

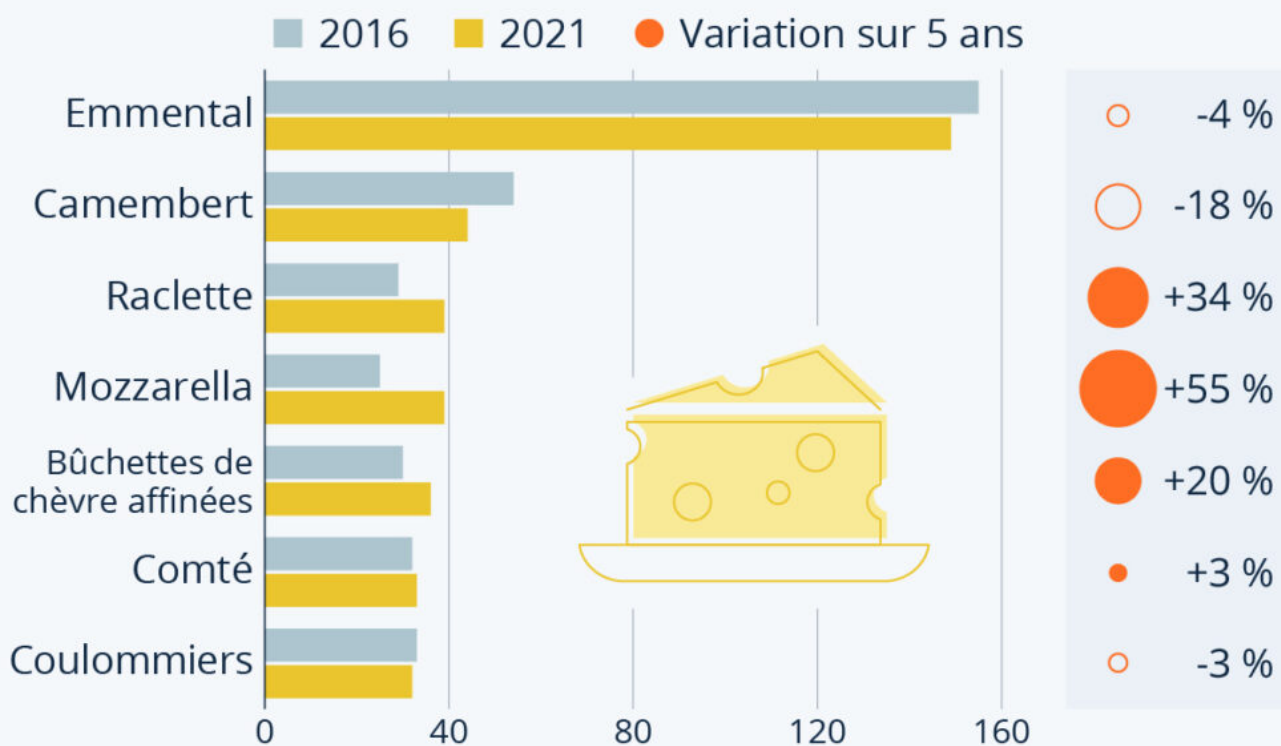
Ecrit par le 22 juillet 2024

# Les fromages les plus consommés par les Français

## Les fromages les plus consommés par les Français

Types de fromage les plus vendus en France

(en milliers de tonnes/an) et tendance du marché sur 5 ans



Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel



Ecrit par le 22 juillet 2024

Le déclin du camembert se confirme en France. Selon les dernières données disponibles de Kantar publiées par [FranceAgriMer](#), l'emblématique [fromage français](#) a vu ses ventes en volume chuter à 43 860 tonnes en 2021, soit un recul de 18 % sur cinq ans. Le camembert pourrait ainsi prochainement perdre sa place de deuxième fromage le plus consommé de l'Hexagone au profit de la raclette ou de la mozzarella, dont les ventes ne cessent de croître.

Comme le montre le graphique ci-dessous, les ventes de raclette et de mozzarella ont atteint près de 40 000 tonnes en 2021, en hausse de respectivement +34 % et +55 % sur cinq ans. L'emmental reste de loin le fromage le plus consommé par les Français, avec environ 150 000 tonnes écoulées par an. Les buchettes de chèvre affinées et le comté complètent le top 6, avec respectivement 36 000 et 33 000 tonnes vendues en 2021.

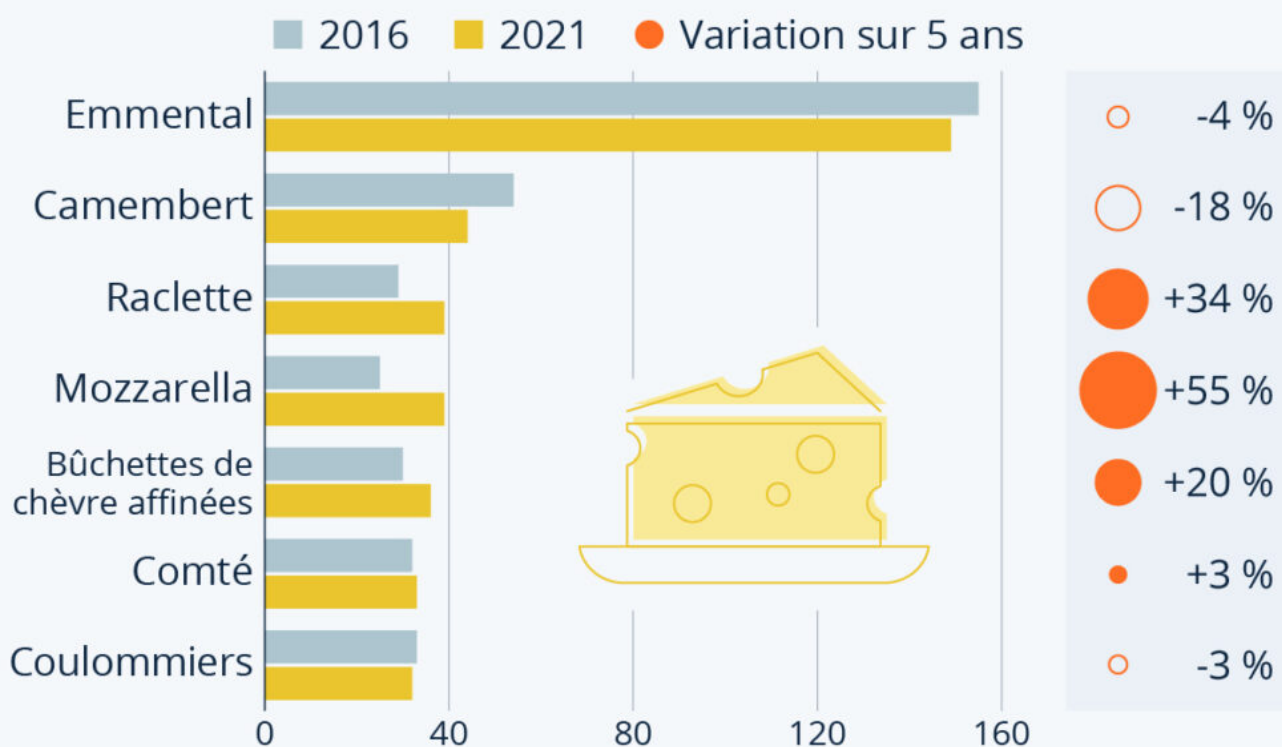
Naturellement, ces chiffres de ventes s'expliquent en partie par la manière de consommer et d'utiliser ces différents fromages. Par exemple, le camembert et le comté sont plutôt des fromages de plateau, davantage consommés avant le dessert et au restaurant, alors que la mozzarella et l'emmental sont beaucoup plus utilisés en cuisine, trouvant leur place dans une multitude de recettes et de préparations culinaires.

