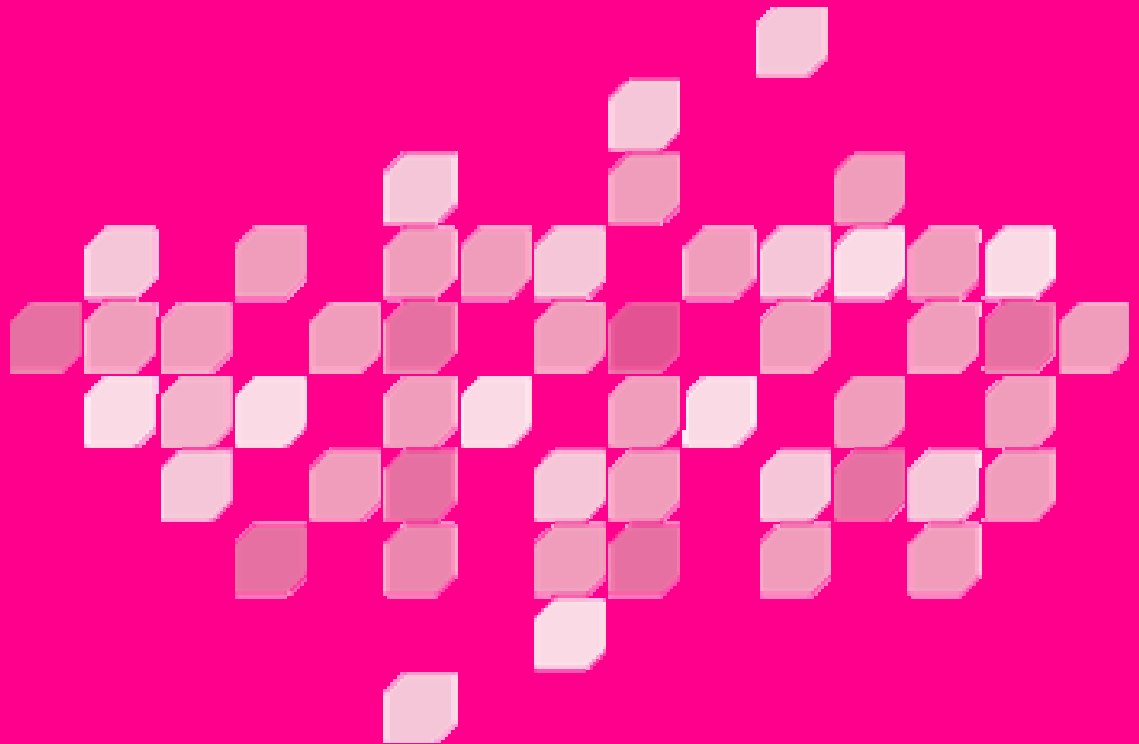


L'image du marché international de Rungis



SEMMARIS
David BOURGANEL

TNS Sofres
Stratégies d'opinion / Société
Guénaëlle GAULT
01 40 92 45 27
guenaelle.gault@tns-sofres.com



Rappel méthodologique

Sondage effectué pour : **SEMMARIS**

Date de réalisation : **23 et 24 novembre 2005**

Enquête réalisée auprès d'un échantillon national de **1000 personnes** représentatif de l'ensemble de la population âgée de 18 ans et plus, interrogées en face-à-face à leur domicile.

Méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de ménage PCS) et stratification par région et catégorie d'agglomération.

La notoriété du marché international

Une très forte notoriété spontanée

81%

**des Français
associent le mot
RUNGIS au marché
international**

+ 3 points par rapport à 2001

Une très forte notoriété spontanée

■ Une notoriété plus forte :

- ✓ Dans les tranches d'**âges intermédiaires**
- ✓ Chez les habitants de l'**agglomération parisienne**
- ✓ Chez les personnes **achetant leurs produits frais sur des marchés ou chez des commerçants spécialisés**
- ✓ Chez les personnes **attentives à la provenances des aliments**
- ✓ Qui **croît avec le niveau de diplômes et de revenus**

