

*“opinionway*

pour



# Les Français et la glace

Mars 2023



**ESOMAR**<sup>23</sup>  
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

## Les pratiques en matière d'achat de glace



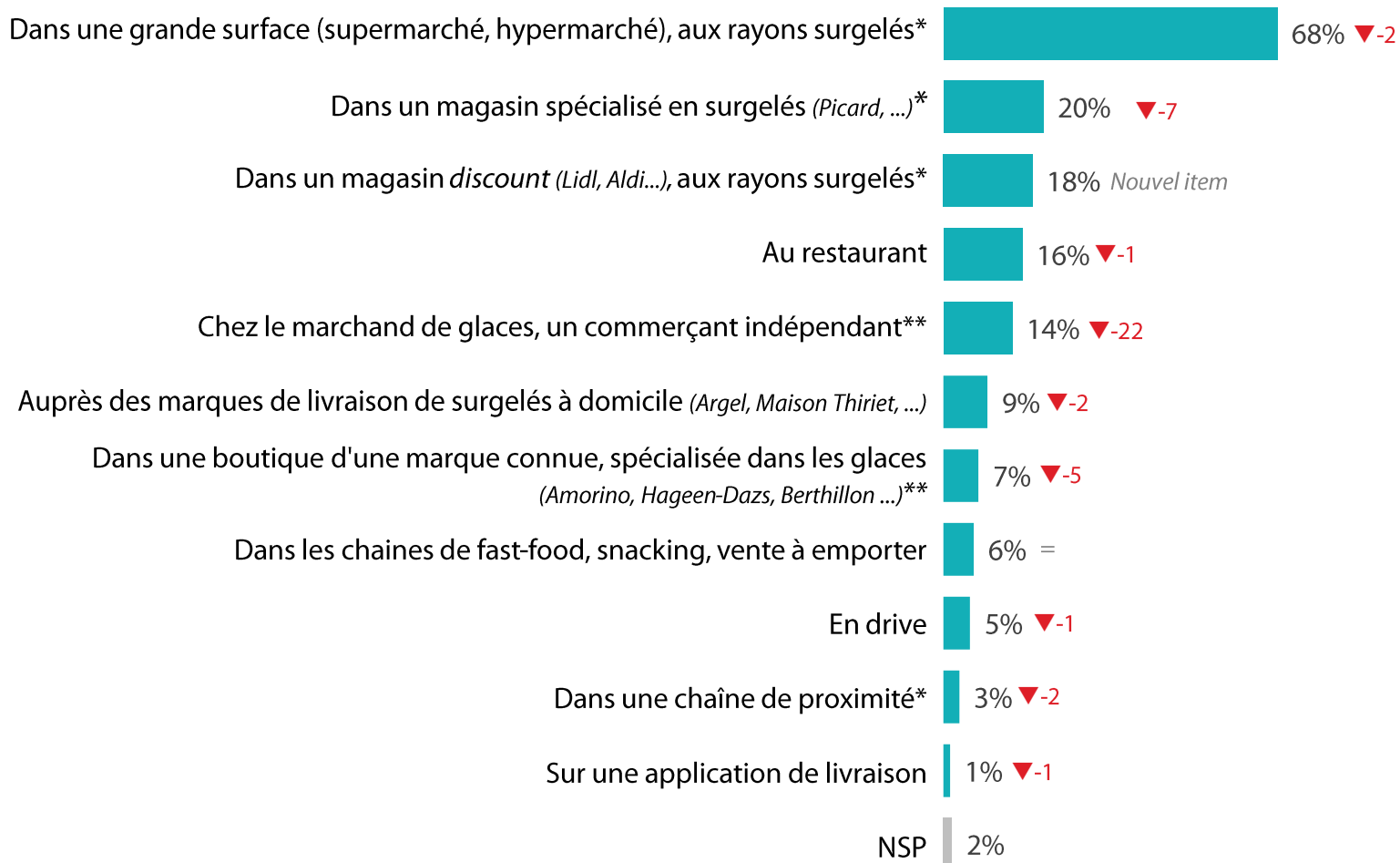


# Les lieux d'achat de la glace



Q. Le plus souvent, où achetez-vous de la glace ?

Trois réponses possibles, total supérieur à 100%



**84%** =  
En magasin\*

**19%** ▼-24  
Chez un marchand de glaces\*\*



# Les lieux d'achat de la glace



1005 personnes

Q. Le plus souvent, où achetez-vous de la glace ?

Trois réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
<b>Sous-total En magasin</b>	<b>84%</b>	<b>83%</b>	<b>85%</b>	<b>76%</b>	<b>85%</b>	<b>83%</b>	<b>82%</b>	<b>89%</b>	<b>83%</b>	<b>82%</b>	<b>86%</b>
<b>Sous-total Chez un marchand de glaces</b>	<b>19%</b>	<b>18%</b>	<b>19%</b>	<b>13%</b>	<b>22%</b>	<b>22%</b>	<b>22%</b>	<b>14%</b>	<b>29%</b>	<b>14%</b>	<b>14%</b>
Dans une grande surface (supermarché, hypermarché), aux rayons surgelés	68%	66%	70%	58%	69%	69%	68%	70%	67%	69%	68%
Dans un magasin spécialisé en surgelés	20%	18%	23%	10%	14%	18%	23%	27%	23%	15%	22%
Dans un magasin <i>discount</i> , aux rayons surgelés	18%	16%	20%	27%	23%	19%	16%	13%	12%	21%	19%
Au restaurant	16%	17%	15%	17%	17%	15%	17%	15%	20%	15%	13%
Chez le marchand de glaces, un commerçant indépendant	14%	13%	15%	10%	16%	16%	17%	10%	22%	11%	10%
Auprès des marques de livraison de surgelés à domicile	9%	8%	10%	6%	4%	8%	10%	12%	10%	7%	10%
Dans une boutique d'une marque connue, spécialisée dans les glaces	7%	7%	8%	6%	10%	9%	6%	5%	11%	5%	5%
Dans les chaînes de fast-food, snacking, vente à emporter	6%	6%	6%	19%	12%	6%	3%	1%	6%	9%	4%
En drive	5%	4%	6%	11%	9%	6%	3%	3%	6%	5%	5%
Dans une chaîne de proximité	3%	4%	3%	7%	2%	2%	3%	4%	4%	2%	3%
Sur une application de livraison	1%	1%	1%	1%	-	3%	2%	-	2%	2%	-



