



# La consommation

Chiffres clés INSEE 2019

**27 903**  
habitants

**11 141**  
ménages

**29.5%** de la  
population sont des  
**retraités**

**45%** des familles sont  
**sans enfants**

**91%** des ménages ont au moins 1 voiture

**92%** habitent une maison

**72%** des actifs ont 1 emploi

**45%** des ménages fiscaux son non-  
imposables

Enquête en ligne sur les habitudes de consommation du 27/01/23 au 28/02/23 (364 réponses)



**64%** consacrent un budget alimentaire de 200 à 400 € par mois

Ils  
recherchent  
en priorité

1. **Qualité et fraîcheur des produits (39%)**
2. **Prix compétitifs (27%)**
3. **Production respectueuse de l'environnement (22%)**



Ils font leurs  
courses

1. **Au supermarché, plusieurs fois par semaine (70%)**
2. **Chez des artisans des métiers de bouche (**
3. **Au marché**



**26%**  
n'achètent pas  
de produits locaux

1. **Parce qu'ils ne connaissent pas de producteurs (48%)**
2. **Parce qu'ils trouvent les prix trop élevés (34%)**
3. **Parce qu'ils ont été déçus par le goût (17%)**



Les moyens de distribution  
qui les encourageraient à  
consommer local + souvent

1. **Un magasin de producteurs près de chez moi**
2. **Un marché de producteurs le we ou en soirée**
3. **Un distributeur automatique ouverts 7j/7j 24h/24h**



**64%**  
cuisinent  
tous les jours

Leurs principales  
difficultés pour la  
préparation des  
repas dans leurs  
foyers

1. **Le manque d'inspiration, varier les recettes, etc. (28%)**
2. **Le manque de temps (26%)**
3. **Un budget alimentaire insuffisant (13%)**

**61%** ont des poules  
pour les œufs

**19%** achètent  
systématiquement  
en vrac quand c'est  
proposé

**Seulement 5%** des  
restes de repas  
finissent à la  
poubelle



**A l'avenir, ils  
souhaiteraient :**

**31%** acheter + de local et  
de bio

**28%** consommer  
différemment pour réduire  
les déchets d'emballages

**16%** cuisiner + équilibré et  
varié au quotidien

## Leviers d'action PAT CCALS

**Sensibilisation** des habitants : manger  
local & de saison, nutrition-santé,  
réduction des déchets et antigaspi

**Atelier PRO** valorisation des produits  
locaux

**Ateliers cuisine** de la ferme à l'assiette  
et idées recettes

## Les habitants



Les habitants sont un maillon essentiel de la consommation alimentaire sur les territoires. Dans le cadre du Projet Alimentaire Territorial de la CCALS Communauté de communes Anjou Loir et Sarthe, cette étape du diagnostic permet d'établir un état des lieux, une « photo » de la population aujourd'hui sur le territoire pour mieux comprendre leurs pratiques et leurs attentes dans le système alimentaire territorial, son contexte et ses enjeux. **Une enquête en ligne réalisée du 27 janvier au 28 février 2023** sur les habitudes de consommation alimentaires a permis de collecter 364 réponses auprès des habitants du territoire. **Ces résultats sont mis en perspective avec les résultats d'une autre enquête réalisée en 2018** (332 réponses) sur Anjou Loir et Sarthe.

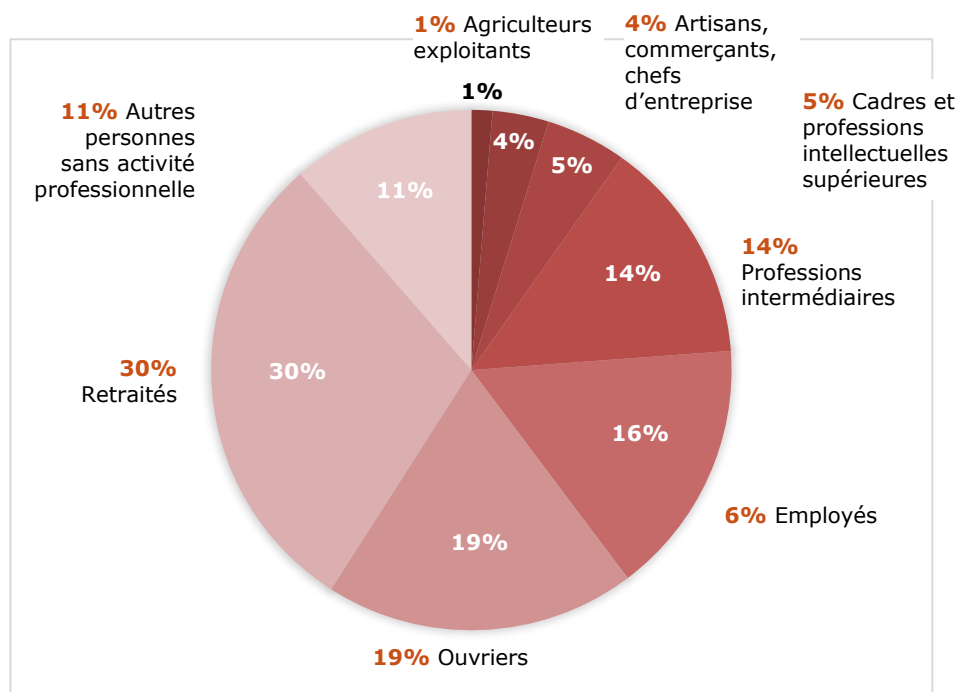


**29,5%** de la population sont des retraités - **31.7%** des ménages

28.7% à l'échelle du Maine et Loire

21.4% à l'échelle du Maine et Loire

**Population de 15 ans ou plus selon la catégorie socioprofessionnelle**



**Familles** 8100 ménages sont des familles, 45% des familles sont des couples sans enfant, 46.6% des familles avec enfant et 8.6% des familles monoparentales. La majorité des familles avec enfants ont 2 enfants (22.8% du nombre total de familles), 1 enfant (18%), 3 enfants (8.6%), 4 enfants et plus (2%)

**Logement** Le territoire compte 11 395 résidences principales pour 634 résidences secondaires ou logements occasionnels. Toutes catégories confondues, les logements sont à plus de 92% des maisons et à moins de 7% des appartements. 71.3% sont propriétaires de leurs logements, 27,5% sont locataires dont 10.7% d'un logement HLM.