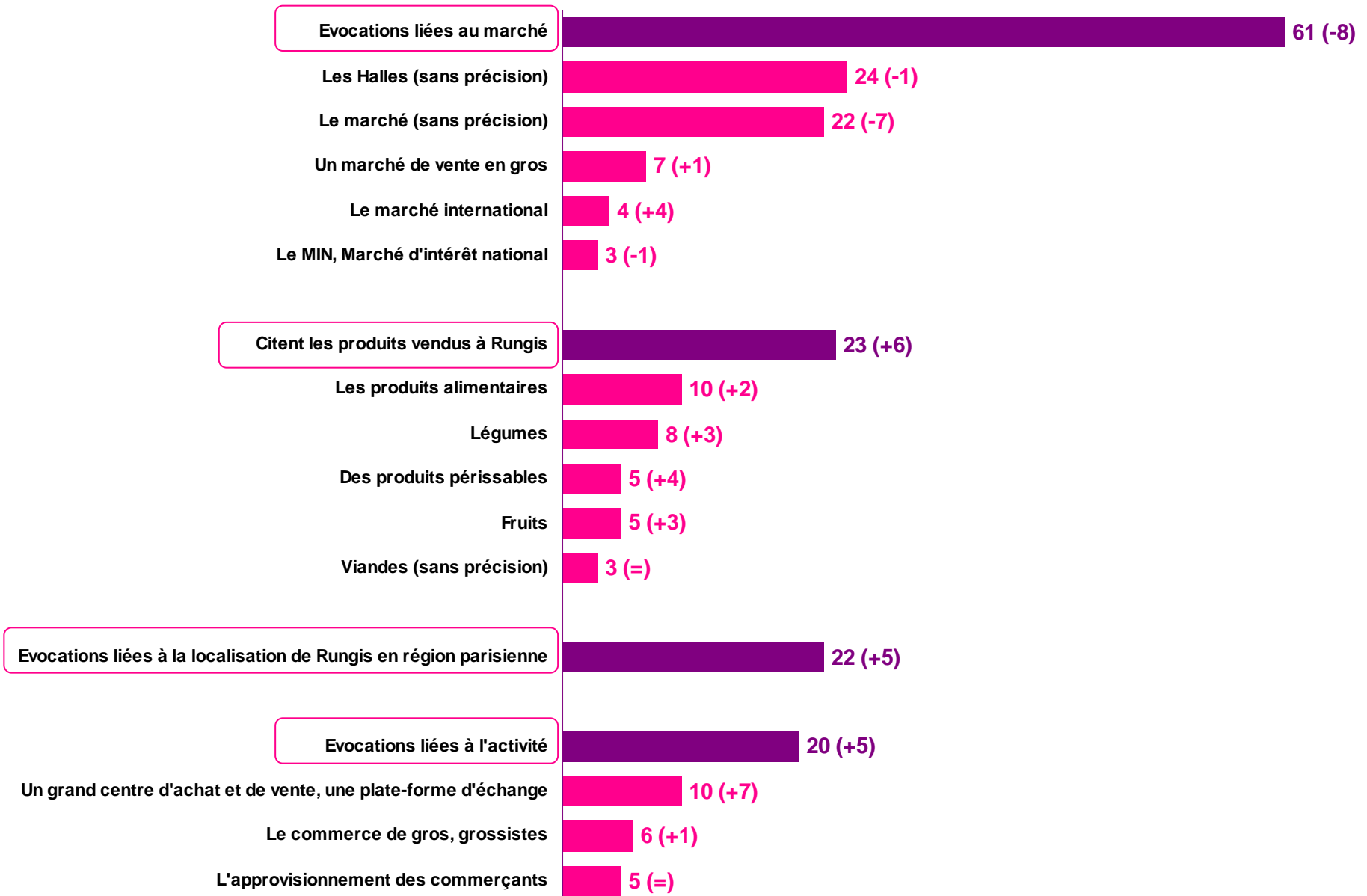
■ Une notoriété qui s'est améliorée :

- ✓ Chez les plus jeunes, les **18-24 ans** : - 3 points de sans connaissance à 41%
- ✓ Chez les **cadres et les professions intellectuelles**

■ Une notoriété qui s'est un peu détériorée :