# Les lieux d'achat de la glace



Q. Le plus souvent, où achetez-vous de la glace ?

Trois réponses possibles, total supérieur à 100%

	% Total	Catégorie d'agglomération					Fréquence de consommation de glaces	
		Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Au moins tous les trois mois	Moins souvent
<b>Sous-total En magasin</b>	<b>84%</b>	<b>84%</b>	<b>85%</b>	<b>85%</b>	<b>84%</b>	<b>82%</b>	<b>88%</b>	<b>85%</b>
<b>Sous-total Chez un marchand de glaces</b>	<b>19%</b>	<b>16%</b>	<b>20%</b>	<b>21%</b>	<b>17%</b>	<b>22%</b>	<b>16%</b>	<b>21%</b>
Dans une grande surface (supermarché, hypermarché), aux rayons surgelés	<b>68%</b>	73%	72%	71%	67%	56%	69%	71%
Dans un magasin spécialisé en surgelés	<b>20%</b>	13%	17%	18%	20%	37%	19%	22%
Dans un magasin <i>discount</i> , aux rayons surgelés	<b>18%</b>	19%	23%	17%	17%	15%	22%	17%
Au restaurant	<b>16%</b>	18%	16%	21%	14%	14%	14%	17%
Chez le marchand de glaces, un commerçant indépendant	<b>14%</b>	12%	17%	18%	11%	16%	9%	17%
Auprès des marques de livraison de surgelés à domicile	<b>9%</b>	11%	11%	7%	9%	7%	11%	8%
Dans une boutique d'une marque connue, spécialisée dans les glaces	<b>7%</b>	6%	4%	4%	9%	11%	8%	6%
Dans les chaînes de fast-food, snacking, vente à emporter	<b>6%</b>	6%	6%	3%	8%	6%	8%	5%
En drive	<b>5%</b>	4%	4%	7%	8%	3%	8%	4%
Dans une chaîne de proximité	<b>3%</b>	1%	3%	1%	3%	8%	4%	3%
Sur une application de livraison	<b>1%</b>	1%	-	2%	2%	2%	3%	1%



# Les critères prioritaires lors de l'achat de glaces



1005 personnes

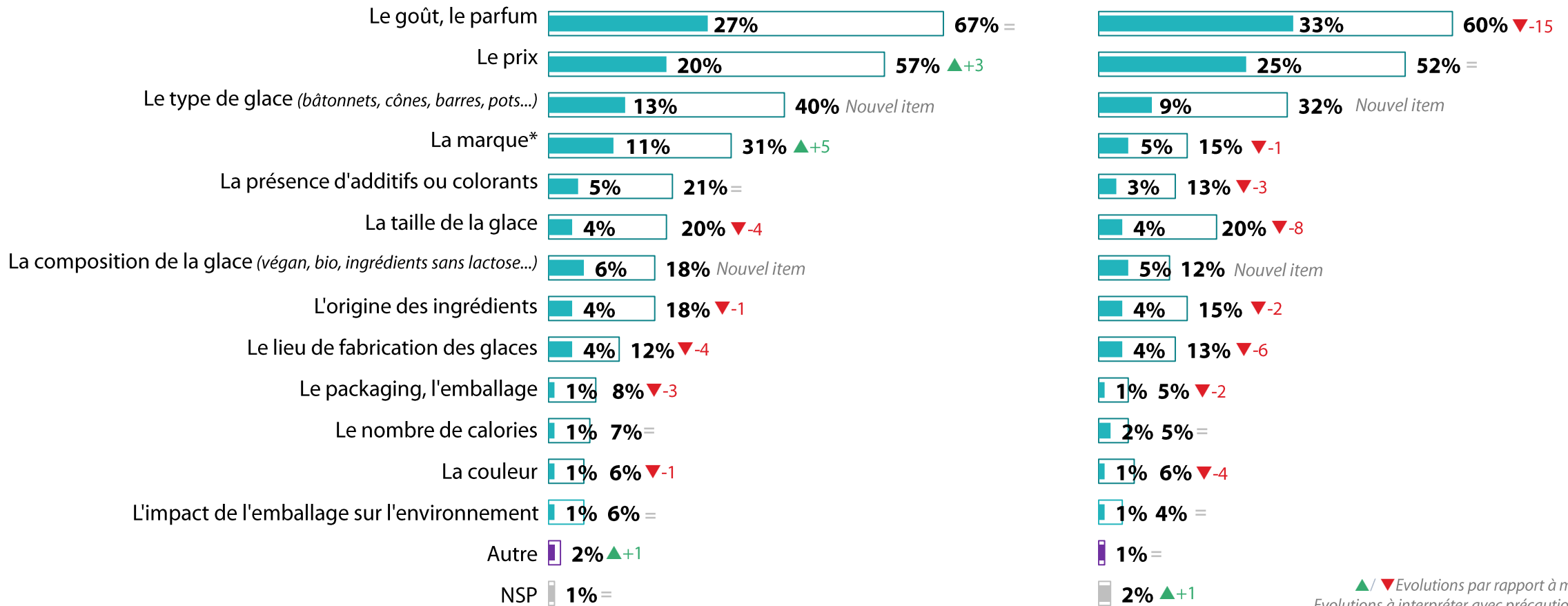
Q. Parmi les éléments suivants, quels sont tous ceux que vous regardez en priorité lorsque vous achetez de la glace ... ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

En premier  Au total

...en supermarché

... au restaurant, dans la rue,  
ou sur les sites de livraison



▲/ ▼ Evolutions par rapport à mars 2022  
Evolutions à interpréter avec précaution, de nouveaux items « Le type de glace » et « La composition de la glace » ayant été ajoutés. L'item « La marque » a été modifié : l'an dernier il s'agissait de « La notoriété de la marque ».



# Les critères prioritaires lors de l'achat de glaces



1005 personnes

Q. Parmi les éléments suivants, quels sont tous ceux que vous regardez en priorité lorsque vous achetez de la glace ... ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

... en supermarché

	% Au total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Le goût, le parfum	<b>67%</b>	65%	69%	59%	68%	68%	73%	64%	70%	70%	63%
Le prix	<b>57%</b>	56%	58%	60%	59%	57%	53%	57%	52%	59%	59%
Le type de glace (bâtonnets, cônes, barres, pots...)	<b>40%</b>	40%	41%	36%	41%	42%	41%	40%	37%	41%	42%
La marque*	<b>31%</b>	31%	31%	31%	24%	29%	28%	38%	29%	27%	34%
La présence d'additifs ou colorants	<b>21%</b>	18%	24%	18%	19%	17%	27%	22%	24%	17%	22%
La taille de la glace	<b>20%</b>	21%	19%	31%	21%	16%	22%	18%	18%	18%	23%
La composition de la glace (végan, bio, ingrédients sans lactose...)	<b>18%</b>	17%	19%	17%	14%	23%	16%	19%	21%	15%	18%
L'origine des ingrédients	<b>18%</b>	15%	20%	13%	15%	16%	21%	20%	16%	17%	21%
Le lieu de fabrication des glaces	<b>12%</b>	12%	12%	13%	11%	9%	14%	14%	7%	12%	15%
Le packaging, l'emballage	<b>8%</b>	7%	9%	21%	13%	8%	5%	3%	6%	11%	8%
Le nombre de calories	<b>7%</b>	6%	7%	16%	11%	5%	5%	5%	6%	7%	7%
L'impact de l'emballage sur l'environnement	<b>6%</b>	5%	7%	13%	6%	5%	7%	4%	4%	7%	8%
La couleur	<b>6%</b>	6%	6%	12%	10%	6%	4%	3%	4%	8%	6%
Autre	<b>2%</b>	2%	2%	-	3%	2%	1%	2%	2%	1%	2%



# Les critères prioritaires lors de l'achat de glaces



Q. Parmi les éléments suivants, quels sont tous ceux que vous regardez en priorité lorsque vous achetez de la glace ... ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

