

LES JEUNES ET LA VIANDE VÉGÉTALE DANS LA RESTAURATION RAPIDE

Projet mené par
Dr. Paul Naughton,
Dr. Rozenn Perrigot et
Dr. Anna Watson
et soutenu par
l'Agence Régionale de Santé
Bretagne



MÉTHODOLOGIE

Enquête par questionnaires administrés en ligne

ÉCHANTILLON

- 1566 jeunes :
- 100% d'étudiants
 - 63,7% de femmes, 35,4% d'hommes et 0,9% de personnes non-binaires
 - 21 ans d'âge moyen
 - Avec des fréquences de consommation dans les enseignes de restauration rapide variables :

	Pourcentage
Plusieurs fois par mois	51 %
Une fois par mois	24,4 %
Plusieurs fois par an	17,4 %
Plusieurs fois par semaine	6,8 %
Quotidiennement	0,4 %

PRÉCISIONS

La viande végétale, ou substitut à la viande, couvre des produits fabriqués à partir de sources de protéines non animales telles que les céréales, les légumes, les légumineuses. Cette viande végétale vise à ressembler à la viande (bœuf, poulet, bacon...) en termes d'apparence, de sensation de consommation et de valeur nutritionnelle. On peut, par exemple, retrouver du bœuf végétal ou du bacon végétal dans les burgers, ou du poulet végétal dans les nuggets.

LE RÉGIME ALIMENTAIRE DES JEUNES



	Pourcentage
Omnivore (je consomme des produits végétaux, de la viande et d'autres produits issus des animaux)	66,7 %
Flexitarien (je réduis ma consommation de viande, mais en consomme occasionnellement)	25,6 %
Autre	4,2 %
Végétarien (je ne consomme pas de viande)	2,2 %
Pescatarien (je ne consomme pas de viande, mais je consomme du poisson)	1,1 %
Végétalien (je ne consomme pas de viande, ni d'autres produits issus des animaux)	0,1 %

LES MOTIVATIONS DES CHOIX ALIMENTAIRES DES JEUNES DANS LA RESTAURATION RAPIDE VS. EN GÉNÉRAL



- Dans les enseignes de restauration rapide, le côté sensoriel/gourmand des plats, leur prix ainsi que le bien-être animal sont les motivations principales des jeunes quand ils choisissent un plat.

	Dans les enseignes de restauration rapide	En général
Motivations liées à la protection de l'environnement	4,88 / 7	5,19 / 7
Motivations liées au bien-être animal	5,33 / 7	5,60 / 7
Motivations liées à la santé	4,34 / 7	5,25 / 7
Motivations liées à la non consommation de produits transformés	4,55 / 7	5,16 / 7
Motivations liées au contrôle du poids	3,49 / 7	4,28 / 7
Motivations liées au côté sensoriel des plats	5,73 / 7	5,49 / 7
Motivations liées au prix des plats	5,59 / 7	5,48 / 7
Motivations liées à la familiarité avec les plats	3,99 / 7	4,53 / 7

LES JEUNES, LA VIANDE ET LA VIANDE VÉGÉTALE

- Les jeunes ont l'habitude de consommer de la viande (5,14 / 7)
- Les jeunes sont attachés à la viande (5,05 / 7)

FAMILIARITÉ DES JEUNES AVEC LA VIANDE VÉGÉTALE

	Pourcentage
Très mauvaise	16,4 %
Assez mauvaise	29,3 %
Moyenne	29,2 %
Assez bonne	20,1 %
Très bonne	5,0 %

CONSOMMATION DES JEUNES EN MATIÈRE DE VIANDE VÉGÉTALE : DANS LES ENSEIGNES DE RESTAURATION RAPIDE VS. EN GÉNÉRAL

Consommation de viande végétale	Pourcentage dans les enseignes de restauration rapide	Pourcentage en général
Jamais	82,7 %	51,1 %
Moins d'une fois par mois	11,9 %	19,2 %
Une ou deux fois par mois	3,8 %	15,4 %
Une ou deux fois par semaine	1,1 %	10,7 %
Trois fois ou plus par semaine	0,4 %	3,6 %

→ 82,7% des jeunes interrogés affirment ne pas manger de viande végétale dans les enseignes de restauration rapide.