- ✓ Chez les **catégories plus modestes** : 1/4 à 1/3 de sans connaissance

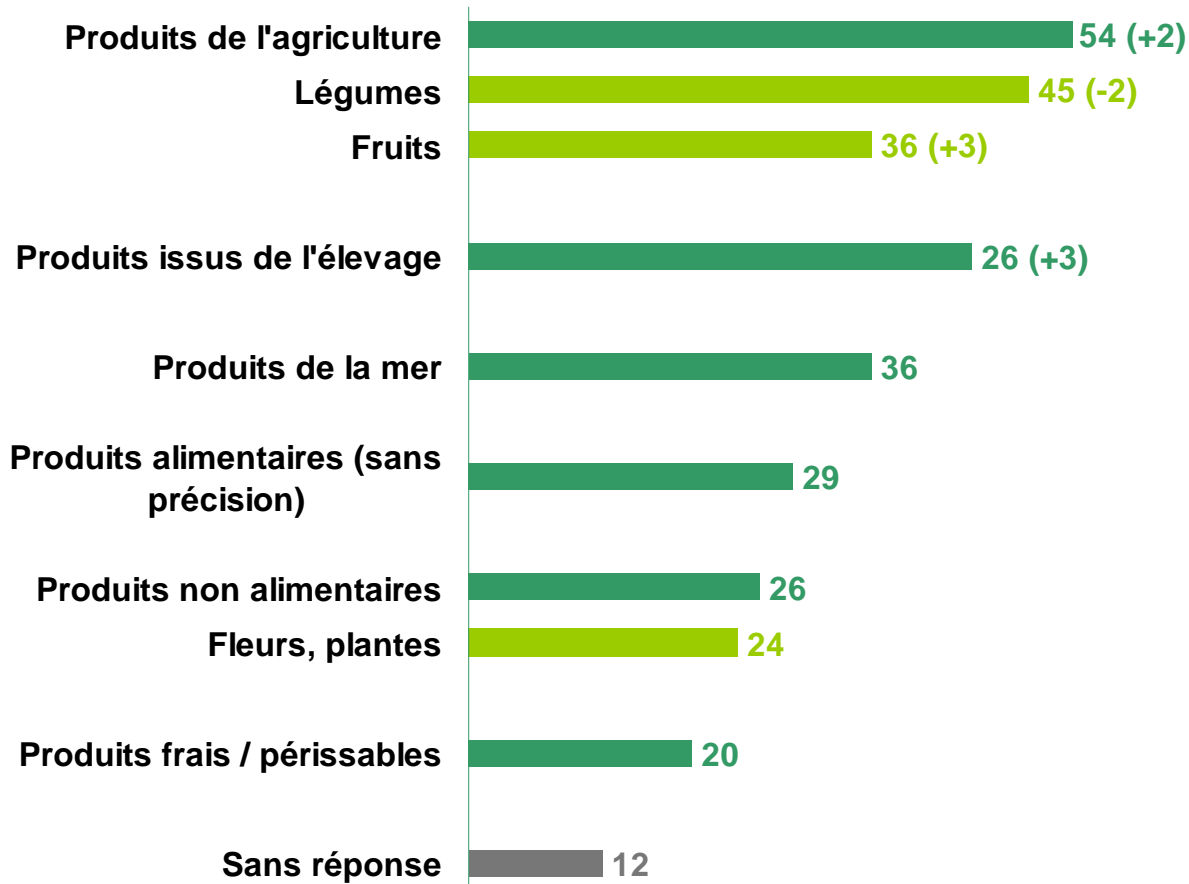
Une notoriété précise et détaillée



La connaissance du marché international

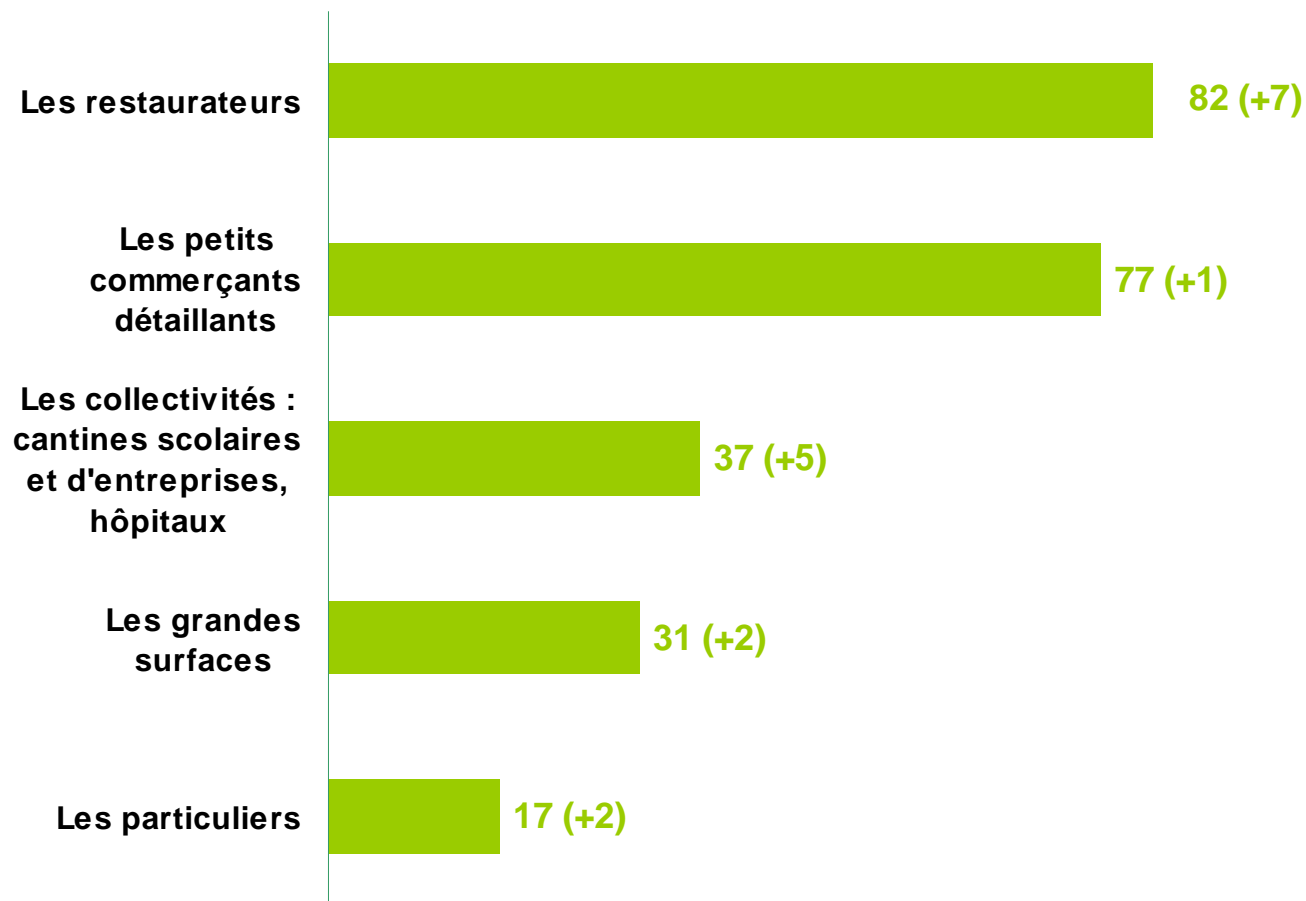
Une bonne connaissance des produits associés