... en supermarché

	% Au total	Catégorie d'agglomération					Fréquence de consommation de glaces	
		Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Au moins tous les trois mois	Moins souvent
Le goût, le parfum	<b>67%</b>	70%	69%	61%	69%	63%	70%	67%
Le prix	<b>57%</b>	59%	62%	59%	58%	44%	58%	57%
Le type de glace (bâtonnets, cônes, barres, pots...)	<b>40%</b>	44%	40%	36%	41%	39%	43%	40%
La marque*	<b>31%</b>	27%	29%	34%	30%	36%	37%	29%
La présence d'additifs ou colorants	<b>21%</b>	19%	23%	21%	18%	26%	19%	22%
La taille de la glace	<b>20%</b>	18%	18%	21%	22%	21%	25%	18%
La composition de la glace (végan, bio, ingrédients sans lactose...)	<b>18%</b>	15%	22%	17%	18%	20%	18%	19%
L'origine des ingrédients	<b>18%</b>	16%	26%	16%	15%	19%	22%	16%
Le lieu de fabrication des glaces	<b>12%</b>	11%	15%	11%	10%	15%	12%	12%
Le packaging, l'emballage	<b>8%</b>	8%	7%	6%	10%	9%	11%	7%
Le nombre de calories	<b>7%</b>	7%	9%	5%	6%	9%	7%	6%
L'impact de l'emballage sur l'environnement	<b>6%</b>	5%	9%	6%	6%	5%	6%	6%
La couleur	<b>6%</b>	5%	7%	5%	6%	7%	8%	5%
Autre	<b>2%</b>	1%	3%	1%	2%	1%	1%	2%



# Les critères prioritaires lors de l'achat de glaces



1005 personnes

Q. Parmi les éléments suivants, quels sont tous ceux que vous regardez en priorité lorsque vous achetez de la glace ... ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

... au restaurant, dans la rue,  
ou sur les sites de livraison

	% Au total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Le goût, le parfum	<b>60%</b>	62%	59%	51%	60%	55%	66%	64%	66%	56%	59%
Le prix	<b>52%</b>	51%	52%	59%	64%	52%	48%	46%	47%	55%	52%
Le type de glace (bâtonnets, cônes, barres, pots...)	<b>32%</b>	32%	31%	31%	29%	32%	34%	31%	34%	31%	30%
La taille de la glace	<b>20%</b>	21%	20%	28%	20%	22%	21%	16%	17%	21%	21%
L'origine des ingrédients	<b>15%</b>	11%	19%	22%	12%	16%	13%	16%	14%	14%	17%
La marque*	<b>15%</b>	16%	14%	17%	13%	13%	18%	13%	15%	14%	15%
Le lieu de fabrication des glaces	<b>13%</b>	14%	12%	14%	9%	9%	18%	15%	13%	10%	15%
La présence d'additifs ou colorants	<b>13%</b>	11%	14%	17%	6%	10%	16%	15%	13%	12%	13%
La composition de la glace (végan, bio, ingrédients sans lactose...)	<b>12%</b>	8%	14%	13%	11%	13%	11%	11%	11%	12%	11%
La couleur	<b>6%</b>	6%	6%	13%	8%	8%	5%	2%	4%	10%	4%
Le packaging, l'emballage	<b>5%</b>	7%	4%	11%	6%	7%	4%	3%	4%	7%	6%
Le nombre de calories	<b>5%</b>	5%	4%	17%	6%	4%	2%	2%	3%	5%	6%
L'impact de l'emballage sur l'environnement	<b>4%</b>	4%	4%	11%	3%	4%	3%	4%	4%	3%	5%
Autre	<b>1%</b>	2%	1%	-	1%	1%	1%	3%	1%	1%	2%



# Les critères prioritaires lors de l'achat de glaces



Q. Parmi les éléments suivants, quels sont tous ceux que vous regardez en priorité lorsque vous achetez de la glace ... ?

Plusieurs réponses possibles, total supérieur à 100%

... au restaurant, dans la rue,  
ou sur les sites de livraison

	% Au total	Catégorie d'agglomération					Fréquence de consommation de glaces	
		Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Au moins tous les trois mois	Moins souvent
Le goût, le parfum	<b>60%</b>	58%	58%	61%	60%	66%	61%	63%
Le prix	<b>52%</b>	54%	57%	52%	53%	42%	54%	51%
Le type de glace (bâtonnets, cônes, barres, pots...)	<b>32%</b>	26%	33%	29%	33%	37%	34%	31%
La taille de la glace	<b>20%</b>	18%	21%	14%	23%	22%	22%	19%
L'origine des ingrédients	<b>15%</b>	15%	16%	18%	11%	19%	18%	14%
La marque*	<b>15%</b>	11%	14%	17%	16%	18%	19%	12%
Le lieu de fabrication des glaces	<b>13%</b>	15%	15%	13%	10%	14%	13%	14%
La présence d'additifs ou colorants	<b>13%</b>	8%	17%	12%	10%	18%	12%	13%
La composition de la glace (végan, bio, ingrédients sans lactose...)	<b>12%</b>	9%	11%	15%	12%	12%	13%	11%
La couleur	<b>6%</b>	5%	6%	4%	7%	7%	8%	4%
Le packaging, l'emballage	<b>5%</b>	4%	7%	3%	4%	10%	7%	4%
Le nombre de calories	<b>5%</b>	5%	5%	5%	4%	4%	5%	4%
L'impact de l'emballage sur l'environnement	<b>4%</b>	3%	7%	2%	4%	5%	5%	3%
Autre	<b>1%</b>	2%	1%	-	1%	2%	1%	2%



# 02

Les goûts et critères de choix en matière de glaces, l'impact de la crise inflationniste sur ces choix

