

Laits

LES ÉTUDES



Image et perception des
produits au lait de brebis
par les consommateurs

Image et perception des produits au lait de brebis par les consommateurs

Novembre 2025

—

À la demande de FranceAgriMer et France Brebis Laitière, Ipsos a réalisé une étude sur l'image et la perception des produits au lait de brebis. L'objectif de cette étude est d'identifier les freins à la consommation de ces produits ainsi que les leviers pour encourager leur consommation.



MARCHÉ DES PRODUITS FRAIS À BASE DE LAIT DE BREBIS

Préparé pour FranceAgriMer et France Brebis Laitière

Par FARHAT Charbel, MECIAR Margaux, DAUPHIN Théo,
Florence Léandre et Ombeline Ray

Florence.Léandre@Ipsos.com

Jeudi 16 octobre 2025



AGENDA

1. CONTEXTE, ENJEU et BESOINS
2. APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE et DISPOSITIF DE L'ÉTUDE
3. RESULTATS DETAILLES
4. CONCLUSIONS / RECOMMANDATIONS
5. ANNEXES



ANALYSE DE CONTEXTE

Après une période propice au développement de ce marché, la catégorie des produits de lait de brebis est en recul depuis 2022. A première vue, l'inflation et donc la recherche d'économie expliquent une grande partie de ce recul.

Pour relancer la croissance de ce marché, FranceAgriMer et France Brebis Laitière ont souhaité :

- **Comprendre le recul du marché des produits de lait de brebis,** marqué depuis 2022 et **identifier les leviers pour relancer la consommation et recrutement** sur la catégorie des fromages et de l'ultra-frais
- **Dresser un bilan complet du marché :** quel usage, quelle image et perception, qui sont

les consommateurs et abandonnistes de cette catégorie de produits sur les segments fromages et ultra-frais.

- Identifier **l'ensemble des freins à la consommation** de ces segments

Avec Ipsos, FranceAgriMer France et France Brebis Laitière ont mené une étude en 2 volets :

- Un premier **volet qualitatif** qui a permis d'explorer la perception et les drivers du marché auprès des Français
- Et cette **enquête quantitative** auprès d'un échantillon représentatif des Français robuste et représentatif.

VOTRE ENJEU



RELANCER LA CONSOMMATION
DES PRODUITS AU LAIT DE
BREBIS EN IDENTIFIANT LES
LEVIERES DE DYNAMISATION DE
CES CATEGORIES DE PRODUITS



OBJECTIFS DE L'ÉTUDE

DECRYPTER



L'image, la perception des produits au lait de brebis et de la filière. Comment ces produits sont perçus par les consommateurs dans l'absolu, et en comparaison aux autres produits.

COMPRENDRE



Quelles sont les pratiques, usages et attitudes en matière de produits au lait de brebis. Quels sont les profils des consommateurs? Quels sont les freins à la consommation (prix, praticité, santé, préoccupations environnementales, nouvelle consommation, autres produits consommés au lait de vache ou chèvre, offre non présente etc..).

IDENTIFIER



Identifier les raisons de déconsommation des produits au lait de brebis, au global et par types de produits. Identifier les leviers pour booster la consommation des produits au lait de brebis.

Une étude complète

Une étude complète :

1. **Un volet qualitatif** pour explorer l'image des produits au lait de brebis et les pratiques et les attentes des consommateurs
2. **Un volet quantitatif** pour mesurer, quantifier les items d'image des produits de lait de brebis. Décortiquer et avoir le profil des consommateurs de produits de lait de brebis, par type de catégorie et profil de consommation (réguliers, abandonnistes, occasionnels ..)

Une étude globale et par sous-catégorie (fromages et ultra-frais) avec une comparaison avec les catégories adjacentes (lait de vache / Lait de chèvre).

Nos 75 répondants pour l'étude qualitative

1. Genre

33 Hommes

42 Femmes



2. Age

40 âgés de 25-49

35 âgés de 50-66



3. Foyer

45 milieu urbain

30 milieu rural



4. Conso

65 consommateurs
réguliers/occasionnels

10 abandonnistes



L'analyse des résultats de l'enquête qualitative doit permettre d'identifier les attentes des consommateurs et des leviers pour encourager une consommation plus importante de ces produits.

Cette phase qualitative a été menée via notre Communauté : en donnant véritablement la parole aux consommateurs pour se connecter au plus près des attentes des Français. 60 Français, répartis sur le territoire, parmi lesquels : une diversité de profils socio-démographiques assurée; une diversité de profils de consommation de produits de lait de brebis assurée.

Dispositif mis en place pour la phase quantitative :

RAPPEL



MÉTHODE D'ÉCHANTILLONNAGE

- Échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.



CIBLE INTERROGÉE

- 2000 individus âgés de 18 à 75 ans représentatif de la France selon les critères suivants: âge, sexe, région UDA, CSP



COLLECTE

- Auto-administré online sur système CAWI via notre plateforme Ipsos Digital
- Terrain du 7 au 12 mai 2025



TRAITEMENT STATISTIQUE

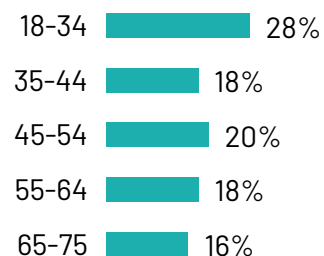
- Pondération de l'échantillon sur les critères suivants:
- Age, sexe, région UDA 5, CSP

DONNÉES SOCIO-DÉMOGRAPHIQUES – phase quantitative

Des quotas ont été imposés sur le genre, l'âge, la CSP et la région afin d'obtenir un échantillon représentatif de la population française.

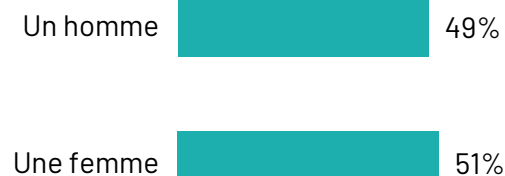
AGE

Base: (n=2000)



SEXE

Base: (n=1992) exclusion des codes autre et ne souhaite pas préciser



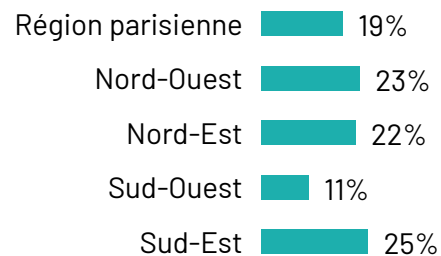
CSP

Base: (n=2000)



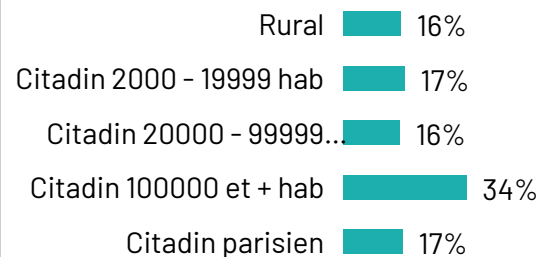
RÉGION

Base: (n=2000)



CITADIN / RURAL

Base: (n=2000)



ENFANTS

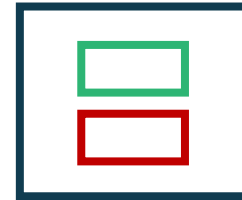
Base: (n=2000)



Age bands | Êtes-vous ? | Quelle est la profession de la personne ayant les revenus les plus élevés ? (Si vous ne trouvez pas le nom exact de la profession de la personne ayant les revenus les plus élevés, choisissez l'option la plus proche.) | Où habitez-vous ? | Où habitez-vous ? | Avez-vous des enfants de moins de 18 ans ?

CLÉS DE LECTURE – phase quantitative

Cible	Description
Consommateurs de lait de brebis	Consomment du lait de brebis régulièrement ou de temps en temps
Abandonnistes du lait de brebis	Ne consomment plus de lait de brebis
Non-consommateurs du lait de brebis	Ne consomment pas de lait de brebis



Résultats significativement inférieurs ou supérieurs par rapport au total

RÉSULTATS DÉTAILLÉS

Résultats détaillés

1

Habitudes de
consommation

2

Image de la filière
et des produits à
base de lait de
brebis

3

Zoom sur la
catégorie fromages

4

Zoom sur la
catégorie yaourts
et faisselles

Habitudes de consommation

Les produits à base de lait de vache toujours en tête

La consommation de produits à base de lait de vache reste un incontournable pour les répondants qui **estiment l'utiliser fréquemment et dans de nombreuses recettes**. Des habitudes et mœurs également ancrés **qui s'étendent sur des générations**.

La **préférence est plus diverse** concernant les **outsiders** à base de lait de **chèvre, brebis et végétal**.



Les répondants classent les produits à base de lait de vache en **préférence n°1**



Les répondants classent les produits à base de lait de chèvre en **préférence n°2**



Les répondants classent les produits à base de lait de brebis en **préférence n°3**



Les répondants classent les produits à base de lait végétal en **dernier choix**.

N = 75

Q: Comme vous le savez peut-être, les produits tels que les yaourts, laits fermentés, fromages frais, desserts lactés frais et crèmes fraîches peuvent être fait à base de lait d'origine animale ou de substituts végétaux : lait de vache, lait de brebis, lait de chèvre ou boissons de soja, amande, avoine etc...

Quels types de produits consommez-vous ? Ne consommez-vous pas ? Pouvez-vous classer ces types de lait selon vos préférences personnelles ?

Le lait de brebis est reconnu pour être plus rare d'accès et pour une consommation plus ciblée

Saison estivale

Moments de plaisir

Meilleur pour la santé

Fromages (basques,
corses)

Plus digeste

Yaourts

Consommation
occasionnellePas pour une
consommation lait brut

Réactions spontanées des participants de la communauté sur leur perception des produits à base de lait de brebis

Le lait de brebis est reconnu pour son goût fort. Principalement apprécié sous forme **de produits transformés tels que le fromage et le yaourt**, avec une popularité accrue durant **l'été** pour des variétés comme la feta. Les produits à base de lait de brebis sont valorisés pour **son caractère distinctif** et **ses bienfaits perçus pour la santé**.

“

"Le lait de brebis est idéal dans la consommation de salade. J'adore utiliser la feta où les dés de fromage dans les salades en accompagnement ou même encore dans les pizzas. C'est quelque chose qui pour moi ne se consomme pas en soi uniquement mais en accompagnement d'autres éléments." **Femme, 29 ans, Rural**

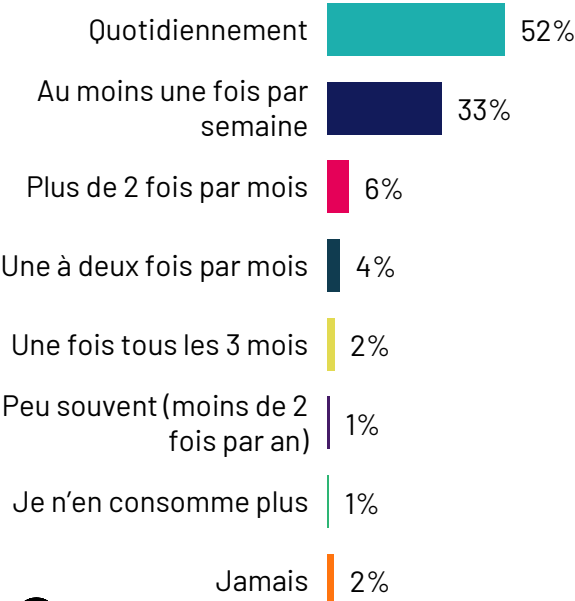
"Le lait de brebis est moins courant que les autres laits et les fromages qui en contiennent ne sont pas nombreux. Le lait de brebis contient moins de graisses que le lait de vache. Il est aussi plein de protéines et est recommandé aux nourrissons. Il est aussi plus digeste que le lait de vache, moins intolérant pour certains. Il n'est pas conseillé pour les personnes qui souffrent de cholestérol." **Homme, 57 ans, Rural**

"C'est un lait que je peux consommer de temps en temps pour ses vertus, c'est principalement pour ça que j'aime en consommer car ça reste un produit plus cher que le lait de vache. C'est un produit qui change aussi légèrement au goût et qui ne me laisse pas indifférent." **Homme, 26 ans, Urbain**

Habitude de consommation des produits laitiers

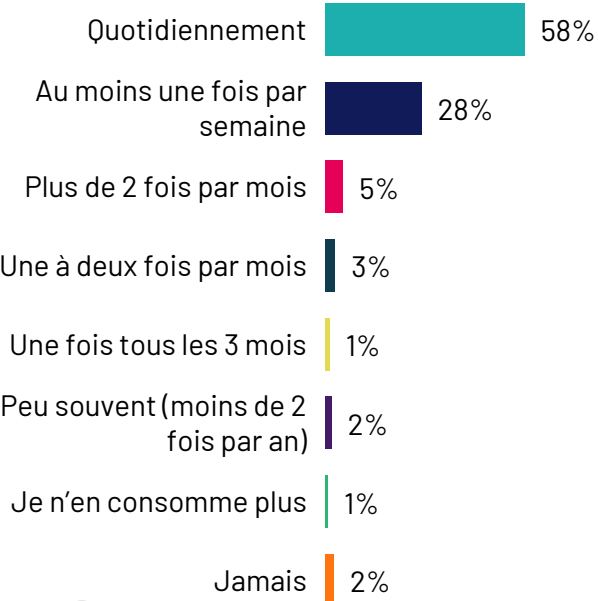
Plus de la moitié des répondants consomment quotidiennement des yaourts et du fromage. La consommation de lait et crèmes est un peu plus faible, 42% en consomment quotidiennement.

Consommation de fromage



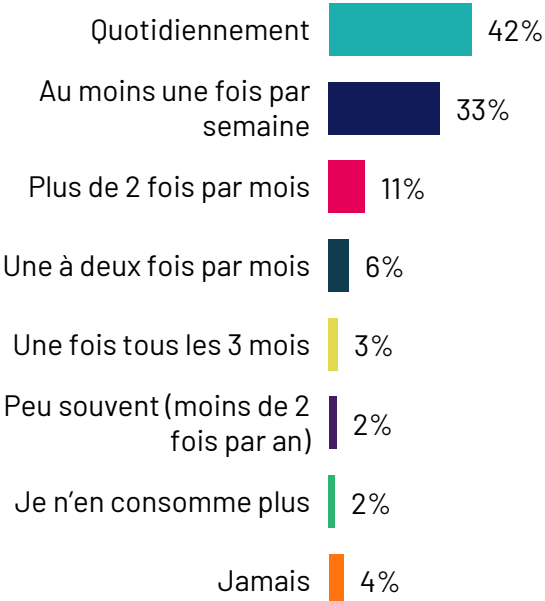
i Une sur-représentation des femmes, des 45-75 ans, des foyers avec enfants et de la région Sud-Ouest au sein des consommateurs quotidiens.

Consommation de yaourts, faisselles, desserts lactés



i Une sur-représentation des femmes, des 55-75 ans et foyers avec enfants au sein des consommateurs quotidiens

Consommation de lait et crèmes



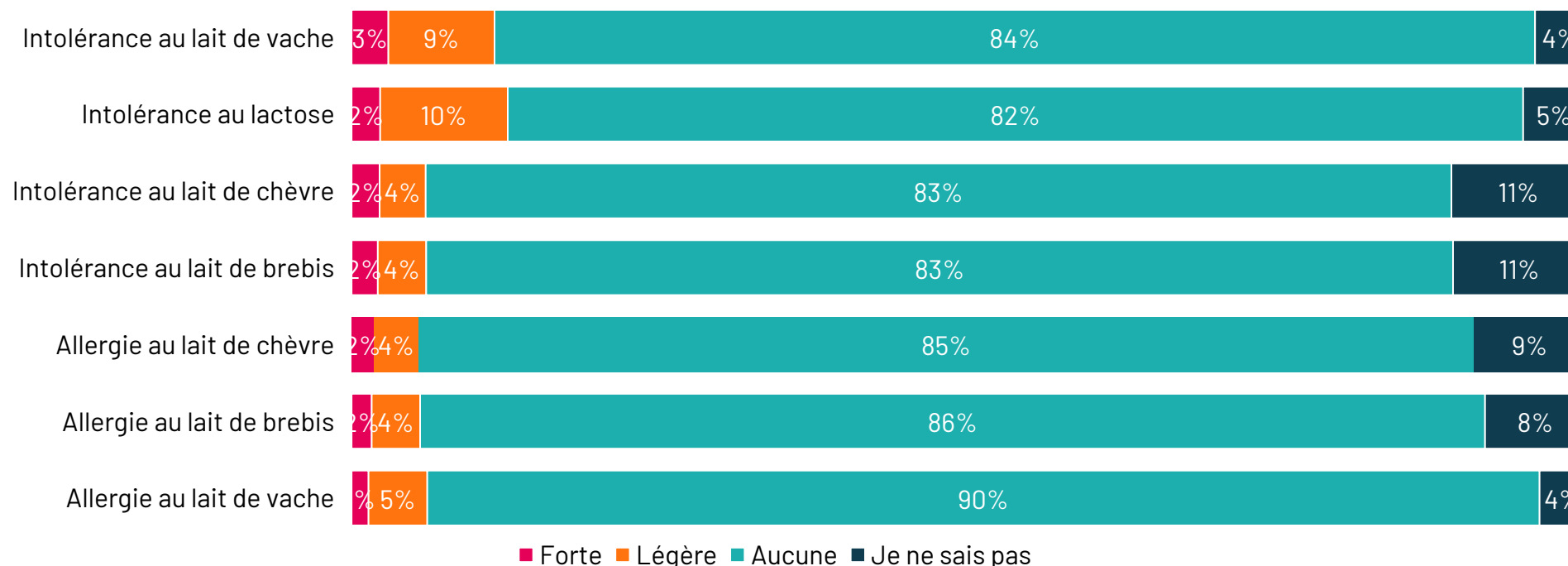
i Une sur-représentation des CSP - et foyers avec enfants au sein des consommateurs quotidiens.

Base: (n=2000)
Quelles sont vos habitudes et fréquences de consommation concernant les produits laitiers suivants :
© Ipsos bva| Marché des produits frais à base de lait de brebis | 16 octobre 2025| Client Use Only | Strictly Confidential



Allergie(s) et intolérance(s) au(x) lait(s)

Bien que 8 à 9 répondants sur 10 ne possèdent aucune allergie ou intolérance, les intolérances particulièrement au lait de vache et au lactose sont les plus récurrentes et touchent 12% des répondants. Quant aux intolérances aux laits de chèvre et de brebis, elles sont plus méconnues.



Nets Intolérance/allergie au lait de brebis : 8%
Dont 5% légère

Base: (n=2000)
Etes-vous concerné(e) par certaines intolérances/allergies suivantes ? Une seule réponse par ligne.

i Les intolérances/allergies fortes ou faibles sont plus courantes chez les hommes, les 18-34 ans et ceux issus de la région parisienne

Qui consomme quels types de produits ?

VOLET
QUALI



Les répondants vivant en milieu urbain perçoivent les consommateurs des produits à base de lait de chèvre et lait de brebis comme des personnes de plus de 40 ans vivant en milieu rural.

LES TRADITIONNELS



Hommes, femmes
enfants
Âgés de 5 à 35 ans



Le lait de vache est perçu comme une boisson du quotidien, largement consommée par le grand public. Cette consommation est souvent initiée par les parents dès le plus jeune âge. Le lait de vache est associé à la **simplicité et à la praticité**, représentant une majorité des habitudes alimentaires.

LES CURIUEUX



Hommes, femmes
Âgés de 35 à 65 ans



La consommation de lait de chèvre se caractérise par des **individus attentifs à leur alimentation** avec une curiosité vers la nouveauté. **Ils sont soucieux de l'environnement et cherchent souvent des alternatives au lait de vache.**

LES EPICURIENS



Hommes, femmes
A partir de 40 ans



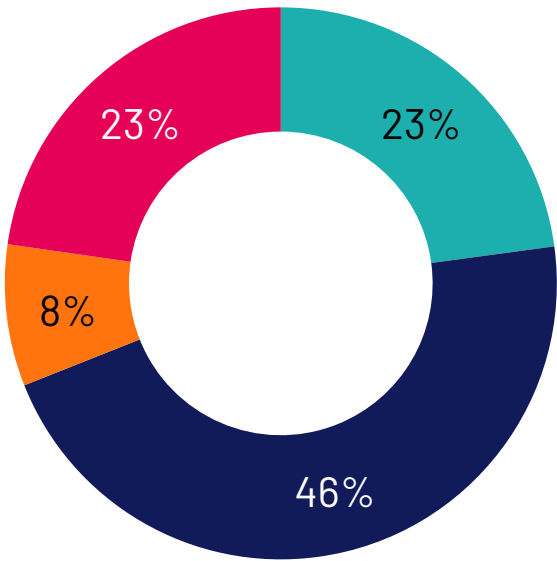
Les consommateurs de fromage de brebis sont perçus **comme des individus possédant des connaissances générales sur les fromages et la gastronomie** sachant comment intégrer le fromage dans divers plats. **Connoté de son goût prononcé, il est principalement associé à une clientèle plus âgée (45+).**

Consommation de produits au lait de brebis

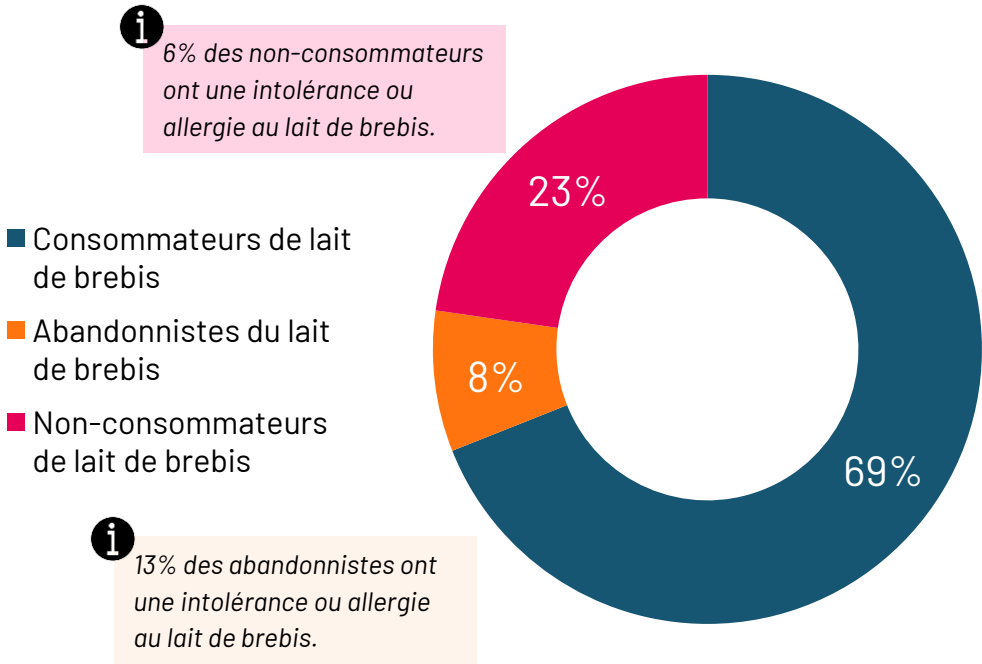
Près de 70% des répondants consomment des produits à base de lait de brebis, seuls 8% ont cessé d'en consommer.

