MORE EFFICIENCY

Feed the Advertising Community with Trends

Check up !

Lynda Calonne, Strategic Research Supervisor (RMB Marketing)

Sommaire

- **A survey about « health » ?** **page 3**
  - *Introduction : pourquoi une enquête à propos de la santé ?*
- **My body is a garden, my will is the gardener** **page 4**
  - *Observation de l'hygiène de vie des Belges au travers de la consommation de tabac, d'alcool et de la pratique d'une activité physique*
- **Look and self-control** **page 5**
  - *Problématique du poids et des régimes alimentaires*
- **Mens sana in corpore sano** **page 6**
  - *Bref aperçu de la santé mentale des Belges*
- **Prevention is better than cure !** **page 7**
  - *Attitudes générales de la population vis-à-vis de la vaccination et des dépistages*
- **Available over the counter !** **page 8**
  - *Focus sur la consommation de médicaments OTC (pouvant être obtenus sans prescription médicale)*
- **Fit your health !** **page 9**
  - *Focus sur la consommation de vitamines, de compléments alimentaires et de produits de parapharmacie*
- **Mmm… healthylicious !** **page 10**
  - *Analyse des habitudes alimentaires et de la consommation de produits recommandés pour la santé*
- **Knowledge is power !** **page 13**
  - *Comment les Belges recherchent-ils et reçoivent-ils l'information délivrée au sujet de la santé*
- **Conclusions** **page 14**
- Annexes
  - Annexe 1 : les enquêtes FACT de RMB page 15
  - Annexe 2 : modalités enquête « santé/bien-être » page 15
  - Annexe 3 : questionnaire « santé/bien-être » page 16

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

A épingler !

- 36% des fumeurs actuels veulent arrêter la cigarette
- 86% des Belges consomment de l'alcool ne fût-ce que de temps en temps
- Le pourcentage de population à risque par manque d'activité physique s'élève à 14%
- Chaque année, 15% des Belges suivent un régime alimentaire
- Stress et dépression font des ravages: 1 personne sur 5 est déprimée, 1 personne sur 4 connaît des difficultés face au stress
- Un tiers de la population fait de la prévention santé
- Pour les infections banales, 85% des individus pratiquent l'automédication
- Seuls 4% des achats de médicaments sans prescription sont réalisés sur internet
- Le spécialiste, médecin ou pharmacien, intervient pour 70% dans le choix de la marque d'un médicament OTC
- La moitié des Belges prennent des vitamines ou des fortifiants; 40% consomment des compléments alimentaires
- La consommation journalière de légumes (80% des individus) dépasse la consommation quotidienne de fruits (57% de la population)
- L'idée de « durabilité » fait son chemin: 70% des consommateurs font attention aux saisons; 61% préfèrent les produits frais aux produits surgelés ou en conserve
- Un tiers des consommateurs attirés par les produits bio y renoncent en raison du prix
- Un consommateur sur deux lit les étiquettes pour comprendre les produits et leurs compositions
- Dans l'alimentation, sur 25 allégations de santé testées, la réceptivité du consommateur varie de 20% à 60%
- Chez les produits alimentaires exploitant la promesse du maintien du capital-santé, 50% à 60% des consommateurs sont d'abord intéressés par… le goût !
- Pour les questions « santé », les Belges consultent principalement les brochures médicales (52%) et les magazines des mutualités (41%); les émissions de télévision et de radio intéressent respectivement 60% et 30% de la population
- Un consommateur sur trois est plus attiré par un argumentaire « santé » que par un autre type de publicité
- En matière de santé, les Belges préfèrent recevoir de la publicité via la télévision, la presse et la radio

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

A survey about health ?

Pourquoi une enquête à propos de la santé?

Selon une étude récente publiée par le CRIOC[1], la santé est le plus grand sujet de préoccupation des Belges. Sur 30 sujets soumis (épargne, pension, emploi, pouvoir d'achat, etc), ce propos arrive largement en tête. La santé des membres de la famille est un souci majeur pour 77% de nos concitoyens. Vient ensuite sa propre santé pour 68% des individus.

Par ailleurs, le thème de la « santé » est omniprésent dans notre vie quotidienne. Aujourd'hui, la santé ne signifie plus uniquement « absence de maladie ». Les consommateurs ont pris conscience qu'ils pouvaient gérer en partie leur santé. Elle est devenue synonyme de « bonne forme » et de « bien-être ». Le sujet renvoie directement aux questions de soins médicaux, d'assurance-maladie et de consommation de médicaments. Mais il est aussi étroitement lié à la pratique du sport, aux régimes et à la diététique, à l'alimentation, etc.

L'importance que les Belges accordent à la santé suppose une attention élevée des individus à l'égard de toute communication en relation avec cette préoccupation.

En Belgique, une vaste enquête est menée tous les deux ans au niveau fédéral par l'Institut de Santé Publique.[2] Cette enquête recèle une quantité de statistiques sur la santé des Belges. Elle fournit peu d'indications, en revanche, sur les motivations des individus en matière de consommation et sur la façon dont ils perçoivent l'information axée sur la santé.

L'enquête FACT de RMB Marketing n'a aucune prétention « scientifique ». Elle adopte le point de vue du consommateur et décrit comment celui-ci régit sa santé au travers de ses habitudes quotidiennes. L'enquête observe comment ce consommateur saisit la communication des annonceurs privés ou publics, marques ou institutions, qui lui parlent de santé.

[1] CRIOC (Centre de Recherche et d'Information des Organisations de Consommateurs) ; « Baromètre des tendances 2011 » ; enquête nationale menée par Bexpertise ; 18 ans et plus ; janvier 2011

[2] La dernière enquête de l'ISP (Institut de Santé Publique) repose sur des observations de 2008 et a été publiée en 2010

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

My body is a garden, my will is the gardener

Alcool, tabac, activité physique: on ne compte plus les avertissements et les recommandations adressés à la population ces dernières années… Quel bilan pouvons-nous tirer aujourd'hui?

Tabac

- La Belgique compte à ce jour 22% de fumeurs au sein des 18-64 ans. La grosse majorité d'entre eux (85%) sont des fumeurs réguliers. Comparés avec les statistiques de l'enquête publique, ces chiffres attestent néanmoins d'un abandon progressif de la cigarette.
- Un bémol à cette bonne nouvelle: la moitié des fumeurs actuels sont terriblement accros au tabac et fument plus de 10 cigarettes par jour.
- Autre donnée plutôt encourageante: 36% des fumeurs actuels (soit 8% de la population) sont animés par la volonté d'arrêter la cigarette dans les prochains mois.
- Les individus qui décident d'arrêter de fumer sont nombreux à rechercher une aide dans les médicaments ou dans les patches. Au cours des 12 derniers mois, 4% des Belges ont acheté ce type de produit. Cela représente 45% des personnes qui ont renoncé au tabac au cours de la même période.

Alcool

- Boire ou santé, faut-il choisir? Près de 86% des Belges consomment de l'alcool ne fût-ce que de temps en temps. Dans l'esprit des consommateurs, alcool et santé ne sont donc pas forcément inconciliables.
- S'il y a encore un message à faire passer aujourd'hui à propos de la consommation d'alcool, celui-ci doit s'adresser aux 30% de heavy consumers (ce qui correspond à un quart de la population âgée de 18 à 64 ans) pour les inviter à faire preuve de mesure. Au sein de ces heavy consumers: 22% consomment de l'alcool plusieurs fois par semaine tandis que 8% en consomment une ou plusieurs fois par jour.