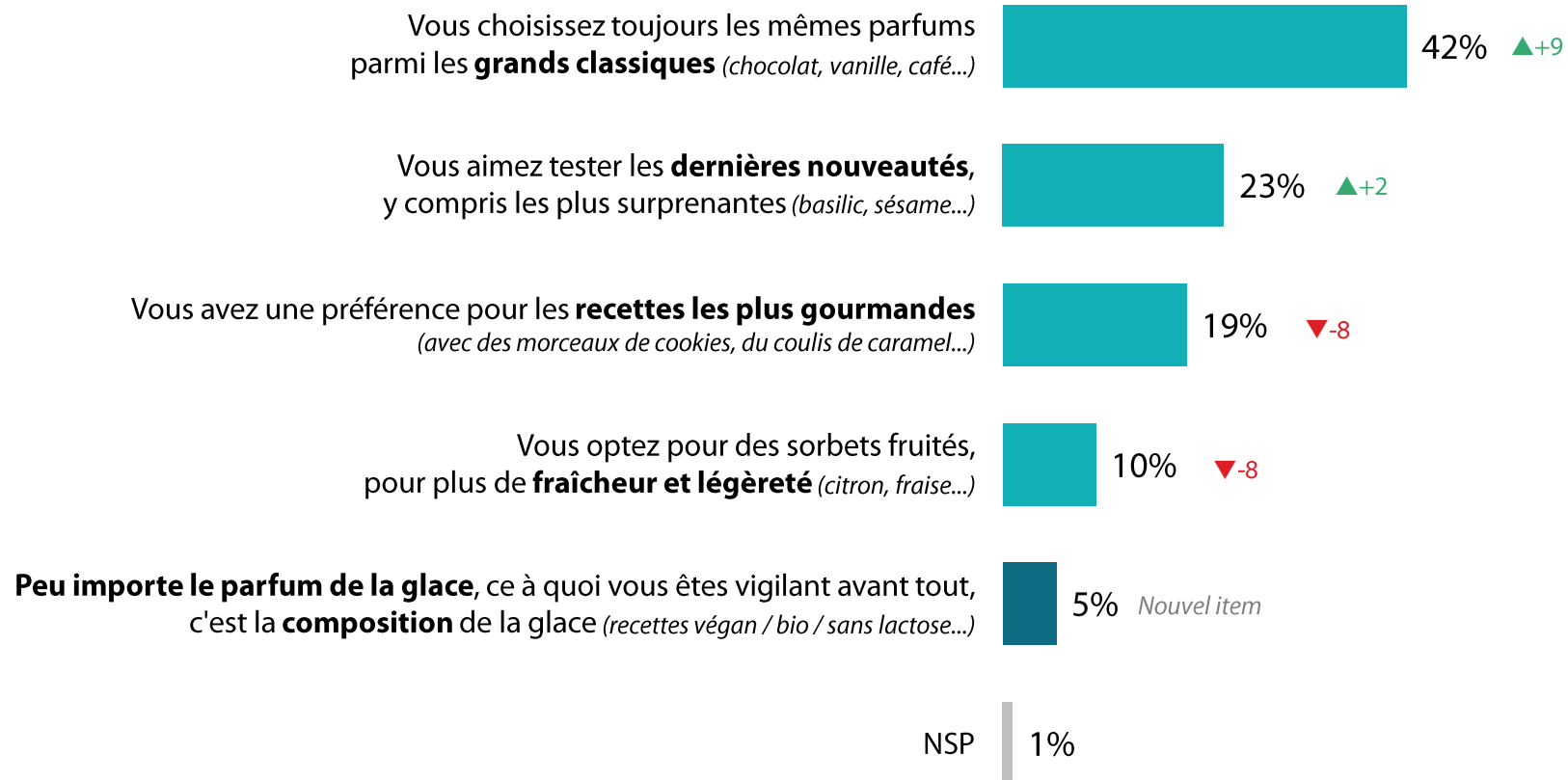




# Les préférences des parfums de glaces



Q. De laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche concernant vos choix de glaces ?



▲ / ▼ Evolutions par rapport à mars 2022

Evolutions à interpréter avec précaution, un nouvel item « Peu importe le parfum de la glace, ce à quoi vous êtes vigilant avant tout, c'est la composition de la glace (recettes végan / bio / sans lactose...) » ayant été ajouté.



# Les préférences des parfums de glaces



1005 personnes

Q. De laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche concernant vos choix de glaces ?

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Vous choisissez toujours les mêmes parfums parmi les <b>grands classiques</b> (chocolat, vanille, café...)	42%	44%	39%	40%	46%	40%	36%	47%	36%	41%	46%
Vous aimez tester les <b>dernières nouveautés</b> , y compris les plus surprenantes (basilic, sésame...)	23%	23%	23%	22%	26%	31%	22%	15%	28%	27%	16%
Vous avez une préférence pour les <b>recettes les plus gourmandes</b> (avec des morceaux de cookies, du coulis de caramel...)	19%	16%	22%	23%	18%	16%	22%	18%	18%	20%	19%
Vous optez pour des sorbets fruités, pour plus de <b>fraîcheur et légèreté</b> (citron, fraise...)	10%	10%	10%	1%	6%	6%	15%	13%	13%	7%	9%
<b>Peu importe le parfum de la glace</b> , ce à quoi vous êtes vigilant avant tout, c'est la <b>composition</b> de la glace (recettes vegan / bio / sans lactose...)	5%	6%	5%	9%	3%	6%	5%	6%	4%	4%	8%



# Les préférences des parfums de glaces



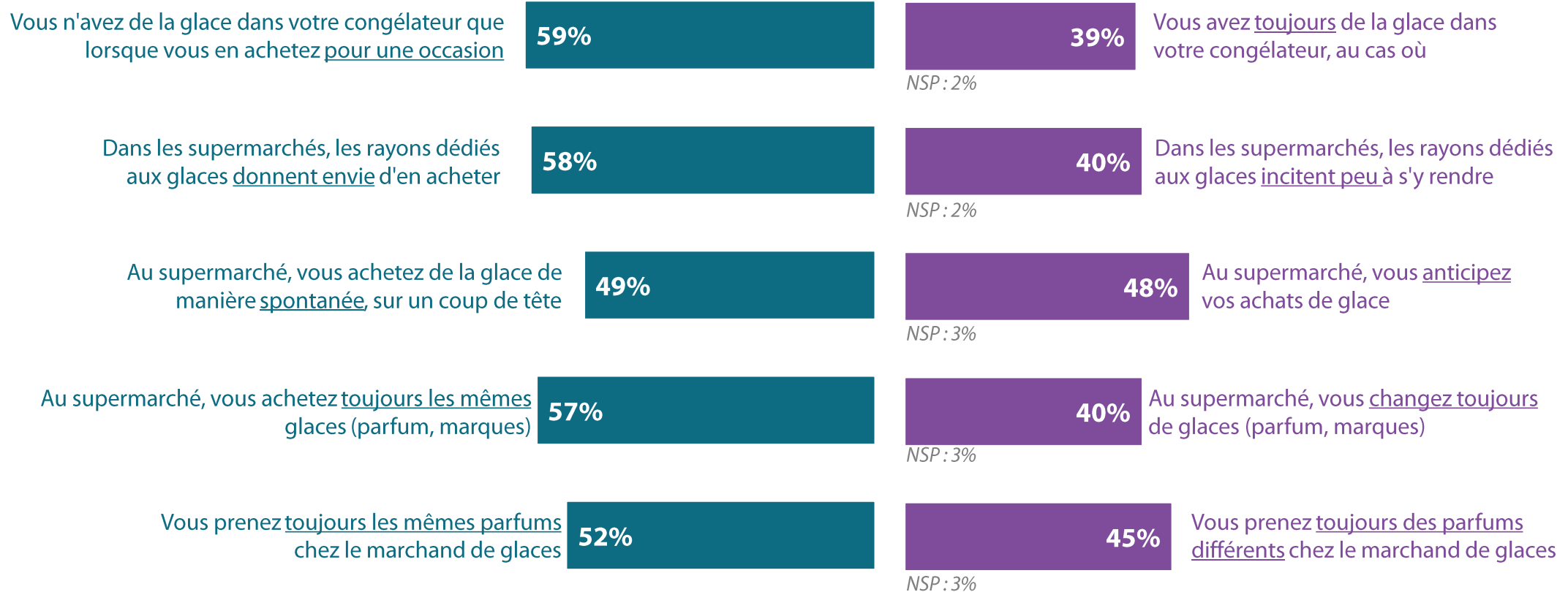
Q. De laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche concernant vos choix de glaces ?