Fréquence de consommation de lait de brebis

- Oui régulièrement
- Oui de temps en temps
- Non, je n'en consomme plus
- Non, je n'en ai jamais consommé



Relation au lait de brebis



Base: (n=2000)
Consommez-vous des produits laitiers (yaourts, fromage, lait, crème) à base de lait de brebis ?

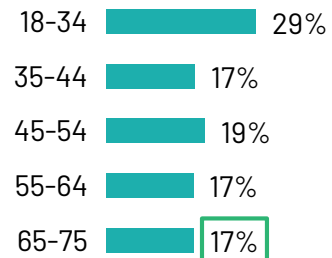
Recode consommation de lait de brebis

Les consommateurs de produits au lait de brebis

On constate une sur-représentation des 65-75 ans, du sud est et foyers avec des enfants par rapport au total échantillon :

AGE

Base: CONSOMMATEURS LAIT DE BREBIS (n=1377)



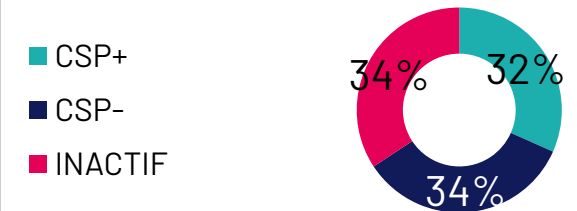
SEXE

Base: CONSOMMATEURS LAIT DE BREBIS (n=1371) exclusion des codes autre et ne souhaite pas préciser



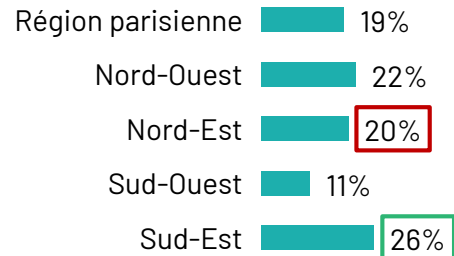
CSP

Base: CONSOMMATEURS LAIT DE BREBIS (n=1377)



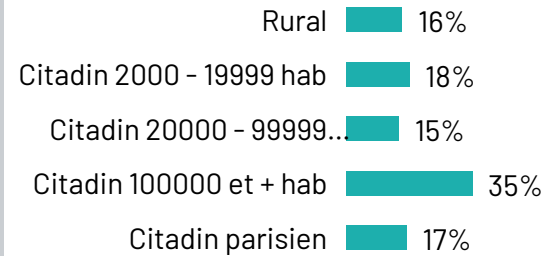
RÉGION

Base: CONSOMMATEURS LAIT DE BREBIS (n=1377)



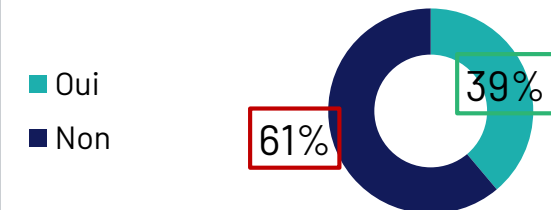
CITADIN / RURAL

Base: CONSOMMATEURS LAIT DE BREBIS (n=1377)



ENFANTS

Base: CONSOMMATEURS LAIT DE BREBIS (n=1377)



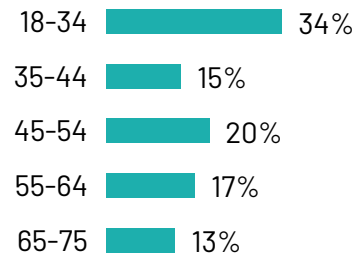
Age bands | Êtes-vous ? | Quelle est la profession de la personne ayant les revenus les plus élevés ? (Si vous ne trouvez pas le nom exact de la profession de la personne ayant les revenus les plus élevés, choisissez l'option la plus proche.) | Où habitez-vous ? | Où habitez-vous ? | Avez-vous des enfants de moins de 18 ans ?

Les abandonnistes de produits au lait de brebis

Concernant les abandonnistes, on observe une sur-représentation des inactifs et sans enfant.

AGE

Base: ABANDONNISTES LAIT DE BREBIS (n=162)



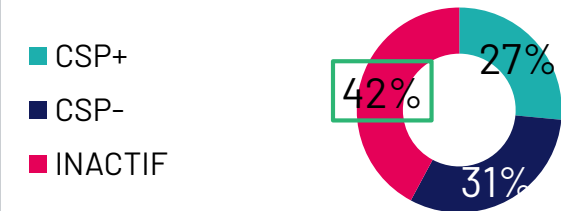
SEXE

Base: ABANDONNISTES LAIT DE BREBIS (n=162)



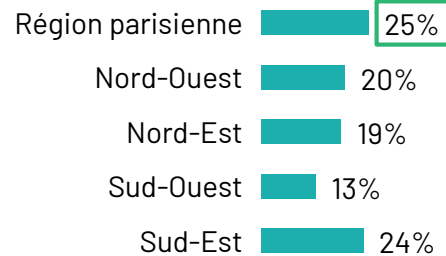
CSP

Base: ABANDONNISTES LAIT DE BREBIS (n=162)



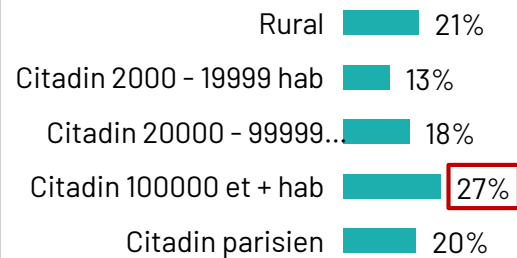
RÉGION

Base: ABANDONNISTES LAIT DE BREBIS (n=162)



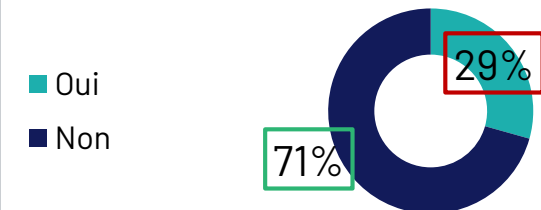
CITADIN / RURAL

Base: ABANDONNISTES LAIT DE BREBIS (n=162)



ENFANTS

Base: ABANDONNISTES LAIT DE BREBIS (n=162)



Age bands | Êtes-vous ? | Quelle est la profession de la personne ayant les revenus les plus élevés ? (Si vous ne trouvez pas le nom exact de la profession de la personne ayant les revenus les plus élevés, choisissez l'option la plus proche.) | Où habitez-vous ? | Où habitez-vous ? | Avez-vous des enfants de moins de 18 ans ?

QUELQUES CHIFFRES CLEFS

69%

des Français consomment des produits laitiers à base de lait de brebis



Dont **23% en consomment régulièrement**

3 profils se dégagent :

- Les séniors
- Les familles avec enfants
- Les Parisiens
- Les 18-34 ans

23%

ne consomment pas de produits à base de lait de brebis

et **8%** n'en consomment plus



A noter que 8% des Français ont une allergie ou intolérance au lait de brebis.

10%

des Français sont intolérants au lactose, et 9% au lait de vache



Le lait de brebis est considéré comme une substitution intéressante face au développement des intolérances au lait de vache, et d'ailleurs près d'1 Français sur 2 estiment que le lait de brebis provoque moins d'intolérance que le lait de vache.

Image de la filière et des produits à base de lait de brebis

L'élevage ovin plutôt associé à un métier et des pratiques reflétant le terroir français

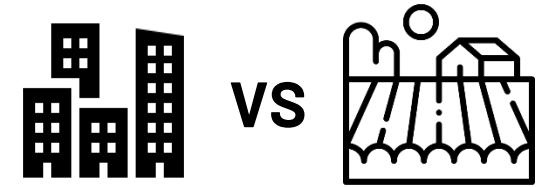
En spontané



L'élevage ovin est **très majoritairement associé au métier d'agriculteur**, un métier de terroir et considéré comme **de plus en plus difficile**.



La production de denrée à base de lait de brebis est souvent liée à **des exploitations à taille humaines, symbole du terroir français** et de ses produits de qualité qui **suivent un schéma de fabrication plus réglementé** que sur la base d'autres produits au lait de brebis. **Les labels AOP sont perçus positivement** car ils garantissent la qualité et les méthodes de production.



L'origine géographique des répondants influence les connaissances.

Les personnes vivant en **milieu urbain** ont généralement **moins de connaissance que celles vivant en milieu rural**, ces dernières se sentant plus proches de cet environnement, notamment lorsque certaines exploitations agricoles se trouvent à proximité de leur domicile.

Si les répondants avaient plutôt une bonne connaissance des produits à base de lait de brebis, les spécificités de la filière étaient moins connues :

En assisté

La filière lait de brebis s'est construite autour de valeurs fortes basées sur l'humain, la naturalité, le respect de l'environnement et de la biodiversité. Elle compte près de **1,5 million de brebis laitières**, élevées par près de 8000 éleveuses et éleveurs (dans 4 000 élevages). Elle produit **320 millions de litres de lait de brebis**, dont 10% sous Agriculture Biologique, positionnant la France au rang de 12^{ème} producteur mondial et 5^{ème} producteur européen.

L'élevage de brebis laitière, a pour caractéristique de valoriser les territoires difficiles, notamment dans les bassins historiques de production d'Occitanie, des Pyrénées-Atlantiques et de Corse. Il est situé majoritairement en **zone de montagne** et constitue un enjeu économique et social majeur pour les territoires qu'il valorise. La brebis est souvent considérée comme le dernier rempart à la désertification de ces territoires. L'élevage de brebis laitière a par ailleurs récemment connu une progression sur l'ensemble du territoire français, via notamment la création de nombreux élevages avec transformation à la ferme.

Près de 800 producteurs fermiers et 90 sites de transformation agro-alimentaires, situés généralement au cœur des bassins de production, fabriquent des fromages (60 000 t, dont 40% sous signe officiel de qualité et d'origine : AOP Roquefort, AOP Ossau-Iraty, AOP Brocciu, IGP Pérail) et des produits ultra-frais (29 000 t). Ces produits sont plébiscités par les ménages français et permettent également de faire rayonner la gastronomie française à l'étranger, avec des exportations vers près de 90 pays.

**Éléments présentés aux répondants*

Les éléments connus

Une production **moins importante et ciblée par région**, un élément connu notamment par **les ruraux**.

La connaissance et la popularité des produits à base de lait de brebis est **grande** parmi les répondants.

Les éléments méconnus

L'élevage de brebis, un **moyen écologique qui permet de lutter contre la désertification**.

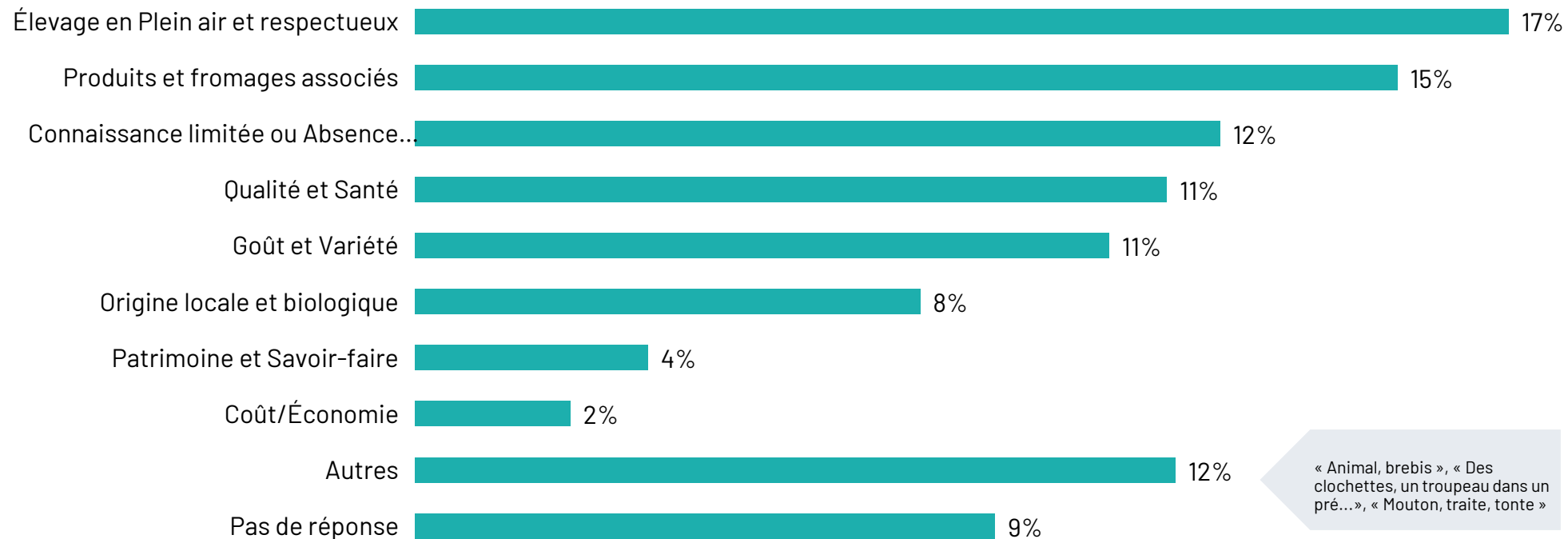
Certains répondants ignoraient **les régions spécifiques** de fabrication des produits à base de lait de brebis.

L'importance de la France dans la production de lait de brebis à l'échelle mondiale.

Image spontanée – Filière brebis

Spontanément, les répondants du volet quantitatif évoquent des conditions d'élevage positives, des produits directement, et des verbatims positifs soulignant la qualité des produits.

A noter que 21% des répondants ne savent pas se prononcer.

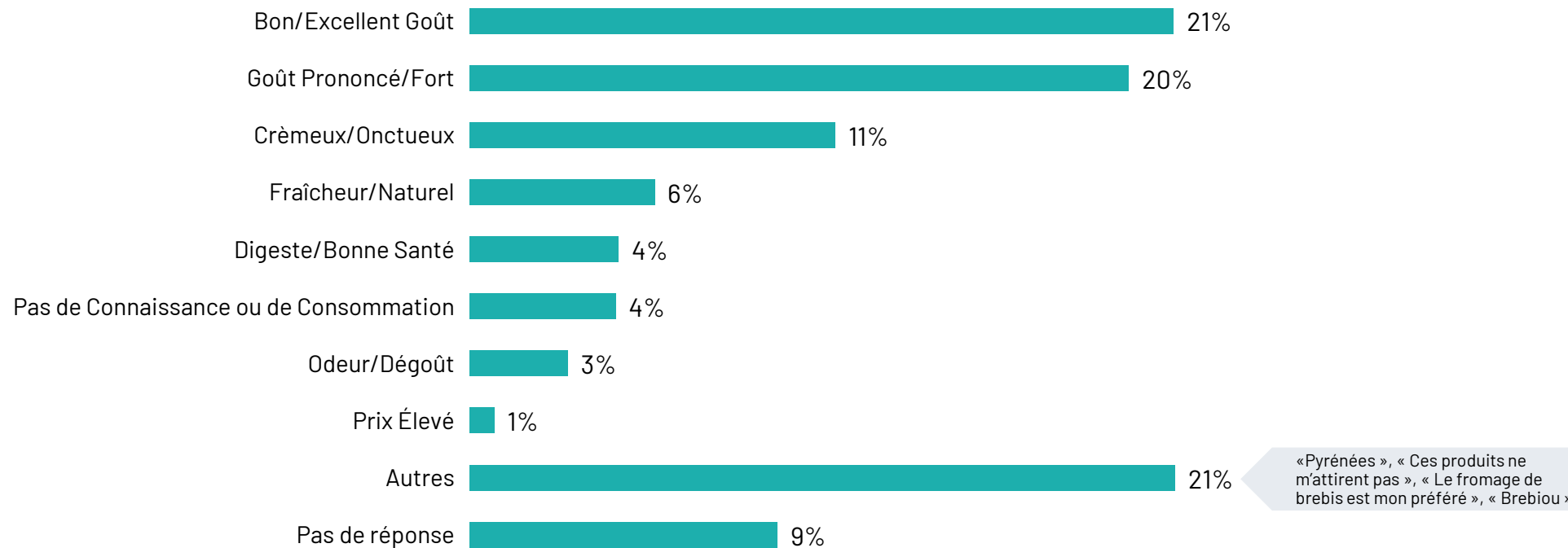


Base: (n=2000)

Quand vous pensez à la filière brebis, quels sont tous les mots, toutes les images, toutes les expressions qui vous viennent à l'esprit ? Sur les conditions d'élevage, les conditions de production, les producteurs ?

Image spontanée - Produits à base de lait de brebis

Les produits à base de lait de brebis sont appréciés par 1 répondant sur 5, malgré un goût fort et prononcé. 4% ne savent pas se prononcer par manque de connaissance, ou n'en consomme pas.



Base: (n=2000)
Quand vous pensez aux produits à base de lait de brebis (fromages, yaourts, lait ou crèmes), quels sont tous les mots, toutes les images, toutes les expressions qui vous viennent à l'esprit ? Sur sa texture, son goût, ses caractéristiques, son moment de consommation, sa production ?

Image spontanée - Produits à base de lait de brebis

Quelques verbatims :

Bon/Excellent Goût

« Bon goût », « Délicieux, gourmand », « Très bon goût et surtout très fin au palais »

Goût Prononcé/Fort

« Goût de caractère », « Goût plus fort que le lait de vache », « Fort en goût »

Crémeux/Onctueux

« Crémeux », « Onctueux appétissant », « Texture crémeuse goût fort »

Fraîcheur/Naturel

« Frais, naturel », « Fraîcheur », « Produits frais bio »

Digeste/Bonne Santé

« Bon pour la santé », « Plus digeste que la vache », « Digeste, saveurs variées »

Odeur/Dégoût

« Mauvaise odeur », « Dégoût », « Odeurs fortes, dégout »

Prix Élevé

« Cher », « Très bon mais plutôt chère », « Produits rares et chers »

Pas de Connaissance ou de Consommation

« Je ne connais pas », « Je n'en consomme pas », « Je ne sais pas »

Base: (n=2000)

Quand vous pensez aux produits à base de lait de brebis (fromages, yaourts, lait ou crèmes), quels sont tous les mots, toutes les images, toutes les expressions qui vous viennent à l'esprit ? Sur sa texture, son goût, ses caractéristiques, son moment de consommation, sa production ?

Image spontanée – Produits –ABANDONNISTES

Les abandonnistes ont une bonne image de la filière.

23% d'entre eux évoquent le goût fort des produits de brebis, qui pourrait expliquer leur déconsommation. Le prix est évoqué par une minorité.



« Consommation à tout moment. Onctueux, frais plus sain. »
 « Idéal pour la santé et ceux qui ont une intolérance »
 « Mieux que le lait de vache a priori. Plus chère et plus difficile à produire. »
 « Alternative, permettant de varier les goûts. »
 « Consommation à tout moment. Onctueux, frais plus sain. »
 « Bon léger »
 « Léger, douceur »
 « Onctueux »
 « Texture moelleuse, doux en saveurs, consommation en fin de repas, en salade d'été, production artisanale »

« Le bien-être animal avant tout. »
 « Élevage plein air. »
 « Produit en élevage, vendu en marché »

« La filière brebis est plus récente et de fait sans doute moins 'trafiquée' que la filière vache. Je n'encourage pas la filière brebis car le lait est malheureusement retiré au nouveau-né. »

« Élevage en pâturage, dans les montagnes, les producteurs sont très attentifs de leurs troupeaux. »

« Condition durable les brebis sont bien traitées et mangent de l'herbe le plus souvent possible les producteurs sont responsables et font des efforts pour produire des bons produits. »

« Une filière qui a tendance à se développer et qui crée de l'emploi dans des régions parfois sinistrées. »

« Le lait des brebis est fort »
 « goût relevé »
 « Goût fort, texture plus dense, production avec un processus ancestral minutieux, consommation avant le dessert »
 « Goût infect et bien trop marqué »
 « Très bons produits mais un peu chers. »
 « Très cher »

Base: (n=164)
 Quand vous pensez aux produits à base de lait de brebis (fromages, yaourts, lait ou crèmes), quels sont tous les mots, toutes les images, toutes les expressions qui vous viennent à l'esprit ? Sur sa texture, son goût, ses caractéristiques, son moment de consommation, sa production ?

Image spontanée - Produits - NON-ACHETEURS

De même, en spontané, le goût prononcé est évoqué par 20% des non-acheteurs des catégories brebis. La méconnaissance de la filière est forte.

Là encore, le prix est cité par une minorité des répondants.