**Transport** 91% des ménages ont au moins une voiture. 78% des actifs de 15 ans ou plus travaillent dans une autre commune que leur commune de résidence (62% à l'échelle du Maine-et-Loire).

**Emploi** La majorité des habitants (parmi la population non scolarisée de 15 ans et plus) a un niveau de diplôme de CAP, BEP ou équivalent. 79% des habitants de 15 à 64 ans sont des actifs dont 72% ont un emploi et 7% sont au chômage. Le taux de chômage au sens du recensement est de 9.1%. 86% des actifs ont un statut professionnel de salarié et 14% sont des non-salariés.

**Revenus** Sur les 11 367 ménages fiscaux en 2020, comprenant 27 909 personnes dans ces ménages, la part des ménages fiscaux imposés est de 43.5% (45.5% à l'échelle du Maine-et-Loire)

## Enquête sur les habitudes de consommation 2023

L'enquête en ligne a été réalisée du 27 janvier au 28 février 2023 et a permis de recueillir 364 réponses parmi les habitants du territoire Anjou Loir et Sarthe. **Ces résultats sont mis en perspective avec les résultats d'une autre enquête réalisée en 2018** (332 réponses) sur Anjou Loir et Sarthe

### Le profil des 364 répondants

**77% femmes**



23% hommes

**45% ont entre 30 et 45 ans**

26% ont entre 45 et 60 ans

22% ont 60 ans et +

6% ont entre 18 et 30 ans



**77% de foyers avec 2 adultes**

13% de foyers avec 1 adultes

10% de foyers avec 3 adultes et +

**39% de familles sans enfant**

32% de familles avec 2 enfants

17% de familles avec 1 enfant

8 % de familles avec 3 enfants

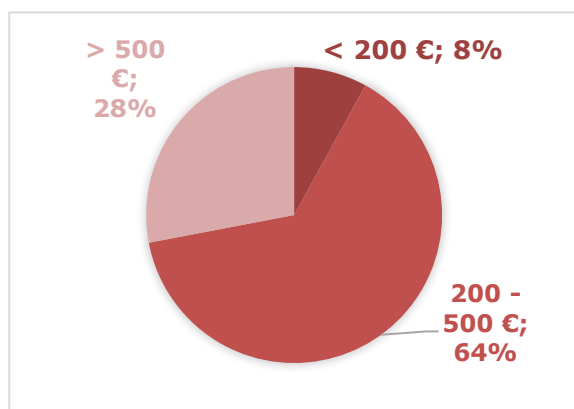
3% de familles avec enfants et +



En 2018, le profil des répondants à l'enquête était similaire : 80% de femmes, majoritairement (50%) âgés de 30 à 45 ans, une part moins importante des 60 ans et + (12.7%) et 70% de familles avec enfants (60% en 2023)

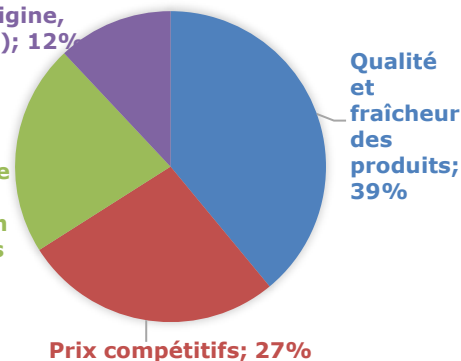
### Le budget moyen consacré à l'alimentation