Activité physique

- Les Belges sont plutôt bon élèves en cette matière: 82% des 18-64 ans s'adonnent au sport ou, au minimum, font de la marche ou du vélo.
- Le pourcentage de population à risque par manque d'activité physique (ni sport durant les loisirs, ni activité physique au travail) s'élève à 14%.
- Ce tableau, plutôt positif à la première observation, doit néanmoins être nuancé en regard de l'intensité des efforts réalisés… Selon les spécialistes de la santé, chaque individu devrait pratiquer au moins 30 minutes d'activité physique par jour. Au total, cela représente 3 à 4 heures d'efforts par semaine. Or, près de la moitié des adeptes de sport de loisirs font moins de 2 heures d'exercices par semaine. Les autorités et les professionnels de la santé doivent aujourd'hui davantage axer leur communication sur la régularité et la fréquence des activités physiques que sur leurs bienfaits dont nous sommes apparemment convaincus.

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

Look and self-control

Le pèse-personne, ami ou ennemi des Belges?

- La minceur est une préoccupation pour la moitié des Belges. Un tiers de la population fait continuellement attention à sa ligne tandis que 15% des individus limitent les efforts dans le temps en suivant un régime plus sévère à l'une ou l'autre période de l'année.
- Les femmes sont nettement plus préoccupées par leur poids que les hommes. Les 35-44 ans optent plus facilement pour un régime tandis que les 45-64 ans préfèrent surveiller leur ligne tout au long de l'année.
- C'est l'approche des beaux jours qui suscite les plus fortes motivations en matière de régime alimentaire: 60% des adeptes du régime suivent un programme spécifique au printemps tandis que 30% s'y mettent juste avant les vacances d'été. Les adeptes du régime sont « pugnaces »: 40% d'entre eux répètent le sacrifice plusieurs fois par an.
- Comme les candidats à l'arrêt de la cigarette, les adeptes du régime se font aider. Sur base des 15% de Belges pratiquant un régime alimentaire au moins une fois par an, la consultation d'un diététicien (67%), la consommation de produits (73%) ou de médicaments (33%) de régime, sont assez répandues.
- Les produits minceur (milk-shakes, tisanes, etc) ont plus de succès que les médicaments visant les mêmes effets. Au sein de la population globale, les achats des 12 derniers mois s'élèvent respectivement à 11% et à 5%. Pour les médicaments OTC[3], il existe donc encore une marge de développement.
- Sur la dizaine de médicaments OTC analysés dans l'enquête, les pilules de régime sont le produit pour lequel le consommateur décide le plus souvent seul du choix de la marque sans se faire conseiller par un médecin ou par un pharmacien. Il est d'autant plus opportun pour ces médicaments de régime de se faire connaître et d'investir les médias.
- Aux côtés des OTC ou des produits de parapharmacie, l'alimentation « light » reste encore le meilleur moyen de soigner sa ligne. La moitié des Belges sont sensibles aux allégations « light » des produits alimentaires. Les femmes et les 35-44 ans sont plus sensibles à ces promesses que la moyenne des individus. Par ailleurs, le sucre (56%) terrorise une plus grosse part de la population que les graisses (40%).
- Les margarines et les minarines allégées figurent parmi les produits alimentaires les mieux reconnus en termes de bénéfice « santé ». Trois quarts des Belges sont consommateurs et un peu moins des deux tiers utilisent le produit au moins une fois par semaine.

[3] Médicaments OTC = médicaments « over the counter », proposés en vente libre et pouvant être obtenus sans prescription médicale

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

Mens sana in corpore sano

Bien dans sa tête, bien dans son corps ?

- En Belgique, le stress et la dépression font des ravages: une personne sur cinq est régulièrement déprimée; une personne sur quatre connaît des difficultés face au stress. Les soucis liés au sommeil (28%) et les excès de fatigue (39%) sont encore plus répandus.
- Face à ces problèmes, les Belges manquent de solutions et de conseils. Comparativement aux autres grands thèmes liés à la santé (le sida, le cancer, les maladies cardio-vasculaires, etc), l'information est jugée déficiente en ce qui concerne la dépression et les problèmes d'insomnie. Ce sont les deux topics à propos desquels les Belges se déclarent les moins bien renseignés. Tant du côté des pouvoirs publics que du côté des marques et des produits de grande consommation, plus de communication est souhaitable.
- Car de l'aide, les Belges en recherchent! Notamment dans la consommation de boissons et de produits alimentaires. Dans ce registre, deux tiers des consommateurs sont attentifs aux allégations de santé liées à la lutte contre le stress ou contre la fatigue.
- D'un point de vue plus médical, au cours des 12 derniers mois, 18% des Belges ont acheté des médicaments OTC contre le stress ou contre les problèmes d'insomnies. Ce qui peut sembler faible vis-à-vis de toute la population représente néanmoins 60% à 70% du total des personnes affectées par ces problèmes.
- L'influence du spécialiste dans le choix de la marque de ces médicaments de comptoir est très élevée: de 72% en moyenne pour l'ensemble des OTC, cette part s'élève à 86% pour les médicaments contre le stress ou les problèmes d'insomnies. Le spécialiste que l'on écoute est principalement le médecin (63% vs 42% en moyenne pour l'ensemble des OTC). Pour s'imposer auprès du « malade » et gagner la confiance du consommateur, les OTC doivent déployer un gros effort de communication.
- Enfin, 15 % des Belges, soit près de 60% des individus se sentant stressés, se rendent plusieurs fois dans l'année dans un centre wellness pour se relaxer.

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

Prevention is better than cure !

Les Belges font-ils ce qu'il faut pour se prémunir d'éventuelles maladies?

- Selon notre enquête « Check up », un tiers de la population fait de la prévention en matière de santé :
  - 33% réalisent un bilan médical approfondi chaque année
  - 33% se font vacciner chaque année contre l'une ou l'autre maladie virulente
  - 40% subissent un dépistage parmi ceux proposés par les pouvoirs publics
- Les campagnes de sensibilisation en matière de prévention font donc leurs effets. Preuve supplémentaire de l'efficacité de ces campagnes: deux tiers des individus qui se sont fait vacciner au cours des 12 derniers mois, ou qui ont subi un dépistage, se sont lancés dans cette action de leur propre initiative. Autrement dit, les personnes qui se sont décidées seules sont nettement plus nombreuses que celles ayant suivi les conseils d'un médecin.
- Bémol à ces bonnes nouvelles: les campagnes de sensibilisation touchent prioritairement les personnes plus âgées. Les indicateurs de prévention sont 30% (vaccins), 40% (dépistage), et même 80% (bilan médical), plus élevés chez les 55-64 ans. Pour faire évoluer le taux de prévention, les pouvoirs publics devraient davantage s'adresser aux jeunes et aux adultes d'âge moyen.

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

Available over the counter !

Les Belges et les médicaments « de comptoir »: achat tout à fait libre?