« Goût trop fort je ne connais pas ces produit »
« J'imagine que c'est fort en goût »

« C'est qqch pour moi qui est t'op fort en gout »
« Une texture assez forte, acide selon les fromages »
« Goût et odeur particulière »

« Apparemment, le goût est très (trop) fort. »
« Odeurs fortes, dégout, pleurs des agneaux »
« Fort »

« Fromage frais avec du coulis de fruits rouges »
« frais, gout fort »

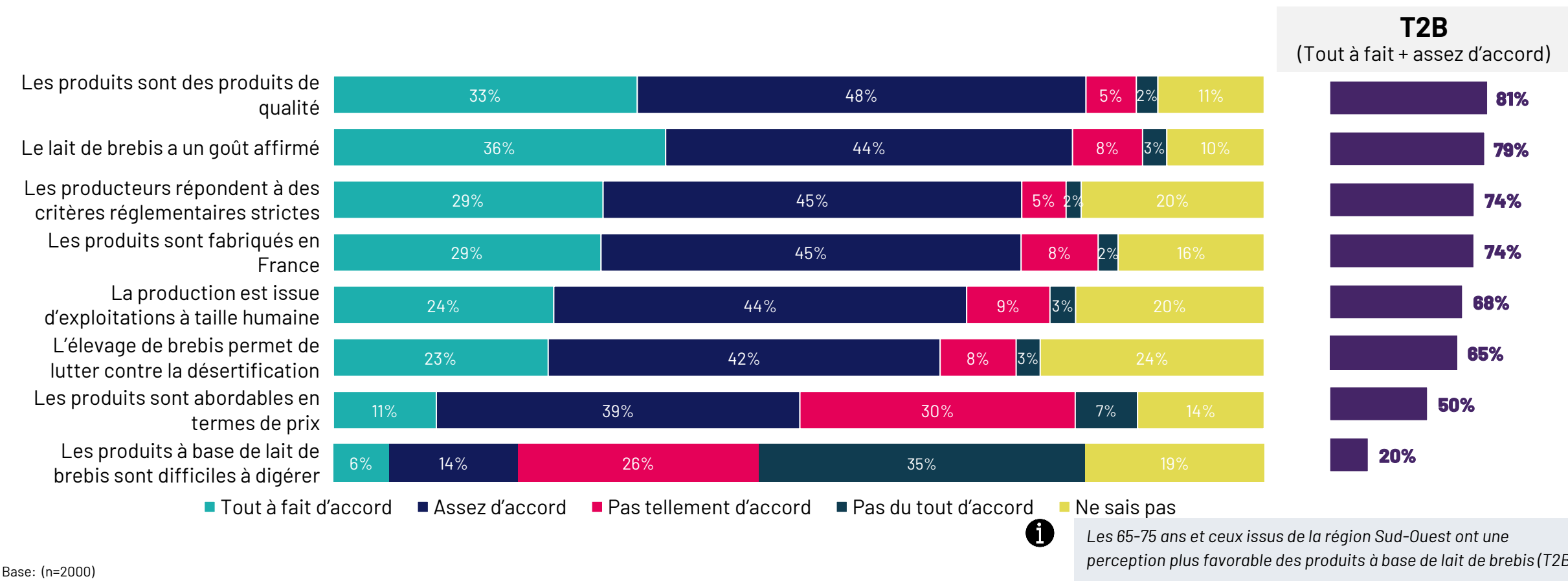
« Fromage : très bon mais très cher »

« Je ne sais pas trop j'ai jamais goûté »
« Je n'en ai jamais goûté, je n'en ai donc aucune idée ! »

Base: (n=461)
Quand vous pensez aux produits à base de lait de brebis (fromages, yaourts, lait ou crèmes), quels sont tous les mots, toutes les images, toutes les expressions qui vous viennent à l'esprit ? Sur sa texture, son goût, ses caractéristiques, son moment de consommation, sa production ?

Image assistée - Produits au lait de brebis

Près de 80% des répondants perçoivent les produits à base de lait de brebis comme des produits de qualité, avec un goût affirmé. Ils sont faciles à digérer pour 61% d'entre eux. Les plus forts taux de NSP s'observent sur l'image de la filière (entre 20 et 24%) : les répondants sont peu renseignés.



Base: (n=2000)
Voici des phrases qui nous ont été dites à propos des produits au lait de brebis. Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord avec chacune d'entre elles

Image assistée - T2B - Produits au lait de brebis par profils consommateurs

Les consommateurs de produits à base de lait de brebis ont logiquement une meilleure perception de la filière et des produits.

	Total	T2B (Tout à fait + assez d'accord)		
		Consommateurs	Abandonnistes	Non-consommateurs
Les produits à base de lait de brebis sont des produits de qualité	81%	89%	75%	60%
Le lait de brebis a un goût affirmé	79%	84%	78%	65%
Les produits à base de lait de brebis sont fabriqués en France	74%	80%	63%	59%
Les producteurs de la filière lait de brebis répondent à des critères réglementaires strictes	74%	80%	69%	59%
La production de lait de brebis est issue d'exploitations à taille humaine	68%	74%	61%	53%
L'élevage de brebis est un moyen écologique, permettant de lutter contre la désertification	65%	73%	55%	46%
Les produits à base de lait de brebis sont abordables en termes de prix	50%	59%	38%	29%
Les produits à base de lait de brebis sont difficiles à digérer	20%	21%	30%	12%

Base: (n=2000)

Voici des phrases qui nous ont été dites à propos des produits au lait de brebis. Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord avec chacune d'entre elles : Une seule réponse par ligne.

Résultats significativement supérieur / inférieur au total

Image assistée - NSP - Produits au lait de brebis par profils consommateurs

Les non-consommateurs de produits au lait de brebis ne savent pas caractériser les produits : particulièrement leur qualité (53%) et leur positionnement prix (45%).

	Total	Ne Sait Pas		
		Consommateurs	Abandonnistes	Non-consommateurs
Les produits à base de lait de brebis sont abordables en termes de prix	24%	18%	21%	45%
Le lait de brebis a un goût affirmé	20%	15%	15%	39%
Les produits à base de lait de brebis sont fabriqués en France	20%	14%	16%	37%
Les produits à base de lait de brebis sont des produits de qualité	19%	8%	20%	53%
La production de lait de brebis est issue d'exploitations à taille humaine	16%	10%	13%	34%
Les producteurs de la filière lait de brebis répondent à des critères réglementaires strictes	14%	5%	11%	40%
Les produits à base de lait de brebis sont difficiles à digérer	11%	5%	9%	32%
L'élevage de brebis est un moyen écologique, permettant de lutter contre la désertification	10%	5%	7%	29%

Base: (n=2000)
Voici des phrases qui nous ont été dites à propos des produits au lait de brebis. Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord avec chacune d'entre elles : Une seule réponse par ligne.

Ceux qui n'ont pas testé ont toujours cette réticence vis-à-vis du goût supposé plus « fort »

1.

Goût perçu comme « fort »

Plusieurs répondants ont exprimé une crainte que le goût soit trop prononcé, préférant la douceur des yaourts au lait de vache. La texture est aussi un élément bloquant pour certains, considérée comme épaisse.

2.

Des habitudes de consommations ancrées

Beaucoup de consommateurs ont mentionné qu'ils n'ont pas l'habitude de consommer des produits au lait de brebis, ce qui est amplifié par leur familiarité avec les produits au lait de vache.

3.

Choix et disponibilité limités

Certains ont indiqué que ces produits sont difficiles à trouver ou qu'il y a peu de choix disponibles, ce qui dissuade l'achat.

4.

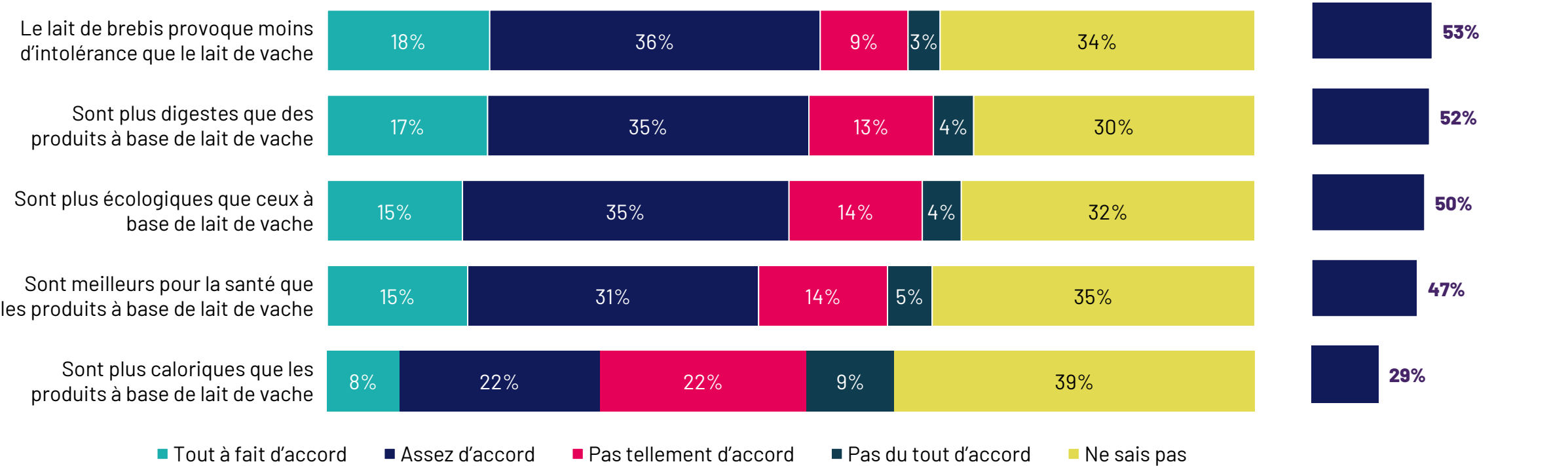
Perception de Prix

Le coût élevé des produits au lait de brebis est également un frein pour certains consommateurs.

Image assistée - produits au lait de brebis vs lait de vache

30 à 40% des répondants ne savent pas positionner le lait de brebis face au lait de vache. Mais la majorité d'entre eux le perçoit comme provoquant moins d'intolérance, plus digeste et plus écologique que le lait de vache.

Les produits à base de lait de brebis ...



Base: (n=2000)

Voici d'autres phrases qui nous ont été dites à propos des produits au lait de brebis en comparaison du lait de vache. Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord avec chacune d'entre elles : Une seule réponse par ligne.

Image assistée - produits au lait de brebis vs lait de vache par profils consommateurs

A nouveau, les consommateurs de produits à base de lait de brebis ont une image plus favorable du lait de brebis en comparaison du lait de vache.

Les produits à base de lait de brebis ...

	Total	T2B (Tout à fait + assez d'accord)		
		Consommateurs	Abandonnistes	Non-consommateurs
Provoque moins d'intolérance que le lait de vache	53%	62%	40%	32%
Sont plus digestes que des produits à base de lait de vache	52%	62%	34%	27%
Sont plus écologiques que ceux à base de lait de vache	50%	57%	46%	29%
Sont meilleurs pour la santé que les produits à base de lait de vache	47%	56%	37%	21%
Sont plus caloriques que les produits à base de lait de vache	29%	35%	28%	14%

Base: (n=2000)
Voici d'autres phrases qui nous ont été dites à propos des produits au lait de brebis en comparaison du lait de vache. Indiquez dans quelle mesure vous êtes d'accord avec chacune d'entre elles

Image assistée – NSP – produits au lait de brebis vs lait de vache par profils consommateurs

A nouveau, un vrai manque de renseignement s’observe sur les non-consommateurs avec des taux de NSP entre 53 et 66%.

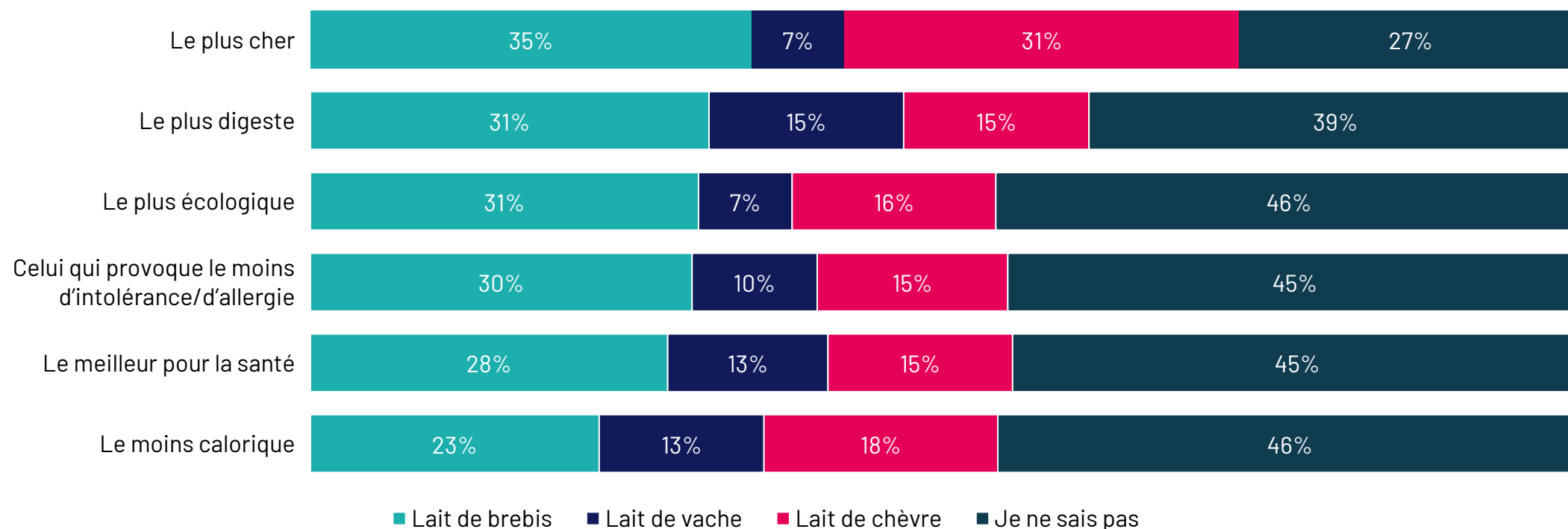
Les produits à base de lait de brebis ...	Ne Sait Pas			
	Total	Consommateurs	Abandonnistes	Non-consommateurs
Sont plus caloriques que les produits à base de lait de vache	39%	30%	37%	66%
Sont meilleurs pour la santé que les produits à base de lait de vache	35%	27%	33%	60%
Provoque moins d’intolérance que le lait de vache	34%	26%	32%	59%
Sont plus écologiques que ceux à base de lait de vache	32%	25%	27%	53%
Sont plus digestes que des produits à base de lait de vache	30%	21%	32%	58%

Base: (n=2000)
Voici d’autres phrases qui nous ont été dites à propos des produits au lait de brebis en comparaison du lait de vache. Indiquez dans quelle mesure vous êtes d’accord avec chacune d’entre elles

Image assistée - comparaison entre les trois types de laits

Bien que la perception du lait de brebis face aux autres laits soit plutôt bonne, le lait de brebis est perçu légèrement plus cher que le lait de chèvre.

Cependant, sur 4 items sur 5, la majorité des répondants ne savent pas caractériser les différents laits.



Base: (n=2000)

Voici des adjectifs pour caractériser les laits, indiquez auquel des laits de vache, chèvres ou brebis vous l'associez : Une seule réponse par ligne.

Image assistée – le lait de brebis par profils consommateurs

Les consommateurs de lait de brebis ont une meilleure perception des produits à base de lait de brebis face aux laits de chèvre et de vache : des produits plus sains mais également plus chers.

	Total	T2B (Tout à fait + assez d'accord)		
		Consommateurs	Abandonnistes	Non-consommateurs
Le plus cher	35%	38%	29%	27%
Le plus digeste	31%	37%	22%	16%
Le plus écologique	31%	34%	33%	19%
Celui qui provoque le moins d'intolérance/d'allergie	30%	35%	25%	18%
Le meilleur pour la santé	28%	35%	18%	12%
Le moins calorique	23%	26%	24%	11%

Base: (n=2000)
Voici des adjectifs pour caractériser les laits, indiquez auquel des laits de vache, chèvres ou brebis vous l'associez : Une seule réponse par ligne.

Une connaissance encore partielle de la filière lait de brebis, mais la majorité reconnaissent la qualité des produits.

03

20%

ne sont pas capables de qualifier la filière, une méconnaissance encore plus prononcée auprès des non-consommateurs.

Et plus de 30% ne connaissent pas les qualités digestives du lait de brebis.

8/10

jugent les produits à base de lait de brebis de qualité
Au goût affirmé
Et plutôt faciles à digérer

Par contre, des qualités moins reconnues par les non-consommateurs qui restent à convaincre.

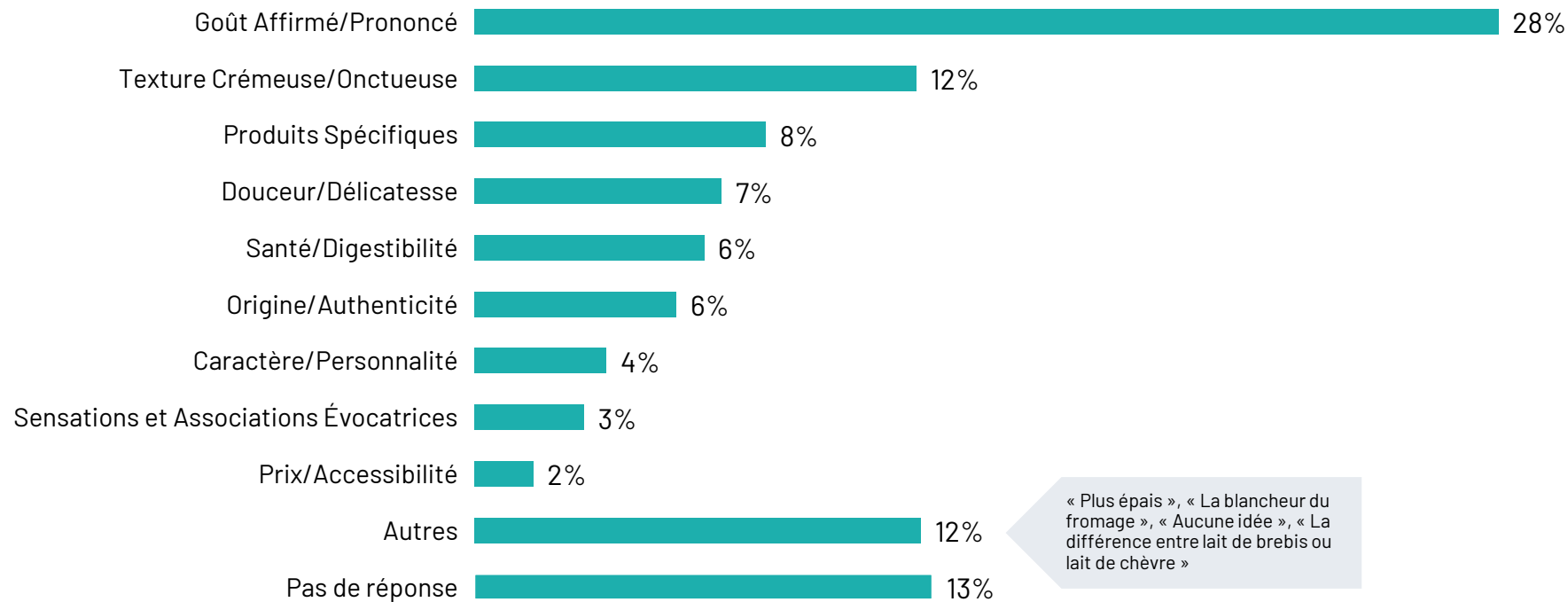
37%

des Français estiment que les produits ne sont pas ou peu abordables, notamment les non-consommateurs et abandonnistes.

Zoom sur les fromages à base de lait de brebis

Image spontanée - fromages au lait de brebis

En spontané, 1 quart des répondants associent les fromages de brebis à un goût fort et prononcé.



Base: (n=1971)

Quand vous pensez au fromage au lait de brebis, quels sont tous les mots, toutes les images, toutes les expressions qui vous viennent à l'esprit ? Sur sa texture, son goût, ses caractéristiques ?

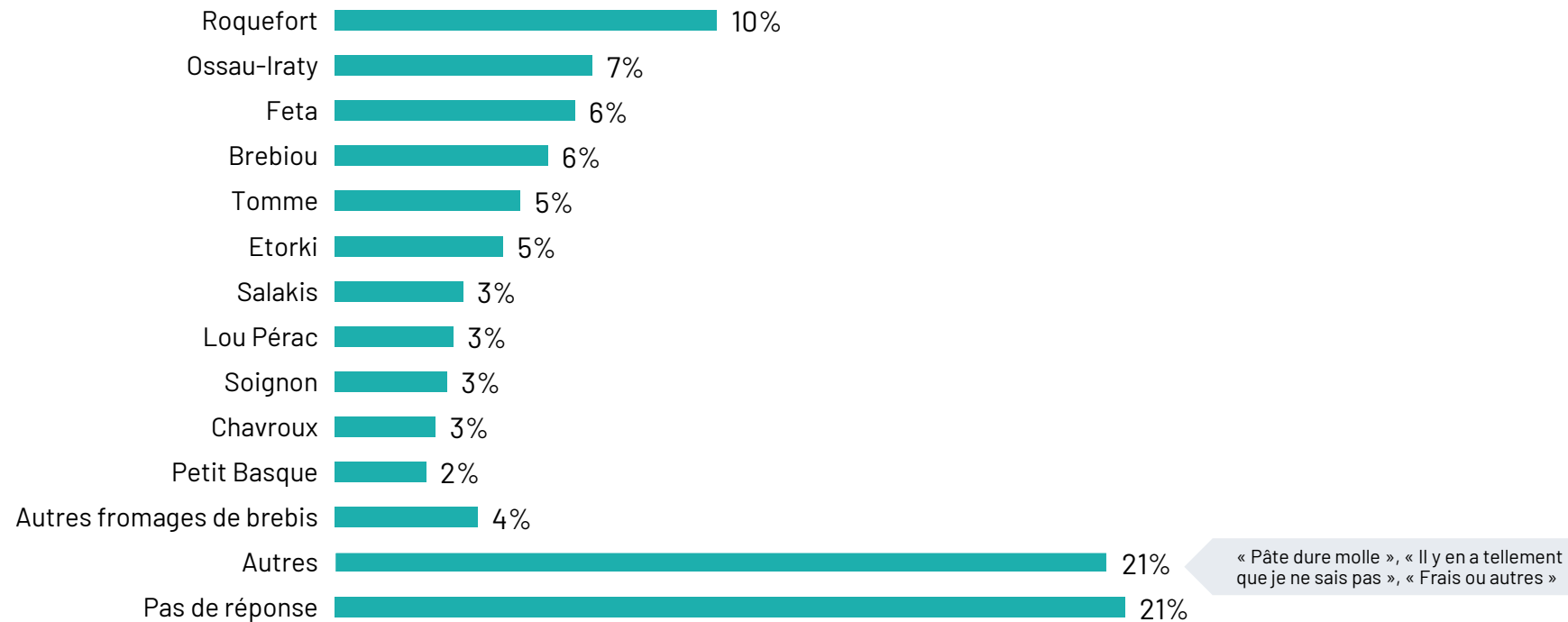
Fromages : De grands classiques en préférence pour une grande méconnaissance des autres

Le **Roquefort**, **Ossau-Iraty** et la **Feta** sont les fromages **les plus connus** et les **incontournables** tous foyers confondus. Le **Pecorino**, le **Pérail** et fromages à **pate molle Corse**, sont **plus ou moins connus**, tandis que le mystère plane sur le **Manchego** et le **Brocciu**.



Notoriété spontanée – fromages au lait de brebis

En spontané, 21% des consommateurs de fromage ne savent pas citer de type de fromages ou bien évoquent des fromages de chèvre. Le fromage le plus restitué est le roquefort (10%).

