



les journées
professionnelles
de Rennes 2018



Pôle halieutique,
mer et littoral

● Du poisson dans nos boîtes aux lettres ? ●



Focus sur les consommateurs millennials

*Stéphane GOUIN
AGROCAMPUS OUEST*



31 mai 2018

Étude Valorial 2017

Étude réalisée avec la collaboration de :

Fabrice Clochard, sociologue, directeur de projet au Centre Culinaire Contemporain

Clothilde Mangin, Master 2 Agrocampus Ouest, option marketing management agroalimentaire

6 mois d'étude qualitative : focus groups, carnets de vie et workshops



Avec le soutien financier de

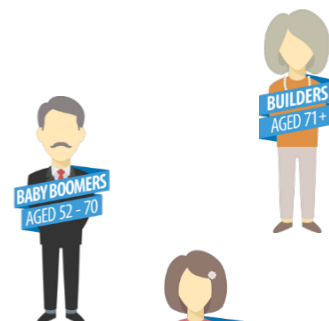


PLAN

1. Caractéristiques des millennials
2. Comportements alimentaires
3. Conclusion

Cible : 15 - 25 ans

Seniors (baby boomers nés entre 1945 et 1960)



Génération X (individus nés entre 1960 et 1980) :

La télévision représentait l'avancé technologique par excellence



Génération Y (personnes nées entre 1980 et 1995) :
les enfants du millénaire (« Millennials »), « digital native »

Première génération « digital native »

Véçu dès l'enfance parmi les médias envahissants : télé, téléphone, Internet, et plus tard durant leur début d'adolescence le « download » de musique, le chat et la télé-réalité



Génération Z (personnes nées dans des années 2000) :

Née avec le numérique, l'usage des objets numériques ou réseaux sociaux est intuitif



Génération alpha (enfants nés depuis 2010) :

Née, non plus « avec » mais, « dans » le numérique



<http://mccrindle.com.au>

- 20 % de la population (Nielsen, 2017),
 - 16 millions d'individus (Kantar, 2017),
 - 43% d'entre eux ont déjà des enfants
 - Génération des 15-25 ans : 9 millions en France
 - Ils représenteront 75 % de la pop active en 2025 (Kantar, 2016)
-
- ✓ Ce sont majoritairement des petits foyers aux revenus limités
 - ✓ Logique de construction identitaire et d'affirmation de soi

1913
1^{er} réfrigérateur

1971
1^{er} modèle Thermomix

2000
1^{er} drive alimentaire

Avancées technologiques

2016
Casques de réalité virtuelle

2015
Apple Watch

1920
1^{er} lave vaisselle électrique

Avancées en cuisine

Années 90
1^{eres} plaques à induction

2004
facebook

1947
1^{er} four à micro-onde

1998
Google

1995
amazon

Objets connectés



1967
1^{ere} télévision couleur

Avancées électroniques

1973
1^{er} appel avec téléphone portable

1984
1^{er} Macintosh

2004
Explosion marché du Wi-Fi



2007
1^{er} Iphone

2010
1^{er} Ipad

Image Perçue

- Génération moi
- Narcissiques
- Fainéants
- Instables
- Changeants facilement de travail
- Peu ambitieux



millennialmoney.com

Les journées professionnelles de Rennes - 3^e édition - 31 mai 2010



Image réelle



15-17 ans

- Contestataires / Communautarisme
- Construction de leur personnalité

Chez les parents



18-22 ans

- Tribal
- Affirmation du soi

Émancipation/
Co-location



23-25 ans

- Renforcement des réseaux
- Flexible

Location/ en
couple...



Ultra connectés



Diversifiés



Pressés



Sensibles au bien être



Conviviaux

Ultra connectés :



food service vision

Constamment connectés en ligne sur leurs **smartphones, tablettes, ordinateurs** (du E-commerce au M-commerce)

Mais aussi : jouer, s'informer, consulter ses mails, rechercher tous types d'informations, ...