A votre avis, quels sont les produits vendus à Rungis ?
REPONSE SPONTANEE



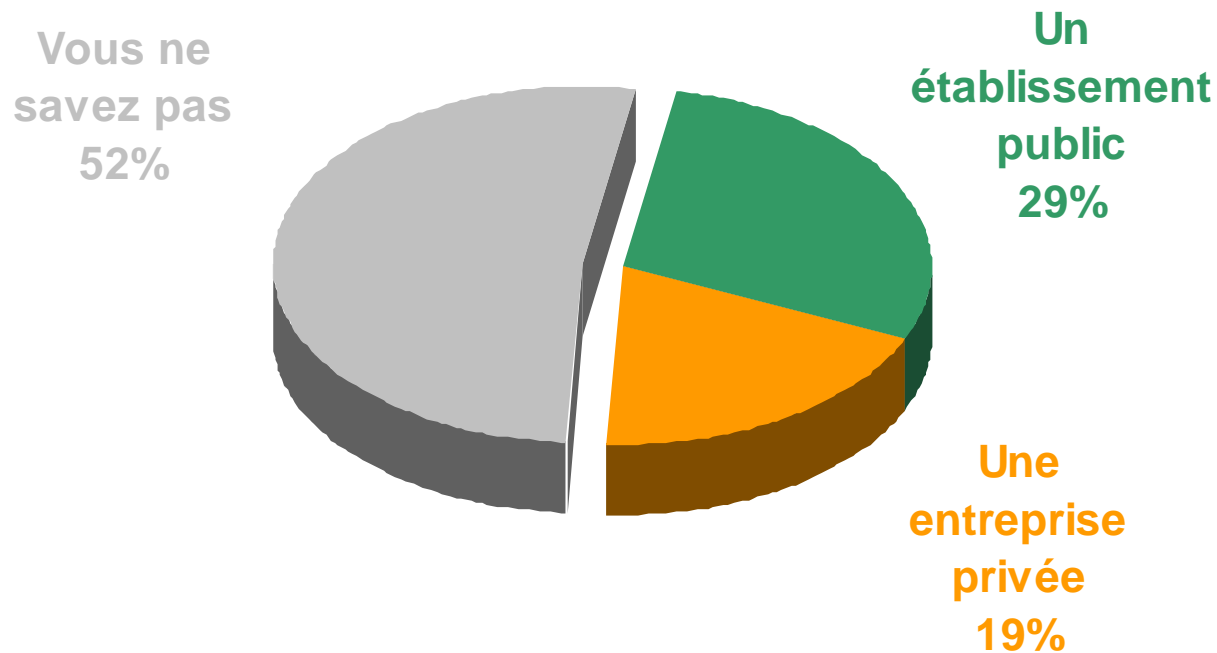
Une bonne connaissance des clients associés

Qui vient s'approvisionner à Rungis ?



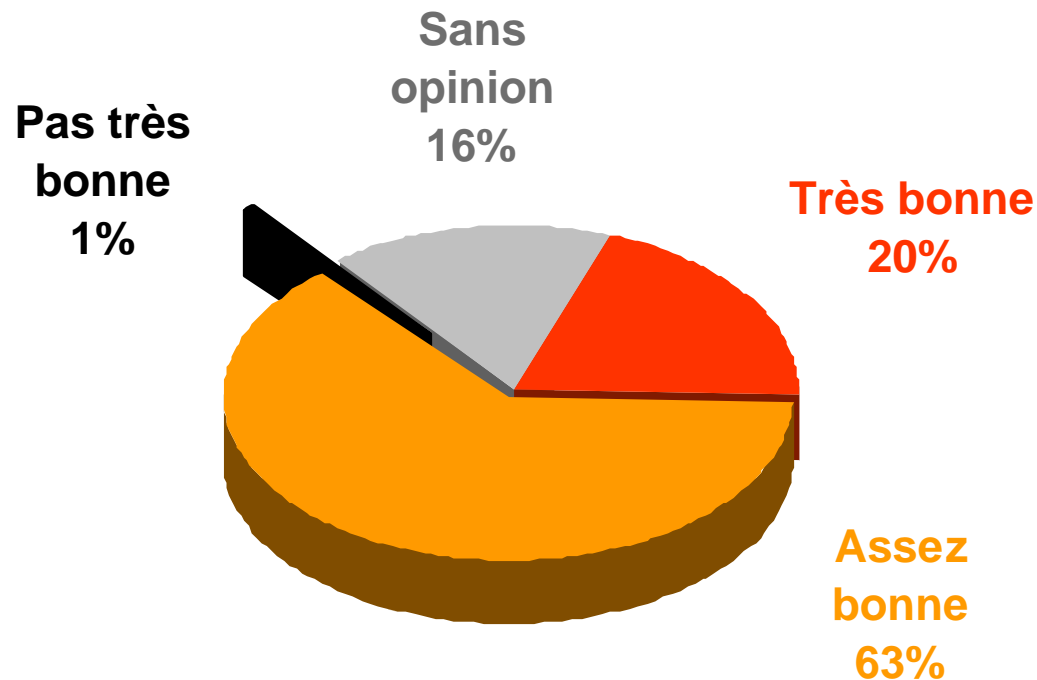
Mais un statut méconnu

Selon vous, le marché international de Rungis est un établissement public, une entreprise privée ou vous ne savez pas ?



L'image du marché international

Une image globale excellente...



