



Interprofession des Oeufs



PERCEPTION ET CONSOMMATION DES ŒUFS EN FRANCE

Mars 2013



SOMMAIRE

Méthodologie de l'étude	p3
SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE	p4
PROFIL DE L'ÉCHANTILLON	p11
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	p13
Les Français et les œufs	p14
Les non-consommateurs d'œufs	p22
Les consommateurs d'œufs	p24

MÉTHODOLOGIE DE L'ÉTUDE

- Etude quantitative, avec **recueil des données online**, via notre « webus », l'omnibus online de CSA.

- Echantillon **national représentatif des Français de 18 ans et plus**. La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas en termes de sexe, d'âge, de CSP de l'interviewé, de région et de taille d'agglomération.

- **1012 interviews**

- **Terrain** : les 26 et 27 mars 2013

SYNTHÈSE DE L'ÉTUDE



SYNTHÈSE

▪ Les œufs : un aliment indispensable dans l'alimentation qui bénéficie d'une très bonne image...

- ✓ 3 Français sur 4 sont malgré tout d'accord avec le fait que l'œuf est indispensable dans l'alimentation humaine, et ce d'autant plus lorsqu'ils sont consommateurs d'œufs de poules voire consommateurs réguliers (au moins 1 fois/semaine).
- ✓ L'œuf est très largement reconnu pour son atout santé (*bon pour la santé* 92%), son côté naturel (*produit naturel* 90%) et l'inspiration culinaire qu'il engendre (*source inépuisable de créativité culinaire* 87%). L'œuf est aussi reconnu par plus de 4 Français sur 5 pour ses apports en vitamines, oligoéléments et protéines, et pour son positionnement prix (*le meilleur rapport qualité-prix, protéine la moins chère*).

L'image de l'œuf est meilleure chez les personnes les plus âgées (65 ans et plus), les consommateurs et encore plus chez les consommateurs réguliers d'œufs.

▪ Les œufs consommés par tous : des non-consommateurs très minoritaires avec des raisons disparates...

- ✓ Très peu de Français ne consomment pas d'œufs (3%). Les raisons de non-consommation des œufs sont :
 - La non présence à l'esprit (les non-consommateurs n'y pensent tout simplement pas 28%)
 - Le goût (20% des non-consommateurs n'aiment pas le goût de l'œuf)
 - Les raisons médicales (*Mon médecin me l'a déconseillé* 13%, *Je suis allergique* 7%)
 - Un régime alimentaire (*Je suis au régime* 11%, *Je suis végétalien* 4%)

SYNTHÈSE

- **Les œufs : un aliment très populaire que l'on consomme fréquemment pour sa facilité et rapidité de préparation...**

- ✓ La quasi totalité des Français déclare consommer des œufs (97%) et en faire manger à leurs enfants (94%). A noter que c'est un aliment très largement apprécié des enfants (87%). Pour 3 Français sur 4 l'œuf reste un aliment consommable dans le cadre d'un régime alimentaire amincissant. Les personnes les plus âgées en sont davantage convaincues (50 à 64 ans : 83% / 65 ans et plus : 86%).
- ✓ Près de 4 consommateurs sur 5 mangent des œufs fréquemment en semaine, c'est-à-dire 1 à 4 fois par semaine. Les consommateurs achetant leurs œufs en vente direct sont les consommateurs les plus réguliers.
- ✓ Les principales occasions de consommation d'œufs sont les deux repas complets de la journée, soit : le déjeuner (68%) et le dîner (77%). A noter tout de même que 14% des consommateurs en mangent au petit-déjeuner ou au brunch, notamment les habitants d'Île de France (26%) qui suivent probablement la mode du « petit-déjeuner / brunch à l'anglaise » se développant dans la capitale.
- ✓ Près de 2 consommateurs sur 3 mangent des œufs car c'est avant tout un aliment facile et rapide à préparer.

SYNTHÈSE

- **Les œufs : un aliment que l'on préfère consommer tout simplement tel quel (au plat ou en omelette)...**

- ✓ L'œuf est le plus souvent utilisé en plat principal « tel quel » par 2 consommateurs sur 3. Cependant une part non négligeable de consommateurs (1 consommateur sur 3) utilise quant à eux les œufs « transformés », le plus souvent dans des préparations salées ou sucrées (tartes, quiches, pâtisseries...).
- ✓ Les préparations de l'œuf « tel quel » préférées des consommateurs sont avant tout : l'œuf au plat (classement 2,9/7) et l'omelette (3,1/7).

Viennent ensuite à égalité parfaite les œufs durs et les œufs à la coque (3,6/7). A noter que les habitants du Nord et les CSP- privilégient les œufs durs par rapport aux œufs à la coque; à l'inverse, les habitants d'Île de France, les inactifs et les acheteurs via les circuits de proximité (marché, petits commerçants) préfèrent les œufs à la coque.

Les préparations les moins appréciées des consommateurs sont clairement les œufs en neige (5,3/7), les œufs cocotte (5,1/7) et, dans une moindre mesure, les œufs brouillés (4,4/7).

SYNTHÈSE

▪ Les principaux critères de choix à l'achat d'œufs : la date de ponte et le type d'élevage (élément déterminant dans le goût de l'œuf)

Des œufs de poules élevées en plein air achetés le plus souvent par rapport aux autres types d'élevage...

- ✓ 4 Français sur 5 pensent que le goût de l'œuf dépend du type d'élevage dont il est issu.
- ✓ Lorsque l'on demande aux consommateurs de classer divers critères de choix à l'achat d'œufs, ils déclarent les choisir avant tout en regardant la date de ponte (classement : 2,9/7) et le type d'élevage des poules (3,0/7); et ce d'autant plus chez les personnes les plus âgées (50 ans et plus) et les acheteurs en circuit de proximité ou en vente directe. Viennent ensuite le prix (3,5/7) et le calibre (3,9/7). Le prix est davantage important pour les plus jeunes (18-49 ans), les CSP- et les acheteurs en magasin (hyper/super marché).
En comparaison, les critères les moins importants sont : la couleur de la coquille (5,5/7), la marque (5,0/7) et, dans une moindre mesure, le lieu de production (4,2/7).
- ✓ 1 consommateur sur 2 déclare acheter le plus souvent des œufs de poules élevées en plein air, et davantage chez les acheteurs via les circuits de proximité (61%). Peu déclarent acheter des œufs Bio (14%) ou standard (13%), et encore moins des œufs Label rouge (6%) ou au sol (3%). A noter que 15% des consommateurs déclarent ne pas faire spécialement attention au type d'élevage dont l'œuf est issu, notamment lorsqu'il s'agit d'acheteurs d'œufs en magasin (hyper/super marché).
L'achat d'œufs Bio est plus important chez les CSP+ (19%) et chez les habitants du Sud Est (21%). Les œufs standard sont quant à eux davantage achetés le plus souvent par les CSP- (19%) et les acheteurs en magasin (hyper/super marché).

SYNTHÈSE

- **Les œufs : une origine France importante à l'achat et un logo « Pondu en France » déjà connu par 1 Français sur 4...**

- ✓ Le logo « Pondu en France » est assez bien connu après seulement un an d'existence : 1 Français sur 4 déclare en avoir déjà entendu parler. L'origine France est un critère important à l'achat pour une très large majorité de consommateurs (9 consommateurs sur 10), et encore plus pour les acheteurs d'œufs via les circuits de distribution de proximité (marché, petits commerçants) ou la vente directe.

- **L'hyper marché : le principal lieu d'achat des œufs ,proposant un choix satisfaisant...**

- Les réseaux de distribution de proximité et de vente en direct ne sont pour autant pas négligés par les consommateurs...**

- ✓ Le principal lieu d'achat des œufs est clairement l'hypermarché / supermarché / supérette (4 consommateurs sur 5 y achètent des œufs). Ces magasins sont encore plus privilégiés par les plus jeunes (18-24 ans : 92%) et par les habitants d'Île de France (93%). Les lieux de vente en direct sont utilisés par 1 consommateur sur 3 (notamment via un proche / voisin et via un producteur local) et ceux de proximité par 1 consommateur sur 4 (notamment sur les marchés). La vente directe a une part plus importante chez les CSP+ (42%), chez les habitants du Nord Est (40%) et du Sud Ouest (43%), et chez les consommateurs fréquents (37%). Les plus âgés et inactifs vont quant à eux davantage que la moyenne (resp. 31% et 30%) acheter leurs œufs via des circuits de distribution de proximité (marché, petits commerçants).
- ✓ Les consommateurs achetant leurs œufs en hyper/supermarché ou supérette sont très majoritairement satisfait du choix en rayon (92%) et trouvent facilement le rayon en magasin (97%).

