

LES FREINS À LA CONSOMMATION DE PRODUITS SAINS ET/OU DURABLES DANS LES ENSEIGNES DE RESTAURATION RAPIDE : LA PERCEPTION DES JEUNES CONSOMMATEURS

Master Franchise & Commerce en Réseau - IGR-IAE Rennes - Université de Rennes - Projet 2022/2023 coordonné par Dr Rozenn Perrigot et Corentin Le Bot
et soutenu par l'Agence Régionale de Santé Bretagne

MÉTHODOLOGIE

Revue de presse ● Elaboration d'un guide d'entretien ● Conduite des entretiens ● Retranscriptions des entretiens ● Analyses des entretiens

ÉTUDE QUALITATIVE

La consommation de produits **sains** et **durables** dans les enseignes de restauration rapide est devenue une préoccupation importante pour les jeunes consommateurs. Ces derniers sont sensibles aux évolutions et aux tendances dans le secteur de la restauration rapide. Nous avons relevé **7 freins** principaux qui empêchent les jeunes consommateurs de consommer davantage de produits sains et durables au sein des enseignes de restauration rapide.

Manger SAIN Consiste à consommer des aliments qui ont des bienfaits nutritionnels et qui sont bénéfiques à notre santé. **"HEALTHY Food"** Fait référence à la nourriture saine.

Manger DURABLE Consiste à consommer des aliments qui ont des impacts environnementaux et sociaux positifs. **"JUNK Food"** Fait référence à la "malbouffe" ou la nourriture de faible valeur nutritive et avec de fortes teneurs en graisses et/ou en sucres.

Entretiens semi-directifs menés auprès
de **61** jeunes consommateurs (15-25 ans)

LA QUANTITÉ

La quantité des plats sains et durables proposée dans les enseignes de restauration rapide est perçue comme plus petite par les jeunes consommateurs que celle proposée dans des plats traditionnels

"Je ne sais pas pourquoi, mais en fait quand je pense à manger sain, pour moi, c'est de ne pas manger assez." (Cons)

La quantité d'apports nutritionnels est jugée plus faible dans certains plats sains et durables que celle des plats traditionnels.

"Il vaut mieux peut-être manger un burger pas très gras, mais avec la bonne quantité de protéines, la bonne quantité de glucides que plutôt une salade où il va y avoir beaucoup moins de protéines et plus de glucides, car en soit, ça sera moins bon pour la santé que de manger un burger pas très gras avec les bons apports en énergie." (Cons)

LA LOCALISATION

Les enseignes type "healthy food" du secteur de la restauration rapide ne sont pas accessibles géographiquement à tous les consommateurs.

« Comme je ne suis pas véhiculée, au niveau des bus, tout ça, je vais avoir un peu de difficultés [à fréquenter les enseignes de type "healthy food"] » (Cons)

Les enseignes type "healthy food" sont davantage présentes dans les très grandes villes.

"À Paris, c'est facile. [...] À Paris, on a la chance qu'il y ait beaucoup d'offres donc je trouve ça facile de manger sain. On trouve [...] un fast-food où tu peux manger sainement. Alors qu'à Rennes [...] beaucoup moins." (Cons)

LA SENSIBILISATION

Les jeunes consommateurs ne sont pas sensibilisés sur le manger durable et les campagnes de sensibilisation sont ciblées uniquement sur le manger sain.

"Je n'ai jamais vu de campagne sur le manger durable. Sur le manger sain, ils essayent quand même de proposer des plats relativement équilibrés."

L'information sur le manger sain et durable est relayée principalement par la publicité à la télévision, canal peu utilisé par les jeunes consommateurs. Ils remarquent qu'ils n'ont pas ou peu de connaissances des campagnes de prévention sur le manger sain et durable.

"J'ai des souvenirs de 2-3 campagnes de publicité à ce sujet-là. Maintenant, c'est vrai que je n'ai pas été me renseigner sur comment c'était fait [...]"

LA COMPOSITION DES PLATS

Les plats type "healthy food" sont perçus comme étant aussi caloriques que les plats type "junk food" dans les enseignes de restauration rapide.