- En Belgique, l'automédication est une pratique très répandue. Pour les infections banales (rhumes, douleurs articulaires, maux de tête, problèmes de digestion, etc), 85% de la population se soigne par elle-même sans consulter de médecin.
- Les Belges sont aussi de grands consommateurs de médicaments OTC[4]. Parmi ceux-ci, nous pouvons distinguer 4 catégories :
  - médicaments contre le rhume et antidouleurs. Ce sont les deux marchés les plus florissants: 3/4 des Belges ont acheté ce type d'OTC au cours des 12 derniers mois
  - médicaments contre les problèmes d'estomac ou d'intestins. Deuxième secteur le plus porteur: une personne sur deux achète et consomme ce type de médicament
  - baumes antidouleur et remèdes homéopathiques constituent le 3ème groupe avec, respectivement, 30% et 24% d'achats dans l'année écoulée.
  - médicaments plus ciblés (stress et insomnies, problèmes de circulation sanguine, pilules de régime ou pour arrêter de fumer): affichent une pénétration plus faible en regard de la population totale mais néanmoins importante auprès des individus directement concernés par les problèmes ou pathologies en question.
- Globalement, le Sud du pays achète plus de médicaments OTC que le Nord
- Avec la progression d'internet, on pourrait croire que de nombreux consommateurs achètent des médicaments en ligne… Des consommateurs qui seraient appâtés par le prix, par la facilité, par la possibilité d'acheter en toute discrétion, ou par celle d'acheter des produits indisponibles en Belgique… Il n'en est rien: en moyenne, seuls 4% des achats OTC sont réalisés sur la toile.
- Même pour les médicaments disponibles sans prescription, l'avis du spécialiste tient un rôle prépondérant dans le choix de la marque du produit. En moyenne, il intervient pour 70% dans la décision d'achat: 41% achètent ce que le docteur recommande tandis que 29% suivent le conseil du pharmacien. L'avis du spécialiste est probablement synonyme de garantie, de fiabilité, d'absence de risques… Pour les laboratoires pharmaceutiques, en plus de l'efficacité du médicament, voilà autant d'éléments à intégrer dans la communication vers le consommateur lambda pour l'amener à acheter un produit de son propre chef.
- Les OTC pour lesquels les consommateurs choisissent le plus souvent la marque par eux-mêmes sans se référer à un spécialiste sont: les pilules de régime, les antidouleurs et les médicaments pour arrêter de fumer. Dans ces catégories, plus que dans toute autre, il est utile pour les OTC de faire leur promotion dans les grands médias.
- Le Belge fait relativement peu confiance en ses pairs en termes de choix de marque de médicaments. En moyenne, l'avis d'une personne de l'entourage ne guide l'achat que dans 6% des cas. Cela laisse deviner une certaine impopularité des nouveaux médias sociaux dans ce domaine…

[4] Selon l'enquête 2008 de l'Institut de Santé Publique, 22% de la population a pris un tel type de médicaments endéans les deux dernières semaines

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

Fit your health !

Autre moyen se s'occuper de sa santé: la booster, la renforcer !

- La moitié des Belges (48%) prennent des vitamines ou des fortifiants. La consommation de compléments alimentaires (probiotiques, minéraux ou oligo-éléments) concerne, quant à elle, quatre personnes sur dix.
- La consommation de vitamines et de compléments alimentaires est plus importante en Wallonie qu'en Flandre.
- Le mode de consommation, tant pour les vitamines que pour les compléments alimentaires, se présente majoritairement sous forme de cure à des périodes bien spécifiques de l'année.
- La consommation de ce type de produits tient plus de l'initiative personnelle que de la prescription du médecin ou du pharmacien. D'où l'intérêt pour ces produits d'assurer leur promotion dans les grands canaux de communication.
- Les vitamines et les compléments alimentaires présentent un paradoxe. En dépit d'une consommation élevée, ces produits ne sont pas vraiment jugés nécessaires à notre organisme. Seuls 16% sont convaincus du contraire. Côté pile, peut-être les Belges s'alignent-ils sur l'avis général des médecins qui préconisent une alimentation variée et équilibrée plutôt qu'une prise de vitamines. Côté face, il est considéré que prendre des vitamines ne peut pas faire de tort. Ce serait même une précaution supplémentaire pour se garantir une bonne santé…
- La prédisposition à la consommation de vitamines et de compléments alimentaires se vérifie aussi dans l'attitude des consommateurs à l'égard des tests d'échantillons: deux tiers de nos concitoyens se déclarent prêts à essayer des échantillons reçus gratuitement.
- Les vitamines et les compléments alimentaires font partie des produits de parapharmacie les plus achetés en Belgique. Ces produits se positionnent derrière l'indispensable trousse de secours composée de sparadraps, de désinfectant et de lotions contre les piqûres d'insectes. Ils ont, en revanche, plus de succès que les produits à base de plantes (phytothérapie) ou les huiles essentielles (aromathérapie) pouvant à l'occasion, eux aussi, stimuler le corps et l'esprit.
- Quand on parle de produits de parapharmacie, on imagine des produits disponibles en droguerie (Di, Kruidvat, etc), dans des magasins spécialisés (iU, par ex) ou au supermarché. Pour la majeure partie d'entre eux, cependant, la pharmacie reste le point de vente privilégié. C'est aussi le cas pour les vitamines et pour les compléments alimentaires: respectivement 74% et 63% des achats sont réalisés dans une officine.
- La nourriture pour bébés, les bandages et sparadraps, les produits à base de plantes (tisanes et autres…) s'achètent le plus régulièrement au supermarché. Les drogueries et autres magasins spécialisés s'octroient, quant à eux, la moitié des ventes des produits d'aromathérapie (huiles essentielles).
- Interrogés à propos de ce qui les pousse à acheter des produits de parapharmacie dans un endroit plutôt que dans un autre, les Belges citent prioritairement le « know-how » du spécialiste. Le prix, la qualité, la facilité d'achat ou la diversité des produits n'arrivent que bien plus loin dans la liste des critères pris en compte dans le choix du canal de distribution.

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

Mmm… healthylicious !

Comment les Belges abordent-ils la santé au travers de leurs habitudes alimentaires et de leur usage de produits de grande consommation?

Comportements alimentaires

- Selon les déclarations, mode de vie sain et bonnes habitudes alimentaires font largement partie des préoccupations: 80% mangent des légumes quotidiennement, 73% prennent un petit déjeuner presque chaque jour, 64% font attention à ce qu'ils boivent et à ce qu'ils mangent, 61% mangent du poisson au moins une fois par semaine, etc.
- Quand on sait qu'un Belge sur deux est actuellement en surpoids[5], on peut se demander si ces bonnes habitudes sont réellement appliquées. Les personnes interrogées ont-elles osé avouer leurs écarts vis-à-vis d'un mode de vie préconisé par tous les spécialistes de la santé? Ce qui est sûr, et déjà positif en soi, c'est que les Belges sont conscients de la relation qui unit les bonnes habitudes alimentaires à la santé.
- La communication vers le public au sujet des bons « réflexes santé » reste néanmoins importante. Car le respect d'une alimentation équilibrée varie selon l'âge et le sexe: les hommes et les jeunes mangent moins équilibré que leurs comparses. Le Sud affiche aussi un léger retard par rapport au Nord.
- L'idée de « durabilité » fait son chemin : 70% des consommateurs essaient de manger des produits de saison tandis que 61% préfèrent les produits frais aux produits surgelés ou en conserve. En revanche, la consommation de produits locaux est moins répandue (54%).
- Au sein des 18-64 ans, la Belgique recense 5% de végétariens[6] et 2% de végétaliens[7].
- Deux tiers des Belges déclarent être attentifs à ce qu'ils mangent et à ce qu'ils boivent… Néanmoins, on observe un décalage entre cette volonté d'avoir une alimentation saine et le prix à payer pour une nourriture de qualité. Les individus qui achètent de la nourriture bon marché de qualité moindre (36%) sont aussi nombreux que ceux qui choisissent une alimentation plus coûteuse mais plus saine (38%). D'une part, nos compatriotes ont envie de faire des repas soignés et variés; d'autre part, ils rechignent à dépenser pour leur nourriture. Le Belge a donc toujours un œil sur son portefeuille et a besoin d'être convaincu que tous les aliments ne se valent peut-être pas…
- Dans le même ordre d'idées, pour le consommateur, les grandes marques nationales ne sont pas forcément synonymes de qualité. Près d'une personne sur deux estime que la composition des produits de marques de magasin est aussi bonne que celle des marques A. Pour ces grandes marques, une communication axée sur la composition de leurs produits, sur leur concentration riche et équilibrée en ingrédients, semble toute indiquée.