**64%** des répondants consacrent entre 200 et 400 € par mois pour l'alimentation



Information sur les produits (origine, traçabilité...); 12%

Production respectueuse de l'environnement, produits bio; 22%

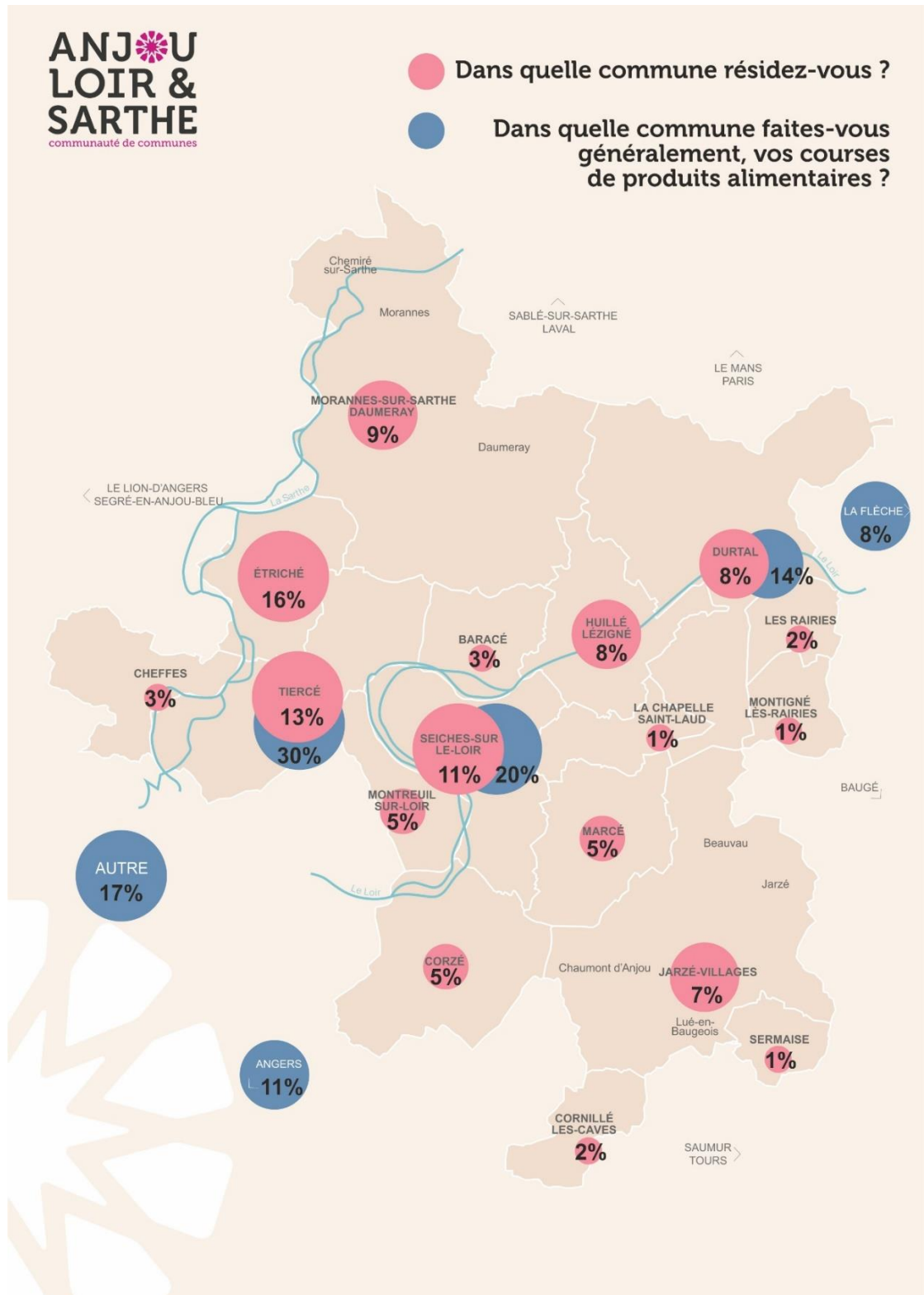


### Principaux critères d'achat

Le critère d'achat principal des répondants est la **qualité et la fraîcheur des produits (39%)**, en critère n°2 le prix et en n°3 le mode de production

En 2018, on retrouve aussi la qualité et la fraîcheur des produits en 1<sup>er</sup> critère d'achat (pour 80% des répondants) mais l'information sur l'origine des produits arrivait en 2<sup>ème</sup> position avant le prix et la production respectueuse de l'environnement. 64% des répondants attachaient de l'importance à ce que les produits soient issus de l'Agriculture Biologique.

**Répartition des communes d'habitation des répondants à l'enquête et les communes où ils font généralement leurs courses de produits alimentaires**

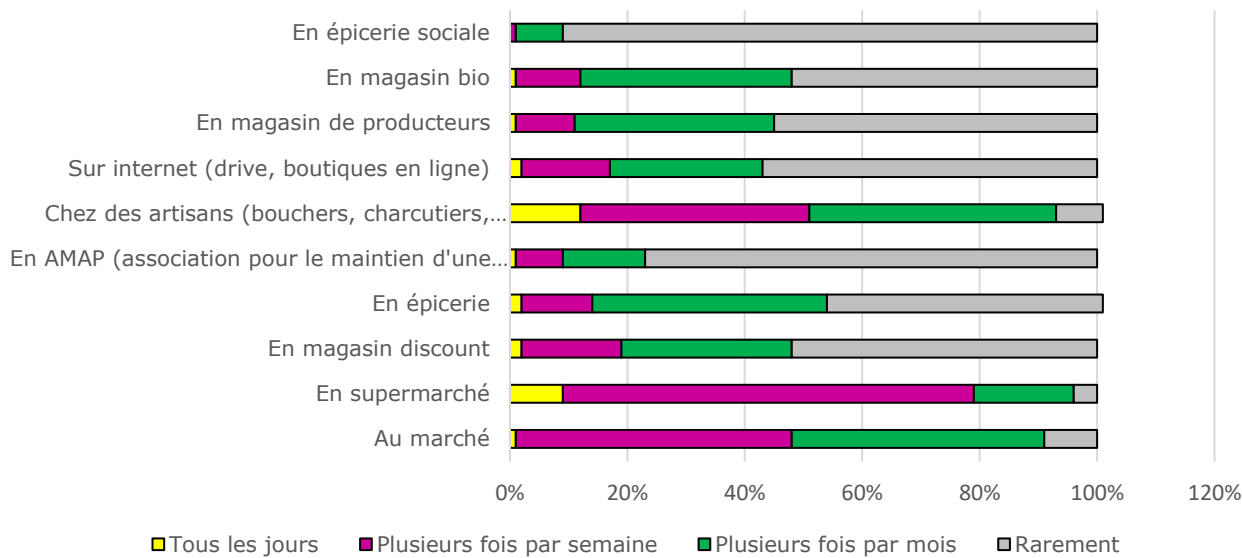


## Lieux et fréquences d'achat

La majorité des répondants à l'enquête font leurs courses :

- 1) **au supermarché**, le plus souvent plusieurs fois par semaine (70%)
- 2) **chez des artisans des métiers de bouche** (bouchers, charcutiers, boulangers...), plusieurs fois par mois (42%) ou plusieurs fois par semaine (39%)
- 3) **au marché**, toutes les semaines (47%) ou plusieurs fois par mois (43%)

