

# Plats préparés à base de poulet de qualité différenciée



CRIOC, Septembre 2009



Etude réalisée avec le soutien de la Région wallonne

## CRIOC

Centre de Recherche et d'Information  
des Organisations de Consommateurs



# Agenda

1. Objectifs
2. Méthodologie
3. Eléments d'appréciation issus de l'étude réalisée en 2006 sur les plats préparés (perception des plats préparés et consommation)
4. Consommation de plats préparés à base de poulet
5. Intérêt pour des plats préparés à base de poulet de qualité différenciée
6. Offre de plats préparés à base de poulet
7. Conclusions
8. Recommandations

# Objectifs

- Etude visant à établir l'opportunité de vendre des plats préparés à base de poulet de qualité différenciée

# Méthodologie

- Trois études ont permis de répondre aux objectifs fixés dans cette recherche.
  - Une étude quantitative réalisée en 2006 qui évalue la consommation, la perception des plats préparés, précise les habitudes en matière d'achats de plats préparés, décrit les raisons de choix et le profil des consommateurs. Les principaux éléments de cette étude sont présentés ci-après.
  - Une étude quantitative réalisée en 2009 qui analyse la demande, la consommation de plats préparés de poulet et l'intérêt pour les plats préparés à base de poulet de qualité différenciée.
  - Un Mystery Shopping réalisé en 2009 au cours duquel l'offre de plats préparés à base de poulet a été analysée dans les plus grandes enseignes alimentaires en Belgique.

# Méthodologie

- Etude quantitative (analyse de la perception des plats préparés)
  - 667 interviews réalisées par téléphone auprès des habitants de Belgique âgés de 17 ans et+ .
  - Field : mars - avril 2006.
  - Échantillon aléatoire stratifié redressé.
  - Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats ( $\chi^2$ , marge d'erreur, analyse de segmentation et typologie).
  - La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3,8%.
  - Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction de la localisation (régions), du genre, de l'âge, de la taille et de la composition du ménage, des groupes sociaux (inférieurs, moyens, supérieurs), du fait d'être PRA ou non (principal responsable d'achat).
  - L'étude porte sur les plats préparés au sens large (viande, poisson, légumes, pâtes, riz, accompagnement, quiches, tartes salées, soupes, sandwiches, pizzas, desserts).

# Méthodologie

- Etude quantitative (analyse de la demande - consommation de plats préparés de poulet et intérêt pour les plats préparés à base de poulet de qualité différenciée)
  - 618 Interviews réalisées par téléphone auprès des habitants de Belgique âgés de 17 ans et +.
  - Field : mai 2009.
  - Échantillon aléatoire stratifié redressé.
  - Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats ( $\chi^2$ , marge d'erreur).
  - La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3,9%.
  - Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction de la localisation (régions), du genre, de l'âge, de la taille et de la composition du ménage, des groupes sociaux (inférieurs, moyens, supérieurs), du fait d'être PRA ou non (principal responsable d'achat), de la présence d'enfants dans le ménage.

# Méthodologie

- Mystery shopping (analyse de l'offre)
  - Field : mai 2009
  - Les plus grandes enseignes alimentaires (Delhaize, Cora, Carrefour, Aldi, Colruyt) ont été visitées.
  - L'offre de plat préparés a été analysée. Plusieurs types de plats préparés ont été relevés
    - Soupes au poulet, à la volaille
    - Plats préparés complets à base de poulet
    - Plats semi-préparés à base de poulet
    - Surgelés à base de poulet
    - Salades de poulet à tartiner et sandwichs au poulet
    - Salades fraîches à base de poulet prêtes à l'emploi.
  - Ces différents plats se trouvaient au rayon frais, au rayon traiteur, au rayon surgelés, au rayon produits secs (conserves, ...).

# Méthodologie

- Les critères suivants ont été analysés pour chaque produit:
  - Dénomination du produit
  - Marque
  - Type de produit (surgelé, frais, sous vide, en conserve, en bocal, etc.)
  - Quantité du produit (poids)
  - Origine du producteur
  - Prix du produit
  - Mode de préparation (micro-ondes, four, poêle, prêt à l'emploi, etc.)
  - Quantité de poulet dans la préparation
  - Présence éventuelle d'un label
  - Information présente sur les spécificités de la viande de poulet et visibilité de cette information
  - Présence éventuelle d'allégation santé
- La liste complète des produits et leur analyse se trouvent en annexe (document annexe de l'étude plats préparés de poulet de qualité différenciée).

# La perception des plats préparés (rapport 2006)

## Quelques éléments d'appréciation issus de l'étude quantitative réalisée en 2006

- Les consommateurs restent sceptiques quant à la qualité des plats préparés, même si leur côté pratique est le plus apprécié.
  - Les plats préparés sont surtout appréciés des consommateurs pour:
    - leur variété : 54% des consommateurs apprécient la variété des recettes de plats préparés proposés.
    - leur goût : 56% des consommateurs estiment que les plats préparés ont plus de goût que les plats faits maison. Mais cette appréciation va de pair avec une perception négative de leur composition (trop sucré, trop gras, trop salé).
    - leur côté pratique et facile : plus de la moitié des consommateurs apprécient le gain de temps, le fait de ne pas devoir cuisiner et de pouvoir manger un repas « complet ».
- La perception des qualités nutritionnelles des plats préparés n'est pas encourageante.
  - Les consommateurs les estiment nettement moins sains que les plats faits maison ou cuisinés traditionnellement. Ils ne sont pas convaincus que les ingrédients utilisés dans les plats préparés soient de meilleure qualité que ceux qu'ils achètent pour cuisiner. Les plats préparés sont également perçus comme plus sucrés, plus gras et plus salés.

# La perception des plats préparés (rapport 2006)

- Le niveau de prix des plats préparés n'est plus considéré comme par le passé comme excessif
  - 51% des consommateurs estiment que les plats préparés ont un bon rapport qualité prix. Mais, néanmoins, les consommateurs estiment que le prix d'un plat préparé est supérieur au coût de revient d'un plat fait maison.
  - Cependant, ces dernières années, un consommateur sur deux estime qu'une évolution positive est apparue, en particulier en ce qui concerne le prix et (moins fréquemment) la qualité nutritionnelle des plats préparés, le goût ou la variété.

# La consommation de plats préparés (rapport 2006)

- **Une consommation importante et régulière**
  - Quatre consommateurs sur cinq déclarent acheter des plats préparés et cinq sur six en consommer. Les jours les plus fréquents de consommation de plats préparés sont le vendredi, le samedi (plus fréquemment lors du repas du soir) et, dans une moindre mesure, en début de semaine (plus logiquement lors du repas du midi, pris en dehors du domicile).
  - La moyenne journalière de consommation est de 1.2, ce qui signifie que certains consommateurs mangent des plats préparés plus d'une fois par jour, notamment, en début de semaine où la fréquence journalière de consommation de plats préparés est plus importante.
  - En semaine, le menu type du consommateur de plat préparé est la pizza (surgelée ou fraîche) et le sandwich garni achetés principalement en grande surface. Le weekend, les consommateurs se tournent plus fréquemment vers les plats livrés chauds auprès des traiteurs et restaurateurs. La pizza reste le plat le plus fréquemment consommé.

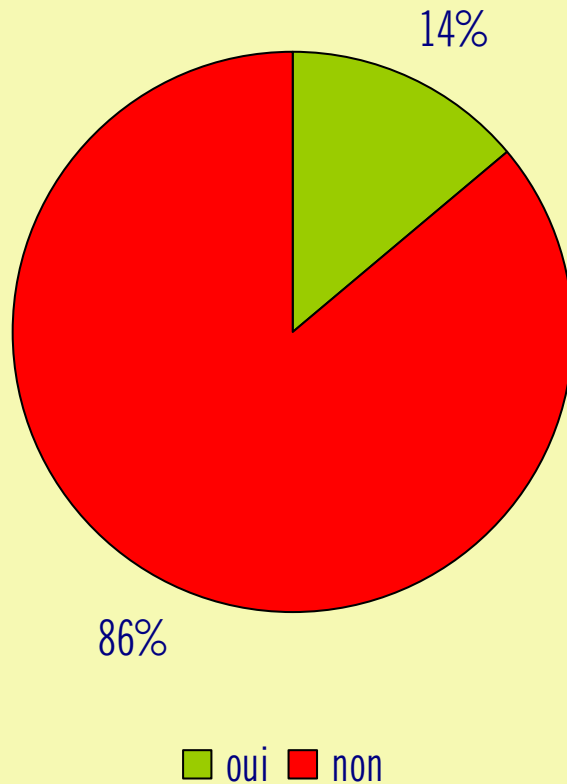
# La consommation de plats préparés (rapport 2006)

- **Des adeptes de plats préparés principalement jeunes et flamands**

La typologie a mis en avant les profils de consommateurs de plats préparés.

- Les « adeptes de la cuisine toute prête », jeunes aisés et flamands, ils consomment fréquemment des plats préparés mais restent sceptiques quant aux qualités nutritionnelles et au rapport qualité prix, même si la facilité guide leur choix.
- Les « gagners de temps », jeunes adultes avec enfants, ils consomment des plats préparés principalement en semaine. Convaincus de leurs atouts, les plats préparés s'offrent à eux comme une solution pratique et facile car ils cuisinent peu.
- Les « yoyos », consommateurs appartenant aux groupes sociaux inférieurs vivant seuls ou dans un ménage de 2 personnes avec enfants, ils consomment parfois des plats préparés par facilité, pour varier les goûts et gagner du temps. Cependant, ils estiment que ceux ci sont plus chers que les plats faits maison et moins bons pour la santé.
- Les « ascètes », consommateurs flamands majoritairement composé de principaux responsables d'achat, âgés de 50 à 64 ans, ils consomment peu de plats préparés mais en ont une perception positive.