CONCLUSION

→ L'Œuf, c'est un aliment...

- ...consommé par tous et jugé comme indispensable à l'alimentation humaine
- ...riche en apports d'éléments bons pour la santé, et naturel
- ...facile et rapide à préparer
- ...qui est un plat à lui tout seul (de préférence au plat ou en omelette), même si on le consomme aussi dans des préparations (tarte, quiche...)
- ...dont le goût est perçu différent selon le type d'élevage
 -

→ L'achat...

- ...se réalise principalement en hyper/supermarché -lieu d'achat dont l'offre est satisfaisante-, et ce notamment pour les plus jeunes et les CSP-
- ...se réalise aussi via des réseaux de distribution en vente directe pour les CSP+, les habitants du Nord Est et du Sud Ouest et via des réseaux de distribution de proximité pour les plus âgés
- ...se fait en prenant en compte la date de ponte, le type d'élevage et le prix
- ...voit l'origine France de l'œuf comme un critère important pour les consommateurs, bien que le lieu de production ne soit pas l'un des principaux critères d'achat

→ Un logo « Pondus en France » déjà connu par 1 Français sur 4

PROFIL DE L'ÉCHANTILLON

UN ÉCHANTILLON REPRÉSENTATIF DES FRANÇAIS DE 18 ANS ET PLUS

	Ensemble
Basé	1012
Sexe	
Un homme	48%
Une femme	52%
Age	
18 à 24 ans	11%
25 à 34 ans	16%
35 à 49 ans	27%
50 à 64 ans	25%
65 ans ou plus	21%
Age moyen	47,2
Profession de l'interviewé	
CSP +	24%
Agriculteur	2%
Artisan, Commerçant, Chef d'entreprise	4%
Cadre, profession libérale	4%
Profession intermédiaire	13%
CSP -	38%
Employé	18%
Ouvrier	20%
Inactifs	38%
Retraité	25%
Inactifs (au foyer, invalides, autre situations)	13%

	Ensemble
Basé	1012
Région UDA5	
Île de France	18%
Nord est	23%
Nord ouest	23%
Sud ouest	11%
Sud est	25%
Taille d'agglomération	
Communes rurales (- de 2 000 habitants)	23%
Unités urbaines de 2 000h à 20 000 habitants	17%
Unités urbaines de 20 à 100 000 habitants	14%
Unités urbaines de plus de 100 000 habitants	30%
Agglomération parisienne	17%
Nombre de personnes au foyer	
1 personne	20%
2 personnes	40%
3 personnes	18%
4 personnes et plus	22%
Présence d'enfants au foyer	
Au moins 1 enfant au foyer	31%
1 enfant	16%
2 enfants	10%
3 enfants et plus	4%
Aucun	69%

An aerial photograph of a busy city square. The square is paved and filled with people walking, some on bicycles. A tram is visible in the lower right. To the left, there is a large, ornate building with many windows. In the center, there is a small structure, possibly a tram stop or a public utility. The overall scene is vibrant and active.

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

LES FRANÇAIS ET LES ŒUFS



IMAGE DES OEUFS

Q2. Voici quelques affirmations à propos des œufs. Merci d'indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec chacune d'entre elles.

Ensemble des Français : 1012

Sous-total
d'accord

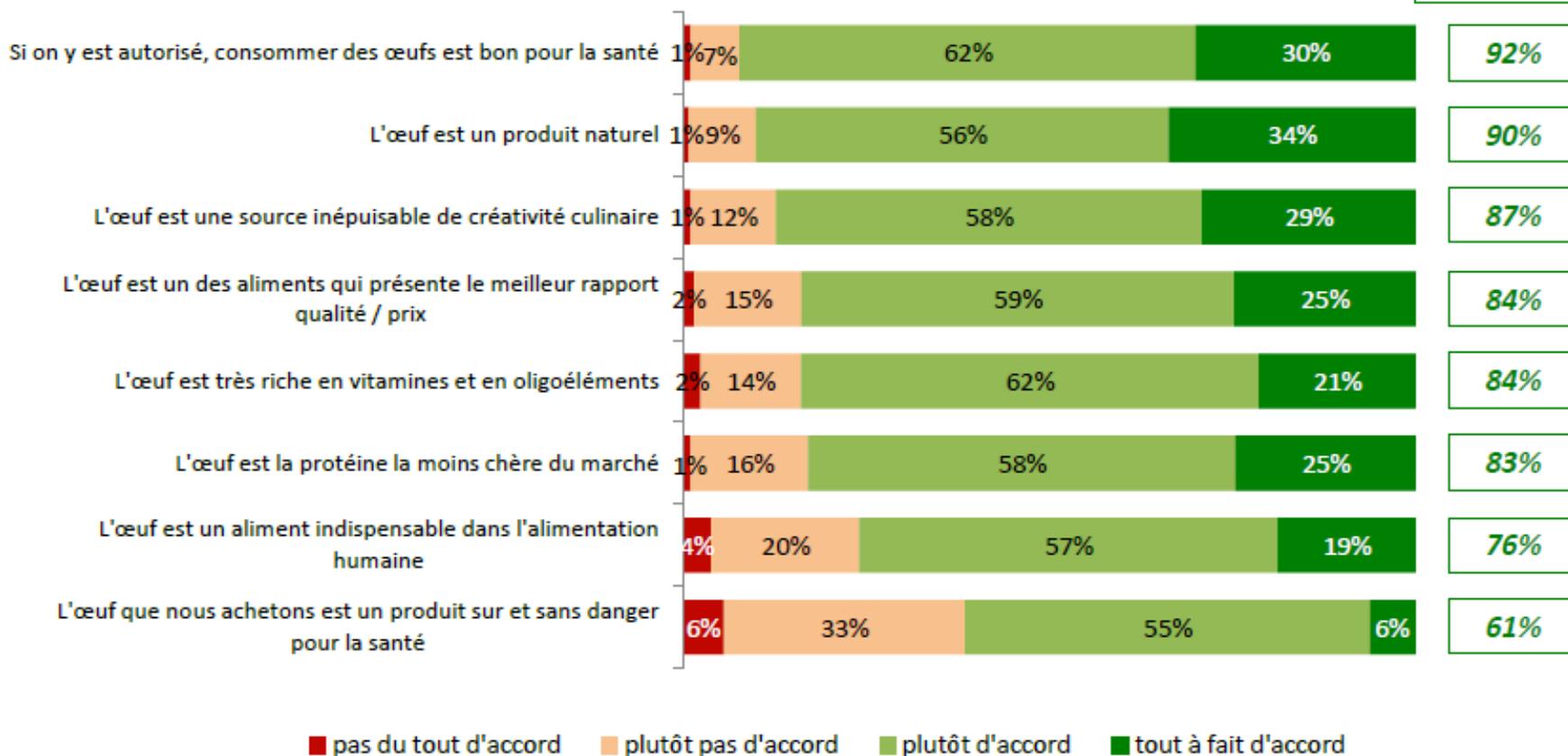


IMAGE DES ŒUFS - TRIS

ST D'ACCORD	Ensemble	Sexe		Âge					Enfants au foyer	
		Un homme	Une femme	18 à 24ans	25 à 34ans	35 à 49ans	50 à 64ans	65 ans ou plus	Aucun	Présence d'enfant(s)
Basé	1012	482	530	110	163	276	251	211	693	314
Consommer des œufs est bon pour la santé	92%	91%	93%	90%	89%	91%	92%	96%	92%	93%
Produit naturel	90%	91%	89%	88%	89%	89%	92%	92%	90%	89%
Source inépuisable de créativité culinaire	87%	87%	88%	77%	84%	87%	89%	94%	87%	87%
Très riche en vitamines et en oligoéléments	84%	82%	85%	89%	81%	79%	87%	86%	85%	81%
Un des aliments avec le meilleur rapport qualité-prix	84%	84%	84%	78%	81%	81%	85%	92%	85%	81%
Protéine la moins chère du marché	83%	81%	85%	73%	82%	86%	83%	86%	84%	81%
Indispensable dans l'alimentation humaine	76%	74%	78%	72%	76%	72%	80%	79%	75%	77%
Produit sur et sans danger pour la santé	61%	63%	61%	63%	62%	55%	59%	71%	63%	58%