[5] Selon l'enquête 2008 de l'Institut de Santé Publique, 47% de la population entre dans une catégorie d'IMC (indice de masse corporelle) élevé et présente un excès de poids
[6] Végétariens : excluent la consommation de chair animale mais consomment des produits laitiers et des oeufs
[7] Végétaliens : se nourrissent uniquement de végétaux

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

Produits bio, riches ou enrichis

- Premier constat à propos du « bio »: la part des individus prêts à payer plus pour des produits bio (21%) est inférieure à celle des individus sensibles à l'argument bio (30%). Un tiers des acheteurs potentiels renoncent à ce type d'achat parce qu'ils jugent l'écart de prix trop élevé par rapport aux produits classiques. A l'égard de ces consommateurs, il est essentiel de communiquer sur la plus-value du bio.
- Deuxième constat à propos du « bio »: les consommateurs prêts à payer plus pour des produits recommandés pour la santé (30%) sont plus nombreux que les individus enclins à débourser plus pour des produits bio (21%). Cela témoigne d'un manque de consensus sur la valeur ajoutée du bio en matière de santé. Les consommateurs ne sont pas convaincus que le bio est meilleur pour la santé. La communication autour des produits bio doit donc dépasser l'argument santé et rappeler aussi, par exemple, les aspects durables (voir ci-dessus) et écologiques de la production.
- Les produits alimentaires naturellement riches ou enrichis en composants bénéfiques pour la santé (vitamines, fibres, minéraux, etc) sont exposés à la même logique que les vitamines et les compléments alimentaires. Les individus ne sont pas spécialement convaincus du bienfondé de ce type de consommation (seul un quart de la population estime cela utile à notre organisme) mais, dans les faits, ils sont plus nombreux (environ 40%) à privilégier, par exemple, des aliments riches ou enrichis en minéraux, en Omega 3, en Omega 6, etc.

.

- Entre aliments originellement riches et aliments artificiellement enrichis en composants favorables à la santé, les Belges présentent une légère préférence pour la naturalité.
- Une portion importante de la population (40%) est incapable de se prononcer vis-à-vis de ces produits riches ou enrichis. Manifestement, pour ces consommateurs, ces arguments ne signifient pas grand-chose: des affirmations telles que « riche en magnésium » ou « contient des antioxydants » restent probablement trop abstraites… D'où l'intérêt pour les marques d'expliciter ou de doubler le discours technique avec une promesse en mots clairs et simples.

Information nutritionnelle et allégations de santé

- Un consommateur sur deux veut comprendre les produits, leurs compositions ou leurs origines. Il est donc essentiel pour les fabricants de faire preuve de transparence dans les étiquetages. La confiance envers un produit se gagne aussi par l'information nutritionnelle délivrée.
- Cette information nutritionnelle, cependant, reste incompréhensible pour la majorité des consommateurs. Seul un tiers est capable de reconnaître un produit de qualité à la lecture des étiquettes.
- En Belgique, les allégations de santé intéressent fortement le consommateur. Seul un quart des individus déclarent faire réellement confiance aux promesses faites par les produits alimentaires. Lors des achats, néanmoins, ils se montrent sensibles aux arguments santé. Sur 25 allégations testées, la réceptivité du consommateur varie de 20% à près de 60%. Les valeurs sûres sont: le contrôle du poids (de 40% à 60%), les fibres (50%), le renforcement des défenses naturelles (45%) et la réduction du cholestérol (40%).

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

- Certaines promesses relèvent du discours technique ou scientifique; d'autres s'adressent aux consommateurs en termes plus familiers. Le 2ème type d'allégation n'est pas forcément plus entendu par le consommateur que le premier. Il n'y a pas véritablement de règle en la matière. Selon les cas, pour exprimer la même chose, il est préférable pour la marque de parler un langage plutôt qu'un autre. Ainsi, il vaut mieux dire d'un aliment qu'il est « riche en fibres » que dire « il améliore le transit intestinal ». L'allégation « riche en fibres » attire un plus grand nombre de consommateurs! En revanche, il est plus judicieux de dire d'un aliment « il renforce les défenses naturelles » que de le présenter comme « riche en oligo-éléments »…
- De manière globale, les individus plus âgés (55-64 ans), les groupes sociaux inférieurs et les femmes sont plus sensibles aux allégations de santé que la moyenne des individus. Dans une moindre mesure, le Sud est également plus réceptif que le Nord.

Produits alimentaires « recommandés » pour la santé

- Au sein des produits présentant un lien plus ou moins étroit avec la santé,
    - une majorité séduit davantage les 18-34 ans: jus frais, smoothies, soupes préparées, céréales, biscuits déjeuner, quorn…
    - une minorité attire davantage les 55-64 ans: margarines allégées, fromage frais…
    - trois exceptions: le yaourt (consommés à tous les âges), les produits à base de soja (davantage consommés par les 35-44 ans) et les probiotiques (davantage consommés par les jeunes et les plus âgés, avec moins de succès auprès des adultes d'âge moyen)
- Pour la majorité des produits, la pénétration et la fréquence de consommation sont corrélées: plus grand est le nombre de consommateurs, plus élevée est la fréquence de consommation. Les deux produits « champion » sont: les margarines allégées (75% d'adeptes dont 78% consommant le produit au moins une fois par semaine) et les yaourts (87% d'adeptes dont 72% consommant le produit au moins une fois par semaine).
- Même si de nombreux produits ont un lien avec la santé, l'incitant à la consommation n'est pas forcément toujours la recherche d'un quelconque bienfait sur l'organisme.
    - les Belges consomment davantage les produits laitiers, les produits à base de fruits ou de céréales pour la saveur de ces produits que pour des considérations liées à la santé. Entre 50% et 60% des adeptes de ces produits les consomment d'abord parce qu'ils trouvent cela bon. La santé est néanmoins le 2ème incitant à l'achat pour les yaourts, les fromages frais et les jus. Pour ces produits, une communication combinant « santé » et « saveur » est particulièrement adéquate.
    - Les boissons probiotiques, les margarines et minarines allégées, le soja et le quorn cadrent plus avec un style de vie sain et équilibré qu'avec une consommation où l'on recherche du plaisir
    - Les soupes et potages préparés sont avant tout perçus comme un produit pratique, facile et vite prêt à consommer. Le plaisir est le 2ème incitant; l'aspect « santé » n'intervient pratiquement pas dans la décision de consommer.

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

Knowledge is power

Savoir, c'est être capable de mieux s'occuper de sa santé!

Information générale

- Les Belges s'informent abondamment à propos des questions de santé. Au cours des derniers mois, ils sont 82% à avoir réalisé des investigations dans ce domaine.
- La satisfaction des individus à l'égard de l'information santé se situe entre 40% et 80%; elle varie sensiblement selon le thème considéré :
    - la population se sent la mieux informée pour: les dépendances de type alcool, tabac et drogues (76% de satisfaction), le sida (66%), le cancer (60%), la contraception (59%), les maladies cardiovasculaires (55%), les vaccinations (53%)
    - la satisfaction est inférieure à la moyenne pour: les dépistages (51%), les maladies chroniques (48%), les médicaments génériques (46%), le mal de dos (46%), les compléments alimentaires (40%), la dépression (38%), les problèmes d'insomnie (37%)
- Les sources d'information les plus consultées dans l'année écoulée sont les brochures médicales[8] (52%) et les magazines des mutualités (41%). Un quart des individus ont visité des sites internet spécialisés, des sites de mutualités ou ont lu les rubriques « santé » des journaux quotidiens. De manière générale, les émissions de télévision et de radio dédiées à la santé intéressent respectivement 60% et 30% des Belges.
- Globalement, les canaux d'information les plus visités ou les plus attractifs sont aussi les plus fiables aux yeux des individus. La population évite les blogs, les forums et les réseaux sociaux en raison d'un manque de crédibilité. Les sites des pouvoirs publics et les magazines périodiques spécialisés sont jugés très sérieux mais attirent peu d'adeptes.