# Consommation de plats préparés à base de volaille

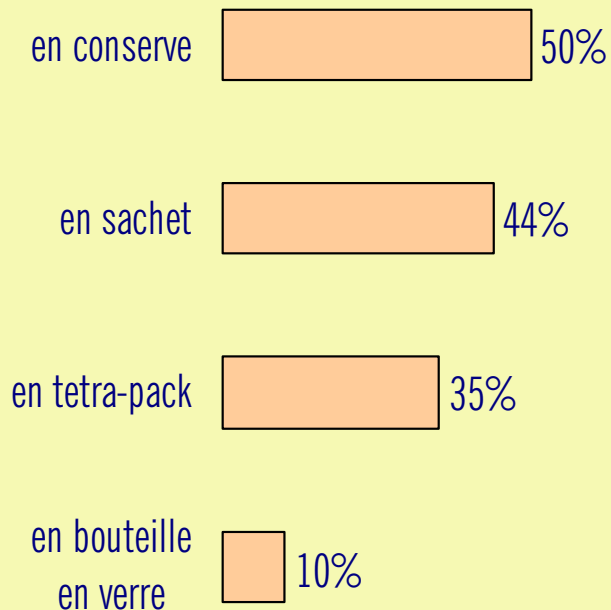


➤ Achetez-vous des soupes au poulet, à la volaille ?

- Un consommateur sur sept achète des soupes au poulet, à la volaille. Les consommateurs âgés de 30 à 39 ans (4%), les ménages de 4 personnes (7%) et les familles avec enfant(s) de 0 à 11 ans (4%) sont moins nombreux dans ce cas.
- Par rapport à l'ensemble des acheteurs de plats préparés (78%), ce pourcentage est moins élevé, preuve s'il en est de l'intérêt moindre de ce type de produit pour le consommateur.

Base : répondants, étude 2009

# Consommation de plats préparés à base de volaille

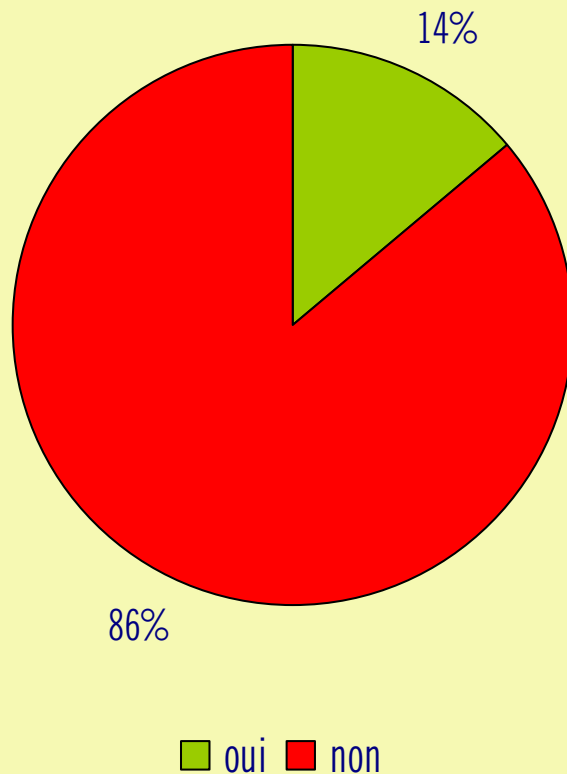


➤ Quel type de contenant? (achats de soupes au poulet, à la volaille)

- Les consommateurs de soupes à la volaille l'achètent principalement en conserve (dans un cas sur deux), en sachet ou en tétra-pack.
- Dans un cas sur dix, il s'agit de soupe en bouteille en verre.
- Les consommateurs appartenant aux groupes sociaux inférieurs choisissent plus fréquemment de la soupe de volaille en conserve (84%) et les consommateurs âgés de 50 à 64 ans en sachet (73%).

Base : Répondants qui achètent ce type de plat préparé ; plusieurs réponses possibles, étude 2009.

# Consommation de plats préparés à base de volaille

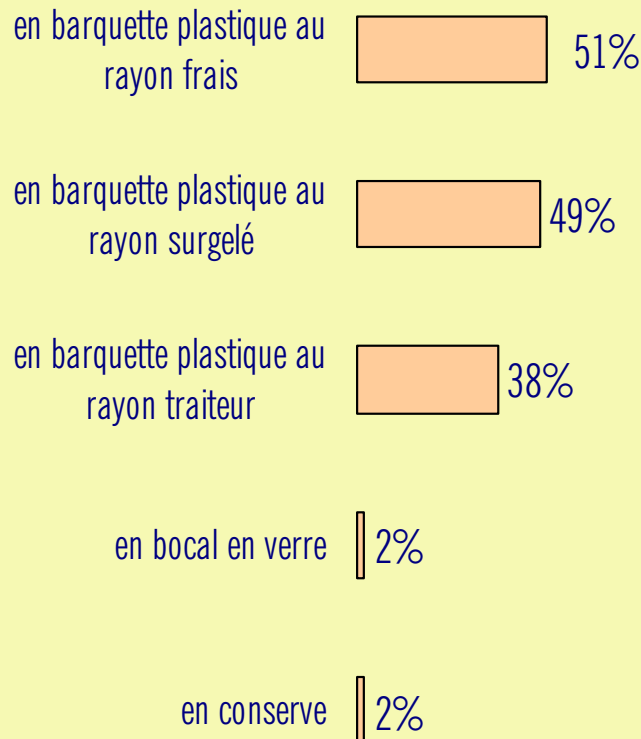


➤ Achetez-vous des plats complets préparés à base de viande de poulet ?

- Un consommateur sur sept achète des plats préparés complets à base de viande de poulet. Les hommes et les consommateurs appartenant aux groupes sociaux supérieurs sont plus nombreux (23%) que la moyenne à en acheter. Les femmes (8%) et les familles avec enfant(s) de 0 à 11 ans (7%) sont par contre moins nombreux dans ce cas.
- Par rapport à l'ensemble des acheteurs de plats préparés (78%), ce pourcentage est moins élevé, preuve s'il en est de l'intérêt moindre de ce type de produit pour le consommateur.

Base : répondants, étude 2009

# Consommation de plats préparés à base de volaille

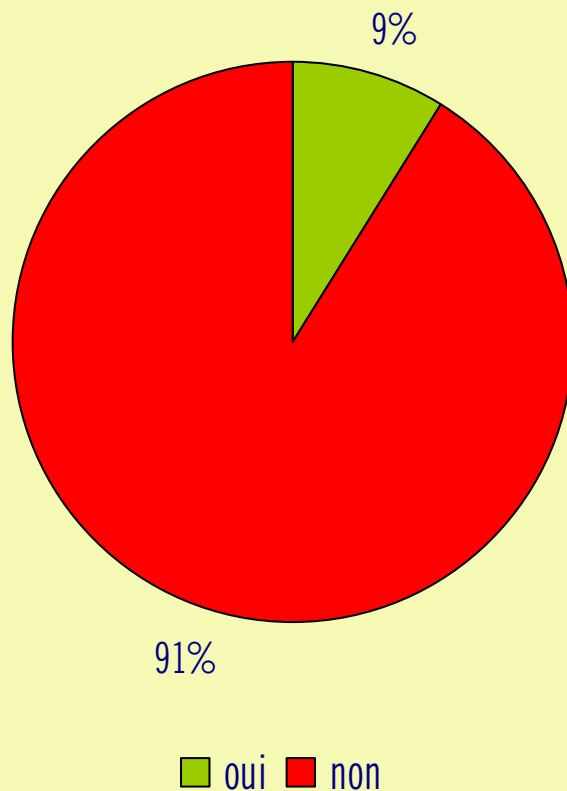


➤ Quel type de contenant? (achats de plats préparés complets à base de viande de poulet)

- Les consommateurs de plats préparés à base de viande de poulet l'achètent principalement en barquette plastique au rayon frais ou surgelé et dans un cas sur quatre au rayon traiteur. Les ménages de 2 personnes sont plus nombreux à choisir des plats en barquette du rayon traiteur (65%).
- Il s'agit rarement de plats préparés à base de viande de poulet en bocal ou en conserve.

