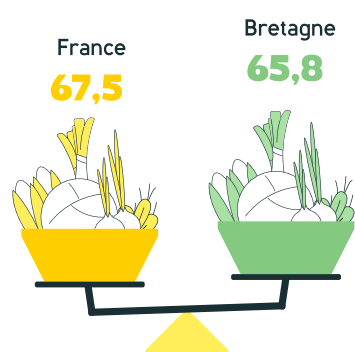


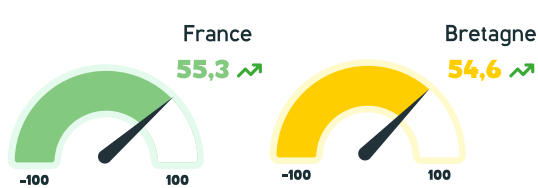
La confiance envers l'alimentation durable



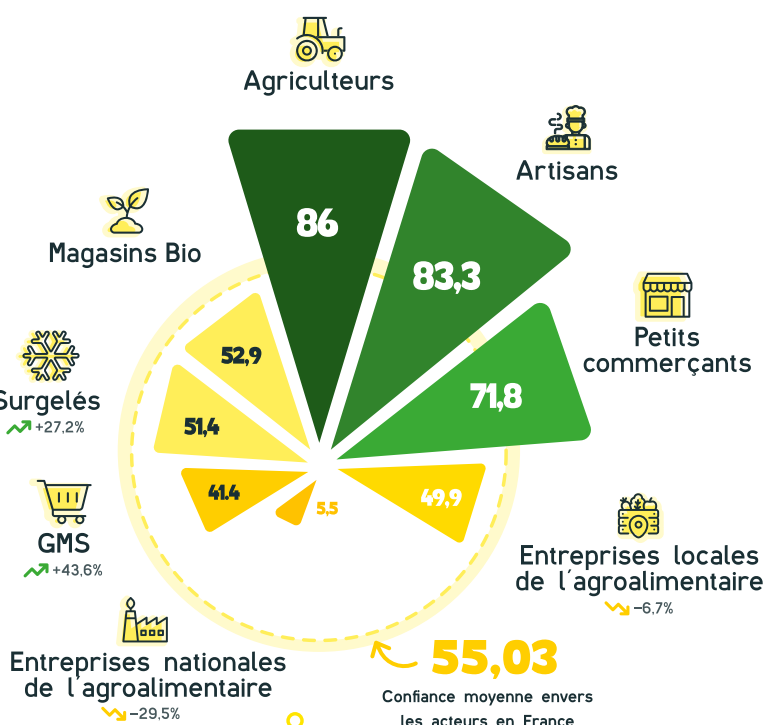
1. Une confiance positive et stable envers l'alimentation mais variable selon les acteurs



Confiance envers les produits alimentaires



Confiance moyenne envers les acteurs



2. Des pratiques alimentaires durables plutôt développées mais en légère baisse entre 2025 et 2026



Pratiques en baisse

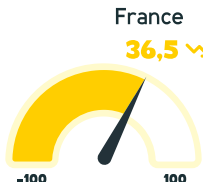
- Consommation de protéines végétales
- Achat de fruits et légumes bio

Pratiques en hausse

- Cuisiner en faisant attention aux portions
- Appliquer le mode de conservation des données périssables



