



Rapport d'étude

L'ail : perception et attentes des consommateurs

Enquête 2025



RÉSUMÉ

Malgré une embellie en 2020, la filière ail est confrontée à une érosion de sa clientèle depuis plus d'une dizaine d'années et, phénomène nouveau et inquiétant, elle est observée dans toutes les strates de la population, y compris chez les plus gros consommateurs que sont les seniors. Face à ce constat, la filière ail s'interroge sur les causes de fluctuation de cette consommation et souhaite connaître les freins à la consommation d'ail chez les jeunes.

Cette étude a pour objectif de mettre en évidence les préférences de consommation afin de mieux appréhender les attentes des consommateurs d'ail. Elle cherche à connaître l'image, la connaissance ainsi que les modalités d'achat et de consommation de ce condiment. Elle traite par ailleurs de plusieurs questions spécifiques, telles que les freins à l'achat, les usages, les modes et la saisonnalité de consommation et les attentes éventuelles du consommateur sur cet alliacé.

L'étude s'appuie sur une analyse des données d'achat des ménages issues de Worldpanel by Numerator (ex-Kantar), ainsi que sur des enquêtes qualitative et quantitative auprès des acheteurs d'ail.

L'évolution des achats analysés à partir de Worldpanel by Numerator montre que les quantités achetées d'ail par les ménages ont diminué en moyenne de -1,8 % par an sur les 10 dernières années, tandis que le prix payé par les ménages a dans le même temps progressé de + 2,4 %. Dans ce contexte, le rapport entre vrac et préemballé a évolué en faveur du vrac et les achats d'ail bio ont diminué pour représenter désormais 8 % de part de marché en volume et 10 % en valeur.

En termes de lieux d'achat, la répartition des achats d'ail par circuit de distribution est proche de celle des légumes frais en général, avec près des trois-quarts du volume d'achat effectués en circuits généralistes et le quart restant dans les circuits spécialisés. Le profil des ménages acheteurs reste assez proche en termes de répartition de celui des légumes en général, avec un cœur de clientèle composé des personnes âgées de plus de 60 ans.

L'analyse – qualitative et quantitative – des comportements d'achat et de consommation révèle que l'ail dispose d'une très bonne image auprès des acheteurs/consommateurs mais la perception de ce condiment est – logiquement – moins bonne auprès des non-acheteurs et des non-consommateurs.

La quasi-totalité des acheteurs connaît l'ail blanc, une moitié l'ail violet, un peu moins l'ail rose et l'ail frais/nouveau. Plus d'un tiers des acheteurs qui connaissent au moins deux variétés d'ail déclarent préférer l'ail blanc et un quart n'a pas de préférence. Les autres variétés d'ail emportent moins l'adhésion de ces acheteurs.

Il y a une hétérogénéité des fréquences d'achat et des quantités achetées. L'ail blanc est acheté régulièrement par une petite moitié des Français qui connaissent cette variété, loin devant les autres aux de couleur. Le choix du point de vente n'est pas spécifique à l'ail, à moins de s'approvisionner directement auprès d'un producteur.

Les principaux critères d'achat sont ceux des fruits et légumes frais en général, à savoir l'aspect, la fermeté et le prix.

Les deux tiers des acheteurs admettent méconnaître les pays d'origine de production de l'ail. La France se place en première position, loin devant l'Espagne, l'Argentine, la Chine et le Mexique.

Les acheteurs d'ail sont en grande majorité satisfaits de sa qualité mais un quart d'entre eux reconnaît cependant avoir de temps en temps renoncé à son achat sur le point de vente, principalement à cause de son prix et de sa qualité insatisfaisante. Ce condiment n'est pas facilement substituable puisque près d'un acheteur sur cinq ne le remplace pas et 15 % en achètent dans un autre point de vente.

Une petite moitié des acheteurs préfère l'ail vendu à la pièce, un quart plébiscite la vente au kilo et un dernier tiers est indifférent à cette modalité de vente de l'ail. De même, plus d'un tiers des acheteurs préfère l'acheter en vrac, moins d'un quart en filet de 3 têtes ; les autres présentations remportant moins d'adhésions de la part des acheteurs.

Il y a consensus sur un ail qui se conserve plus longtemps, avec une assurance qualité au moment de l'achat et une origine France plus présente.

Ne pas aimer l'ail – un frein à la consommation auquel il est difficile de remédier – et ne pas (ou peu) cuisiner sont les deux premiers arguments qui rassemblent le plus de non-consommateurs d'ail. Le fait de ne pas y penser parvient à la troisième place devant la difficulté à digérer l'ail et la mauvaise haleine.

En termes de consommation, l'ail est très régulièrement consommé tout au long de l'année, plus particulièrement au printemps et en été en version crue, en automne et en hiver en version cuite. Dans la famille des condiments, l'oignon et l'échalote viennent en remplacement de l'ail bien avant sa version présentée sous d'autres formes (en déshydraté, en surgelé, en purée). L'échalote remplace plus souvent l'ail dans des utilisations crues, l'oignon et les autres versions de l'ail dans des utilisations cuites.

L'ail est généralement conservé au frais, à l'abri de la lumière. Plus de la moitié des acheteurs le conserve moins de deux mois et un petit tiers entre deux et trois mois. Par ailleurs, deux acheteurs d'ail sur cinq déclarent jeter parfois de l'ail, principalement parce qu'il s'est mal conservé.

La préparation d'un plat contenant de l'ail permet de lever les préjugés sur son goût. De même, la consommation hors domicile, secteur prescripteur, peut être source d'inspiration.

Il est pour l'ail, comme pour tous les autres produits alimentaires et les fruits et légumes frais, nécessaire d'actionner les leviers Offre, Connaissance et Plaisir.

Mots-clés : ail – achats des ménages - consommation

Sommaire

AVANT-PROPOS	5
OBJECTIFS DE L'ÉTUDE	5
MÉTHODOLOGIE	5
ANALYSE DES ACHATS DES MÉNAGES	6
<i>Évolution des achats d'ail par les ménages : baisse des quantités achetées et hausse de la dépense</i>	6
<i>Nombre de ménages acheteurs</i>	8
<i>La part des achats en préemballé diminue</i>	8
<i>La diminution des achats d'ail bio</i>	9
<i>Achats d'ail par circuits de distribution</i>	9
<i>Répartition des achats d'ail selon les régions</i>	11
<i>Achats d'ail selon le profil des ménages</i>	12
<i>Calendrier de commercialisation et poids de l'offre française</i>	14
PERCEPTION, CONNAISSANCE, COMPORTEMENT D'ACHAT ET DE CONSOMMATION	15
RAPPEL MÉTHODOLOGIQUE	15
<i>L'image de l'ail</i>	16
<i>La connaissance de l'ail</i>	20
LES ACHATS D'AIL	22
<i>Les raisons de non-achat</i>	22
<i>Les raisons d'achat d'ail</i>	23
<i>Les fréquences d'achat de l'ail</i>	24
<i>Les lieux d'achat de l'ail</i>	26
<i>Les critères de choix : savoir choisir et avoir le choix</i>	26
<i>Les préférences selon la couleur de l'ail</i>	28
<i>Le prix de l'ail</i>	30
<i>Origine et saisonnalité de production</i>	31
<i>La satisfaction de la qualité de l'ail</i>	32
<i>Le renoncement à l'achat sur le point de vente</i>	32
<i>Préférence des modalités de vente de l'ail</i>	34
<i>Préférence selon la présentation de l'ail</i>	35
<i>Les incitations à l'achat d'ail</i>	35
CONSERVATION ET MODES DE CONSOMMATION DE L'AIL	38
<i>La consommation d'ail</i>	38
<i>Les raisons de non-consommation d'ail</i>	39
<i>La conservation de l'ail</i>	39
<i>L'usage de l'ail et d'autres condiments</i>	42
<i>Acte culinaire : la préparation de l'ail</i>	44
<i>Acte alimentaire : la consommation de l'ail</i>	46
<i>La consommation de l'ail au restaurant</i>	47
<i>Leviers pour développer la consommation de l'ail</i>	47
<i>Conclusion</i>	48
ANNEXES	49
ANNEXE 1 : RÉPONSES AU QUESTIONNAIRE (TRIS À PLAT).....	49
ANNEXE 2 : RÉPONSES AU QUESTIONNAIRE SELON LES JEUNES CLASSES D'ÂGE (TRIS À PLAT).....	70

Avant-propos

Malgré une embellie en 2020, la filière ail est confrontée à une érosion de sa clientèle depuis plus d'une dizaine d'années. Cette baisse était encore de l'ordre de 3,5 % en 2024 par rapport aux quantités achetées l'année précédente, et phénomène nouveau et inquiétant, elle s'est observée dans toutes les strates de la population, y compris chez les plus gros consommateurs que sont les seniors. Face à ce constat, la filière ail s'interroge sur les causes de fluctuation de cette consommation et souhaite connaître les freins à la consommation d'ail chez les jeunes.

Cette étude a été menée dans le cadre du programme d'études 2025 de la Commission Économie d'Interfel.

Objectifs de l'étude

L'étude a pour objectif de mettre en évidence les préférences de consommation afin de mieux appréhender les attentes des consommateurs. Elle cherche à mettre en évidence l'image, la connaissance ainsi que les modalités d'achat et de consommation de la gamme ail : ail vendu au rayon fruits et légumes frais (blanc, violet, rose, fumé, frais/nouveau, noir) et autres présentations (ail en surgelé, ail en déshydraté, ail en petit pot de purée/pulpe fraîche).

Il s'agit notamment de répondre aux questions suivantes : quels sont les critères d'importance pour l'achat de l'ail ? Quelle est la place de l'origine dans ces critères d'importance ? Les consommateurs sont-ils sensibles aux signes officiels de qualité ? Quels sont les freins à l'achat ? Quel rapport des consommateurs à la gamme ail actuelle ?

Méthodologie

L'étude se déroule selon plusieurs phases :

- Une analyse des achats des ménages, réalisée à partir des données Worldpanel, en introduction de ce rapport. Le panel Worldpanel by Numerator fournit un éclairage de la dynamique des achats sur les 10 dernières années.
- Une phase qualitative pour observer, comprendre, analyser les comportements d'achat et de consommation, en s'appuyant sur un forum *on line* regroupant une vingtaine de participants.
- Une phase quantitative à travers une enquête *ad hoc* auprès de 2 000 consommateurs de 18 ans et plus, représentatifs de la population française.

Dans la rédaction du rapport, les résultats des deux enquêtes sont rapportés successivement par thèmes.

Rappel

Les réponses à un sondage correspondent à du déclaratif : les résultats obtenus sont donc des estimations. En effet, différents biais influent plus ou moins les réponses selon le mode de recueil : biais de sélection, biais liés au design de l'étude, à la collecte des données, ou encore biais de désirabilité sociale. Certaines techniques, notamment dans la formulation des questions, permettent de limiter ces biais.

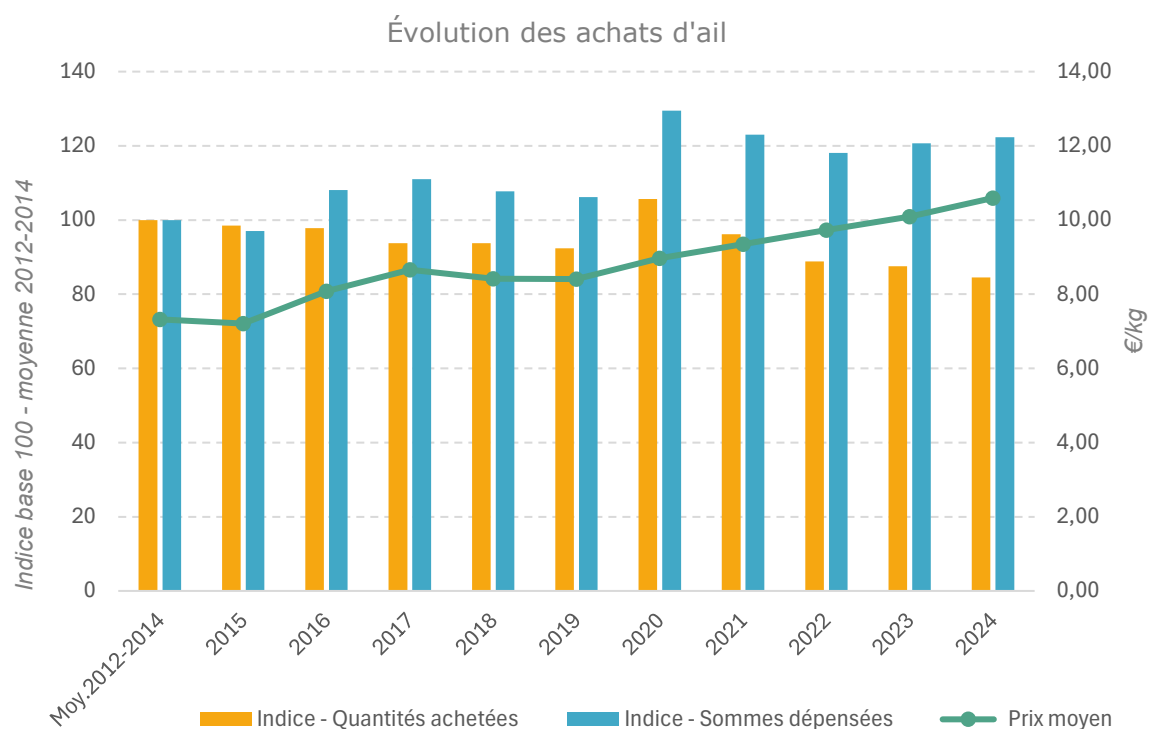
Dans tous les cas, la comparaison entre les données du panel Worldpanel by Numerator et une enquête omnibus est à prendre avec précaution, les premières correspondent à des résultats sur une période donnée, de ménages acheteurs et non d'individus.

Analyse des achats des ménages

Évolution des achats d'ail par les ménages : baisse des quantités achetées et hausse de la dépense

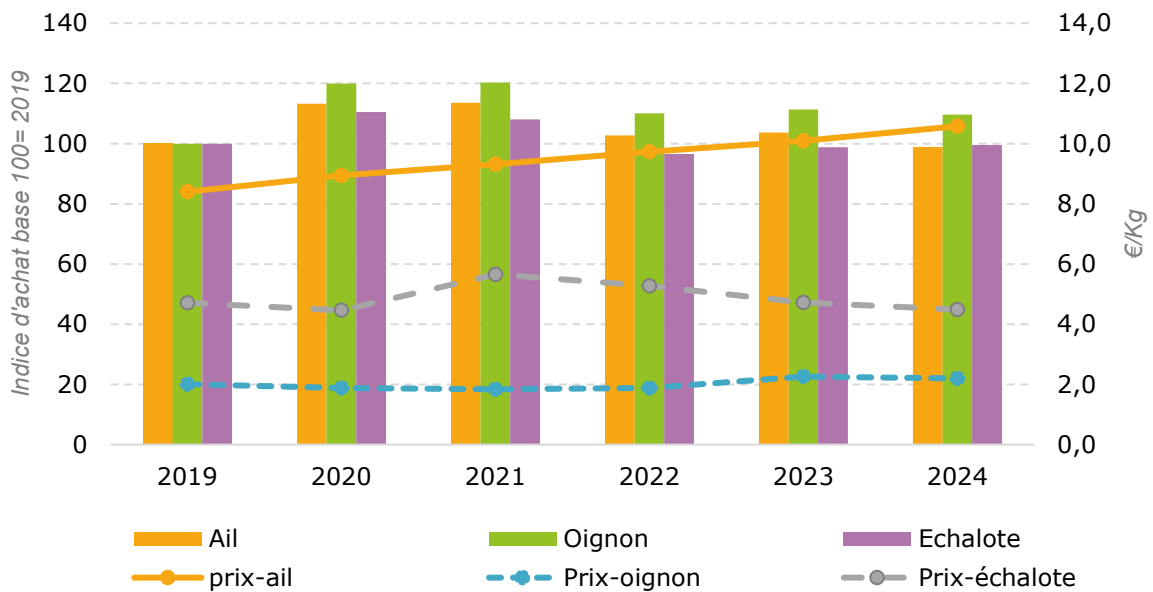
Entre 2015 et 2024, les quantités achetées d'ail par les ménages ont diminué en moyenne de -1,8 % par an et de façon un peu plus marquée sur les quatre dernières années, dans un contexte de production en hausse sur les dix années (mais stable sur les cinq dernières, exception faite de la mauvaise année 2022). À l'inverse, le prix payé par les ménages montre une progression assez régulière, surtout depuis cinq ans. En conséquence, la dépense des ménages reste à un niveau élevé depuis 2020 (+ 20 % par rapport à il y a une dizaine d'années).

En 2024, les achats en volume sont en recul de -7,0 % par rapport à la moyenne sur 3 ans (contre - 5,2 % pour les légumes en général) du fait d'une réduction de la taille de clientèle (- 1,7 point par rapport à la moyenne sur 3 ans) dans un contexte de fréquence d'achat stable (3,8 actes d'achat par acheteur). Cette diminution du volume d'achat par rapport à la moyenne triennale est intervenue en parallèle d'un bond significatif du prix moyen d'achat en 2024 (+ 9,0 %, à 10,60 euros le kilo). En conséquence, les sommes dépensées par les ménages cette même année ont connu un développement supérieur à la moyenne sur trois ans (+ 1,4 % par rapport à la moyenne 2021-2023).