Campagnes de sensibilisation et messages de publicité

- La population se montre ouverte aux campagnes de sensibilisation consacrées à la santé. Les Belges préfèrent néanmoins recevoir des messages positifs prodiguant conseils et solutions plutôt qu'entendre parler des risques liés aux mauvaises habitudes alimentaires.
- Pour les marques, parler « santé » est une stratégie efficace. Dans le secteur de l'alimentation, un consommateur sur trois est davantage « accroché » par ce type d'argumentaire que par un autre. Cette stratégie étant devenue celle d'un grand nombre de produits, il est impératif pour les marques d'être clair et de se différencier de la concurrence. Car les consommateurs sont nombreux (76%) à avoir des difficultés de s'y retrouver parmi ces messages…
- Le média par lequel les Belges préfèrent recevoir de la publicité en rapport avec la santé est la télévision: entre 40% et 75% de préférence selon le type de campagne considéré[9]. Viennent ensuite les magazines et les quotidiens. La radio et les folders clôturent le top 5 devant l'internet, la presse gratuite, le direct mail, l'affichage et le cinéma.

---

[8] Brochures disponibles chez le médecin, chez le pharmacien, à l'hôpital, etc

[9] Campagnes de sensibilisation, campagnes pour les mutuelles, campagnes pour OTC ou compléments alimentaires, campagnes pour produits recommandés pour la santé

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

Conclusions

- Les comportements et habitudes favorables à la santé sont bien connus des Belges. La population est sensibilisée aux dangers du tabac, de l'inactivité physique et d'une alimentation déséquilibrée. Le poids est également une préoccupation importante. Au-delà de la prise de conscience et d'une large part de bonne volonté dans ces divers domaines, les encouragements sont nécessaires pour amener les individus à plus d'assiduité ou d'intensité dans leurs efforts. Au plan de l'alimentation, un grand nombre de consommateurs doivent encore être convaincus de la valeur d'une nourriture de qualité.
- Les Belges consomment beaucoup au nom de la santé. Et les actes d'achat dépassent souvent les convictions. Sans leur reconnaître un caractère indispensable ou efficace, nos concitoyens sont nombreux à acheter des vitamines, des compléments alimentaires, des produits riches ou enrichis en composants favorables à la santé, ainsi que des produits plus classiques avec l'une ou l'autre promesse santé.
- Tant pour les médicaments disponibles en vente libre que pour les produits de parapharmacie, l'avis du spécialiste reste très important. Se faire connaître du consommateur d'abord et le persuader de la fiabilité du produit ensuite, voilà les grands challenges de ces deux secteurs.
- Les individus sont réceptifs à toute forme de communication, information générale ou publicité, au sujet de la santé. Celle-ci doit néanmoins provenir d'une source fiable et sérieuse. De ce point de vue, les nouveaux médias sociaux n'ont pas leur place. De manière globale, internet n'a pas la cote en matière de santé: on évite d'y faire des achats et on lui choisit d'autres médias pour recevoir des messages publicitaires. La télévision, la presse (magazine et quotidienne) et la radio sont nettement préférées !
- Pour atteindre son but, le message adressé aux consommateurs évitera d'induire un malaise, une crainte ou un sentiment de culpabilité. Il sera plus efficace s'il est positif et prône le sens de la modération. Tous les individus ne sont pas en mesure de comprendre ou d'interpréter toutes les allégations santé: selon la promesse faite par le produit, il faudra opter pour un vocabulaire plus technique ou plus familier. Dans l'alimentation, la recherche du plaisir rivalise avec les considérations liées à la santé: bon au goût et bon pour la santé, voilà la clef du succès !
-

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

Annexe 1 : les enquêtes FACT de RMB

FACT : Feed the **A**dvertising **C**ommunity with **T**rends

Description de l'étude :
Lancée en 2009, FACT propose aux annonceurs et aux agences-média une mine d'informations pertinentes sur les comportements des consommateurs et leur évolution. Les enquêtes sont centrées sur l'actualité ou sur des thématiques spécifiques intéressant les stratèges en communication.

Méthodologie :

- Enquêtes ponctuelles (3 à 4 fois par an)
- Enquêtes online (questionnaire auto-administré via internet)
- Enquêtes nationales (Nord et Sud)
- Instituts : Ant Research ou iVox (Bruxelles)
- Cibles du marché publicitaire : PRA 18-54 ans, ensemble 18-54 ans ou 18-64 ans
- Interviews : 1.000 ou 2.000 en moyenne par vague d'enquête
- Pondération :
    1. référence = CIM Plurimédia-Produits (étude stratégique)
    2. sur critères croisés : langue (2) X sexe (2) X âge (2 ou 3)
- Données accessibles à la demande pour le marché publicitaire (logiciel d'analyse SPSS)

Objectifs :

- FACT fournit des chiffres et des enseignements inédits venant compléter d'autres données ou sources existantes sur le marché
- Malgré la crise, RMB investit dans la compréhension de la problématique de ses clients. Cette approche, innovante pour une régie, rompt avec les études défensives classiques menées pour les supports et médias en portefeuille
- FACT traduit l'ambition de RMB de viser, ensemble avec tous les acteurs du marché, des solutions de communication plus intelligentes et des stratégies de moyens plus efficaces. Au travers de son expertise, RMB souhaite établir le pont avec ses clients
- Figurant à l'agenda des prochaines années chez RMB, FACT est une initiative à long terme et représente un développement durable de relations et de services

Annexe 2 : l'enquête « santé/bien-être »

- Enquête baptisée « Check up ! »
- Terrain : mars 2011
- Cible : ensemble 18-64 ans
- Interviews : 1.254 (Nord/Sud)

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

Annexe 3 : questionnaire « santé/bien-être »

Q1. Ci-dessous, vous trouverez quelques affirmations concernant la santé et le bien-être. Pouvez-vous indiquer dans quelle mesure ces affirmations vous correspondent-elles?

		Me correspond tout à fait	Me correspond plutôt bien	Pas d'avis	Ne me correspond plutôt pas	Ne me correspond pas du tout
1	Je gère assez bien le stress					
2	Je suis souvent triste et déprimé					
3	Je me sens souvent fatigué et sans énergie					
4	Je souffre régulièrement d'insomnies					
5	Je réalise chaque année un bilan médical approfondi					
6	En cas d'infection banale (rhume, mal de gorge, maux de dos, maux de tête, problèmes de digestion, etc), je me soigne moi-même sans consulter de médecin					
7	En raison de nos habitudes de vie trop « hygiéniques », notre système immunitaire n'est plus assez sollicité; je trouve donc utile de prendre des compléments alimentaires (gélules, comprimés, etc) afin de prévenir les allergies et les maladies					
8	Je me rends régulièrement (au moins 4 fois par an) dans un centre de bien-être (sauna, balnéothérapie, etc) pour me relaxer					

Q2. A quelle fréquence suivez-vous un régime alimentaire pour perdre du poids?

1	Je ne fais jamais de régime
2	Je fais attention à ma ligne tout au long de l'année
3	Je suis un régime une fois par an
4	Je suis un régime plusieurs fois par an

Q3. En général, à quels moments de l'année faites-vous régime?