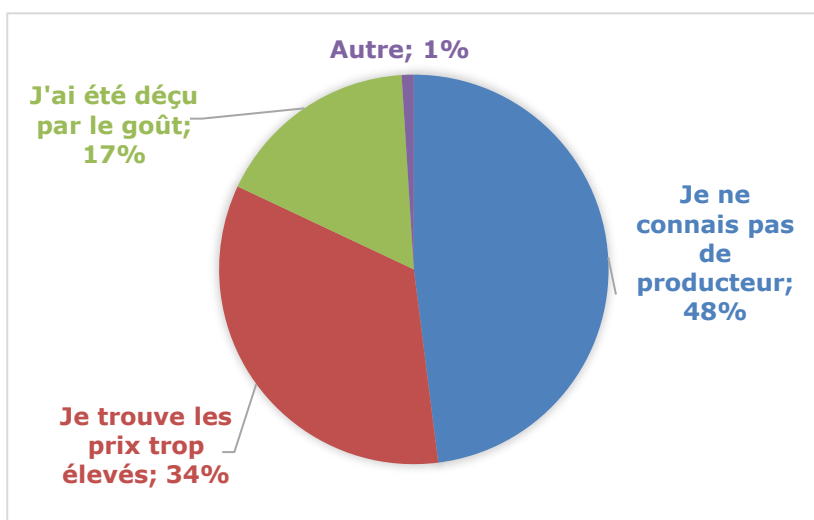
Les autres lieux d'achat qui sont cités ensuite : en épicerie, magasin bio, magasin discount, magasin de producteurs, sur Internet, en AMAP et plus rarement en épicerie sociale (8%)



## Produits locaux

**74%** des répondants soit 269 personnes achètent des produits locaux

Pour les 26% qui n'achètent pas de produits locaux, la principale raison évoquée est qu'ils ne connaissent pas de producteurs, en 2) les prix trop élevés et en 3) déception sur le goût



En 2018, 82% des répondants achetaient déjà des produits fermiers, directement chez le producteur, au supermarché et sur les marchés

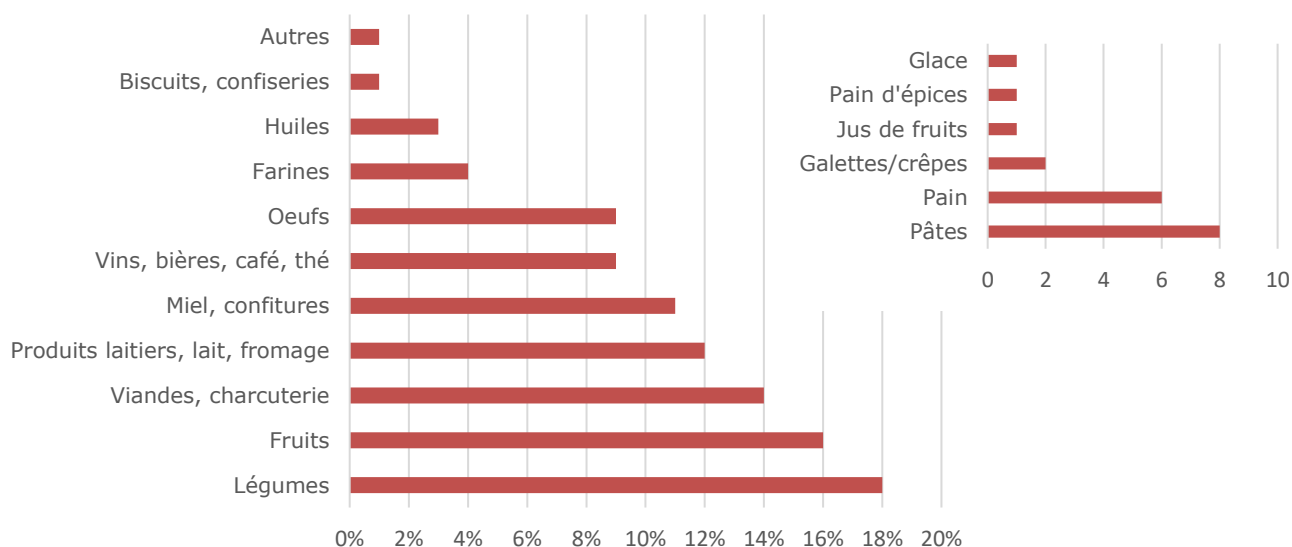
Pour les 18% qui n'en achetaient pas, même 1<sup>ère</sup> raison qu'en 2023 « je ne connais pas de producteur. On entendait aussi : difficile de trouver local, de saison et bio, besoin d'un point central ou encore pas assez de temps pour aller ailleurs qu'en grande distribution

**Répartition territoriale ?** En 2018, les répondants à l'enquête habitaient à 61% sur le secteur de Seiches, 23% sur le secteur de Durtal, 11% le secteur de Tiercé et 5% d'autres communes alors qu'en 2023, la répartition territoriale est différente avec davantage de répondants sur Tiercé (13%) et Etriché (16%) par exemple.

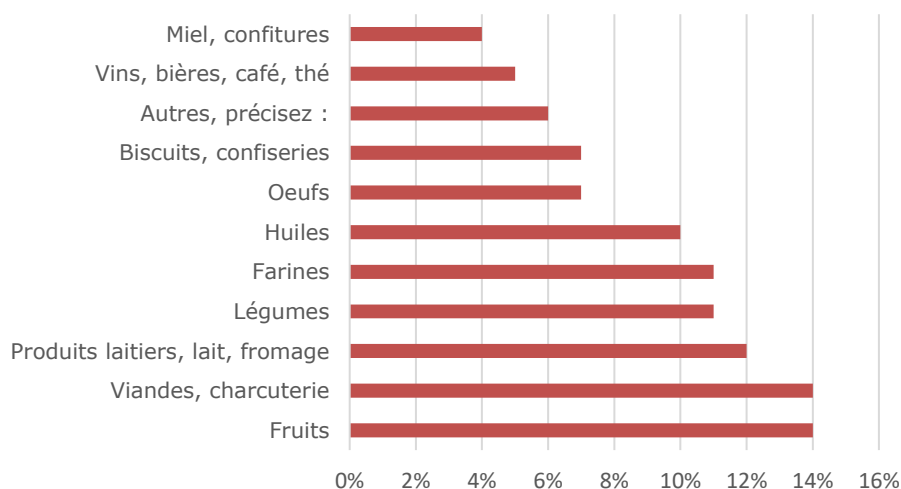
**Pourtant le contexte sur la connaissance des producteurs locaux a largement évolué depuis 2018** et particulièrement sur le territoire Anjou Loir et Sarthe avec

