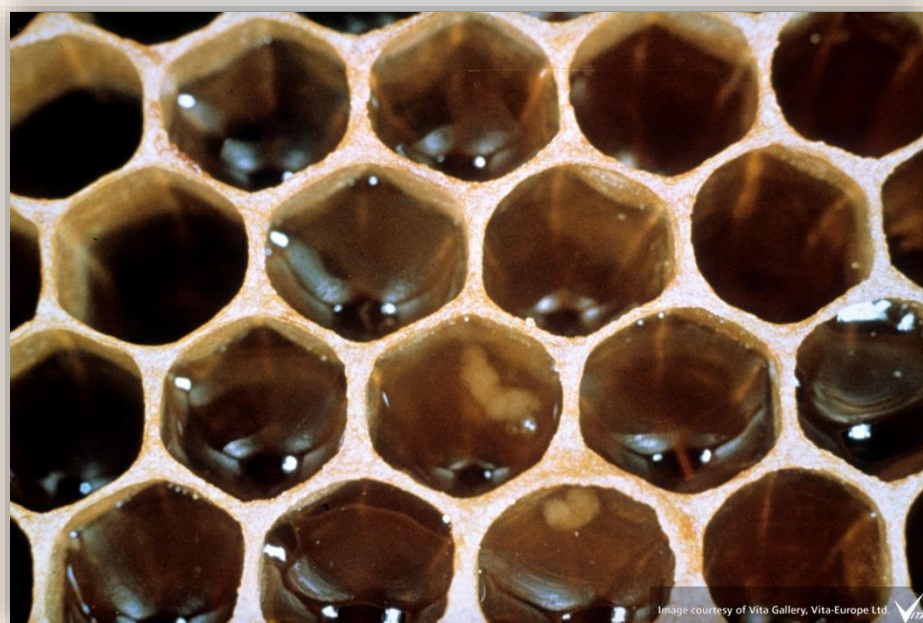


apinov 
L'innovation par nature



ENQUETE
CONSOMMATION DU MIEL EN FRANCE
- Edition 2015 -

Introduction / Contexte :

Il y a 5 ans, la société Apinov faisait le constat suivant : peu de données sont disponibles sur la filière apicole. Rares sont les études où les chiffres ne sont pas des estimations mais bien des données réelles.

Et pourtant, toute entreprise ou personne établie ou souhaitant s'établir dans le milieu doit pouvoir connaître et comprendre son marché. Qui sont vraiment les consommateurs et quelles sont leurs attentes ?

Ainsi, la société a décidé de lancer sa propre enquête sur la consommation du miel en France. Entre septembre 2010 et février 2011, le questionnaire a été diffusé auprès du grand public via le réseau internet (mail, réseaux sociaux, site web, etc.). Cette enquête avait alors récolté 722 réponses à sa clôture.

Une fois les données analysées, une partie des résultats a été publiée sur internet sur le site www.apinov.com.

Depuis cette action et au fil du temps, nombreuses ont été les demandes de particuliers, professionnels, futurs professionnels et étudiants, recherchant des données plus récentes ou cherchant à savoir si cette enquête avait été mise à jour.

Quatre années plus tard, la voici.

Nous vous souhaitons une bonne lecture !

Capucine Meneau



Ingénierie



Formation



Expertise

SOMMAIRE

Introduction / Contexte :	2
Avant-propos	3
Remerciements	3
Contact	3
1. Présentation de l'enquête	4
a) Composition	4
b) Dates et mode d'envoi	8
c) Intervalle de confiance	9
2. Résultats bruts	10
a) Catégories sociodémographiques	10
b) Les participants consomment-ils du miel en 2015 ?	11
c) Modes de consommation du miel	12
3. Analyse segmentée	20
a) Consommez-vous du miel ?	20
b) Fréquences de consommation	21
c) Consistances de miel préférées	22
Conclusion	23

Avant-propos

Toute reproduction partielle, totale, ou toute citation d'informations contenues dans ce document est autorisée à la condition expresse d'en indiquer la source et le nom de l'auteur.

Remerciements

La société Apinov souhaite remercier tous les participants à cette enquête, qui ont permis d'obtenir de nombreuses données utiles et pertinentes. Les informations récupérées ont été soigneusement étudiées, et les remarques de chacun prises en compte avec attention.

Contact

Pour toute information concernant ce document, merci de bien vouloir nous contacter par email capucine.meneau@apinov.com ou par téléphone au +33 (0)5 46 34 10 71.



Ingénierie



Formation



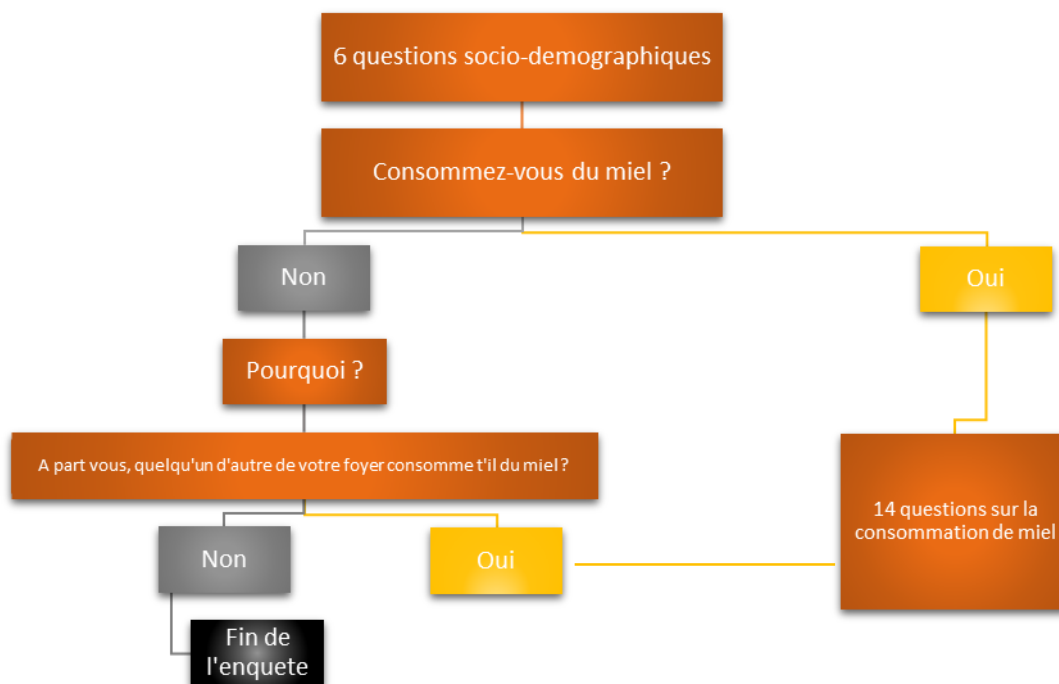
Expertise

1. Présentation de l'enquête

a) Composition

Nous avons choisi de conserver exactement la même structure et les mêmes questions que lors de l'enquête en 2010-2011, afin de pouvoir constater une éventuelle modification du comportement du consommateur en 4 ans.