1	Au printemps
2	Avant les vacances d'été
3	A la rentrée de septembre
4	Avant les fêtes de fin d'année
5	A un autre moment de l'année

Q4. Avez-vous personnellement réalisé l'une des actions suivantes au cours des 12 derniers mois?

		Non, je n'ai pas réalisé ce type d'action au cours des 12 derniers mois	Oui, de ma propre initiative	Oui, sur les conseils d'un médecin	Oui, sur les conseils d'une personne de mon entourage (famille, ami, collègue, etc)
1	Changer de régime alimentaire, adopter une				

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

	alimentation plus équilibrée				
2	Consulter un(e) diététicien(ne), un spécialiste de la nutrition				
3	Vous faire vacciner : tétanos, hépatite B, grippe ou pneumocoque				
4	Pratiquer un dépistage : sida, maladie cardiovasculaire, diabète, cancer du sein , cancer du col de l'utérus, cancer des intestins, etc				
5	Arrêter de fumer				

Q5. Au cours des 12 derniers mois, quels sont les types de médicaments que vous avez achetés pour vous-même ou pour votre ménage en vente libre? Il est ici question des médicaments de comptoir pouvant être obtenus sans prescription médicale.

		En pharmacie (dans une officine)	Sur internet (pharmacie en ligne)	Pas d'achat de ce type
1	Anti-douleurs en gélules ou en comprimés			
2	Baumes anti-douleur			
3	Médicaments pour le nez, la gorge ou les oreilles			
4	Médicaments homéopathiques			
5	Médicaments ou patchs pour arrêter de fumer			
6	Médicaments pour maigrir			
7	Médicaments pour l'estomac et la digestion			
8	Médicaments contre les troubles intestinaux (constipation, diarrhée, etc)			
9	Médicaments contre les problèmes de circulation sanguine (jambes lourdes, etc)			
10	Médicaments contre le stress ou les problèmes d'insomnies			

Q6. La dernière fois que vous avez acheté des médicaments de comptoir sans prescription médicale, comment en avez-vous choisi la marque ?

		J'ai acheté une marque que le médecin m'avait déjà prescrite auparavant	J'ai suivi le conseil du pharmacien	J'ai suivi le conseil d'une personne de mon entourage (famille, ami, collègue, etc)	J'ai décidé seul
1	Anti-douleurs en gélules ou en comprimés				
2	Baumes anti-douleur				
3	Médicaments pour le nez, la gorge ou les oreilles				
4	Médicaments homéopathiques				
5	Médicaments ou patchs pour				

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

	arrêter de fumer				
6	Médicaments pour maigrir				
7	Médicaments pour l'estomac et la digestion				
8	Médicaments contre les troubles intestinaux (constipation, diarrhée, etc)				
9	Médicaments contre les problèmes de circulation sanguine (jambes lourdes, etc)				
10	Médicaments contre le stress ou les problèmes d'insomnies				

Q7. Le plus souvent, où achetez-vous les produits de parapharmacie utilisés par vous-même ou par votre ménage? Il est ici question des produits ayant un lien direct avec la santé mais qui ne sont pas des médicaments.

		En pharmacie (dans une officine)	Sur internet (pharmacie en ligne)	Dans une droguerie (Kruidvat, Di, etc) ou dans un magasin spécialisé en parapharmacie (iU, Equiform, etc)	En grande surface (supermarché)	Pas d'achat de ce type
1	Vitamines et fortifiants					
2	Compléments alimentaires : probiotiques, minéraux, oligo-éléments, etc					
3	Produits minceur ou diététiques					
4	Produits d'aromathérapie (huiles essentielles)					
5	Tisanes ou produits de phytothérapie (à base de plantes)					
6	Lait pour nourrissons					
7	Aliments pour bébés					
8	Bandages et pansements					
9	Remèdes contre les piqûres d'insectes					
10	Désinfectant					

Q8. Quelles sont les raisons principales qui vous poussent à acheter des produits de parapharmacie (produits ayant un lien direct avec la santé mais qui ne sont pas des médicaments) **via un canal de distribution (pharmacie, internet, droguerie, magasin spécialisé, supermarché) plutôt qu'un autre?**

1	Diversité, variété des produits
2	Prix avantageux
3	Qualité des produits
4	Conseil d'un spécialiste
5	Contact avec le produit (prise en main, lecture de l'emballage, etc)
6	Achat facile et rapide
7	Achat en toute discrétion

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

8	Achat en toute liberté, sans être influencé

Q9. De quelle façon consommez-vous personnellement les compléments alimentaires suivants? Il est ici question des compléments pris sous forme de poudres, de gélules ou de comprimés, et non des boissons ou des denrées alimentaires contenant ces substances.

		Tout au long de l'année	En cure, à un moment bien précis de l'année (printemps, hiver, etc)	Au moment où'un spécialiste me le conseille (médecin ou pharmacien)	Pas de consommation de ce type
1	Vitamines et fortifiants				
2	Compléments alimentaires : probiotiques, minéraux (calcium, magnésium, etc), oligo-éléments (iode, fer, cuivre, zinc, etc)				

Q10. Seriez-vous prêt à tester des échantillons de vitamines ou de compléments alimentaires reçus gratuitement (échantillons reçus dans la boîte aux lettres, reçus en cadeau avec un magazine, distribués lors d'un événement, etc)?

1	Oui
2	Non

Q11. Etes-vous affilié à une mutualité à titre personnel?

1	Oui
2	Non

Q12. Selon vous, parmi les différents rôles et missions cités ci-dessous, lesquels sont assumés par les mutualités ?

1	Rembourser les soins de santé et allouer des indemnités en cas d'incapacité de travail ou d'invalidité
2	Proposer une assurance complémentaire et des assurances facultatives
3	Assurer la défense des membres en cas de litige (contestation d'une facture d'hôpital, erreur médicale, etc)
4	Fournir de l'information sur la santé: prévention, maladies, allergies, examens médicaux, etc
5	Participer à la construction de la politique en matière de santé
6	Militer pour un accès égal à des soins de santé de qualité pour tous
7	Négocier des accords et des conventions avec les prestataires de soins (médecins, hôpitaux, etc)
8	Conseiller et informer lors des différentes étapes de la vie (mariage, naissance, vie professionnelle, divorce, pension, décès, etc)
9	Guider les individus dans divers domaines liés à la réglementation et à la législation (services sociaux)

Q13. Ci-dessous, vous trouverez quelques affirmations concernant les mutualités.
Pouvez-vous indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec celles-ci?

		Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Pas d'avis	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
1	Je connais exactement ce que couvre					

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

	l'assurance maladie-invalidité obligatoire (assurance liée à la retenue sur salaire en guise de cotisation à l'ONSS)					
2	Je connais exactement ce que couvre l'assurance complémentaire de ma mutualité (assurance liée au paiement direct d'une cotisation à la mutualité)					
3	Les mutualités se ressemblent toutes; il y a peu de différences entre elles au plan des services rendus et des avantages offerts par l'assurance complémentaire					
4	Certaines mutualités sont plus humaines et plus solidaires que d'autres					

Q14. Personnellement, avez-vous le sentiment d'être informé sur les services et avantages offerts par l'assurance complémentaire des mutualités?