ST D'ACCORD	Ensemble	CSP Interviewé			Région				
		CSP+	CSP-	Inactifs	Île de France	Nord est	Nord ouest	Sud ouest	Sud est
Basé	1012	242	387	384	181	234	231	114	252
Consommer des œufs est bon pour la santé	92%	92%	91%	94%	90%	91%	93%	95%	92%
Produit naturel	90%	92%	89%	90%	89%	90%	90%	91%	90%
Source inépuisable de créativité culinaire	87%	83%	87%	90%	85%	85%	90%	88%	88%
Très riche en vitamines et en oligoéléments	84%	83%	82%	87%	87%	80%	89%	81%	82%
Un des aliments avec le meilleur rapport qualité-prix	84%	82%	83%	86%	87%	83%	84%	79%	85%
Protéine la moins chère du marché	83%	82%	84%	83%	82%	82%	85%	76%	86%
Indispensable dans l'alimentation humaine	76%	72%	76%	77%	74%	72%	76%	79%	79%
Produit sur et sans danger pour la santé	61%	55%	59%	68%	64%	59%	64%	61%	60%

ST D'ACCORD	Ensemble	Consommation d'œufs de poules		Fréquence de consommation des œufs	
		Oui	Non	Au moins 1 fois/semaine	Moins souvent
Basé	1012	977	35	757	220
Consommer des œufs est bon pour la santé	92%	93%	68%	95%	88%
Produit naturel	90%	90%	82%	92%	83%
Source inépuisable de créativité culinaire	87%	88%	73%	90%	81%
Très riche en vitamines et en oligoéléments	84%	84%	77%	85%	82%
Un des aliments avec le meilleur rapport qualité-prix	84%	84%	74%	86%	77%
Protéine la moins chère du marché	83%	83%	67%	84%	80%
Indispensable dans l'alimentation humaine	76%	77%	46%	81%	64%
Produit sur et sans danger pour la santé	61%	62%	52%	65%	51%

PERCEPTION ET CONNAISSANCE

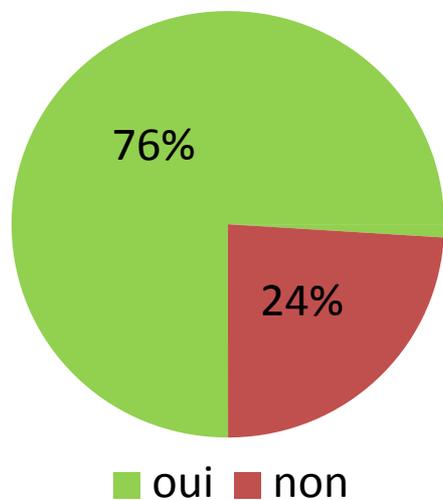
Q3. Selon vous, la consommation d'œufs peut-elle entrer dans le cadre d'un régime amincissant ?

Q18. Pensez-vous que le goût de l'œuf change en fonction du type d'élevage dont il est issu (Bio, plein air, batterie...) ?

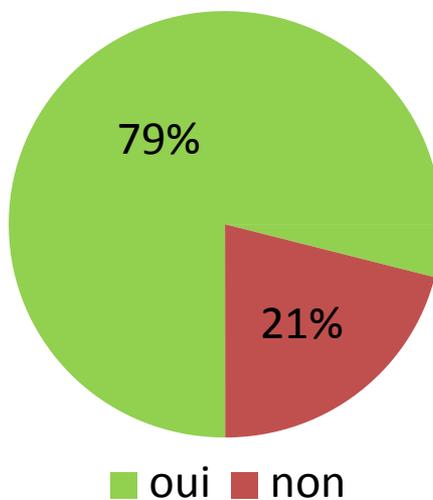
Q19. Avez-vous déjà entendu parler du logo « Pondu en France » ?

Ensemble des Français : 1012

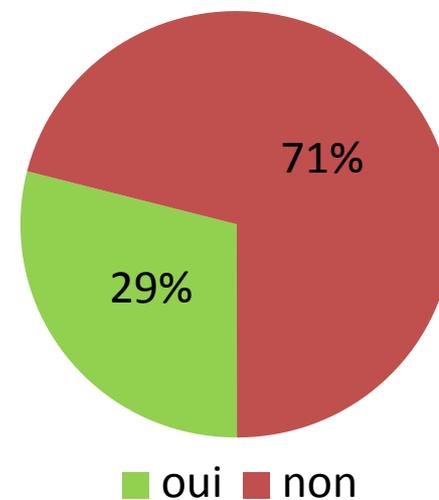
Des œufs dans le cadre
d'un régime ?



Influence du type
d'élevage sur le goût ?



Connaissance du logo
« pondu en France » ?



CONSOMMATION

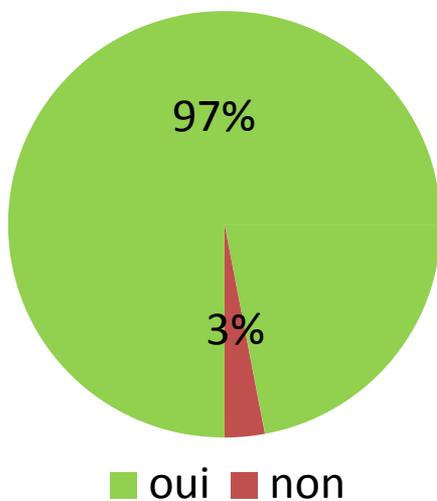
Q4. Vous-même, consommez-vous des œufs de poules ?

Q10. Faites-vous manger des œufs à vos enfants ?

Q11. Vos enfants aiment-ils manger des œufs ?

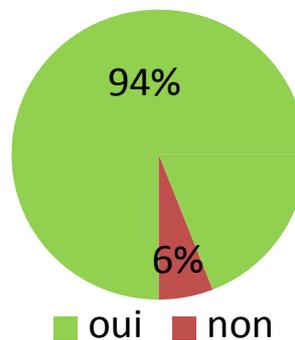
Ensemble des Français : 1012

Consommation d'œufs ?

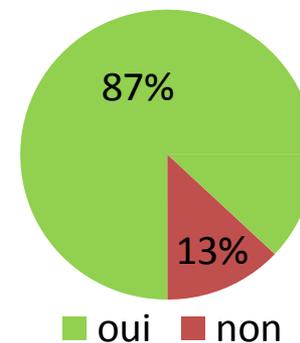


Foyers avec enfants : 314

Consommation d'œufs
par les enfants ?



Appréciation des œufs
par les enfants ?



PERCEPTION ET CONNAISSANCE - TRIS

CONSOMMATION - TRIS

OUI	Ensemble	Sexe		Âge					Enfants au foyer	
		Un homme	Une femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans ou plus	Aucun	Présence d'enfant(s)
<i>Base</i>	1012	482	530	110	163	276	251	211	693	314
Des œufs dans le cadre d'un régime ?	76%	74%	78%	69%	67%	71%	83%	86%	78%	73%
Influence du type d'élevage sur le goût ?	79%	80%	78%	75%	72%	76%	82%	85%	79%	78%
Connaissance du logo « Pondu en France » ?	29%	30%	28%	32%	28%	29%	27%	31%	29%	30%

Consommation d'œufs ?	97%	96%	97%	97%	95%	96%	98%	96%	96%	99%
Consommation d'œufs par les enfants ?	94%	96%	92%	73%	86%	98%	100%	100%	-	94%
Appréciation des œufs par les enfants ?	87%	92%	83%	69%	77%	89%	100%	77%	-	87%

OUI	Ensemble	CSP Interviewé			Région				
		CSP +	CSP-	Inactifs	Île de France	Nord est	Nord ouest	Sud ouest	Sud est
<i>Base</i>	1012	242	387	384	181	234	231	114	252
Des œufs dans le cadre d'un régime ?	76%	74%	72%	82%	76%	75%	73%	85%	77%
Influence du type d'élevage sur le goût ?	79%	79%	77%	80%	78%	75%	78%	84%	82%
Connaissance du logo « Pondu en France » ?	29%	23%	32%	31%	27%	25%	32%	32%	30%

Consommation d'œufs ?	97%	97%	96%	97%	97%	95%	96%	98%	97%
Consommation d'œufs par les enfants ?	94%	95%	96%	87%	90%	97%	94%	94%	94%
Appréciation des œufs par les enfants ?	87%	85%	91%	82%	85%	85%	85%	89%	91%

OUI	Ensemble	Consommation d'œufs de poules		Fréquence de consommation des œufs	
		Oui	Non	Au moins 1 fois/semaine	Moins souvent
<i>Base</i>	1012	977	35	757	220
Des œufs dans le cadre d'un régime ?	76%	77%	51%	80%	68%
Influence du type d'élevage sur le goût ?	79%	79%	66%	78%	82%
Connaissance du logo « Pondu en France » ?	29%	28%	51%	28%	28%

Consommation d'œufs ?	97%	100%	-	100%	100%
Consommation d'œufs par les enfants ?	94%	94%	100%	94%	95%
Appréciation des œufs par les enfants ?	87%	87%	100%	87%	86%

A bright, sunny street scene with people walking and cycling. On the right, there are outdoor cafe seating areas with awnings. The scene is overlaid with a semi-transparent white box containing the title text.