	% Total	Catégorie d'agglomération					Fréquence de consommation de glaces	
		Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Au moins tous les trois mois	Moins souvent
Vous choisissez toujours les mêmes parfums parmi les <b>grands classiques</b> ( <i>chocolat, vanille, café...</i> )	<b>42%</b>	46%	34%	44%	43%	40%	41%	42%
Vous aimez tester les <b>dernières nouveautés</b> , y compris les plus surprenantes ( <i>basilic, sésame...</i> )	<b>23%</b>	23%	24%	20%	22%	26%	29%	21%
Vous avez une préférence pour les <b>recettes les plus gourmandes</b> ( <i>avec des morceaux de cookies, du coulis de caramel...</i> )	<b>19%</b>	16%	22%	18%	20%	19%	20%	20%
Vous optez pour des sorbets fruités, pour plus de <b>fraîcheur et légèreté</b> ( <i>citron, fraise...</i> )	<b>10%</b>	7%	13%	10%	9%	9%	7%	11%
<b>Peu importe le parfum de la glace</b> , ce à quoi vous êtes vigilant avant tout, c'est la <b>composition</b> de la glace ( <i>recettes vegan / bio / sans lactose...</i> )	<b>5%</b>	7%	6%	7%	5%	4%	3%	6%

# “ Les préférences concernant les pratiques d’achat des glaces



Q. De laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche, ou le moins éloigné ?



# Les préférences concernant les pratiques d'achat des glaces



Q. De laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche, ou le moins éloigné ?

	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Vous n'avez de la glace dans votre congélateur que lorsque vous en achetez pour une occasion	59%	59%	59%	60%	66%	63%	57%	52%	55%	63%	57%
Vous avez <u>toujours</u> de la glace dans votre congélateur, au cas où	39%	39%	39%	34%	33%	35%	42%	46%	44%	35%	40%
Dans les supermarchés, les rayons dédiés aux glaces donnent envie d'en acheter	58%	59%	58%	52%	65%	51%	60%	62%	50%	60%	63%
Dans les supermarchés, les rayons dédiés aux glaces incitent peu à s'y rendre	40%	38%	41%	46%	34%	46%	38%	36%	47%	38%	36%
Au supermarché, vous achetez de la glace de manière <u>spontanée</u> , sur un coup de tête	49%	48%	49%	51%	63%	50%	52%	36%	55%	54%	42%
Au supermarché, vous <u>anticipez</u> vos achats de glace	48%	48%	48%	43%	33%	47%	45%	61%	42%	43%	55%
Au supermarché, vous achetez <u>toujours les mêmes</u> glaces (parfum, marques)	57%	62%	53%	51%	46%	54%	60%	68%	57%	55%	61%
Au supermarché, vous <u>changez toujours</u> de glaces (parfum, marques)	40%	35%	44%	41%	53%	44%	39%	29%	41%	43%	36%
Vous prenez <u>toujours les mêmes parfums</u> chez le marchand de glaces	52%	53%	52%	59%	51%	45%	53%	57%	51%	48%	56%
Vous prenez <u>toujours des parfums différents</u> chez le marchand de glaces	45%	44%	45%	32%	46%	53%	45%	40%	45%	49%	41%

# “ Les préférences concernant les pratiques d’achat des glaces



Q. De laquelle des affirmations suivantes vous sentez-vous le plus proche, ou le moins éloigné ?

	% Total	Catégorie d’agglomération					Fréquence de consommation de glaces	
		Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Au moins tous les trois mois	Moins souvent
Vous n’avez de la glace dans votre congélateur que lorsque vous en achetez <u>pour une occasion</u>	<b>59%</b>	60%	51%	54%	62%	64%	36%	70%
Vous avez <u>toujours</u> de la glace dans votre congélateur, au cas où	<b>39%</b>	37%	49%	45%	35%	33%	63%	29%
Dans les supermarchés, les rayons dédiés aux glaces <u>donnent envie</u> d’en acheter	<b>58%</b>	60%	62%	62%	56%	53%	68%	54%
Dans les supermarchés, les rayons dédiés aux glaces <u>incitent peu</u> à s’y rendre	<b>40%</b>	38%	35%	37%	41%	46%	31%	44%
Au supermarché, vous achetez de la glace de manière <u>spontanée</u> , sur un coup de tête	<b>49%</b>	48%	56%	55%	43%	48%	49%	49%
Au supermarché, vous <u>anticipez</u> vos achats de glace	<b>48%</b>	49%	40%	42%	55%	46%	49%	48%
Au supermarché, vous achetez <u>toujours les mêmes</u> glaces (parfum, marques)	<b>57%</b>	55%	58%	58%	57%	61%	55%	59%
Au supermarché, vous <u>changez toujours</u> de glaces (parfum, marques)	<b>40%</b>	43%	40%	41%	39%	35%	44%	39%
Vous prenez <u>toujours les mêmes parfums</u> chez le marchand de glaces	<b>52%</b>	55%	49%	53%	52%	54%	51%	53%
Vous prenez <u>toujours des parfums différents</u> chez le marchand de glaces	<b>45%</b>	43%	49%	44%	45%	41%	48%	45%