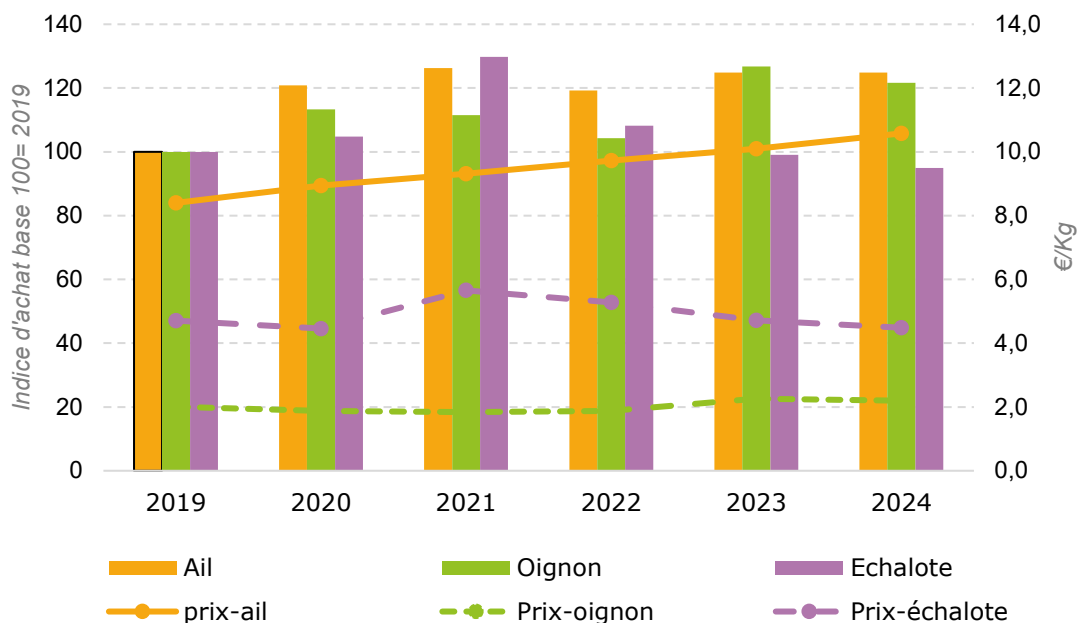
Source : Worldpanel by Numerator | Traitement CTIFL

Évolution des achats d'ail et autres espèces de la famille des alliacées en volume



Source : Worldpanel by Numerator; Élaboration : CTIFL

Évolution des achats d'ail et autres espèces de la famille des alliacées en valeur

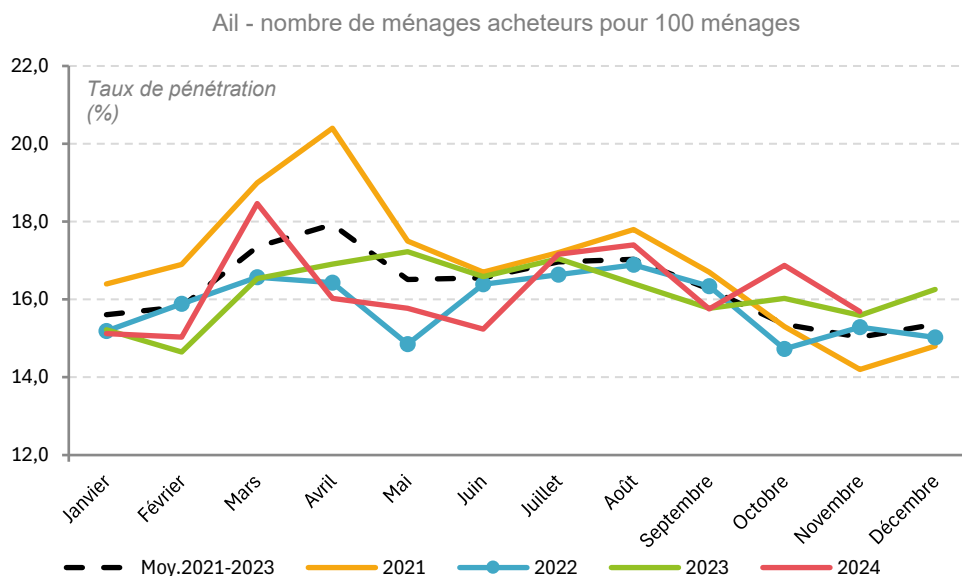


Source : Worldpanel by Numerator; Élaboration : CTIFL

Sur les six dernières années, les achats d'échalote diminuent en volume et en valeur à partir de 2022, du fait notamment d'une diminution régulière de son prix moyen. La dynamique d'achat de l'oignon est différente, avec des achats en volume globalement stables entre 2022 et 2024 et en progression en valeur, avec un prix moyen qui augmente légèrement sur la même période.

Nombre de ménages acheteurs

En moyenne, 62 % des ménages ont acheté de l'ail au moins une fois dans l'année en 2024 (58 % ont acheté de l'échalote et 83 % de l'oignon au cours de la même année). Ce taux de pénétration diminue sur les quatre années (pour l'ail comme pour l'oignon et l'échalote), l'engouement du consommateur ayant peut-être été limité par le contexte global inflationniste.

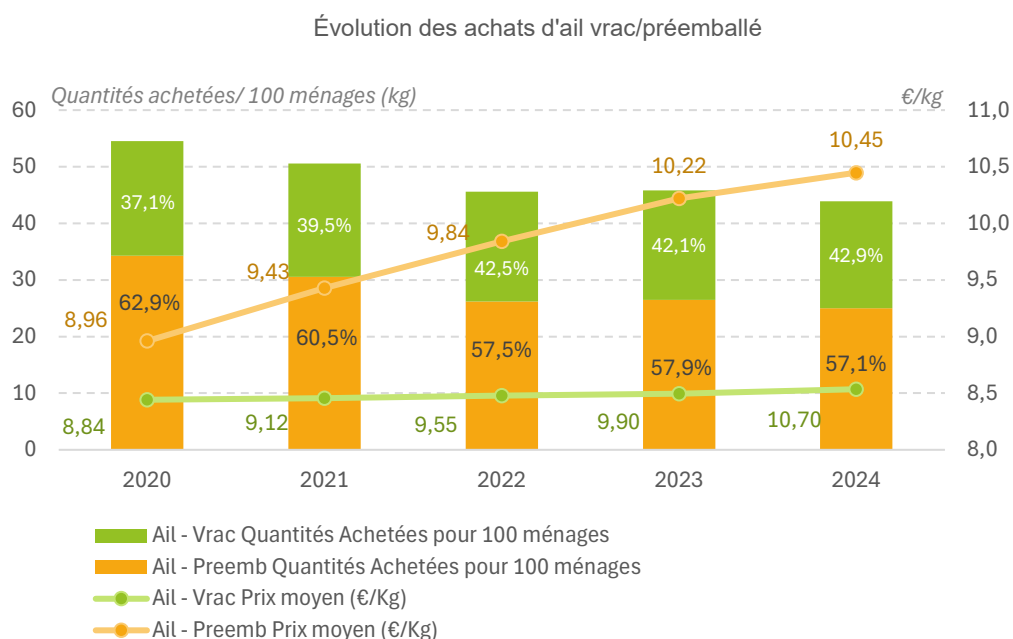


Source : Worldpanel by Numerator; Élaboration : CTIFL

La part des achats en préemballé diminue

Depuis cinq années, le rapport entre vrac et préemballé a évolué en faveur du vrac, avec globalement 43 % de quantités achetées par les ménages sous ce format et 57 % en préemballé en 2024, contre respectivement 37 % et 63 % en 2020. Le prix moyen d'achat de l'ail en vrac est proche de celui du préemballé et le dépasse légèrement en 2024 (10,70 €/kg contre 10,45 €).

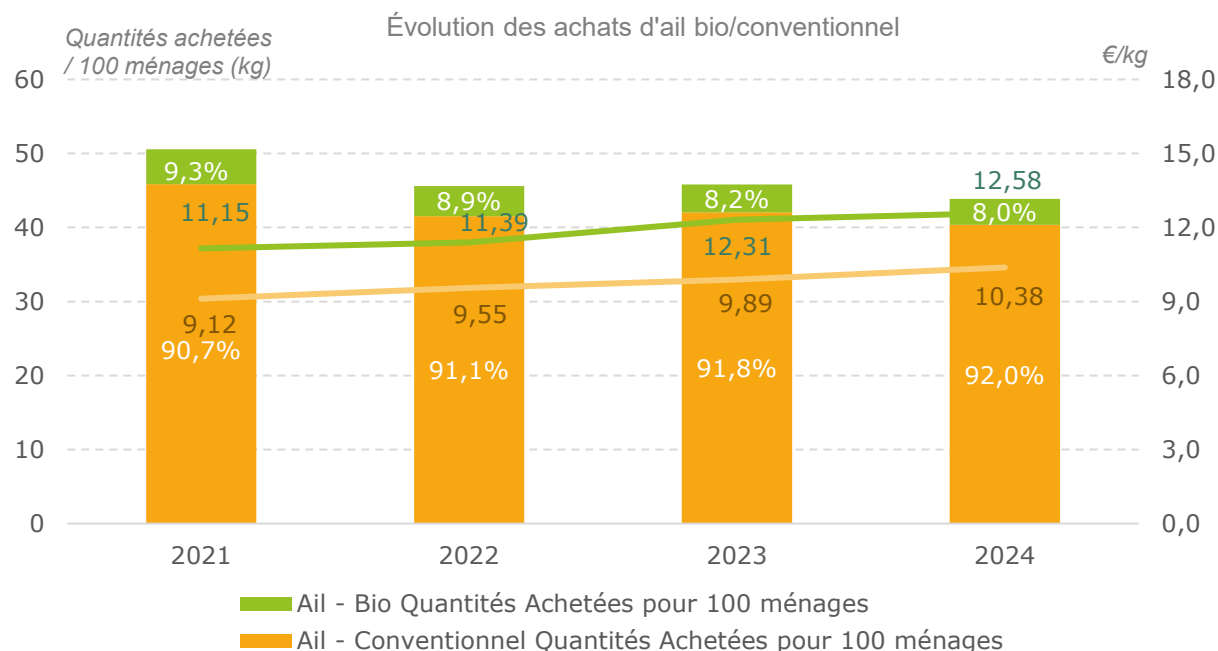
On remarque en revanche une diminution globale des quantités achetées par acte (- 9,5 % à 190 grammes par acte d'achat, contre 240 grammes il y a 10 ans), davantage observable en préemballé (- 10 % à 270 grammes par acte d'achat, contre - 6,1 % à 138 grammes par acte d'achat pour le vrac), ce qui peut faire penser à une stratégie pour contrer l'inflation de la part des consommateurs.



Source : Worldpanel by Numerator | Traitement CTIFL

La diminution des achats d'ail bio

Les achats d'ail bio diminuent à un rythme régulier. Ils représentent désormais 8 % des quantités achetées d'ail par les ménages, contre 9,3 % en 2021. Compte tenu d'un prix moyen supérieur à celui de l'ail conventionnel, la part de marché de l'ail bio atteint près de 10 % en moyenne depuis trois ans. La diminution des achats d'ail bio repose avant tout sur l'érosion régulière de sa taille de clientèle, passée de 11,9 % en 2021 à 9,4 % en 2024.



Source : Worldpanel by Numerator | Traitement CTIFL

Achats d'ail par circuits de distribution

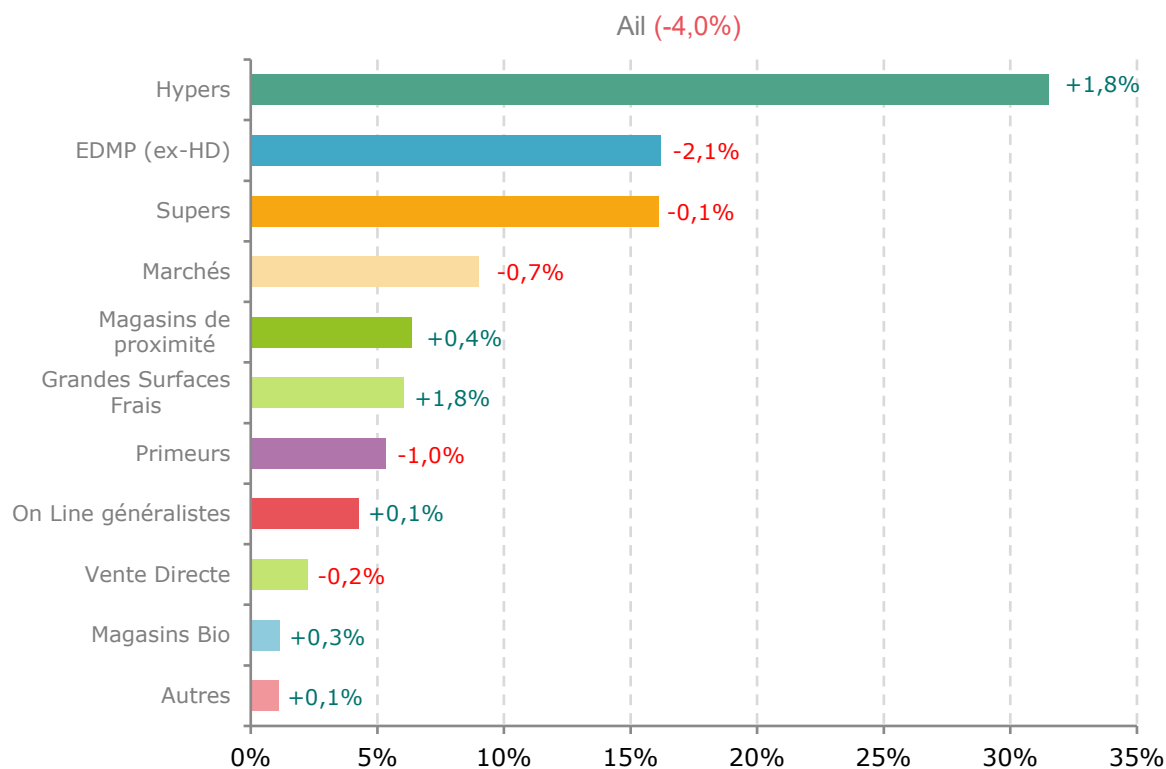
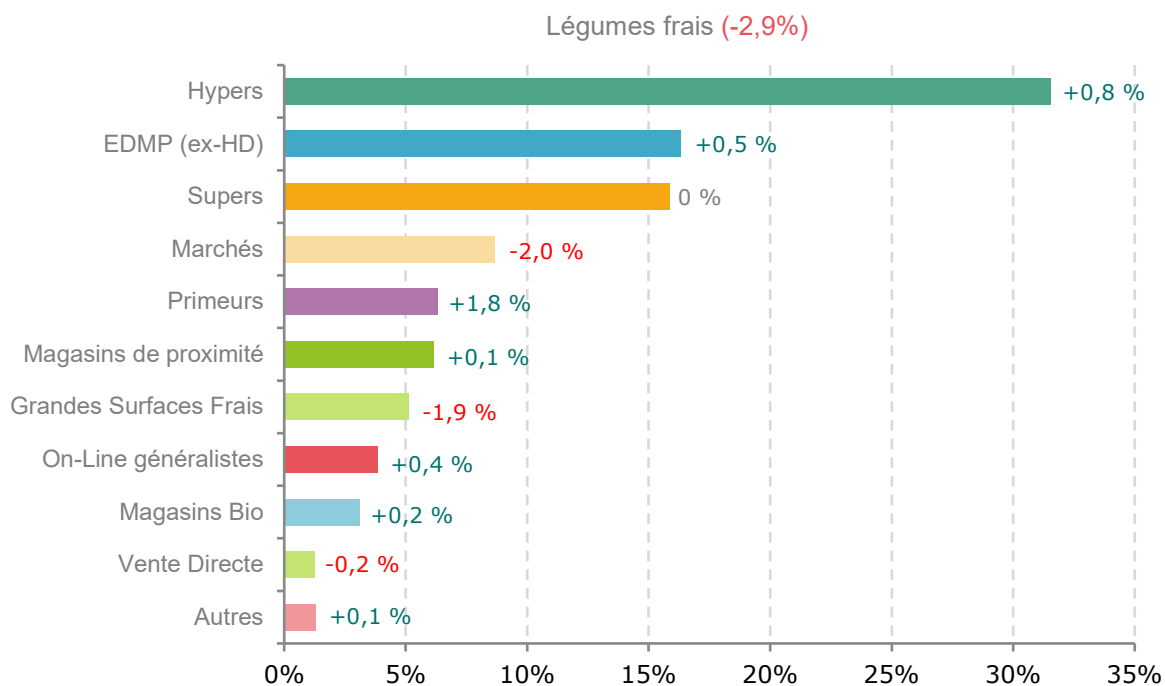
La répartition des achats d'ail par circuit de distribution est proche de celle des légumes frais en général, avec près des trois-quarts du volume d'achat effectués en circuits généralistes (hypers et supermarchés, EDMP¹, magasins de proximité et achats en *On-line*) et le quart restant dans les circuits spécialisés.

Au cours des cinq dernières années, l'évolution des achats de légumes par circuit de distribution se caractérise par des progressions de tous les formats généralistes - exception faite du supermarché - ainsi que chez les primeurs et « autres spécialisés » (magasins bio notamment) du côté des formats spécialisés (cf. figure ci-après). Dans ce contexte, l'ail se distingue par des progressions observables en hypermarchés, magasins de proximité et généralistes on-line (généralistes), ainsi que dans les Grandes Surfaces Frais et les magasins bio (spécialistes).

Les évolutions sont mesurées sur la période 2021-2024, durant laquelle le volume d'achat a connu une contraction pour les légumes (taux de croissance annuel moyen de - 2,9 % sur la période), plus prononcée encore pour l'ail (taux de croissance annuel moyen de - 4,0 %).

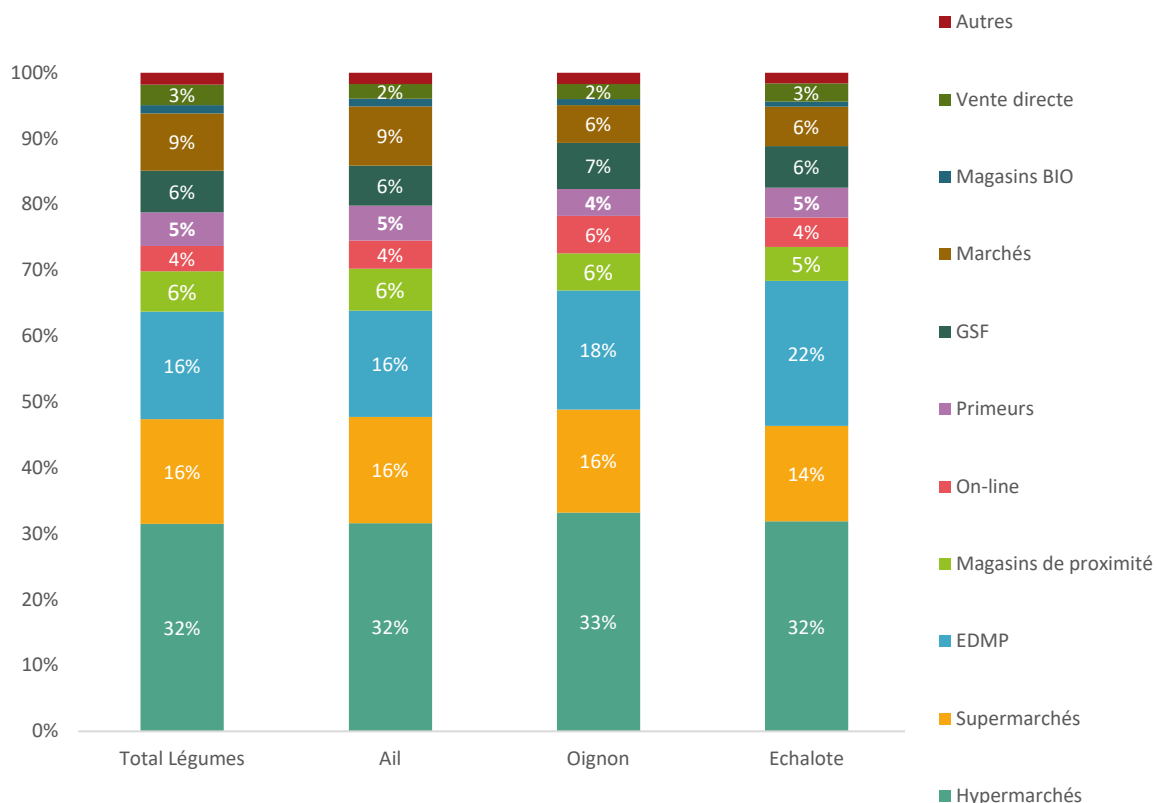
¹ Enseigne à Dominante Marque Propre, soit l'ex-périmètre Hard-Discount.