		Très bien informé	Plutôt bien informé	Pas d'avis	Plutôt mal informé	Très mal informé
1	Aide et soins aux personnes : soins infirmiers, aide-ménagère, garde-malade, transport des malades, prêt de matériel médical, télévigilance, etc					
2	Assistance à l'étranger (maladie ou accident lors d'un séjour à l'étranger)					
3	Assurances (hospitalisation, dentaire, etc)					
4	Intervention dans le coût des vaccins non remboursés, des examens préventifs et des dépistages					
5	Intervention dans le coût des soins de médecines non traditionnelles : homéopathie, acupuncture, ostéopathie, etc					
6	Intervention dans le coût des soins de logopédie et/ou d'orthodontie					
7	Intervention dans les coûts d'optique (lunettes et lentilles) et des soins de pédicure					
8	Intervention dans le coût des soins des maladies chroniques (diabète, allergies, etc)					
9	Intervention dans les coûts de contraception					
10	Intervention dans le coût de la pratique d'un sport (abonnement ou inscription à un club)					
11	Vacances et activités pour enfants, adolescents, adultes ou seniors					

Q15. Ci-dessous, vous trouverez quelques affirmations concernant certaines habitudes alimentaires. Pouvez-vous indiquer dans quelle mesure ces habitudes vous correspondent-elles?

		Me correspond tout à fait	Me correspond plutôt bien	Pas d'avis	Ne me correspond plutôt pas	Ne me correspond pas du tout
1	En général, je fais attention à ce que je mange					

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

	et à ce que je bois					
2	Je bois chaque jour la quantité d'eau recommandée (1,5 à 2 litres)					
3	Chaque jour ou presque, je prends un petit déjeuner					
4	Je mange des légumes chaque jour de la semaine					
5	Je mange des fruits chaque jour de la semaine					
6	Je limite ma consommation de viande rouge					
7	Je mange du poisson au moins une fois par semaine					
8	Je suis végétarien (j'exclus la consommation de chair animale mais je consomme des produits laitiers et des œufs)					
9	Je suis végétalien (je me nourris uniquement de végétaux)					
10	J'évite de manger des aliments contenant des additifs (colorants, sulfites, nitrates, exhausteurs de goût, etc)					
11	J'essaie de manger des produits de saison, càd de manger ce qui pousse au moment où il pousse					
12	J'essaie de manger des produits locaux, cultivés en Belgique					
13	J'essaie de privilégier les produits frais aux surgelés et aux conserves					

Q16. Laquelle des affirmations ci-dessous décrit le mieux vos habitudes d'achat pour les boissons et les denrées alimentaires ?

A chaque fois, vous avez le choix entre deux propositions opposées. Vous pouvez utiliser l'échelle de valeurs pour nuancer votre réponse

		-3	-2	-1	0	+1	+2	+3	
1	Lorsque j'achète un produit alimentaire pour la première fois, je ne regarde que ce qui est écrit en grandes lettres sur l'emballage	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Lorsque j'achète un produit alimentaire pour la première fois, je lis attentivement l'étiquette pour connaître la composition exacte de ce produit
2	C'est compliqué de comprendre et d'interpréter les informations nutritionnelles présentes sur l'emballage	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Je reconnais facilement les produits de qualité sur base des informations nutritionnelles présentes sur l'emballage
3	Le prix des produits bio constitue un frein à l'achat	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Je suis prêt à payer plus cher pour des produits bio
4	J'évite autant que possible d'acheter des produits recommandés pour la santé car ces produits sont coûteux	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Je suis prêt à payer plus cher pour des produits recommandés pour la santé (avec ingrédients naturels ou ajoutés)
5	Je préfère acheter des produits moins chers et avoir un peu de tout à la maison	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Je préfère acheter moins de produits pour lesquels je vais payer plus mais qui seront de meilleure qualité
6	Les marques de magasin sont d'aussi bonne qualité	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Je préfère acheter des produits de grande marque

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

	que les grandes marques								car leur composition est meilleure pour la santé
7	Les affirmations selon lesquelles un produit alimentaire possède des propriétés nutritionnelles bénéfiques ou réduit le risque de de maladie ne sont que des arguments de vente	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Je fais confiance aux allégations nutritionnelles et/ou de santé mises en avant par les produits alimentaires
8	Je préfère acheter des produits contenant naturellement des composants bénéfiques pour la santé (vitamines, minéraux, fibres, etc)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	J'achète indifférement des produits contenant naturellement des composants bénéfiques pour la santé et des produits « enrichis » (avec adjonction) de tels composants
9	Les aliments « enrichis » sont surtout intéressants pour des catégories de personnes avec des besoins nutritionnels spécifiques (végétariens, personnes âgées, femmes enceintes, sportifs, etc)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	Compte tenu du mode de vie actuel, il est utile de compléter son alimentation de base avec quelques produits « enrichis » (vitamines, minéraux, fibres, etc) afin d'avoir une alimentation équilibrée

Q17. Lors de vos achats en alimentation et en boissons, dans quelle mesure êtes-vous personnellement sensible et/ou attentif aux indications suivantes?

		Très sensible	Plutôt sensible	Pas d'avis	Plutôt pas sensible	Pas du tout sensible
1	Riche ou enrichi en vitamines					
2	Riche ou enrichi en Oméga 3 ou 6 (acides gras)					
3	Riche ou enrichi en protéines (acides aminés)					
4	Riche ou enrichi en minéraux : calcium, magnésium, etc					
5	Riche ou enrichi en oligo-éléments : iode, fer, cuivre, zinc, etc					
6	Riche en fibres					
7	Contenant des substances anti-oxydantes					
8	Bio ou produit biologique					
9	Anti-cholestérol					
10	Pauvre en sel					
11	Pauvre en calories					
12	Allégé en sucre ou sans sucres ajoutés					
13	Produit « light » ou allégé en matières grasses					

Q18. Lors de vos achats en alimentation et en boissons, dans quelle mesure êtes-vous personnellement sensible et/ou attentif aux indications suivantes? Etes-vous sensible et/ou attentif aux produits qui… ?

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

		Très sensible	Plutôt sensible	Pas d'avis	Plutôt pas sensible	Pas du tout sensible
1	améliorent le transit intestinal					
2	renforcent les défenses naturelles					
3	protègent contre le cancer					
4	aident à lutter contre le vieillissement					
5	diminuent le taux de cholestérol					
6	dynamisent la croissance des enfants					
7	protègent contre les maladies cardio-vasculaires					
8	améliorent le rendement intellectuel et physique (tonus)					
9	protègent contre les rudesses de l'hiver					
10	agissent contre les troubles digestifs (ballonnements, douleurs, etc)					
11	agissent contre le stress ou la fatigue					
12	aident au maintien du capital osseux					

Q19. A quelle fréquence consommez-vous personnellement les types de produits suivants?

		1 ou plusieurs fois par jour	Plusieurs fois par semaine	1 fois par semaine	1 ou plusieurs fois par mois	Moins d'1 fois par mois	Jamais
1	Smoothies (boisson mixée à base de fruits ou de légumes)						99
2	Jus de légumes ou de fruits frais en bouteille						99
3	Boissons probiotiques (lait fermenté à boire de type Yakult ou Actimel)						99
4	Soupes et potages préparés en boîte ou en brique						99
5	Céréales en barres ou en sachets						99
6	Biscuits petit-déjeuner						99
7	Du quorn (substitut à la viande fabriqué à partir d'une plante de la famille des champignons)						99
8	Yaourt (nature ou aux fruits, en pot ou à boire)						99
9	Fromage blanc avec ou sans fruits						99
10	Produits au soja						99
11	Margarines ou minarines allégées à tartiner ou à cuisiner						99

Q20. Pour quelle(s) raison(s) consommez-vous ce type de produits? Vous pouvez consommer ce type de produits pour plusieurs raisons. Dans ce cas, cochez les différentes propositions dans l'ordre en commençant par la raison principale.