L'enquête de consommation sur le miel, édition 2015, est donc composée de 23 questions au total dont voici la structure :



➤ **Six questions sociodémographiques communes à tous les participants :**

1) Sexe

- Femme
- Homme

2) Age

- Moins de 18 ans
- 18 à 25 ans
- 26 à 40 ans
- 41 à 60 ans
- Plus de 60 ans

3) Profession

- Etudiant
- Employé
- Cadre
- Profession intermédiaire
(technicien, agent de maîtrise)
- Retraité
- Artisan, commerçant ou chef
d'entreprise
- Ouvrier
- Agriculteur exploitant
- Sans profession
- Autre

4) Situation familiale

- Célibataire
- Seul(e) avec enfant(s)
- En couple sans enfant
- En couple avec enfant(s)

5) Région

- Nord
- Est
- Sud-est
- Ouest
- Sud-ouest
- Centre
- Région Parisienne
- Autre

6) Qui s'occupe des courses dans le foyer ?

- Vous-même
- Votre conjoint/parent
- Les deux
- Autre

➤ **Puis, trois questions d'orientation pour la suite de l'enquête**

7) Consommez-vous du miel ?

- Oui (passage directement à la question 10)
- Non (continuer question 8)

8) Pourquoi ne consommez-vous pas de miel ?

- Vous n'aimez pas le goût
- Le prix est trop cher
- L'aspect ne vous plaît pas
- Vous n'y pensez pas ou vous n'en avez pas envie
- Autre : précisez

9) A part vous, est-ce que d'autres personnes de votre foyer consomment du miel ?

- Oui (Continuer à la question 10)
- Non (Fin de l'enquête)



➤ **Enfin, quatorze questions sur la consommation du miel :**

10) Où achetez-vous le miel destiné à votre consommation ou celle de votre foyer ?
(plusieurs réponses possibles)

- Grande surface
- Magasins spécialisés
- Directement chez l'apiculteur
- Sur Internet
- Sur les marchés
- Autre

11) Sur votre/vos lieu(x) d'achat, êtes-vous satisfait de l'offre (miels variés, bons produits, etc.) ?

- Oui
 - Non
- Si non, pourquoi ? (question facultative)

12) Quelle est votre fréquence de consommation (ou celle de votre foyer) ? (considérant qu'un pot standard contient 500g de miel)

- Très rarement (1 à 2 pots par an)
- Occasionnellement (3 à 5 pots par an)
- Souvent (5 à 8 pots par an)
- Très souvent (plus de 8 pots par an)

13) Comment le consommez-vous (vous-même ou votre foyer) ? (plusieurs réponses possibles)

- En tartine
- Recettes à base de miel (vinaigrettes, desserts, condiments pour cuisson, sauces, etc.)
- En remplacement du sucre (café, thé, yaourts, etc.)
- Comme remède pour la gorge (lait chaud, grog, etc.)
- Consommation directe à la cuillère
- Autre

14) A quel moment de la journée le consommez-vous (vous-même ou votre foyer) ?
(plusieurs réponses possibles)

- Au petit-déjeuner
- Au repas du midi
- Au goûter
- Au dîner
- Au coucher
- Autre



15) Quelle consistance de miel préférez-vous (vous-même ou votre foyer) ? (une seule réponse possible)

- Miel liquide et translucide
- Miel crémeux (mais tartinable)
- Miel dur (non tartinable)
- Je ne sais pas / Aucune importance

16) Quels types de miels consommez-vous (vous-même ou votre foyer) ? (plusieurs réponses possibles)

- Miels mono floraux (ex : miel d'acacia, miel d'oranger, miel de tournesol, miel de colza, etc.)
- Miels de fleurs (ex : miels de montagne, miels régionaux, etc.)
- Miels aromatisés (ex : miel à la noisette, miel au citron, miel au gingembre, etc.)
- Je ne sais pas / Aucune importance
- Autre

17) Selon-vous, lequel de ces produits est le plus cher ? (une seule réponse possible)

- Le miel liquide
- Le miel crémeux
- Le miel dur
- Aucune de ces propositions

18) Quel emballage préférez-vous (vous-même ou votre foyer) ? (une seule réponse possible)

- Pot en verre avec couvercle dévissable
- Pot souple avec couvercle
- Squeezer ou doseur plastique avec bec refermable (ex : ketchup)
- Je ne sais pas / Aucune importance
- Autre

19) Quels critères rentrent en compte lors de votre achat de miel (pour vous-même ou votre foyer) ? (notez de 1 à 5 l'ordre d'importance)

- Le prix
- L'origine florale / Le goût
- La consistance
- La couleur
- Le conditionnement



Ingénierie



Formation



Expertise

20) Parmi les mentions figurant sur l'étiquette laquelle/lesquelles influence(nt) votre décision d'achat ? (plusieurs réponses possibles)

- Le nom du producteur
- Le nom du conditionneur / La marque
- L'origine régionale ou française
- L'origine européenne
- La date limite d'utilisation optimale (DLUO)
- Autre

21) A quelles marques de miel faites-vous confiance ? (plusieurs réponses possibles)

- Les marques connues
- Les marques du magasin et les marques 1er prix
- Directement à l'apiculteur
- Aucune de ces propositions, je préfère essayer pour faire mon propre avis

22) Avez-vous déjà jeté un miel qui était resté plus de 6 mois dans votre placard ou sur une étagère ?

- Oui
- Non

23) Cochez lorsque l'affirmation vous semble correcte

- Le miel est un produit qui se conserve bien et longtemps (plus de 12 mois)
- Lorsque mon miel a cristallisé (ou s'est durci) je dois le jeter et racheter un nouveau pot
- Chauffer du miel cristallisé (ou durci) pour le rendre liquide n'a aucune incidence sur ses qualités
- Le miel est plus calorique que le sucre
- Un miel liquide est de meilleure qualité qu'un miel crémeux
- Le miel a un pouvoir sucrant plus élevé que le sucre
- Lorsque mon miel a cristallisé (ou s'est durci) je peux le chauffer au micro-ondes pour le rendre liquide
- Le miel est conseillé aux sportifs car c'est un aliment très énergétique

b) Dates et mode d'envoi

L'enquête a été diffusée entre le 13 mars et le 19 mai 2015, sur les réseaux sociaux, par email et sur les sites de la société. Elle était accessible via un lien hypertexte et remplissable en ligne directement.

Au total, 431 personnes ont répondu au questionnaire.

Pour comparaison, en 2011 722 personnes avaient répondu au questionnaire, sur une période de diffusion cette fois de 5 mois.