Répartition du volume d'achat des ménages par circuit de distribution
Part moyenne sur 2022-2024 (%) - Taux de croissance annuel moyen de 2021 à 2024 (%)



Source : Worldpanel by Numerator | Traitement CTIFL

Répartition du volume d'achat des ménages par circuit de distribution
Part moyenne 2022-2024



Source : Worldpanel by Numerator | Traitement CTIFL

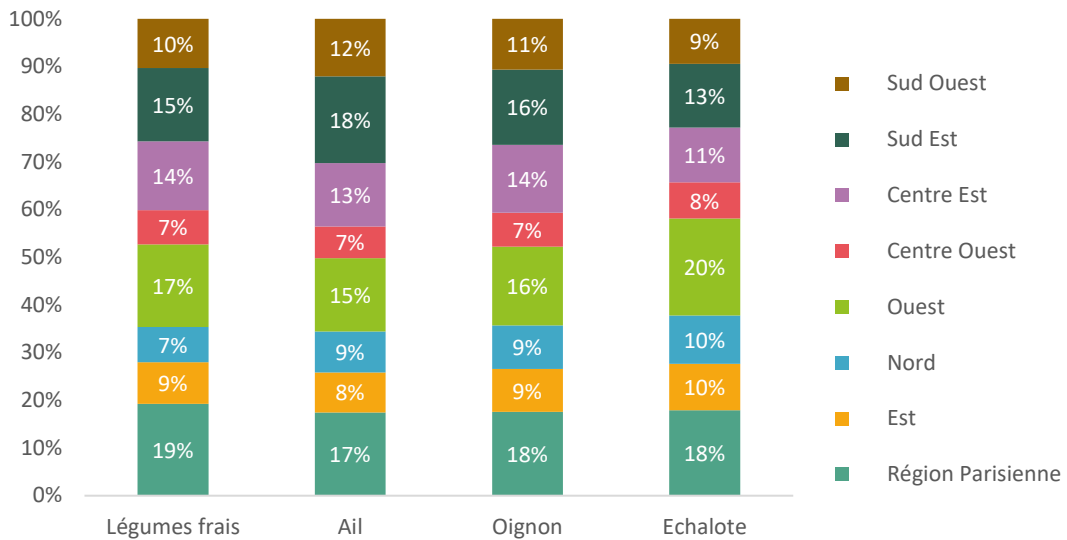
La répartition des achats d'oignon et d'échalote par circuit de distribution est proche de celle de l'ail, avec cependant une part moins importante des supermarchés pour l'échalote, au profit des EDMP.

Répartition des achats d'ail selon les régions

La répartition des achats d'ail par région diffère peu de celle des légumes frais en général. Ces achats s'effectuent principalement dans la Région parisienne (18% des achats d'ail, 19% de l'ensemble des achats de légumes), et dans la région Sud-Est (18% des achats d'ail, 15% pour les légumes en général). La région ouest, deuxième plus grand acheteur de légumes (17%), représente le troisième plus grand acheteur d'ail avec 15% des achats. Le Centre-Ouest, le Nord et l'Est de la France détiennent les plus faibles parts des achats d'ail par rapport aux autres régions avec respectivement 7% pour la première (7% pour l'ensemble des légumes), 9% pour la seconde (7% pour les légumes en général) et 8% pour la troisième (9% pour l'ensemble des légumes).

La répartition des achats d'oignon par région est proche de celle de l'ail. En revanche, l'échalote est plus achetée dans l'Ouest de la France et moins dans la région Sud-Est.

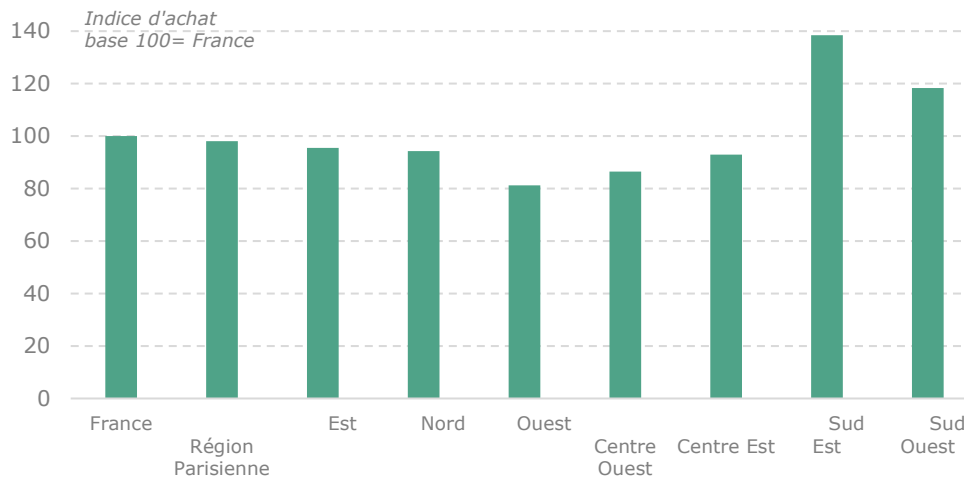
Répartition des achats de légumes et d'alliacées par région
(% de volume, moyenne 2022-2024)



Source : Worldpanel by Numerator | Traitement CTIFL

L'indice moyen de volume d'achat des ménages d'ail par région montre que les habitants des régions Sud-Est et Sud-Ouest de la France sont sur-acheteurs de cet alliacé tandis que ceux de l'Ouest et du Centre Ouest sont significativement sous-acheteurs.

Indice moyen de volume d'achat des ménages
(base 100= France), par région, moyenne 2022-2024



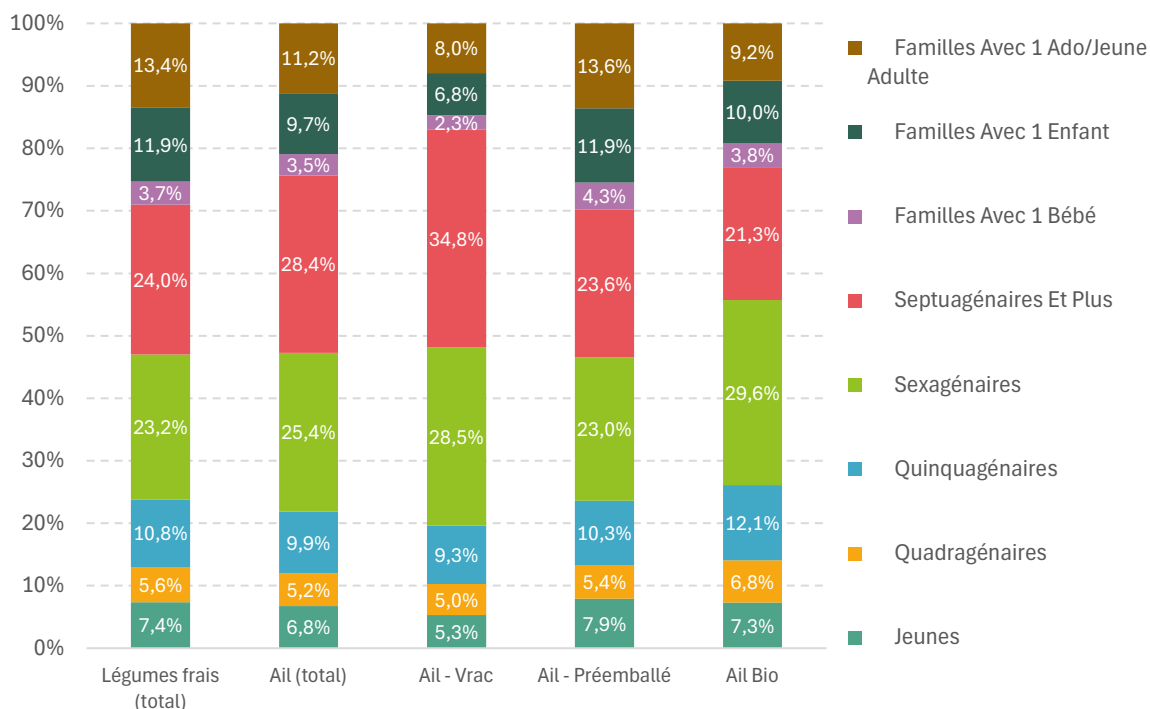
Source : Worldpanel by Numerator | Traitement CTIFL

Achats d'ail selon le profil des ménages

La répartition des quantités achetées d'ail par type de ménage, selon une nomenclature croisant l'âge de la personne responsable des achats et la composition du ménage, est assez proche de celle des légumes frais en général. On y retrouve notamment un cœur de clientèle toujours composé des ménages les plus âgés : sexagénaires ou septuagénaires et plus.

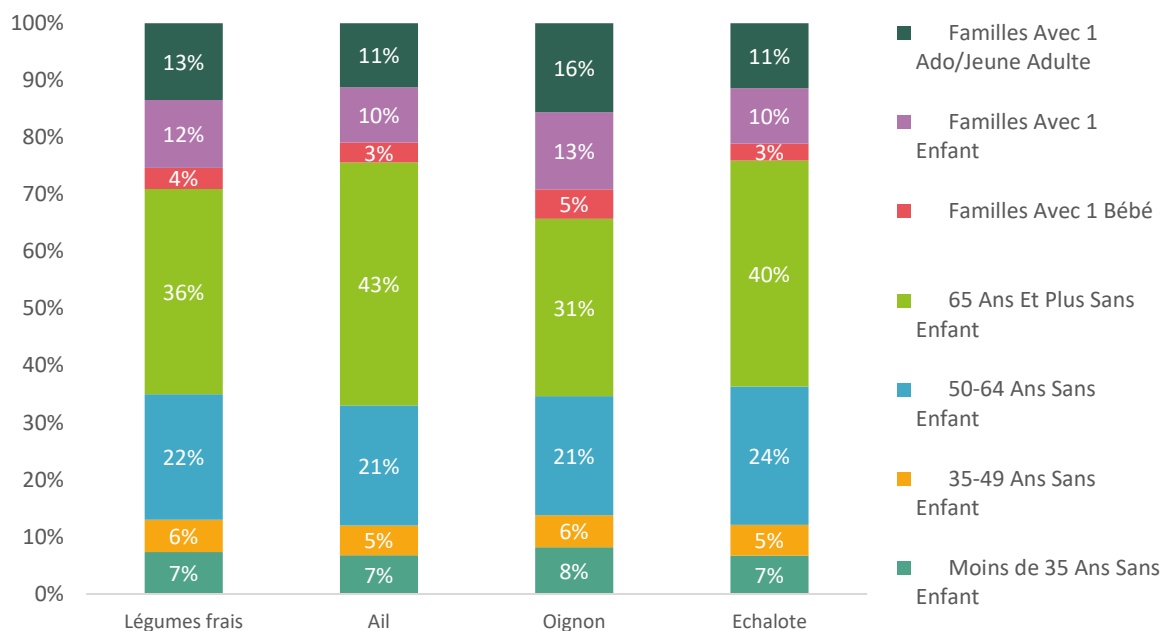
La part de ces ménages est encore plus forte dans les achats d'ail en vrac, alors que les familles (ménages comptant au moins un bébé, un enfant ou un adolescent/jeune adulte), plébiscitent plus le préemballé, puisque ces dernières comptent pour 30 % des achats d'ail préemballé (contre un poids de 25 % dans les achats d'ail en vrac). Enfin, en ail bio, les sexagénaires et quinquagénaires constituent les principaux ménages sur-acheteurs.

Répartition des achats d'ail selon le segment, par type de ménage
(moyenne 2022-2024)



Source : Worldpanel by Numerator | Traitement CTIFL

Répartition des achats de légumes et d'alliacées par type de ménage
(% de volume, moyenne 2022-2024)



Source : Worldpanel by Numerator | Traitement CTIFL

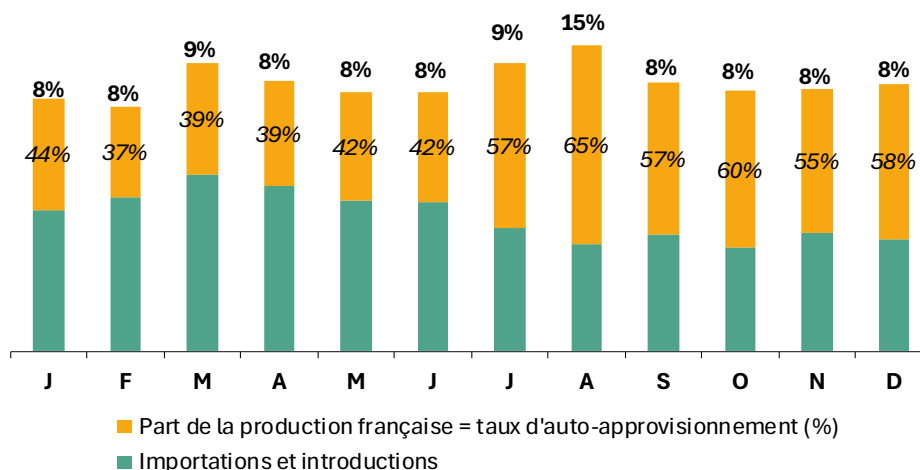
La répartition des quantités achetées d'échalote par type de ménage est proche de celle de l'ail. En revanche, celle de l'oignon diffère avec une part des sexagénaires moins importante, au profit des familles avec un adolescent/jeune adulte.

Calendrier de commercialisation et poids de l'offre française

L'ail est commercialisé régulièrement tout au long de l'année avec un léger pic au mois d'août qui représente 15% du volume commercialisé annuel. Les importations, provenant surtout d'Espagne (mais aussi de Chine), sont présentes tout au long de l'année ; de façon cependant moins importante au cours du deuxième semestre de l'année, période où l'ail français est disponible. Sur cette période, la part de l'offre française oscille entre 57% et 65% par rapport à la moyenne 2020-2022, dans un contexte stable de production nationale sur la même période. Les importations en volume connaissent à l'inverse une orientation à la baisse (moyenne 2022-2024 en baisse de 12% par rapport à la moyenne 2020-2022).

Calendrier de commercialisation en frais sur le marché français (moy. 2022-2024)

Volume commercialisé : 41 100 tonnes



Sources : Worldpanel by Numerator, Agreste, Douane française, Ctifl

Lecture du graphique : le mois d'août représente 15% du volume commercialisé annuel. Sur ce mois, l'offre française atteint 65% du volume total disponible.

CE QU'IL FAUT RETENIR

Entre 2015 et 2024, les quantités achetées d'ail par les ménages ont diminué en moyenne de -1,8% par an et de façon un peu plus marquée sur les quatre dernières années. À l'inverse, le prix payé par les ménages a régulièrement progressé, surtout les cinq dernières années. En conséquence, la dépense des ménages en ail se maintient à un niveau élevé depuis 2020.

En moyenne, 62 % des ménages ont acheté de l'ail au moins une fois dans l'année en 2024. Ce taux de pénétration diminue sur les quatre dernières années, l'engouement du consommateur ayant pu être limité par le contexte global inflationniste.

Dans ce contexte, le rapport entre vrac et préemballé évolue en faveur du vrac ; la baisse des quantités achetées par acte permettant de contrer l'inflation de la part des consommateurs. De même, les achats d'ail bio diminuent et représentent désormais 8 % de part de marché en volume et 10 % en valeur.

La répartition des achats d'ail par circuit de distribution est proche de celle des légumes frais en général, avec près des trois-quarts du volume d'achat effectués en circuits généralistes et le quart restant dans les circuits spécialisés ; avec une évolution à la hausse sur les quatre dernières années pour les hypermarchés, magasins de proximité et généralistes on-line (généralistes), ainsi que dans les Grandes Surfaces Frais et les magasins bio pour les formats spécialisés.

La répartition des achats d'ail par région diffère peu de celle des légumes en général mais l'indice moyen de volume d'achat des ménages d'ail par région montre que les habitants des régions Sud-Est et Sud-Ouest de la France sont sur-consommateurs de cet alliacé tandis que ceux de l'Ouest et du Centre Ouest sont significativement sous-consommateurs.

Enfin, l'ail conserve un profil d'acheteur proche de celui des légumes frais en général, avec un cœur de clientèle toujours composé des ménages les plus âgés (sexagénaires ou septuagénaires et plus) ; la part de ces ménages étant encore plus forte dans les achats d'ail en vrac. Les familles plébiscitent quant à elles plus le préemballé et les sexagénaires et quinquagénaires sont les principaux sur-acheteurs d'ail bio.

Perception, connaissance, comportement d'achat et de consommation

Rappel méthodologique

Un forum *on-line* a été conduit fin septembre 2025, avec une relance fin octobre. Le recrutement des consommateurs a été sous-traité à un prestataire extérieur. Une vingtaine de participants a été recrutée selon des profils les plus variés possible :

- Un tiers est utilisateur régulier d'ail, les autres moins souvent, rarement ou jamais
- Un quart vit en milieu rural, les autres en milieu urbain
- Au moins un tiers possède un jardin potager
- Trois quarts sont des femmes, un quart sont des hommes
- Un tiers a moins de 40 ans, les deux tiers entre 40 ans et 70 ans.
- De toutes les régions françaises

Les photos illustrant cette partie du rapport sont issues du forum *on-line*. Il en va de même pour les *verbatim* illustrant cette analyse.

Une seconde phase quantitative s'est déroulée début décembre 2025, via une enquête par sondage conduite auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 2 000 personnes, sur une tranche d'âge comprise entre 18 et 75 ans.

L'analyse des réponses a été complétée aussi souvent que possible en opérant des croisements avec les différentes catégories socio-démographiques, voire d'autres questions de l'enquête lorsque cela pouvait être pertinent (ex. lieux et fréquence d'achat). Seuls les résultats les plus significatifs de ces croisements sont rapportés.

