



Les Français et la saisonnalité des aliments :

Seul 1 millennial sur 2 connaît la saison des aliments qu'il consomme

HelloFresh, le leader mondial des Box à cuisiner et l'Institut de sondage Yougov* se sont intéressés à la saisonnalité des aliments pour leur nouvelle étude. Le but ? Comprendre la place qu'elle occupe dans l'assiette des Français, évaluer leur niveau de connaissance sur ce sujet, leurs habitudes et mettre en évidence les écarts entre générations.

La saisonnalité, un critère d'achat important pour les consommateurs Français

L'alimentation est un sujet cher aux Français et bien manger fait partie intégrante de leur culture. Le sondage mené par HelloFresh révèle qu'une grande majorité du panel connaît le principe de saisonnalité des aliments :

89% des sondés déclarent avoir une bonne connaissance globale du sujet.



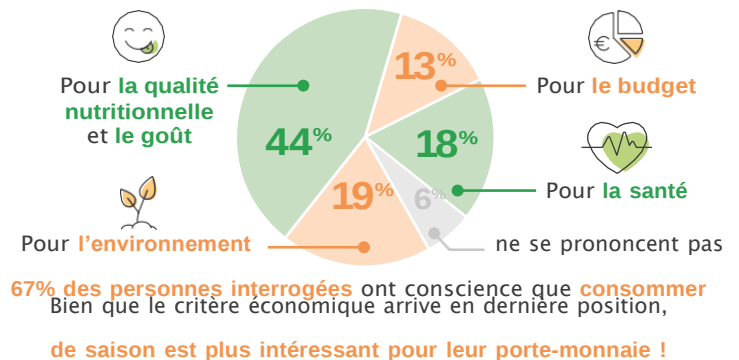
En s'intéressant aux résultats par tranche d'âge, on remarque que les + 55 ans ont une meilleure connaissance de la saison de la plupart des aliments qu'ils consomment (67%) contre seulement 44% des millenials.

4 personnes sur 5 (81%) considèrent la saisonnalité comme un critère important au moment des courses. Dans cette logique, beaucoup aiment essayer d'éviter au maximum l'achat des aliments hors saison (72%).

A noter que seuls 12% d'entre eux excluent totalement la consommation et l'achat d'un produit hors saison.



Pour quelles raisons les français consomment-ils de saison ?



L'assiette d'un millennial est-elle bien différente de celle d'un +55 ?

Outre le niveau de connaissance sur le sujet, ces deux générations se distinguent sur d'autres plans.

Lorsqu'il s'agit de planifier ses repas à l'avance, l'écart générationnel continue de se creuser :

71% des plus de 55 ans vont le plus souvent réfléchir à leurs plats en fonction des saisons contre

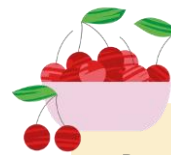
55% des 18-34 ans.

La saisonnalité concerne tout un ensemble d'aliments et cela n'est pas une évidence pour tout le monde.

La catégorie la plus âgée des sondés a davantage conscience que la saisonnalité n'englobe pas uniquement les fruits et légumes.

43% des plus de +55 savent que le poisson est régi au cycle des reproductions et donc des saisons alors que seul **1** millennial sur **4**

en a conscience.



Parmi les raisons qui incitent les Français à favoriser les aliments de saison, là encore des différences sont visibles.

Chaque génération a des préoccupations qui lui sont propres : les +55 ans sont plus nombreux à respecter la saisonnalité

pour le goût et à la qualité nutritionnelle des aliments (52%)

tandis que les millenials sont plus nombreux à faire ce choix

pour préserver l'environnement (25%).

Les français sont prêts à s'engager pour une alimentation plus responsable

Les résultats montrent que les Français sont réceptifs à la saisonnalité même s'ils ne maîtrisent pas encore ce principe dans son ensemble.

Toutefois, seul

1 sondé sur 2

trouve que l'accès à l'information sur la saisonnalité est facile à trouver.

Pour 65% d'entre eux, ils adaptent leurs recettes préférées en fonction des saisons en remplaçant certains ingrédients.



Les français sont prêts à s'engager vers une alimentation plus responsable, ils sont d'ailleurs **70% à se tourner en priorité vers un produit local, de saison** et potentiellement plus cher qu'un produit importé et de saison.



Pour une consommation plus responsable, un travail de sensibilisation reste à faire pour que les consommateurs aient **un accès plus évident aux informations** dont ils ont besoin pendant leurs courses.

Près de 3 personnes sur 4 feraient leurs courses différemment s'ils avaient plus d'informations sur les lieux d'achats.

En fournissant plus d'informations aux consommateurs, les acteurs de l'alimentaire permettraient d'élever le niveau de connaissance générale.

Un travail de pédagogie fera évoluer les habitudes des jeunes consommateurs et leur permettra de **prendre conscience que la saisonnalité s'étend à beaucoup plus d'aliments qu'ils ne le pensent.**

C'est en ce sens que HelloFresh conçoit son offre :

chaque semaine, la marque propose **plus d'une vingtaine de recettes pour réaliser des plats créatifs, variés et de saison !**



À propos de HelloFresh

HelloFresh SE est le leader mondial des Box à cuisiner et regroupe 6 marques qui livrent à leurs clients des ingrédients et des recettes de qualité, pour toutes les occasions. Le groupe HelloFresh a été fondé à Berlin en Novembre 2011 et opère aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, aux Pays-Bas, en Belgique, au Luxembourg, en Australie, en Autriche, en Suisse, au Canada, en Nouvelle-Zélande, en Suède, en France, au Danemark, en Norvège et en Italie. En 2021, HelloFresh a livré près d'1 milliard de repas dans le monde et regroupe 7,2 millions de clients actifs. HelloFresh est coté à la Bourse de Francfort depuis novembre 2017 et a été introduit au sein du DAX (l'indice boursier allemand) en Septembre 2021. HelloFresh possède des bureaux à New York, Berlin, Londres, Amsterdam, Sydney, Toronto, Auckland, Paris, Copenhague et Milan.

www.hellofresh.fr