Base : Répondants qui achètent ce type de plat préparé, étude 2009

# Consommation de plats préparés à base de volaille

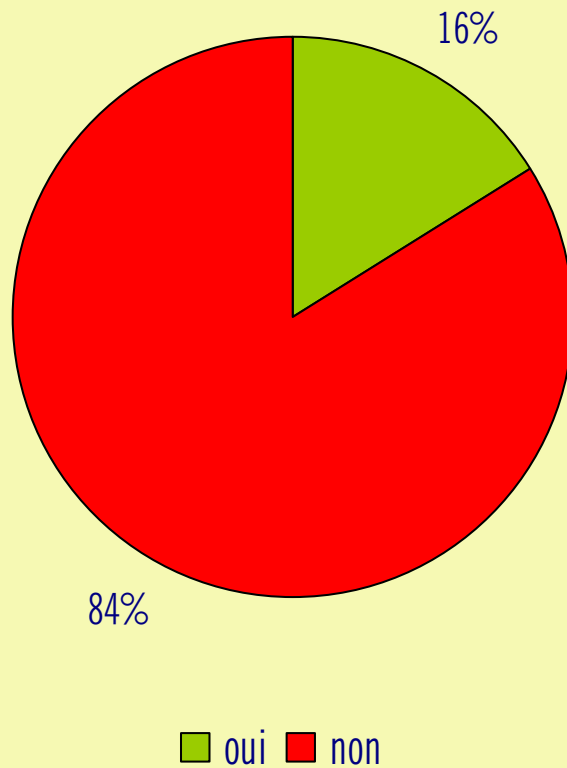


➤ Achetez-vous des plats semi-préparés à base de viande de poulet (émincé de poulet sauce champignons, filet de poulet sauce curry,...) ?

- Un consommateur sur dix achète des plats semi-préparés à base de viande de poulet (préparations à base de poulet au rayon frais, traiteur). Les consommateurs âgés de 65 ans et + sont moins nombreux (1%) à en acheter.
- Par rapport à l'ensemble des acheteurs de plats préparés (78%), ce pourcentage est moins élevé, preuve s'il en est de l'intérêt moindre de ce type de produit pour le consommateur.

Base : répondants, étude 2009

# Consommation de plats préparés à base de volaille

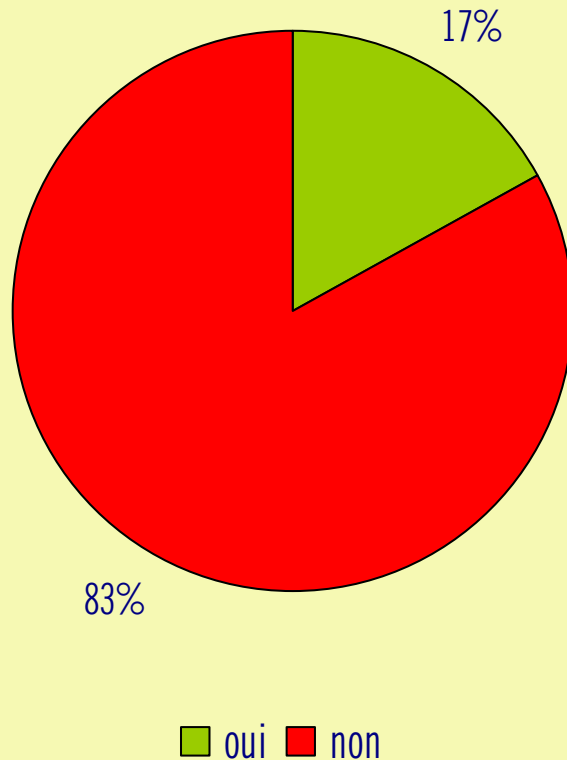


➤ Achetez-vous des surgelés à base de poulet ?

- Un consommateur sur six achète des surgelés à base de poulet (nuggets de poulet, croquettes de poulet, boulettes, etc.). Les consommateurs âgés de 18 à 29 ans sont moins nombreux dans ce cas (9%).
- Par rapport à l'ensemble des acheteurs de plats préparés (78%), ce pourcentage est moins élevé, preuve s'il en est de l'intérêt moindre de ce type de produit pour le consommateur.

Base : répondants , étude 2009

# Consommation de plats préparés à base de volaille

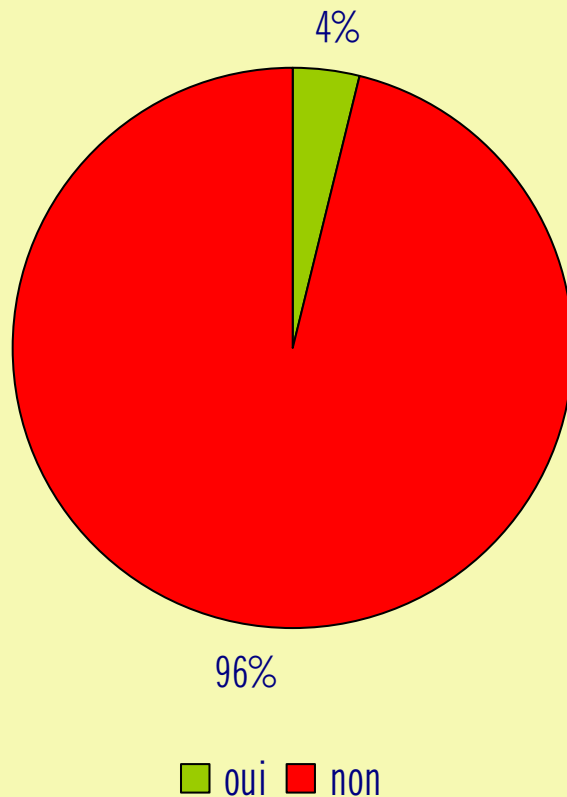


➤ Achetez-vous des salades de poulet à tartiner ou des sandwichs au poulet ?

- Un consommateur sur six achète des salades de poulet à tartiner (salade de poulet curry, andalouse, etc.) ou des sandwichs au poulet.
- Les consommateurs âgés de 65 ans et + (3%) et les familles avec enfant(s) de 0 à 11 ans (9%) sont moins nombreux dans ce cas.
- Par rapport à l'ensemble des acheteurs de plats préparés (78%), ce pourcentage est moins élevé, preuve s'il en est de l'intérêt moindre de ce type de produit pour le consommateur.

Base : répondants , étude 2009

# Consommation de plats préparés à base de volaille

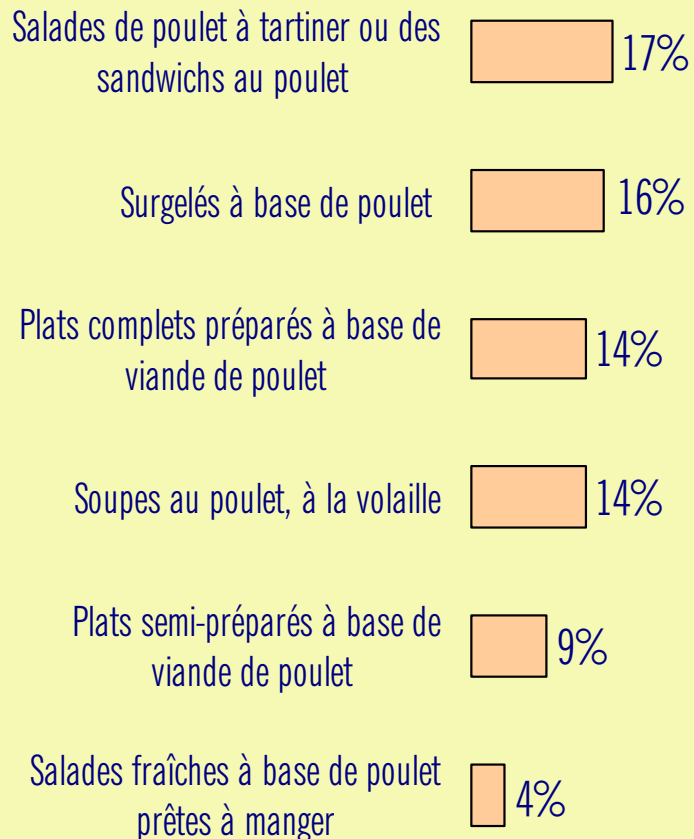


➤ Achetez-vous des salades fraîches à base de poulet prêtes à manger?

- Un consommateur sur vingt achète des salades fraîches à base de poulet prêtes à manger (salades de pâtes et poulet, légumes et poulet etc.).
- Les consommateurs âgés de 65 ans et + sont moins nombreux dans ce cas (0%).
- Par rapport à l'ensemble des acheteurs de plats préparés (78%), ce pourcentage est moins élevé, preuve s'il en est de l'intérêt moindre de ce type de produit pour le consommateur.