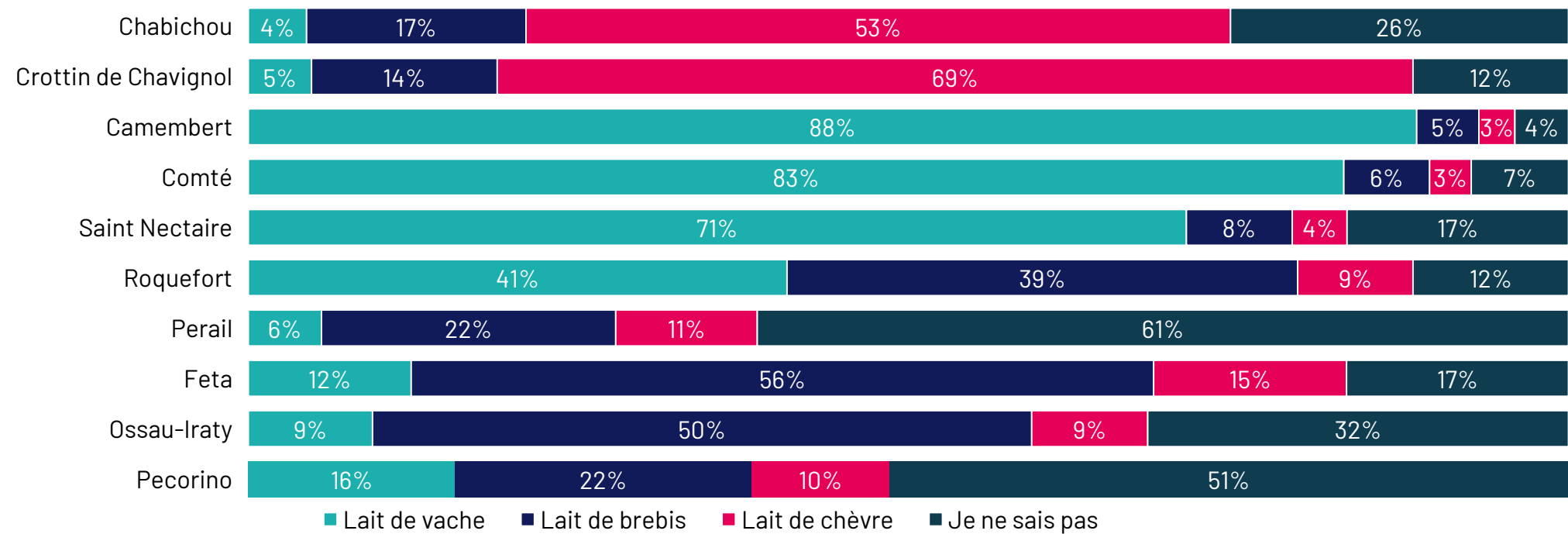


Base: (n=1971)

Quels sont tous les types de fromage à base de lait de brebis que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ?.

Association lait-fromage sur liste

Les fromages à base de lait de vache sont les mieux associés, suivis de ceux au lait de chèvre. La fêta et l'Ossau Iraty sont associés au lait de brebis par 50 à 56% des répondants. Cependant, une grande confusion sur le Roquefort est observée ainsi qu'un manque de connaissance sur le pérail et le pecorino.



Base: (n=1971)
Voici des noms de fromages, indiquez avec quel lait vous pensez qu'ils sont fabriqués : lait de vache, lait de chèvre ou lait de brebis Une seule réponse par ligne.



Les femmes, les CSP + et les 45-75 ans sont celles qui associent le mieux les fromages. Pour le Roquefort, ce sont les hommes et les 55-75 ans



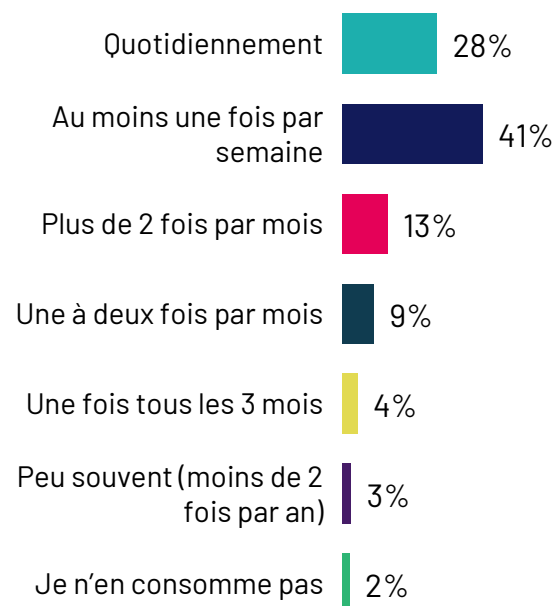


Si certains consommateurs confondent sans doute fromages de chèvre et de brebis, il est difficile de le quantifier.

Habitudes de consommation des fromages

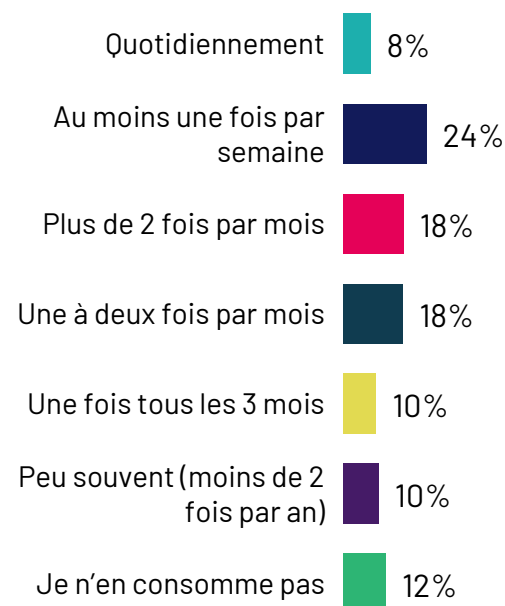
Tandis que la consommation de fromage de vache est principalement hebdomadaire, pour les fromages à base de chèvre et de brebis, elle est plus occasionnelle, et plus de 10% des répondants n'en consomment pas.

Fromage à base de lait de vache



i Une sur-représentation des 65-75 ans, des foyers de la région Nord-Est et des foyers avec enfants dans les consommateurs quotidiens. Les hommes sont sur-représentés dans les non-consommateurs

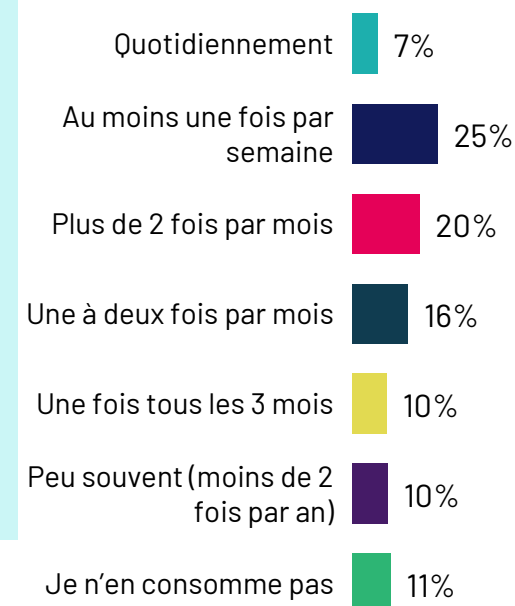
Fromage à base de lait de chèvre



i Une sur-représentation des CSP – et des foyers avec enfants en consommateurs quotidiens. Parmi les non-consommateurs sont sur-représentés les foyers de la région Nord-Est.

i Parmi les consommateurs quotidiens de fromages de chèvre, 63% consomment également du fromage à base de lait de brebis. Parmi les consommateurs hebdomadaires de chèvre, 55% consomment également du lait de brebis.

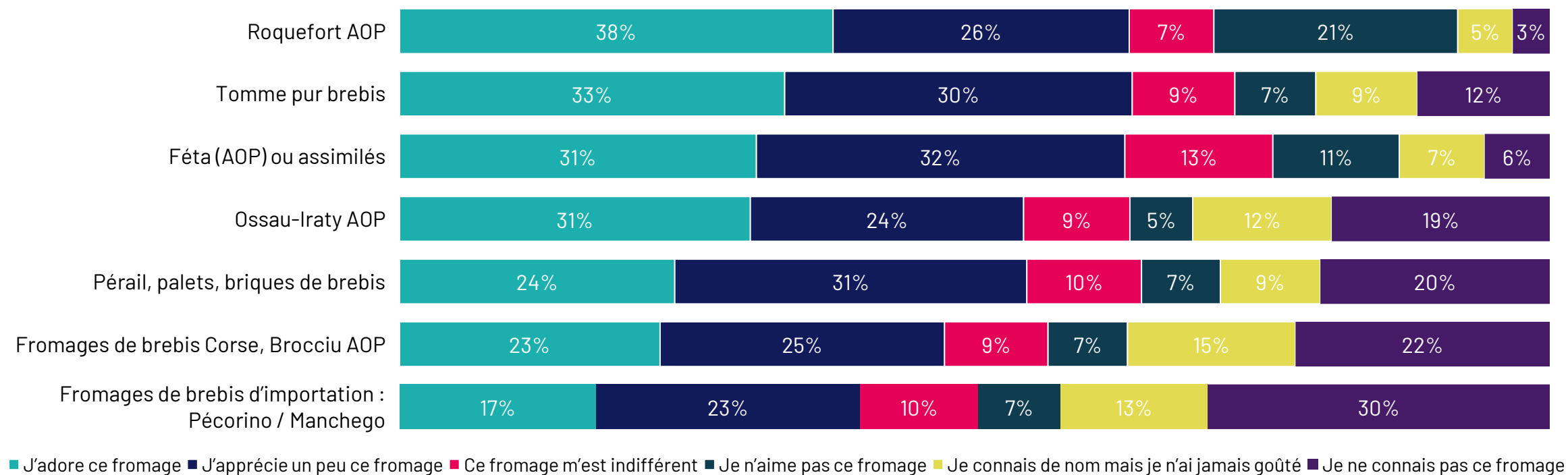
Fromage à base de lait de brebis



i Une sur-représentation des foyers de la région parisienne et de Sud-Ouest. Et des foyers des régions Nord-Ouest/Nord-Est parmi les non-consommateurs.

Notoriété assistée - fromages au lait de brebis

Le Roquefort est le fromage de brebis le plus segmentant, 64 % l’apprécie et 21% ne l’aiment pas. La tomme et la fêta sont également appréciés de 6 consommateurs sur 10. Les autres fromages notamment ceux d’importation sont plus méconnus.



Base: (n=1971)
Voici une liste de fromage à base de lait de brebis, pour chacun d’entre eux, diriez-vous que ... Une seule réponse par ligne.

i Méconnaissance des 18-34 ans sur les fromages de brebis les plus connus.



Fréquence d'achat – fromages au lait de brebis

La fréquence d’achat des fromages Corse et d’importation est très occasionnelle (moins de deux fois par an), tandis que pour les autres fromages elle est plus récurrente mais reste mensuelle.

	Fromages de brebis d'importation :						
	Roquefort AOP	Ossau-Iraty AOP	Tomme pur brebis	Féta (AOP) ou assimilés	Pérail, palets, briques de brebis	Fromages de brebis Corse, Brocciu AOP	Pécorino / Manchego
Base	1813	1359	1570	1713	1406	1247	1132
Quotidiennement	5%	4%	5%	4%	4%	4%	5%
Au moins une fois par semaine	15%	14%	13%	14%	16%	10%	12%
Plus de 2 fois par mois	15%	17%	18%	19%	18%	16%	17%
Une à deux fois par mois	17%	19%	19%	18%	17%	15%	15%
Une fois tous les 3 mois	16%	18%	18%	16%	16%	13%	15%
Peu souvent (moins de 2 fois par an)	12%	18%	16%	14%	17%	22%	19%
Je n'en achète plus	5%	3%	4%	5%	4%	6%	4%
Jamais	15%	7%	8%	10%	9%	13%	12%

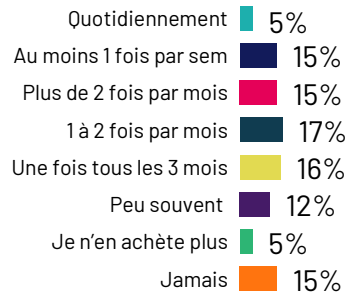


Les CSP – et les 18-34 ans ont plus tendance à consommer quotidiennement des fromages de brebis. Les femmes et ceux issus des régions Nord-Ouest/Nord-Est sont plus nombreux à ne jamais en consommer.

Fréquence d'achat - fromages au lait de brebis

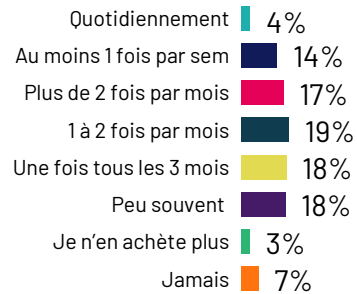
ROQUEFORT

Base: (n=1816)



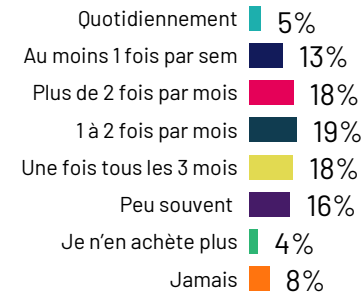
OSSAU-IRATY AOP

Base: (n=1363)



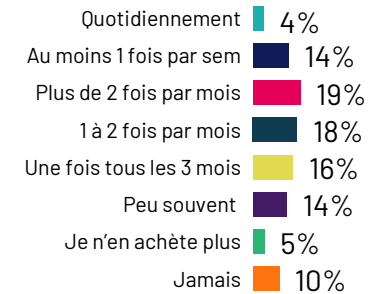
TOMME PUR BREBIS

Base: (n=1574)



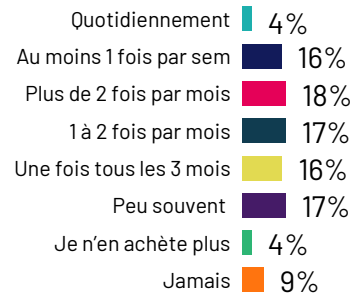
FÉTA OU ASSIMILÉS

Base: (n=1719)



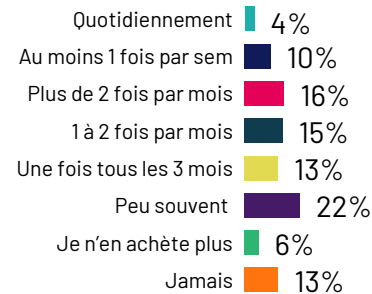
PÉRAIL, PALETS, BRIQUES

Base: (n=1407)



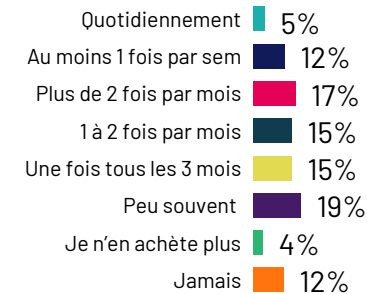
FROMAGES CORSE

Base: (n=1243)



FROMAGE D'IMPORTATION

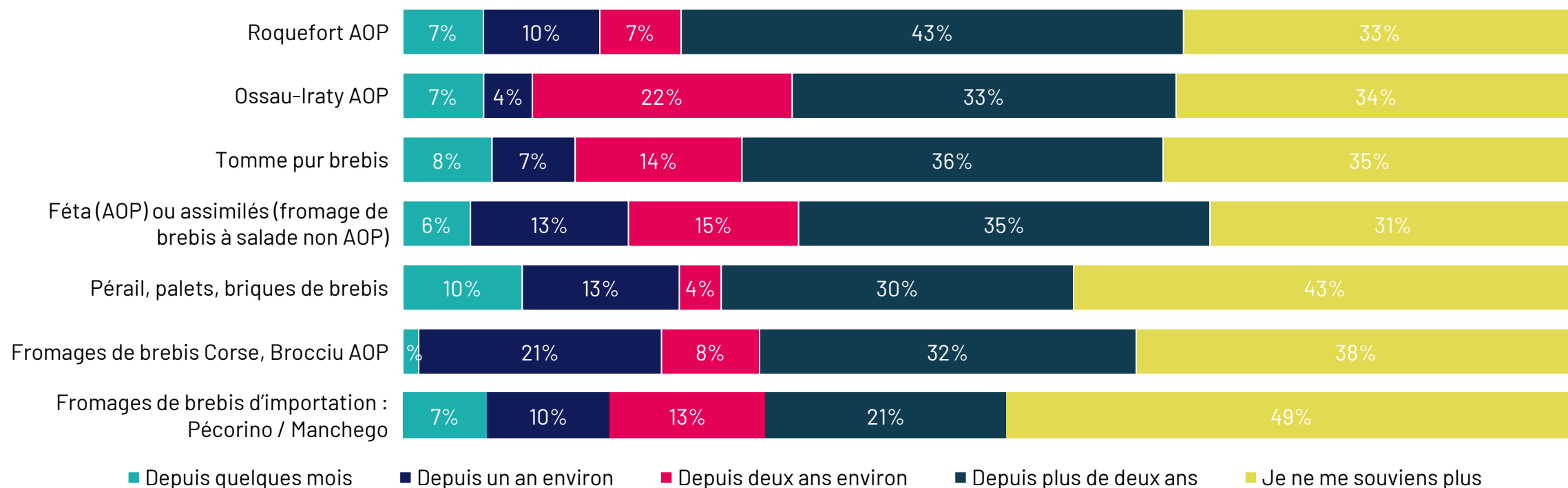
Base: (n=1122)



A quelle fréquence achetez-vous les fromages au lait de brebis suivants pour vous ou pour votre foyer ?

Abandonnistes - fromages au lait de brebis

L'abandon de la consommation de fromage de brebis est relativement ancien et date de plus de 2 ans. Une majorité de répondants ne savent également pas dater cet arrêt.



Base: (n=92/44/55/80/53/70/45)

Depuis quand avez-vous arrêté d'acheter: Une seule réponse par ligne.

Abandonnistes raisons - fromages au lait de brebis

Le prix est un des facteurs explicatifs de la déconsommation du marché, mais pas le premier facteur, c'est leur goût personnel qui a poussé la majorité des abandonnistes à stopper leur consommation.

- i

1- Préférence/goût personnel (préférences pour / découvertes d'autres fromages, lassitude)

2- Arbitrages / prix trop élevé

3- Diminution de consommation de fromage

	Roquefort AOP	Ossau-Iraty AOP	Tomme pur brebis	Féta (AOP) ou assimilés	Pérail, palets, briques de brebis	Fromages de brebis Corse, Brocciu AOP	Fromages de brebis d'importation : Pécorino / Manchego
Base	93	46	55	80	53	69	45
J'ai changé de lieu d'achat, et je n'en trouve pas dans mon magasin	2%	3%	4%		4%	2%	2%
Je trouve que le produit est trop cher	14%	23%	15%	7%	12%	20%	13%
Dans le contexte inflationniste actuel, j'ai dû faire des arbitrages	7%	10%	14%	4%	5%	14%	7%
Je me suis lassé(e)	25%	10%	12%	19%	18%	12%	11%
Il n'y en a plus dans mon magasin		2%	2%	1%	8%	8%	10%
Je préfère d'autres fromages	35%	42%	36%	46%	35%	40%	35%
J'ai découvert d'autres fromages	10%	10%	9%	6%	2%	8%	7%
J'ai diminué ma consommation de fromage	16%	11%	11%	18%	12%	15%	11%
Je ne trouve plus la référence que j'achetais	3%		2%	3%	4%	4%	
Personne n'en mange à la maison à part moi	20%	9%	5%	7%	19%	10%	6%
Je suis devenu intolérant/allergique au lait de brebis				1%	4%	2%	5%
J'ai découvert les alternatives végétales	1%	9%	5%	1%	2%	1%	
Autre raison	8%	7%	9%	14%	6%	9%	6%
Je ne sais pas	5%	9%	2%	10%	12%	5%	8%

Pour quelle(s) raison(s) avez-vous arrêté d'acheter du/de [INSERT ITEM B6 IF B6 = 7] :



Non acheteurs freins – fromages au lait de brebis

De même pour les non-acheteurs de la catégorie brebis : le prix est un frein à l’achat mais pas le principal :

- i

1- Préférence/gout personnel

2- Personne d’autre n’en mange au sein du foyer

3- Arbitrages / prix trop élevé

	Fromages de brebis d’importation :						
	Roquefort AOP	Ossau-Iraty AOP	Tomme pur brebis	Féta (AOP) ou assimilés	Pérail, palets, briques de brebis	Fromages de brebis Corse, Brocciu AOP	Pécorino / Manchego
Base	270	95	125	180	123	167	139
Je ne pense pas à en acheter	4%	11%	14%	12%	21%	17%	15%
Je trouve que le produit est trop cher	4%	14%	7%	7%	10%	18%	10%
Dans le contexte inflationniste actuel, j’ai dû faire des arbitrages	2%	3%	6%	1%	3%	8%	6%
Je préfère d’autres fromages (au lait de vache ou au lait de chèvre)	41%	28%	30%	33%	29%	23%	33%
Il n’y en a pas dans mon magasin	1%	4%	4%	1%	5%	18%	8%
C’est un produit trop calorique	1%	2%	2%	1%	1%	1%	2%
Personne n’en mange à la maison	45%	28%	31%	36%	26%	18%	21%
Il y a trop de fromages, j’ai du mal à faire mon choix	2%	2%	6%	4%	2%	4%	9%
Je suis intolérant/allergique au lait de brebis	1%		1%		1%	1%	1%
Je privilégie les alternatives végétales	-	1%		1%	1%	1%	2%
Autre raison	22%	10%	11%	19%	11%	10%	15%
Je ne sais pas	5%	13%	7%	7%	8%	12%	10%

Pour quelle(s) raison(s) n’achetez-vous pas de [INSERT ITEM B6 IF B6 = 8]

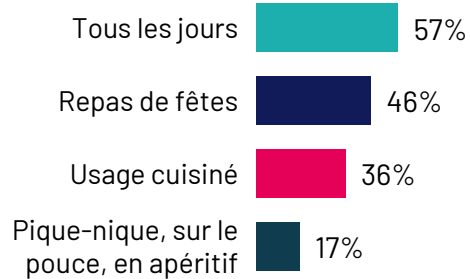


Moments de consommation – fromages au lait de brebis

Les fromages de brebis sont consommés en majorité dans le quotidien mais également lors de moments plus festifs, excepté la fêta qui est utilisée par 61% de ses consommateurs en cuisine.
Le Roquefort et les fromages d'importation sont également cuisinés par plus d'un tiers des consommateurs.