Ingénierie



Formation

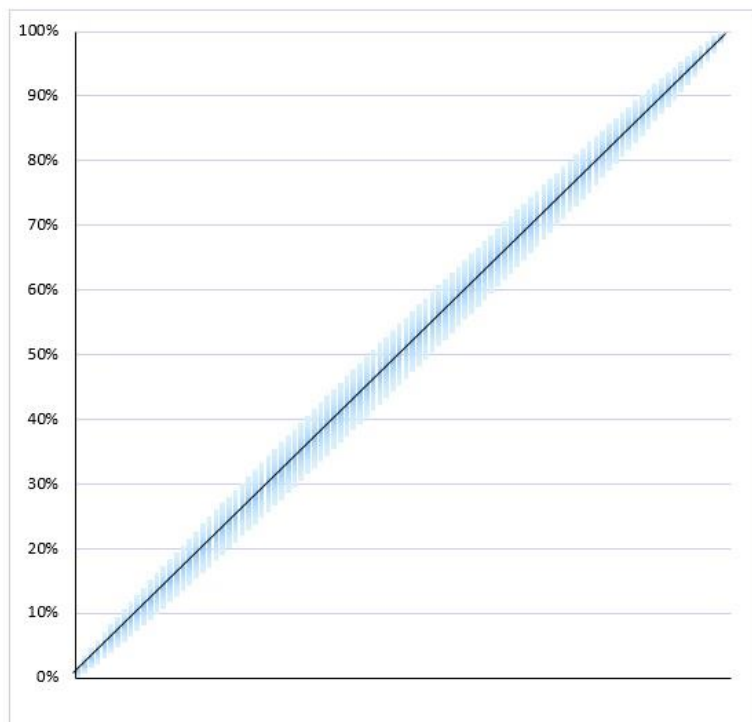


Expertise

c) Intervalle de confiance

Tenant compte du nombre de participants, soit 431, et de la population au 1^{er} janvier 2015, soit 66,3 millions de français, les intervalles de confiance calculés sont les suivants :

Pourcentages "clés"	Intervalles de confiance
1%	± 0,94 %
10%	± 2,83 %
20%	± 3,78 %
30%	± 4,33 %
40%	± 4,63 %
50%	± 4,72 %
60%	± 4,63 %
70%	± 4,33 %
80%	± 3,78 %
90%	± 2,83 %
99%	± 0,94 %



Les intervalles de confiance de cette enquête sont donc compris entre $\pm 0,94\%$ et $\pm 4,72\%$.

En 2011, avec 722 participants, les intervalles de confiance de l'étude étaient compris entre $\pm 0,73\%$ et $\pm 3,65\%$.

Cela signifie par exemple que :

- Si 50% des interrogés ont répondu la même réponse « B » à une question, on est sûr à 95% que le pourcentage de gens dans la population française qui auraient également répondu la réponse « B » serait alors compris entre 45,28% et 54,72% (soit $50\% \pm 4,72\%$).
- Si 10% des interrogés ont répondu la même réponse « B » à une question, on est sûr à 95% que le pourcentage de gens dans la population française qui auraient également répondu la même chose serait alors compris entre 7,17% et 12,83% (soit $10\% \pm 2,83\%$).

En clair, plus une réponse est prononcée (majoritairement « oui » ou « non »), plus l'intervalle de confiance diminue, plus on est sûr que la réponse est représentative de la population française.



2. Résultats bruts

a) Catégories sociodémographiques

Sexe des personnes interrogées :

	En 2015	En 2011
Hommes	36.3%	43%
Femmes	63.7%	57%

Age :

	En 2015	En 2011
Moins de 18 ans	0%	1%
Entre 18 et 25 ans	17,1%	10%
Entre 26 et 40 ans	47,5%	42%
Entre 41 et 60 ans	26,2%	38%
Plus de 60 ans	9,3%	9%

Situation professionnelle :

	En 2015	En 2011
Etudiant	10,5%	5%
Employé	32,1%	28%
Cadre	16,6%	28%
Profession Intermédiaire (technicien, agent de maitrise)	7,3%	8%
Retraité	8,9%	9%
Artisan, commerçant ou chef d'entreprise	9,8%	7%
Ouvrier	0,5%	1%
Agriculteur exploitant	0,7%	1%
Sans profession	7%	1%
Autres professions (fonctionnaires, enseignants, professions libérales, etc.)	6,6%	12%

Situation familiale :

	En 2015	En 2011
Célibataire	26,2%	17%
Seul(e) avec enfant(s)	3,7%	7%
En couple sans enfants	34,1%	28%
En couple avec enfant(s)	36%	47%

Région :

	En 2015	En 2011
Nord	6,1%	3%
Est	5,1%	2%
Sud-Est	18,9%	8%
Ouest	14,7%	31%
Sud-Ouest	26,8%	28%
Centre	4,9%	5%
Région parisienne	20%	21%
Autre	3,5%	2%

Qui s'occupe des courses dans votre foyer :

	En 2015	En 2011
Vous	47,4%	42%
Votre conjoint	5,8%	8%
Les deux	43%	48%
Autre	3,5%	2%



Ingénierie

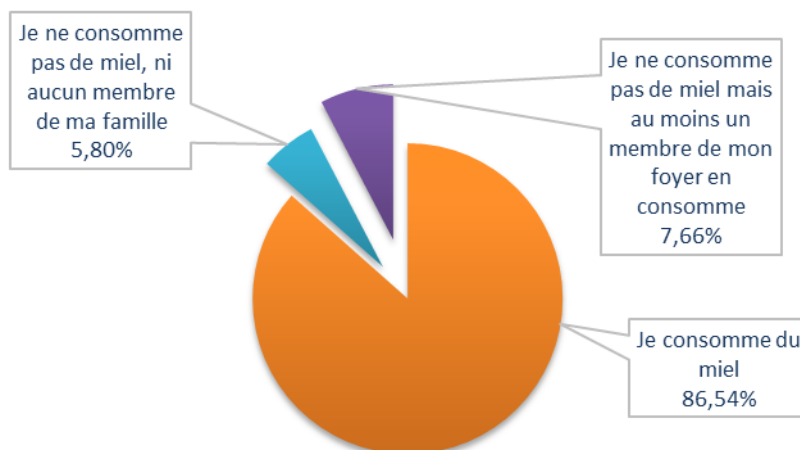


Formation



Expertise

b) Les participants consomment-ils du miel en 2015 ?

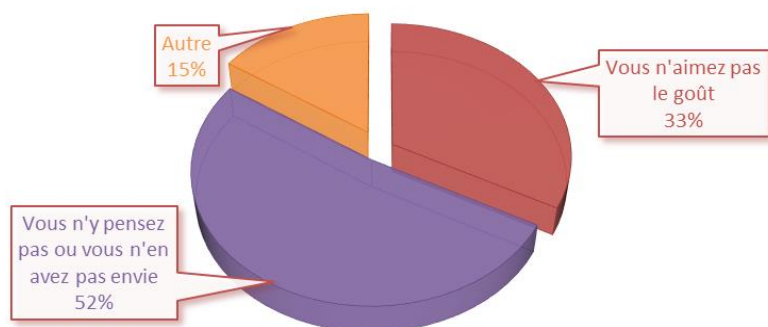


Consommez-vous du miel ?

Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

86,54% des sondés ont déclaré consommer du miel, soit 373 personnes.

Parmi les 13,46% (soit 58 personnes) ayant répondu ne pas consommer de miel, 7,66% ont déclaré que d'autres personnes de leur foyer en consommaient et 5,80% que personne d'autre n'en consommait. 92,34% des foyers interrogés consomment donc du miel.



Pourquoi ne consommez-vous pas de miel ?

Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

Pourquoi n'en consomment-ils pas ?

Sur les 58 personnes ayant déclaré ne pas consommer de miel, 52% n'en consomment pas parce qu'ils n'y pensent pas ou n'en ont pas envie, 33% parce qu'ils n'aiment pas le goût.

Parmi les réponses proposées, aucun participant n'a choisi les suivantes: « l'aspect ne vous plaît pas » et « le prix est trop cher ».