Total bonne image

83%

Par rapport à 2001

+ 12 points au global

+ 7 points sur la très bonne image

Une image globale excellente...

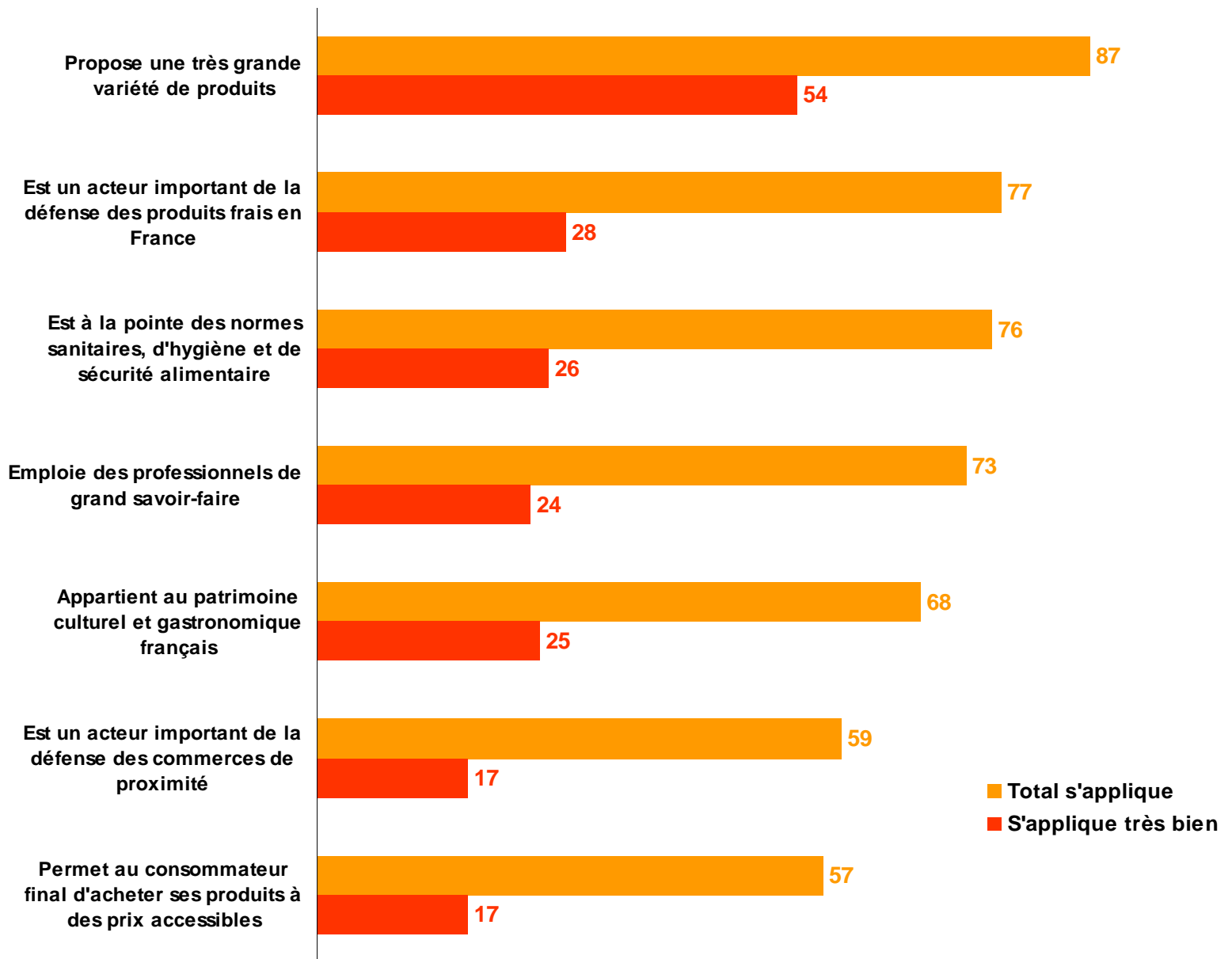
■ Une image particulièrement positive chez :

- ✓ Les **Franciliens** : **93%**
- ✓ Les habitants de l'**agglomération parisienne** : **95 %** (dont 26% *très positive*)

■ Une image qui s'est particulièrement améliorée chez :