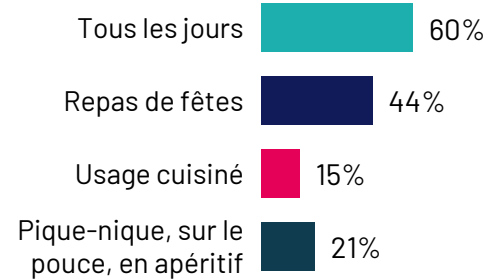
ROQUEFORT AOP

Base: (n=1454)



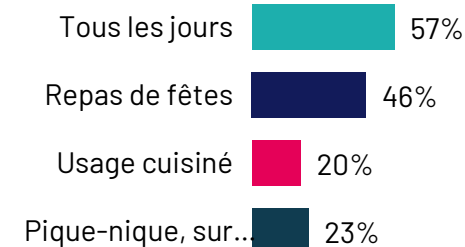
OSSAU-IRATY AOP

Base: (n=1224)



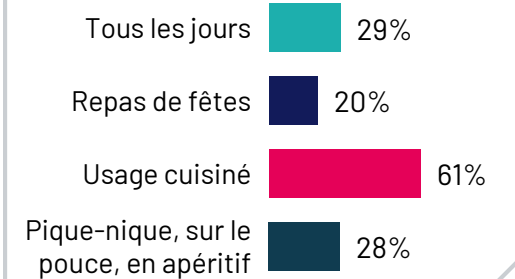
TOMME PUR BREBIS

Base: (n=1394)



FÊTA OU ASSIMILÉS

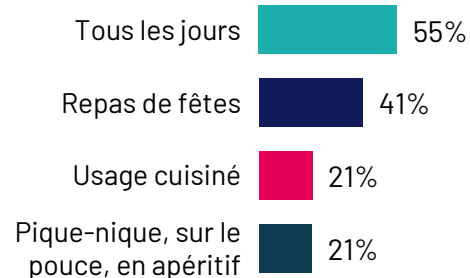
Base: (n=1459)



Consommés tous les jours par les 45-64 ans de la région Sud-Ouest et en usage cuisiné ou pique nique par les 18-34 ans

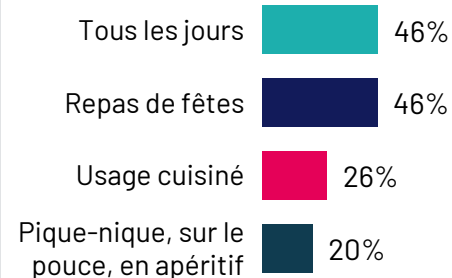
PÉRAIL, PALETS, BRIQUES

Base: (n=1231)



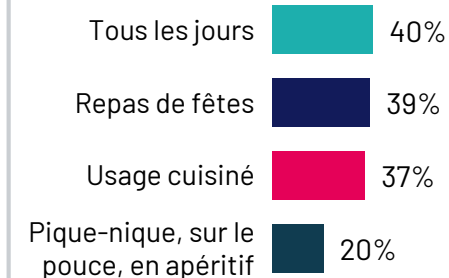
FROMAGE CORSE

Base: (n=1006)



FROMAGE D'IMPORTATION

Base: (n=938)



Les pêrail, fromages corse et fromages d'importation sont utilisés en usage cuisiné ou pique nique par les 18-34 ans

Parmi les fromages au lait de brebis suivants, quels sont ceux que vous avez l'habitude...

Lieux d'achat - fromages au lait de brebis

La grande surface est le canal d'achat privilégié par 53% à 77% des répondants. Des canaux spécialisés comme les fromagers ou les marchés sont fréquentés par près d'un répondant sur cinq.

	Roquefort AOP	Ossau-Iraty AOP	Tomme pur brebis	Féta (AOP) ou assimilés	Pérail, palets, briques de brebis	Fromages de brebis Corse, Brocciu AOP	Fromages de brebis d'importation : Pécorino / Manchego
Base	1452	1219	1388	1453	1232	1010	949
En grande surface	74%	68%	60%	77%	66%	53%	56%
En Hard Discount	12%	9%	11%	14%	11%	8%	10%
Dans les magasins spécialisés type Grand Frais	13%	12%	14%	12%	14%	16%	16%
Dans les magasins bio	6%	5%	7%	7%	9%	10%	10%
Directement chez le producteur ou dans les coopératives	6%	9%	11%	6%	8%	10%	8%
Chez votre fromager ou crémier	15%	17%	21%	11%	15%	22%	21%
Sur le marché	12%	15%	20%	9%	15%	18%	17%
Par internet, ou sur des sites spécialisés	3%	5%	3%	4%	4%	4%	5%
Ailleurs	1%	1%	2%	1%	1%	2%	2%
Ne sais pas	1%	2%	2%	1%	2%	3%	3%



Tandis que les 35 ans et plus privilégient majoritairement les grandes surfaces, les 18-34 ans privilégient les autres canaux (hard-discount, magasins bio, producteur ..)

Où achetez-vous les fromages au lait de brebis suivants le plus souvent ?

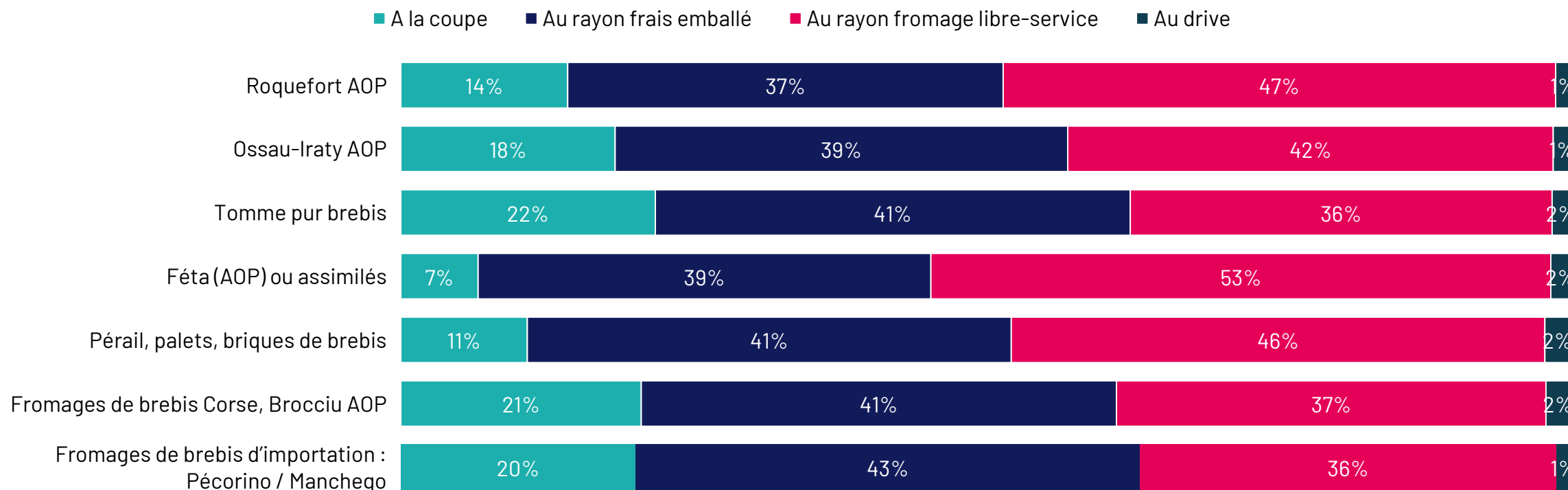


Rayon d'achat



Etant donné les résultats de la fêta au rayon frais emballé, il est fort probable qu'une forte propension de Français ne savent pas différencier le rayon libre-service du rayon frais emballé.

Quelque soit le fromage, les rayons frais emballé et libre-service sont les plus plébiscités .
Pas plus d'un répondant sur cinq n'achète son fromage à la coupe.



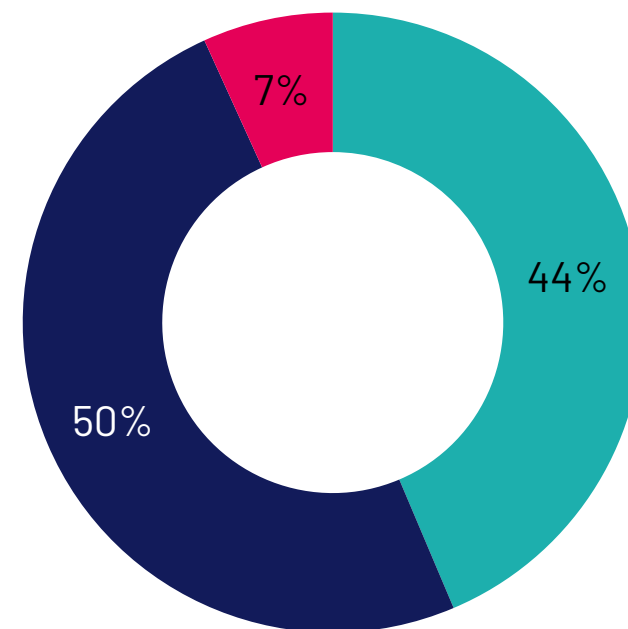
i Les 45-55 ans privilégient le rayon libre service

Base: (n=1087/843/847/1133/825/536/534)
Dans quel rayon achetez-vous ce(s) produit(s) le plus souvent ?

Achat de fromage de brebis

Pour la moitié des répondants, l'achat de fromage relève de la tentation une fois en rayon. Il n'est prévu que pour 44% des consommateurs.

- C'est un fromage qui figure sur votre liste de courses
- Vous pensez à en acheter uniquement en passant devant le rayon, l'étal
- Ne sais pas

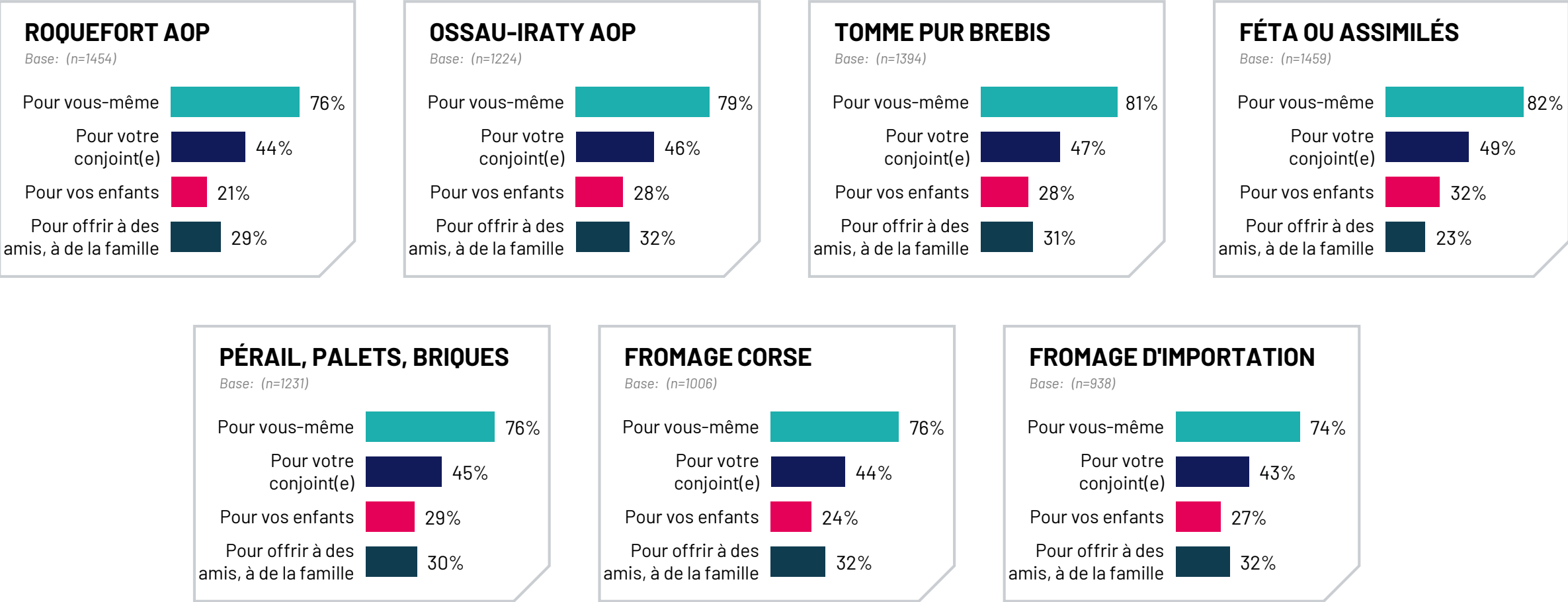


Le fromage de brebis est sur la liste des hommes, des 65-75 ans et ceux issus de la région Sud-Ouest, tandis que les femmes et les 35-44 ans y pensent devant le rayon

Base: (n=1763)
Généralement, lorsque vous achetez du Fromage de brebis... Une seule réponse possible.

Cibles - fromages au lait de brebis

Les fromages de brebis sont destinés pour 7 à 8 répondants sur 10 à une consommation personnelle...



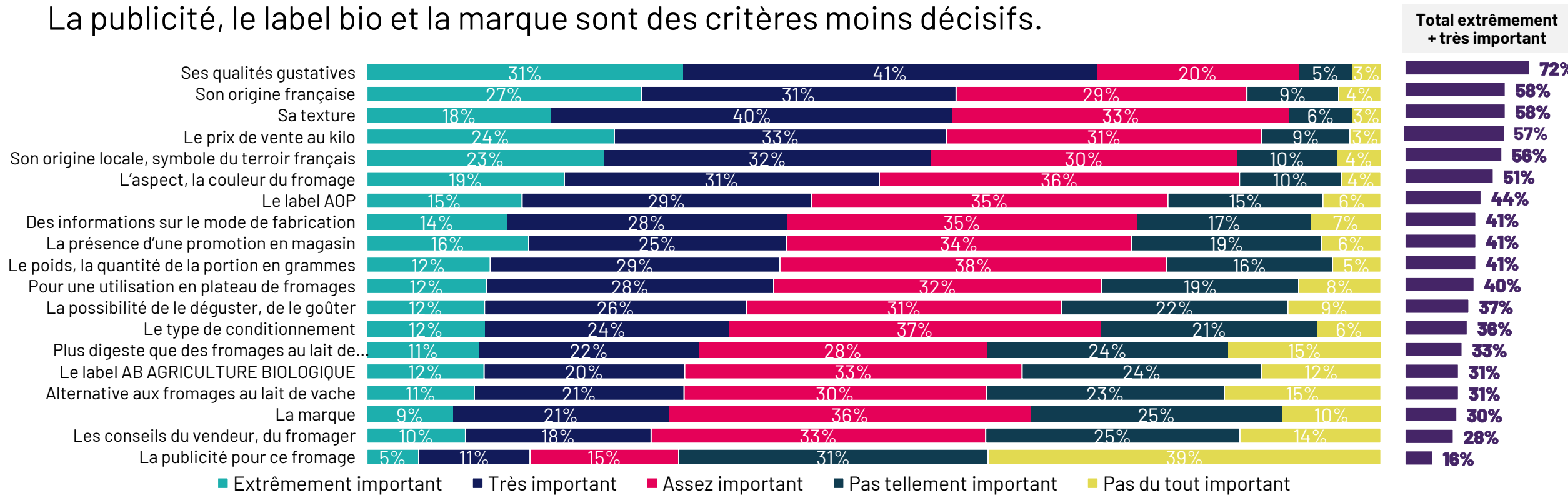
Pour qui achetez-vous du/de [INSERT ITEM B6 IF B6 DIFF 7 OR 8] ?

i Les CSP + et les 35-44 ans achètent des fromages pour leur conjoint(e) et enfants ainsi que les répondants originaires des régions Sud-Ouest ou Sud-Est



Critères d'achat - fromages au lait de brebis

72% des consommateurs de fromage de brebis sont attentifs aux qualités gustatives.
L'origine et le prix de vente sont également importants pour plus de la moitié des répondants.
La publicité, le label bio et la marque sont des critères moins décisifs.



Base: (n=1763)
Pour chacun des critères suivants, veuillez nous indiquer dans quelle mesure il est important pour vous lorsque vous choisissez du fromage de Brebis:



Critères d'achat – fromages au lait de brebis

	Total extrêmement + très important	Extrêmement important	Très important	Assez important	Pas tellement important	Pas du tout important
Ses qualités gustatives	72%	31%	41%	20%	5%	3%
Son origine française	58%	27%	31%	29%	9%	4%
Sa texture	58%	18%	40%	33%	6%	3%
Le prix de vente au kilo	57%	24%	33%	31%	9%	3%
Son origine locale, symbole du terroir français	55%	23%	32%	30%	10%	4%
L'aspect, la couleur du fromage	50%	19%	31%	36%	10%	4%
Le label AOP	44%	15%	29%	35%	15%	6%
Des informations sur le mode de fabrication (type de lait etc...)	42%	14%	28%	35%	17%	7%
La présence d'une promotion en magasin	41%	16%	25%	34%	19%	6%
Le poids, la quantité de la portion en grammes	41%	12%	29%	38%	16%	5%
Le fait qu'il puisse être destiné à une utilisation en plateau de fromages	40%	12%	28%	32%	19%	8%
La possibilité de le déguster, de le goûter	38%	12%	26%	31%	22%	9%
Le type de conditionnement (barquette sous-vide, emballage au rayon libre service etc...)	36%	12%	24%	37%	21%	6%
Car il est plus digeste que des fromages à base de lait de vache	33%	11%	22%	28%	24%	15%
Le label AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE	32%	12%	20%	33%	24%	12%
Pour trouver une alternative aux fromages à base de lait de vache	32%	11%	21%	30%	23%	15%
La marque	30%	9%	21%	36%	25%	10%
Les conseils du vendeur, du fromager	28%	10%	18%	33%	25%	14%
Le fait d'avoir vu de la publicité pour ce fromage (magasin, TV, presse, réseaux sociaux)	16%	5%	11%	15%	31%	39%

Base: (n=1763)

Pour chacun des critères suivants, veuillez nous indiquer dans quelle mesure il est important pour vous lorsque vous choisissez du fromage de Brebis:

Critères d'achat - T2B - fromages au lait de brebis

Tandis que les CSP+ privilégient avant tout le goût des fromages, et les inactifs leurs origines, les CSP- veulent s'assurer d'un bon rapport qualité-prix.

Le label BIO ne ressort pas parmi les critères les plus importants

Extrêmement + très important	Total	CSP +	CSP -	Inactifs
Ses qualités gustatives	72%	75%	69%	72%
Son origine française	58%	57%	54%	63%
Sa texture	58%	56%	58%	59%
Le prix de vente au kilo	57%	54%	62%	55%
Son origine locale, symbole du terroir français	55%	56%	51%	61%
L'aspect, la couleur du fromage	50%	50%	53%	49%
Le label AOP	44%	44%	42%	46%
Des informations sur le mode de fabrication (type de lait etc...)	42%	39%	44%	41%
La présence d'une promotion en magasin	41%	40%	45%	39%
Le poids, la quantité de la portion en grammes	41%	40%	46%	37%
Le fait qu'il puisse être destiné à une utilisation en plateau de fromages	40%	38%	38%	44%
La possibilité de le déguster, de le goûter	38%	36%	38%	38%
Le type de conditionnement (barquette sous-vide, emballage au rayon libre-service etc...)	36%	34%	39%	34%
Car il est plus digeste que des fromages à base de lait de vache	33%	33%	35%	31%
Le label AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE	32%	28%	34%	33%
Pour trouver une alternative aux fromages à base de lait de vache	32%	28%	34%	31%
La marque	30%	27%	32%	30%
Les conseils du vendeur, du fromager	28%	26%	32%	27%
Le fait d'avoir vu de la publicité pour ce fromage (magasin, TV, presse, réseaux sociaux)	16%	13%	22%	13%

■ ■ Résultats significativement supérieur / inférieur au total

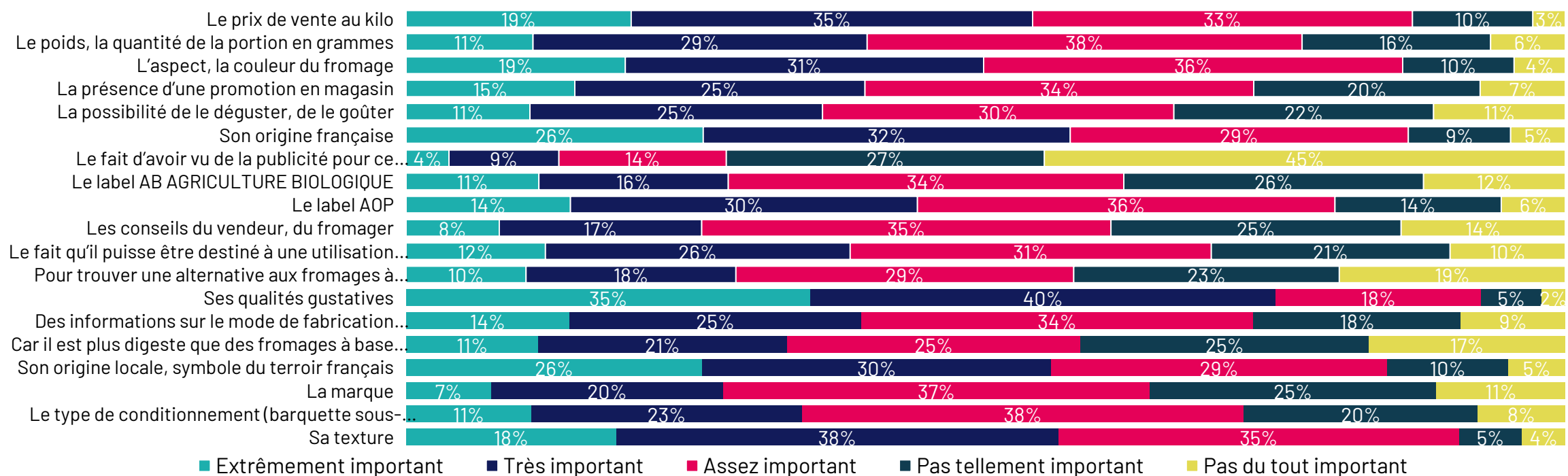
Base: (n=1763)

Pour chacun des critères suivants, veuillez nous indiquer dans quelle mesure il est important pour vous lorsque vous choisissez du fromage de Brebis:

© Ipsos bva | Marché des produits frais à base de lait de brebis | 16 octobre 2025 | Client Use Only | Strictly Confidential