Parmi les 15% « Autre » où les participants avaient la possibilité de préciser, on notera quelques réponses communes telles que « le miel est trop sucré (régime) » et deux personnes qui ont également déclaré être « végétaliens ».



Ingénierie



Formation



Expertise

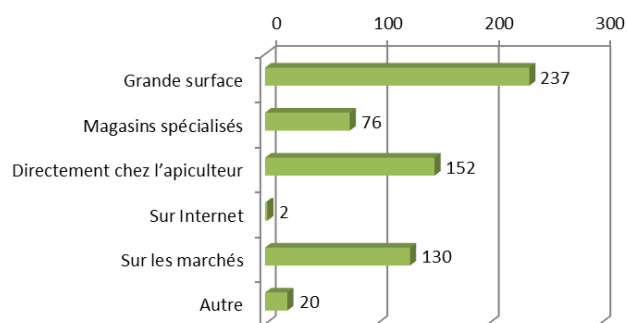
c) Modes de consommation du miel

La troisième partie des questions sur les modes de consommation du miel (cf. composition de l'enquête) ayant été posée aux participants consommant du miel ou dont les membres du foyer consomment du miel, 92% des sondés ont donc participé à cette dernière étape, soit 398 personnes.

Les pourcentages dans les résultats qui vont suivre seront donc calculés sur la base de 398 participants.

❖ Où achetez-vous le miel destiné à votre consommation ? (plusieurs réponses possibles)

	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Grande surface	237	60%	339	51%
Magasins spécialisés	76	19%	101	15%
Directement chez l'apiculteur	152	38%	311	47%
Sur Internet	2	1%	5	1%
Sur les marchés	130	33%	262	39%
Autre	20	5%	68	10%



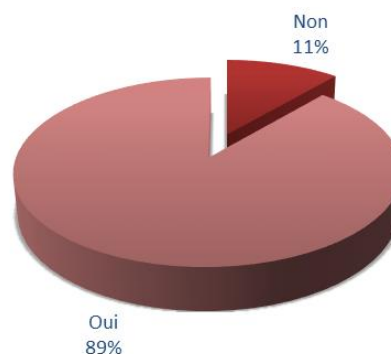
Où achetez-vous le miel destiné à votre consommation ?

Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

❖ Sur votre/vos lieu(x) d'achat, êtes-vous satisfait de l'offre (miels variés, bons produits, etc.) ?

89% des sondés ont déclaré être satisfaits de l'offre sur leur(s) lieu(x) d'achat.

Pour les 11% restants, nous offrons la possibilité de pouvoir expliquer librement pourquoi.



Etes-vous satisfait de l'offre sur votre/vos lieu(x) d'achat ?

Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015



Ingénierie



Formation



Expertise

Voici certains extraits des réponses libres obtenues :

« Oui pour les miels achetés localement, mais en supermarché difficile de trouver du miel de qualité même cher »

« La provenance des miels n'est pas clairement établie (mélanges souvent issus de la CEE ou hors CEE !) »

« NON, car en grande surface c'est clairement que du miel d'acacia, avec quelques autres pseudo-parfums (bois, fleur ...). Je préférerais avoir un choix plus large sur les parfums. De surcroît, je soupçonne les industriels du miel de rajouter des additifs pour la texture et la couleur, ce qui est quand même bof. »

« Car il y a peu de produits 100 % miel français »

« Parce que les miels sont des mélanges originaires de la CE et non originaires de la CE alors d'où proviennent-ils exactement ? D'autre part les miels de pays sont assez chers »

« Trop de pots avec des mélanges de miel d'UE et hors UE. Pas net. Les prix sont trop hauts »

« Grande surface : manque cruellement de choix (type de miel, fleurs etc.) »

« Qualité des produits »

« C'est difficile de choisir un produit car il y a énormément de choix et comme je ne connais pas beaucoup de chose autour du miel je me sens perdue à chaque fois dans le rayon! »

« Peu de choix. Produits qui paraissent peu naturels. Difficile de savoir la provenance exacte du miel et quel pourcentage provient de quel endroit. »

« On n'est plus sûrs de ce que contient réellement le miel acheté en grande surface ni de son origine »

Il y a deux sujets majoritaires dans ces commentaires libres : la qualité et la provenance des miels.

Sur 42 réponses libres, une dizaine concernait la provenance des miels et une vingtaine la qualité. Ont été souvent cités les grandes surfaces et les miels mélangés (provenance du miel et suspicion de mélanges industriels pour homogénéiser les textures)



Ingénierie



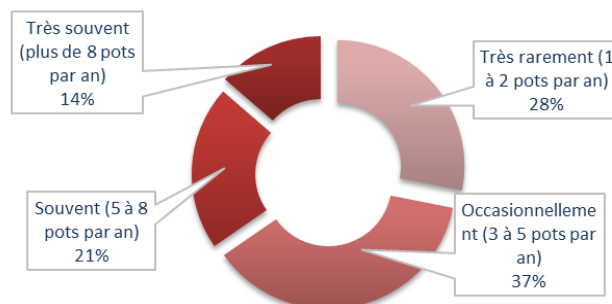
Formation



Expertise

❖ Quelle est votre fréquence de consommation ?

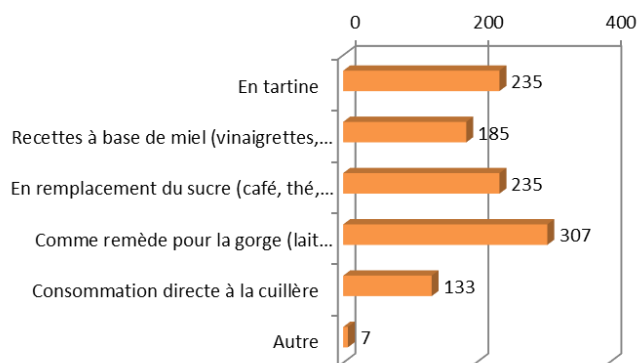
	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Très rarement (1 à 2 pots par an)	112	28%	151	22%
Occasionnellement (3 à 5 pots par an)	148	37%	231	35%
Souvent (5 à 8 pots par an)	84	21%	165	25%
Très souvent (plus de 8 pots par an)	54	14%	120	18%



Quelle est votre fréquence de consommation de miel ?
Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

❖ Comment consommez-vous votre miel ?