Base : répondants , étude 2009

# Consommation de plats préparés à base de volaille

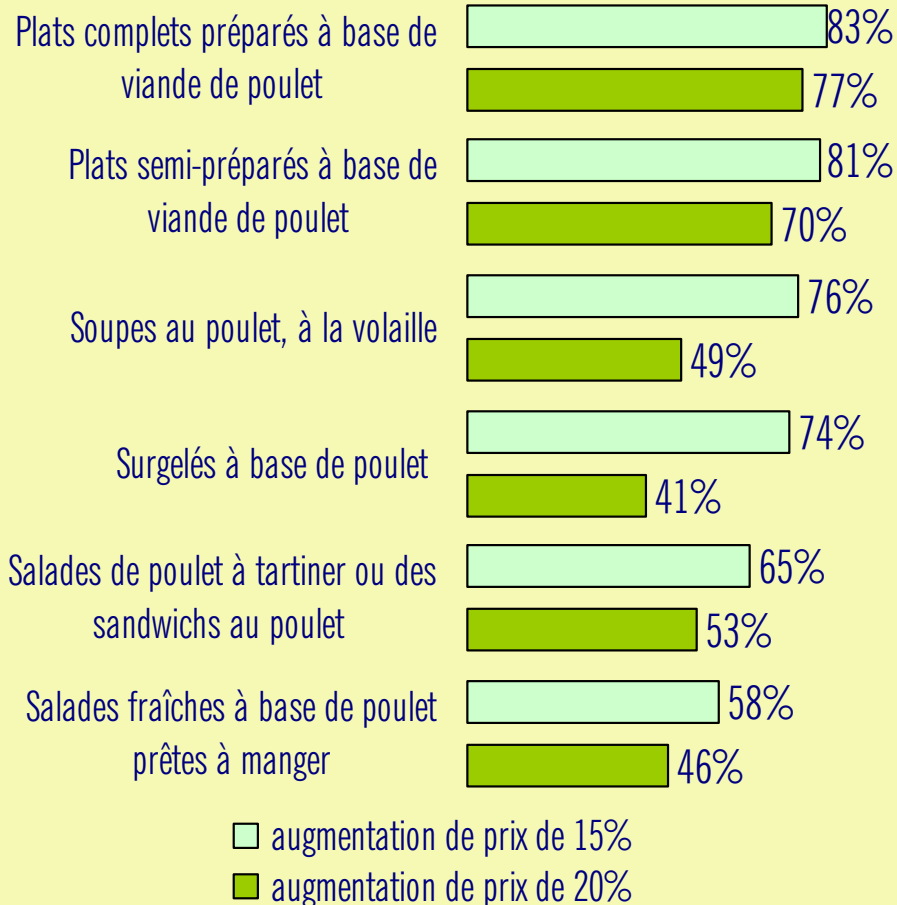


## ➤ Achetez-vous des ....?

- Près d'un consommateur sur cinq consomme des plats préparés à base de volaille, en particulier des salades de poulet à tartiner, des sandwiches au poulet, des surgelés, soupes et plats préparés complets à base de poulet.
- Les autres types de plats préparés sont moins largement consommés (plats semi-préparés et salades fraîches).

Base : répondants , étude 2009

# Seuil de prix d'un plat préparé à base de poulet



➤ Imaginez que ce produit soit préparé avec du poulet de qualité supérieure et qu'il coûte 15%, 20% de plus. Seriez-vous prêt à l'acheter ?

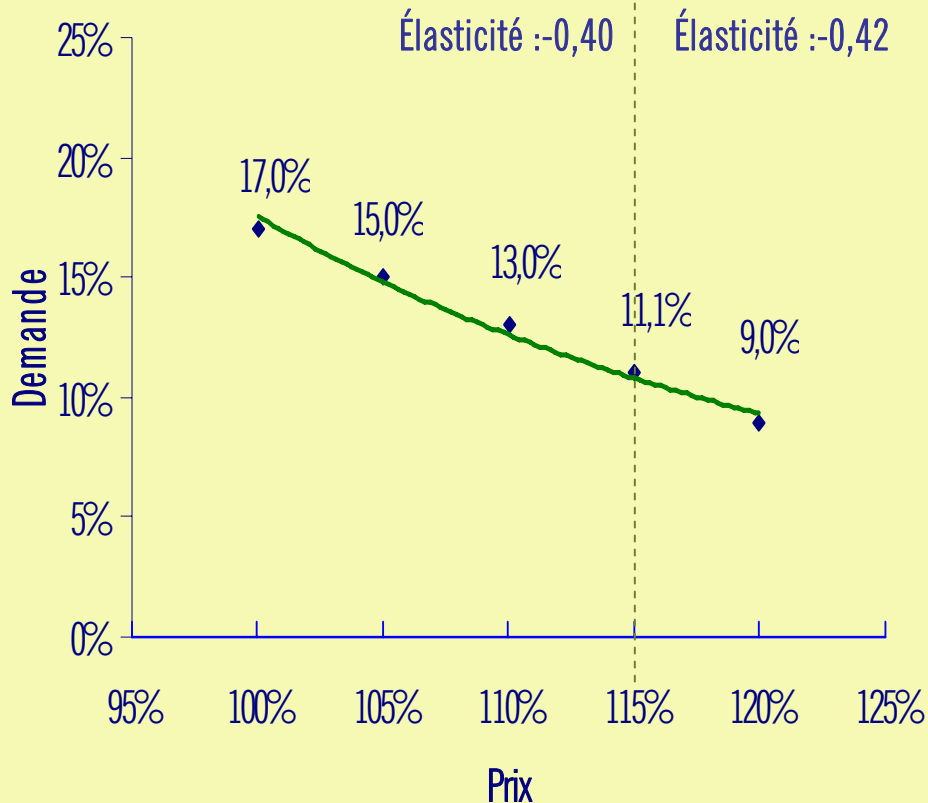
- Une majorité de consommateurs de plats préparés sont prêts à acheter leurs plats plus chers s'ils sont préparés avec du poulet de qualité supérieure : 8 consommateurs sur 10 sont disposés à payer 15% de plus et 7 sur 10, 20% supplémentaires.
- 3 consommateurs sur 4 de soupes et surgelés sont prêts à dépenser 15% de plus ; 6 sur 10 lorsqu'il s'agit de salades de poulet à tartiner, de sandwiches de poulet ou de salades fraîches de poulet.
- Une augmentation de 20% est acceptable pour la moitié des consommateurs de soupes et surgelés à base de poulet, de salades de poulet à tartiner, de sandwiches de poulet ou de salades fraîches de poulet.

Base : acheteurs de plat préparé , étude 2009

# L'élasticité de la demande

- Les exhibits suivants présentent l'élasticité de la demande des différents types de plats préparés à une augmentation du prix du produit.
- L'élasticité permet de mesurer le degré de sensibilité de la demande aux variations de prix. L'élasticité de la demande par rapport au prix mesure les réactions des consommateurs face à une augmentation du prix des différents types de plats préparés à base de poulet.
- Si l'élasticité est forte, un léger changement de prix entraîne un changement important de demande. Exemple : une élasticité de -1 signifie qu'une diminution de prix de 1% entraîne une augmentation du volume de vente de 1%, une élasticité de -2 signifie qu'une diminution de prix de 1% entraîne une augmentation du volume de vente de 2%, une élasticité de -0,5 signifie qu'une diminution de prix de 1% entraîne une augmentation du volume de vente de 0,5%.

# Intérêt pour des plats préparés à base de poulet de qualité différenciée

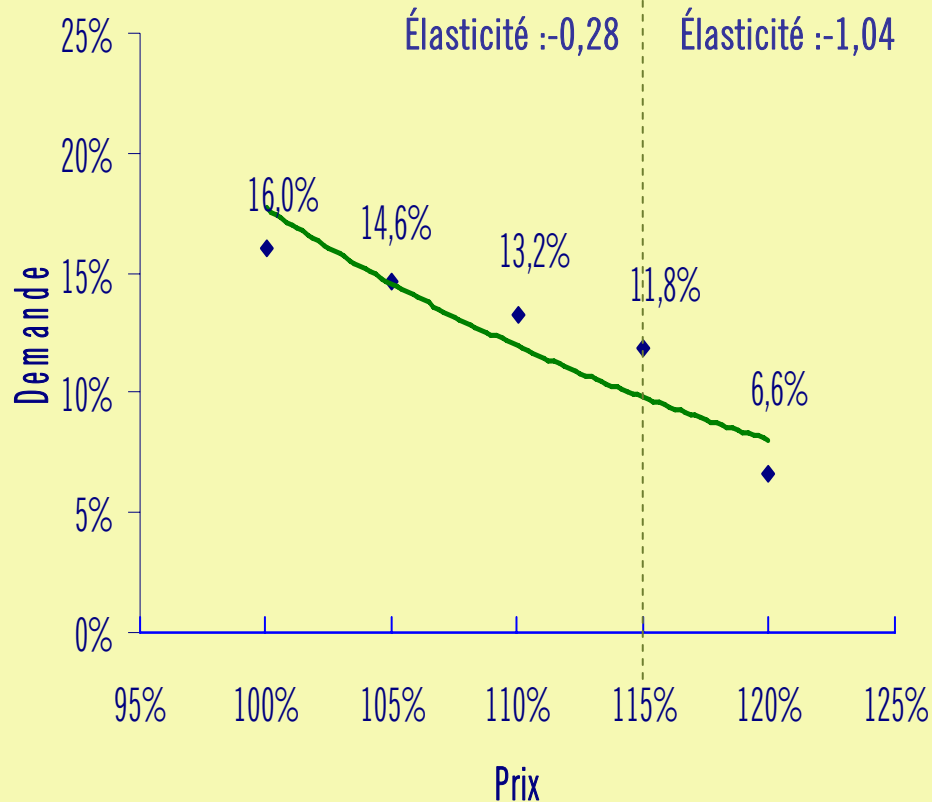


➤ Elasticité de la demande de salades de poulet à tartiner et de sandwiches à l'augmentation de leur prix

- L'élasticité est négative.
- Une augmentation du prix de 1% en deçà de 15% entraîne une baisse de la consommation de 0.40%.
- L'élasticité reste d'un même ordre de grandeur lorsque l'augmentation de prix dépasse la barre des 15%. Une augmentation de prix de 1% au delà de 15% entraîne une baisse de la consommation de 0.42%.