Confidential

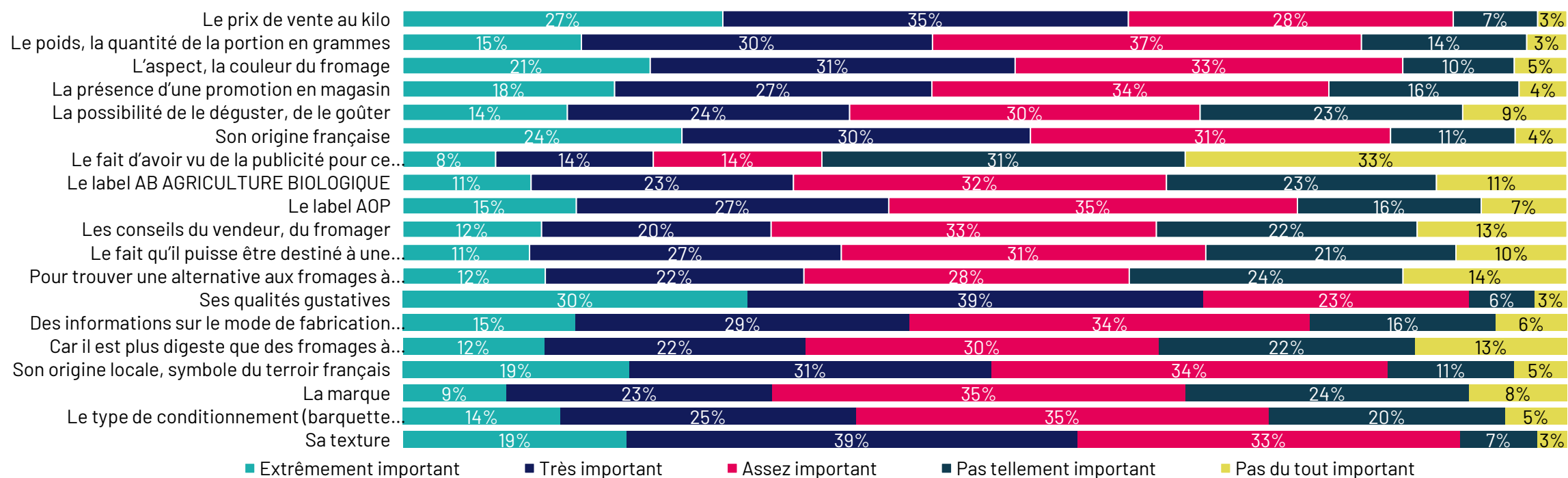
Critères d'achat - fromages au lait de brebis - CSP +



Base: (n=604)

Pour chacun des critères suivants, veuillez nous indiquer dans quelle mesure il est important pour vous lorsque vous choisissez du fromage de Brebis:

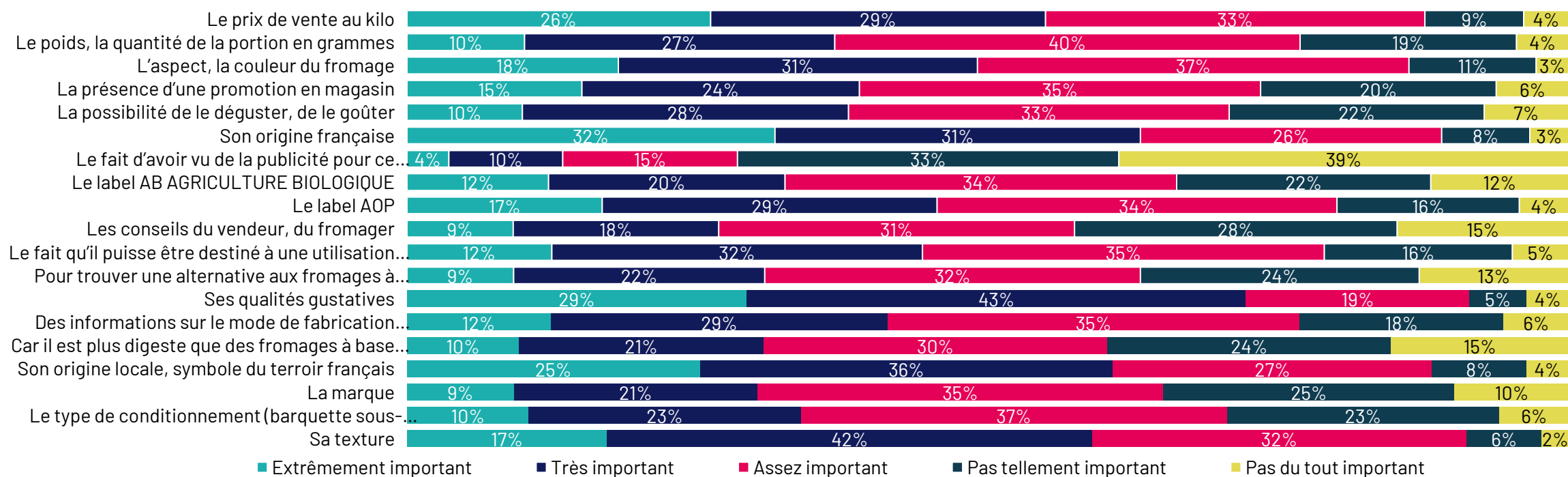
Critères d'achat - fromages au lait de brebis - CSP -



Base: (n=618)

Pour chacun des critères suivants, veuillez nous indiquer dans quelle mesure il est important pour vous lorsque vous choisissez du fromage de Brebis:

Critères d'achat - fromages au lait de brebis - Inactifs

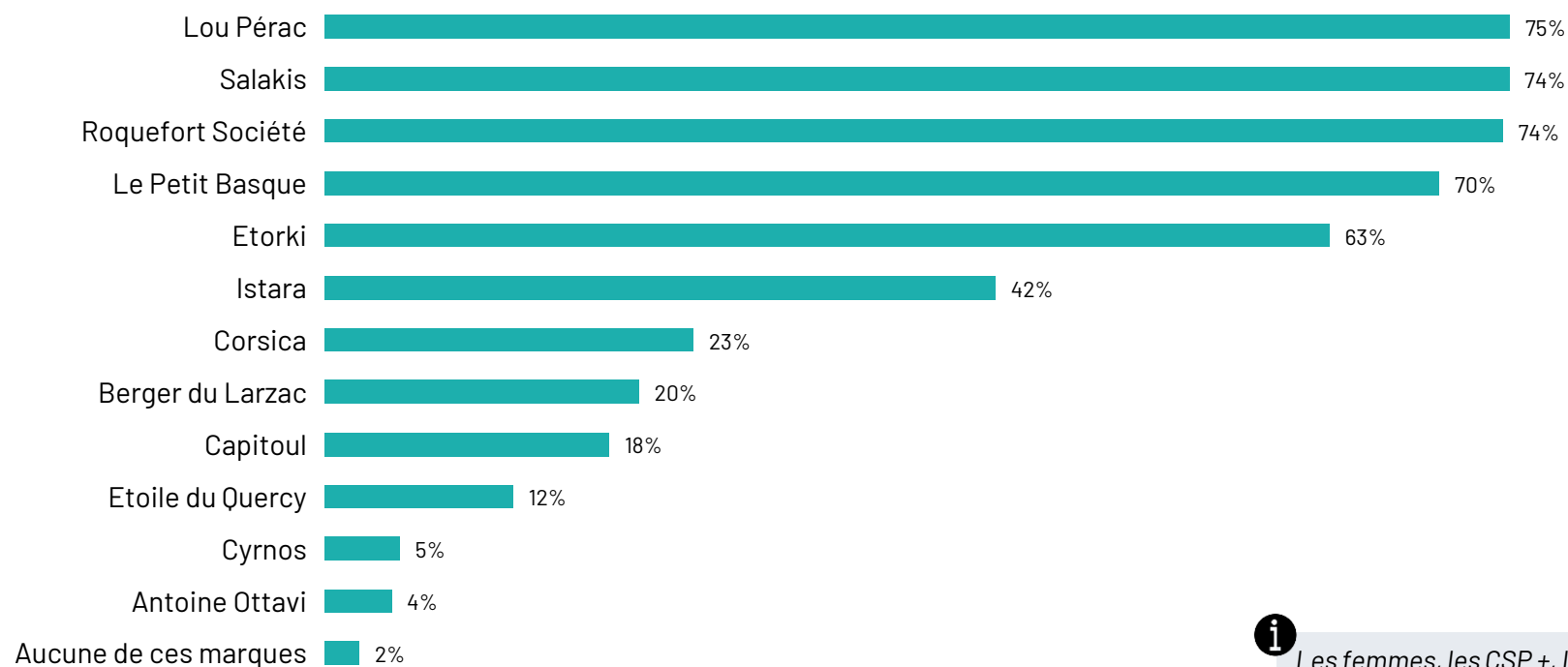


Base: (n=541)
 Pour chacun des critères suivants, veuillez nous indiquer dans quelle mesure il est important pour vous lorsque vous choisissez du fromage de Brebis:

Notoriété assistée - marques de fromages au lait de brebis

Seul 2% des répondants ne connaissent aucune marque de fromage de brebis.

Parmi les plus connues se trouvent Lou Pérac, Salakis et Roquefort société que 3/4 des répondants connaissent.



Les femmes, les CSP +, les 45-75 ans et ceux de la région Sud-Ouest ont la meilleure connaissance des marques. Les hommes et les 18-34 ans connaissent soit les petites marques soit aucune

Base: (n=1763)

Quels sont toutes les marques de fromage à base de lait de brebis que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ? Plusieurs réponses possibles.

Le prix représente un frein à la consommation des fromages, mais les préférences gustatives sont la barrière principale:

03

32%

des Français consomment au moins 1X/semaine du fromage à base de lait de brebis (vs 69% pour la vache)

Les qualités gustatives, l'origine Française et texture du fromage sont les 1ers critères de choix, suivi du prix.

A noter que c'est un achat prémédité seulement pour 44% des consommateurs.

11%

des Français n'en consomment pas.

Le 1^{er} frein à l'achat est **le goût personnel du répondant ou de son foyer**, suivi du prix

A noter une forte disparité de **notoriété au sein des fromages.**

Au delà du Roquefort, fêta et tomme, les autres fromages sont plus méconnus : 22% ne connaissent pas le brocciu et 20% le Perail.

On observe une baisse ou abandon de consommation, mais difficile à dater

Autour de 5% des consommateurs de chacun des fromages a stoppé d'en consommer.

Les principales raisons :

Par goût (préférence pour d'autres fromages, lassitude)

Par **contrainte financière**

Yaourts, faisselles et desserts lactés à base de lait de brebis

Plus d'un répondant sur 2 a déjà testé les yaourts et crèmes au lait de brebis mais considère cet achat comme unique ou occasionnel

Peu importe l'âge, le foyer ou le milieu urbain ou rural, ces répondants **ont testé et approuvé pour la plupart ces produits.**

Une alternative digestive qui change du quotidien ...

- ✓ De nombreux répondants trouvent **les yaourts** au lait de brebis **plus digestes** que ceux au lait de vache.
- ✓ Le **goût** est généralement perçu comme **doux et agréable**.
- ✓ Les yaourts et crèmes au lait de brebis sont considérés pour **varier du quotidien**.
- ✓ Outre **Le Petit Basque en majorité**, les marques **Vrai, Soignon, et Lactel** sont également mentionnées positivement.
- ✓ **Les yaourts** sont considérés **abordables**, surtout les **marques de distributeur**.

...mais qui peine encore à être choisie

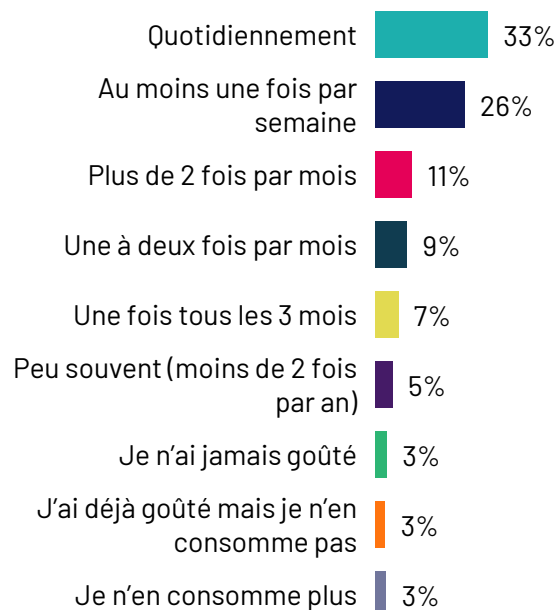
- Certains consommateurs considèrent les yaourts et crème au lait de brebis comme **trop riches** pour une consommation **quotidienne**.
- Certains consommateurs trouvent **le goût trop fort** pour eux.
- Les produits au lait de brebis sont généralement perçus comme **plus chers**.

-> Pour ces raisons, ces produits sont donc considérés lors d'un achat occasionnel et ne s'ancrent pas dans une routine récurrente.

Habitudes de consommation – yaourts, faisselles, desserts lactés

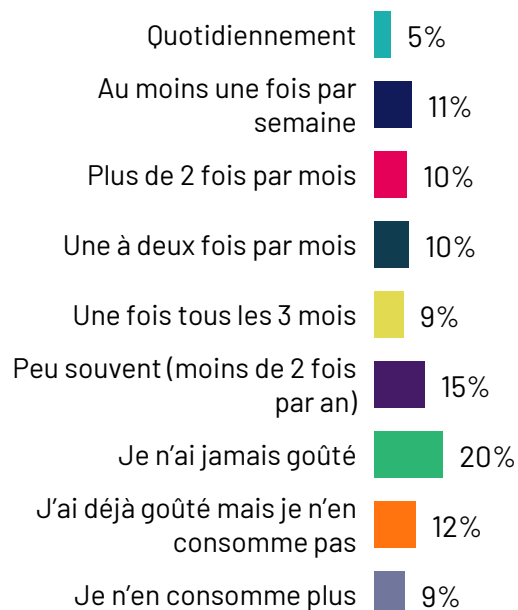
Les yaourts à base de lait de vache ont une forte fréquence de consommation, 33% en consomment quotidiennement, contre 5% pour les desserts à base de chèvre et de brebis, avec même 20% qui n'en ont jamais goûté.

Yaourts, faisselles, desserts lactés à base de lait de vache



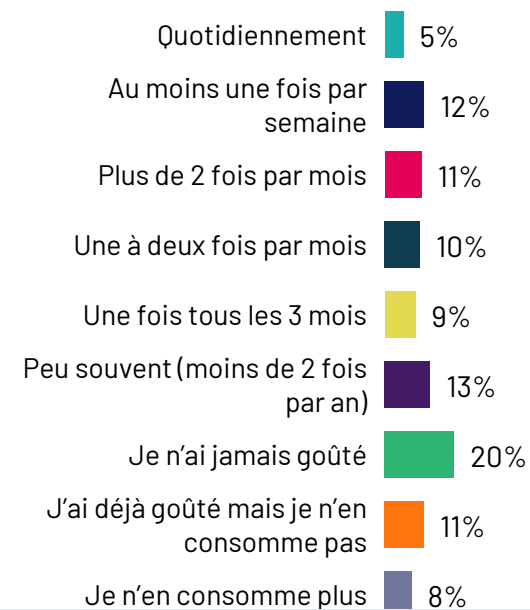
i Une sur-représentation des femmes et de ceux de la région Nord-ouest en consommateur quotidien et les inactifs parmi ceux qui n'en consomment plus

Yaourts, faisselles, desserts lactés à base de lait de chèvre



i Une sur-représentation des hommes, des 18-34 ans et de ceux avec enfants en consommateurs réguliers. De même pour les femmes et les 55-64 ans parmi ceux qui déclarent n'avoir jamais goûté

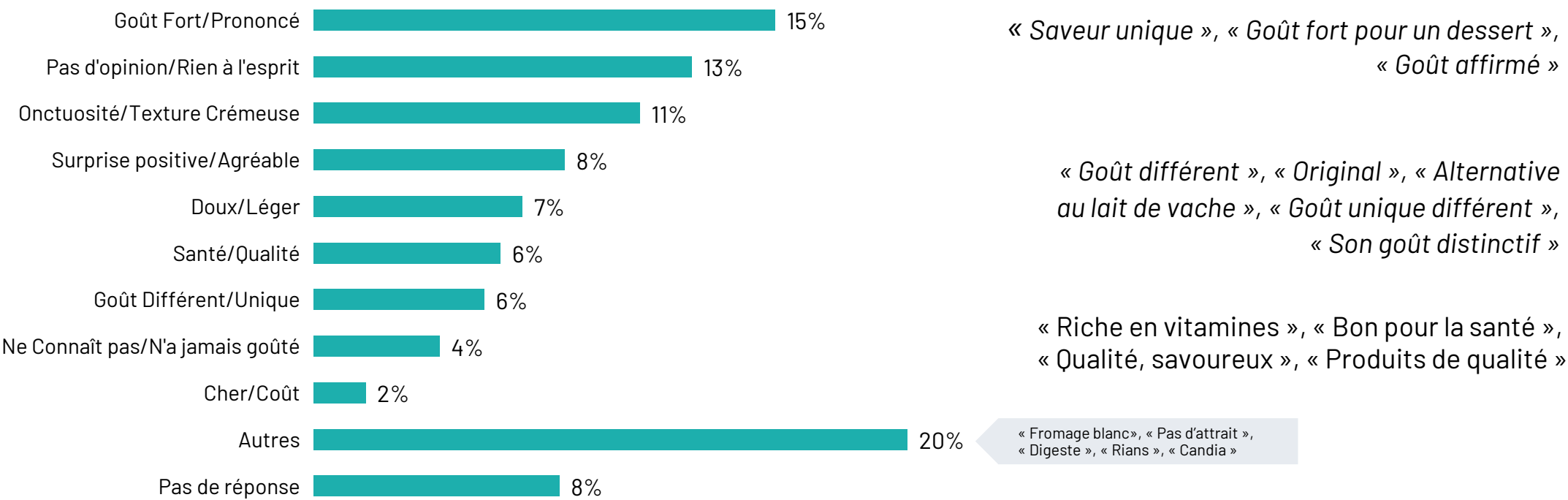
Yaourts, faisselles, desserts lactés à base de lait de brebis



i Parmi les consommateurs réguliers, sont sur-représentés les 18-34 ans et ceux avec enfants, tandis que les 55-64 ans sont plus représentés dans ceux ayant arrêté leur consommation et les femmes et les 35-44 ans sans enfants parmi ceux n'ayant jamais goûté

Image spontanée - yaourts, faisselles, desserts lactés

Spontanément, les répondants évoquent le goût prononcé des desserts au lait de brebis.
A nouveau, 1 répondant sur 5 n'a pas d'image précise à donner.
2% seulement évoquent en spontané le prix élevé des produits.



Base: (n=1179)
Quand vous pensez aux yaourts, faisselles ou desserts lactés au lait de brebis, quels sont tous les mots, toutes les images, toutes les expressions qui vous viennent à l'esprit ? Sur leurs textures, leurs goûts, leurs caractéristiques ?

Image spontanée – yaourts, faisselles, desserts lactés-ABANDONNISTES

Les abandonnistes perçoivent les yaourts au lait de brebis comme plus forts que ceux à base de lait de vache qui sert de référence.



« Goût trop fort »

« Un goût plus doux »

« Toujours le goût plus prononcé que le lait de vache »

« Je n'apprécie pas forcément laitages à base de lait de brebis »

« Texture agréable »

« Goût et saveur »

« Pour varier avec les fromages »

« Plus naturel mais goût différent »

« Très différents des yaourts au lait de vache, un goût plus relevé »

« Il faut que ce ne soit pas trop fort en goût de brebis »

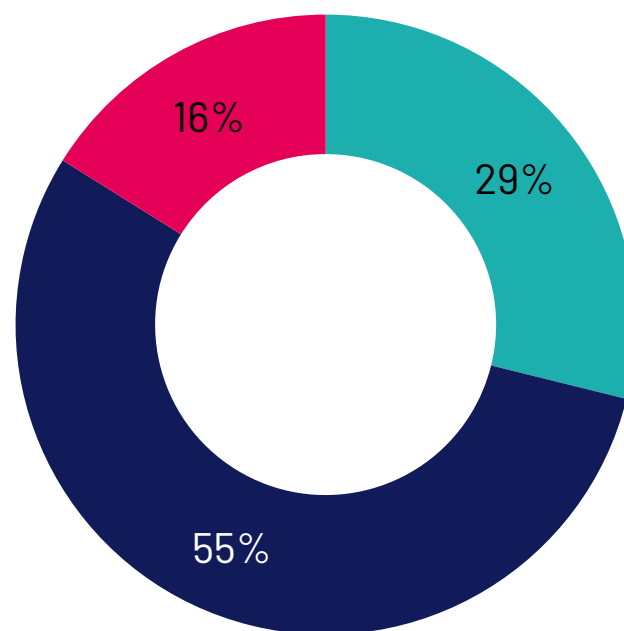
« Goût prononcé, alternative écologique »

Base: (n=157)

Quand vous pensez aux yaourts, faisselles ou desserts lactés au lait de brebis, quels sont tous les mots, toutes les images, toutes les expressions qui vous viennent à l'esprit ? Sur leurs textures, leurs goûts, leurs caractéristiques ?

Evolution achat - yaourts, faisselles, desserts lactés

Pour plus de la moitié des répondants, leur consommation de yaourts à base de lait de brebis est restée stable ces trois dernières années. Elle a augmenté pour près de 3 répondants sur 10.