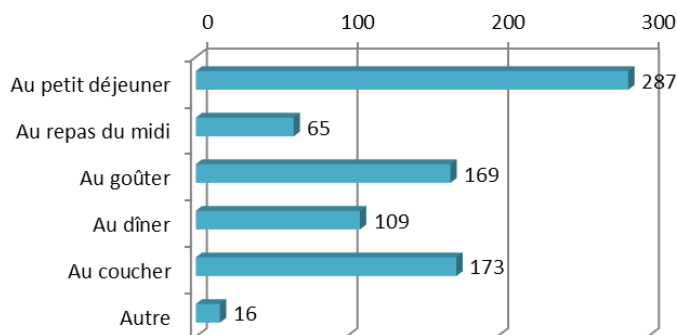
	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
En tartine	235	59%	437	66%
Recettes à base de miel (vinaigrettes, desserts, condiments pour cuisson, sauces, etc.)	185	46%	299	45%
En remplacement du sucre (café, thé, yaourts, etc.)	235	59%	399	60%
Comme remède pour la gorge (lait chaud, grog, etc.)	307	77%	470	70%
Consommation directe à la cuillère	133	33%	226	34%
Autre	7	2%	14	2%



Comment consommez-vous votre miel ?
Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

❖ A quel moment de la journée le consommez-vous ? (plusieurs réponses possibles)

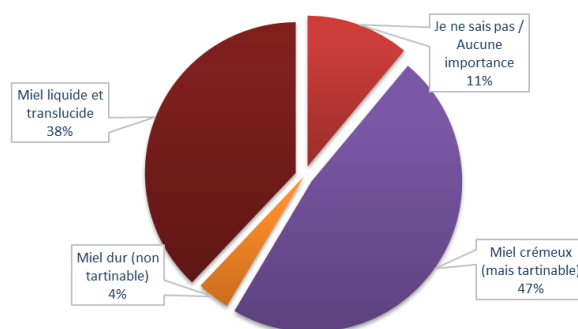
	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Au petit déjeuner	287	72%	526	79%
Au repas du midi	65	16%	114	17%
Au goûter	169	42%	268	40%
Au dîner	109	27%	189	28%
Au coucher	173	43%	291	44%
Autre	16	4%	20	3%



A quel moment de la journée consommez-vous votre miel ?
Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

❖ Quelle consistance de miel préférez-vous ? (une seule réponse possible)

	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Miel liquide et translucide	151	38%	255	38%
Miel crémeux (mais tartinable)	189	47%	303	46%
Miel dur (non tartinable)	14	4%	20	3%
Je ne sais pas / Aucune importance	44	11%	89	13%



Quelle consistance de miel préférez-vous ?
Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

❖ Selon vous lequel de ces produits est le plus cher ?

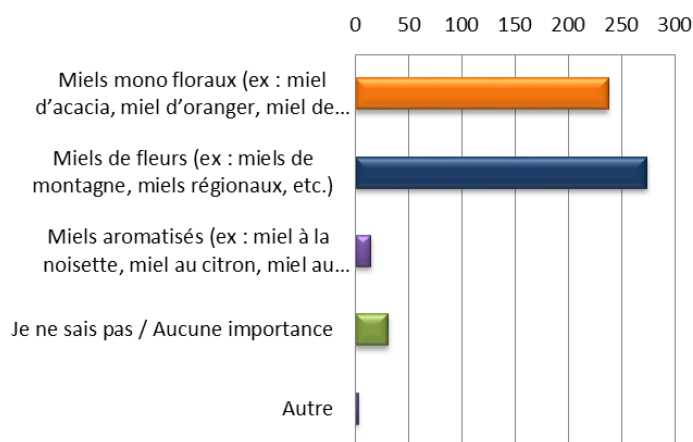
	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Le miel liquide	90	23%	200	30%
Le miel crémeux	122	31%	151	23%
Le miel dur	84	21%	101	15%
Aucune de ces propositions	102	26%	213	32%



Selon vous, lequel de ces produits est le plus cher ?
Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

❖ Quels types de miels consommez-vous ? (plusieurs réponses possibles)

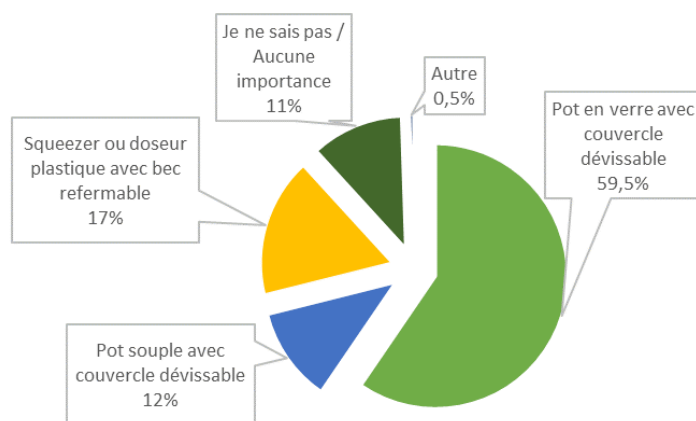
	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Miels mono floraux (ex : miel d'acacia, miel d'oranger, miel de tournesol, miel de colza, etc.)	238	60%	456	68%
Miels de fleurs (ex : miels de montagne, miels régionaux, etc.)	274	69%	480	72%
Miels aromatisés (ex : miel à la noisette, miel au citron, miel au gingembre, etc.)	15	4%	34	5%
Je ne sais pas / Aucune importance	31	8%	51	8%
Autre	3	1%	11	2%



Quels types de miels consommez-vous ?
Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

❖ Quel emballage préférez-vous ?

	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Pot en verre avec couvercle	237	59,5%	401	60%
Pot souple avec couvercle	46	12%	119	18%
Squeezer ou doseur plastique avec bec refermable (ex: ketchup)	68	17%	78	12%
Je ne sais pas / Aucune importance	45	11%	64	9%
Autre	2	0,5%	5	1%



Quel emballage préférez-vous pour votre miel ?
Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

❖ **Quels critères rentrent en compte lors de votre achat ?**

Seules 2 personnes sur les 398 de cette section n'ont pas souhaité répondre à cette question non obligatoire. Il y a eu donc 396 participants.

Sur ces 396 participants, certains n'ont pas renseigné la totalité des 5 critères. Certains n'ont renseigné que les 2 ou 3 premiers, d'autres n'ont renseigné que le ou les derniers (les moins importants à leurs yeux). Ce qui explique le nombre de réponses vides variant à chaque critère. Dans tous les cas, les pourcentages ont été calculés sur la base des 396 participants.

Critère n°1 :

	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Le prix	67	17%	96	14%
L'origine florale / Le goût	218	55%	417	63%
La consistance	44	11%	94	14%
La couleur	16	4%	18	3%
Le conditionnement	26	7%	32	5%
vide	25	6%	9	1%

Critère n°2 :

	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Le prix	78	20%	150	23%
L'origine florale / Le goût	78	20%	125	19%
La consistance	123	31%	237	37%
La couleur	37	9%	75	11%
Le conditionnement	40	10%	62	10%
vide	40	10%	17	3%

Critère n° 3 :

	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Le prix	102	26%	178	28%
L'origine florale / Le goût	33	8%	44	7%
La consistance	78	20%	191	29%
La couleur	83	21%	140	22%
Le conditionnement	56	14%	91	14%
vide	44	11%	22	3%

Critère n°4 :

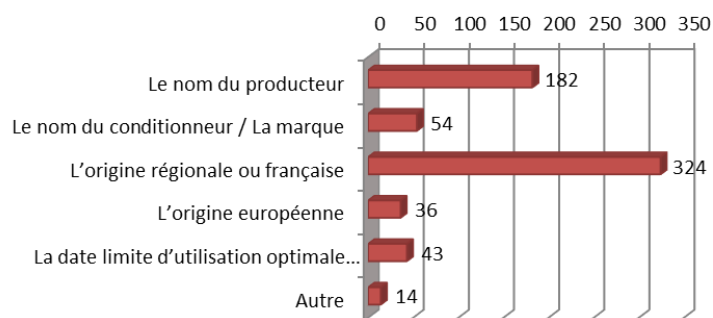
	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Le prix	59	15%	112	18%
L'origine florale / Le goût	19	5%	44	7%
La consistance	65	16%	80	13%
La couleur	84	21%	213	33%
Le conditionnement	92	23%	185	29%
vide	77	19%	32	5%