Ecrit par le 22 juillet 2024

# Les fromages les plus consommés par les Français

Types de fromage les plus vendus en France

(en milliers de tonnes/an) et tendance du marché sur 5 ans



Sources : FranceAgriMer, Kantar Worldpanel



Cliquez sur l'image pour l'agrandir.

Tristan Gaudiaut, Statista.

Ecrit par le 22 juillet 2024

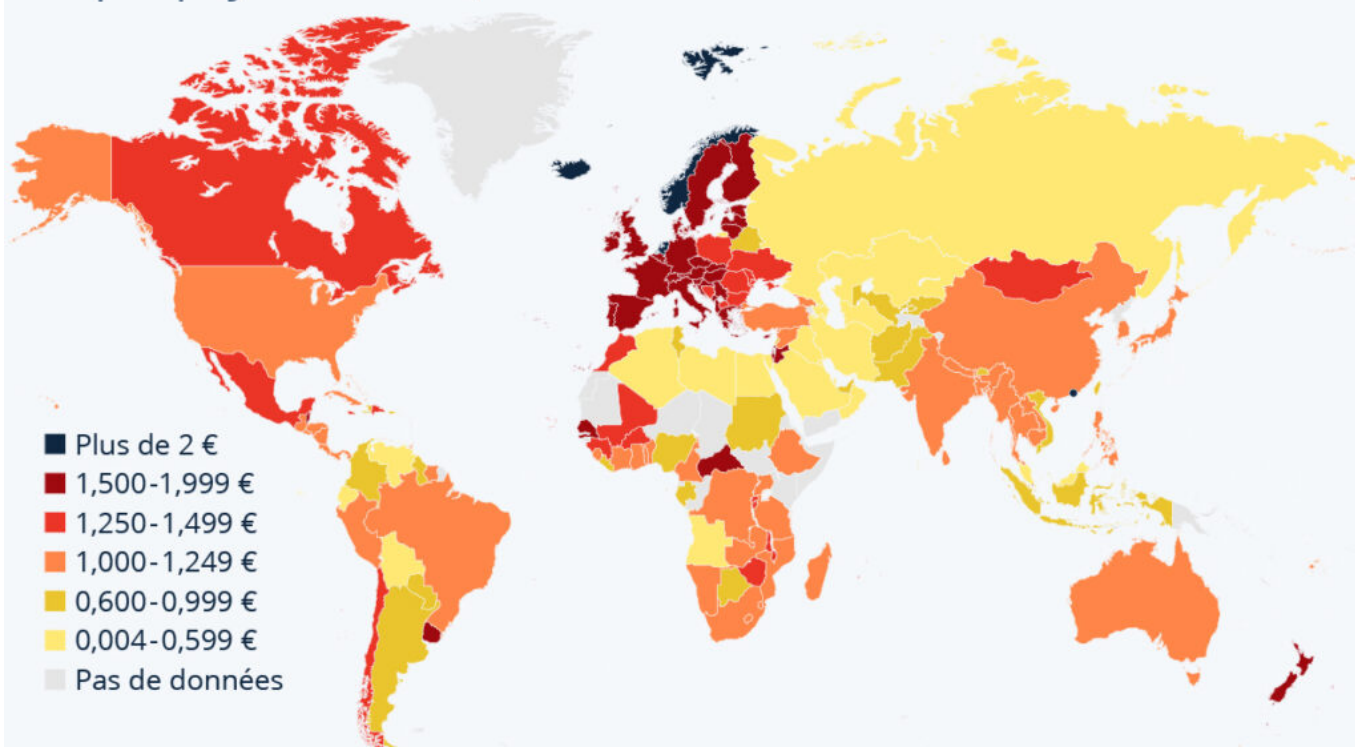
---

# Combien coûte l'essence dans le monde ?

Ecrit par le 22 juillet 2024

# Combien coûte l'essence dans le monde ?

Prix moyen à la pompe du litre d'essence (SP95) par pays/territoire, en date du 7 août 2023 \*



\* Prix moyen hebdomadaire (sauf certains pays/territoires : actualisé mensuellement)

Source : GlobalPetrolPrices.com



**statista**

Avec la hausse des cours du pétrole qui a suivi le début de la guerre en Ukraine l'année dernière, le prix de l'essence est devenu un sujet d'actualité brûlant dans le monde. Comme les taxes représentent la majeure partie du prix du carburant (environ 60 % en France), les pays qui taxent le moins l'essence continuent d'afficher les prix les plus bas, à l'image des États-Unis. Avec un prix moyen d'environ 1 euro le litre pour le Sans Plomb 95, les Américains payent toujours beaucoup moins cher que les habitants de