- Plus souvent
- Autant
- Moins souvent



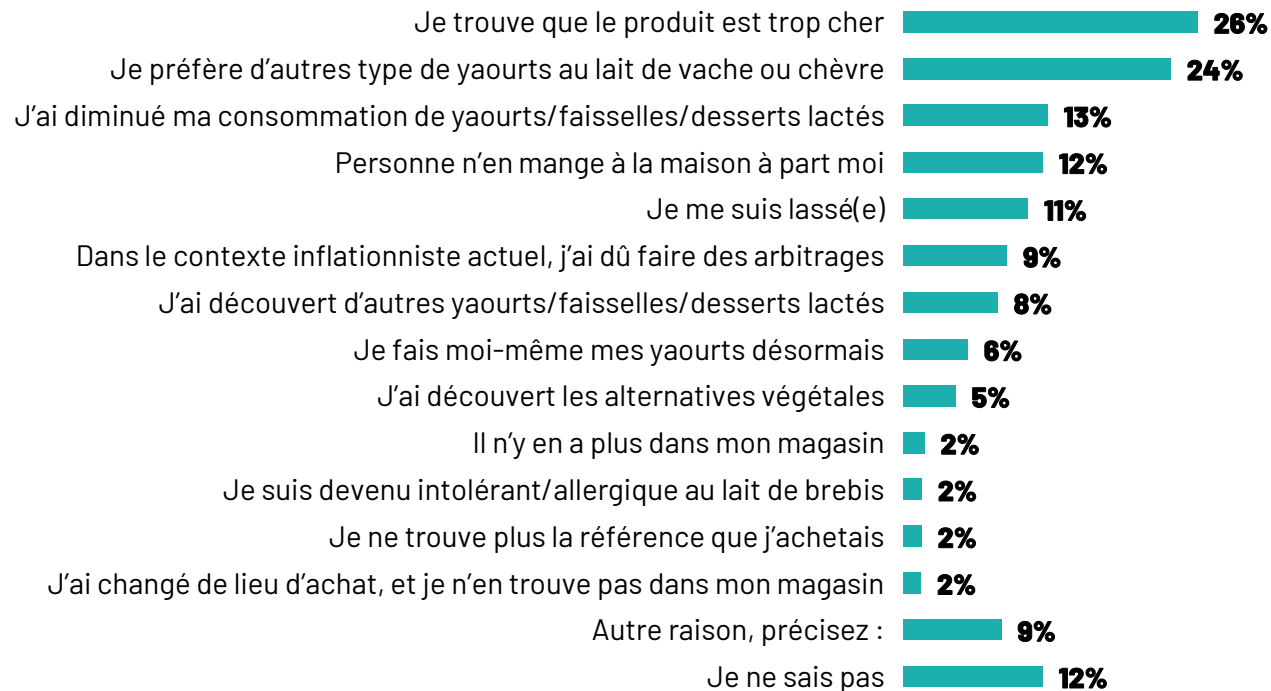
Les CSP -, les 18-34 ans, ceux avec enfants et ceux issus de la région parisienne affirment consommer plus de yaourts au lait de brebis.

Base: (n=1179)

Selon vous, par rapport aux 3 dernières années, diriez-vous qu'aujourd'hui vous achetez des yaourts/faisselles/desserts lactés à base de lait de brebis ... ?

Abandonnistes/baisse de consommations – raisons – yaourts, faisselles, desserts lactés

Pour près d'un quart des répondants, le prix et la préférence pour d'autres produits sont les deux freins à l'achat de yaourts de brebis. Le manque de référencement n'est un frein que pour 2% des répondants.



1- Préférence/gout personnel

2- Arbitrages / prix trop élevé

3- Personne d'autre n'en mange au sein du foyer

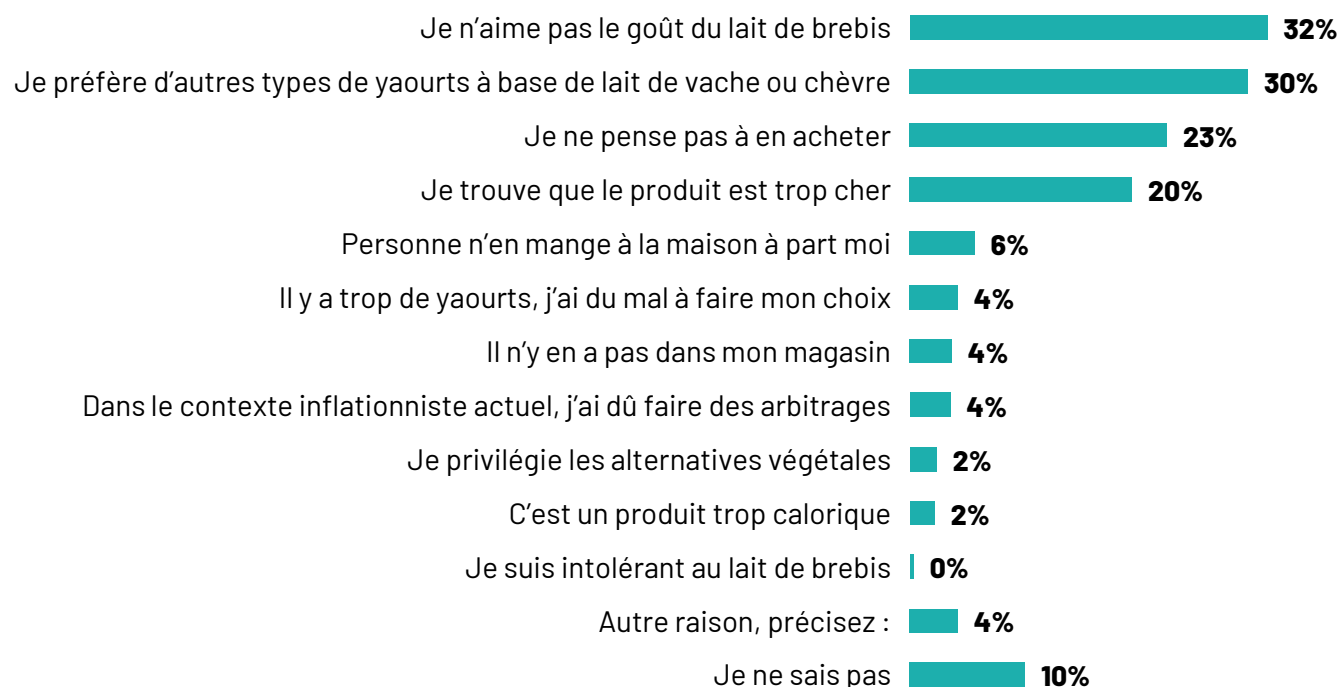


Les répondants de la région Nord-Ouest se sont lassés. Les hommes sont impactés par le manque de références dans leur (nouveau) magasin.

Base: (n=348) – abandonnistes + répondants qui ont diminué leur consommation
Pour quelle(s) raison(s) avez-vous [arrêté d'acheter des] [if C1.3=9] [diminué votre consommation de] [if C3 = 3] yaourts/faisselles/desserts lactés à base de lait de brebis :

Non acheteurs freins - yaourts, faisselles, desserts lactés

Pour 30% des non-acheteurs, le goût est le premier frein à l'achat de yaourt de brebis, 23% ne pensent pas en acheter, c'est le troisième frein.



1- **Préférence/gout personnel**

2- **Arbitrages / prix trop élevé**

3- *Je ne pense pas à en acheter*



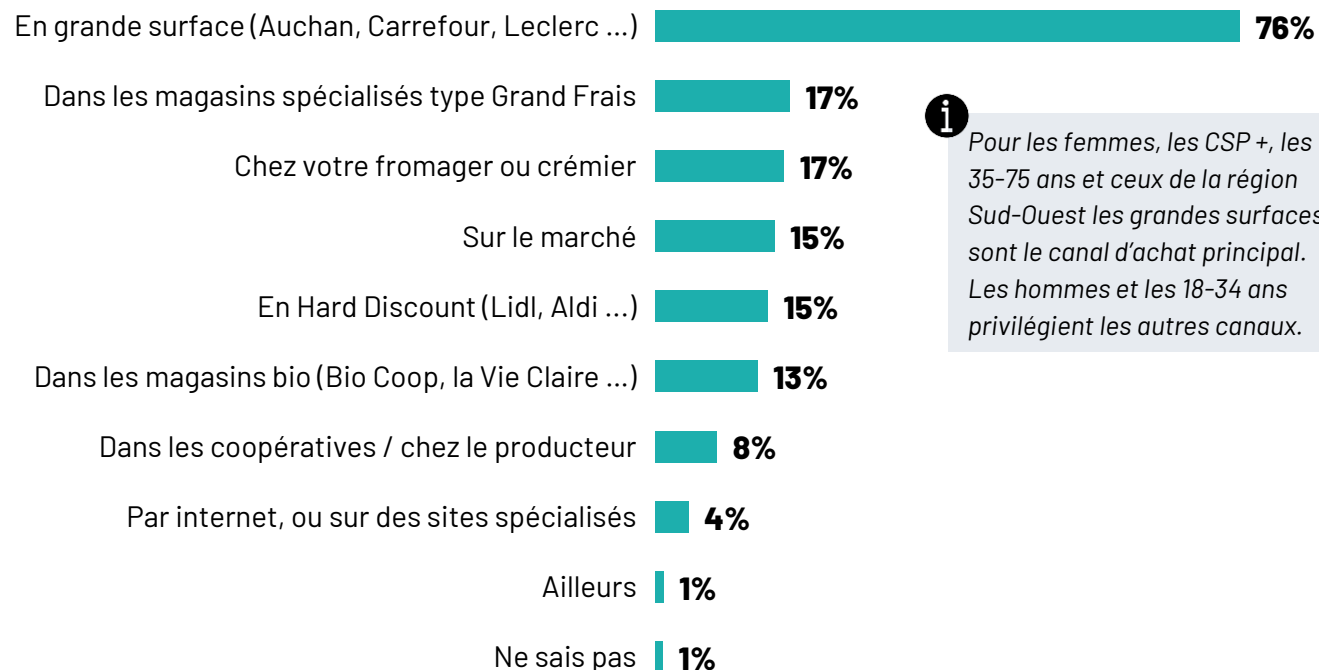
Les 35-44 ans ne pensent pas à en acheter, les 65-75 préfèrent les produits au lait de vache ou de chèvre. Le contexte inflationniste impacte les 18-34 ans, ceux du Sud-Ouest et les inactifs

Base: (n=631)
Pour quelle(s) raison(s) n'achetez-vous pas de yaourts / faisselles/desserts lactés à base de lait de brebis ? Plusieurs réponses possibles.

Lieux et préparation d'achats - yaourts, faisselles, desserts lactés

3 quarts des consommateurs achètent leurs yaourts de brebis en grande surface.
Pour la moitié des répondants, l'achat n'est pas préparé mais spontané en magasin.

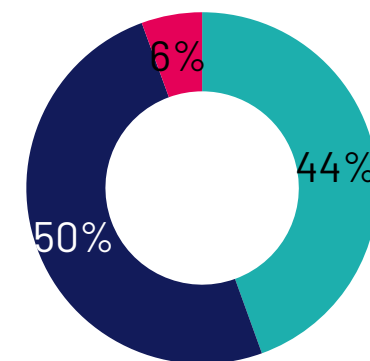
Lieux d'achat



Base: (n=1179)
Où achetez-vous ces yaourts/faisselles/desserts lactés au lait de brebis le plus souvent ? Plusieurs réponses possibles.

Préparation à l'achat

- C'est un produit qui figure sur votre liste de courses
- Vous pensez à en acheter uniquement en passant devant le rayon, l'étal
- Ne sais pas



i Les hommes, ceux avec enfants et ceux de région parisienne prévoient un peu plus leur achat, les femmes font plus d'achats d'impulsion.

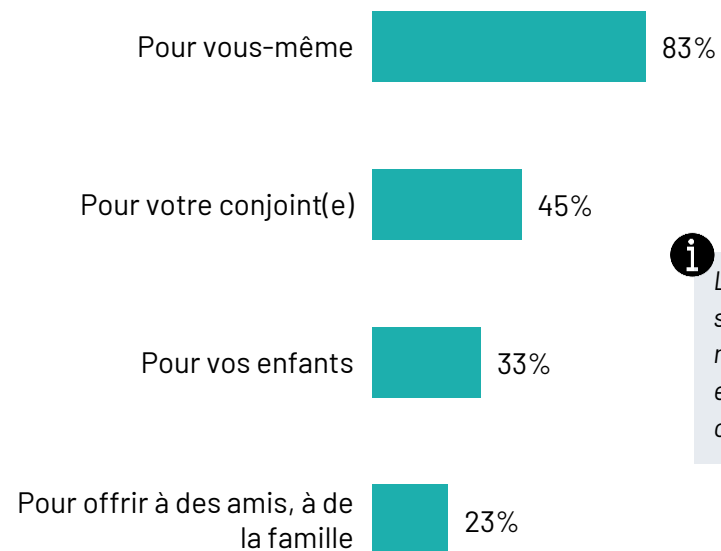
Base: (n=1179)
Généralement, lorsque vous achetez des yaourts/faisselles/desserts lactés au lait de brebis ... Une seule réponse possible.

Usages et habitudes - yaourts, faisselles, desserts lactés

C'est un achat pour la consommation personnelle de 83% des répondants.

Sa consommation se fait majoritairement au déjeuner et au dîner.

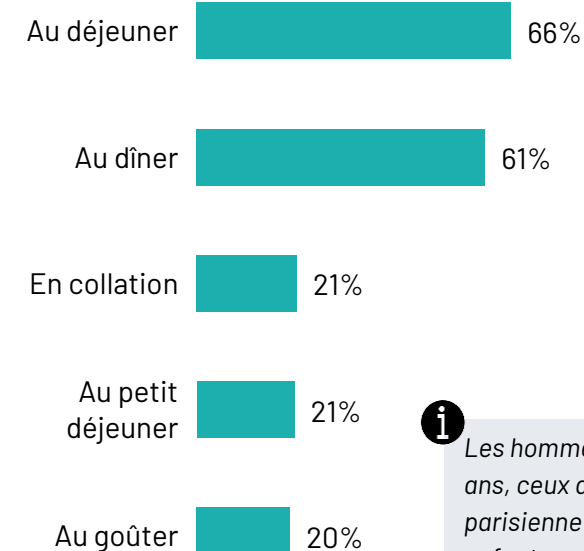
Cibles



Les femmes, les 45-75 ans et ceux sans enfants achètent pour eux-mêmes. Les 35-44 ans, les CSP+ en achètent pour leurs enfants et conjoint(e)

Base: (n=1179)
Pour qui achetez-vous des yaourts/faisselles/desserts lactés au lait de brebis ?
Plusieurs réponses possibles.

Moments de consommation

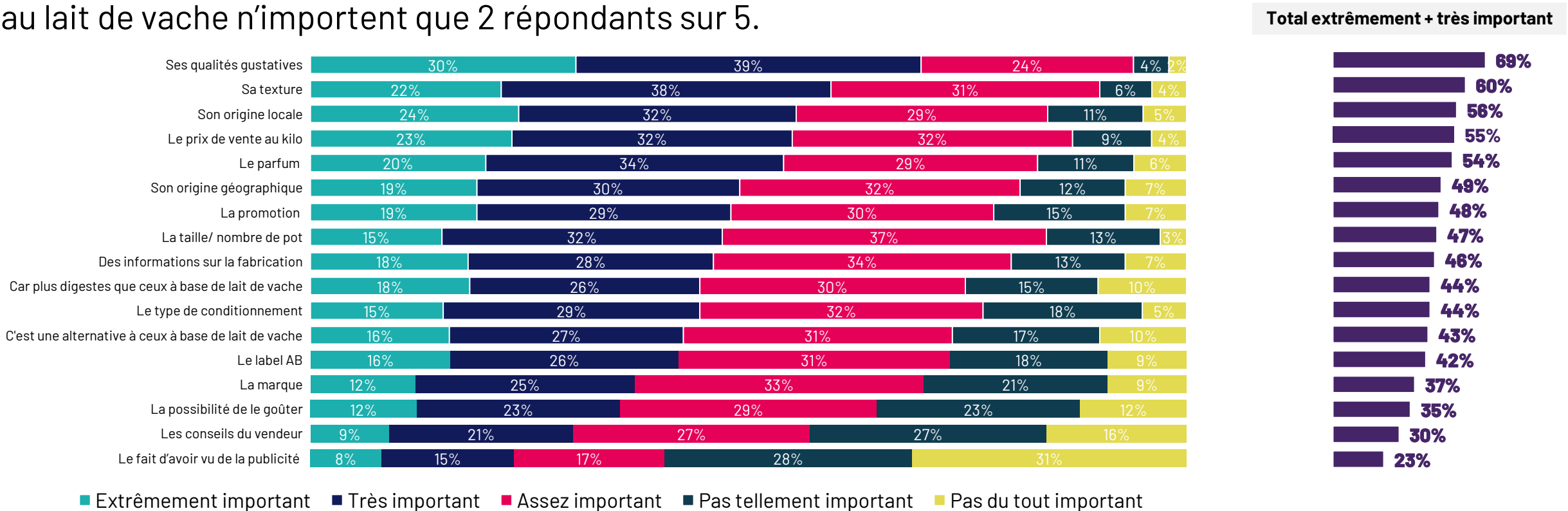


Les hommes, les 18-34 ans, ceux de la région parisienne et ceux avec enfants en consomment plus au petit-déjeuner, en collation et au goûter.

Base: (n=1179)
A quel moment vous ou vos proches consommez des yaourts/faisselles/desserts lactés au lait de brebis ? Plusieurs réponses possibles.

Critères d'achat - yaourts, faisselles, desserts lactés

Le goût est le critère le plus important dans le choix du produit. Cependant, ses bénéfices par rapport au lait de vache n'importent que 2 répondants sur 5.



Base: (n=1179)
Pour chacun des critères suivants, veuillez nous indiquer dans quelle mesure il est important pour vous lorsque vous choisissez des yaourts/faisselles/desserts lactés au lait de brebis :



Critères d'achat- T2B- yaourts, faisselles, desserts lactés

Les CSP – raisonnent leur achat pour qu’il allie plaisir avec un bon rapport qualité, quantité et prix.
Pour la moitié d’entre eux c’est également pour leur digestibilité.

	Total	CSP+	CSP-	Inactifs
Ses qualités gustatives	69%	69%	68%	70%
Son origine locale, symbole du terroir Français	56%	57%	55%	56%
Le prix de vente au kilo	55%	51%	62%	53%
Le parfum (nature, myrtille ...)	54%	56%	59%	49%
Son origine géographique	49%	49%	48%	51%
La présence d’une promotion en magasin	48%	47%	55%	41%
La taille de pot / nombre de pot	47%	46%	52%	42%
Des informations sur le mode de fabrication (type de lait etc...)	46%	43%	49%	47%
Car ils sont plus digestes que des yaourts/faisselles/desserts lactés à base de lait de vache	45%	42%	50%	42%
Le label AB AGRICULTURE BIOLOGIQUE	42%	43%	43%	40%
Pour trouver une alternative aux yaourts/faisselles/desserts lactés à base de lait de vache	42%	42%	45%	41%
La marque	37%	33%	44%	34%
La possibilité de le déguster, de le goûter	35%	31%	42%	33%
Les conseils du vendeur, du fromager	30%	26%	36%	27%
Le fait d’avoir vu de la publicité pour ce produit (magasin, TV, presse, réseaux sociaux)	23%	19%	29%	21%

Base: (n=1179)

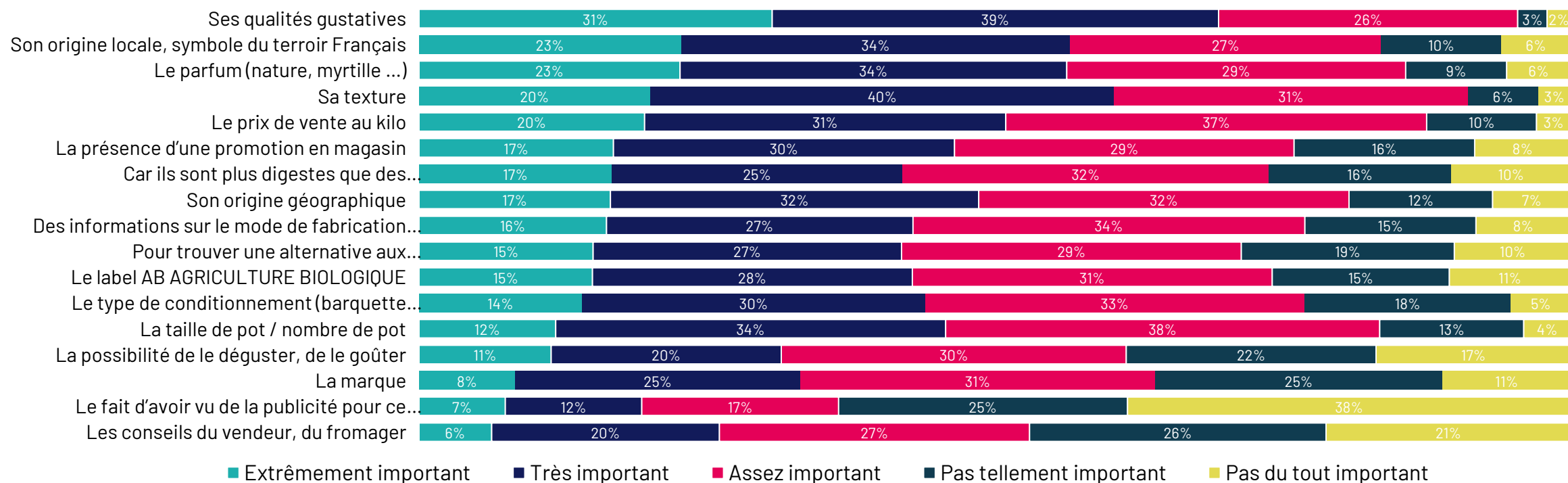
Pour chacun des critères suivants, veuillez nous indiquer dans quelle mesure il est important pour vous lorsque vous choisissez des yaourts/faisselles/desserts lactés au lait de brebis :

© Ipsos bva| Marché des produits frais à base de lait de brebis | 16 octobre 2025| Client Use Only | Strictly

Confidential

■ ■ Résultats significativement supérieur / inférieur au total

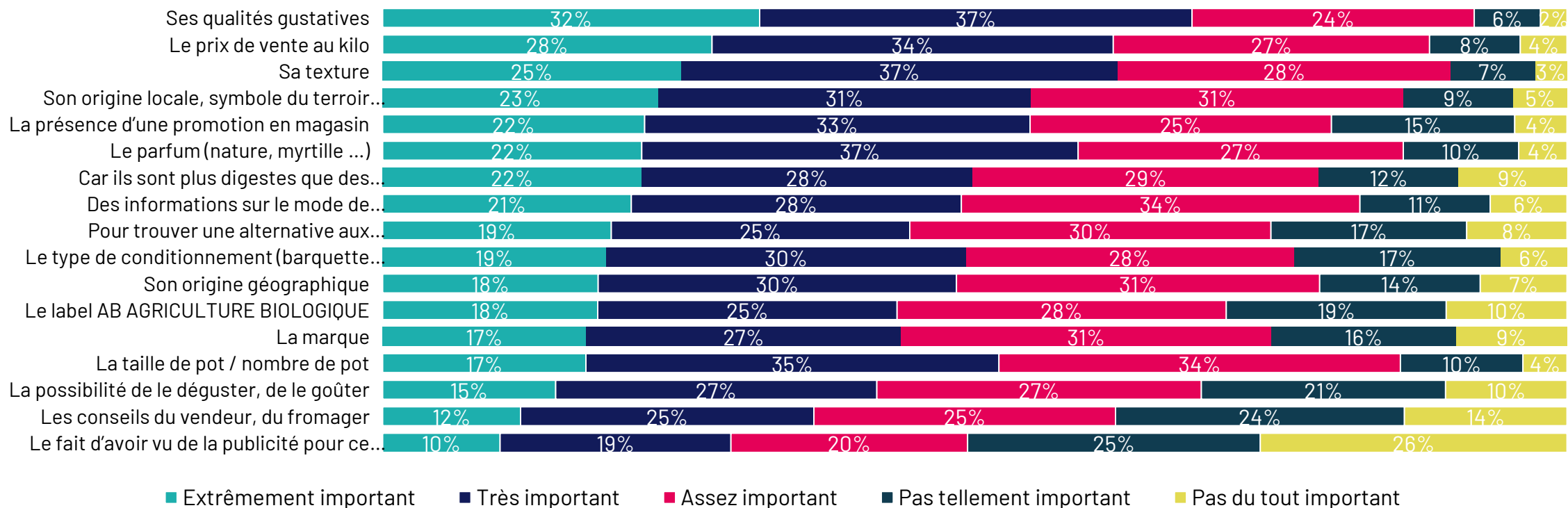
Critères d'achat - CSP+ - yaourts, faisselles, desserts lactés