Base : répondants , étude 2009

# Intérêt pour des plats préparés à base de poulet de qualité différenciée

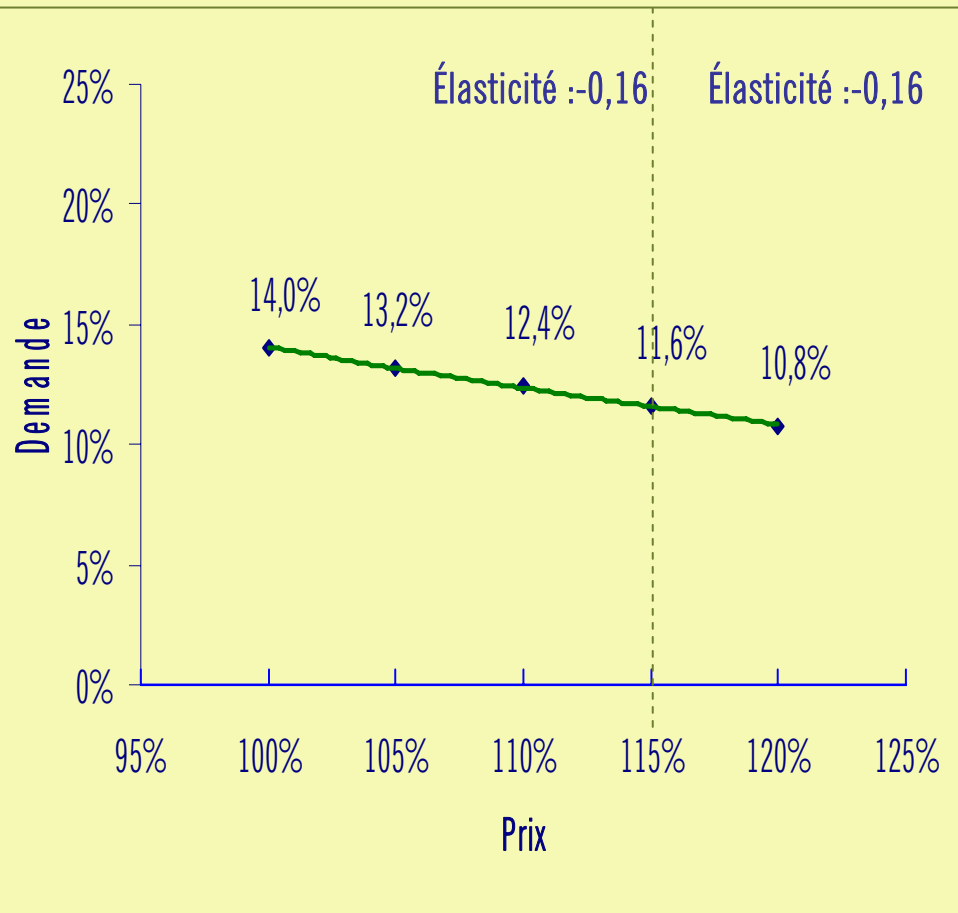


➤ Elasticité de la demande de surgelés à base de poulet à l'augmentation de leur prix

- L'élasticité est négative.
- Une augmentation du prix de 1% en deçà de 15% entraîne une baisse de la consommation de 0.28%.
- L'élasticité est plus importante lorsque l'augmentation de prix dépasse la barre des 15%. Une augmentation de prix de 1% au delà de 15% entraîne une baisse de la consommation de 1.04%.

Base : répondants , étude 2009

# Intérêt pour des plats préparés à base de poulet de qualité différenciée

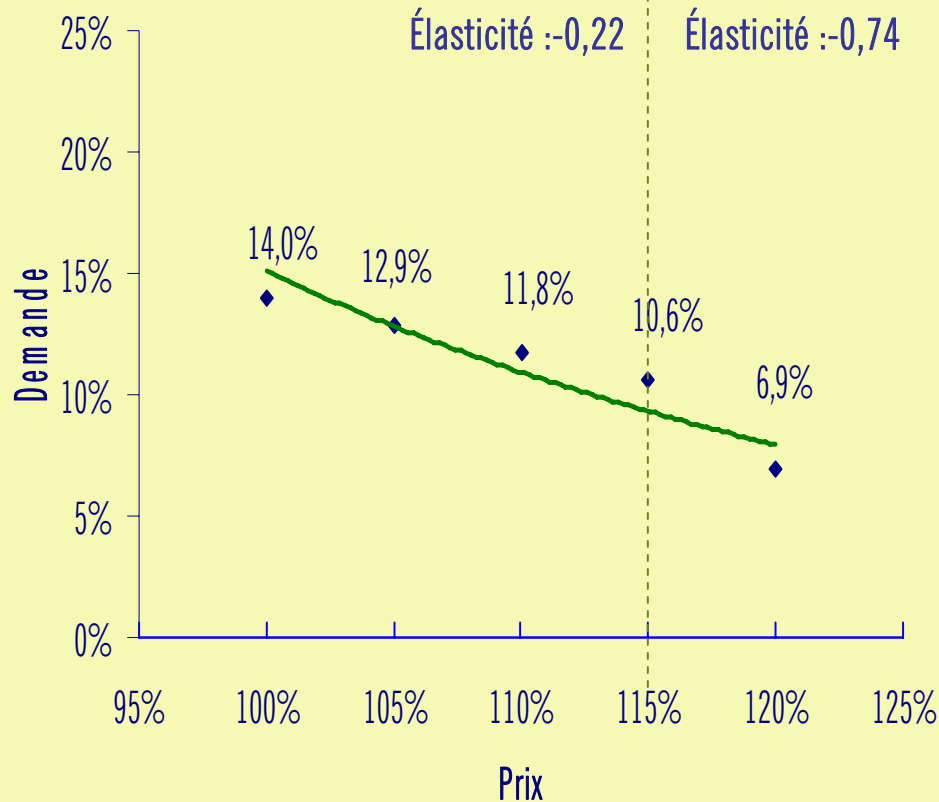


➤ Elasticité de la demande des plats complets préparés à base de poulet à l'augmentation de leur prix

- L'élasticité est négative.
- Une augmentation de 1 entraîne une baisse de la consommation de 0.16 (chaque augmentation de 1% du prix entraîne une diminution de 0,16% de la consommation).

Base : répondants, étude 2009

# Intérêt pour des plats préparés à base de poulet de qualité différenciée

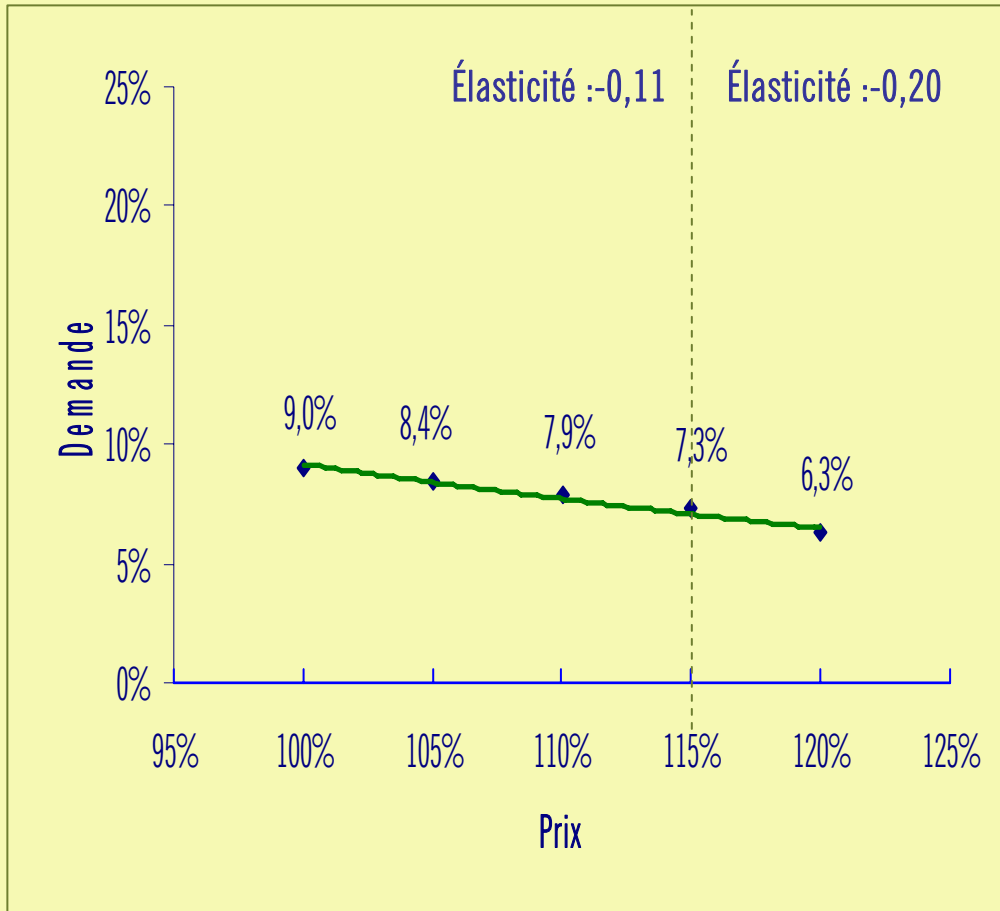


➤ Elasticité de la demande de soupes au poulet à l'augmentation de leur prix

- L'élasticité est négative.
- Une augmentation du prix de 1% en deçà de 15% entraîne une baisse de la consommation de 0.22%.
- L'élasticité est plus importante lorsque l'augmentation de prix dépasse la barre des 15%. Une augmentation de prix de 1% au delà de 15% entraîne une baisse de la consommation de 0.74%.