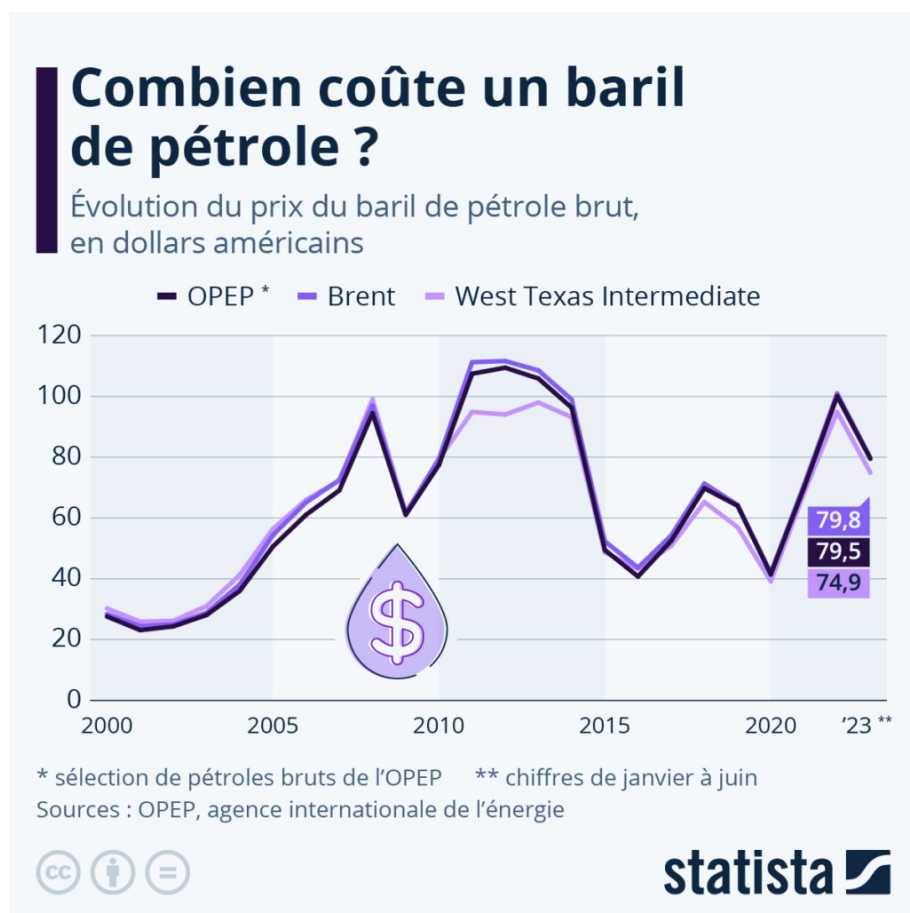


Écrit par le 22 juillet 2024

nombreux pays pour faire le plein. À l'échelle mondiale, la moyenne se situait autour de 1,22 euro le litre (au 7 août 2023).

C'est l'Europe qui affiche les prix de l'essence parmi les plus élevés de la planète. La plupart des Européens payent 1,50 euro ou plus par litre et le seuil des 2 euros a même été franchi dans certains pays (Pays-Bas, Norvège, Islande). En France, le prix hebdomadaire moyen était de 1,90 euro début août. La Norvège fait figure d'exception parmi les pays producteurs de pétrole, car elle applique une taxe particulièrement élevée sur les carburants. Le pays fonde une grande partie de sa richesse sur les hydrocarbures, mais poursuit depuis de nombreuses années une politique visant à ne plus dépendre des énergies fossiles.

D'autres pays producteurs de pétrole ont choisi le chemin inverse et offrent l'essence à des prix inférieurs à celui de l'eau en bouteille. Les exemples les plus radicaux sont le Venezuela, l'Iran et la Libye, où le litre coûte entre 1 et 3 centimes d'euro. Parmi les régions du monde où l'essence est la moins chère figurent l'Afrique du Nord et le Moyen-Orient, mais aussi l'Asie centrale. En Algérie, par exemple, le Sans Plomb 95 ne coûte qu'environ 30 centimes par litre, alors qu'au Kazakhstan, le prix est actuellement d'un peu plus de 40 centimes. Le litre d'essence le plus cher du monde est vendu à Hong Kong : 2,78 euros, ce qui revient à plus de 100 euros pour faire le plein d'une petite voiture (40 litres).



Ecrit par le 22 juillet 2024

[Lire également : '\(carte interactive\) Vaucluse : le prix des carburants en temps réel par station-service'](#)

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

## Les Taillades : Le Vauclusien 'L'Arbre vert' marque préférée des Français 2023



'L'Arbre vert' figure en tête du classement des marques préférées des Français. Produit par la société vauclusienne Novamex, dont le siège social se trouve aux Taillades à côté de Cavaillon, la marque apparaît ainsi en première position de l'observatoire 2023 des marques [Opinionway](#) dans la catégorie 'Engagement'.

Ecrit par le 22 juillet 2024

« L'Arbre Vert conserve sa place de choix au niveau engagement avec une large avance devant les autres marques, pour son positionnement précurseur en faveur de la santé et de la nature », explique Opinionway qui a passé au crible 1 300 marques pour établir son palmarès\*.

### **Leader des produits d'entretien et d'hygiène corporelle écologiques en France**

Créée en 1986, Novamex a été reprise en 2000 par Michel Leuthy qui a ensuite largement développé la marque en s'appuyant sur un site de production basé à Saint-Benoît dans la Vienne. En 15 ans, l'Arbre vert va devenir leader des produits d'entretien et d'hygiène corporelle écologiques en France.

Durant cette période, Michel Leuthy, chimiste de formation, lance notamment une large gamme certifiée Ecolabel et fait notamment de la PME cavare la première enseigne européenne certifiée Ecolabel dans la division savon champoing en 2007.