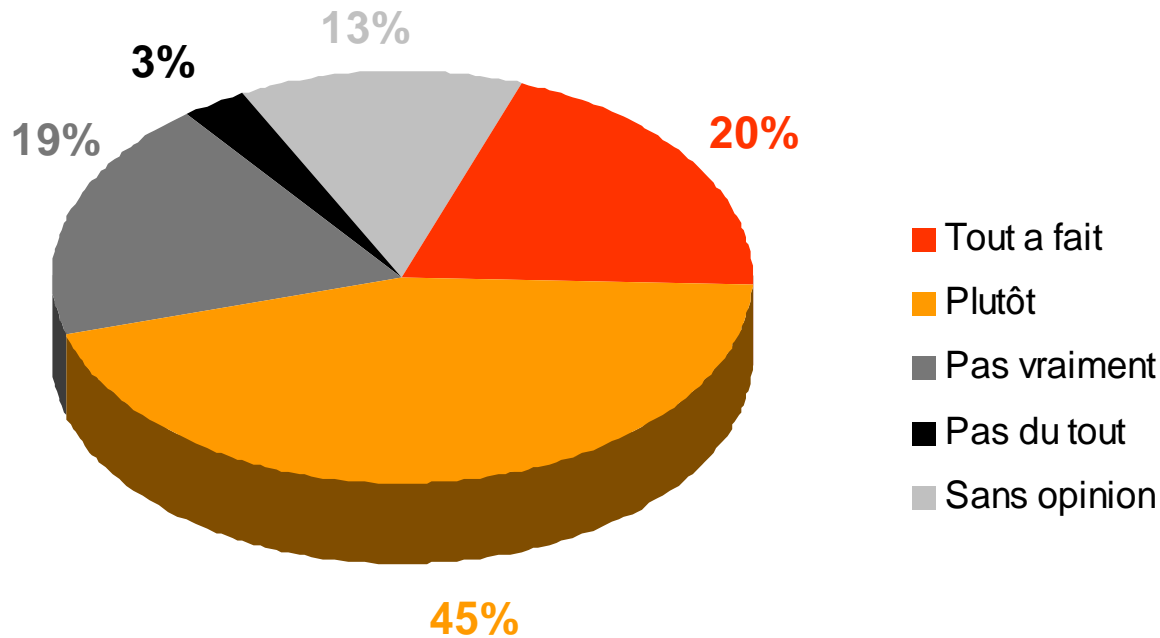
- ✓ Les **25-34 ans** : +19 points à **84%**
 - ✓ Les cadres et les professions intellectuelles : **+21 points à 89%**
- 2 catégories qui se trouvaient un peu en retrait en 2001**
- ✓ Les **18-24 ans** : +9 points même s'ils restent en retrait : **62%** d'opinions positives mais 38% de sans opinion

Des traits d'image associés à la diversité, la qualité et la sécurité



Un gage de qualité

Pour vous, le fait qu'un produit frais (comme la viande, le poisson, les fruits et légumes ou le fromage) vienne de Rungis est-il un gage de qualité?



Total Oui
65%

Total Non
21%

Un gage de qualité

■ Un gage de qualité plus fortement affirmé chez :

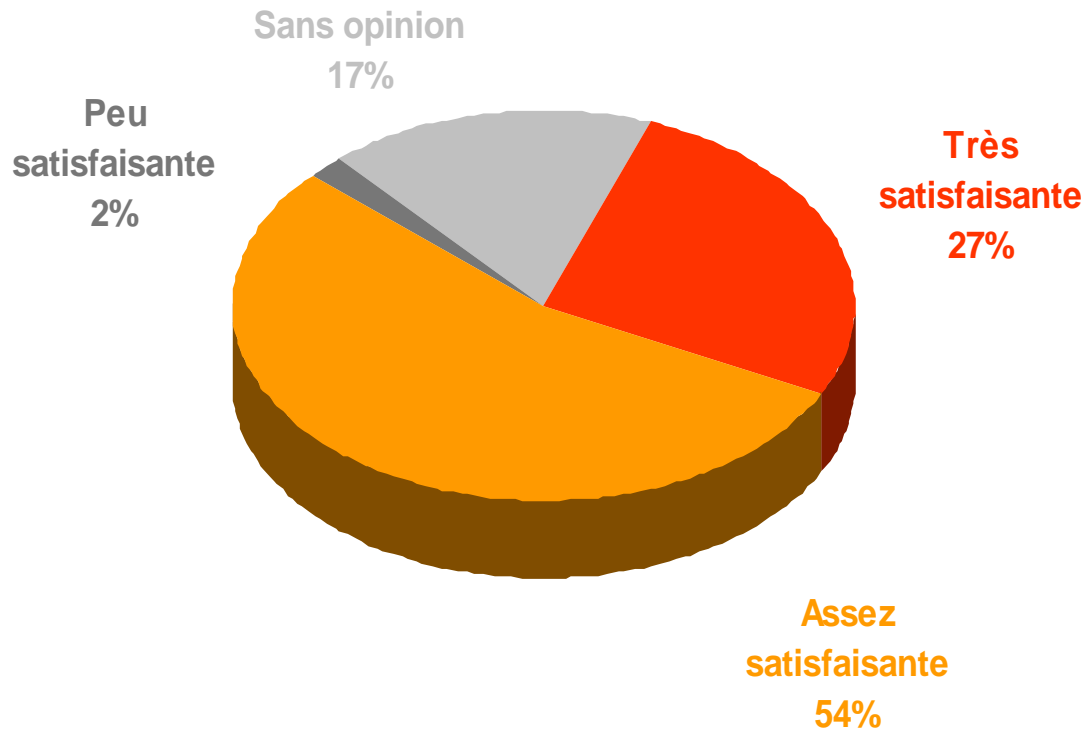
- ✓ Les catégories socioprofessionnelles **moyennes et supérieures** **71%**
- ✓ Les habitants de **l'IDF et de l'agglomération parisienne** **71% et 74%**
- ✓ Les personnes **attentives à la provenances des produits alimentaires** **67%**
- ✓ Chez les personnes **achetant leurs produits frais sur des marchés ou chez des commerçants spécialisés** **69% et 71%**

■ En retrait mais tout de même positifs

- ✓ Les **18-24 ans** : **46%** mais 1/3 de sans opinion
- ✓ Les **catégories modestes** : **59%** mais ¼ de sans opinion

Un gage de sécurité

Pensez-vous que les produits vendus à Rungis respectent les normes de sécurité sanitaire de façon satisfaisante ou pas satisfaisante ?