Influenceurs : Leaders d'opinion (blogueurs, peopes, ...) sur réseaux sociaux

ex: Instagram Selena Gomez : **128 M** abonnés

16-24 ans : **6,1h/jour** online (4,1h pop totale) (KANTAR, 2017)

Manger devant les écrans

(au moins **1 fois sur 2 pour 61%** des jeunes)

(IPSOS, 2012)

Connectés 24h/24 grâce aux montres connectées

Sur consommateurs de séries sur netflix



Diversifiés :

- Abonnement box personnalisées
 - Produits **free from** (gluten, lactose, ...)
 - Pop-up Stores, Showroom, Retail restauration
 - **Objets connectés** (assurances, coach sportif, ...), imprimante 3D
 - Starbucks, Coca cola, Nutella, my M&M's, Danette, Haribo, ...
 - Restaurants spécialisés en offres ethniques : Sushi shop, Chiplote, Fresh Burritos, ...
- « En 15 ans, la France est passée d'une offre de restauration rapide à 2 produits (le sandwich et le burger) à une offre comportant **35 produits** ! » (MALET, 2015)



« Kitchen Trotter »



« Gourmibox »



Pressés :

- Nouveaux services de **livraison** (Foodora, Deliveroo, UberEats, Amazon Prime Now, Mc Do livraison)

- Produits de quatrième gamme

Ex : fruits exotiques en barquettes **fraiche découpe**



E.Leclerc de LANDERNEAU

- Cuisson **rapide, express** (ex : pâtes, riz, ...), préparations gâteaux
- Produits **nomades** à emporter : sandwich, part de quiche, pizza, box
- **Casiers click & collect** Intermarché : ouverts 7J/7 et 24H/24

- Danemark : « McBike »



Pinterest

Sensibles au « Bien être » :

- ❑ Tendance actuelle intéressante : « **manger sain** » (régimes vegan, flexitarien, végétarien, réductarien)
 - substitution des protéines animales par les végétales (GASSIE & OUDIN, 2017)
 - mieux se nourrir mais aussi préserver le **bien être animal** et **environnemental**
 - les jeunes sont sensibles au **BIO** et au **local**

- ❑ **Achat en vrac** : tendance → plus de packaging

- ❑ Produits avec allégations santé :
 - produits « **enrichis** » : omega 3, protéines, vitamines, fibres...
 - produits « **sans** » : sucre, sel, additifs, conservateurs, colorants, ...
 - **superfruits**: Açaï, Gogi, Chia, Cranberries, Spiruline, eau de coco, ...
 - terme « **détox** » (régime, boisson, thé/tisane)

- ❑ Fast good → restauration rapide sains, équilibrés, diététique
Ex : « Prêt à manger »

Conviviaux :

- ✓ L'« afterwork » : pour 40 % → moment préféré pour consommer au bar



- ✓ La commensalité, partage du repas avec des pairs (MONCE, 2015)
 - « Cereal Killer Cafe » : premier bar à céréales (Londres)
 - Bar à salade, pâtes, pizza (ex : Vapiano)
 - Nutella bar (Chicago)

Food service vision

- ✓ Consommation alimentaire de rue en groupe (**Street food**)
→ temps de partage alimentaire, de convivialité (OCHA, 2009)



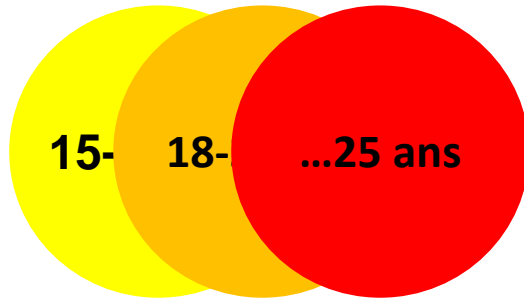
- ✓ Le fast-food → lieu d'apprentissage de la citoyenneté et de la sociabilité, lieu de **rencontre** pour les adolescents (CLEMENT, 2012)

- ✓ **Services collaboratifs** : boncoin, blablacar, airbnb, Stootie

- Petit-déjeuner 9 mn (25% n'en prennent pas)
- Déjeuner : 24 mn
- Dîner 27 mn
- 59% déjeunent « sur le pouce »
- 23% boivent des sodas pendant les repas
- 38% consomment quotidiennement fruits et des légumes
- Le goûter conserve de l'importance surtout chez les 15-17 ans