Le terrain d'enquête auprès des consommateurs a été sous-traité à l'Institut de sondage Easy Panel. La part des (non) acheteurs et (non) consommateurs d'ail est la suivante :

	Ail
Total consommateurs	87%
Total acheteurs	88%
Acheteurs / consommateurs	85%
Non-acheteurs / consommateurs	2%
Acheteurs / non-consommateurs	3%

Près de 9 répondants sur 10 déclarent consommer de l'ail et autant en acheter. En revanche, les fractions de non-acheteurs et non-consommateurs apparaissent relativement marginales car inférieures à 5%.

L'étude portera donc essentiellement sur les acheteurs consommateurs ; à l'exception de la question sur l'image de l'ail (référence vendue au rayon fruits et légumes frais) posée à toutes les personnes interrogées (acheteurs, consommateurs mais aussi non-acheteurs et non-consommateurs).

L'image de l'ail

Les termes plante, bulbe ou légume ne sont pas évoqués spontanément pendant la phase qualitative de l'étude, même par ceux qui connaissent bien l'ail sec, sauf exception. Le lien à la terre n'est pas évident. Son univers peut même être centré sur le placard de la cuisine. De plus, sa couleur blanche (les autres couleurs sont peu connues) est peu « naturelle ». L'ail n'est ainsi pas perçu comme un légume, même s'il est conservé de la même façon et au même endroit que certains d'entre eux. Il est défini par sa fonction : donner du goût, assaisonner et relever la saveur des préparations culinaires.

J'en ai toujours dans mes placards

Donne du goût aux plats

Il appartient à la famille des condiments, ingrédient de base indispensable, quotidien, de toutes sortes de préparations culinaires, ou au contraire complètement absent des cuisines. Oignon et échalote sont considérés comme étant plutôt complémentaires, chacun évoluant dans un univers (préparations culinaires) défini par les règles de la cuisine française, qui sont toutefois de plus en plus revisités. (« Avec » plutôt que « contre » ou « à la place »).

La famille ail se compose des gousses/têtes d'ail, de l'ail en pot, de l'ail fumé en poudre et de l'ail surgelé. Les différentes couleurs sont peu mentionnées. L'ail sec n'est pas systématiquement le « chef de famille » : inconnu, parent éloigné, c'est l'ail en pot qui est parfois devenu le référent.

Autre dimension importante de l'image de l'ail : il est évocateur de saveur, de parfum fort, puissant, ce qui représente plutôt un atout, mais aussi parfois un handicap.

Goût intense, prononcé, un parfum qui peut remplir une cuisine

L'odeur d'ail rissolé dans l'huile d'olive me met en transe

Délicieux

Il est par conséquent associé aux plaisirs de la table, de la consommation de bons plats traditionnels issus de la gastronomie française, comme de recettes plus « exotiques » (cuisine asiatique particulièrement appréciée des jeunes consommateurs).

Je dirais ingrédient essentiel pour certaines recettes asiatiques

Selon le profil du consommateur, l'ail est associé à l'été (cuisine méditerranéenne) ou à l'hiver (soupe, gigot, salades...) ou présent toute l'année.

Consommer de l'ail est bon pour la santé, ce qui représente un atout supplémentaire mais plutôt secondaire. Les produits bons pour la santé (médicaments) ne sont pas forcément bons (saveur) !

J'ai toujours entendu dire que c'était bon pour la santé

Ce condiment est apparemment très efficace pour la glycémie

Dernière évocation contribuant à la connaissance de l'ail sous forme de tresse ou de tête/gousse et ce de façon humoristique : son utilisation pour se défendre contre les vampires.

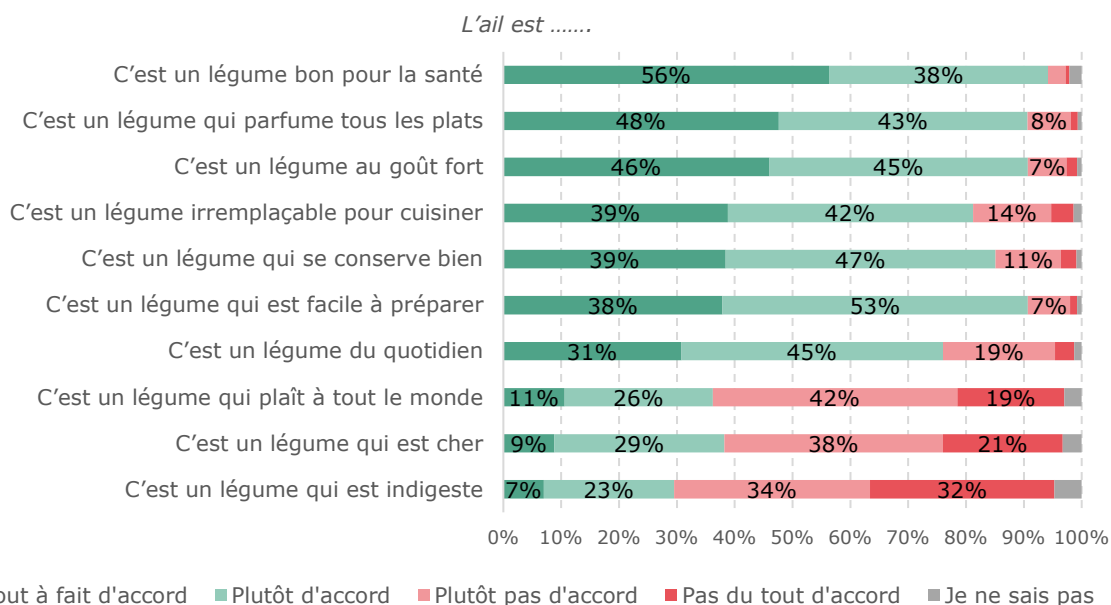
Les consommateurs d'ail sec décrivent ainsi sa saveur : forte, suave, fade.

Une saveur douce avec un peu d'amertume parfois

Pour certains d'entre eux sa texture peut être désagréable.

Ça colle aux doigts

L'enquête par sondage permet un ordonnancement des items d'image tels que rapportés lors de la phase qualitative. Ce classement souligne la très bonne image dont dispose l'ail auprès **des acheteurs/consommateurs**. C'est en effet un légume bon pour la santé, caractérisé par son goût/parfum, irremplaçable, pratique, se conservant bien et facile à préparer...L'ensemble de ces six items recueille chacun plus de 4/5 d'approbation (tout à fait et plutôt d'accord) des acheteurs/consommateurs. En revanche, une large majorité désapprouve l'affirmation d'un légume qui plait à tout le monde, qui est cher et qui est indigeste.



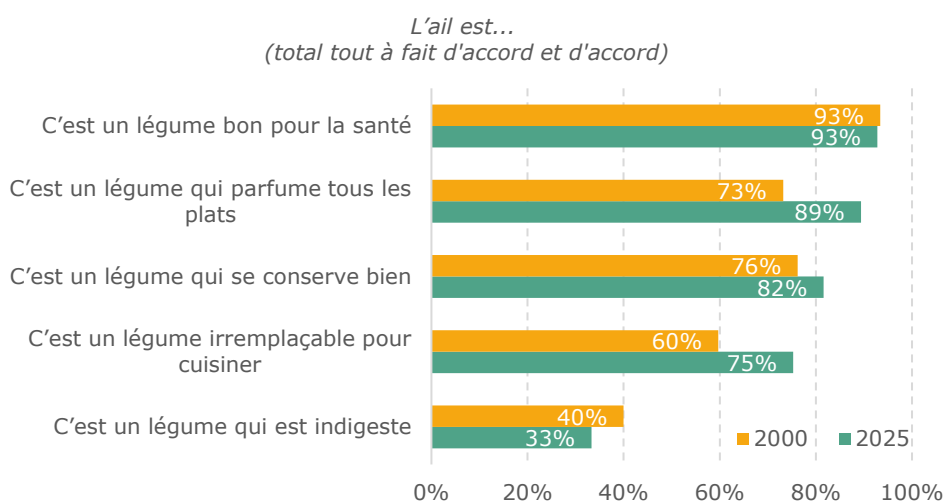
Source : Enquête CTIFL

Base : 1 810 acheteurs/consommateurs d'ail

Dans ce groupe d'acheteurs/consommateurs, les 60-75 ans, les retraités, les classes sociales dites aisées, les habitants d'Ile-de-France et les foyers composés de 3 personnes et plus sont sur-représentés ; les 30-44 ans sont quant à eux sous-représentés.

L'image d'un légume bon pour la santé et facile à préparer remporte significativement plus l'adhésion des femmes, des 60-75 ans et des inactifs ; qui parfume tous les plats, est irremplaçable pour cuisiner, qui se conserve bien et est un légume du quotidien, celle des habitants du Sud-Est de la France. Les 18-29 ans ont une très bonne image de l'ail mais elle est cependant moins positive que pour l'ensemble de la population. Ils sont aussi plus nombreux à dire que l'ail est indigeste. On note par ailleurs que les acheteurs réguliers d'ail (au moins une fois par mois) ont – assez logiquement – une très bonne image de ce condiment.

La bonne image de l'ail est renforcée sur plusieurs items par rapport à une étude menée en 2000 sur ce condiment (ainsi que sur l'oignon et l'échalote), sur une population interrogée à l'époque auprès de 1 000 femmes (1 034 en 2025). Sa place dans la cuisine est renforcée, avec 15 points de plus sur l'item « c'est un légume irremplaçable pour cuisiner » et 16 points sur l'item « c'est un légume qui parfume tous les plats ». L'appréciation de sa bonne conservation gagne 6 points et son image de légume indigeste s'améliore avec une perte de 7 points sur cet item. Enfin, son image d'aliment « bon pour la santé » reste inchangée avec plus de 9 femmes sur 10 qui ont un avis positif sur cet item.



Source : Enquête CTIFL

Base : 1 000 femmes en 2000, 1034 en 2025

La perception de ce condiment est logiquement moins bonne auprès des non-acheteurs et non consommateurs, qui sont souvent les mêmes, à l'exception de ceux qui en récoltent suffisamment dans leur jardin, ou qui bénéficient de dons en provenance de ces potagers (pas d'achat ou moins d'achat).

Pour ceux qui n'en ont jamais mangé, ce qui est inconnu incite à la méfiance. Il faut y penser, puis oser, prendre le risque d'acheter, de préparer et de goûter.

Pour d'autres non-consommateurs sa consommation est rejetée pour différentes raisons : odeur désagréable, saveur peu ou pas du tout appréciée car trop prononcée. L'ail a aussi la réputation de donner mauvaise haleine et de provoquer des problèmes de digestion.

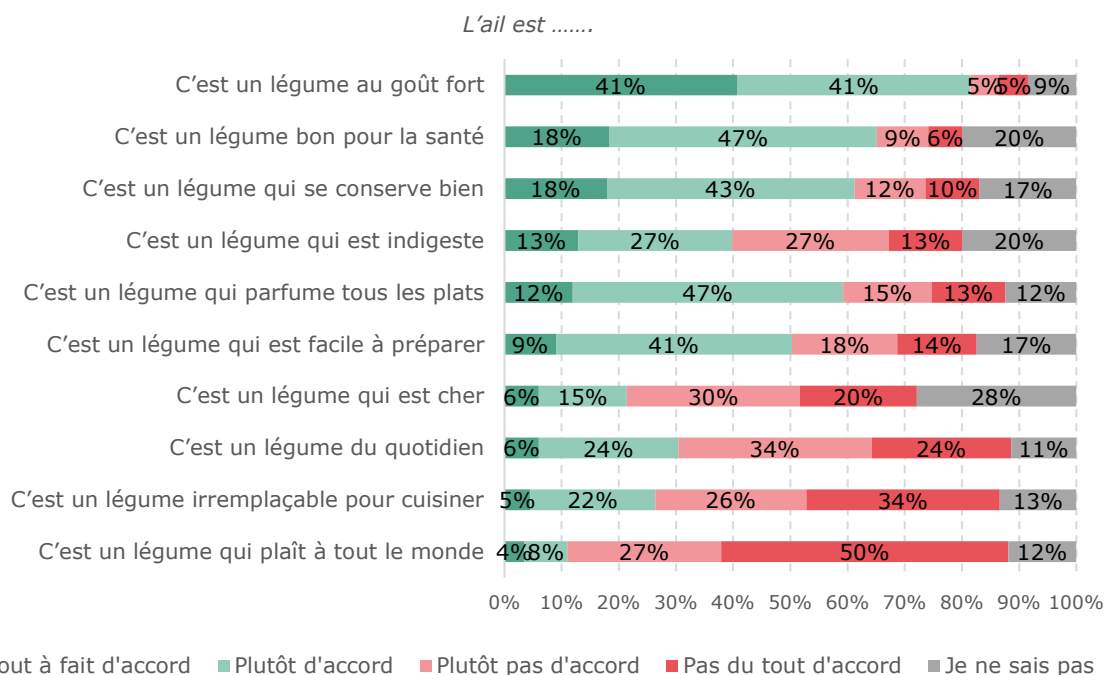
Il peut être considéré comme un produit fragile, en raison de sa qualité parfois défailante sur le point de vente, ou de mauvaises conditions de conservation à domicile par rapport à l'ail transformé.

La consommation de plats traditionnels contenant de l'ail, à base de viande, semble dater d'une autre époque, révolue, du moins pour une partie des jeunes adultes notamment.

« Je pense tout de suite à l'ail que ma grand-mère mettait dans le gigot » (non- acheteuse)

« Comme le faisaient nos grands-mères » (non- acheteur)

Cette image auprès des **non-acheteurs et non-consommateurs** d'ail apparaît forcément moins flatteuse. Ces derniers sont aussi nettement plus nombreux à ne pas porter un avis sur ces items. Ainsi, la part des indécis quant à savoir si c'est un légume cher atteint 28%, bon pour la santé et indigeste 20%, qui est facile à préparer 17%. Néanmoins, une plus large majorité exprime son opinion qu'elle soit favorable (bon pour la santé, qui se conserve bien, qui parfume tous les plats, qui n'est pas cher) ou pas (n'est pas un légume du quotidien, n'est pas irremplaçable pour cuisiner, ne plaît pas à tout le monde).



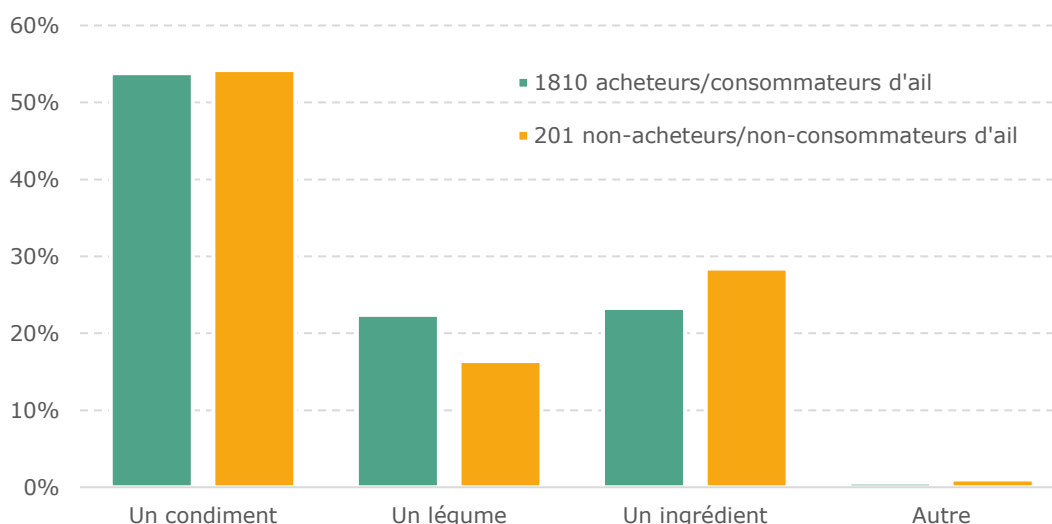
Source : Enquête CTIFL

Base : 201 non-acheteurs/non-consommateurs

Le profil des non-acheteurs et non-consommateurs est davantage représenté par les inactifs, les habitants du Nord-Ouest de la France et les mono-foyers ; les jeunes classes d'âge n'y'étant significativement pas plus représentées.

L'ail est identifié comme condiment pour plus de la moitié des répondants, qu'ils soient acheteurs/consommateurs ou non. Il fait moins partie de l'univers du légume pour les non-acheteurs/non-consommateurs (16% d'entre eux, contre 22% pour les non-acheteurs) et est plus considéré comme un ingrédient par ces derniers (28% d'entre eux, contre 23% pour les acheteurs/consommateurs). On note par ailleurs que les 18-29 ans sont moins nombreux que l'ensemble de la population à considérer l'ail comme un condiment (destiné à assaisonner des préparations culinaires) et plus comme un légume ; une acceptation plus large de l'ail comme aliment pouvant accompagner un plat au cours d'un repas.

Considérez-vous que l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais est plutôt :

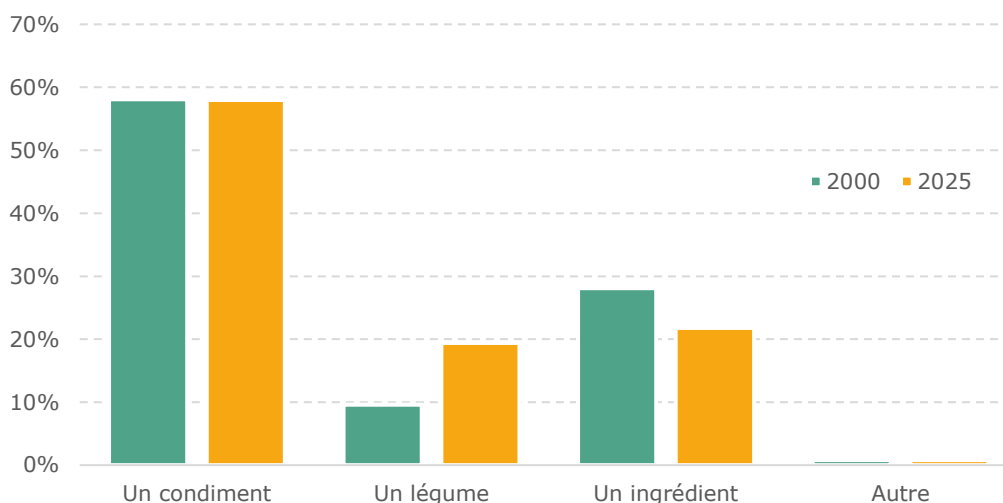


Source : Enquête CTIFL

Base : 2 011 répondants

L'image de l'ail en tant que condiment reste inchangée entre 2000 et 2025, avec près de 6 femmes sur 10 qui le considèrent comme tel. En revanche, elles sont plus nombreuses à le placer dans l'univers des légumes (un aliment au sens propre regroupant des variétés, des origines, des terroirs...) en 2025 que 25 ans auparavant, et moins comme un ingrédient (une image plus banale d'un simple produit entrant en quantité limitée dans la composition d'un mélange ; au contraire des condiments qui bénéficient quant à eux d'une utilisation plus large).