- le guide des circuits-courts Mangeons Loc'ALS diffusé dans les boîtes aux lettres sur tout le territoire en 2020 et disponible sur Internet [Pour en savoir plus](#)
- les périodes de confinement liées au covid qui ont attiré l'attention sur les produits locaux, les points de vente à la ferme
- la boutique en ligne associative Mangeons Loc'ALS créée en 2020 propose plusieurs points de distribution et une large gamme de produits locaux [Pour en savoir plus](#) **54% des répondants à l'enquête en 2023 déclare connaître l'association Mangeons Loc'ALS**
- les supports de communication diffusés depuis 2020 : les panneaux offerts aux producteurs pour signifier leurs boutiques à la ferme ou qu'ils sont producteurs locaux sur les marchés de plein vent, le film sur les producteurs [Pour en savoir plus](#)
- les nouveaux points de vente de produits locaux comme L'Echoppe à Seiches [Pour en savoir plus](#)

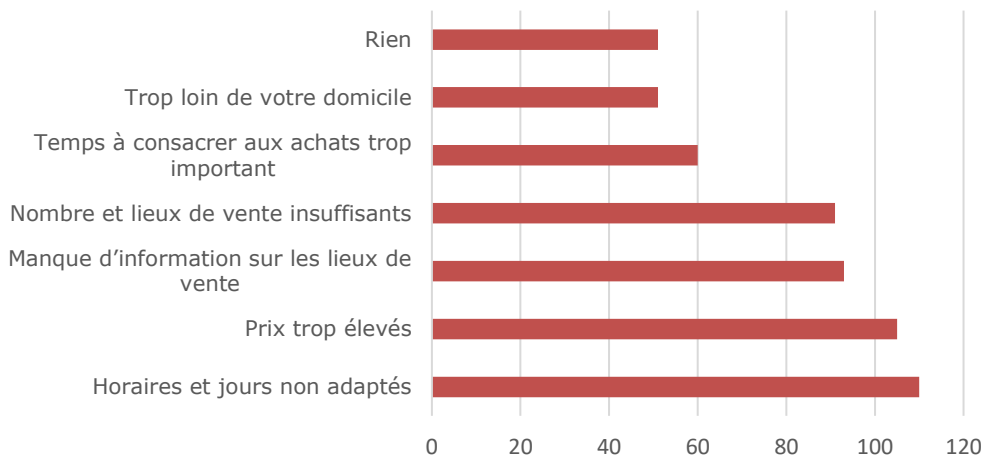
**Les produits locaux que les répondants à l'enquête en 2023 achètent**



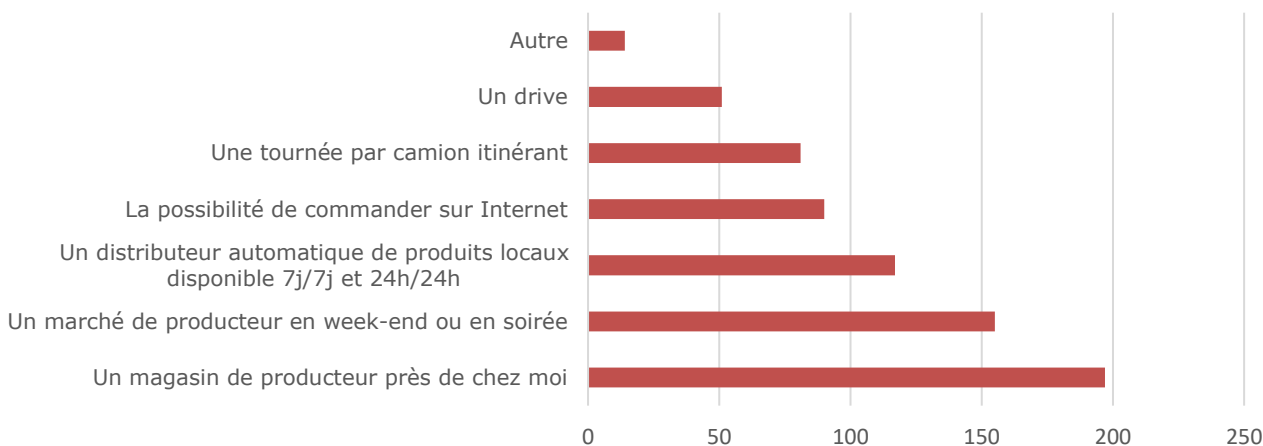
**Les produits locaux que les répondants à l'enquête en 2023 aimeraient trouver à l'avenir**



**Les raisons qui pourraient freiner les achats de produits locaux en circuits-courts** sont identiques aux raisons citées lors de l'enquête en 2018. En 2023 ce sont les horaires et jours non adaptés qui sont la 1<sup>ère</sup> raison et les prix trop élevés en 2<sup>ème</sup> raison, c'était l'inverse en 2018.



### Quels sont les moyens de distribution qui vous encourageraient à consommer plus souvent des produits locaux ?

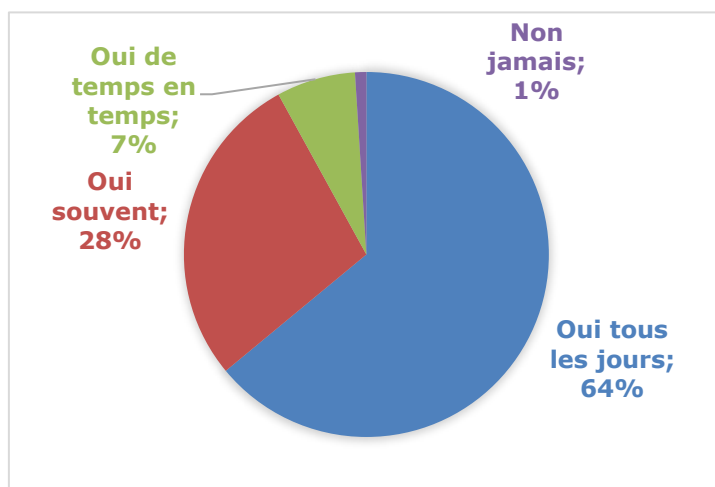


### Les pratiques de cuisine et les habitudes de consommation

**En majorité, les répondants à l'enquête en 2023 cuisinent tous les jours (64%), ils sont 28% à cuisiner souvent et seulement 7% à cuisiner de temps en temps.**