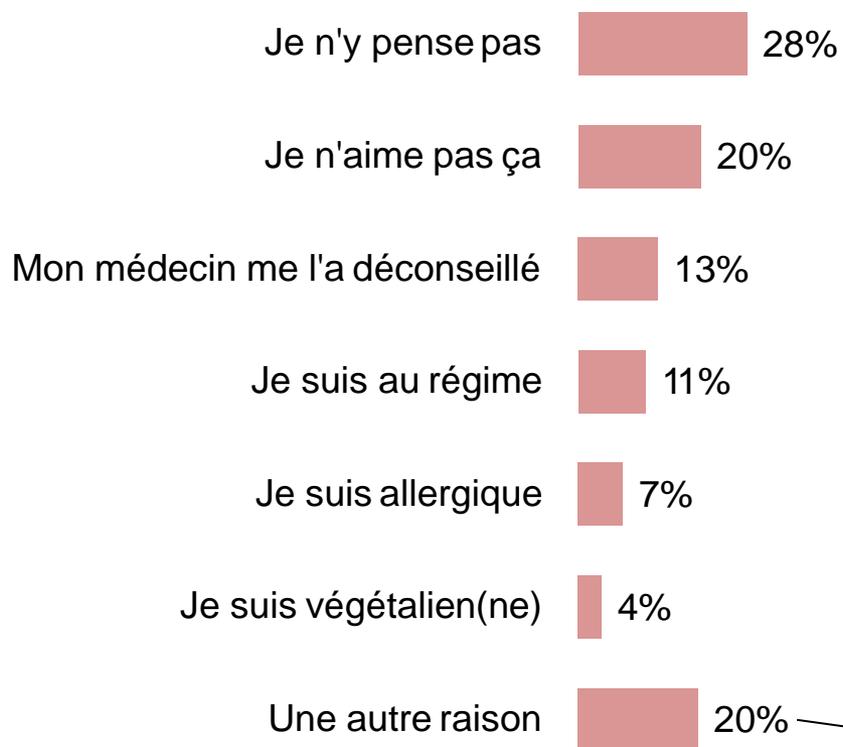
LES NON-CONSOMMATEURS D'OEUFS

RAISONS DE NON-CONSOMMATION D'ŒUFS

Q5. Pour quelles raisons n'en consommez-vous pas ?

Base non-consommateurs d'œufs : 35*

* Attention base faible



Détail du poste autres (n=6)

- « Cholestérol » / « Le jaune est trop riche en cholestérol »
- « Incompatible avec les intestins »
- « manque de goût »
- « Je n'aime pas les germes »
- « J'en mange rarement »

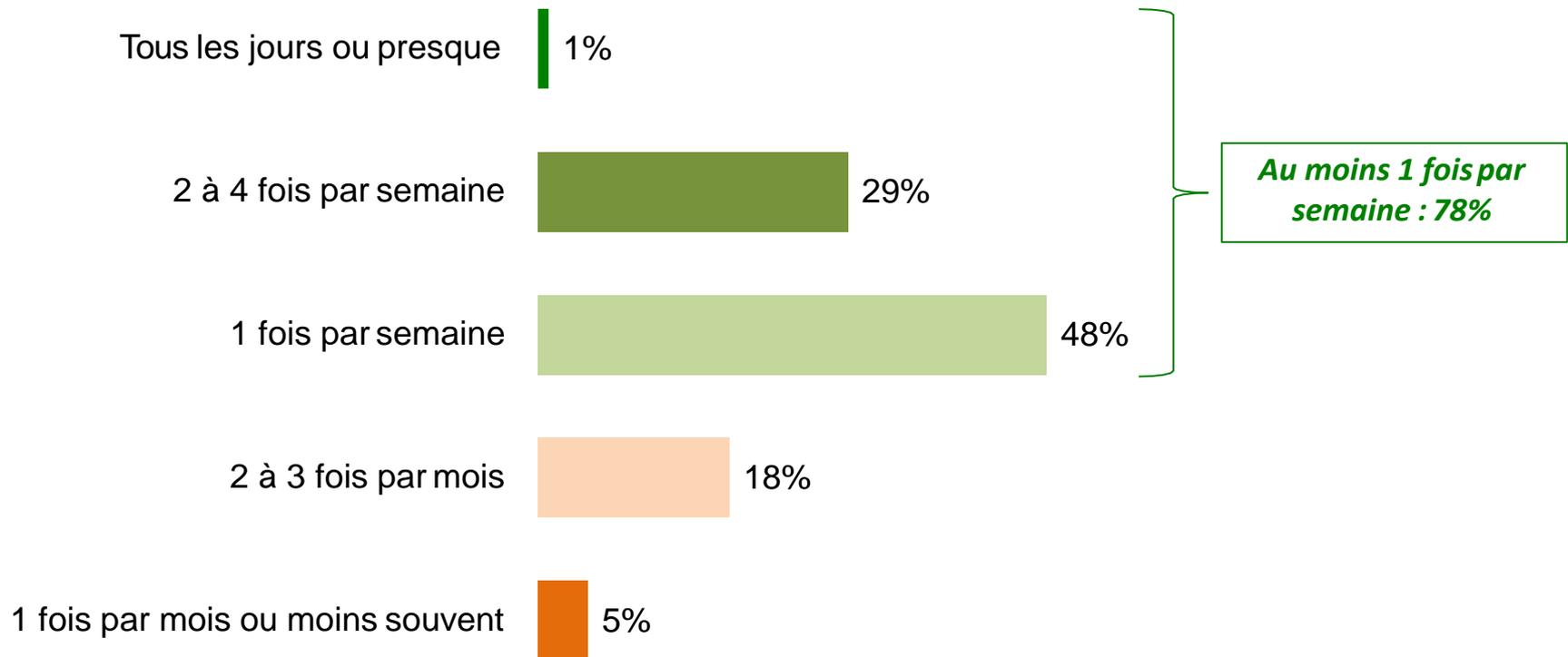


LES CONSOMMATEURS D'OEUFS

FRÉQUENCE DE CONSOMMATION

Q6. A quelle fréquence consommez-vous des œufs ?

Base consommateurs d'œufs : 977



FRÉQUENCE DE CONSOMMATION - TRIS

	Ensemble	Sexe		Âge					Enfants au foyer	
		Un homme	Une femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans ou plus	Aucun	Présence d'enfant(s)
<i>Base</i>	977	461	516	107	156	265	247	202	663	310
Tous les jours ou presque	1%	1%	1%	3%	1%	1%	1%	<1%	1%	1%
2 à 4 fois par semaine	29%	31%	28%	25%	30%	27%	32%	29%	28%	32%
1 fois par semaine	48%	46%	49%	44%	43%	47%	48%	53%	47%	48%
2 à 3 fois par mois	18%	17%	18%	23%	19%	21%	15%	13%	18%	16%
1 fois par mois ou moins souvent	5%	5%	4%	5%	7%	4%	4%	4%	5%	3%