Considérez-vous que l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais est plutôt :



Source : Enquête CTIFL

Base : 1 000 femmes en 2000, 1034 en 2025

La connaissance de l'ail

Pour une partie des consommateurs dire « je connais » signifie « je l'ai vu en rayon » ou « je sais de quoi il s'agit ». Certains d'entre eux connaissent ainsi l'ail sec mais n'achètent que de l'ail en bocal ou surgelé. Par ailleurs, une fois intégré à un plat, il est très souvent invisible. Néanmoins il s'agit d'un ingrédient/condiment qui se sent et qui donne du goût, généralement reconnaissable et détectable par les convives.

Les verbatims des consommateurs mettent en évidence, pour certains d'entre eux, la confusion entre les termes gousse et tête d'ail plus souvent utilisés que la tresse.

Les lieux, modes de production, date de récolte sont manifestement inconnus de la plupart des consommateurs *Aucune idée d'où et comment...* Et suscitent peu d'intérêt, ce qui dénote une certaine confiance dans la façon dont l'ail est cultivé, du moins en France.

L'ail serait peu présent dans les potagers et même pour une partie des jardiniers cette connaissance est limitée : *L'ail pour moi évoquait le Sud de la France jusqu'à ce que des amis m'ont expliqué que chez nous en Lorraine on pouvait aussi le cultiver.*

Comme pour une grande partie des produits frais, dont les fruits et légumes, l'origine France, voire locale, est privilégiée. Cette offre - vente directe, foires, marchés - représente un repère, du moins pour ceux qui fréquentent ces types de point de vente. Elle est nettement moins visible dans les autres circuits de distribution.

La gamme ail est ainsi décrite, ce qui démontre encore sa méconnaissance :

Je ne connais pas du tout, j'en achète toujours en poudre

Ail blanc *Ail classique*

L'ail rose et l'ail violet sont rarement cités spontanément et parfois confondus. Leurs caractéristiques organoleptiques sont supposées différentes selon la couleur mais ignorées de la plupart des consommateurs : comment le reconnaître une fois intégré au plat ?

L'ail noir est mentionné : *il me semble que ça existe* mais sa particularité est manifestement ignorée.

L'ail des ours est aussi cité *mais est-ce vraiment de l'ail ?*

L'ail *en bocal Ducros*, en poudre, les gousses d'ail marinées ou l'offre surgelée sont parfois les seules références revendiquées et présentes en cuisine.

Malgré cette faible connaissance, une grande partie des consommateurs et non-consommateurs exprime peu d'intérêt et de curiosité au début du forum *on-line*, pour en savoir plus : ce qui peut s'expliquer par le fait que pour eux l'ail n'a pas d'histoire, de terroir, de tradition et une invisibilité des producteurs.



Ce visuel présenté après la mission achat sur point de vente a confirmé la présence non systématique sur le linéaire de l'ail rose et du violet, ou son « invisibilité », de même que la confusion faite parfois entre ces références, mal identifiées :

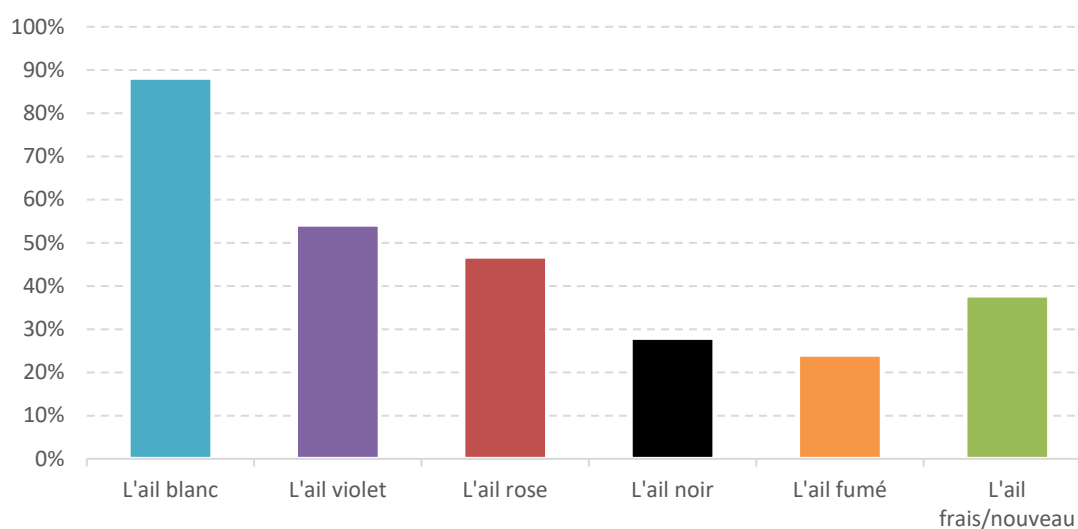
Je n'ai même pas fait attention qu'il y avait de l'ail rose car la tresse était enveloppée dans un filet de couleur comme pour les tresses d'ail blanc.

Cette découverte a suscité une certaine frustration - manque d'information sur le linéaire - et des interrogations : Quelle différence entre ces références ? Dans l'ignorance, les acheteurs ne prendraient pas de risque et choisiraient la référence la moins chère. La qualité/fraîcheur est de fait privilégiée à la couleur.

L'ail violet ne semble être une meilleure qualité... l'ail rose étant un produit premium donc le violet se trouve entre le blanc et le rose dans mon esprit de consommateur non avisé sur le sujet ... confusion avec ail blanc.

En phase quantitative, il ressort que la quasi-totalité des acheteurs connaît l'ail blanc, une moitié l'ail violet, un peu moins l'ail rose et l'ail frais/nouveau. Le profil des connaisseurs des différentes variétés/couleurs d'ail est plutôt « senior » et les retraités et inactifs y sont aussi sur-représentés ; à l'inverse des jeunes classes d'âge, qui connaissent moins les différentes variétés d'ail que l'ensemble de la population. Les ails violet, noir et frais/nouveau sont davantage connus des femmes et des habitants du Sud-Est de la France. L'ail violet, cultivé dans le Sud-Ouest de la France, est aussi significativement plus cité par les habitants de cette région ; l'ail fumé, spécialité d'Arleux, par les habitants du Nord de la France.

Connaissez-vous...



Source : Enquête CTIFL

Base : 1 764 acheteurs d'ail

Les achats d'ail

Il y a une hétérogénéité des fréquences d'achat et des quantités achetées déclarées. L'achat mensuel semble suffisant pour des acheteurs réguliers, une tête d'ail, voire un lot de trois, étant manifestement utilisée en plusieurs semaines.

Les raisons de non-achat

Certaines raisons de non-achat d'ail sont assez classiques, semblables à celles d'autres produits alimentaires, comme les fruits et de légumes :

- Méconnaissance de l'offre d'ail sec
- Le fait de ne pas l'aimer (goût trop fort, prononcé, spécifique)
- Les enfants/le compagnon/les invités n'aiment pas
- Le fait de ne pas y penser
- Ne pas savoir le choisir
- Ne pas savoir le préparer
- Le prix
- Autoproduction dans le potager ou cadeau

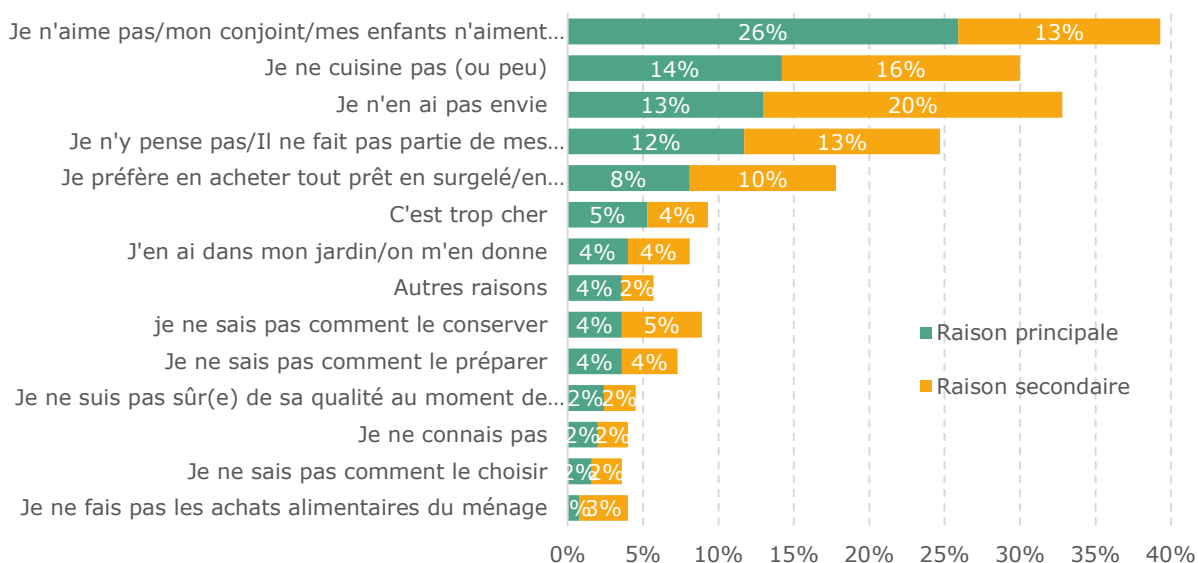
Certaines raisons de non-achat sont plus spécifiques à l'ail sec :

- La préférence pour l'ail transformé : plus pratique, moins de risque qualitatif
- Satisfaction de l'offre d'ail en poudre, ou surgelé : pratique, rapide, facile, ne colle pas aux doigts
- Des achats faibles, très occasionnels, car réalisés en grande quantité, saisonniers
- Une activité culinaire limitée
- Le fait (ou la réputation) que l'ingestion d'ail donne mauvaise haleine,
- Les problèmes de digestion causés par la consommation d'ail
- On n'y pense pas, offre invisible ou absente du rayon

Je crois bien n'avoir jamais acheté d'ail frais, ni surgelé, ni lyophilisé, seulement déshydraté/pot Ducros (que j'ai découvert récemment en version 'fumé' et je trouve ça bien meilleur que le classique) je n'en achète pas frais par a priori je crois... l'idée que c'est difficile à cuisiner, que 'je ne sais pas' ou 'n'ai pas d'idée' comment le cuisiner, l'associer... aussi une crainte de ne pas aimer frais car 'trop fort' en goût & saveur, que je risque de ne sentir que ce goût-là dans mon plat si j'en utilise. En écrivant ici à son propos, je me rends compte que je bloque sur « ça donne mauvaise haleine !

Les non-acheteurs d'ail frais représentent 12% des consommateurs. La raison principale de non-achat est le fait de ne pas l'aimer, suivi de ne pas cuisiner (ou peu), de ne pas en avoir envie et de ne pas y penser. Ces motifs de non-achat représentent des freins plus ou moins difficiles à lever. Si le fait de ne pas aimer, ou de ne pas cuisiner sont *a priori* rédhibitoires, établir ce légume/condiment dans les habitudes d'achat ou amener le consommateur à y penser/en avoir envie relève de mise en place d'actions de communication et/ou en points de vente.

Pour quelles raisons n'achetez-vous pas d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?



Source : Enquête CTIFL

Base : 247 non-acheteurs d'ail

Les raisons d'achat d'ail

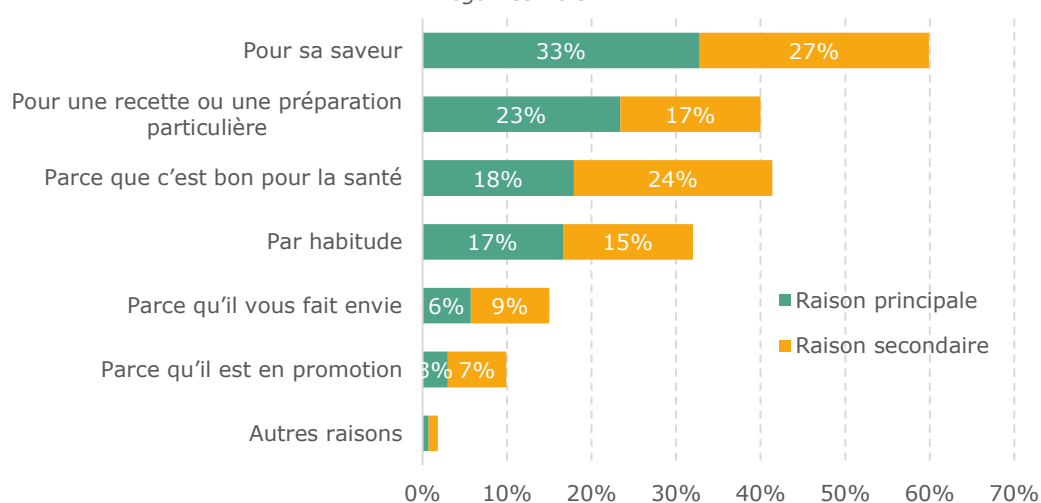
- Un basique, une habitude
- Saveur, goût apporté aux plats => plaisir de consommation
- Pour une recette particulière
- Parce que c'est bon pour la santé : bien plus rare
- Parce qu'il est en promotion : peu citée spontanément, cette raison d'acheter de l'ail est évoquée particulièrement lors de la seconde phase de l'enquête qualitative lorsque les consommateurs évoquent leurs motivations pour en acheter à nouveau : Parce que le prix est un frein à l'achat pour une partie d'entre eux, mais aussi pour attirer l'attention sur ce condiment, le mettre en avant dans le linéaire, pour y penser.

Plus des 4/5 de la population française déclarent acheter de l'ail, ne serait-ce que de temps en temps. L'écart entre ces déclarations et les achats effectifs (évalués à 62 %, soit le pourcentage de ménages acheteurs d'après Kantar) souligne une intention non suivie d'acte d'achat ; un décalage bien connu mais qui montre aussi le potentiel de développement des ventes².

En phase quantitative, les achats d'ail sont principalement motivés par sa saveur, pour une recette ou une préparation particulière, pour ses qualités médicinales et par habitude.

² Il peut également y avoir dans les déclarations des répondants confusion entre les différents formats d'ail proposés en point de vente (frais, surgelé, en poudre...).

Pour quelle(s) raison(s) achetez-vous de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?



Source : Enquête CTIFL

Base : 1 764 acheteurs d'ail

Les jeunes classes d'âge (18-29 ans) font plus référence que la moyenne à une recette ou une préparation particulière, à un achat d'impulsion (parce qu'il vous fait envie) ou guidé par le prix (parce qu'il est en promotion). Ils sont moins nombreux à évoquer ses qualités organoleptiques (saveur) et médicinales (bon pour la santé) tandis que les plus âgés (36-75 ans), les inactifs et les acheteurs réguliers d'ail (au moins une fois par mois) sont plus nombreux à évoquer cette dernière raison. Les acheteurs occasionnels (achat d'ail 1 à 2 fois par trimestre et moins souvent) se procurent quant à eux plus ce condiment pour une recette particulière.

Les fréquences d'achat de l'ail

La « faible » fréquence d'achat d'ail par les consommateurs s'explique par la conservation sur une longue période d'aux achetés ou reçus en cadeau, stockés entiers ou conservés d'une autre façon et par le fait que des petites quantités sont utilisées à chaque fois.

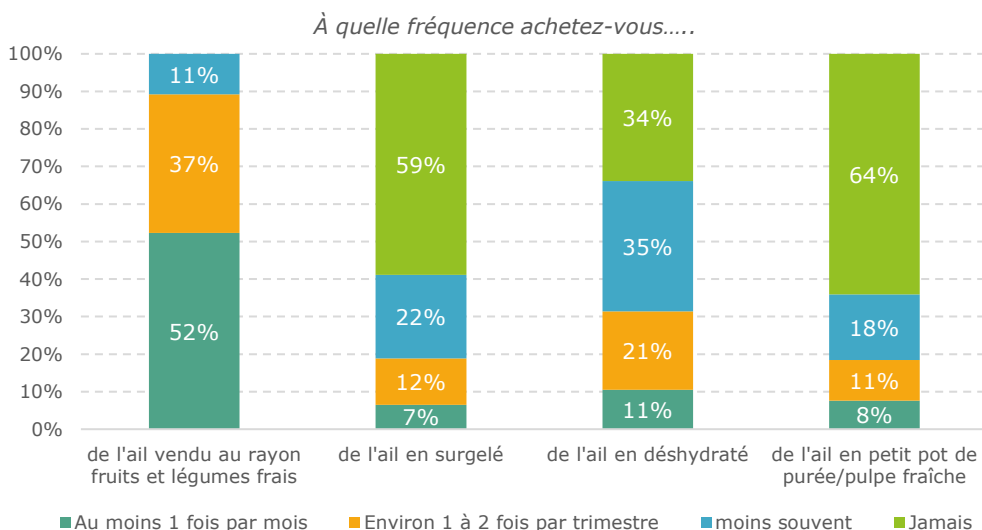
Je n'ai pas acheté d'ail depuis la dernière fois car un ami nous a donné de l'ail que nous avons mis au frigo dans de l'huile d'olive après les avoir épluchés.

Mais aussi par le fait de peu cuisiner des plats chauds traditionnellement associés à l'ail ou de la salade fraîche : pas de sauce vinaigrette contenant de l'ail.

Je suis une personne qui mange trop simplement et sans cuisiner des plats pour incorporer de l'ail dans mes assiettes. Il faut que ce soit simple, rapide et sans trop de vaisselle pour mes repas. L'ail est un condiment qui demande d'être cuisiné et préparé.

Et/ou de ne pas apprécier la saveur de l'ail cru.