Base: (n=1179)

Pour chacun des critères suivants, veuillez nous indiquer dans quelle mesure il est important pour vous lorsque vous choisissez des yaourts/faisselles/desserts lactés au lait de brebis :

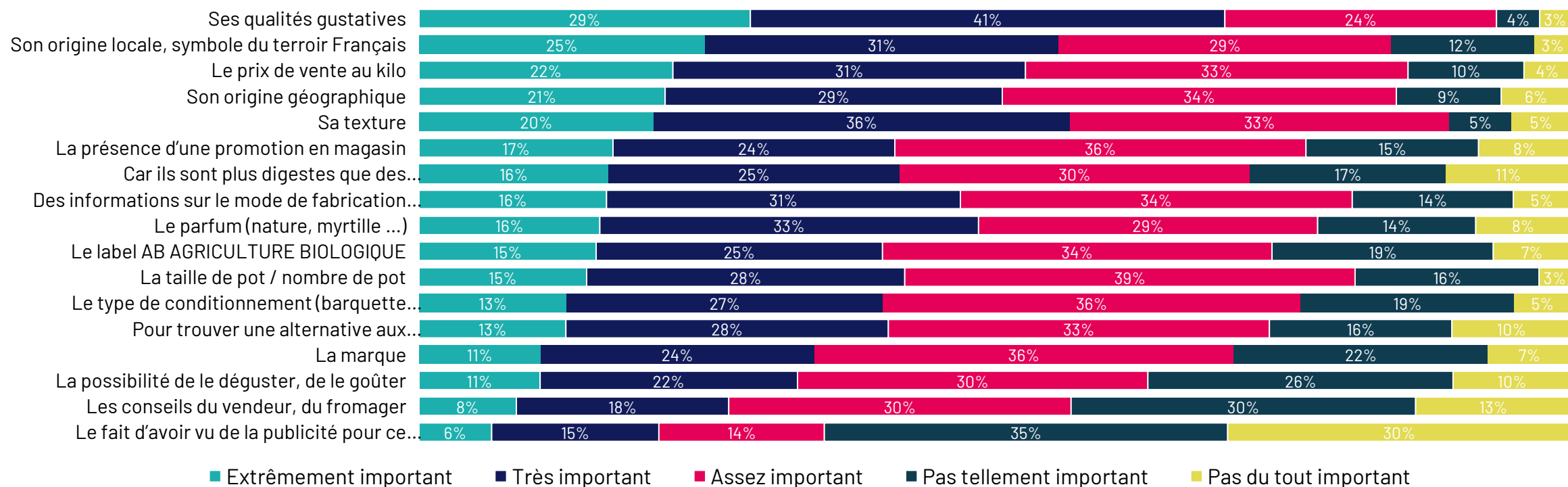
Critères d'achat - CSP- - yaourts, faisselles, desserts lactés



Base: (n=417)

Pour chacun des critères suivants, veuillez nous indiquer dans quelle mesure il est important pour vous lorsque vous choisissez des yaourts/faisselles/desserts lactés au lait de brebis :

Critères d'achat- Inactifs - yaourts, faisselles, desserts lactés

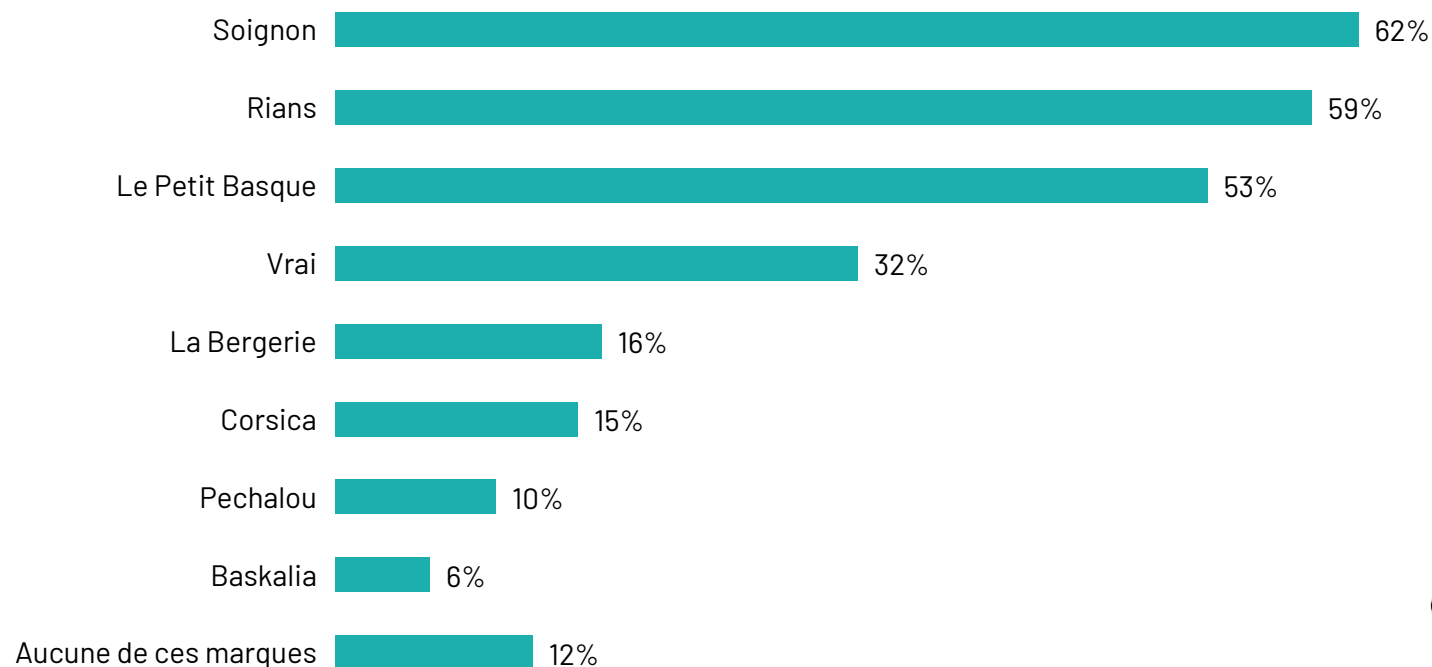


Base: (n=417)

Pour chacun des critères suivants, veuillez nous indiquer dans quelle mesure il est important pour vous lorsque vous choisissez des yaourts/faisselles/desserts lactés au lait de brebis :

Notoriété assistée - marques de yaourts, faisselles, desserts lactés

Les marques de yaourts de brebis bénéficient d'une assez bonne notoriété. Soignon, marque également de produits à base de lait de chèvre, et Rians sont les plus connues avec près de 60% de notoriété.



Les 55-64 ans ont la moins bonne connaissance des marques de yaourts de brebis.

Base: (n=2000)

Quels sont toutes les marques de yaourts, faisselles ou desserts lactés à base de lait de brebis que vous connaissez, ne serait-ce que de nom ? Plusieurs réponses possibles

Les desserts lactés au lait de brebis : seulement 17% de consommateurs hebdomadaires et encore 20% de Français qui n'en ont jamais goûté

04

31%

des Français ne consomment pas de desserts à base de lait de brebis

Et **20% n'en ont jamais goûté**

Le premier frein est le **goût supposé fort du lait de brebis**, notamment par rapport aux autres laits.

23% ne pensent pas à en acheter.

Le prix est un frein pour **20% des non-acheteurs**

8%

ont arrêté d'en consommer

Le prix est un obstacle pour 25% d'entre eux, et l'inflation pour 9%.

17%

des Français en consomment au moins une fois par semaine

Un produit qui figure sur la liste de courses seulement pour 44% des consommateurs.

Les 1ers critères d'achat reposent sur la qualité du produit, **néanmoins le prix** est important également pour les consommateurs.

SYNTHÈSE ET RECOMMANDATION

Si le positionnement prix des produits à base de lait de brebis est un facteur de la baisse des ventes du marché, c'est d'abord par goût que les consommateurs ont cessé de consommer:

1 Dans 1 cas sur 3, l'arrêt de consommation est difficile à dater

Pour 1 abandonniste sur 3, il est difficile de situer dans le temps l'arrêt de consommation de fromage à base de lait de brebis.

2 Les goûts personnels drivent leurs choix

Les **goûts, préférences gustatives** sont le premier driver sur le marché des fromages : 1^{er} levier qui explique **l'abandon et la non-consommation du segment brebis**.

Concernant les **desserts frais, les goûts personnels** sont également le premier facteur cité par les abandonnistes et non acheteurs

En termes de **critères d'achat, les qualités gustatives** sont très importantes pour près de 3 acheteurs sur 4 de fromage de brebis et 69% des acheteurs de desserts à base de lait de brebis.

3 Le prix est un facteur mais pas principal

En spontané, une faible minorité des abandonnistes évoquent le prix élevé lorsqu'on leur parle des produits de brebis.

En assisté, le prix et le contexte inflationniste sont évoqués par certains abandonnistes des fromages et desserts à base de lait de brebis, et se positionnent comme 2^{ème} facteur.

En termes de **critères d'achat, le prix de vente au kilo est très important** pour un peu plus de la moitié des acheteurs de produits à base de lait de brebis.

4 Des produits qui ne font pas encore partie du quotidien

Par rapport aux **produits à base de lait de vache**, la consommation des produits à base de lait de brebis est plus occasionnelle. Certains fromages sont fortement consommés lors d'occasions particulières.

Pour les fromages de brebis moins connus, une part importante de non-acheteurs **ne pensent pas à acheter**.

De plus, les abandonnistes sont **nombreux à s'être lassés** de certains fromages (25% pour le Roquefort, 19% pour la fêta, 18% pour le pérail).

Une méconnaissance des consommateurs sur l'ensemble de la filière lait de brebis et des produits.

1 Une filière lait de brebis qui souffre d'un manque de notoriété

Les consommateurs sont **peu avertis** sur les pratiques de la filière. En **spontané**, la majorité ne savent pas se positionner, **en assisté**, plus de **20%** des répondants ne connaissent pas les **caractéristiques** de la filière.

Cependant pour les **connaisseurs**, la filière est très **bien perçue**. La production est perçue comme **peu intensive**. Les **cheptels** sont de **taille modérée** et les **éleveurs respectueux** de leurs bêtes et du terroir.

2 Le lait de brebis plébiscité pour ces vertus

Le lait de brebis est **consommé** par près de **70%** des répondants. Ce lait est bien perçu, notamment en ce qui concerne les **intolérances /allergies**.

Cependant, **40 à 50%** des consommateurs ne sont pas en capacité de bien **distinguer** les différents **laits**.

3 Méconnaissance et confusion

Des fromages appréciés des consommateurs et décrit en **spontané** comme **prononcé et authentique**. Cependant, certains fromages comme les fromages Corse ou d'importation restent **confidentiels**.

Les consommateurs ont du mal à associer les fromages de brebis, il y a notamment une forte confusion sur le **Roquefort**.

Leur achat n'est pas forcément prévu, et peut résulter d'un **achat d'impulsion** en passant devant le rayon.

4 Des yaourts qui subissent des préjugés

1 répondant sur 5 n'a jamais goûté les yaourts au lait de brebis. Les **fréquences** de consommation sont bien **plus faibles** que les produits à base de **lait de vache**.

Parmi les non-consommateurs /abandonnistes, les freins sont le **prix** mais également la perception d'un **goût** jugé trop fort et la **préférence** pour les autres produits.

L'achat de yaourts au lait de brebis est également **peu ancré** dans les **habitudes** des consommateurs

Recommandations

1 COMMUNIQUER LARGEMENT SUR LES ATOUTS DE LA FILIERE ET LES QUALITES DES PRODUITS

Communiquer sur la filière sur ces caractéristiques pour combler le manque face à la filière lait

Appuyer sur les bénéfices du lait de brebis : digestion, plus faible intolérance, bienfaits pour la santé.

La qualité peut faire accepter le prix jugé cher par certains.

Utiliser les réseaux pour communiquer auprès des plus jeunes, et notamment les influenceurs en cuisine, adeptes des produits plus sains.

2 EMERGER EN RAYON

Les produits laitiers sont consommés régulièrement mais les produits à base de lait de vache sont consommés par habitude, avec une large part des Français qui n'ont jamais goûté certains produits à base de lait de brebis.

Beaucoup d'achats sont réalisés spontanément en rayon :

→ **émerger en rayon**, faire ressortir les appellations AOP, origine France

→ mener plus **de promotions** même si ce n'est pas un critère d'achat, le manque de présence à l'esprit représente un fort manque à gagner et le prix est un frein important

3 POUSSER LA DEGUSTATION

Faire déguster les produits pour les faire connaître auprès des consommateurs, notamment les yaourts ou faisselles et fromages moins connus.

Briser cette idée reçue de produits avec un gout fort via des dégustations

« Casser les préjugés en proposant une échelle de goût – et des recettes adaptées à tous les palais ! »

VOS CONTACTS SUR CETTE ÉTUDE

NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS AIDER

Equipe experts études qualitatives

Margaux Méciar

Margaux.meciar@ipsos.com



Cheffe de groupe

Théo Dauphin

theo.dauphin@ipsos.com



Chargée d'études

Equipe expertes études quantitatives

Florence Léandre

Florence.Léandre@ipsos.com



Directrice d'études

Ombeline Ray

Ombeline.ray@ipsos.com



Chargée d'études

**Ce document a été rédigé selon les standards Qualité d'Ipsos.
Il a été relu et validé par : Florence Léandre, Directrice d'études**

ANNEXES

NOS ENGAGEMENTS

CODES PROFESSIONNELS, CERTIFICATION QUALITÉ CONSERVATION ET PROTECTION DES DONNÉES

Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de marché et d'opinion suivants :

- **SYNTEC** (syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France ; www.Syntec-etudes.Com)
- **ESOMAR** (European Society for Opinion and Market Research, www.Esomar.Org)



**Ipsos France est certifiée ISO 20252 :
Market Research - version 2019
par AFNOR CERTIFICATION**

Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et normes internationales.

Ipsos France s'engage à appliquer le **code ICC/Esomar** des études de marché et d'opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.



Ipsos s'engage à respecter les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'informations sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

A ce titre, la durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :

de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc .

de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente.

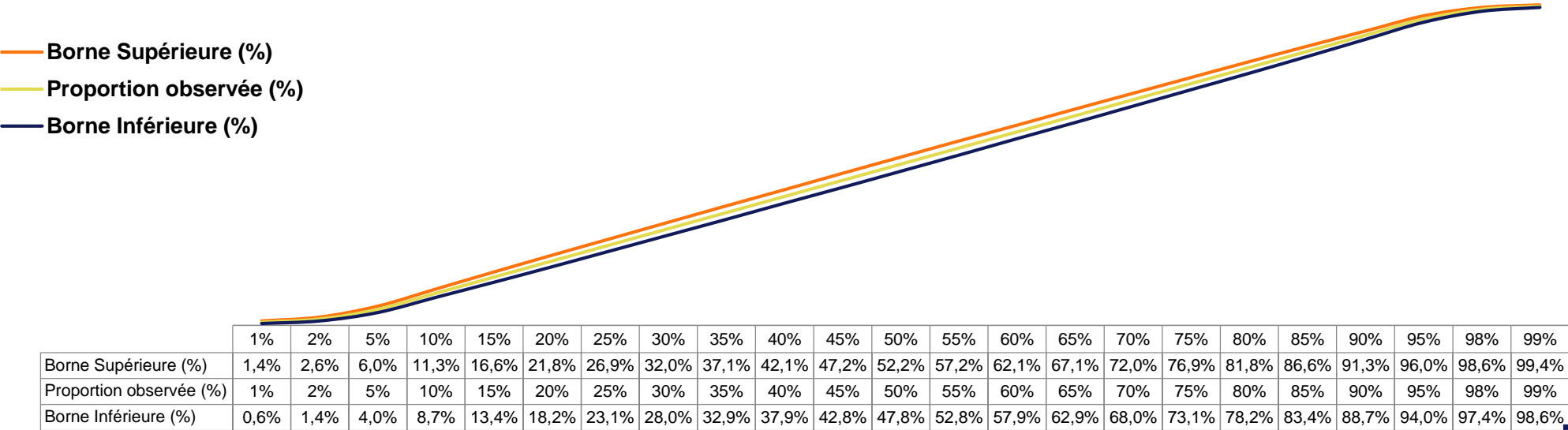
FIABILITÉ DES RÉSULTATS

Feuille de calcul

En l’occurrence s’agissant de cette étude :

- Intervalle de confiance : [sélectionner entre] 95%
- Taille d’échantillon : [saisir la taille de l’échantillon] 2000

Les proportions observées sont comprises entre :



FICHE TECHNIQUE ÉTUDE AVEC IPSOS.DIGITAL (LEVEL 2 ET 3)

Fiche technique

Communauté

MÉTHODOLOGIE

- **Communautés : nb de participants : 75**
- **Profils :** Femmes/Hommes 25-66 ans , consommateurs de produits à base de laits de brebis ou abandonnistes de cette cible.
- **Mode de recrutement :** Via Connect Live + prestataire externe 2EM

RECUEIL

- **Dates de réalisation :** Du 3 au 7 Février 2025
- **Type de dédommagement :**
chèques-cadeaux,
- **Contrôle de la qualité de la collecte:**
- Validation du recrutement par rappel du participant
- Validation des profils des répondants
- Surveillance de la fréquence de participation
- Validation du niveau de compétence de l'animateur .
- Les données seront conservées 1 an

PORTÉE DE L'ANALYSE

- **Ce dispositif d'étude est basé sur une méthodologie qualitative.**
- Les résultats ne peuvent pas être projetés à l'ensemble de la population en raison de la sélection de l'échantillon, de la taille de l'échantillon et des méthodes utilisées.

Fiche technique

Étude avec Ipsos.Digital (level 2 et 3)

ÉCHANTILLON

- **Population cible** : 2000 français représentatif de la population française
- **Tirage de l'échantillon** : échantillon constitué par tirage aléatoire dans la base des panélistes éligibles pour l'étude.
- **Critères et sources de représentativité** : sexe, âge sur 4 tranches, CSP, zones UDA (données INSEE, du panel, ...)

COLLECTE DE DONNÉES

- **Dates de terrain** : 7 au 12 mai 2025
- **Taille de l'échantillon final** : 2000 individus
- **Mode de recueil** : Recueil On line Panel Ipsos
- **Outil** : Fast Fact
- **Type d'incentive** : Programme de fidélisation avec système de récompense par cumul de points pour les panélistes
- **Méthodes de contrôle de la qualité des réponses**: surveillance des comportements de réponse des panélistes (Repérage des réponses trop rapides ou négligées (cochées en ligne droite ou zig zag par exemple))
- Contrôle de l'IP et cohérence des données démographiques.
- Les données seront conservées 1 ans

TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Pondération de l'échantillon sur les critères suivants:
- Age, sexe, région UDA 5, CSP

FIABILITÉ DES RÉSULTATS : Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases de l'étude.

EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du répondant, taux de participation, nombre de relances,...).

EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

Fiche technique

Organisation (Étude France)

LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Elaboration du screener/guide d'animation/
d'entretien
- Coordination du recrutement des participants
- Validation des profils et critères de recrutement
(contre fichier Syntec)
- Animation
- Analyse
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Présentation orale

LES ACTIVITÉS CONFIÉES À NOS PARTENAIRES RÉFÉRENCÉS

- Création et gestion de la plateforme de
discussion
- Recrutement des participants
- Versement des incentives

Fiche technique

Organisation (Étude sur panel online)

LES ACTIVITÉS CONDUITES OU COORDONNÉES PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Coordination de la collecte
- Coordination de la codification et validation du plan de codes
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Mise en forme des résultats
- Présentation orale
- Analyses et synthèse

MATÉRIEL D'ÉTUDE

LE MATÉRIEL D'ÉTUDE

LE(S) QUESTIONNAIRE(S)



Document



Document
Microsoft Word

À PROPOS D'IPSOS

Ipsos est l'un des leaders mondiaux des études de marché et des sondages d'opinion, présent dans 90 marchés et comptant près de 20 000 collaborateurs.

Nos chercheurs, analystes et scientifiques sont passionnément curieux et ont développé des capacités multi-spécialistes qui permettent de fournir des informations et des analyses poussées sur les actions, les opinions et les motivations des citoyens, des consommateurs, des patients, des clients et des employés.

Nos 75 solutions s'appuient sur des données primaires provenant de nos enquêtes, de notre suivi des réseaux sociaux et de techniques qualitatives ou observationnelles.

Notre signature « Game Changers » résume bien notre ambition d'aider nos 5 000 clients à évoluer avec confiance dans un monde en rapide évolution.

Créé en France en 1975, Ipsos est coté à l'Euronext Paris depuis le 1er juillet 1999. L'entreprise fait partie des indices SBF 120, Mid-60, STOXX Europe 600 et est éligible au service de règlement différé (SRD).

ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP

www.ipsos.com

35 rue du Val de Marne
75 628 Paris, Cedex 13 France
Tel. +33 1 41 98 90 00

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Individus.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.

La clef du succès se résume par une vérité simple :

You act better when you are sure.

MERCI

NAME:

LEANDRE FLORENCE

DETAILS:

Florence.leandre@ipsos.com



LES ÉTUDES

Image et perception des produits au lait de brebis par les consommateurs
édition novembre 2025



Directeur de la publication : Martin Gutton
Rédaction : Ipsos
Conception et réalisation : service Communication / Impression : service Arborial

12 rue Henri Rol-Tanguy - TSA 20002 / 93555 MONTREUIL Cedex
Tél. : 01 73 30 30 00 ■ www.franceagrimer.fr

 FranceAgriMer
 FranceAgriMer FR