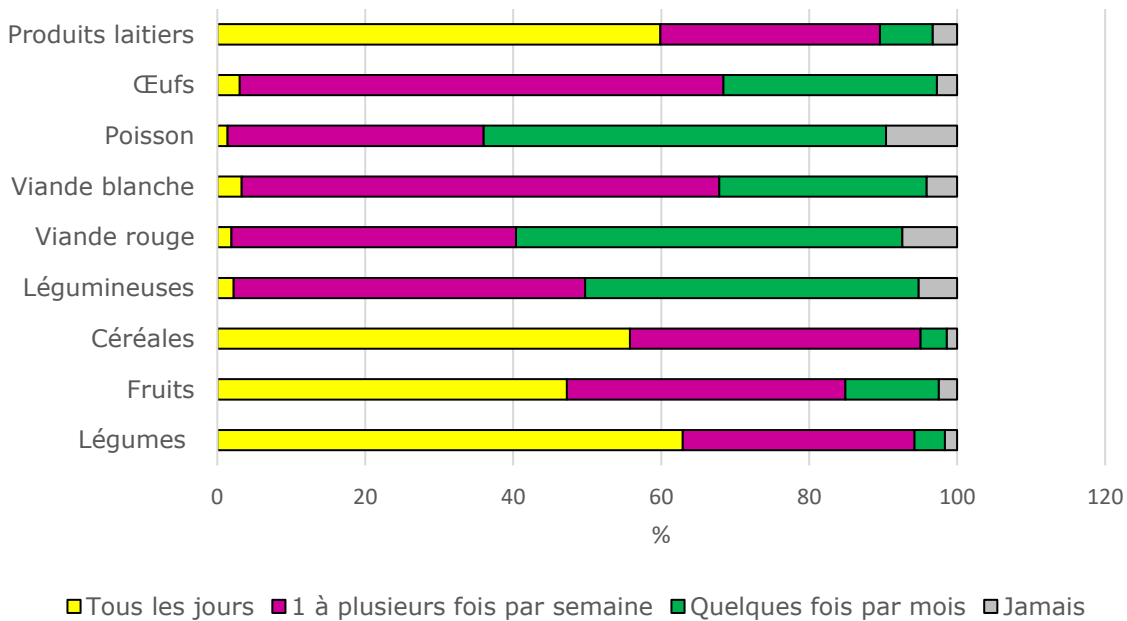
**Les principales difficultés qu'ils rencontrent pour la préparation des repas dans leurs foyers concernent**

- un manque d'inspiration (varier les recettes, etc.) (28%)
- un manque de temps (26%)
- un budget alimentaire insuffisant (13%)
- un manque de connaissance pour manger sain et ...(6%)
- un manque d'intérêt pour la cuisine (5%)

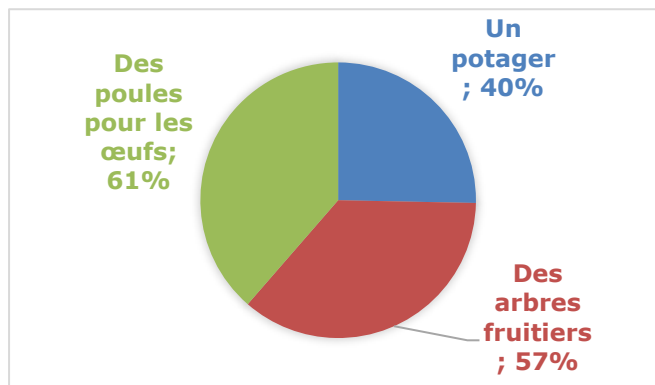




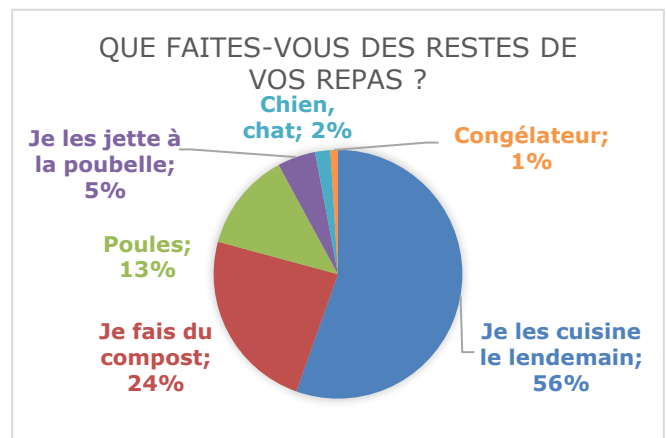
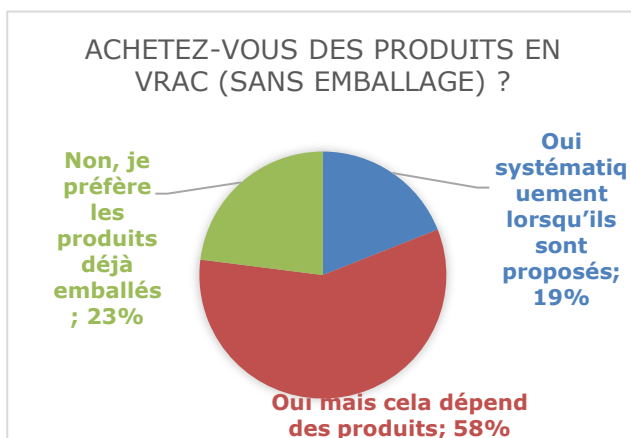
La majorité des répondants (entre 50 et 60%) mangent des légumes, des produits laitiers, des céréales et des fruits tous les jours. La consommation de poisson, viandes rouge et légumineuse est moins fréquente, quelques fois par mois pour une majorité (entre 40 et 60%).