En 2015, le groupe familial italien Sodalis, déjà présent sur le secteur des produits d'hygiène personnelle et d'entretien de la maison, rachète Novamex qui a réalisé un chiffre d'affaires de 67,99M€ en 2021.

### **Trophée de l'entretien responsable**

Et comme une distinction ne vient jamais seule, il y a quelques semaines, les tablettes lave-vaisselle de l'Arbre vert ont obtenu le Trophée de l'entretien responsable 2023. Pour cela, un panel de consommateurs a testé le produit sur des critères d'efficacité, de formulation, de recyclabilité, d'engagement et de durabilité et leur a attribué la note globale de 19,72 sur 20.

Par ailleurs, ce sont les enseignes Décathlon qui arrivent en tête du top 'Proximité' et Bosch du top 'Confiance' établit par Opinionway.

Quant au palmarès général des marques 2023 préférées des Français, le trio de tête est composé de 'La Laitière', 'Lu' et 'Lindt' (voir tableau ci-dessous).


« Dans un contexte incertain marqué par l'inflation et une accumulation de crises, les Français se trouvent contraints d'effectuer des arbitrages entre économies et achats plaisirs, explique [Frédéric Micheau](#), directeur adjoint chez Opinionway. Dans ce cadre, les consommateurs privilégient cette année plus que jamais les marques proches d'eux avec des marques faisant partie intégrante de leur quotidien. »



Ecrit par le 22 juillet 2024



## PALMARÈS GÉNÉRAL DES MARQUES- TOP 30

1		LA LAITIÈRE
2		LU
3		LINDT
4		BONNE MAMAN
5		CARTE D'OR
6		ST MICHEL
7		MAGNUM
8		AMORA
9		PRÉSIDENT
10		BARILLA

11		CRISTALINE
12		PANZANI
13		SAMSUNG
14		DANONE
15		TEFAL
16		BIC
17		DECATHLON
18		PETIT NAVIRE
19		MOULINEX
20		YOPLAIT

21		CÔTE D'OR
22		LUSTUCRU
23		BOSCH
24		ANDROS
25		ALSA
26		MILKA
27		NESTLÉ DESSERT
28		BOURSIN
29		FERRERO ROCHER
30		BONDUELLE

\* Méthodologie : Sondage réalisé online sur 1 300 marques du 2 au 13 février 2023 par l'institut d'études Opinionway pour la récompense 'Marque préférée des Français » auprès d'un échantillon représentatif de 4 900 répondants français de 18 ans et plus. Les répondants ont été soumis à une liste de marques avec leur logo et ils ont répondu à 2 questions :

- Parmi ces marques, quelles sont celles que vous aimez ? (1 réponse parmi 4 possibles : J'aime/ Je n'aime pas/ Ni l'un ni l'autre /Je ne connais pas).

- Comment qualifieriez-vous ces marques ? (1 à 7 réponses parmi : est une marque utile, engagée, digne de confiance, proche de moi, accessible, de qualité, innovante, aucun de ces qualificatifs).

Tendances et croissances comparées à L'Observatoire 2022 mené en mars 2022 par OpinionWay sur 1 300 marques auprès d'un échantillon représentatif de 4900 répondants français de 18 ans et plus.

L.G.

## Face à l'inflation alimentaire, 7 Français sur 10 ont modifié leurs habitudes de

Ecrit par le 22 juillet 2024

## consommation



Alors que les prix des produits alimentaires ont bondi en février de 14,5 % sur un an, [l'Observatoire Cetelem](#) et [Harris Interactive](#) viennent de publier [une étude](#)\* sur 'L'Alimentation à l'heure des arbitrages' et à la façon dont les Français font face à l'inflation alimentaire en modifiant leur consommation.

### Des habitudes alimentaires stables malgré les pénuries

Associées jusqu'alors à un passé révolu, les pénuries alimentaires se sont à nouveau invitées dans le quotidien des Français, notamment après le déclenchement de la guerre en Ukraine il y a un an, mais également du fait d'évènements climatiques. Ainsi, ils sont plus de 3 sur 4 (77%) à affirmer avoir été confrontés eux-mêmes à des pénuries, un phénomène qui semble avoir touché tout particulièrement les familles (84%). L'huile et la moutarde sont les principaux produits pour lesquels les Français ont dû faire face à une pénurie en 2022, devant les pâtes, la farine et les œufs.

En réaction à ces ruptures de stock, 51% des Français ont cherché à remplacer le produit manquant

Ecrit par le 22 juillet 2024

tandis que d'autres (41%) ont attendu qu'il soit de nouveau disponible. Par ailleurs, lorsqu'ils ont cherché des produits de remplacement, la majorité des consommateurs (54%) les ont souvent trouvés plus chers que le produit d'origine.

Ces stratégies n'ont duré qu'un temps puisque presque 7 Français sur 10 (69%) indiquent être revenus à leurs anciennes habitudes de consommation une fois le retour du produit en rayon.

« Pour des raisons budgétaires, près de 7 Français sur 10 (69%) révèlent avoir déjà renoncé à faire certaines de leurs courses alimentaires au cours des 12 derniers mois. »

### **Une sobriété de mise face aux contraintes budgétaires**

La quasi-totalité des Français affirment avoir ressenti une augmentation des prix de l'alimentation. L'inflation n'aura donc épargné personne avec une majorité qui l'estime à un niveau compris entre 10% et 19% (53%) ; 25% des personnes aux revenus les plus modestes et 23% des familles la considèrent encore plus élevée, supérieure à 20%.

Pour des raisons budgétaires, près de 7 Français sur 10 (69%) révèlent avoir déjà renoncé à faire certaines de leurs courses alimentaires au cours des 12 derniers mois, dont 30% qui indiquent que cela a pu concerner des produits qu'ils jugent comme essentiels. Un renoncement plus prononcé chez les jeunes (83%, dont 42% concernant des produits essentiels).

Pour lutter contre l'inflation, la réaction la plus courante, pour 51% des Français, a été de remplacer le produit devenu trop cher à leurs yeux par un équivalent d'une marque moins coûteuse. Ils sont un quart (24%) à avoir malgré tout continué d'acheter leur produit habituel, même s'il était devenu plus cher ; un comportement plus fréquent chez les personnes aux revenus élevés (37%) que chez celles aux revenus moyens (23%) ou faibles (19%).