Critère n° 5 :

	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Le prix	60	15%	107	17%
L'origine florale / Le goût	39	10%	35	6%
La consistance	20	5%	29	4%
La couleur	92	23%	179	29%
Le conditionnement	111	28%	272	44%
vide	74	19%	44	7%

❖ Parmi les mentions figurant sur l'étiquette, laquelle/lesquelles influencent votre décision d'achat ? (plusieurs réponses possibles)

	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Le nom du producteur	182	46%	321	48%
Le nom du conditionneur / La marque	54	14%	58	9%
L'origine régionale ou française	324	81%	562	84%
L'origine européenne	36	9%	41	6%
La date limite d'utilisation optimale (DLUO)	43	11%	119	18%
Autre	14	4%	33	5%

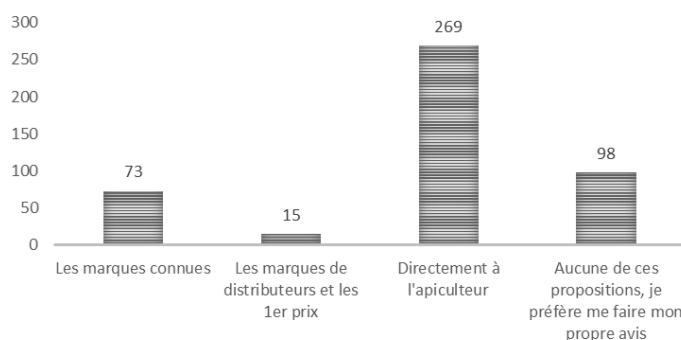


Parmi les mentions figurant sur l'étiquette du miel, laquelle/lesquelles influencent votre décision d'achat ?

Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

❖ A quelles marques de miel faites-vous confiance ? (plusieurs réponses possibles)

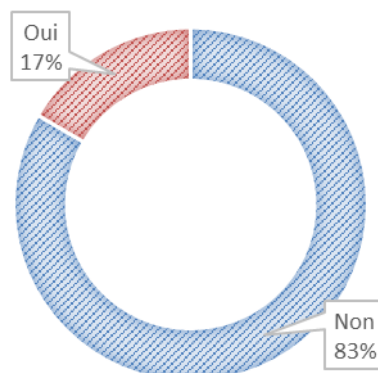
	En 2015		En 2011	
	Rep	%	Rep	%
Les marques connues	73	18 %	114	15%
Les marques de distributeurs et les 1er prix	15	4%	28	4%
Directement à l'apiculteur	269	68%	461	60%
Aucune de ces propositions, je préfère me faire mon propre avis	98	25%	166	21%



Parmi les mentions figurant sur l'étiquette du pot de miel, laquelle/lesquelles influencent votre décision d'achat ?

Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

❖ Avez-vous déjà jeté un miel qui était resté plus de 6 mois sur votre étagère ?



Avez-vous déjà jeté un miel resté plus de 6 mois sur votre étagère ?

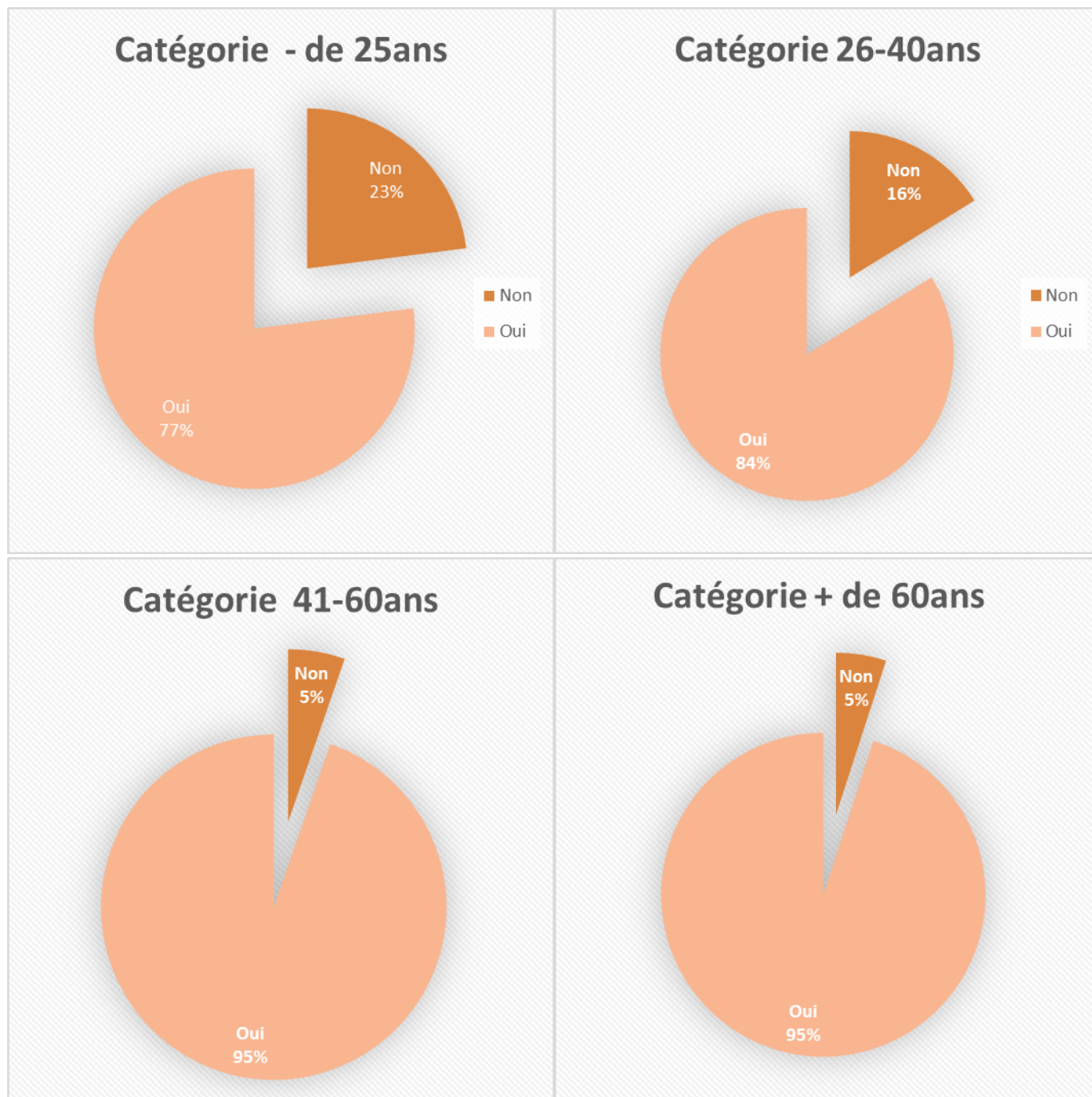
Enquête consommation miel Apinov - Edition 2015

❖ Cochez l'affirmation lorsqu'elle vous paraît correcte :