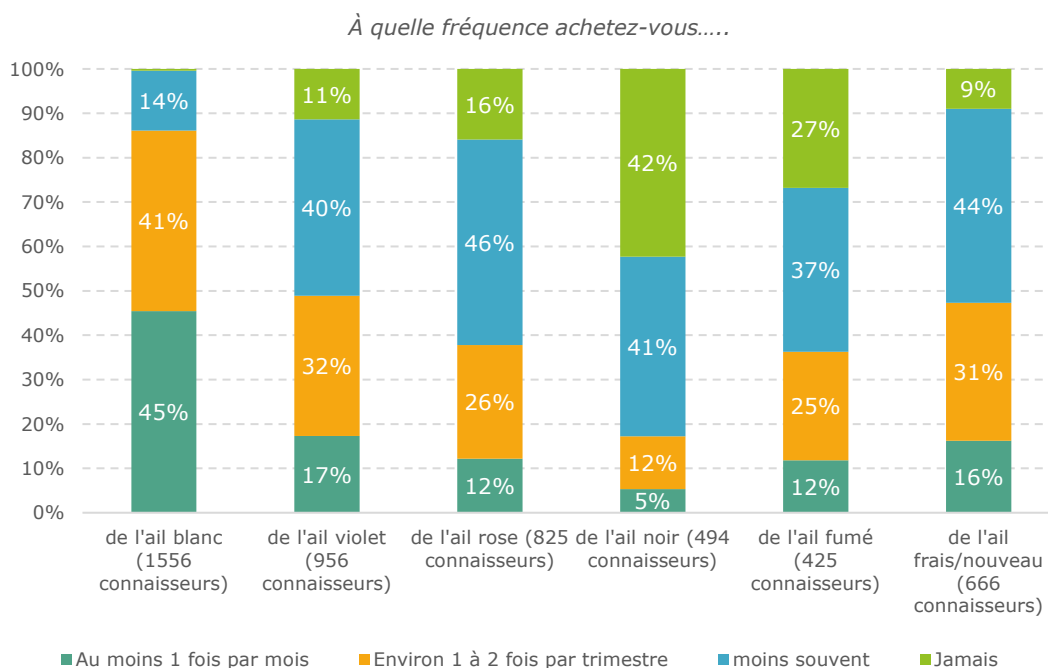
En phase quantitative, une petite majorité des répondants déclare acheter de l'ail frais au moins une fois par mois, les autres présentations étant moins souvent achetées, voire jamais.



Source : Enquête CTIFL

Base : 1 764 acheteurs d'ail

Les inactifs sont plus nombreux que la moyenne à acheter régulièrement (au moins une fois par mois) de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais et à ne jamais acheter les autres présentations d'ail. C'est aussi le cas des habitants d'Ile-de-France, plus enclins à acheter de l'ail vendu au rayon fruits et légumes, tandis que les habitants du Nord-Ouest de la France rejettent plus l'ail en surgelé et en petit pot de purée/pulpe fraîche ; les habitants de la région Sud-Ouest l'ail en déshydraté. En revanche, ces différentes présentations, autre que l'ail vendu en rayon fruits et légumes, sont significativement plus achetées régulièrement par les 18-29 ans. Plus précisément, l'ail déshydraté, acheté régulièrement par un acheteur sur dix, est aussi plus en Ile-de-France et auprès des classes sociales dites modestes, tandis que les habitants du Sud-Est de la France sont plus nombreux à acheter régulièrement de l'ail en surgelé, et les hommes et les habitants d'Ile-de-France de l'ail en petit pot de purée/pulpe fraîche. On note par ailleurs que les acheteurs réguliers d'ail vendu au rayon fruits et légumes se tournent plus volontiers vers d'autres présentations d'ail que l'ensemble de la population.



Source : Enquête CTIFL

Base : 1 764 acheteurs d'ail

L'ail blanc est acheté régulièrement (c'est-à-dire au moins une fois par mois) par 45% des Français qui connaissent cette variété, loin devant l'ail violet (17% des connaisseurs l'achètent régulièrement) et l'ail frais/nouveau (16%). Assez logiquement, les acheteurs achètent plus régulièrement un ail qu'ils préfèrent, de même que les 18-29 ans qui sont plus nombreux à être acheteurs réguliers d'ail blanc et frais ; les habitants de la région Sud-Est et les 60-75 ans de l'ail violet. Ces mêmes seniors sont aussi sur-représentés chez les acheteurs occasionnels (moins souvent) d'ail blanc et d'ail fumé ; les femmes des aulx colorés (violet, rose, noir et fumé). Par ailleurs, les acheteurs réguliers d'ail blanc le sont aussi des aulx d'autres couleurs, à l'inverse des acheteurs occasionnels.

Les lieux d'achat de l'ail

SUR LES POINTS DE VENTE : OBSERVATION DES PRATIQUES

Le choix du point de vente n'est pas spécifique à l'ail, à moins de s'approvisionner directement auprès d'un producteur. Pour cette étude, acheteurs et non-acheteurs vont passer plus de temps que d'habitude sur le linéaire. Une partie d'entre eux découvre l'offre transformée et « entier », et l'existence de plusieurs références d'ail. L'affichage n'est pas forcément vu ou lu. Le focus est fait sur l'aspect du condiment, son prix, mais pas systématiquement l'origine. La qualité visuelle de cette offre est variable, d'un point de vente à l'autre, mais est, sauf exception, plutôt satisfaisante.

Je passe devant sans le (l'ail) voir d'habitude

J'ai d'abord regardé l'ail dans les pots en verre type Ducros, mais pas facile de trouver l'ail car les bouchons sont presque tous de la même couleur ... Puis je me suis dirigée vers le rayon légumes et j'ai été étonnée de trouver de l'ail en poudre aussi avec les betteraves et les fruits séchés. Au rayon légumes, l'ail est bien représenté avec plusieurs solutions, à la pièce ou en tresse plus ou moins importante emballée dans des filets en tissus, au milieu des échalotes et oignons. Les prix varient du simple au plus que double

Le pays d'origine de l'offre est parfois réhivitoire, ou ignoré : *Quelle déception : pas d'origine française (Chine, Égypte, Espagne) ; En vérifiant ma photo ... Espagne Aïe aïe aïe*

Le préemballage est fréquemment critiqué - inutile, pas écologique, contrôle de la qualité - à l'inverse de l'offre en vrac qui permet la maîtrise des quantités achetées afin d'éviter le gaspillage (produit pas entièrement utilisé), et la maîtrise des dépenses du ménage.

Les non-acheteurs et ceux qui en achètent rarement évoquent un frein évident à l'achat *Maintenant il n'y a plus qu'à savoir quoi en faire* justifiant ainsi leur intérêt pour une offre en vrac.

Les critères de choix : savoir choisir et avoir le choix

Selon le profil de l'acheteur, et les circonstances, l'ail est acheté sec/entier, ou transformé :

- Offre d'ail frais : une tête, un lot de plusieurs têtes (3), une tresse,
- Offre transformée : atouts praticité, conservation, rapidité usage et méconnaissance ail frais

Ail en pot : usage très occasionnel à systématique, qui parfois aussi se détériore avant utilisation complète.

J'achète de l'ail semoule car c'est plus facile d'utilisation, pas besoin de l'éplucher c'est prêt tout de suite et de plus j'ai horreur d'éplucher de l'ail frais car cela colle aux doigts et y laisse une odeur forte

Il m'est arrivé de devoir en jeter

L'ail surgelé est moins savoureux que l'ail sec mais est plus pratique à conserver et à utiliser.

J'ai acheté de l'ail chez Picard, il y a plusieurs mois déjà, je l'achète congelé, car je trouve cela bien que moins savoureux, plus pratique pour le conserver car je ne l'utilise pas toujours au quotidien.

L'ail en tube est manifestement très peu connu. Quelle est sa saveur ? Cette présentation incite à la méfiance malgré la praticité supposée de son utilisation. Ce packaging - certes moderne - évoque plus le contenant d'une crème hydratante que d'un produit alimentaire.



Les critères de choix de l'ail cités par les acheteurs sont les suivants :

- L'aspect : sec, pas de tâche, bien blanc, sans germe

J'en achète régulièrement mais en petite quantité car il ne se conserve pas longtemps et ces derniers temps il y avait beaucoup de gousses moieses. Je l'achète frais en vrac au détail une gousse ou en filet de 3. Jamais en tresse.

- Le toucher : fermeté
- L'origine : locale, régionale, française. Rejet d'une origine éloignée, Espagne à la rigueur.

La qualité et le pays d'origine priment sur le prix.

Je le tâte pour vérifier qu'il soit bien dur, de provenance France (sans hésiter). Peu importe la variété ou la région du moment qu'il est Français !

- Le prix : l'expérience d'achat décrite par les acheteurs met en évidence une perception assez floue : incompris, inconnu en raison d'achats peu fréquents, difficile à estimer et justifier pour ceux qui n'en achètent pas et ne le connaissent pas. Il s'agit d'un critère de choix plutôt secondaire en raison des faibles quantités achetées. *Je dirais entre 1,50 et 2€ le bouquet mais honnêtement je ne sais pas exactement.*

Je crois de mémoire que ça tourne à peu près sur les 5 € les têtes au niveau du prix

Son prix en général en tresse de 1 kg varie de de 10,90 à 11,95 € et si achat de deux tresses 8 € le kilo

Le prix au kilo était vraiment plus cher que en achetant en filet, mais comme ce n'est pas ce que j'utilise le plus pour cuisiner et pour ne pas gâcher, j'ai opté pour cette option.

Un prix 1° incompris 2° justifié par la qualité 3° attrait du vrac :

Les prix sont exorbitants 10 € ça m'a choqué. La présentation est plutôt bien ils sont tous à côté. Ils sont plutôt jolis. J'ai choisi à 10,99 € car il me semblait de très bonne qualité et d'origine le prix de 10,99 € me paraît élevé mais en fait c'est le prix au kilo donc au premier abord quand j'ai vu 10,99 € ça m'a interpellé.

La comparaison des prix vrac et préemballé suscite des interrogations : pourquoi le vrac est-il plus cher ? Quid du prix du préemballage ?



- La quantité : selon le profil de l'acheteur. Un gros consommateur d'ail peut en acheter une grande quantité, pour plusieurs mois, ou faire des achats plus fréquents, une à plusieurs fois par mois. L'achat en vrac (tête) ou en lot/préemballé (filet de 3 têtes => une tresse) varie également selon les profils
- La présentation : moins voire pas d'emballage

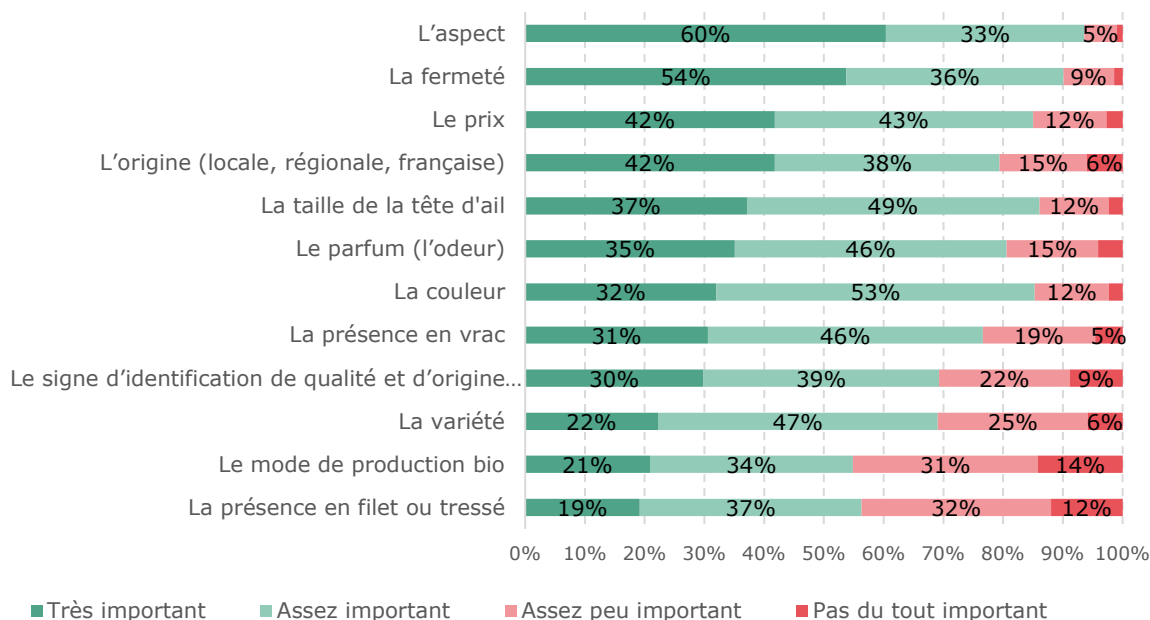
En phase quantitative, les deux principaux critères de choix de l'ail qui ressortent sont l'aspect et la fermeté, avec plus de 90% d'approbation des répondants (total très et assez important). Ces deux critères, qui ne sont pas spécifiques à l'ail, parviennent en haut de la liste des critères et devancent d'autres de nature plus organoleptique (le parfum/l'odeur) ou visuelle (la taille de la tête d'ail, la couleur). L'intérêt porté aux autres critères de choix obtient l'approbation *a minima* de la moitié des répondants. Il existe une hiérarchie des critères de choix, avec d'un côté l'intérêt pour de la présence d'ail en vrac (77% d'acheteurs intéressés) et en fin de liste le mode de production bio et la présence d'ail en filet ou tressé (respectivement 55% et 56% d'acheteurs intéressés).

L'aspect et la fermeté sont les deux premiers critères à l'achat. Ils sont jugés très importants et de façon significative par les femmes, les 60-75 ans, les inactifs et les foyers de deux personnes sans enfant. Les 18-29 ans sont en revanche sur-représentés parmi les répondants considérant ces critères comme assez peu importants.

Les seniors attachant plus d'importance à des critères comme l'origine, le parfum, la présence de vrac et des signes d'identification de qualité et d'origine, au contraire des plus jeunes. À l'inverse, ces derniers sont significativement plus nombreux à déclarer leur intérêt pour la couleur de l'ail, la production bio et la présence d'ail en filet ou tressé.

On note par ailleurs que les acheteurs réguliers d'ail vendu au rayon fruits et légumes accordent significativement plus d'importance à l'ensemble de tous ces critères de choix.

Quelle importance accordez-vous aux critères de choix suivants au moment de l'achat d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?



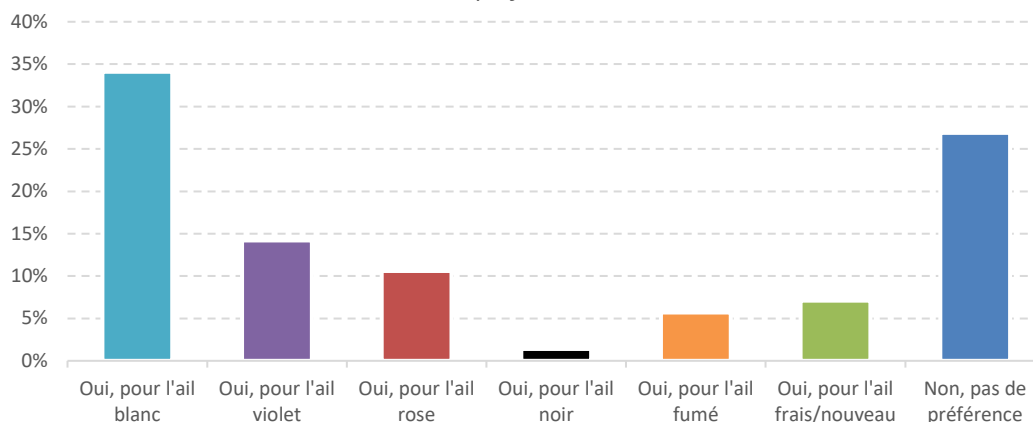
Source : Enquête CTIFL

Base : 1 764 acheteurs d'ail

Les préférences selon la couleur de l'ail

À la question « avez-vous une préférence selon la couleur de l'ail », plus d'un tiers des acheteurs qui connaissent au moins deux variétés d'ail déclare préférer l'ail blanc et un quart n'a pas de préférence. Les autres couleurs d'ail emportent moins l'adhésion de ces acheteurs, avec 14% d'entre eux qui accorde leur préférence à l'ail violet, 11% à l'ail rose, 7% à l'ail frais/nouveau, 6% à l'ail fumé et 1% à l'ail noir.

Avez-vous une préférence selon ces aulx ?



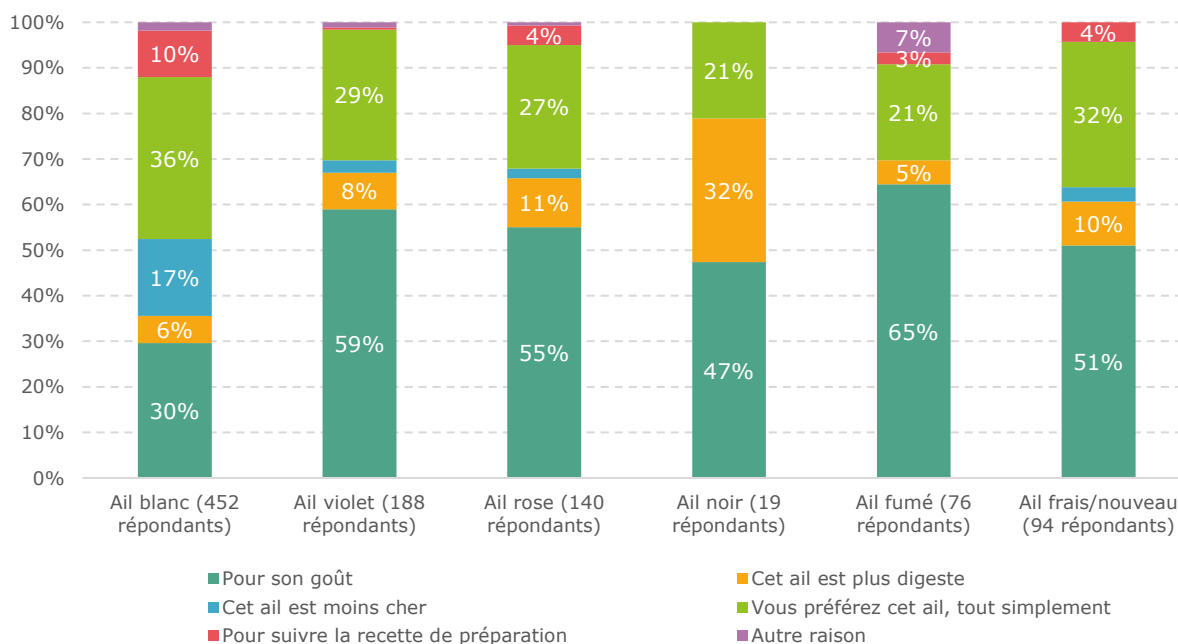
Source : Enquête CTIFL

Base : 1 326 acheteurs d'ail connaissant au moins 2 variétés d'ail

Les 18-29 ans et les classes sociales dites modestes sont plus nombreux que la moyenne à préférer l'ail blanc, tandis que les retraités (et donc les plus âgés), ainsi que les acheteurs réguliers d'ail, affichent plus leur préférence pour les aulx colorés (ail rose et ail violet). L'ail fumé, spécifique à la région Nord-Est de la France, est davantage apprécié par les habitants de cette même région. Les 30-44 ans sont quant à eux plus nombreux à déclarer ne pas avoir de préférence.