De manière plus générale, les Français considèrent apporter une plus grande attention aux prix (86%), faire attention à ne pas gaspiller (86%) mais également avoir changé leurs réflexes alimentaires (manger moins, voire un peu moins équilibré pour un peu plus d'un tiers d'entre eux). En outre, le low-cost, qui n'est plus perçu comme un achat dévalorisant, a vu ses marques plébiscitées par 52% des Français, et ils sont 61% à s'être davantage tournés vers les marques distributeurs.

### **Pour les Français, l'inflation va durer**

Les habitudes de consommation adoptées par les Français face à l'inflation leur semblent destinées à s'inscrire dans le temps. En effet, chez ceux qui ont opéré des changements dans leur consommation de produits de marque, la plupart envisagent ces changements comme pérennes (67%). Les femmes les inscrivent plus souvent que les hommes dans la durée (76% contre 56% des hommes), de même chez les personnes aux faibles revenus (70% contre 57% chez ceux ayant des revenus élevés).

« Les Français semblent opter pour un modèle alimentaire plus sobre à un niveau collectif

Ecrit par le 22 juillet 2024

comme individuel. »

Pour près de 3 Français sur 4 (74%), les prix de l'alimentation vont continuer à augmenter dans les 12 prochains mois. Les bouleversements récemment vécus seront amenés selon eux à être plus fréquents à l'avenir, qu'il s'agisse de pénuries (69%) ou de fortes variations de prix (79%).

Face à ce constat, les Français semblent opter pour un modèle alimentaire plus sobre à un niveau collectif comme individuel. Au niveau collectif, la plupart d'entre eux estiment qu'il faut miser davantage sur une plus grande indépendance de la France dans sa production alimentaire (73%) pour lutter contre les dérèglements de l'économie, et ce, quitte à ce que les produits vendus soient plus chers. Cet avis est particulièrement partagé par les plus âgés (80% chez les 50 ans et plus).

Quant au niveau individuel, les Français mettent tout particulièrement l'accent sur la limitation du gaspillage alimentaire (39%). Une mesure privilégiée, comme le sont aussi le fait d'effectuer plus de stocks (29%), de cuisiner davantage » maison » (28%), ou de privilégier des marques moins chères pour ses achats alimentaires (22%).

*\*Méthodologie : Enquête réalisée par Harris Interactive en ligne du 8 au 10 février 2023. Échantillon de 1000 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus. Méthode des quotas et redressement appliqués aux variables suivantes : sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle et région de l'interviewé(e).*

---

## Vin ne va plus !



Ecrit par le 22 juillet 2024



**Dans le flot de mauvaises nouvelles qui s'abattent sur nous depuis quelques mois maintenant, on n'avait pas vu celles concernant la situation de nos vignerons français. Ils sont nombreux à rencontrer, aujourd'hui, de sérieuses difficultés et en particulier dans les Côtes-du-Rhône. Une fatalité ou une opportunité ?**

Dans les Côtes-du-Rhône, les vignerons sont dans une situation difficile et compliquée. Mais, ils ne sont pas tous logés à la même enseigne. Pour le haut de gamme et le très haut de gamme les choses vont plutôt bien. Pour les autres c'est un peu la galère. En premier lieu, (attention la liste est longue), il y a les tendances de fond. Les français consomment de moins en moins d'alcool (- 25% entre 2000 et 2020) et encore moins de vin, avec un recul de 30% sur la même période. Et comme si la coupe n'était pas assez pleine, c'est la consommation de vin rouge qui recule le plus. C'est justement 86 % de la production des Côtes-du-Rhône\*. Faute à pas de chance.

**“Les vins produits sont trop concentrés et n'entrent plus dans les goûts actuels“**

Ensuite, il y a la conjoncture. La hausse des prix de l'énergie et des manières premières impactent lourdement les charges d'exploitation sans que l'augmentation des prix de vente ne puisse les compenser (et encore moins les volumes).

Et c'est pas fini ! L'impact du réchauffement climatique se fait sentir dans les Côtes-du-Rhône plus fortement qu'ailleurs. Les vins produits sont trop concentrés et n'entrent plus dans les goûts actuels où



Ecrit par le 22 juillet 2024

les vins, plus légers, plus frais, plus minéraux sont préférés. Avouez quand même que ça fait beaucoup ! Mais, il y a cependant encore quelques bonnes raisons de conserver la foi. Au niveau mondial la consommation de vin se maintient à des niveaux importants et plutôt stables. C'est un marché qui est de plus en plus sensible au respect de la nature et de l'environnement. Comprenez par-là que les consommateurs privilégient de plus en plus les vins qui font dans le bio. En langage marketing ça veut dire : « faites des vins blancs et bio ! ». On pourrait même les inciter à faire des vins pétillants, très en vogue aujourd'hui...

### **“Il vaut mieux labourer profond que ratisser large !”**

Bien sûr il faut tenir compte des évolutions des goûts des consommateurs, mais de-là à renoncer à ce qui fait l'ADN et les caractéristiques des Côtes-du-Rhône, c'est creuser un autre sillon, une limite à ne pas franchir. Franchement qui pourrait imaginer les Côtes-du-Rhône produire un pétillant blanc ou des rouges légers comme l'air ?

Supposons que certains vigneron se laissent convaincre par l'aventure. Il leur faudra attendre au moins 5 ans avant que les efforts de cette reconversion puissent produire leurs premiers effets. En attendant que font-ils ? Et que seront devenus d'ici là les goûts des consommateurs ? Non sérieusement... que les Côtes- du-Rhône conservent toutes leurs particularismes et leurs identités. Dans ce domaine, il vaut mieux labourer profond que ratisser large !

Que les vins des Côtes-du-Rhône dépoussièrent leur image, c'est sans doute nécessaire, qu'ils soient encore plus vertueux sur le plan environnemental, c'est vital, qu'ils valorisent d'avantage leurs productions (terminologie consensuelle pour dire « faire plus qualitatif ») on sera tous d'accord la dessus, mais qu'ils ne renoncent surtout pas à ce qui en ont fait la renommée et leur raison d'être. Des vins aromatiques, expressifs, généreux, puissants et délicats. Des vins du soleil quoi !