**Concernant l'autoconsommation**, les habitants qui ont répondu à l'enquête déclarent à 61% avoir des poules pour les œufs, 57% avoir des arbres fruitiers et 40% cultiver un potager.

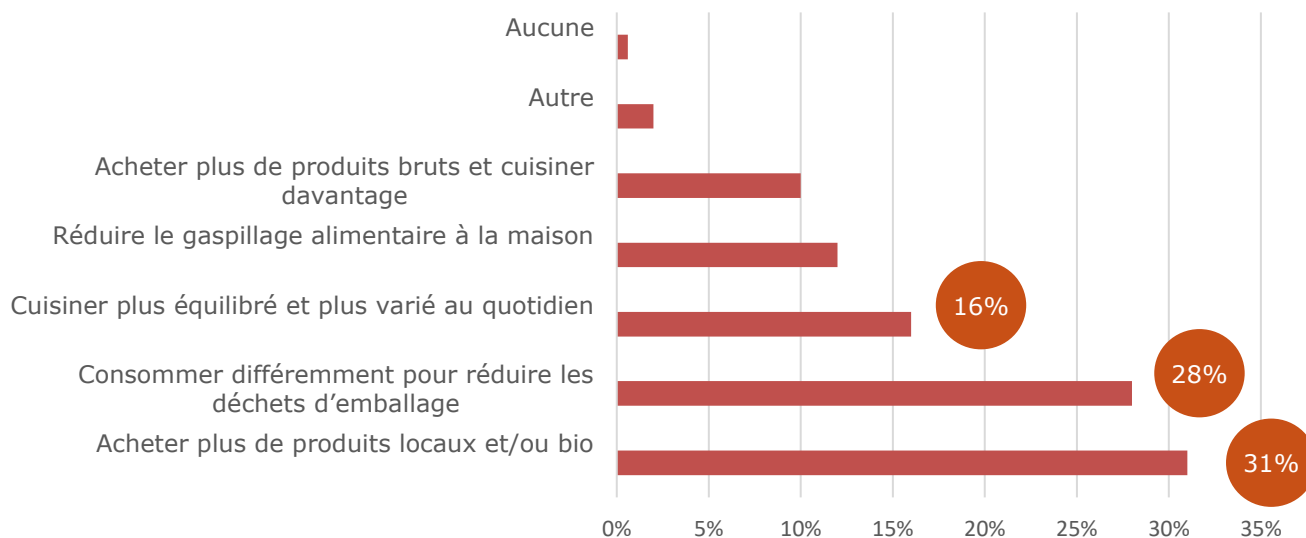


**Réduction des déchets et lutte contre le gaspillage alimentaire** Parmi les répondants 20% achètent des produits en vrac systématiquement lorsqu'ils sont proposés, 58% en achètent mais selon les produits concernés et 23% préfèrent les produits déjà emballés. Peu de restes de repas sont jetés à la poubelle (5%), la majorité déclare les cuisiner le lendemain (56%), les valoriser via du compost (24%), les donner à manger aux poules ou aux animaux de compagnie (15%) ou les congeler pour les consommer plus tard





## Dans l'idéal, quelles nouvelles habitudes aimeriez-vous prendre ?



## En termes d'offre alimentaire sur le territoire, de circuits-de distribution, avez-vous des besoins particuliers ?



- **Magasin de producteurs** (produits locaux, bio, vrac) 18 réponses
- **Marché de producteurs** en week-end ou en soirée 17 réponses
- **Distributeurs de produits locaux** 24/24 dans les communes sans... 6 réponses

### Et aussi

- Une meilleure communication sur les lieux et les horaires pour ...
- De la viande et des légumes à prix raisonnables et de bonne qualité
- Une carte du territoire avec les producteurs et les produits qu'ils proposent
- La vente de poisson frais
- Encore mieux communiquer sur toutes les offres possibles, organiser des événements sur l'alimentation
- Des plats préparés avec des produits locaux à des prix raisonnables
- Des produits locaux dans les cantines x3
- Des céréales autres que des pâtes
- Des horaires adaptés en semaine et le week-end
- Un marchand de volailles
- Camion itinérant
- Des produits locaux non-alimentaires aussi (savons, produits ménagers)
- Paniers de légumes à venir chercher chez les commerçants
- Des produits locaux dans les cantines x3
- Une épicerie solidaire
- Commande sur internet / drive
- Des cueillettes chez le producteur
- Une AMAP qui varie ses soirs et lieux de livraison



Une majorité des attentes exprimées en termes de circuits-de distribution sur le territoire existent déjà (en rouge) pointant la nécessaire communication constante auprès des habitants.

Les répondants à l'enquête 2023 sont-ils plutôt des nouveaux habitants n'ayant pas été sensibilisés par les outils diffusés depuis 2020 ? Pourtant 54% des répondants déclarent connaître l'association Mangeons Loc'ALS qui propose une offre de produits locaux avec commande en ligne et à des tarifs maîtrisés via une gestion associative organisée par des bénévoles qui n'ajoute pas de coûts supplémentaires de personnels ou encore d'infrastructure liée à une boutique physique.

# Conjoncture de la consommation alimentaire

Une étude réalisée par NielsenIQ présente les caractéristiques de l'évolution de la consommation alimentaire en 2022 et les tendances 2023.

Le contexte de l'année 2022 marqué par le conflit en Ukraine, la crise énergétique, le covid et la grippe aviaire, les phénomènes météorologiques et le début 2023 avec un climat de crise sociale, le débat sur les retraites et le pouvoir d'achat en berne ont transformé le quotidien et la consommation des français. L'inflation a mis à mal leur pouvoir d'achat les obligeant à faire des arbitrages.