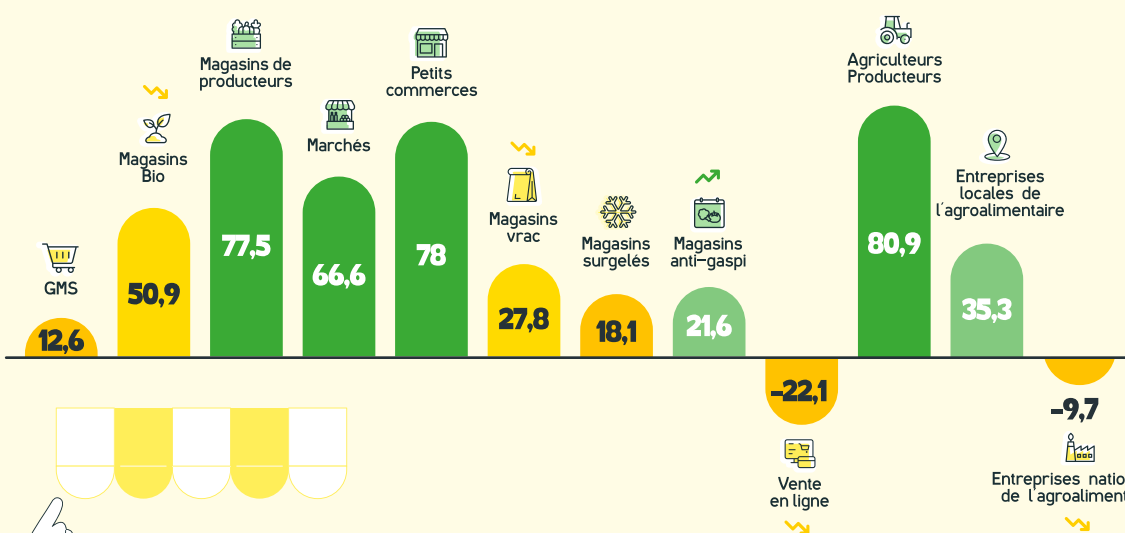
3. Une confiance correcte envers la capacité des acteurs à proposer des aliments durables



Confiance moyenne envers les acteurs



Confiance moyenne envers les acteurs



4. Une confiance envers les produits alimentaires basée sur la naturalité et la proximité

Produit

- Produit de saison, ingrédients naturels, de saison, peu transformé, brut
- Marque locale / régionale, Française
- Labels qualité, bio, responsable

Lieu de production

- Produit dans ma région
- Produit en France

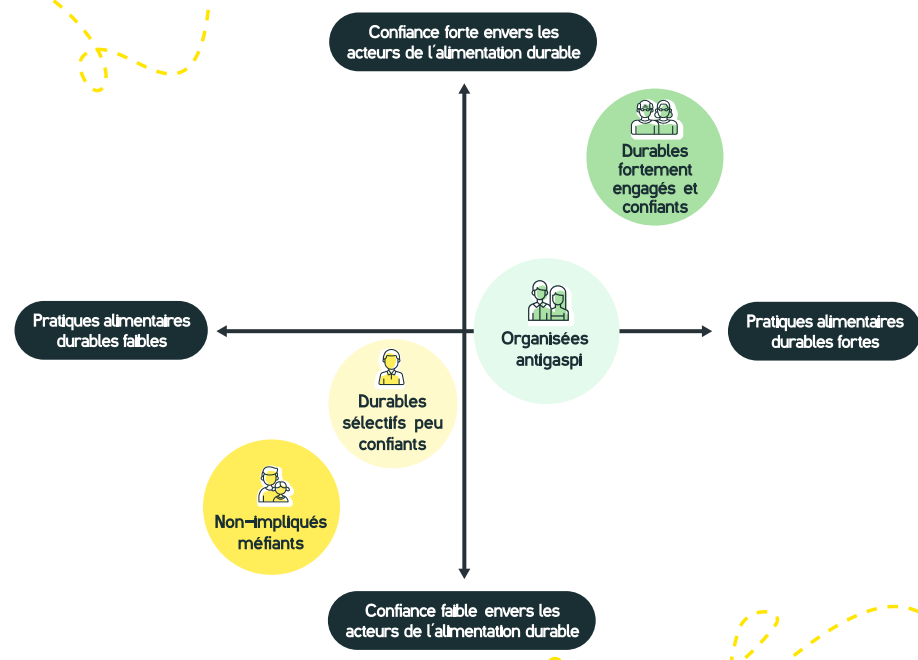


Méthodologie et présentation de l'échantillon

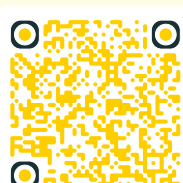
Questionnaire en ligne diffusé auprès d'un panel de consommateurs par Panelabs MIS Group en mars et avril 2026.

Deux échantillons représentatifs (sur les critères de sexe, âge, CSP et région) : France = 1211 personnes et boost Bretagne = 307 personnes.

5. Quatre profils de consommateurs basés sur des pratiques alimentaires durables et une confiance distinctes



Les mécènes et partenaires du Baromètre :



Flashez pour plus d'informations !