Les différents aulx de couleur sont principalement préférés pour leur goût, l'ail fumé réunissant les 2/3 de ses adeptes sur ce critère. L'ail noir se distingue par son aspect digeste, cité en raison principale par un 1/3 de ses partisans. Les adeptes de l'ail blanc sont plus d'un tiers à préférer cet ail « tout simplement », sans raison explicative, mais aussi pour son goût pour 30% d'entre eux, et 17% parce qu'il est moins cher.

Et pour quelle principale raison préférez-vous cet ail ?



Source : Enquête CTIFL

Base : acheteurs d'ail selon leur préférence de couleur d'ail

Les 30-44 ans (vs les 60-75 ans) et les classes sociales dites modestes sont plus nombreux à citer le prix moins cher comme raison de préférence d'une variété d'ail ; les 18-29 ans (vs les 60-75 ans) le suivi d'une recette de préparation ; les 60-75 ans (vs les 18-29 ans), les retraités et les inactifs une préférence sans justification (« tout simplement »). On note par ailleurs que les 18-29 ans sont moins nombreux que l'ensemble de la population à évoquer le goût comme raison de préférence.

Le prix de l'ail

PRIX PSYCHOLOGIQUE

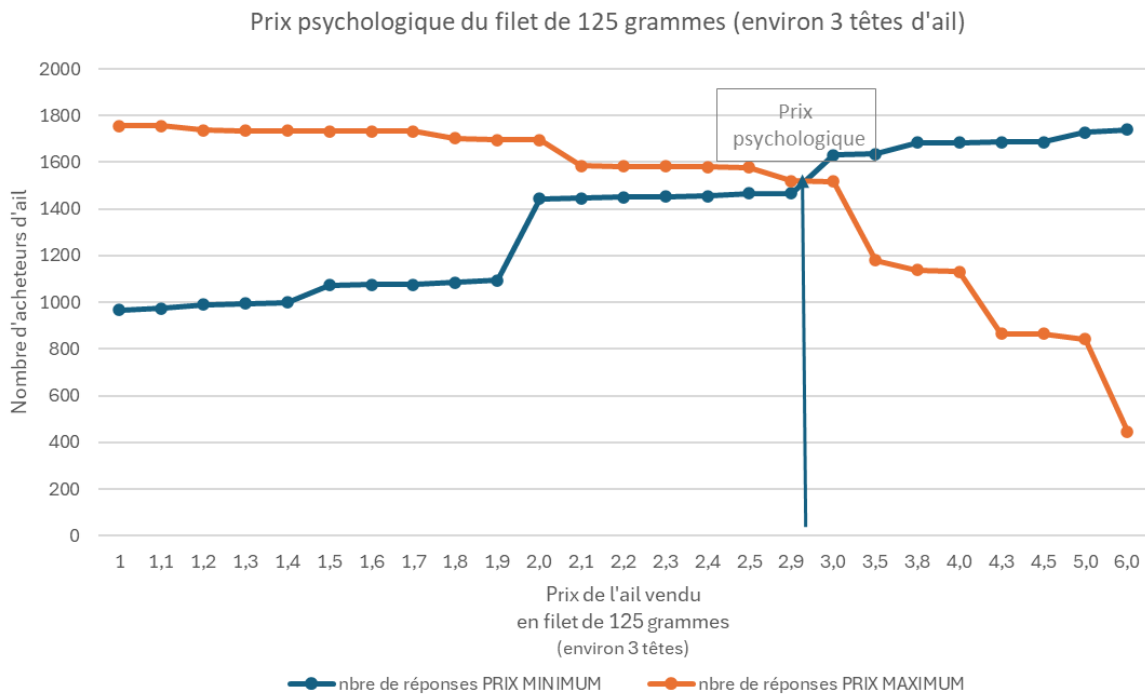
Le prix psychologique, aussi appelé prix d'acceptabilité, est une technique utilisée en marketing pour déterminer le prix que le plus grand nombre de clients potentiels trouve acceptable pour un produit ou un service donné.

Pour fixer ce prix acceptable, le panel de consommateurs est appelé à répondre à deux questions :

- Au-dessus de quel prix estimez-vous que ce produit est trop cher ?
- En-dessous de quel prix auriez-vous des doutes sur la qualité de ce produit ?

Le prix psychologique se situe dans l'intervalle entre le prix minimum et le prix maximum ainsi définis.

En phase quantitative, le prix psychologique de l'ail frais s'établit à 2,9 euros le filet de 125 grammes, soit un peu plus de 23 euros le kilo. Celui-ci est nettement supérieur au prix moyen selon Worldpanel by Numerator qui s'élève à 10,6 euros le kilo en 2024. Il existe donc potentiellement une marge de manœuvre à la hausse sur le prix de vente de l'ail. Cela peut aussi révéler une méconnaissance du prix de l'ail.



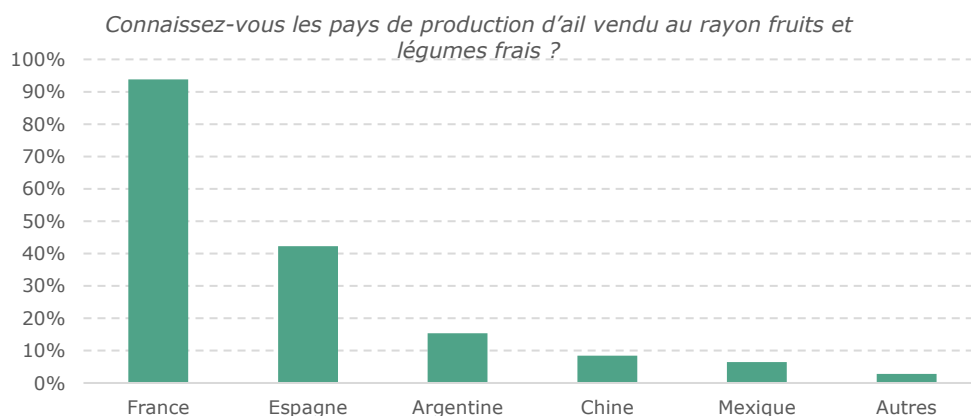
Source : Enquête CTIFL

Base : 1 764 acheteurs d'ail

Origine et saisonnalité de production

Une majorité d'acheteurs (les deux tiers) reconnaissent méconnaître les pays d'origine de production de l'ail. Seulement un tiers répond par l'affirmative. Ces derniers sont plutôt des acheteurs réguliers, des hommes, des seniors (60-75 ans), des inactifs, des habitants du Sud-Ouest de la France, des foyers composés de deux personnes sans enfant, ainsi que les adeptes des aulx violet et rose.

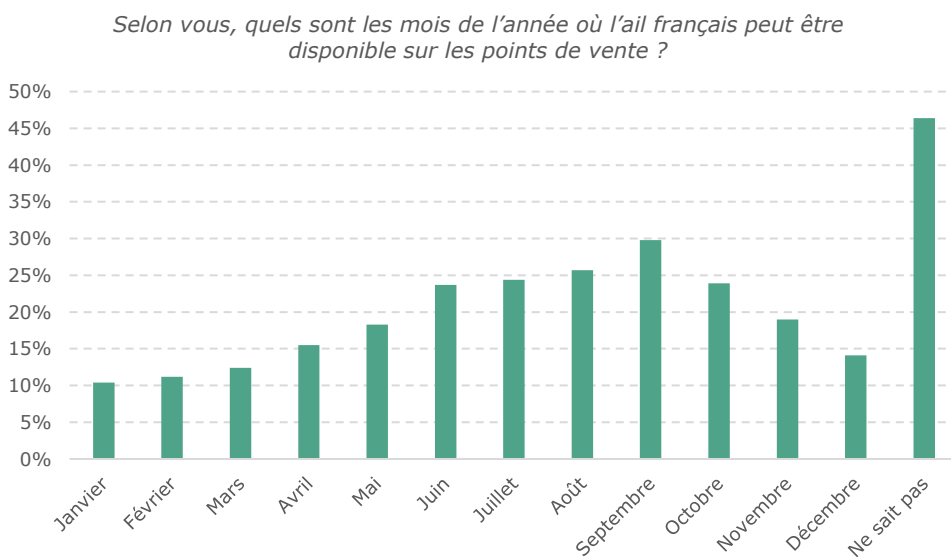
À l'opposé, les femmes, les 30-44 ans et les adeptes de l'ail blanc, répondent plus que la moyenne par la négative.



Source : CTIFL Base : 598 acheteurs d'ail connaissant les pays de production

La France se place en première position des pays producteurs d'ail approvisionnant le marché national³, loin devant l'Espagne, l'Argentine, la Chine et le Mexique. La France est plus largement citée par les 45-75 ans, les retraités, les inactifs et les habitants de la région Auvergne Rhône-Alpes ; l'Espagne par les seniors (60-75 ans) ; l'Argentine par les 45-59 ans et les habitants du Sud-Est de la France.

Près de la moitié des acheteurs déclarent ne pas connaître les mois de l'année où l'ail français est présent sur les étals. Cela est plus particulièrement le cas des femmes, des 30-59 ans et des classes sociales dites modestes.



Source : Enquête CTIFL

Base : 1 764 acheteurs d'ail

D'après les autres répondants, la disponibilité de l'ail français s'étale sur toute l'année et de façon plus marquée au printemps et en été. Dans l'esprit des consommateurs, l'ail français n'est pas à proprement parlé un légume saisonnier et est disponible toute l'année.

³ Pour rappel, la part de l'origine France dans l'offre disponible est d'un peu moins de 50% sur l'ensemble de l'année avec un pic à 65% au mois d'août.

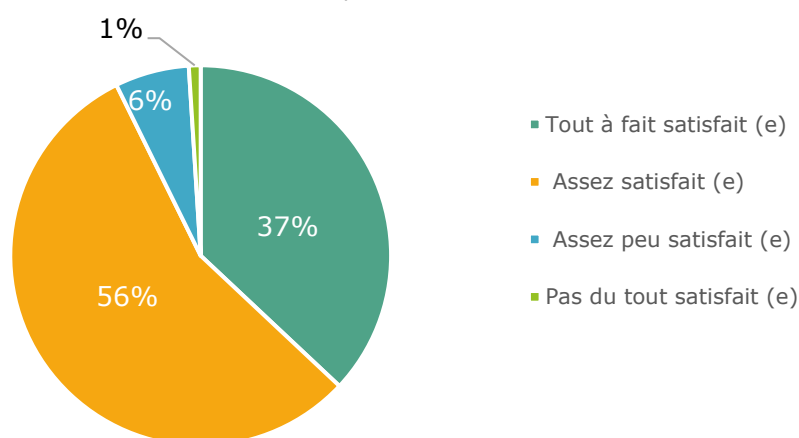
La perception de la saisonnalité est différente entre les jeunes et les anciennes générations. Les 18-29 ans sont plus nombreux à situer la présence de l'ail français entre janvier et juin alors que les 60-75 ans citent les mois de juin à novembre. De même, les adeptes de l'ail violet déclarent une disponibilité de l'ail français entre avril et octobre, les habitants du Nord-Est de la France de septembre à octobre ; en lien sans doute avec la période de commercialisation de l'ail fumé dans cette région.

La satisfaction de la qualité de l'ail

L'ail ne rencontre pas de problème de qualité d'après les acheteurs, 93% d'entre eux ayant une opinion positive sur le sujet ; dont plus d'un tiers qui sont tout à fait satisfaits.

Ce sont les jeunes classes d'âge (18-29 ans) et les acheteurs réguliers qui expriment significativement plus leur entière satisfaction vis-à-vis de la qualité de l'ail, les 45-59 ans ayant une opinion significativement plus mitigée (assez satisfaits).

En général, êtes-vous satisfait (e) de la qualité de l'ail frais que vous trouvez sur les points de vente ?



Source : Enquête CTIFL

Base : 1 764 acheteurs d'ail

Le renoncement à l'achat sur le point de vente

Des acheteurs peuvent à l'occasion renoncer à l'achat d'ail face à l'offre sur le point de vente, pour différentes raisons, à savoir :

- Une mauvaise qualité : *gousses moisies*

Peu importe la couleur ou la variété je fais surtout attention à l'aspect à la tenue et au fait qu'il n'y ait pas de gousses moisies. Mais cette année j'ai été déçue quel que soit l'endroit où je l'ai acheté il ne se conservait pas et il y avait des gousses moisies.

- L'origine non française
- L'absence de référence vrac et de trop gros conditionnement (crainte de jeter)

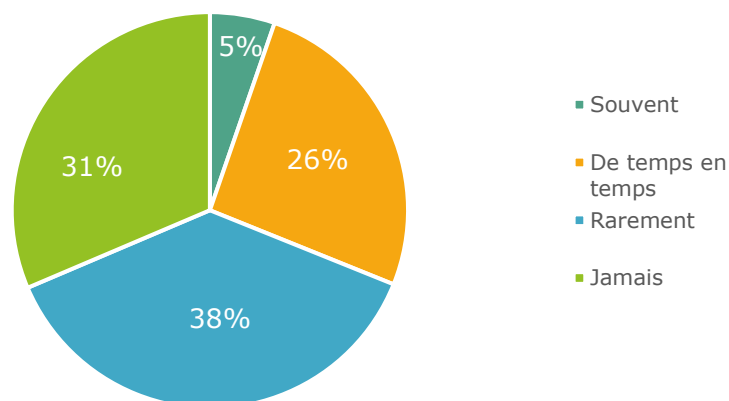
Je suis déçue car je souhaitais prendre uniquement une gousse, mais l'ail n'était vendu qu'en filet

- Un prix trop élevé

Les acheteurs d'ail sont en majorité satisfaits de sa qualité mais cela n'empêche pas qu'un quart d'entre eux reconnaît avoir de temps en temps renoncé à son achat une fois sur le point de vente. En ajoutant ceux qui considèrent le faire souvent, le renoncement concerne un petit tiers des acheteurs.



Vous arrive-t-il de renoncer à l'achat d'ail frais une fois sur le point de vente ?



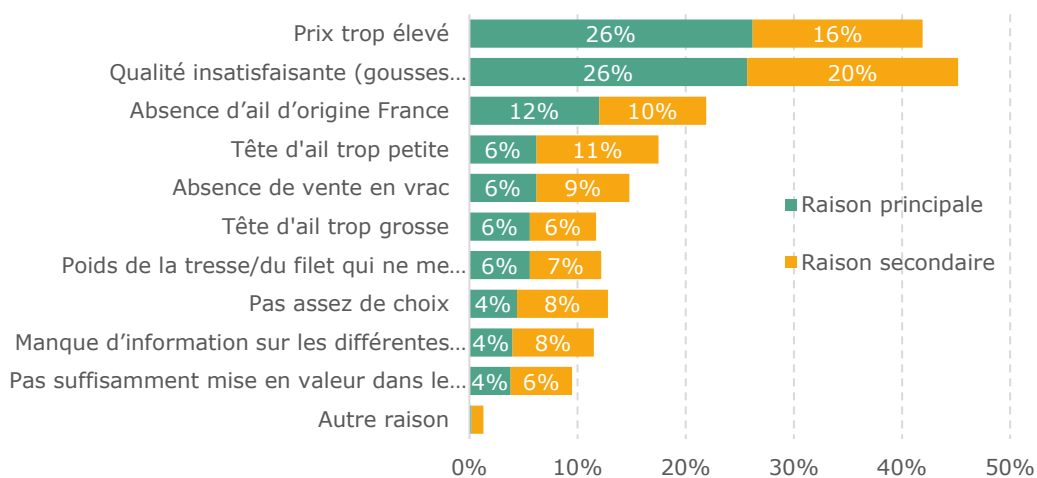
Source : Enquête CTIFL

Base : 1 764 acheteurs d'ail

Ces abstentionnistes sont plus nombreux chez les 18-29 ans, les inactifs et les mono-foyers, les 60-75 ans et les habitants du Sud-Ouest de la France étant au contraire sous-représentés.

Le renoncement à l'achat s'explique par des motifs récurrents aux fruits et légumes, à savoir le prix et la qualité insatisfaisante. Ce sont les deux motifs principaux évoqués par un quart des acheteurs qui renoncent souvent ou de temps en temps à son achat. Les autres raisons fédèrent moins de répondants. L'absence d'origine France peut être un motif principal de renoncement pour plus d'un acheteur sur dix ; une tête d'ail trop petite ou trop grosse, l'absence de vente en vrac et un poids (tresse, filet) qui ne convient pas pour 6% des répondants.

Pour quelles raisons (en premier et en second) ?

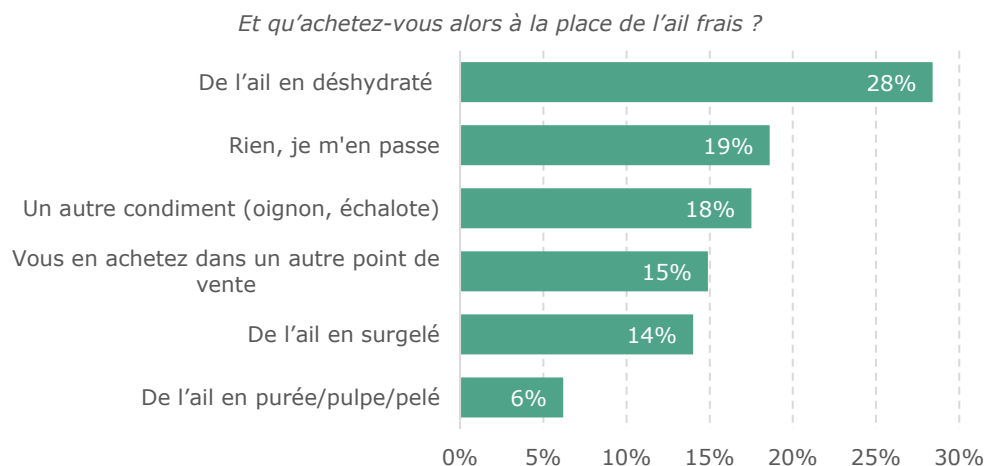


Source : Enquête CTIFL

Base : 549 acheteurs d'ail ayant souvent ou de temps en temps renoncé à son achat

Les femmes et les 45-59 ans sont sur-représentés parmi les répondants qui ont invoqué le prix comme motif principal de renoncement. Les femmes à nouveau, ainsi que les seniors (60-75 ans), se plaignent de la qualité insatisfaisante de l'ail, au contraire des 18-29 ans. L'absence de l'origine France fédère plus les seniors, les inactifs et les foyers de deux personnes sans enfant. Les hommes sont quant à eux sur-représentés sur les motifs du manque d'information sur les différentes variétés et l'insuffisante mise en valeur dans le rayon, deux motifs peu repris par l'ensemble des répondants.