Base : répondants , étude 2009

# Intérêt pour des plats préparés à base de poulet de qualité différenciée

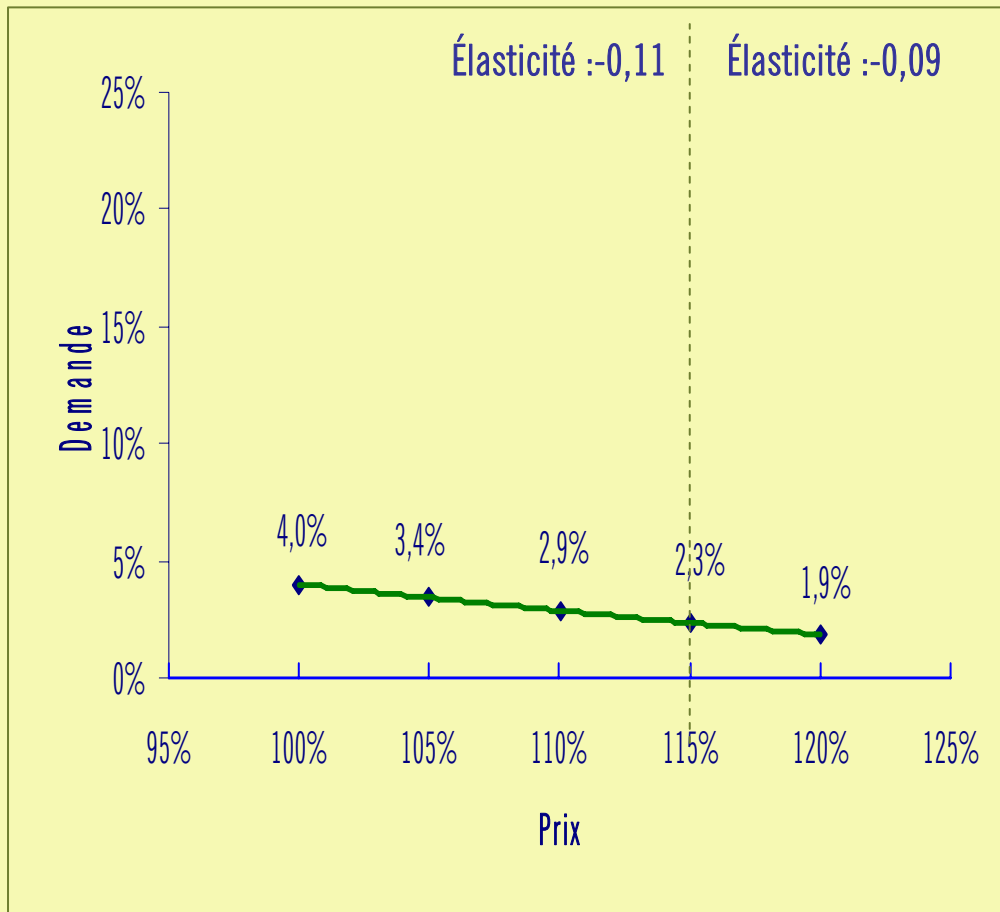


➤ Elasticité de la demande de plats semi-préparés à base de poulet à l'augmentation de leur prix

- L'élasticité est négative.
- Une augmentation du prix de 1% en deçà de 15% entraîne une baisse de la consommation de 0.11%.
- L'élasticité est un peu plus importante lorsque l'augmentation de prix dépasse la barre des 15%. Une augmentation de prix de 1% au delà de 15% entraîne une baisse de la consommation de 0.20%.

Base : répondants, étude 2009

# Intérêt pour des plats préparés à base de poulet de qualité différenciée



➤ Elasticité de la demande de salades fraîches à base de poulet prêtes à manger à l'augmentation de leur prix

- L'élasticité est négative.
- Une augmentation du prix de 1% en deçà de 15% entraîne une baisse de la consommation de 0.11%.
- L'élasticité reste d'un même ordre de grandeur lorsque l'augmentation de prix dépasse la barre des 15%. Une augmentation de prix de 1% au delà de 15% entraîne une baisse de la consommation de 0.09%.
- Vu la faible demande, les données sont à utiliser avec circonspection.

Base : répondants , étude 2009

# L'offre de plats préparés à base de poulet : analyse

- Les plus grandes enseignes alimentaires (Delhaize, Cora, Carrefour, Aldi, Colruyt) ont été visitées.
- L'offre de plat préparés a été analysée. Plusieurs types de plats préparés ont été relevés
  - Soupes au poulet, à la volaille
  - Plats préparés complets à base de poulet
  - Plats semi-préparés à base de poulet
  - Surgelés à base de poulet
  - Salades de poulet à tartiner et sandwichs au poulet
  - Salades fraîches à base de poulet prêtes à l'emploi.
- Ces différents plats se trouvaient au rayon frais, au rayon traiteur, au rayon surgelés, au rayon produits secs (conserves, ...).

# L'offre de plats préparés à base de poulet : analyse

- Les critères suivants ont été analysés pour chaque produits:
  - Dénomination du produit
  - Marque
  - Type de produit (surgelé, frais, sous vide, en conserve, en bocal, etc.)
  - Quantité du produit (poids)
  - Origine du producteur
  - Prix du produit
  - Mode de préparation (micro-ondes, four, poêle, prêt à l'emploi, etc.)
  - Quantité de poulet dans la préparation
  - Présence éventuelle d'un label
  - Information présente sur les spécificités de la viande de poulet et visibilité de cette information
  - Présence éventuelle d'allégation santé

# L'offre de plats préparés à base de poulet : analyse par type de produit

- Soupes au poulet, à la volaille
  - Ce type de produit se trouve dans toutes les enseignes visitées. Présenté en tetra-pack, conserve, sachet en poudre, bocal en verre ou plastique, sachet souple, l'offre est composée de soupes au poulet sous diverses dénominations (soupe au poulet, à la volaille, soupe poule au pot, soupe poulet vermicelle,...).
  - Les prix varient fortement selon le type de soupe (fraîche, en tetra-pack, en poudre, ...). Par exemple: 2€78 le litre en tetra-pack, 3€ pour 100gr de soupe en poudre,...).
  - Ces soupes sont pour la plupart de marque (nationale ou de distributeur) et de poids variable (1l ou moins).
  - La quantité de poulet dans ces préparations varie de 3 à 7% (0.04% pour les soupes en poudre) et de la graisse de poulet y est également ajoutée dans certains cas.
  - Les produits analysés ne présentaient pas de labels, d'informations spécifiques sur la viande de poulet utilisée ou d'allégations santé.

# L'offre de plats préparés à base de poulet : analyse par type de produit

- Plats préparés complets à base de poulet
  - L'offre de plats préparés est large et disponible dans la plupart des points de vente. Cependant, les plats préparés frais sont moins nombreux dans l'offre des discounters.
  - Au niveau des plats préparés à base de poulet, on trouve une large variété : des nems au poulet, des lasagnes, des filets de poulet aux chicons, du poulet curry, du waterzooi, du vol au vent, du bami goreng, du couscous, du chop Suey, des pâtes au poulet ou encore parmi le plats préparés plus recherchés du poussin mariné à la sauce béarnaise et pommes de terre en chambre « Comme chez Soi » des chefs Wynants et Rigolet.
  - Les plats sont présentés surgelés, en conserve ou bocaux, ou en sachets ou barquette fraîcheur sous-vide ou non. Certaines enseignes proposent au rayon traiteur des plats préparés frais prêts à l'emploi.
  - Selon le type de plat, le prix varie entre 2€ et 14€ le kilo (par exemple: 1€53 pour 750gr de Bami goreng, 6€99 pour 510gr de poussin mariné (recette des chefs).
  - Le poids du plat préparé varie entre 250 et 525 gr par portion d'une personne.

## L'offre de plats préparés à base de poulet : analyse par type de produit

- La quantité moyenne de poulet contenue dans le plat est de l'ordre de 25% (par exemple: 10% pour l'émincé de poulet riz pilaf à 47% pour le poussin mariné).
- L'offre se diversifie au niveau prix (plat préparés premiers prix) et au niveau qualité nutritive (light, équilibré, riche en légumes, etc.).
- Les produits analysés ne présentaient pas de labels, d'informations spécifiques sur la viande de poulet utilisée ou d'allégations santé. Dans quelques cas, apparaissaient des informations sur la santé, la nutrition, le fait que le poulet est une viande maigre ou l'équilibre nutritionnel du plat.

# L'offre de plats préparés à base de poulet : analyse par type de produit

- Plats semi-préparés à base de poulet
  - L'offre de semi-préparés est moins large que celle des plats préparés complets mais est disponible dans la plupart des points de vente. Cependant, l'offre de plats semi-préparés est plus large dans les grandes surfaces présentant un rayon traiteur et l'est moins chez les discounters.
  - Au niveau des plats semi-préparés à base de poulet, on trouve du poulet en sauce (brochettes de poulet sauce poivre, pavé de dinde sauce champignons, ...), des morceaux de poulet cuits et assaisonnés (cuisses de poulet, ½ poulet rôti, ...) ou des préparations à base de poulet (croquettes de poulet, boulettes, ...).
  - Les plats sont présentés en barquette fraîcheur (sous vide ou non) ou surgelés principalement. Principalement, il s'agit de produits de marque sauf pour les produits extra-frais du rayon traiteur.
  - Selon le type de plat semi-préparé, le prix varie entre 6 et 11€ le kilo (par exemple: 1€69 pour 250gr de croquettes de poulet, 3€54 pour 322gr de pavé de dinde sauce champignons).

