces qui s’adaptent à toutes les envies

# Les glaces répondent aux envies des consommateurs

**60%**

Les glaces constituent un **dessert parfait** quand on cherche à **limiter ses dépenses**

**65%**

**Moins de 35 ans**

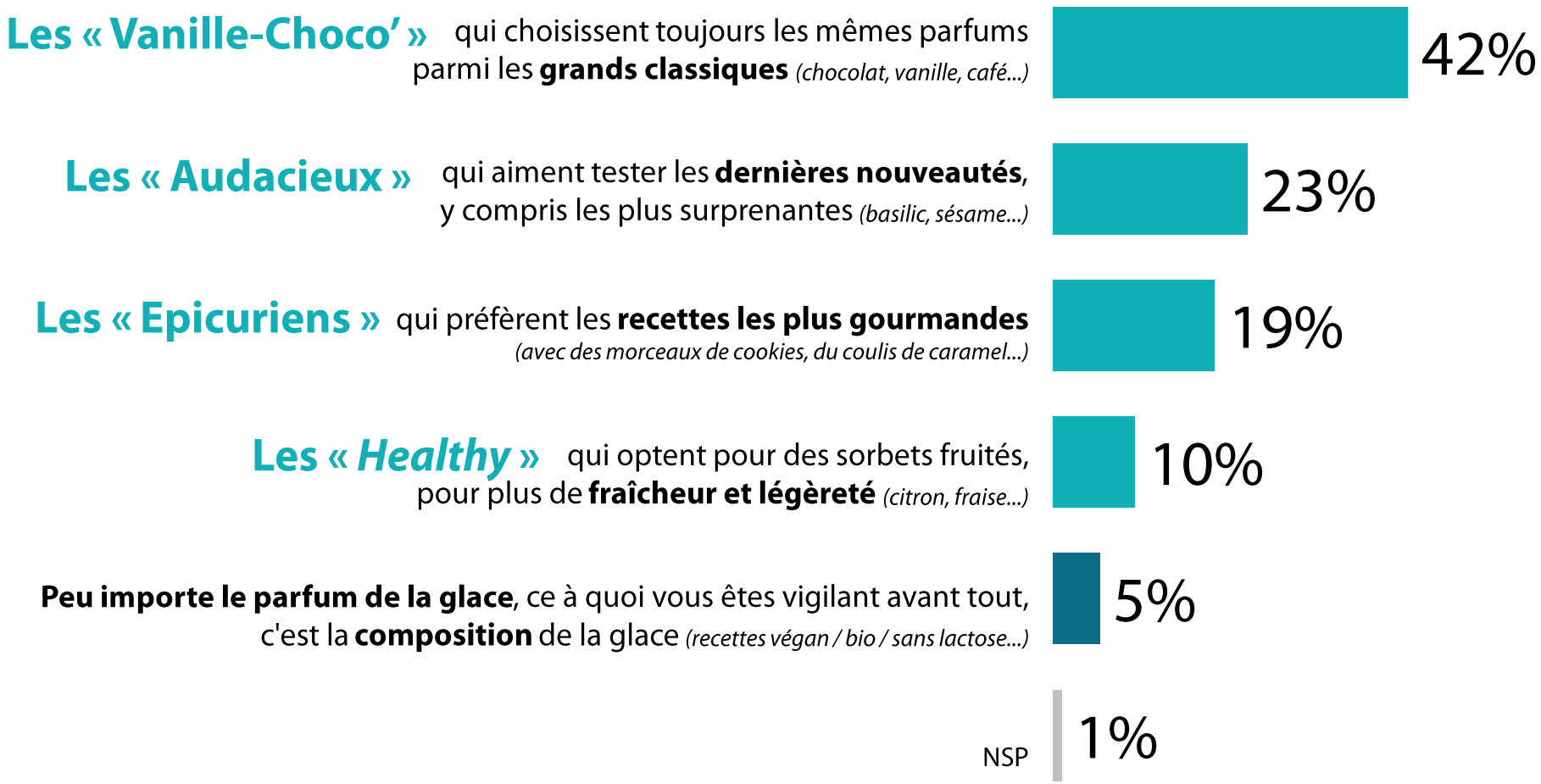
**57%**

Au supermarché, vous achetez toujours les mêmes glaces (parfum, marques)

Au supermarché, vous changez toujours de glaces *(parfum, marques)*

**40%**

# Le choix des parfums, une source de plaisir qui divise les Français



# 03

## L’importance de la prise en compte de l’environnement dans le secteur des glaces

# Des attentes à l’égard des entreprises en faveur de l’environnement

**73%**

Des Français attendent des entreprises qu'elles leur **proposent des solutions** pour avoir **une consommation de glaces plus respectueuse de l'environnemen**t

# L’engagement des entreprises : un levier d’achat important

Plus de **2 Français sur 3**
ont davantage envie d'acheter les glaces **d'une marque qui s'engage dans la réduction de ses emballages**

**67%**

# La nécessité de réduire les emballages

**90%**

Des Français estiment que la réduction des emballage est importante voire nécessaire dans **au moins un lieu d'achat**

**80%**

Dans
les **supermarchés**

**80%**

Dans les **magasins spécialisés en surgelés**

**76%**

Chez le **marchand de glaces**

*(les boutiques de glaces à emporter)*

**75%**

Dans
la **restauration**

# Deux tiers des Français prêts à payer plus cher pour des glaces…

… Fabriquées
**en France**

**66%**

… Réalisées avec
**des produits locaux**

**66%**

# RESTONS CONNECTÉS !

www.opinion-way.com

## Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boite mail en vous abonnant à notre newsletter !


opinionway

15 place de la République
75003 Paris

*PARIS*
*CASABLANCA*
*ALGER*
*VARSOVIE*
*ABIDJAN*

Votre contact

**Eléonore Quarré**
Directrice conseil - Pôle Opinion
equarre@opinion-way.com

**Lisa Corbineau**
Chargée d'études senior – Pôle Opinion
lcorbineau@opinion-way.com