	En 2015	En 2011
1. Le miel est un produit qui se conserve bien et longtemps (plus de 12 mois) Vrai. Le miel, même ouvert, est un produit qui ne se périmé pas.	88%	88 %
2. Lorsque mon miel a cristallisé (ou s'est durci) je dois le jeter et racheter un nouveau pot Faux. La cristallisation du miel est un phénomène tout à fait normal et quasi-inévitable. Le miel est tout aussi comestible et ne doit pas être jeté.	6%	4%
3. Chauffer du miel cristallisé (ou durci) n'a aucune incidence sur ses qualités Faux. Chauffer du miel peut en modifier ses propriétés. Afin d'éviter d'en altérer ses qualités, il faut privilégier un mode de chauffe très doux (ex: au bain-marie).	37%	38%
4. Le miel est plus calorique que le sucre Faux. Bien que les miels aient des compositions et donc des teneurs différentes en sucre selon leur origine florale, ils restent généralement moins caloriques que le sucre.	9%	8%
5. Un miel liquide est de meilleure qualité qu'un miel crémeux Faux. L'état « liquide » ou « crémeux » d'un miel ne dépend que de son origine florale.	6%	6%
6. Le miel a un pouvoir sucrant plus élevé que le sucre Vrai. 100g de miel équivaut environ à 130g de sucre.	45%	37%
7. Lorsque mon miel a cristallisé (ou s'est durci) je peux le chauffer au micro-ondes pour le rendre liquide Faux. Le micro-ondes est un mode de chauffe qui pourrait altérer les propriétés du miel.	29%	34%
8. Le miel est conseillé aux sportifs car c'est un aliment très énergétique Vrai. Le miel a un pouvoir glycémique élevé, ce qui en fait un bon allié pour les sportifs.	56%	67%

3. Analyse segmentée

a) Consommez-vous du miel ?



Dans cette première segmentation, nous observons que les moins de 25 ans consomment bien moins que leurs aînés, et une augmentation notable de la consommation de miel avec l'âge.