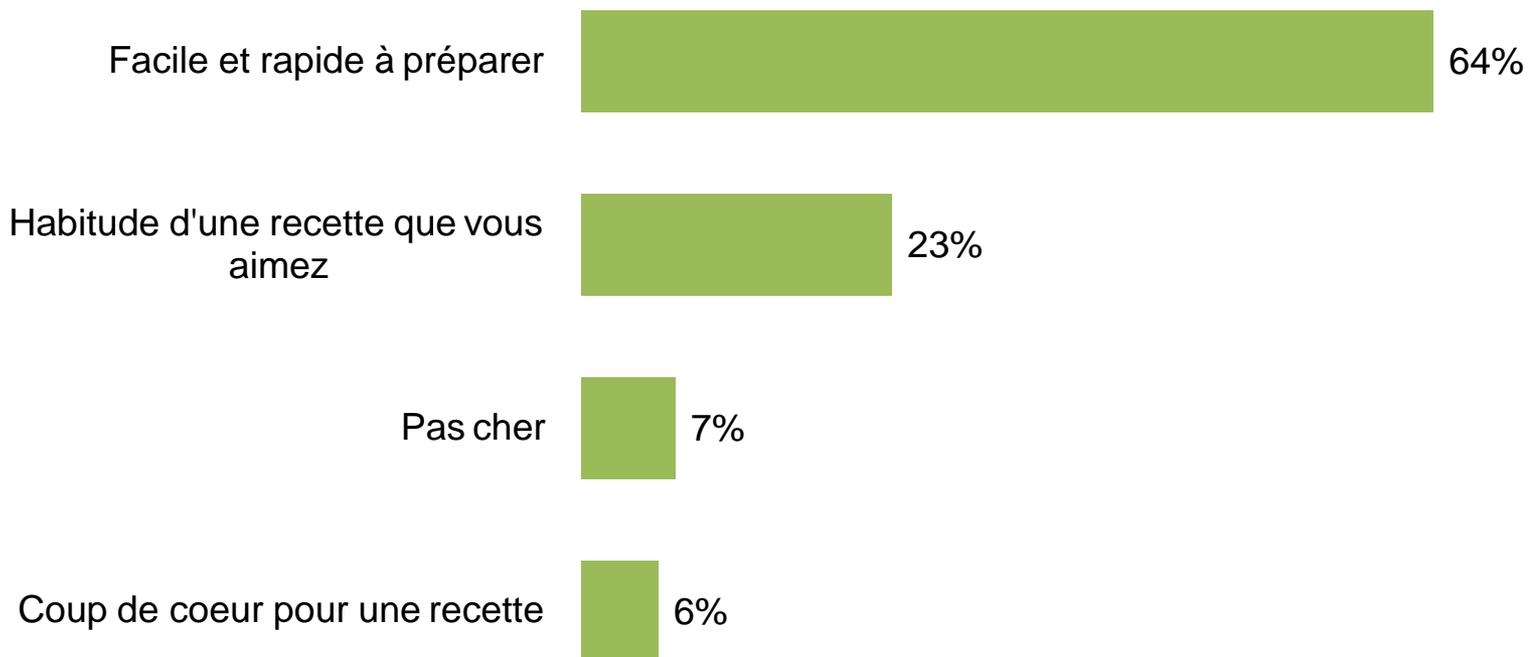
	Ensemble	CSP Interviewé			Région				
		CSP +	CSP -	Inactifs	Île de France	Nord est	Nord ouest	Sud ouest	Sud est
<i>Base</i>	977	234	372	371	175	223	222	112	245
Tous les jours ou presque	1%	<1%	1%	1%	2%	<1%	1%	1%	1%
2 à 4 fois par semaine	29%	33%	26%	30%	26%	31%	27%	26%	32%
1 fois par semaine	48%	47%	47%	48%	43%	48%	47%	50%	50%
2 à 3 fois par mois	18%	16%	20%	17%	25%	16%	19%	18%	13%
1 fois par mois ou moins souvent	5%	4%	6%	4%	4%	4%	6%	4%	4%

	Ensemble	Fréquence de consommation des œufs		Lieux d'achat le plus souvent		
		Au moins 1 fois/semaine	Moins souvent	Magasin	Proximité	Direct
<i>Base</i>	977	757	220	817	242	321
Tous les jours ou presque	1%	1%	-	1%	1%	<1%
2 à 4 fois par semaine	29%	37%	-	28%	30%	39%
1 fois par semaine	48%	61%	-	48%	50%	47%
2 à 3 fois par mois	18%	-	79%	19%	15%	13%
1 fois par mois ou moins souvent	5%	-	21%	5%	5%	1%

PRINCIPALE RAISON DE CONSOMMATION

Q9. Lorsque vous préparez des œufs, c'est plutôt...

Base consommateurs d'œufs : 977



PRINCIPALE RAISON DE CONSOMMATION - TRIS

	Ensemble	Sexe		Âge					Enfants au foyer	
		Un homme	Une femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans ou plus	Aucun	Présence d'enfant(s)
<i>Base</i>	977	461	516	107	156	265	247	202	663	310
Facile et rapide à préparer	64%	67%	61%	61%	68%	57%	65%	70%	65%	63%
Habitude d'une recette que vous aimez	23%	22%	25%	23%	21%	27%	20%	24%	23%	24%
Pascher	7%	7%	7%	7%	7%	9%	8%	2%	7%	6%
Coup de cœur pour une recette	6%	4%	8%	9%	4%	7%	6%	3%	5%	7%

	Ensemble	CSP Interviewé			Région				
		CSP +	CSP-	Inactifs	Île de France	Nord est	Nord ouest	Sud ouest	Sud est
<i>Base</i>	977	234	372	371	175	223	222	112	245
Facile et rapide à préparer	64%	61%	64%	66%	68%	66%	60%	57%	65%
Habitude d'une recette que vous aimez	23%	23%	23%	23%	19%	21%	26%	28%	24%
Pascher	7%	9%	8%	5%	7%	6%	8%	10%	6%
Coup de cœur pour une recette	6%	8%	4%	6%	6%	7%	5%	4%	5%

	Ensemble	Fréquence de consommation des œufs		Lieux d'achat le plus souvent		
		Au moins 1 fois/semaine	Moins souvent	Magasin	Proximité	Direct
<i>Base</i>	977	757	220	817	242	321
Facile et rapide à préparer	64%	63%	67%	66%	63%	57%
Habitude d'une recette que vous aimez	23%	24%	20%	23%	24%	28%
Pascher	7%	7%	7%	7%	6%	7%
Coup de cœur pour une recette	6%	6%	6%	5%	7%	8%

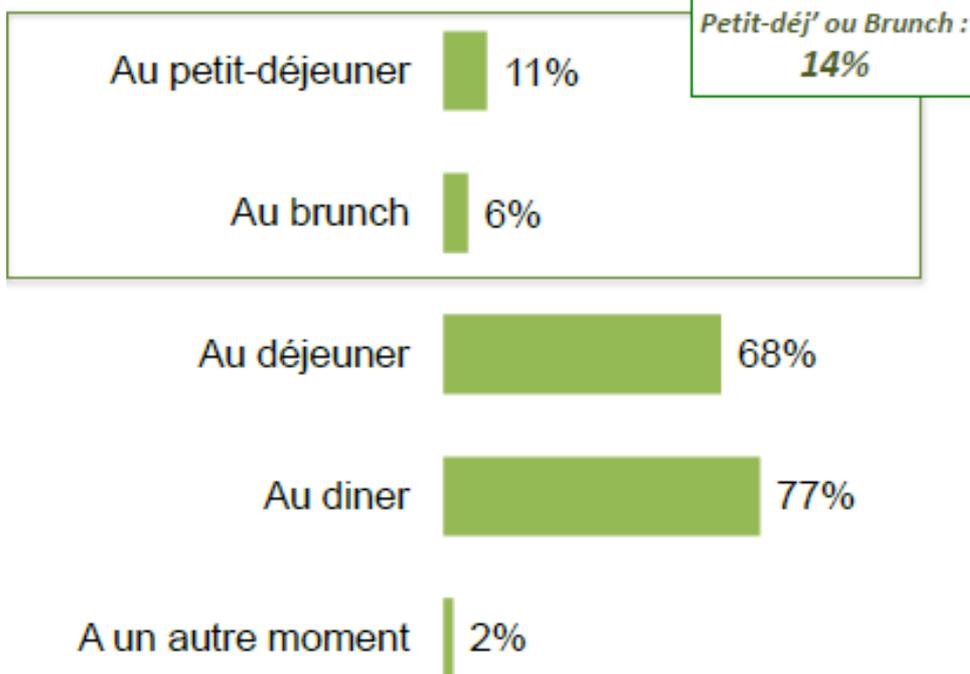
OCCASIONS DE CONSOMMATION

Q7. A quel(s) moment(s) de la journée vous arrive-t-il de consommer des œufs ?

Q8b. Le plus souvent, utilisez-vous vos œufs...