	Je consomme ce	Je consomme	Je consomme	Autre raison

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

		produit car il contribue favorablement à ma santé	ce produit par pur plaisir, parce que je trouve cela bon	ce produit parce que c'est un composant de repas facile et rapide	
1	Smoothies (boisson mixée à base de fruits ou de légumes)				
2	Jus de légumes ou de fruits frais en bouteille				
3	Boissons probiotiques (lait fermenté à boire de type Yakult ou Actimel)				
4	Soupes et potages préparés en boîte, en brique ou en bouteille				
5	Céréales en barres ou en sachets				
6	Biscuits petit-déjeuner				
7	Du quorn (substitut à la viande fabriqué à partir d'une plante de la famille des champignons)				
8	Yaourt (nature ou aux fruits, en pot ou à boire)				
9	Fromage blanc avec ou sans fruits				
10	Produits au soja				
11	Margarines ou minarines allégées à tartiner ou à cuisiner				

Q21. Pratiquez-vous une activité physique au travail?

1	Oui
2	Non

Q22. Combien d'heures de sport, de marche à pied ou de vélo (balades ou déplacements quotidiens) pratiquez-vous en moyenne par semaine ?

1	Je ne pratique pas ce type d'activité
2	Moins d'une heure par semaine
3	Entre 1 et 2 heures par semaine
4	Entre 2 et 4 heures par semaine
5	Entre 4 et 6 heures par semaine
6	Plus de 6 heures par semaine

Q23. Combien de fois par jour fumez-vous en moyenne (cigarettes, cigares ou pipes)?

1	Je ne fume pas
2	Je ne fume que de manière très occasionnelle
3	Moins de 5 cigarettes par jour (cigares ou pipes)
4	Entre 5 et 10 cigarettes par jour (cigares ou pipes)
5	Entre 10 et 20 cigarettes par jour (cigares ou pipes)
6	Plus de 20 cigarettes par jour (cigares ou pipes)

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

Q24. Avez-vous l'intention d'essayer d'arrêter de fumer dans les prochains mois?

1	Oui
2	Non

Q25. A quelle fréquence consommez-vous de l'alcool?
Par alcool, nous entendons: du vin, de la bière, des alcools forts (vodka, whisky, etc) ou d'autres boissons alcoolisées (apéritif, cidre, champagne)

1	1 ou plusieurs fois par jour
2	Plusieurs fois par semaine
3	1 fois par semaine
4	1 ou plusieurs fois par mois
5	Moins d'1 fois par mois
6	Jamais

Q26. Ci-dessous vous trouverez quelques affirmations concernant l'information diffusée autour de l'alimentation et de la santé. Pouvez-vous indiquer dans quelle mesure vous êtes d'accord avec celles-ci?

		Tout à fait d'accord	Plutôt d'accord	Pas d'avis	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
1	Les campagnes de sensibilisation pour une alimentation saine et équilibrée sont trop nombreuses; nous sommes aujourd'hui suffisamment informés à propos des risques encourus en cas de mauvaises habitudes alimentaires					
2	C'est utile de relancer régulièrement des campagnes de sensibilisation à propos d'une alimentation saine et équilibrée car on oublie vite les bons comportements et on revient facilement à ses mauvaises habitudes					
3	Il faudrait plus de campagnes promotionnelles dans les médias visant directement les enfants pour les éduquer à adopter une alimentation saine					
4	Les publicités pour les boissons ou les produits alimentaires qui parlent de la santé captent plus facilement mon attention que les autres					
5	Trop de produits alimentaires basent leur promotion sur des arguments liés à la santé; il est parfois difficile de s'y retrouver					

Q27. Personnellement, avez-vous le sentiment d'être informé sur les grands thèmes de santé suivants?

		Très bien informé	Plutôt bien informé	Pas d'avis	Plutôt mal informé	Très mal informé
1	L'alcool, le tabac ou la drogue					
2	La contraception					
3	Le sida					
4	Les vaccinations					

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

5	Les dépistages ou examens préventifs					
6	Les médicaments génériques					
7	Les compléments alimentaires : vitamines, minéraux, oligo-éléments, probiotiques, etc					
8	La dépression					
9	Le cancer					
10	Les maladies chroniques (diabète, asthme, allergies, etc)					
11	Les maladies cardio-vasculaires (maladies affectant le cœur et les vaisseaux sanguins)					
12	Les maux de dos					
13	Les problèmes de sommeil					

Q28. Au cours des 12 derniers mois, via quels moyens vous êtes-vous informé ou documenté à propos d'une question relative à la santé ?

1	Brochures (obtenues chez le médecin, le pharmacien, à l'hôpital, auprès de la mutuelle, etc)
2	Magazines publiés par les mutualités
3	Magazines spécialisés (abonnement ou achat en librairie)
4	Rubriques « santé » d'un journal quotidien ou d'un magazine non spécialisé
5	Sites internet des mutualités
6	Sites internet de la santé publique (Etat, provinces, etc)
7	Sites internet des laboratoires pharmaceutiques
8	Autres sites internet spécialisés
9	Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc)
10	Blogs et forums (sites d'échanges et de discussions sur internet)
11	Autre canal d'information
99	Je ne me suis pas informé au cours des 12 derniers mois

Q29. En règle générale, dans quelle mesure êtes-vous intéressé par les programmes de radio et de télévision consacrés aux questions de santé ?

		Très intéressé	Plutôt intéressé	Pas d'avis	Plutôt pas intéressé	Pas du tout intéressé
1	Emissions de radio					
2	Emissions de télévision					

Q30. Concernant les questions de santé, pouvez-vous indiquer dans quelle mesure vous feriez confiance à l'information délivrée par chacune des sources ci-dessous? Jugez-vous cette information… ?

		Tout à fait fiable	Plutôt fiable	Pas d'avis	Pas très fiable	Pas du tout fiable
1	Brochures (obtenues chez le médecin, le pharmacien, à l'hôpital, auprès de la mutuelle, etc)					
2	Mutualités (magazines ou sites internet)					
3	Magazines de presse spécialisée (magazines papier ou leurs sites					

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11

	internet)					
4	Rubriques « santé » d'un journal quotidien ou d'un magazine non spécialisé					
5	Sites internet de la santé publique (Etat, provinces, etc)					
6	Sites internet des laboratoires pharmaceutiques					
7	Autres sites internet spécialisés					
8	Réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc)					
9	Blogs et forums (sites d'échanges et de discussions sur internet)					
11	Emissions de radio					
12	Emissions de télévision					

Q31. Si vous pouviez choisir, via lesquels de ces médias préfèreriez-vous voir, entendre ou lire des messages de publicité relatifs à la santé, aux mutualités, aux médicaments et aux produits alimentaires bénéfiques pour la santé?

		Messages de sensibilisation sur les grands thèmes de la santé	Messages de publicité pour les mutualités	Messages de publicité pour les médicaments en vente libre ou pour les compléments alimentaires (vitamines, minéraux, etc)	Messages de publicité pour les produits alimentaires bénéfiques pour la santé
1	télévision				
2	radio				
3	journaux quotidiens				
4	magazines				
5	presse régionale gratuite (toutes-boîtes tels que Vlan, Passe-Partout, etc)				
6	folders reçus dans la boîte aux lettres (courrier distribué de manière générale, sans mention spécifique de votre nom et de votre adresse)				
7	direct mails reçus dans la boîte aux lettres (courrier adressé de manière personnalisée, avec mention spécifique de votre nom)				
8	internet				
9	cinéma				
10	affichage en rue				

rue Colonel Bourg / Kolonel Bourgstraat, 133
1140 Bruxelles / Brussel
02 / 730 44 11