(Source : Crédoc, 2016)

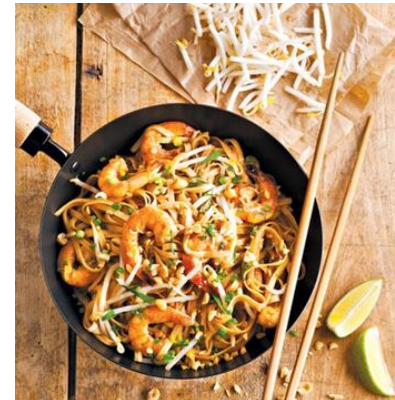
- ✓ Ils cuisinent peu et sur-consomment des produits préparés: pizzas, plats traiteur frais ou plats déshydratés, salades 4ème gamme, pain de mie, pâtes fraîches, charcuterie de volaille...
- ✓ Un autre fait saillant concerne le snacking sucré. Ils sont en effet adeptes des céréales ou des barres de céréales, des glaces et surconsomment des soft-drinks. Mais ces « marqueurs » de consommation étaient déjà présents il y a 10 ans...
- ✓ Recherchent des marques qui communiquent sur les valeurs, avec de l'authenticité, de l'expérience accompagnées d'une dose de digital



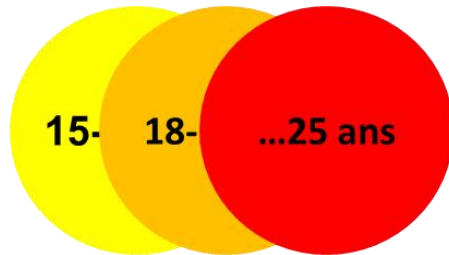
Produits de la mer



- ✓ Facile à transporter
- ✓ Facile à préparer
- ✓ Facile à partager
- ✓ Facile à consommer



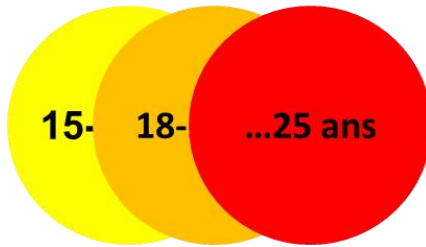
Poisson préparé : chez les parents car il faut du temps et un savoir-faire culinaire

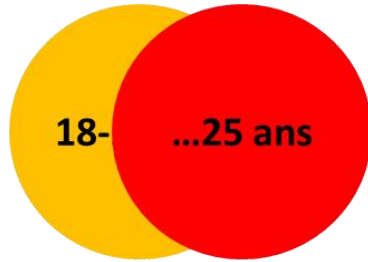


Leurs marques préférées :



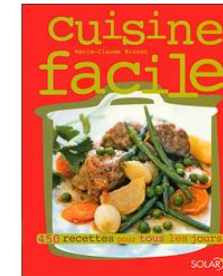
Les marques qu'ils possèdent chez eux





Je m'inscris gratuitement !

Jusqu'au 30 avril 2013



15-17 ans

Plaisir, déstructuré, roboratif

- ✓ Simples et faciles à manger
- ✓ Nomades
- ✓ À partager
- ✓ Permettant une préparation autonome et rapide, micro-ondables

18-22 ans

Bon et fonctionnel

- ✓ Produits services type snacks
- ✓ À emporter
- ✓ Vite et efficace

23-25 ans

Sains et ethniques

- ✓ Respectueux de l'environnement
- ✓ Plus naturels
- ✓ Sécurité alimentaire max, type SIQO
- ✓ À préparer et à partager type concepts mix

15-17
ans

Innovations partage

Produits funs, faciles à utiliser, à emporter, à partager entre copains et sur les réseaux

18-22
ans

Innovation service

Produits respectueux de l'environnement, personnalisés, faciles à cuisiner, à livrer!

23-25
ans

Innovation certifiée

Produits plus typés en termes de goût, de santé, de garantie, éco environnementaux



les journées
professionnelles
de Rennes 2018



Pôle halieutique,
mer et littoral

Merci de votre attention

Focus sur les consommateurs millennials

stephane.gouin@agrocampus-ouest.fr

Pôle halieutique



31 mai 2018