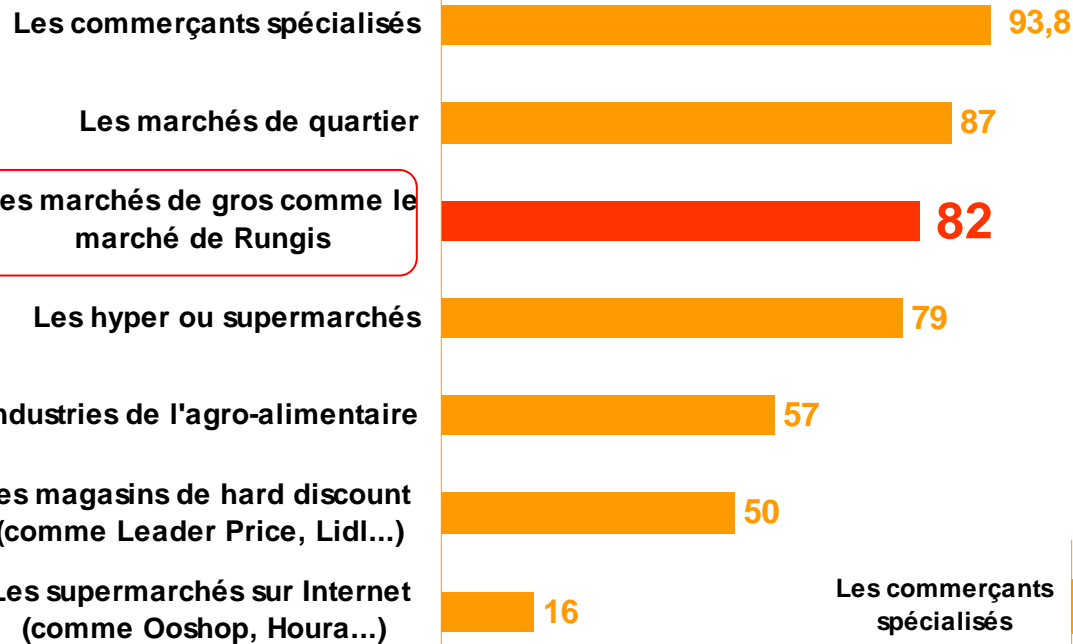
Total satisfaisant
81%

+ 14 points
par rapport à 2001

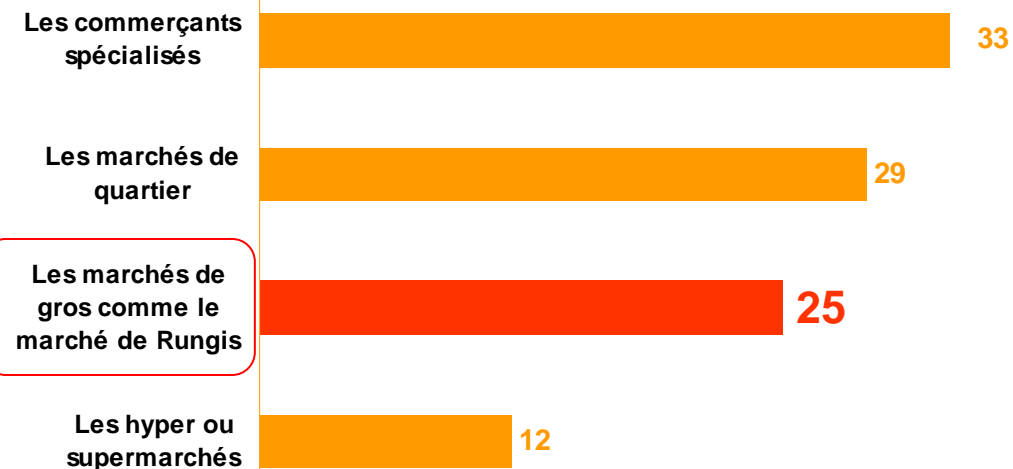
84%
chez les personnes
se disant très
attentives à la
provenance des
produits alimentaires