Base consommateurs d'œufs : 977

Moment de la journée



Utilisation principale



OCCASIONS DE CONSOMMATION - TRIS

	Ensemble	Sexe		Âge					Enfants au foyer	
		Un homme	Une femme	18 à 24ans	25 à 34ans	35 à 49ans	50 à 64ans	65 ans ou plus	Aucun	Présence d'enfant(s)
Basé	977	461	516	107	156	265	247	202	663	310
Au petit-déjeuner	11%	13%	9%	8%	13%	10%	9%	12%	10%	11%
Au brunch	6%	6%	6%	11%	12%	4%	5%	2%	6%	6%
Au déjeuner	68%	68%	68%	76%	72%	69%	63%	65%	67%	70%
Au dîner	77%	77%	78%	79%	73%	81%	78%	75%	75%	82%
A un autre moment	2%	1%	3%	2%	2%	1%	4%	3%	2%	2%

En plat principal, « tels quels »	67%	75%	59%	54%	52%	64%	75%	77%	69%	60%
En préparation salée ou sucrée	33%	25%	41%	46%	48%	36%	25%	23%	31%	40%

	Ensemble	CSP Interviewé			Région				
		CSP+	CSP-	Inactifs	Île de France	Nord est	Nord ouest	Sud ouest	Sud est
Basé	977	234	372	371	175	223	222	112	245
Au petit-déjeuner	11%	10%	10%	11%	21%	8%	7%	10%	9%
Au brunch	6%	10%	4%	5%	10%	5%	7%	5%	4%
Au déjeuner	68%	67%	68%	68%	68%	63%	63%	75%	73%
Au dîner	77%	79%	79%	74%	77%	86%	75%	74%	74%
A un autre moment	2%	3%	2%	3%	3%	1%	1%	2%	4%

En plat principal, « tels quels »	67%	60%	67%	71%	69%	67%	66%	63%	67%
En préparation salée ou sucrée	33%	40%	33%	29%	31%	33%	34%	37%	33%

	Ensemble	Fréquence de consommation des œufs		Lieux d'achat le plus souvent		
		Au moins 1 fois/semaine	Moins souvent	Magasin	Proximité	Direct
Basé	977	757	220	817	242	321
Au petit-déjeuner	11%	11%	10%	11%	18%	10%
Au brunch	6%	6%	5%	6%	9%	8%
Au déjeuner	68%	70%	61%	69%	71%	68%
Au dîner	77%	77%	79%	78%	75%	81%
A un autre moment	2%	2%	3%	3%	2%	3%

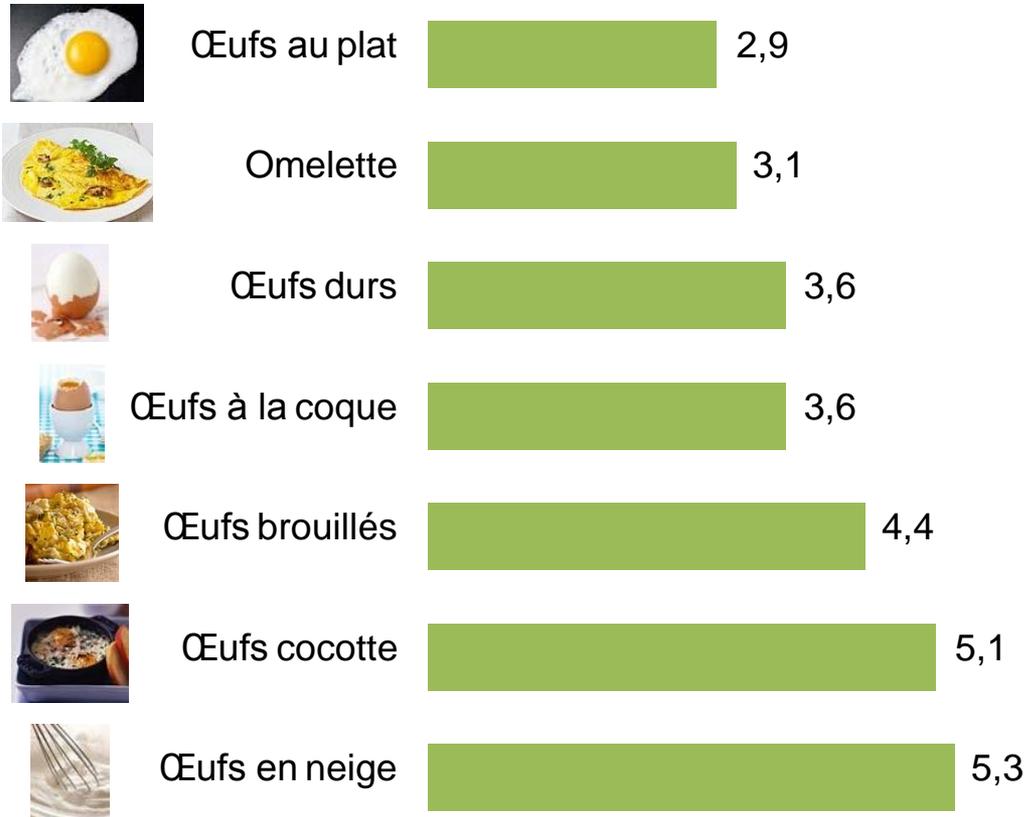
En plat principal, « tels quels »	67%	67%	65%	66%	72%	62%
En préparation salée ou sucrée	33%	33%	35%	34%	28%	38%

PRÉPARATION PRÉFÉRÉE

Q8. Voici 7 façons différentes de préparer les œufs. Classez-les par ordre de préférence (de 1 à 7), selon vos goûts personnels. 1 signifie que c'est votre manière préférée de consommer les œufs, 7 que c'est celle que vous aimez le moins.

Base consommateurs d'œufs : 977

Rangs moyens
(classement de 1 à 7)



PRÉPARATION PRÉFÉRÉE - TRIS

RANG MOYEN	Ensemble	Sexe		Âge					Enfants au foyer	
		Un homme	Une femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans ou plus	Aucun	Présence d'enfant(s)
<i>Base</i>	977	461	516	107	156	265	247	202	663	310
Oeufs au plat	2,9	2,8	3,0	3,0	3,1	3,1	2,8	2,6	2,9	3,0
Omelette	3,1	3,0	3,2	3,2	3,2	3,2	3,0	2,9	3,2	3,0
Oeufs à la coque	3,6	3,7	3,5	3,7	3,8	3,8	3,6	3,3	3,5	3,8
Oeufs durs	3,6	3,6	3,7	3,9	3,6	3,5	3,5	3,8	3,6	3,6
Oeufs brouillés	4,4	4,4	4,4	4,3	4,3	4,2	4,6	4,4	4,4	4,4
Oeufs cocotte	5,1	5,2	5,0	5,2	4,9	4,9	5,2	5,3	5,1	5,1
Oeufs en neige	5,3	5,3	5,2	4,8	5,1	5,3	5,3	5,6	5,3	5,2