## L'offre de plats préparés à base de poulet : analyse par type de produit

- Le poids du plat semi-préparé varie entre 250 et 500 gr.
- La quantité moyenne de poulet contenue dans le plat est très variable (par exemple: 25% pour les croquettes de poulet à 100% pour les cuisses de poulet).
- Les produits analysés ne présentaient pas de labels, d'informations spécifiques sur la viande de poulet utilisée ou d'allégations santé.

# L'offre de plats préparés à base de poulet : analyse par type de produit

- Surgelés à base de poulet
  - L'offre de surgelés est composée à la fois de plats préparés complets et semi-complets. L'offre est large et disponible dans tous les points de vente.
  - Au niveau des surgelés à base de poulet, on trouve une large variété : des nems au poulet, des lasagnes, des morceaux de poulet en sauce, du waterzooi, du vol au vent, des croquettes de poulet, des crêpes fourrées, des pizzas,....
  - Les plats surgelés sont présentés dans une barquette plastique entourée d'une boîte en carton, directement dans une boîte en carton ou dans un sachet plastique. Il s'agit majoritairement de produits de marque (propre ou de distributeur).
  - Selon le type de plat, le prix varie entre 2€ et 16€ le kilo (par exemple: 1€53 pour 750gr de Bami goreng ou 3€26 pour 210gr de nems au poulet).
  - Le poids du plat surgelé varie entre 210 et 1000 gr.
  - La quantité moyenne de poulet contenue dans le plat surgelé varie fortement selon le type de plat (de 3% de poulet dans les crêpes au poulet, 7% dans la pizza indian style à 44% de poulet dans le waterzooi). Dans certains plats surgelés, présence de bouillon de poulet également.

# L'offre de plats préparés à base de poulet : analyse par type de produit

- Les produits analysés ne présentaient pas de labels, d'informations spécifiques sur la viande de poulet utilisée ou d'allégations santé. Dans quelques cas, apparaissaient des informations sur la santé, la nutrition, le fait que le poulet est une viande maigre ou l'équilibre nutritionnel du plat.

# L'offre de plats préparés à base de poulet : analyse par type de produit

- Salades de poulet à tartiner et sandwiches au poulet.
  - Les salades de poulet à tartiner sont présentes au rayon frais de la plupart des grandes surfaces. Présentées dans des barquettes plastiques d'environ 200gr, les salades à tartiner sont variées (salade de poulet curry, poulet andalou, ...). De marque propre ou du distributeur, les prix varient de 5 à 10€ le kilo en moyenne. L'offre se diversifie en proposant des salades de poulet « light ».
  - Dans certaines grandes surfaces, au rayon traiteur, des sandwiches sont offerts à l'achat, prêts à l'emploi (et préparés sur place). A côté de cette offre, il y a des sandwiches présentés en barquette fraîcheur (chicken sandwich, skits pitakebab, sandwich poulet rôti) au rayon frais. Les prix varient entre 7 et 16€ le kilo. La quantité moyenne de poulet contenue dans le sandwich varie (de 18% pour le sandwich poulet rôti à près de 50% pour le chicken sandwich). Il s'agit principalement de produit de marque (à l'exception des sandwiches traiteur préparés sur place).
  - Les produits analysés ne présentaient pas de labels, d'informations spécifiques sur la viande de poulet utilisée ou d'allégations santé.

# L'offre de plats préparés à base de poulet : analyse par type de produit

- Salades fraîches à base de poulet prêtes à l'emploi.
  - Certaines grandes surfaces proposent des salades fraîches à base de poulet (légumes, salade, dés de pommes de terre et poulet ou pâtes et poulet, légumes). Dans des barquettes fraîcheur, elles sont parfois proposées avec des couverts en plastiques pour faciliter la consommation immédiate. Les discounters proposent moins ce type de produits. Les magasins de proximité, les chaînes de restauration rapide proposent une offre plus large de ce type de salades.
  - Les salades sont proposées dans des contenants variés (de 200 à 400gr) et coûtent environ 15€ le kilo.
  - Les produits analysés ne présentaient pas de labels, d'informations spécifiques sur la viande de poulet utilisée ou d'allégations santé.

# L'offre de plats préparés chez Carrefour

- **Gamme** : grand choix de chaque type de plats préparés à base de poulet. L'offre de salades fraîches de poulet prêtes à l'emploi est plus restreinte.
- **Prix** : les prix varient de 2€10 pour 375gr de poulet sauce Satay à 5€29 pour 400gr de poulet Tikka. Le prix moyen des plats préparés est de 10€80 le kilo.
- **Marque** : l'offre est constituée de produits de marque propre (William Saurin, Isali, Weight watchers,...) de produits à marque de distributeur (Carrefour, n°1) et de produits sans marque (traiteur Carrefour). L'offre de plats préparés de marque de distributeur se développe (plats préparés de marque premier prix Carrefour n°1 notamment).
- **Origine** : l'origine est mentionnée sur les produits. Une majorité des plats préparés de poulet viennent de France. Certains produits de marque propre ont une origine plus lointaine (Thaïlande par exemple).
- **Poulet** : la quantité de poulet présente dans le plat varie selon le type de plat. Pour les plats préparés complets, la quantité de poulet varie de 13% à 30%.
- **Information sur le poulet** : il n'y a pas d'informations spécifiques disponibles sur le poulet (l'origine, la qualité, le mode de production,...)
- **Label** : il n'y a pas de plats préparés à base de poulet labellisés.
- **Allégation santé** : il n'y a pas d'allégations santé présentes sur les emballages de plats préparés de poulet.

# L'offre de plats préparés chez Colruyt

- **Gamme** : L'offre de plats préparés est large en ce qui concerne les produits secs et surgelés. L'offre de plats préparés à base de poulet frais est plus limitée. La boucherie propose quelques préparations à base de poulet. Il n'y a pas de sandwiches de poulet ni de salades fraîches de poulet prêtes à l'emploi.
- **Prix** : les prix varient de 1€53 pour 750gr de Bami Goreng à 3€79 pour 760gr de couscous. Le prix moyen des plats préparés est de 6€35 le kilo.
- **Marque** : l'offre est constituée de produit de marque propre (William Saurin, Iglo, Zapetti,...) et de marque de distributeur.
- **Origine** : l'origine est mentionnée sur les produits. Une majorité des plats préparés de poulet viennent de France ou de Belgique. Certains produits de marque propre ont une origine plus lointaine.
- **Poulet** : la quantité de poulet présente dans le plat varie selon le type de plat. Pour les plats préparés complets, la quantité de poulet varie de 10% à 23%.
- **Information sur le poulet** : il n'y a pas d'informations spécifiques disponibles sur le poulet (l'origine, la qualité, le mode de production,...)
- **Label** : il n'y a pas de plats préparés à base de poulet labellisés.
- **Allégation santé** : il n'y a pas d'allégations santé présentes sur les emballages de plats préparés de poulet.

# L'offre de plats préparés chez Aldi

- **Gamme** : l'offre de plats préparés est variée mais le choix est plus limité. L'offre se constitue de produits secs et surgelés ainsi que de plats sous vide ou en barquette au rayon frais. L'offre de plats préparés complets et semi-complets à base de poulet frais est plus limitée. Il n'y a pas de sandwiches de poulet ni de salades fraîches de poulet prêtes à l'emploi.
- **Prix** : les prix varient de 1€79 pour 375gr de Chop Suey à 3€49 pour 200gr de vol au vent. Le prix moyen des plats préparés est de 8€82 le kilo.
- **Marque** : l'offre est constituée principalement de produit de marque propre (Viabel, Archipel, Quick and easy,...).
- **Origine** : l'origine est mentionnée sur les produits. Une majorité des plats préparés de poulet viennent de France ou de Belgique.
- **Poulet** : la quantité de poulet présente dans le plat varie selon le type de plat. Pour les plats préparés complets, la quantité de poulet varie de 13% à 44%.
- **Information sur le poulet** : il n'y a pas d'informations spécifiques disponibles sur le poulet (l'origine, la qualité, le mode de production,...)
- **Label** : il n'y a pas de plats préparés à base de poulet labellisés.
- **Allégation santé** : il n'y a pas d'allégations santé présentes sur les emballages de plats préparés de poulet.

# L'offre de plats préparés chez Delhaize

- **Gamme** : présence de chaque type de plat préparés de poulet. L'offre pour les différents types de plats préparés est large, en particulier en ce qui concerne les plats préparés frais (sous vide) et les plats traiteur.
- **Prix** : les prix varient de 1€69 pour 200gr de croquettes de poulet à 7€99 pour 1kg de vol au vent. Le prix moyen des plats préparés est de 10€40 le kilo.
- **Marque** : l'offre est constituée de produits de marque propre (Campbell's, Easi, Weight watchers,...) de produits à marque de distributeur (Delhaize) et de produits sans marque (traiteur Delhaize). L'offre de plats préparés de marque de distributeur se développe (plats préparés de marque Delhaize sous-vide en particulier).
- **Origine** : l'origine est mentionnée sur les produits. Une majorité des plats préparés de poulet viennent de Belgique.
- **Poulet** : la quantité de poulet présente dans le plat varie selon le type de plat. Pour les plats préparés complets, la quantité de poulet varie de 22% à 47%.
- **Information sur le poulet** : il n'y a pas d'informations spécifiques disponibles sur le poulet (l'origine, la qualité, le mode de production,...)
- **Label** : il n'y a pas de plats préparés à base de poulet labellisés.
- **Allégation santé** : il n'y a pas d'allégations santé présentes sur les emballages de plats préparés de poulet.