"Je me dis justement que prendre une salade à [Enseigne] dans ce cas-là, j'aurais pu la faire chez moi et qu'elle est sûrement autant calorique qu'un burger... Donc autant se faire plaisir avec un bon hamburger." (Cons)

Les plats sains et durables sont, en général, peu choisis dans les enseignes de restauration rapide puisque les jeunes consommateurs préfèrent consommer cette offre de produits "healthy" dans les restaurants traditionnels ou chez eux.

« Ça a été démontré par A + B que les salades étaient plus grasses que les burgers à [Enseigne]. Je prends le cas de [Enseigne], [...] je trouve que le plat sain n'est pas mis en avant. [...] On se dit que entre les salades et les burgers [...] autant prendre un burger. » (Cons)

L'OFFRE LIMITÉE

Les jeunes consommateurs trouvent que l'offre de plats sains et durables est limitée dans les enseignes traditionnelles du secteur de la restauration rapide.

"Pour les fast-foods, [...] Je trouve que leurs offres pour les plats sains sont vraiment très restreintes [...]. Je sais qu'au [Enseigne] et au [Enseigne], ils proposent toujours la même salade, c'est la salade César, [...] une salade avec des pâtes [...] c'est vraiment très restreint, vraiment pas de grand choix en salade." (Cons)

Les jeunes consommateurs considèrent qu'il existe peu d'alternatives pour les régimes alimentaires spéciaux.

"Par exemple, à [Enseigne], où c'est vrai que l'on y va pour manger du poulet [...] je ne suis pas certain de savoir s'ils font des choses spécifiques ou végétariennes ou véganes, ou des choses un peu plus saines [...]. Je trouve que c'est quelque chose de pas développé. Même les pizzerias, en général, on ne trouve pas grand chose en plats sains." (Cons)

L'ASSIMILATION AU MANGER GRAS

Les enseignes traditionnelles du secteur de la restauration rapide sont perçues comme des fast-foods proposant principalement de la nourriture grasse.

"[...] Quand j'y vais c'est pour manger plus gras [...] et moins sain [...]"

La nourriture grasse est assimilée à la notion de plaisir dans les enseignes de restauration rapide.

"[...] Quand je vais dans les fast-foods, j'ai envie de manger ce qui me convient, de me faire plaisir donc je suis plus tentée par des bons burgers que par des salades qui sont même parfois déjà faites en industrie."

LE PRIX

Les produits mis en avant comme étant sains et/ou durables par les enseignes de restauration rapide sont souvent identifiés comme étant très onéreux par rapport à ce qu'est enclin à dépenser un jeune consommateur.

"En tant que lycéenne, je fais attention à mon budget, donc c'est vrai, par exemple, si un burger va être noté comme healthy [...], avec tant de calories, venant de telle provenance, à dix euros [par rapport à] un burger à quatre euros. [...] Ça va être des produits qui viennent d'ailleurs, mais plus [...] caloriques. Mais s'il coûte [...] moins que le burger que j'ai cité, j'aurais tendance à aller vers celui-là"

L'offre produit d'une enseigne de restauration traditionnelle est souvent assimilée à des prix accessibles, c'est pourquoi, lorsqu'une enseigne met en avant une offre saine et durable à des prix plus élevés, les jeunes consommateurs peuvent trouver celle-ci moins attractive.

"Moi je pense évidemment que c'est envisageable, après si je me mets dans la tête des clients, je me dis [que] quand on va à [Enseigne], on sait qu'on va manger, entre guillemets, mal [...]. Si on voit un hamburger [pour lequel] c'est affiché que ce sont des produits frais, le prix sera évidemment plus élevé et est-ce qu'on a envie de dépenser plus quand on va à [Enseigne] et est-ce que l'on est préparé à ça? Je ne sais pas."

BILAN

Aux dires des jeunes consommateurs, les **7** principaux freins liés à la consommation de produits sains et/ou durables dans les enseignes de restauration rapide qui ressortent de l'étude sont les suivants :

- La perception d'une faible QUANTITÉ de nourriture
- Un PRIX onéreux
- Une ASSIMILATION des enseignes de restauration rapide au manger gras
- Une LOCALISATION difficile d'accès des enseignes type "healthy food"
- Une FAIBLE SENSIBILISATION au manger sain et/ou durable
- Une COMPOSITION DES PLATS jugée comme calorique
- Une OFFRE LIMITÉE dans les enseignes de restauration rapide traditionnelles