

Tendances food et leviers marketing pour les produits français

Étude du marché polonais

La Pologne est le 12^e client de la France et représente 1,4% des exports de agro-alimentaires français. En moyenne, les importations de produits français ont augmenté de 8,4% par an entre 2016 et 2020¹



La durabilité, une préoccupation qui progresse

1 consommateur interrogé sur 3 déclare placer le respect de l'environnement comme premier critère d'achat, avant le prix²

Montée du flexitarisme : selon une étude, **1 Polonais sur 3** pense que manger moins de viande est meilleur pour l'environnement² et **43% des Polonais** limitent leur consommation de produits carnés (sans y renoncer complètement)³

Parmi les consommateurs de substituts de produits laitiers **34% citent le bien-être animal comme motivation principale**²

Moins développé qu'en France, le bio progresse toutefois : les ventes ont bondi de **+20% en valeur en 2020**⁴



Un besoin de praticité

En raison de la Covid-19, **23% des consommateurs polonais** ont déclaré avoir augmenté leurs achats en ligne²

En croissance, les **plats préparés** se diversifient et sont plébiscités par les Polonais, dont le mode de vie est de plus en plus actif²

Le segment de la **diététique** se réinvente : l'envoi de « box » de repas minceur a **augmenté de 30% en 2020**⁵



La recherche d'une alimentation saine

En 2021, **47% des Polonais** indiquent avoir changé leurs habitudes alimentaires pour en adopter des plus saines au cours des 12 derniers mois²

Face à un **taux d'obésité** et à une **prévalence du diabète plus élevés que la moyenne européenne**, le Gouvernement a instauré en 2021 une taxe sur les boissons sucrées⁶

Plus d'1 Polonais sur 2 déclare avoir acheté plus souvent en 2020 qu'en 2019 des produits soutenant le **système immunitaire**⁷



Découverte, qualité et authenticité

70% des consommateurs indiquent apprécier réaliser des recettes de **cuisine du monde** qu'ils n'ont jamais essayé auparavant²

40% des Polonais reconnaissent avoir été influencés par des chefs célèbres pour tester de **nouveaux ingrédients** qu'ils n'auraient pas acheté autrement²

9 Polonais sur 10 déclarent aimer redécouvrir les **saveurs** avec lesquelles ils ont grandi²

DÉCOUVERTE

Sources : 1- Eurostat - 2020. 2- Mintel (données recueillies sur le mode déclaratif auprès d'échantillons comprenant entre 1000 et 2000 répondants représentatifs des internautes polonais). 3- IQS. 4- Nielsen. 5- Diety. 6- Gouvernement Polonais. 7- Kukula Healthy Food 2020.