CROYANCES SUR LA VIANDE VÉGÉTALE

- Selon les jeunes interrogés, la viande végétale contribue :
- au bien-être animal : 5,79 / 7
 - au maintien de leur santé : 4,68 / 7
 - à la protection de l'environnement : 4,60 / 7
 - au côté naturel des plats : 4,25 / 7
 - au contrôle de leur poids : 4,25 / 7
 - au côté sensoriel des plats : 4,02 / 7
 - au prix des plats : 3,22 / 7



Volonté des jeunes à tester la viande végétale dans les enseignes de restauration rapide assez faible → 3,70 / 7

UNE COMPARAISON HOMMES/FEMMES

A quels attributs les jeunes associent-ils la viande végétale ?

	Genre	Moyenne
A la protection de l'environnement	Une femme	4,67 / 7
	Un homme	4,51 / 7
Au bien-être animal	Une femme	5,88 / 7
	Un homme	5,66 / 7
Au maintien de leur santé	Une femme	4,80 / 7
	Un homme	4,47 / 7
Au contrôle de leur poids	Une femme	4,18 / 7
	Un homme	4,39 / 7
Au côté sensoriel des plats	Une femme	4,20 / 7
	Un homme	3,71 / 7
Au prix des plats	Une femme	3,26 / 7
	Un homme	3,14 / 7



Les femmes ont une perception plus positive des attributs liés au côté sensoriel des plats, au maintien de la santé, à la protection de l'environnement et au bien-être animal de la viande végétale. Les hommes ont, quant à eux, une perception plus positive de la viande végétale en ce qui concerne le contrôle du poids.

Habitudes de consommation de viande dans les enseignes de restauration rapide

	Genre	Moyenne
Habitudes de consommation de viande	Une femme	4,98 / 7
	Un homme	5,42 / 7

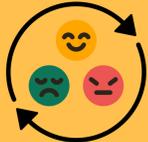
→ Les hommes sont plus enclins que les femmes à consommer de la viande dans les enseignes de restauration rapide.



Attachement des jeunes à la viande

	Genre	Moyenne
Attachement à la viande	Une femme	4,65 / 7
	Un homme	5,72 / 7

→ Les hommes sont plus attachés à la viande que les femmes.



Attitudes envers la viande végétale

	Genre	Moyenne
Attitudes envers la viande végétale	Une femme	3,98 / 7
	Un homme	3,10 / 7

→ Les femmes ont une attitude plus favorable envers la viande végétale que les hommes.

Volonté de tester la viande végétale dans les enseignes de restauration rapide

	Genre	Moyenne
Volonté de tester la viande végétale	Une femme	4,06 / 7
	Un homme	3,06 / 7

→ Les femmes sont plus enclines que les hommes à tester la viande végétale dans les enseignes de restauration rapide.



BILAN

- Les jeunes sont très majoritairement omnivores ou flexitariens (92,3 %).
- Les jeunes affirment avoir l'habitude de consommer de la viande (5,14 / 7).
- Seulement un quart des jeunes sont familiers avec la viande végétale (25,1 %).
- La majorité des jeunes ne consomment jamais de viande végétale (51,1 % en général, et 82,7 % dans les enseignes de restauration rapide).
- La volonté des jeunes à tester la viande végétale dans les enseignes de restauration rapide reste faible (3,70 / 7).
- Des différences significatives existent entre les hommes et les femmes en termes de perceptions de la viande végétale.

Au regard du faible attrait de la viande végétale chez les jeunes, quelles pourraient être les alternatives à la viande dans les enseignes de restauration rapide ?