Il faut savoir parfois garder de la distance avec les gens du marketing.

Comme disait le publicitaire Jacques Séguéla : « moins de test, plus de testicules »!

*\*Tous les chiffres sont issus du [syndicat des vignerons des Côtes-du-Rhône](#).*

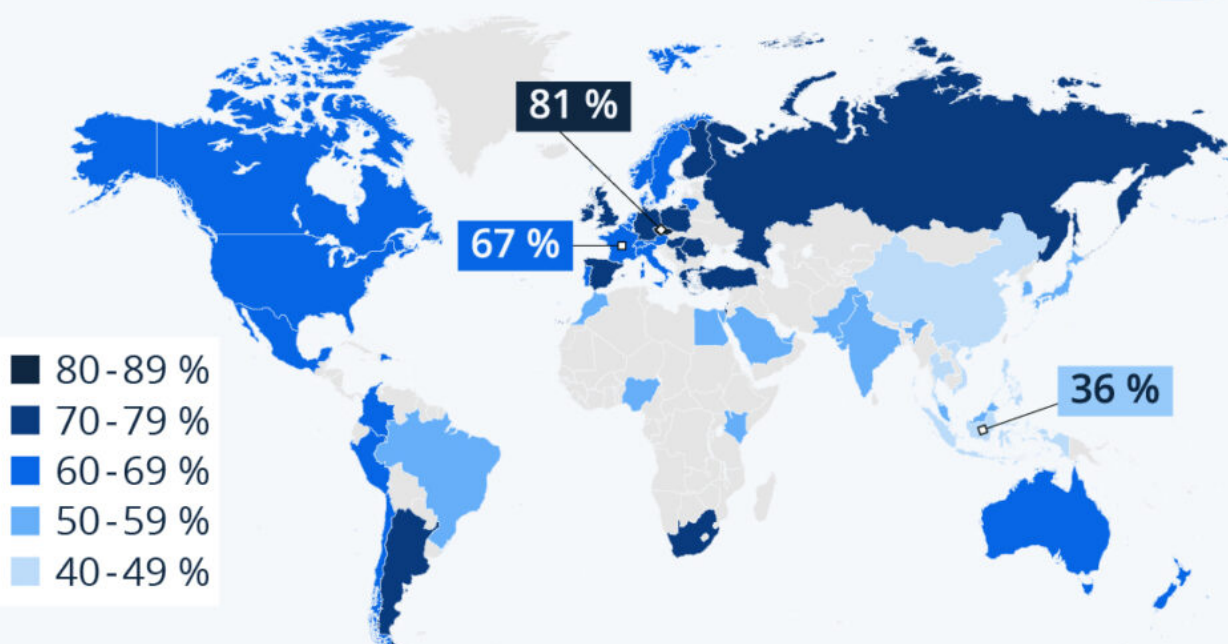
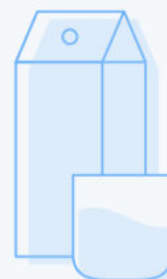
---

## **Qui consomme le plus de lait dans le monde?**

Ecrit par le 22 juillet 2024

# Qui consomme le plus de lait dans le monde ?

Part des répondants consommant régulièrement des produits laitiers \*



\* Lait, yaourt, fromage, etc.

Nombre de répondants (18-64 ans) par pays : 500-1 000.

Étude réalisée entre 2021-2022.

Source : Statista Consumer Insights



**statista**

Dans majorité des pays indiqués sur notre carte du monde basée sur les données du [Statista Global Consumer Survey](#), la population consomme régulièrement des [produits laitiers](#) (lait, yaourt, fromage, etc.). Dans l'Hexagone, ce sont 67 % des personnes interrogées.

Si les produits laitiers sont une source de protéines et de vitamines, ses vertus sont aussi régulièrement

Ecrit par le 22 juillet 2024

remises en question, comme l'illustre un [article](#) de la BBC. L'adage veut que boire du lait renforce nos os, car il contient du calcium et protège contre l'ostéoporose. Mais si les produits laitiers sont une importante source de calcium, ils ne sont de loin pas la seule. Et contre cette maladie, l'apport d'autres vitamines - notamment la vitamine D et K - jouent un rôle décisif tout comme l'exercice physique.

Le lait peut également être vu de manière critique du point de vue du bien-être animal, les vaches modernes étant devenues de véritables « machines à lait ». Si une vache laitière en France produisait 3395 litres de lait par an en 1960, ce chiffre atteignait les 8500 litres en 2021. De plus, la production de lait de vache a un impact plus important sur l'environnement et le climat que les autres types de lait, comme le montre un [autre graphique](#) de Statista.

De Claire Villiers pour [Statista](#)

---

## Black Friday, 91% des français comptent bien en profiter

**La carte bleue va chauffer. Les Français vont être très nombreux à vouloir profiter du black Friday pour faire de bonnes affaires face à la vie de plus en chère. Ils sont aussi très nombreux à vouloir profiter du black Friday pour leurs achats de Noël. Et parmi ces cadeaux, un vrai engouement pour la mobilité douce et l'achat de vélo et trottinette ...**

Le Black Friday fait partie de ce qu'on appelle en anglais le 'golden quarter' (le trimestre doré). Ce terme désigne le quatrième trimestre de l'année, le plus lucratif pour le e-commerce avec ses nombreux temps forts dans le [calendrier marketing](#) comme Halloween, le Singles Day, le Black Friday, le Cyber Monday, Noël et le Nouvel An.

### Ce que représente le Black friday

Le e-commerce représente désormais 13,4 % du commerce de détail en France. En 2020, il a entraîné un pic de ventes de + 127 % ; 62 % des Français font des achats chaque année à l'occasion du Black Friday. 1 Français sur 3 considère le Black Friday comme un bon moyen de faire des économies et de faire ses achats de Noël en avance. Les produits tech, mode et beauté font partie des plus vendus lors du Black Friday. 46 % des consommateurs prévoient d'acheter auprès des petits commerçants. Enfin, 33 % des consommateurs pensent que le Covid-19 a définitivement changé les habitudes de consommation.