## Hausse des prix, la préoccupation majeure pour 77% des français.

### La France n'avait pas connu un tel niveau d'inflation depuis 1984.

L'évolution du prix moyen des produits en grande consommation est de 10,4% entre décembre 2021 et décembre 2022. Surcoût moyen de +280 € pour les ménages (produits de grande consommation) en 2022, prévision à +790 € en 2023. Ce sont surtout les jeunes adultes et les familles qui ont réduit leurs dépenses alimentaires.

En 2022, les français se sont adaptés pour limiter les effets de l'inflation sur leur pouvoir d'achat en :

- réduisant le gaspillage alimentaire (61%)
- réduisant les dépenses de carburant (55%)
- limitant les dépenses d'habillement (51%) et de loisirs (50%)

En 2023, 1 français sur 4 pense à réduire ses dépenses alimentaires. La tendance est à la descente de gamme en privilégiant les

produits moins onéreux pour un même besoin.

Pour faire des économies sur leurs produits de tous les jours, les français déclarent

- à 49% avoir prêté plus d'attention à la comparaison des prix
- à 48% à acheter des produits en promotion ou à prix réduit en raison de leur date de péremption proche
- 39% disent avoir consommé moins de viande et de poisson en 2022
- 34% ont changé leurs habitudes en s'obligeant à faire une liste de course
- 34% déclarent avoir réduit leurs achats plaisir

Concernant l'évolution des habitudes de consommation et d'alimentation, l'apparent ralentissement du e-commerce, de la livraison et du drive en particulier, masque en réalité une forte progression par rapport à l'avant pandémie.

## Un français sur 4 ne cuisine pas

Une tendance qui s'accélère depuis 2021. 21.6% des français sont « vite fait » et ne cuisinent jamais

Comme un besoin de compenser la déstructuration avérée des repas, notamment chez les jeunes, le grignotage en matinée et en soirée est en augmentation

Les ventes de produits bio diminuent en grande distribution -7% (accessibilité des prix, réduction des assortiments) alors que progresse la « consommation alternative » +6.1% des ventes en unités notamment pour les produits sans pesticides, naturels, sans conservateurs

Consommer responsable fait petit à petit son nid dans l'esprit des consommateurs

- 60% des français déclarent que consommer responsable est quelque chose d'important pour la société et qu'ils essaient de faire des choix durables dès qu'ils le peuvent
- 24% déclarent même que c'est une priorité pour eux et qu'ils le font au quotidien

L'achat local et les emballages sont les enjeux qui joueront un rôle majeur dans les prochaines années.

## La consommation

### Le but du Projet Alimentaire Territorial de la CCALS est d'agir concrètement pour participer à

- Relocaliser l'alimentation
- Sensibiliser et accompagner l'évolution des pratiques alimentaires et nutrition-santé
- Favoriser l'accès à une alimentation de qualité pour tous
- Ancrer et développer les productions locales
- Agir pour la réduction des déchets et du gaspillage alimentaire

**Le diagnostic est une 1<sup>ère</sup> étape** il s'étoffe et se consolide au fil de l'avancement du PAT. Des groupes de travail sont réunis pour imaginer des actions en réponse aux besoins et aux attentes identifiés. Les actions sont mises en œuvre dans le cadre du programme d'action du PAT en 2023 et 2024.

### Dans cette perspective, les ambitions du PAT Anjou Loir et Sarthe concernant les attentes des consommateurs viseront à :

- **Sensibiliser les habitants sur le manger local et de saison, la nutrition-santé, réduction des déchets et du gaspillage alimentaire via une campagne de communication, micro-trottoir, podcasts, création de visuels, focus entreprises et portraits vidéo, expo photo**
- **Amplifier l'information déjà existante et structurée sur l'offre en produits locaux et bio sur le territoire Anjou Loir et Sarthe, sur la 3<sup>ème</sup> édition du marché de producteurs Fête des circuits-courts organisée dans le cadre du Festiv'ALS en mai 2023**
- **Sensibiliser et co-construire avec les professionnels de l'alimentation du territoire sur la valorisation et le développement des produits locaux sur le territoire dans le cadre d'un atelier participatif et d'un événement de mise en relation avec les producteurs locaux**
- **Organiser des ateliers de cuisine « de la ferme à l'assiette » intergénérationnels (enfants et adultes) et partager les idées recettes réalisées à partir de produits bruts, frais et locaux pour varier les menus et gagner du temps dans la cuisine de tous les jours**

### Sources

INSEE Dossier complet Intercommunalité-Métropole de CC Anjou Loir et Sarthe, paru le 23/01/2023  
<https://www.insee.fr/fr/statistiques/2011101?geo=EPCI-200068955#consulter-sommaire>

Résultats de l'enquête en ligne auprès des habitants sur les habitudes de consommation alimentaire, réalisée du 27 janvier au 28 février 2023 par la CCALS

Résultats de l'enquête en ligne auprès des habitants sur les produits locaux et les circuits-courts, réalisée du 13 juin au 10 septembre 2018 par la Chambre d'agriculture dans le cadre du Projet Circuits-courts de proximité de la CCALS

Etude de conjoncture de l'alimentation en 2022 <https://www.agro-media.fr/actualite/en-2023-selon-nielsenq-1-francais-sur-4-pense-a-reduire-ses-depenses-alimentaires-56319.html>

### Contacts

Céline MAREC, Communauté de communes Anjou Loir et Sarthe  
[Celine.marec@ccals.fr](mailto:Celine.marec@ccals.fr) Tel. 07 62 60 79 93

Emmanuelle MOUNIER, Chambre d'agriculture Pays de la Loire  
[Emmanuelle.mounier@pl.chambagri.fr](mailto:Emmanuelle.mounier@pl.chambagri.fr) Tel. 06 26 64 30 72