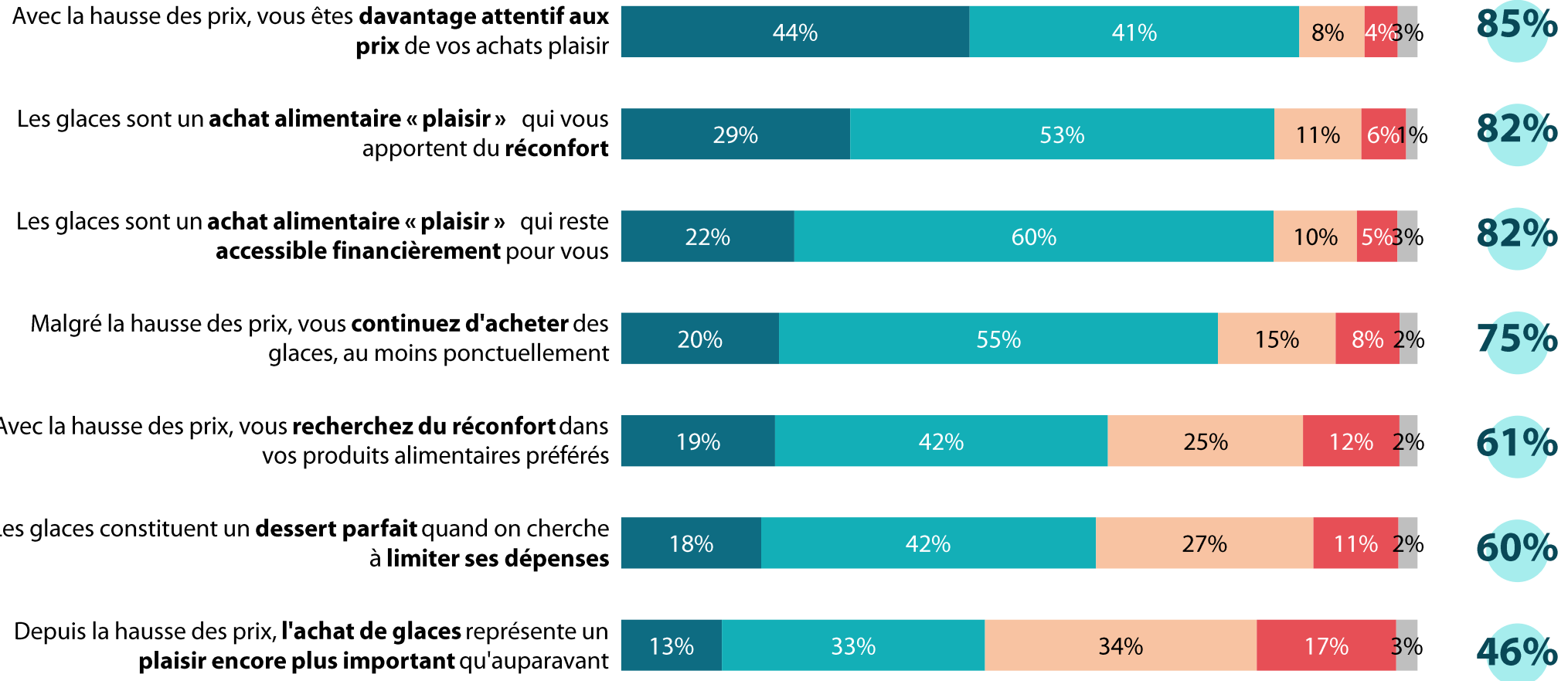


# L'impact de l'inflation sur les critères d'achat des glaces



Et êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

D'accord



● Tout à fait d'accord ● Plutôt d'accord ● Plutôt pas d'accord ● Pas du tout d'accord ● NSP

# “ L'impact de l'inflation sur les critères d'achat des glaces



Et êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

	% D'accord	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Avec la hausse des prix, vous êtes <b>davantage attentif</b> aux prix de vos achats plaisir	<b>85%</b>	84%	86%	87%	85%	84%	84%	87%	81%	87%	86%
Les glaces sont un <b>achat alimentaire « plaisir »</b> qui vous apportent du <b>réconfort</b>	<b>82%</b>	82%	83%	76%	83%	82%	84%	81%	81%	84%	81%
Les glaces sont un <b>achat alimentaire « plaisir »</b> qui reste <b>accessible financièrement</b> pour vous	<b>82%</b>	86%	79%	76%	80%	79%	85%	86%	85%	81%	80%
Malgré la hausse des prix, vous <b>continuez d'acheter</b> des glaces, au moins ponctuellement	<b>75%</b>	78%	72%	67%	73%	75%	75%	79%	78%	75%	72%
Avec la hausse des prix, vous <b>recherchez du réconfort</b> dans vos produits alimentaires préférés	<b>61%</b>	62%	61%	74%	68%	63%	62%	51%	60%	67%	57%
Les glaces constituent un <b>dessert parfait</b> quand on cherche à <b>limiter ses dépenses</b>	<b>60%</b>	63%	57%	61%	66%	57%	59%	58%	58%	61%	59%
Depuis la hausse des prix, <b>l'achat de glaces</b> représente un <b>plaisir encore plus important</b> qu'auparavant	<b>46%</b>	47%	45%	59%	52%	49%	43%	37%	43%	52%	42%

# “ L'impact de l'inflation sur les critères d'achat des glaces



Et êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

	% D'accord	Catégorie d'agglomération					Fréquence de consommation de glaces	
		Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Au moins tous les trois mois	Moins souvent
Avec la hausse des prix, vous êtes <b>davantage attentif</b> aux prix de vos achats plaisir	85%	86%	91%	86%	83%	79%	91%	84%
Les glaces sont un <b>achat alimentaire « plaisir »</b> qui vous apportent du <b>réconfort</b>	82%	80%	83%	86%	83%	78%	93%	80%
Les glaces sont un <b>achat alimentaire « plaisir »</b> qui reste <b>accessible financièrement</b> pour vous	82%	77%	80%	86%	81%	89%	89%	81%
Malgré la hausse des prix, vous <b>continuez d'acheter</b> des glaces, au moins ponctuellement	75%	71%	78%	78%	73%	77%	84%	74%
Avec la hausse des prix, vous <b>recherchez du réconfort</b> dans vos produits alimentaires préférés	61%	55%	61%	65%	65%	60%	75%	55%
Les glaces constituent un <b>dessert parfait</b> quand on cherche à <b>limiter ses dépenses</b>	60%	53%	60%	63%	61%	63%	72%	55%
Depuis la hausse des prix, <b>l'achat de glaces</b> représente un <b>plaisir encore plus important</b> qu'auparavant	46%	42%	49%	47%	49%	39%	58%	40%



# 03

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





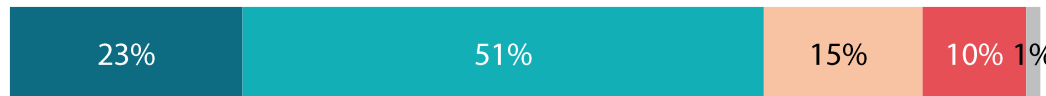
# Les perceptions sur les glaces conditionnées



Q. Vous personnellement, concernant les glaces conditionnées dans des emballages individuels (cônes, bâtonnets, etc.), vous diriez que... ?

Oui

Vous trouvez les glaces conditionnées dans des emballages individuels adaptées à votre consommation personnelle de glaces



74%

Vous attendez des entreprises qu'elles vous proposent des solutions pour avoir une consommation de glaces plus respectueuse de l'environnement



73%

Vous avez davantage envie d'acheter les glaces d'une marque qui s'engage dans la réduction de ses conditionnements de glaces que d'une marque qui ne se soucie pas de son impact environnemental



67%

Vous achetez des glaces conditionnées dans des emballages individuels



64%

Vous préféreriez éviter d'acheter des glaces conditionnées dans des emballages individuels



51%

● Oui, tout à fait   
 ● Oui, plutôt   
 ● Non, plutôt pas   
 ● Non, pas du tout   
 ● NSP



# Les perceptions sur les glaces conditionnées



1005 personnes

Q. Vous personnellement, concernant les glaces conditionnées dans des emballages individuels (cônes, bâtonnets, etc.), vous diriez que... ?

	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
Vous trouvez les glaces conditionnées dans des emballages individuels adaptées à votre consommation personnelle de glaces	<b>74%</b>	73%	74%	72%	75%	77%	70%	72%	73%	78%	70%
Vous attendez des entreprises qu'elles vous proposent des solutions pour avoir une consommation de glaces plus respectueuse de l'environnement	<b>73%</b>	70%	76%	75%	74%	73%	73%	72%	77%	70%	73%
Vous avez davantage envie d'acheter les glaces d'une marque qui s'engage dans la réduction de ses conditionnements de glaces que d'une marque qui ne se soucie pas de son impact environnement	<b>67%</b>	63%	70%	70%	72%	68%	64%	63%	72%	67%	63%
Vous achetez des glaces conditionnées dans des emballages individuels	<b>64%</b>	63%	66%	63%	65%	70%	61%	62%	65%	69%	61%
Vous préféreriez éviter d'acheter des glaces conditionnées dans des emballages individuels	<b>51%</b>	48%	54%	62%	63%	50%	54%	40%	59%	53%	45%



# Les perceptions sur les glaces conditionnées



Q. Vous personnellement, concernant les glaces conditionnées dans des emballages individuels (cônes, bâtonnets, etc.), vous diriez que... ?