DR

Ecrit par le 22 juillet 2024

### **Montée en puissance du Black friday**

Le Black Friday illustre la montée en puissance du e-commerce en France et à travers le monde. Les estimations de Deloitte, prévoient une augmentation des ventes en ligne entre 11 et 15 % en fin d'année 2021 par rapport à la fin de l'année 2020. Face à l'inflation qui touche tous les secteurs et tous les consommateurs, Channable, société spécialisée dans la gestion de flux et l'automatisation SEA (Shopping ...), a enquêté sur le comportement des internautes face au Black Friday 2022 qui aura lieu du vendredi 25 novembre jusqu'au Cyber Monday, le lundi 28 novembre, même si certaines promotions seront proposées dès lundi 21 novembre.

### **Ce qui résulte de ce sondage**

91 % des Français vont profiter du Black Friday ; 81 % des répondants comptent sur le Black Friday pour compenser leur baisse de pouvoir d'achat due à l'inflation ; 83 % vont profiter du Black Friday pour faire leurs achats de Noël ; 79 % iront sur des sites e-commerce pure-players ; 52 % iront directement sur le site e-commerce de la marque recherchée ; 23 % dans un grand magasin et 20% dans un commerce de proximité.

### **Les dépenses envisagées**

Pour le Black Friday, 33 % devraient dépenser de 150 à 300€ et 28 % entre 300 et 600€. Pour les achats de Noël, 30% envisagent de dépenser de 150 à 300€ s et 30% entre 300 et 600€. 35 % disposeraient d'un budget supérieur à l'an dernier pour le Black Friday. 33 % auront peut-être un budget inférieur à l'an dernier. 32 % auront peut-être un budget égal à l'an dernier.

DR

### **Les achats de Noël**

Pour leurs achats de Noël, 65 % prévoient d'acheter des produits de mode. 49% des produits High Tech, 45 % des jouets et 10 % vont acheter des produits pour la mobilité douce : vélo électrique, trottinette ... Pour le Black Friday, 78 % vont acheter des produits de mode ; 52 % des produits High Tech ...

### **Famille, amis, proches et publicité**

51 % des répondants reconnaissent être influencés par leurs amis, leur famille et leurs proches pour l'achat d'un produit 36 % par une publicité sur les réseaux sociaux et 29% par des avis en ligne 35 % de la publicité ciblée que reçoivent les consommateurs correspond parfois à leurs attentes, 34% souvent. 52 % des répondants déclarent recevoir beaucoup trop de publicités ciblées 35 % les trouvent trop intrusives. 72 % des répondants vont directement sur des sites qu'ils connaissent déjà 83 % des internautes comparent les prix avant d'acheter 42% regardent si les modes de livraison sont gratuits ou payants.

MH

DR

Écrit par le 22 juillet 2024

# Alimentation : zoom sur quelques tendances de consommation



Ecrit par le 22 juillet 2024

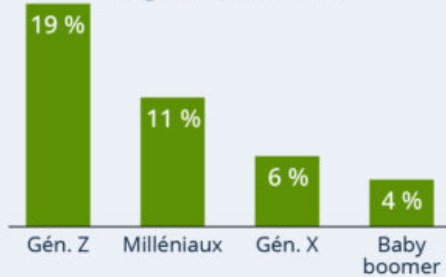
## Zoom sur quelques tendances de consommation alimentaire

Part des Français qui consomment régulièrement ces produits et qui suivent ces régimes en 2022, par génération

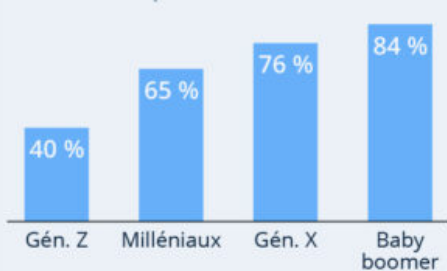
Consommation régulière de vin



Régime sans viande \*



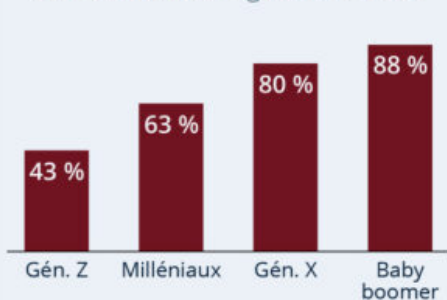
Consommation régulière de produits laitiers



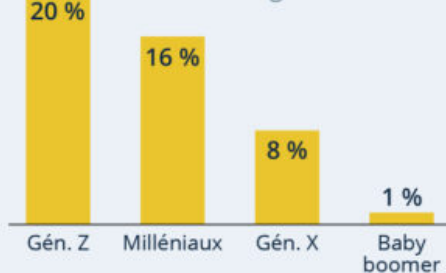
Régime sans gluten et/ou sans lactose



Consommation régulière de café



Consommation régulière de boissons énergisantes



Base : 1 000 à 2 000 Français (18-64 ans) interrogés en ligne de juillet 2021 à juin 2022.

\* Pescarien, végétarien ou végétal.

Source : Statista Global Consumer Survey



statista

Écrit par le 22 juillet 2024

Environ deux tiers des Français consomment régulièrement des produits laitiers, selon la dernière enquête du [Global Consumer Survey](#). Mais cette tendance est à la baisse chez les plus jeunes : seuls 40 % des représentants de la génération Z (18-27 ans) consomment du lait, yaourt ou [fromage](#) de façon régulière. Comme le montre notre infographie, une nette évolution des [habitudes alimentaires](#) est également visible pour d'autres produits, comme la viande, le café ou le vin.

Pour la viande, par exemple, près de 20 % des jeunes de la génération Z déclarent s'en passer complètement. En comparaison, la part de ceux qui suivent un régime pescatarien, végétarien ou végan s'élève à 11 % chez les milléniaux (28-42 ans) et autour de 5 % pour les catégories d'âge suivantes (génération X et baby boomers).