Ingénierie

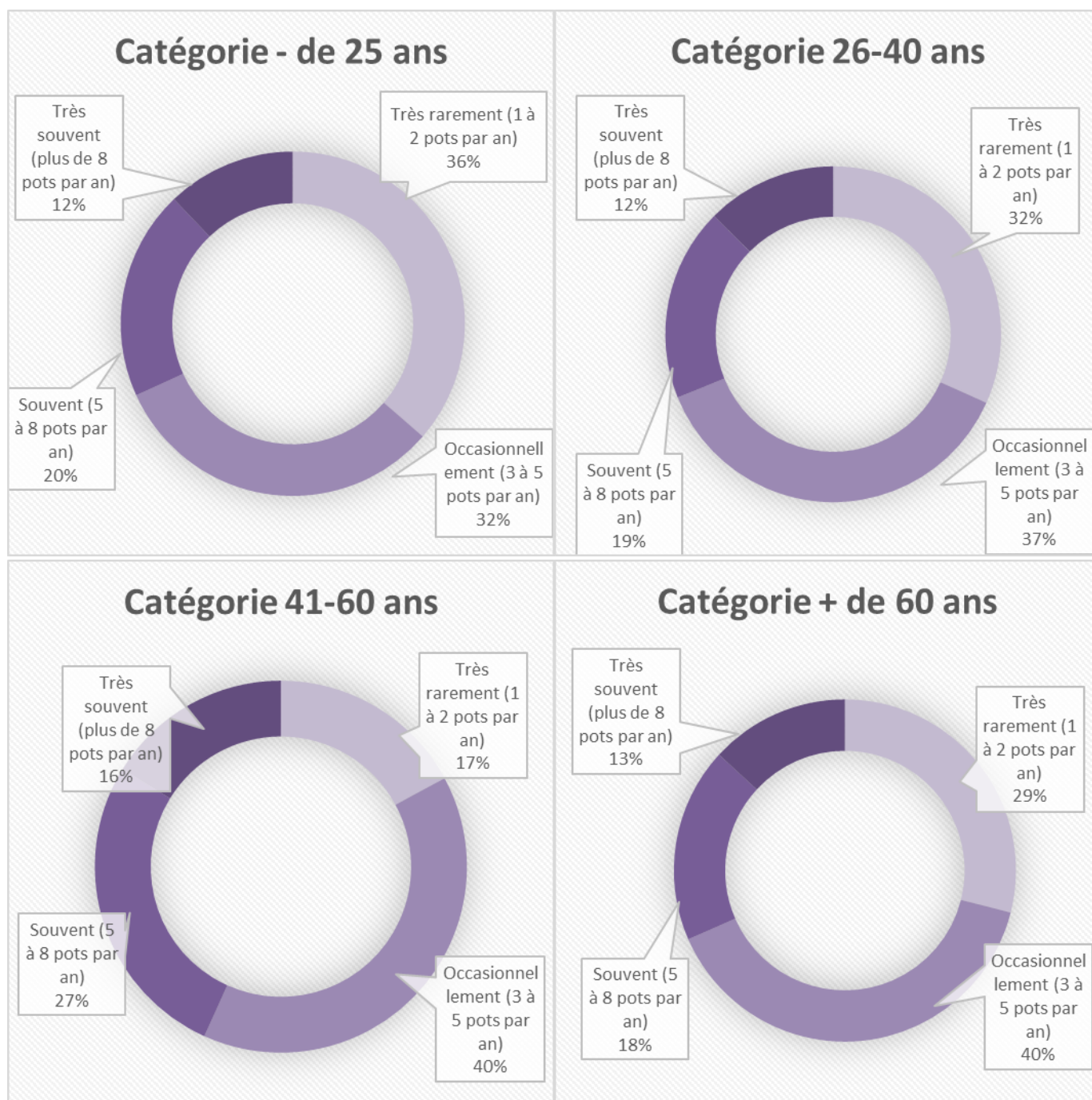


Formation



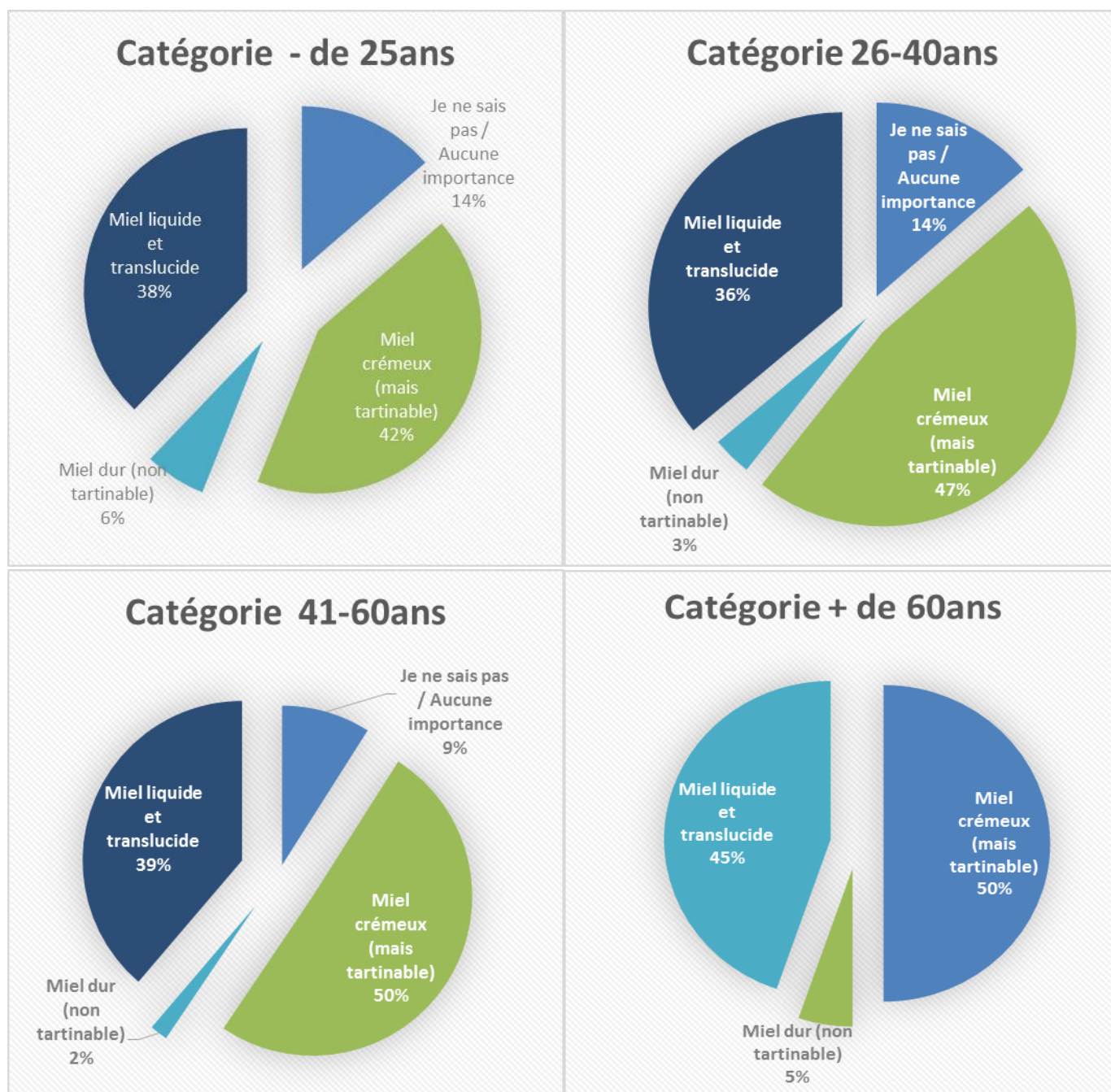
Expertise

b) Fréquences de consommation



Ici nous notons que la catégorie 41-60 ans représente ceux qui consomment le plus de pots de miel dans l'année, avec une nette augmentation de la fréquence « 5 à 8 » pots par an.

c) Consistances de miel préférées



Quel que soit l'âge, le miel crémeux reste le favori des consommateurs.

Nous remarquons que la réponse « je ne sais pas /aucune importance » a disparu sur le graphique des + de 60 ans puisqu'aucun participant n'a choisi cette réponse. Il semblerait que les + de 60 ans aient un avis plus tranché sur la consistance de miel qu'ils préfèrent.



Ingénierie



Formation



Expertise

Conclusion

Evolution

Aucune évolution notable n'a été observée quant aux réponses des participants entre 2011 et 2015. Sauf rares exceptions, l'ensemble des résultats obtenus reste assez semblable entre aujourd'hui et il y a 4 ans.

Comportement du consommateur

Consommation :

86,54% des consommateurs interrogés ont déclaré consommer du miel. Sur les 13,46% restants, 7,66% ont déclaré que d'autres personnes de leur foyer en consommaient. Donc plus de 9 foyers sur 10 consomment du miel.

Près de deux français sur trois consomment moins de 5 pots par an. Et seulement un peu plus d'un français sur dix en consomme plus de 8 par an.

78% des consommateurs utilisent le miel comme remède pour le mal de gorge, 60 % en tartines ou en remplacement du sucre (café, yaourts, etc.), 47% en cuisine et 34% le consomme directement à la cuillère.

Le petit déjeuner semble être le moment le plus propice à sa consommation avec 72% de réponses, suivi du coucher (43,5%) et du goûter (42%).

Consistance du miel :

Comme en 2011, le miel crémeux est plus apprécié des consommateurs interrogés (47,5 contre 38%). Cependant, et cela sera ici la seule différence que nous ayons remarqué en comparant les deux études, la perception de prix de ces deux produits est différente.

Les consommateurs semblent penser aujourd'hui que le miel crémeux est plus cher que le miel liquide (31 contre 23%). En 2011, la tendance était inversée avec 31% des consommateurs pensant que le miel liquide était plus cher que le miel crémeux (23%).

Types de miel :

Les miels de fleurs sont consommés par 72% des participants, et les miels mono floraux par 63%. Les miels aromatisés ne représentent que 7% du marché.



Ingénierie



Formation



Expertise

Comportement d'achat :

Les consommateurs achètent leur miel soit en grande surface (59,5%), soit chez l'apiculteur (38,2%) ou sur les marchés (32,7%). 68% ont d'ailleurs déclaré faire confiance à l'apiculteur, contre seulement 18% aux marques connues (Famille mary, Lune de miel, etc.) et à peine 4% aux marques de distributeurs.

Dans l'ordre, les trois premiers critères d'achat sont : l'origine florale/le goût, la consistance puis le prix. L'emballage très majoritairement plébiscité par les participants est le traditionnel pot en verre avec couvercle (60% de réponses), ne laissant que 17% pour les emballages dits « pratiques » (squeezers ou doseurs plastiques) mis sur le marché il y a quelques années.

Enfin, au moment de l'achat, plus de 8 participants sur 10 regardent l'origine régionale ou française sur l'étiquette et 46% le nom du producteur. Le nom du conditionneur/la marque, l'origine européenne et la DLUO ne sont pas des critères d'influence sur le choix du consommateur.

Qualité :

Aucune question concernant la qualité du miel n'a été posée aux participants durant cette étude. Pourtant il nous a semblé important de faire un point sur ce sujet dans la conclusion tant il y avait eu de remarques dans les réponses libres et les commentaires de suggestion en fin d'enquête.

Les consommateurs se plaignent et sont inquiets de la qualité des miels qu'ils consomment. Ils demandent notamment à ce que l'origine soit plus claire. Miels originaires ou non originaires de CE, mélange de miels originaires de CE et non originaires de CE : n'a-t-on pas plus précis ? Quid de la composition exacte des mélanges de différentes origines (quels pourcentages) ?

La qualité et le goût des miels de grandes surfaces ont également été épinglés : goût industriel ressenti sur un produit pourtant naturel, soupçons d'additifs pour améliorer la texture, mélanges de miels pour arriver à une consistance liquide, etc. Toutes ces remarques sont par ailleurs clairement illustrables par la question « à quelle marque faites-vous le plus confiance » avec seulement 4% de réponses pour les marques de distributeurs et 18% pour les marques connues. Pourtant, près de 2 participants sur trois ont tout de même déclaré acheter leur miel en grandes surfaces. Alors plébiscitent-ils les miels locaux ou régionaux ou les marques d'apiculteurs dans ces grandes surfaces ? Il semblerait en effet car, rappelons-le, 81% ont déclaré regarder et être influencés par l'origine régionale ou française et 46% par le nom du producteur.