Rungis bien placé parmi les différents acteurs

Total confiance



Tout à fait confiance

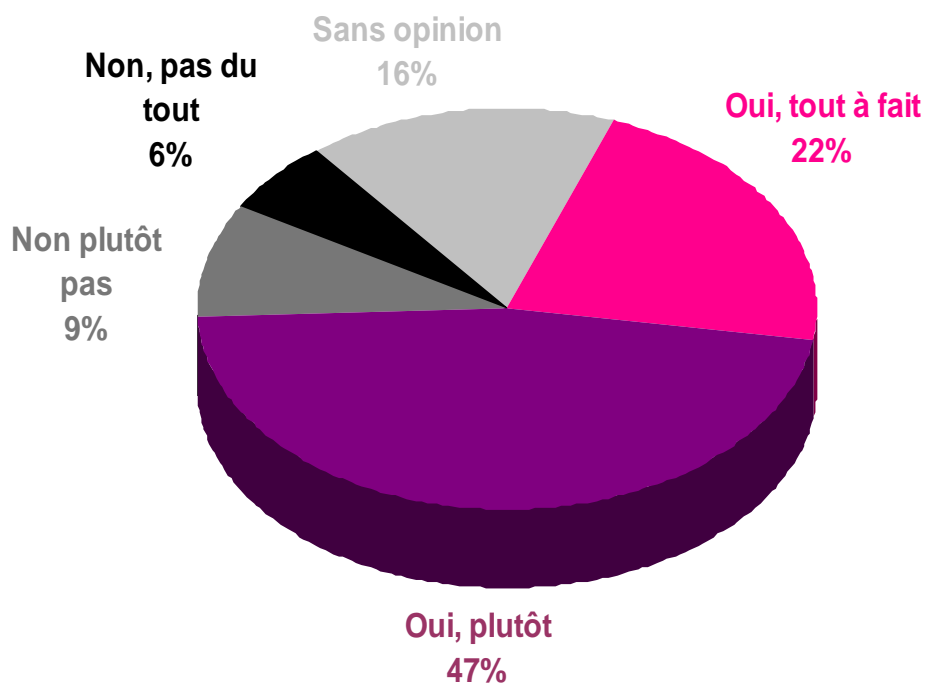


La qualité passe par Rungis

Une signature pertinente

Voici un autocollant destiné aux clients directs du marché de Rungis, sur lequel il est écrit « la qualité passe par Rungis ».

Vous personnellement, ce message correspond-il à l'idée que vous vous en faites?



Total Oui
69%

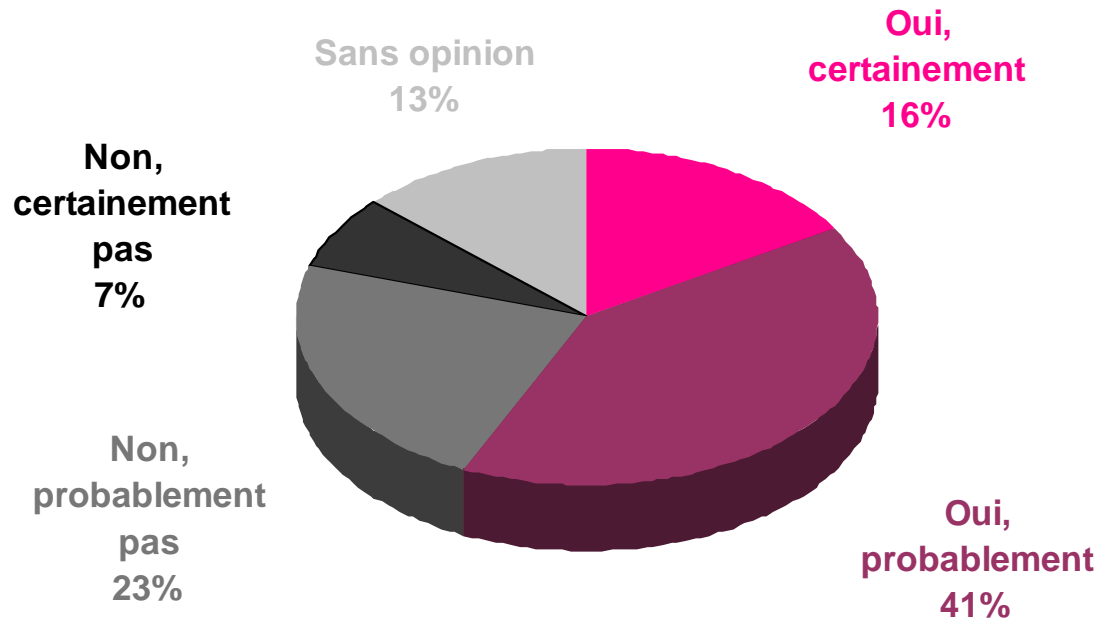
90%
des enquêtés qui expriment
une bonne image de Rungis
trouvent que le message
correspond

79%
des Franciliens sont séduits

81%
des Parisiens

Une image potentiellement valorisante pour les professionnels qui s'en réclament

Si cet autocollant était affiché sur les vitrines des commerçants et des restaurateurs qui se fournissent au marché de Rungis, vous personnellement est-ce que cela vous inciterait à fréquenter ces établissements ?



Total oui
57%

CERTAINEMENT PRETS

20%
des personnes se
fournissant en
produits frais dans
les commerces
spécialisés

23%
des personnes se
disant très attentives
à la provenances des
produits alimentaires

Conclusion

- **Une très bonne notoriété et image associée** confirmées et confortées par les résultats de 2005
- Dans un contexte où l'alimentation est devenue un sujet structurellement sensible dans l'opinion, suscitant souvent des réactions anxieuses, **Rungis représente une caution**. Alors même que, de façon générale et particulièrement sur ce secteur, le rôle d'intermédiaire n'est jamais fortement valorisé et apprécié.
- **Des traits d'image attribués au marché international qui vont dans le sens des valeurs**, du sens et des compétences que Rungis a souhaité associer à son image : **sécurité et qualité**
- Des « **cibles importantes** » qui comptent parmi les plus positives
- Une **légère progression** de la notoriété mais plus encore **de l'image auprès des cibles jeunes** fortement en retrait en 2001
- In fine, **une signature** volontariste qui apparaît aussi **adaptée** que **potentiellement valorisante** pour les professionnels qui s'en réclameraient