# L'offre de plats préparés chez Cora

- **Gamme** : grand choix de chaque type de plats préparés à base de poulet. L'offre de salades fraîches de poulet prêtes à l'emploi et de sandwichs est plus restreinte.
- **Prix** : les prix varient de 2€19 pour 710gr de paella royale à la volaille et aux fruits de mer à 8€ pour 500gr de poulet curry. Le prix moyen des plats préparés est de 10€40 le kilo.
- **Marque** : l'offre est constituée de produits de marque propre (Thai Thai, Maggi, Fleury Michon, Habi,...) de produits à marque de distributeur (Cora) et de produits sans marque (traiteur).
- **Origine** : l'origine est mentionnée sur les produits. Une majorité des plats préparés de poulet viennent de Belgique, France ou Allemagne. Certains produits de marque propre ont une origine plus lointaine (Thaïlande par exemple).
- **Poulet** : la quantité de poulet présente dans le plat varie selon le type de plat. Pour les plats préparés complets, la quantité de poulet varie de 10% à 50%.
- **Information sur le poulet** : il n'y a pas d'informations spécifiques disponibles sur le poulet (l'origine, la qualité, le mode de production,...)
- **Label** : il n'y a pas de plats préparés à base de poulet labellisés.
- **Allégation santé** : il n'y a pas d'allégations santé présentes sur les emballages de plats préparés de poulet.

# Conclusions

- **Plats préparés à base de poulet**
- Les cinq principaux types de plats préparés à base de poulet ont été étudiés : plats préparés et semi-préparés à base de poulet, soupes et surgelés à base de poulet, salades de poulet à tartiner, sandwiches de poulet et salades fraîches de poulet « prêtes à l'emploi ».
- Près d'un consommateur sur cinq consomme des plats préparés à base de volaille, en particulier des salades de poulet à tartiner, des sandwiches au poulet, des surgelés, soupes et plats préparés complets à base de poulet.
- Les autres types de plats préparés sont moins largement consommés (plats semi-préparés et salades fraîches de poulet « prêtes à l'emploi »).

# Conclusions

- **Un intérêt réel pour des plats préparés au poulet de qualité supérieure**
  - Un majorité de consommateurs de plats préparés (ou semi-préparés) à base de poulet sont prêts à acheter leurs plats plus chers s'ils sont préparés avec du poulet de qualité supérieure : huit consommateurs sur dix se déclarent disposés à payer 15% de plus et sept sur dix 20% supplémentaires.
  - Toutefois le nombre total de consommateurs intéressés par les plats à base de poulet de qualité différenciée reste inférieur à celui des plats préparés.
  - Trois consommateurs sur quatre de soupes et surgelés à base de poulet sont prêts à dépenser 15% de plus ; ils sont six sur dix lorsqu'il s'agit de salades de poulet à tartiner, de sandwiches de poulet ou de salades fraîches de poulet.
  - Une augmentation de 20% est acceptable pour la moitié des consommateurs de soupes et surgelés à base de poulet, de salades de poulet à tartiner, de sandwiches de poulet ou de salades fraîches de poulet.

# Conclusions

- **Les consommateurs sont disposés à payer plus cher des produits de qualité**
  - Pour certains produits comme les salades fraîches à base de poulet prêtes à manger, les plats complets ou semi-préparés l'augmentation du prix n'entraîne qu'une légère diminution de la demande. L'intérêt pour l'introduction de poulet de qualité différenciée dans la préparation de ces plats est importante et par conséquent n'implique pas de diminution sensible de la demande.
  - La sensibilité des consommateurs au prix est plus importante pour les autres types de plats (les soupes, les surgelés et les salades de poulet à tartiner, les sandwiches). Dans ce cas, toute augmentation ne peut dépasser 15% sans risque et doit s'envisager dans l'univers concurrentiel du consommateur.
  - Pour les salades de poulet à tartiner et les sandwiches, toute augmentation de prix va impliquer une diminution plus sensible de la demande.

# Conclusions

L'offre de plats préparés à base de poulet s'inscrit dans les tendances générales des plats préparés.

- **Choix différent selon le lieu de vente** : la plupart des grandes surfaces proposent des plats préparés, que ce soit surgelé, en conserve, en bocal, sous vide, en barquette fraîcheur. Cependant, le choix est plus important chez les hyper et supermarchés que chez les discounters, en particulier en ce qui concerne les plats préparés en barquette fraîcheur ou extra-frais traiteur. Les discounters proposent plus de plats préparés en conserve, bocal ou surgelés. Les magasins de proximité proposent d'avantage de plats préparés prêt-à-l'emploi (sandwichs, salade fraîche à base de poulet, ...).
- **Variété de plats** : le choix de plats préparés s'étend. L'offre est composée des plats traditionnels (vol-au-vent, waterzooi, poulet sauce et riz...) mais les consommateurs peuvent également acheter des plats plus recherchés ou exotiques (poussin mariné à la sauce béarnaise et pommes de terre en chambre « Comme chez Soi » des chefs Wynants et Rigolet, Bami goreng, Chop suey, ...). Le poids des plats est également variable mais avoisine en moyenne 400gr.
- **Large gamme** : les produits ultra-frais du rayon traiteur sont généralement présentés sans marque tandis que les autres plats et préparations à base de poulet sont vendus sous une marque. Les distributeurs développent sensiblement leur offre de plat préparés (également sous leur marque « premier prix »).

# Conclusions

- **Disparité de prix** : même si les prix des plats préparés et préparations à base de poulet peuvent grimper jusqu'à 16€ le kilo, le prix moyen de ces produits a tendance à diminuer dans les grandes surfaces. Certains plats préparés complets sont vendus comme des produits « premiers prix » à des prix très abordables.
- **Plats light ou équilibrés** : si l'on peut regretter que les plats préparés contiennent encore trop souvent beaucoup de sauce, l'offre de plats plus équilibrés continue à se développer. À côté des plats préparés « light », certaines marques proposent des plats plus équilibrés, plus riches en légumes par exemple et n'hésitent pas à mettre en avant le fait que le poulet est une viande maigre.
- Les produits analysés ne présentaient pas de labels, d'informations spécifiques sur la viande de poulet utilisée ou d'allégations santé. Dans quelques cas, apparaissaient des informations sur la santé, la nutrition, le fait que le poulet est une viande maigre ou l'équilibre nutritionnel du plat.
- Il n'y a pas de différenciation au niveau de la qualité des ingrédients utilisés dans le plat ou la préparation à base de poulet. En aucun cas la qualité des ingrédients n'était mise en avant.

# Recommandations

- **Développer des plats préparés en utilisant du poulet de qualité différenciée, garantie de qualité.**
  - Le scepticisme vis-à-vis de la qualité peut être levé par l'offre de plats préparés de poulet de qualité différenciée. Les consommateurs de plats préparés à base de poulet expriment leur intérêt pour une meilleure qualité et sont prêts à payer d'avantage pour des plats préparés fabriqués à base de poulet de qualité supérieure. Une information suffisante et une mise en avant de la qualité supérieure des ingrédients composant le plat sont nécessaires dans cette optique.
- **Développer un gamme en longueur de manière à segmenter le marché.**
  - L'offre en plats préparés connaît une segmentation importante au niveau variété, choix, contenant, poids, prix. Assez logiquement, l'offre en plats préparés de poulet devrait s'inscrire dans cette logique.
  - Cette offre pourrait se décliner :
    - Au niveau de la qualité gustative, par des recettes développées en collaboration avec de grands chefs coqs.
    - Au niveau qualité nutritionnel, par des plats plus équilibrés. A l'heure actuelle, il n'y a pas de différenciation au niveau de la qualité des ingrédients utilisés dans les plats préparés.

# Recommandations

- **S'inscrire dans les tendances d'assortiment des distributeurs.**
  - Les distributeurs développent une offre de plats préparés toujours plus large en ce y compris sous leur marque propre. L'innovation dans ce marché renforce cette tendance et permet une insertion au sein de la distribution.
- **Communiquer les choix réalisés par la production et les impacts sociaux et environnementaux de ces choix auprès des consommateurs**
  - Très souvent les étiquettes des plats préparés sont avares de commentaires sur l'origine ou les conditions de production des ingrédients composant les plats préparés. Une meilleure information notamment sur l'origine, les modes de production, le respect de critères éthiques permettrait un choix plus réfléchi et durable de la part des consommateurs pour lesquels ces derniers admettent de payer un prix plus élevé.
  - Limiter l'impact environnemental des plats préparés, présentés sous emballage individuel de manière à éviter des critiques importantes de la part des consommateurs. Surgelés, sous vide ou sous atmosphère modifiée, les plats préparés disposent bien souvent d'un double emballage plastique et carton, les modes de production, de conservation et de transport des plats préparés génèrent une consommation d'énergie importante.

Auteurs :  
Marc Vandercammen  
Editeur Responsable :  
Marc Vandercammen

CRIOC  
Fondation d'utilité publique - NE 417541646  
Boulevard Paapsem, 20 - 1070 BRUXELLES  
Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01  
[www.crioc.be](http://www.crioc.be)

Édition 2009  
Réf. Catalogue : 622-09

D 2009-2492-79  
©CRIOC

Prix : 53 €

Reproduction autorisée à des fins non-commerciales moyennant mention des sources