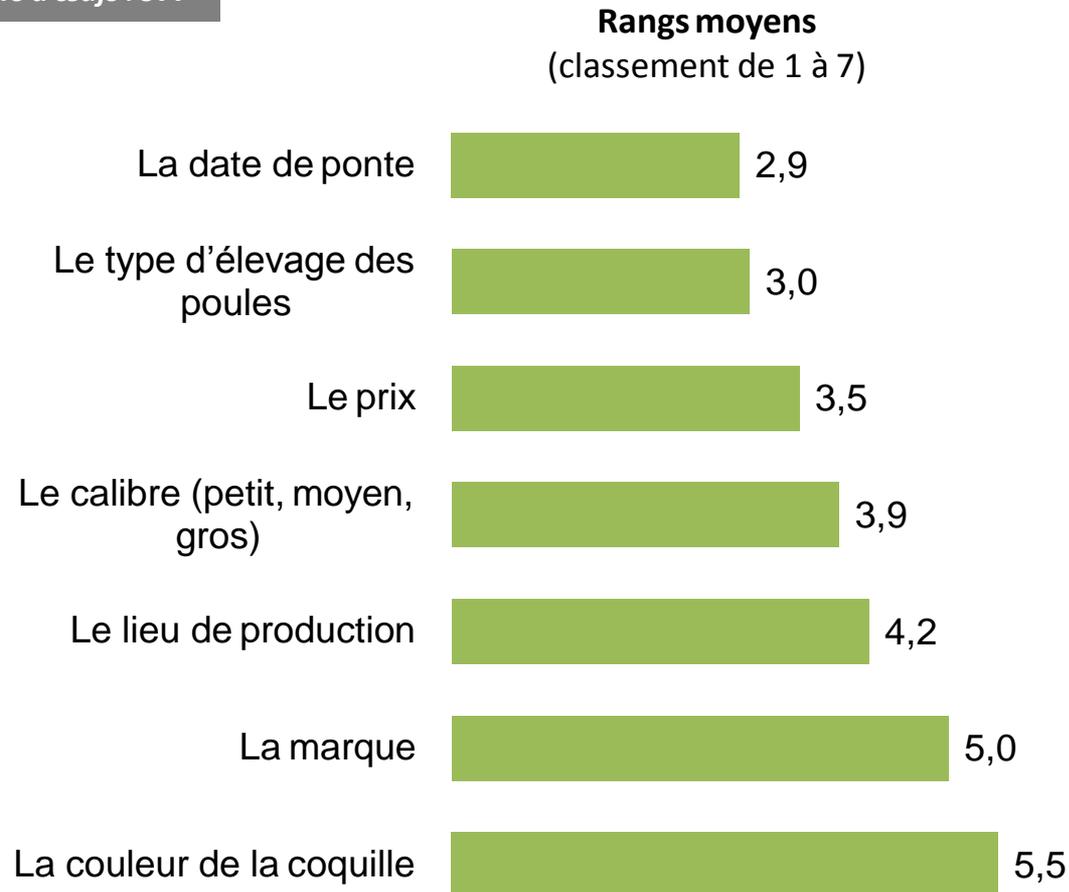
RANG MOYEN	Ensemble	CSP Interviewé			Région				
		CSP +	CSP-	Inactifs	Île de France	Nord est	Nord ouest	Sud ouest	Sud est
<i>Base</i>	977	234	372	371	175	223	222	112	245
Oeufs au plat	2,9	3,0	3,1	2,7	2,8	3,1	2,8	2,8	2,9
Omelette	3,1	3,4	3,0	3,0	3,3	3,2	3,0	2,7	3,2
Oeufs à la coque	3,6	3,6	3,9	3,4	3,4	3,7	4,0	3,5	3,5
Oeufs durs	3,6	3,7	3,4	3,8	4,1	3,4	3,3	3,9	3,7
Oeufs brouillés	4,4	4,2	4,5	4,3	4,2	4,4	4,4	4,5	4,4
Oeufs cocotte	5,1	5,0	5,0	5,2	4,9	5,0	5,2	5,2	5,2
Oeufs en neige	5,3	5,1	5,1	5,5	5,4	5,3	5,3	5,4	5,1

RANG MOYEN	Ensemble	Fréquence de consommation des œufs		Lieux d'achat le plus souvent		
		Au moins 1 fois/semaine	Moins souvent	Magasin	Proximité	Direct
<i>Base</i>	977	757	220	817	242	321
Oeufs au plat	2,9	2,9	2,9	2,9	2,9	3,0
Omelette	3,1	3,0	3,4	3,1	3,3	3,2
Oeufs à la coque	3,6	3,7	3,5	3,6	3,3	3,6
Oeufs durs	3,6	3,6	3,7	3,6	3,8	3,7
Oeufs brouillés	4,4	4,3	4,6	4,4	4,3	4,4
Oeufs cocotte	5,1	5,1	4,9	5,1	5,0	4,9
Oeufs en neige	5,3	5,3	5,0	5,3	5,4	5,2

CRITÈRES DE CHOIX

Q12. Voici différents critères de choix pour les œufs. Classez-les selon vos priorités lorsque vous prenez des œufs. 1 signifie que c'est le critère le plus important dans votre choix, 7 que c'est le moins important.

Base consommateurs d'œufs : 977



CRITÈRES DE CHOIX - TRIS

RANG MOYEN	Ensemble	Sexe		Âge					Enfants au foyer	
		Un homme	Une femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans ou plus	Aucun	Présence d'enfant(s)
<i>Base</i>	977	461	516	107	156	265	247	202	663	310
La date de ponte	2,9	2,9	2,9	3,4	3,4	3,0	2,8	<u>2,3</u>	2,9	3,0
Le type d'élevage des poules	3,0	3,0	3,0	3,3	3,3	3,3	<u>2,7</u>	<u>2,6</u>	2,9	3,2
Le prix	3,5	3,6	3,4	<u>2,9</u>	<u>2,9</u>	<u>3,2</u>	3,6	4,4	3,6	<u>3,1</u>
Le calibre (petit, moyen, gros)	3,9	4,0	3,9	4,1	3,8	3,9	4,0	3,8	3,9	3,9
Le lieu de production	4,2	4,2	4,3	4,4	4,4	4,3	4,0	4,1	<u>4,1</u>	4,4
La marque	5,0	5,0	4,9	<u>4,6</u>	<u>4,7</u>	5,0	5,2	5,3	5,0	4,9
La couleur de la coquille	5,5	5,4	5,6	5,3	5,4	5,3	5,7	5,6	5,5	5,5

RANG MOYEN	Ensemble	CSP Interviewé			Région				
		CSP +	CSP-	Inactifs	Île de France	Nord est	Nord ouest	Sud ouest	Sud est
<i>Base</i>	977	234	372	371	175	223	222	112	245
La date de ponte	2,9	3,0	3,2	<u>2,6</u>	2,7	2,9	3,1	2,9	2,9
Le type d'élevage des poules	3,0	3,0	3,3	<u>2,7</u>	3,4	2,9	3,0	2,9	2,8
Le prix	3,5	3,5	<u>3,0</u>	3,9	3,4	3,3	3,7	3,6	3,4
Le calibre (petit, moyen, gros)	3,9	3,9	4,0	3,9	3,8	4,1	3,9	3,9	3,9
Le lieu de production	4,2	4,1	4,3	4,2	4,4	4,3	<u>4,0</u>	4,3	4,2
La marque	5,0	5,0	<u>4,8</u>	5,2	4,8	5,1	4,9	5,2	5,0
La couleur de la coquille	5,5	5,6	5,4	5,5	5,5	5,5	5,4	5,2	5,7

RANG MOYEN	Ensemble	Fréquence de consommation des œufs		Lieux d'achat le plus souvent		
		Au moins 1 fois/semaine	Moins souvent	Magasin	Proximité	Direct
<i>Base</i>	977	757	220	817	242	321
La date de ponte	2,9	2,9	2,9	2,9	<u>2,6</u>	3,0
Le type d'élevage des poules	3,0	<u>2,9</u>	3,4	3,1	<u>2,7</u>	<u>2,5</u>
Le prix	3,5	3,5	3,3	<u>3,3</u>	4,1	3,8
Le calibre (petit, moyen, gros)	3,9	3,9	4,1	3,9	4,0	4,1
Le lieu de production	4,2	4,2	4,2	4,4	<u>4,0</u>	<u>3,7</u>
La marque	5,0	5,1	<u>4,7</u>	<u>4,9</u>	5,3	5,2
La couleur de la coquille	5,5	5,5	5,4	5,5	5,3	5,6

RAPPORT AU TYPE D'ÉLEVAGE

Q16. Le plus souvent, vous achetez des œufs issus d'élevage...

Q17. Le fait que l'œuf que vous achetez soit pondu en France représente-t-il un critère important pour vous ?

Base consommateurs d'œufs : 977

Achat d'œufs issus d'élevages...

Plein air 49%



Bio 14%



Standard 13%



Label Rouge 6%

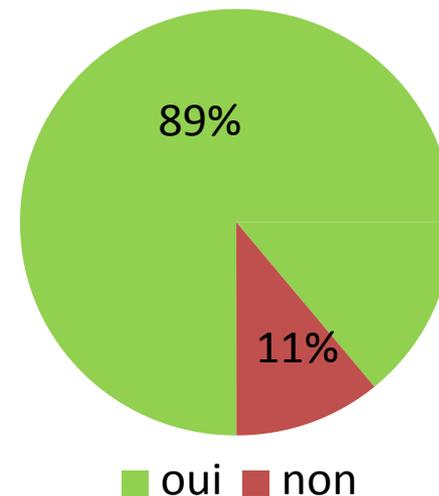


Au sol 3%



Vous n'y faites pas spécialement attention 15%

Importance du critère « pondu en France » ?



