

Sommaire

Contexte 6-9

PROBLÈMATIQUE ET OBJECTIF.....	6
MÉTHODOLOGIE.....	7
RAPPEL DES RÉSULTATS DES ÉTUDES ANTÉRIEURES	7
PRÉSENTATION DES DIFFÉRENTS SEGMENTS DE POPULATION RÉPERTORIÉS DANS CETTE ENQUÊTE..	8
Les consommatrices	9

Image et connaissance 10-21

L'IMAGE DE LA MÂCHE	10
LES SALADES PRÉFÉRÉES	16
LES PARTICULARITÉS DE LA MÂCHE	17
CONNAISSANCE DE L'OFFRE.....	19
CONNAISSANCE DE L'OFFRE PRÉEMBALLÉE	21

Les modalités d'achat 22-34

LES CONSOMMATRICES ACHETEUSES/LES CONSOMMATRICES NON ACHETEUSES.....	22
LES TYPES ACHETÉS.....	24
LA PRÉFÉRENCE POUR LES DIFFÉRENTS CONDITIONNEMENTS	27
SATISFACTION DE LA QUALITÉ	29
LES MOTIVATIONS LORS DU DERNIER ACHAT.....	30
LES RAISONS DE RENONCEMENT À L'ACHAT	31
LES INCITATIONS POUR UN ACHAT PLUS FRÉQUENT ...	33

La consommation 35-45

FRÉQUENCE DE CONSOMMATION	35
Les non consommatrices.....	35
Fréquence de consommation selon les saisons	37
Les faibles consommations d'automne et de printemps	39
DÉLAI ACHAT-CONSOMMATION	40
PRATIQUES DE PRÉPARATION	40
POTENTIELS ET PRATIQUES D'USAGE DE LA MÂCHE....	42
INCITATIONS À UNE CONSOMMATION PLUS FRÉQUENTE	44

Conclusion-Recommandations 46-47

Annexes 49-72

CARTE : VARIABLES RÉGIONALES DE L'ÉCHANTILLON DE CETTE ENQUÊTE.....	49
QUESTIONNAIRE.....	50