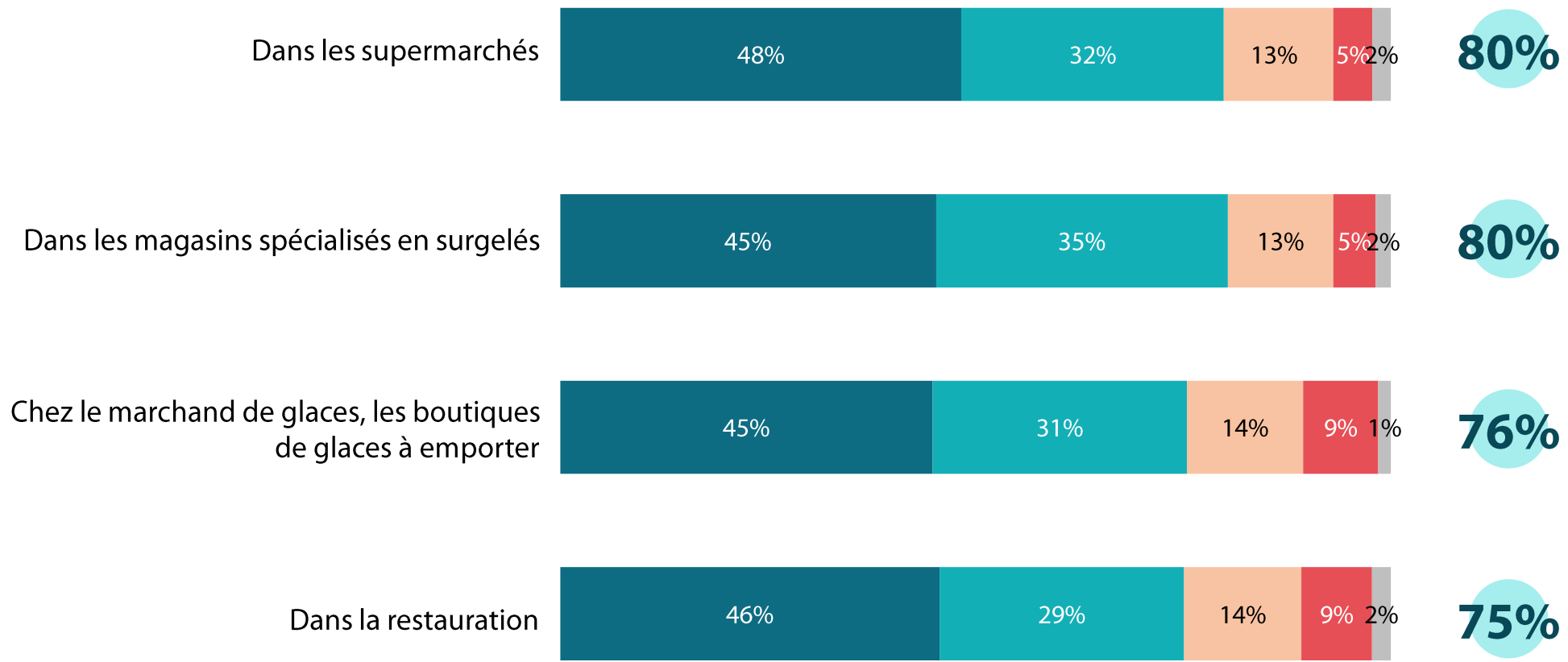
	% Oui	Catégorie d'agglomération					Fréquence de consommation de glaces	
		Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Au moins tous les trois mois	Moins souvent
Vous trouvez les glaces conditionnées dans des emballages individuels adaptés à votre consommation personnelle de glaces	<b>74%</b>	78%	71%	77%	69%	73%	79%	73%
Vous attendez des entreprises qu'elles vous proposent des solutions pour avoir une consommation de glaces plus respectueuse de l'environnement	<b>73%</b>	72%	73%	76%	73%	71%	78%	72%
Vous avez davantage envie d'acheter les glaces d'une marque qui s'engage dans la réduction de ses conditionnements de glaces que d'une marque qui ne se soucie pas de son impact environnement	<b>67%</b>	64%	67%	70%	65%	72%	78%	62%
Vous achetez des glaces conditionnées dans des emballages individuels	<b>64%</b>	68%	63%	68%	60%	67%	70%	63%
Vous préféreriez éviter d'acheter des glaces conditionnées dans des emballages individuels	<b>51%</b>	50%	52%	51%	54%	49%	55%	50%

# L'importance de la réduction des emballages dans les lieux d'achat des glaces



Q. Diriez-vous que la réduction des emballages des glaces est ... ?

Importante voire nécessaire



**90%**  
La réduction des emballage est importante voire nécessaire dans au moins un lieu

● Nécessaire   ● Importante mais pas nécessaire   ● Secondaire   ● Inutile   ● NSP

# L'importance de la réduction des emballages dans les lieux d'achat des glaces



Q. Diriez-vous que la réduction des emballages des glaces est ...

	% Nécessaire Importante	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
<b>Au moins un lieu</b>	<b>90%</b>	89%	92%	92%	90%	88%	91%	91%	91%	89%	90%
Dans les supermarchés	80%	77%	83%	77%	78%	78%	82%	81%	82%	79%	80%
Dans les magasins spécialisés en surgelés	80%	79%	81%	79%	80%	81%	78%	82%	84%	78%	80%
Chez le marchand de glaces, les boutiques de glaces à emporter	76%	76%	76%	74%	80%	75%	75%	73%	78%	77%	73%
Dans la restauration	75%	74%	77%	76%	75%	72%	79%	74%	73%	75%	77%

