

LA GRANDE ENQUÊTE SUR LES EN-CAS

Les habitudes du consommateur belge en matière d'en-cas.

Synthèse :
75 dias

2015



Enquête menée auprès de 1 129 Belges
âgés de 18 à 65 ans.

Journal de bord : 23 000 moments de
consommation



FOOD *in* MIND Powered by



La grande enquête sur les en-cas Out of Home 2015



Food in Mind et iVOX

Juin 2015



La grande enquête sur les en-cas 2015

Summary



Partie I : Intake
Partie II : Journal

(75 Dias)

Food in Mind en iVOX
Juni 2015



La grande enquête sur les en-cas 2015



Introduction

- Concept : objectif de l'étude, phases de l'étude, composition de l'échantillon **3**

1. Typologie sur la base de la consommation d'en-cas **10** Préférence des en-cas aux repas complets

- En-cas contre repas complets
- Qu'est-ce que le type de consommation ?
- Quand manger ?
- Repas à domicile ou pas ?
- Repas fait maison ou pas ?
- Avenir : plus qu'une simple tendance **13**
- Alimentation saine : perception de la santé **15**

2. Les différents types d'en-cas **18**

- Type 1-Super snacker : carte d'identité
- Type 2-Impulse snacker : carte d'identité
- Type 3-Light snacker : carte d'identité
- Type 4-Non snacker : carte d'identité
- Next Generation



3. Gros plan sur les sandwicheries : connaissance **43**

- Gros plan sur les sandwicheries : fréquence des visites
- Gros plan sur les sandwicheries : considérations
- Gros plan sur les sandwicheries : préférences
- Gros plan sur les sandwicheries : raisons

4. Gros plan sur la restauration rapide : connaissance **50**

- Gros plan sur la restauration rapide : fréquence des visites
- Gros plan sur la restauration rapide : considérations
- Gros plan sur la restauration rapide : préférences
- Gros plan sur la restauration rapide : raisons

5. Gros plan sur le self-service : connaissance **55**

- Self-service : fréquence des visites
- Self-service : considérations
- Self-service : préférences
- Self-service : raisons



FOOD in MIND

Helping companies grow in Foodservice

La grande enquête sur les en-cas 2015



- Moteurs du snacking 62
- Repas complets 63
- Type de substitut de repas 64
- En-cas froids 65
- En-cas chauds 66
- Types d'encas 67
- Achats OOH (selon le journal) 68
- Moteurs des achats OOH 69
- Lieux OOH : consommation 70
- Avec qui consommer 71
- Habitude contre impulsion 72



- Distributeur 73
- Accès au travail 74
- Repas en dehors du travail 75
- Où manger au travail 76



FOOD in MIND

Helping companies grow in Foodservice