RAPPORT AU TYPE D'ÉLEVAGE - TRIS

	Ensemble	Sexe		Âge					Enfants au foyer	
		Un homme	Une femme	18 à 24ans	25 à 34ans	35 à 49ans	50 à 64ans	65 ans ou plus	Aucun	Présence d'enfant(s)
Basé	977	461	516	107	156	265	247	202	663	310
Plein air	49%	49%	49%	53%	39%	40%	53%	61%	52%	42%
Bio	14%	13%	14%	10%	12%	12%	16%	16%	14%	13%
Standard	13%	13%	13%	13%	17%	20%	10%	5%	11%	17%
Label Rouge	6%	8%	5%	3%	7%	6%	5%	9%	7%	4%
Au sol	3%	3%	2%	1%	1%	3%	4%	3%	3%	2%
Vous n'y faites pas spécialement attention	15%	14%	17%	20%	24%	19%	11%	7%	12%	22%
Importance du critère "Pondu en France" ? Oui	89%	89%	89%	80%	80%	91%	93%	92%	89%	89%

	Ensemble	CSP Interviewé			Région				
		CSP+	CSP-	Inactifs	Île de France	Nord est	Nord ouest	Sud ouest	Sud est
Basé	977	234	372	371	175	223	222	112	245
Plein air	49%	46%	45%	56%	49%	48%	53%	54%	44%
Bio	14%	19%	10%	14%	11%	11%	10%	14%	21%
Standard	13%	11%	19%	8%	14%	16%	13%	8%	12%
Label Rouge	6%	6%	5%	8%	9%	6%	5%	6%	5%
Au sol	3%	2%	2%	3%	1%	4%	2%	1%	4%
Vous n'y faites pas spécialement attention	15%	16%	20%	11%	16%	15%	17%	16%	14%
Importance du critère "Pondu en France" ? Oui	89%	91%	88%	88%	83%	92%	89%	92%	89%

	Ensemble	Fréquence de consommation des œufs		Lieux d'achat le plus souvent		
		Au moins 1 fois/semaine	Moins souvent	Magasin	Proximité	Direct
Basé	977	757	220	817	242	321
Plein air	49%	49%	49%	47%	61%	51%
Bio	14%	15%	9%	14%	15%	19%
Standard	13%	13%	14%	14%	5%	7%
Label Rouge	6%	7%	5%	7%	6%	7%
Au sol	3%	3%	3%	2%	4%	5%
Vous n'y faites pas spécialement attention	15%	14%	19%	17%	9%	12%
Importance du critère "Pondu en France" ? Oui	89%	88%	90%	88%	94%	94%

LIEUX D'ACHAT

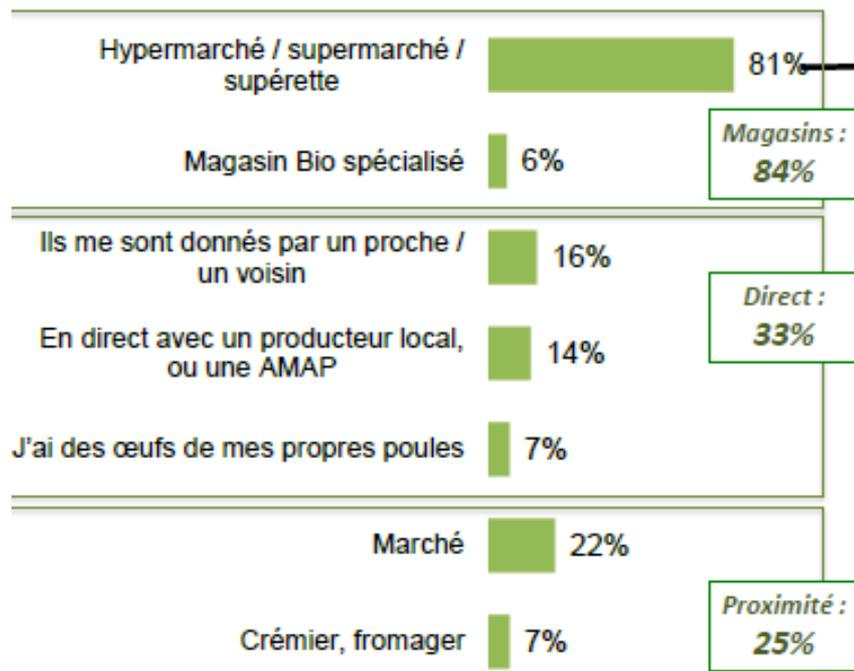
Q13. Quels sont les lieux où il vous arrive d'acheter vos œufs ?

Q14. En général, êtes-vous satisfait du choix d'œufs qui vous est proposé en magasin ?

Q15. En général, trouvez-vous facilement le rayon des œufs en magasin ?

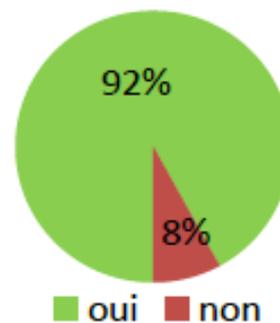
Base consommateurs d'œufs : 977

Lieux d'achat

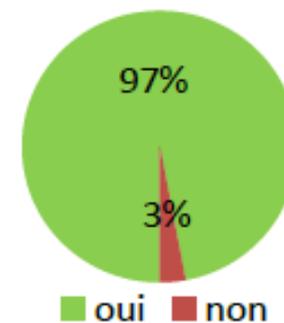


Base acheteurs en hyper / supermarché : 817

Satisfaits du choix en rayon ?



Rayon facile à trouver ?



LIEUX D'ACHAT - TRIS

	Ensemble	Sexe		Âge					Enfants au foyer	
		Un homme	Une femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans ou plus	Aucun	Présence d'enfant(s)
Basé	977	461	516	107	156	265	247	202	663	310
MAGASIN	84%	82%	85%	92%	88%	82%	82%	80%	85%	81%
Hypermarché / supermarché / supérette	81%	81%	81%	89%	87%	80%	79%	77%	83%	77%
Magasin Bio spécialisé	6%	5%	7%	5%	7%	6%	5%	8%	7%	6%
DIRECT	33%	31%	34%	22%	32%	35%	34%	34%	31%	37%
Ils me sont donnés par un proche / un voisin	16%	14%	17%	16%	22%	16%	15%	11%	15%	18%
En direct avec un producteur local/une AMAP	14%	13%	14%	6%	7%	14%	15%	20%	13%	14%
J'ai des oeufs de mes propres poules	7%	8%	6%	4%	6%	8%	8%	5%	6%	8%
PROXIMITE	25%	26%	23%	18%	21%	23%	27%	31%	25%	23%
Marché	22%	23%	21%	15%	20%	19%	24%	30%	23%	20%
Crémier, fromager	7%	9%	7%	7%	2%	6%	9%	11%	7%	8%

	Ensemble	CSP Interviewé			Région				
		CSP+	CSP-	Inactifs	Île de France	Nordest	Nordouest	Sudouest	Sudest
Basé	977	234	372	371	175	223	222	112	245
MAGASIN	84%	85%	82%	84%	93%	79%	80%	82%	85%
Hypermarché / supermarché / supérette	81%	81%	81%	81%	93%	76%	79%	77%	82%
Magasin Bio spécialisé	6%	9%	5%	6%	7%	5%	4%	9%	9%
DIRECT	33%	42%	31%	29%	15%	40%	30%	43%	36%
Ils me sont donnés par un proche / un voisin	16%	22%	15%	13%	8%	21%	12%	26%	15%
En direct avec un producteur local/une AMAP	14%	15%	11%	15%	7%	11%	14%	16%	19%
J'ai des oeufs de mes propres poules	7%	9%	8%	4%	2%	10%	6%	7%	7%
PROXIMITE	25%	21%	22%	30%	31%	22%	20%	29%	26%
Marché	22%	19%	19%	27%	26%	19%	17%	29%	22%
Crémier, fromager	7%	5%	6%	10%	11%	6%	6%	3%	10%

	Ensemble	Fréquence de consommation des oeufs		Lieux d'achat le plus souvent		
		Au moins 1 fois/semaine	Moins souvent	Magasin	Proximité	Direct
Basé	977	757	220	817	242	321
MAGASIN	84%	82%	88%	100%	77%	62%
Hypermarché / supermarché / supérette	81%	79%	87%	97%	74%	57%
Magasin Bio spécialisé	6%	7%	4%	8%	9%	9%
DIRECT	33%	37%	20%	24%	31%	100%
Ils me sont donnés par un proche / un voisin	16%	17%	11%	15%	13%	48%
En direct avec un producteur local/une AMAP	14%	15%	8%	9%	21%	41%
J'ai des oeufs de mes propres poules	7%	8%	3%	3%	3%	21%
PROXIMITE	25%	26%	21%	23%	100%	24%
Marché	22%	23%	19%	20%	88%	20%
Crémier, fromager	7%	8%	4%	7%	30%	8%

en savoir plus : www.csa.eu - @InstitutCSA

10, rue Godefroy - 92800 Puteaux

Tel . : 01.57.00.58.00 - Fax : 01.57.00.58.01