# L'importance de la réduction des emballages dans les lieux d'achat des glaces



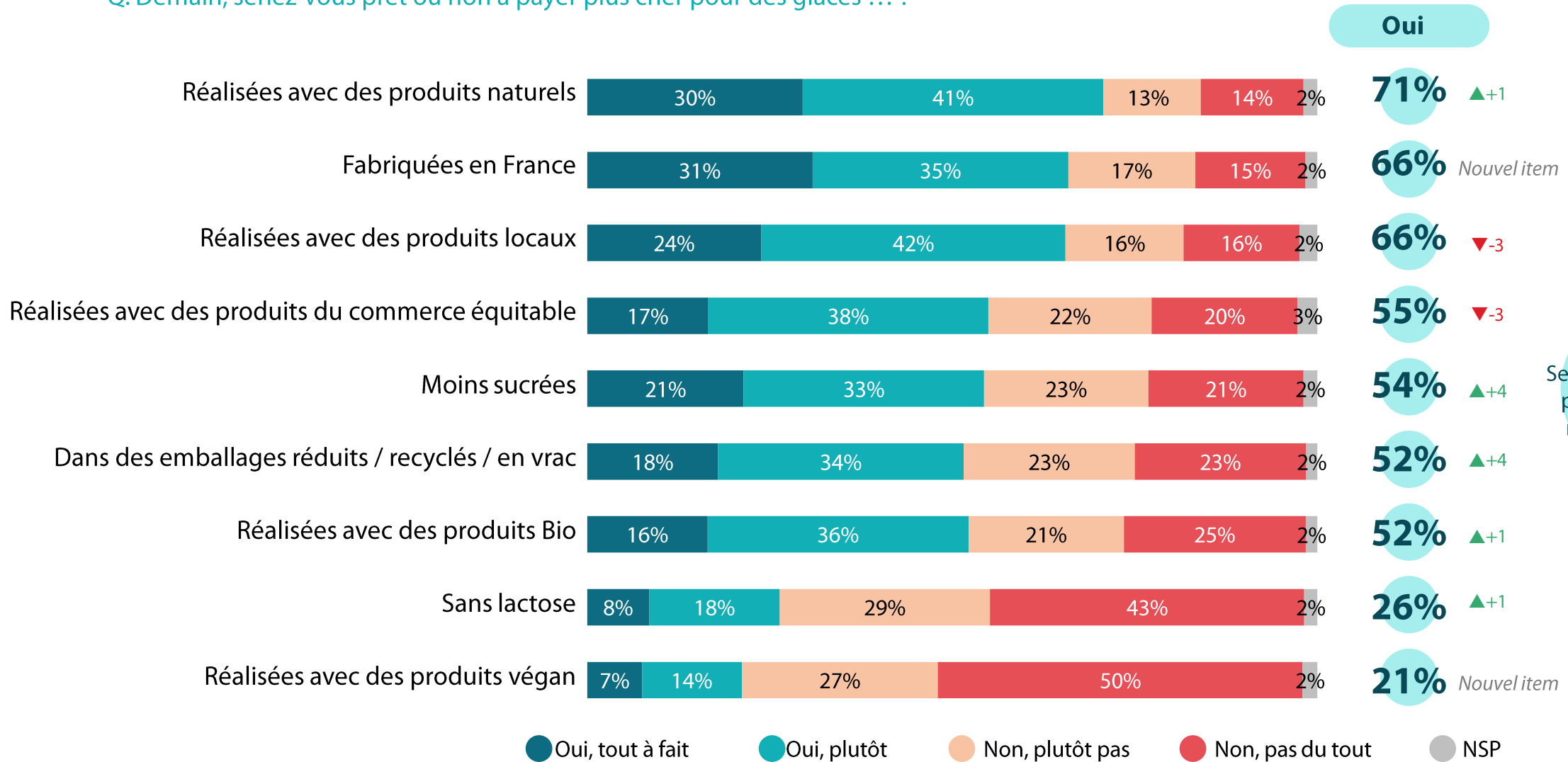
Q. Diriez-vous que la réduction des emballages des glaces est ...

	% Nécessaire Importante	Catégorie d'agglomération					Fréquence de consommation de glaces	
		Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Au moins tous les trois mois	Moins souvent
<b>Au moins un lieu</b>	<b>90%</b>	90%	88%	92%	92%	88%	92%	90%
Dans les supermarchés	<b>80%</b>	79%	81%	85%	80%	76%	81%	81%
Dans les magasins spécialisés en surgelés	<b>80%</b>	83%	79%	77%	81%	79%	82%	81%
Chez le marchand de glaces, les boutiques de glaces à emporter	<b>76%</b>	76%	70%	78%	78%	74%	79%	75%
Dans la restauration	<b>75%</b>	77%	74%	75%	77%	70%	74%	77%

# “ La propension à payer plus cher pour des glaces



Q. Demain, seriez-vous prêt ou non à payer plus cher pour des glaces ... ?



**80%**  
Seraient prêts à payer plus chers pour au moins une de ces caractéristiques

# “ La propension à payer plus cher pour des glaces



Q. Demain, seriez-vous prêt ou non à payer plus cher pour des glaces ... ?

	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactif
<b>Au moins une réponse « oui »</b>	<b>80%</b>	<b>78%</b>	<b>83%</b>	<b>91%</b>	<b>75%</b>	<b>73%</b>	<b>83%</b>	<b>84%</b>	<b>84%</b>	<b>74%</b>	<b>83%</b>
Réalisées avec des produits naturels	71%	68%	73%	76%	62%	65%	73%	77%	73%	65%	74%
Fabriquées en France	66%	64%	67%	75%	56%	59%	70%	69%	66%	62%	69%
Réalisées avec des produits locaux	66%	64%	66%	72%	59%	61%	68%	68%	72%	60%	66%
Réalisées avec des produits du commerce équitable	55%	52%	57%	64%	48%	54%	59%	52%	60%	53%	54%
Moins sucrées	54%	55%	54%	48%	47%	50%	65%	56%	58%	49%	56%
Dans des emballages réduits / recyclés / en vrac	52%	50%	52%	61%	51%	47%	54%	49%	53%	51%	51%
Réalisées avec des produits Bio	52%	49%	55%	65%	45%	51%	56%	49%	64%	43%	51%
Sans lactose	26%	27%	26%	35%	32%	24%	26%	22%	25%	29%	25%
Réalisées avec des produits végan	21%	18%	24%	44%	29%	24%	19%	8%	23%	26%	16%

# “ La propension à payer plus cher pour des glaces



Q. Demain, seriez-vous prêt ou non à payer plus cher pour des glaces ... ?

	% Oui	Catégorie d'agglomération					Fréquence de consommation de glaces	
		Commune rurale	2 000 à 19 999 habitants	20 000 à 99 999 habitants	100 000 habitants et plus	Agglomération parisienne	Au moins tous les trois mois	Moins souvent
<b>Au moins une réponse « oui »</b>	<b>80%</b>	<b>79%</b>	<b>80%</b>	<b>77%</b>	<b>81%</b>	<b>85%</b>	<b>85%</b>	<b>80%</b>
Réalisées avec des produits naturels	71%	67%	70%	67%	73%	76%	74%	71%
Fabriquées en France	66%	62%	66%	63%	68%	68%	73%	64%
Réalisées avec des produits locaux	66%	61%	68%	65%	67%	67%	70%	66%
Réalisées avec des produits du commerce équitable	55%	50%	55%	51%	56%	62%	59%	54%
Moins sucrées	54%	57%	52%	53%	52%	60%	56%	54%
Dans des emballages réduits / recyclés / en vrac	52%	43%	52%	51%	55%	56%	57%	49%
Réalisées avec des produits Bio	52%	46%	50%	47%	53%	65%	58%	50%
Sans lactose	26%	23%	26%	22%	30%	29%	33%	22%
Réalisées avec des produits végan	21%	18%	20%	18%	20%	30%	27%	17%



## RESTONS CONNECTÉS !

[www.opinion-way.com](http://www.opinion-way.com)



### Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte 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](mailto:equarre@opinion-way.com)

**Lisa Corbineau**

Chargée d'études senior – Pôle Opinion

[lcorbineau@opinion-way.com](mailto:lcorbineau@opinion-way.com)