Même trajectoire à la baisse pour le café : 68 % des Français en consomment régulièrement (dont plus de 80 % au-delà de 42 ans), mais seulement 43 % des 18-27 ans. Une partie des consommateurs de cette classe d'âge semble avoir remplacé le café par les boissons énergisantes : 20 % des 18-27 ans en boivent de manière régulière, contre une moyenne de 12 % pour l'ensemble de la population interrogée.

Autre tendance : les Français [consomment de moins en moins d'alcool](#), et notamment de vin. Alors que près d'un baby boomer sur deux en boit régulièrement (46 %), ce chiffre est de 39 % pour la génération X, puis tombe à 28 % pour les milléniaux et 18 % pour les jeunes adultes de la génération Z.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)

---

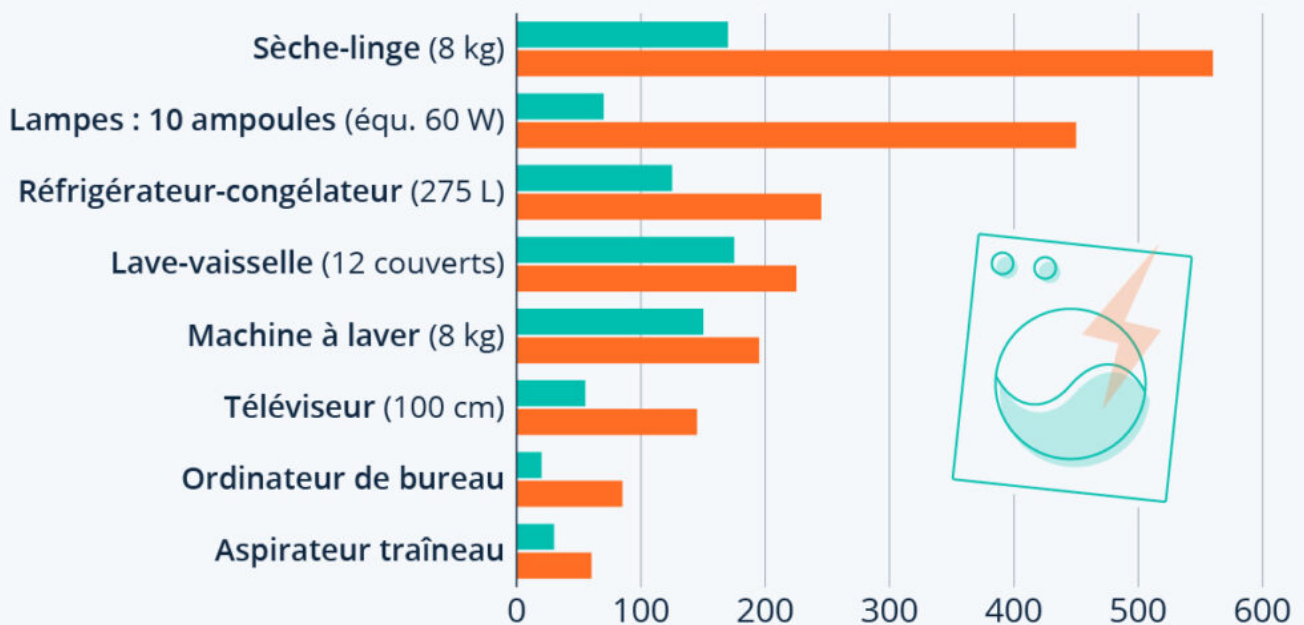
## Économie d'électricité : quels appareils sont les plus énergivores ?

Écrit par le 22 juillet 2024

# Quels appareils sont les plus gourmands en énergie ?

Consommation annuelle d'électricité selon le type d'appareil électroménager disponible sur le marché, en kWh \*

■ Appareils les plus efficaces ■ Appareils peu efficaces



\* les valeurs correspondent à des ordres de grandeur pour un usage standard.

Source : ADEME



**statista**

Alors que le conflit entre la Russie et l'Ukraine ne cesse de faire grimper les [prix de l'énergie](#) et pourrait même aboutir à des pénuries cet automne, le sujet de la sobriété énergétique occupe plus que jamais le devant de la scène.

Selon les données de l'[Insee](#), autour de 10 % du budget annuel des Français est consacré à la

Ecrit par le 22 juillet 2024

consommation d'énergie, dont les principales sources sont le chauffage et l'électroménager. Si les appareils domestiques sont de plus en plus économes, les foyers ont parallèlement tendance à être de plus en plus équipés. Portée par l'essor de l'informatique et de l'[électronique grand public](#), la consommation en [électricité](#) des ménages a ainsi augmenté en moyenne de 2 % par an au cours des trente dernières années.

De nos jours, chaque foyer possède en moyenne près d'une centaine d'appareils électriques ou électroniques. Et certains sont beaucoup plus énergivores que d'autres. Basé sur les chiffres de l'[Ademe](#), notre graphique donne un aperçu de la consommation annuelle d'électricité d'une sélection d'équipements domestiques pour un niveau d'usage standard. Il montre également les économies que l'on peut réaliser en fonction de l'efficacité des appareils actuellement disponibles sur le marché.

Ce n'est pas parce qu'un équipement est peu utilisé qu'il ne pèse pas lourd sur les factures d'énergie. Si l'on prend l'exemple du sèche-linge, utilisé pour seulement quelques cycles d'une à deux heures par semaine, il fait partie des [appareils électroménagers](#) les plus énergivores. Avec en moyenne plus de 300 kWh d'électricité consommée par an (variable selon le modèle et l'usage), un sèche-linge est environ deux fois plus gourmand qu'un réfrigérateur-congélateur, et trois fois plus qu'une télévision.

Outre l'éclairage du logement, où les LED permettent d'importantes économies par rapport aux ampoules plus anciennes, le réfrigérateur, la TV et le sèche-linge sont des exemples d'équipements pour lesquels les modèles les plus sobres en énergie ont le plus d'impact sur la consommation d'un foyer. Ramenée à la durée de vie des différents appareils (en moyenne autour de dix ans), l'économie sur les factures d'électricité peut se chiffrer à plusieurs milliers d'euros.

De Tristan Gaudiaut pour [Statista](#)