L'ail n'est pas facilement substituable puisque près d'un acheteur sur cinq ne le remplace pas et 15% en achète dans un autre point de vente. Moins d'un tiers va le remplacer par de l'ail en déshydraté, un sur cinq par un autre condiment (oignon, échalote), 14% par de l'ail en surgelé et seulement 6% par de l'ail en purée/pulpe/pelé.



Source : enquête CTIFL

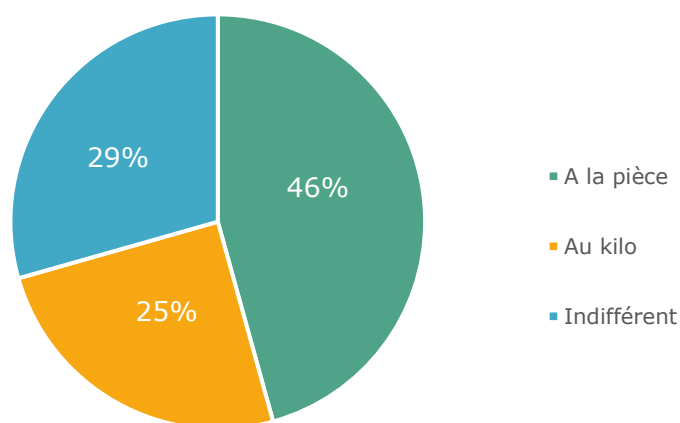
Base : 549 acheteurs d'ail frais ayant souvent ou de temps en temps renoncé à son achat

Les acheteurs qui préfèrent se passer d'ail et/ou en achètent dans un autre lieu de vente sont sur-représentés chez les seniors (60-75 ans) et les retraités. Ceux qui vont se tourner vers de l'ail en déshydraté ou en surgelé sont plus nombreux chez les classes sociales dites modestes ; les jeunes classes d'âge préférant remplacer l'ail par un autre condiment.

Préférence des modalités de vente de l'ail

Une petite moitié des acheteurs préfère l'ail vendu à la pièce (les 18-29 ans, les mono-foyers et les adeptes de l'ail blanc sont sur-représentés sur cette réponse), un quart d'entre eux plébiscite la vente au kilo (les 18-29 ans y sont de nouveau sur-représentés par rapport à la population totale, en opposition aux 60-75 ans) et un dernier tiers est indifférent à cette modalité de vente de l'ail (les 30-44 ans et les acheteurs n'ayant pas de préférence en matière de couleur d'ail).

Préférez-vous acheter l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais...



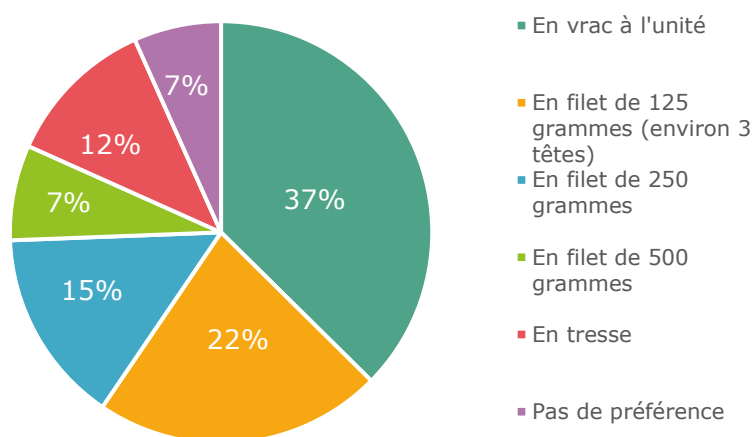
Source : Enquête CTIFL

Base : 1 764 acheteurs d'ail

Préférence selon la présentation de l'ail

Plus d'un tiers des acheteurs préfère l'acheter en vrac, moins d'un quart en filet de 3 têtes ; les autres présentations remportant moins d'adhésion de la part des acheteurs. Ce sont les femmes, les inactifs et les mono-foyers qui plébiscitent significativement plus la vente en vrac ; les classes sociales modestes et les adeptes de l'ail blanc la vente en filet 125 grammes. Les 18-29 ans et les classes sociales aisées sont plus nombreux à citer le filet de 250 grammes ; ces mêmes jeunes, ainsi que les habitants d'Ile-de-France citant aussi le filet de 500 grammes. La vente de l'ail en tresse intéresse plus particulièrement les 60-75 ans, les foyers composés de deux personnes et les adeptes des aulx colorés (violet, rose) et fumé (des variétés d'ail que l'on peut en effet trouver en format tressé).

Quelle présentation préférez-vous ?



Source : Enquête CTIFL

Base : 1 764 acheteurs d'ail

Les incitations à l'achat d'ail

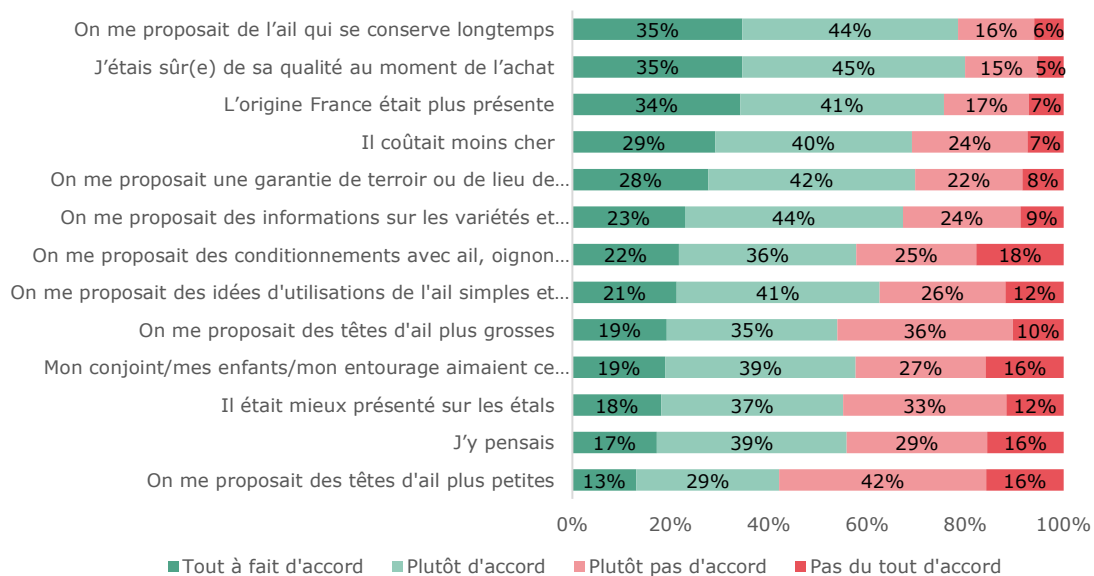
Des promotions incitant à acheter des quantités plus importantes correspondent peu aux attentes de ménages qui en utilisent déjà peu, contrairement à un prix particulièrement attractif, qui pourrait donner envie de tester, pour les plus réfractaires.

La visibilité de l'offre faite sur le point de vente est bien sûr essentielle, mais pas suffisante. Cependant, une offre attractive de différentes couleurs peut inciter des acheteurs habituels à varier les plaisirs. Reste alors à communiquer sur la saveur des différentes références et sur les différents usages possibles.

De manière générale ce qui m'inciterais à acheter de l'ail plus souvent c'est : 1) une meilleure/plus belle présentation en magasin, et 2) des indications sur le goût pour chaque variété et comment les cuisiner, des idées d'associations et de plats etc. notés à côté de ces variétés donc.

En phase quantitative, il y a consensus sur un ail qui se conserve plus longtemps, avec une assurance qualité au moment de l'achat et une origine France plus présente. L'ensemble des incitations à l'achat trouve un écho largement favorable auprès des acheteurs (de 80% à 56% en cumul des réponses tout à fait et plutôt d'accord) ; à l'exception de l'intérêt pour des têtes d'ail plus petites, qui n'intéresse qu'une minorité des répondants.

J'achèterais plus d'ail si ...



Source : Enquête CTIFL

Base : 1 764 acheteurs d'ail

Les femmes apparaissent particulièrement en attente d'un ail qui se conserve longtemps, d'une assurance qualité au moment de l'achat et des idées d'utilisations de l'ail simples et rapides, tandis que les seniors (60-75 ans) semblent davantage intéressés par un ail d'origine France et une garantie de terroir ou de lieu de production de l'ail. Les acheteurs réguliers et les 18-29 ans répondent de façon significative à toutes les propositions listées : s'ils y pensaient plus, un ail moins cher, plus d'informations sur les variétés et leurs caractéristiques gustatives, des conditionnements avec ail, oignon et échalote, des idées d'utilisations simples et rapides, des têtes d'ail plus grosses...mais aussi plus petites.

CE QU'IL FAUT RETENIR

L'ail dispose d'une très bonne image auprès des acheteurs/consommateurs mais la perception de ce condiment est – logiquement – moins bonne auprès des non-acheteurs et des non-consommateurs.

La quasi-totalité des acheteurs connaît l'ail blanc, une moitié l'ail violet, un peu moins l'ail rose et l'ail frais/nouveau.

Il y a une hétérogénéité des fréquences d'achat et des quantités achetées. L'ail blanc est acheté régulièrement par une petite moitié des Français qui connaissent cette variété, loin devant les autres aux de couleur.

Le choix du point de vente n'est pas spécifique à l'ail, à moins de s'approvisionner directement auprès d'un producteur.

Les principaux critères d'achat sont ceux des fruits et légumes frais en général, à savoir l'aspect, la fermeté et le prix.

Plus d'un tiers des acheteurs qui connaissent au moins deux variétés d'ail déclarent préférer l'ail blanc et un quart n'a pas de préférence. Les autres variétés d'ail emportent moins l'adhésion de ces acheteurs.

Les deux tiers des acheteurs reconnaissent méconnaître les pays d'origine de production de l'ail. La France se place en première position, loin devant l'Espagne, l'Argentine, la Chine et le Mexique.

Les acheteurs d'ail sont en grande majorité satisfaits de sa qualité mais un quart d'entre eux reconnaît cependant avoir de temps en temps renoncé à son achat sur le point de vente, principalement à cause de son prix et de sa qualité insatisfaisante. Ce condiment n'est pas facilement substituable puisque près d'un acheteur sur cinq ne le remplace pas et 15% en achètent dans un autre point de vente.

Une petite moitié des acheteurs préfère l'ail vendu à la pièce, un quart d'entre eux plébiscite la vente au kilo et un dernier tiers est indifférent à cette modalité de vente de l'ail.

Plus d'un tiers des acheteurs préfère l'acheter en vrac, moins d'un quart en filet de 3 têtes ; les autres présentations remportant moins d'adhésion de la part des acheteurs.

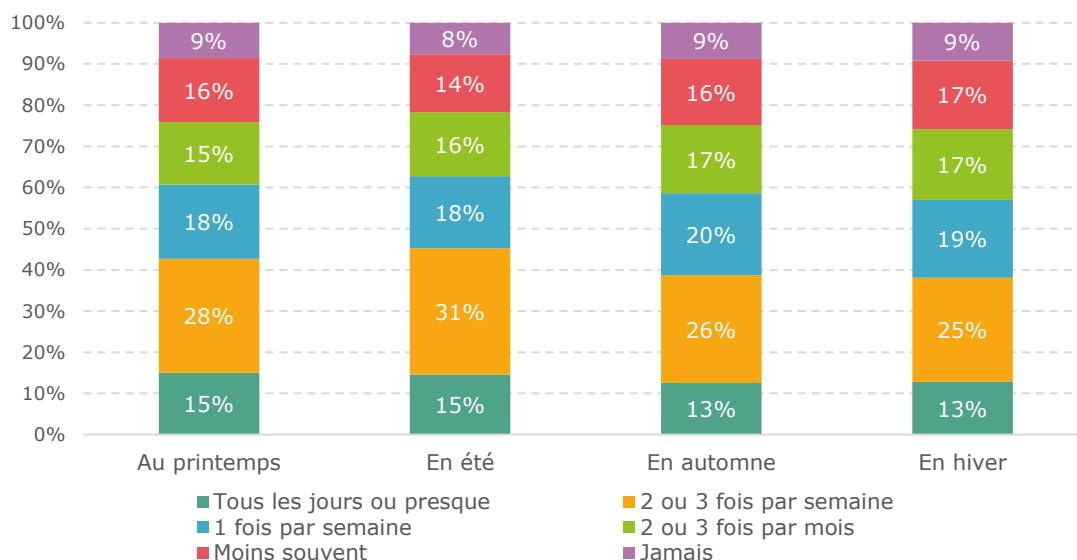
Il y a consensus sur un ail qui se conserve plus longtemps, avec une assurance qualité au moment de l'achat et une origine France plus présente.

Conservation et modes de consommation de l'ail

La consommation d'ail

L'ail cru est très régulièrement consommé tout au long de l'année, plus particulièrement en été et au printemps. Il est consommé *a minima* une fois par semaine par plus de la moitié des répondants, ce tout au long de l'année, tandis que moins d'un sur dix n'en consomme pas.

Dans votre foyer, quelle est la fréquence de consommation d'ail **cru** ?

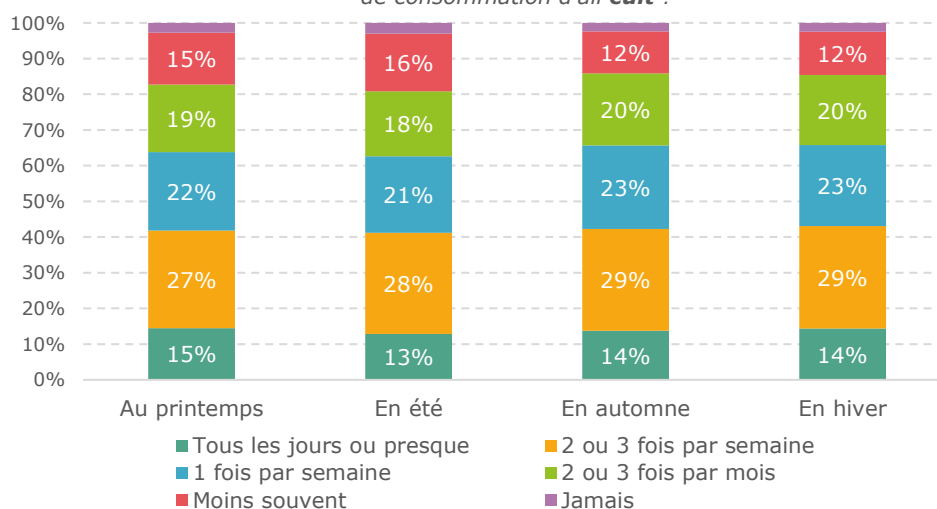


Source : enquête CTIFL

Base : 1 754 consommateurs d'ail

Des profils de consommateurs ressortent plus selon les fréquences de consommation que selon les saisons. De fait, les acheteurs réguliers, les 18-29 ans et les femmes sont significativement plus nombreux à déclarer consommer quotidiennement de l'ail cru, tandis que les seniors (60-75 ans) déclarent en consommer 2 ou 3 fois par semaine. Les 30-44 ans en consomment plus occasionnellement (« moins souvent »), les foyers composés de 3 personnes étant quant à eux sur-représentés chez les non-consommateurs d'ail cru (« jamais »). L'ail cuit est lui aussi très régulièrement consommé tout au long de l'année, mais plus particulièrement en automne et en hiver. Il est consommé *a minima* une fois par semaine par près des deux tiers des répondants, ce tout au long de l'année, tandis que les non-consommateurs d'ail cuit sont quasiment inexistantes.

Dans votre foyer, quelle est la fréquence de consommation d'ail **cuit** ?



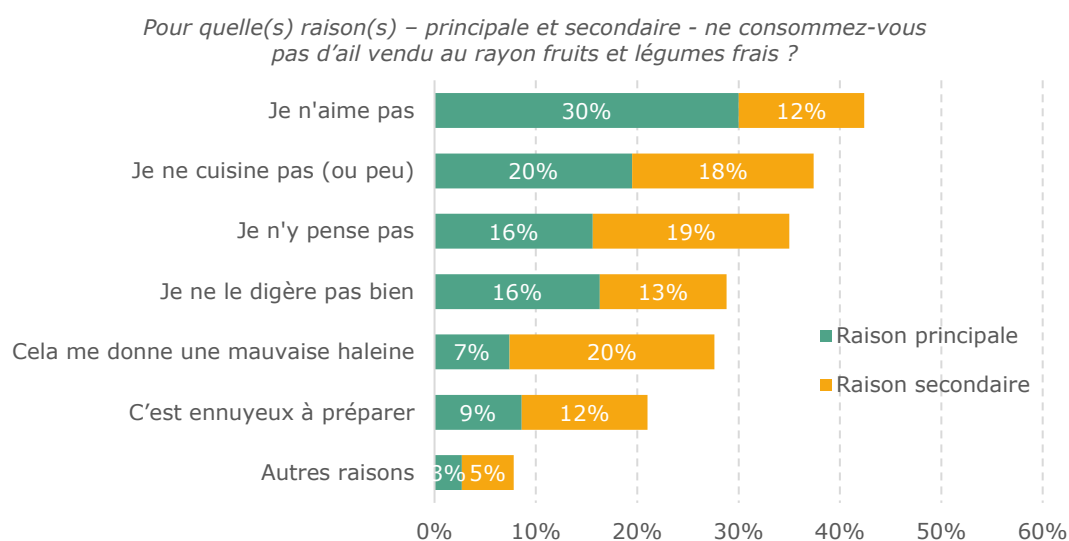
Source : Enquête CTIFL

Base : 1 754 consommateurs d'ail

Des profils de consommateurs ressortent là aussi plus selon les fréquences de consommation, mais ils sont sensiblement différents de ceux des consommateurs d'ail cru. Les acheteurs réguliers, les femmes mais aussi les plus jeunes (18-29 ans) et les habitants d'Ile-de-France consomment plus d'ail cuit au quotidien que la moyenne, tandis que les hommes déclarent en consommer 2 ou 3 fois par mois. Les mono-foyers et les habitants du Nord-Est de la France en consomment quant à eux plus occasionnellement (« moins souvent »),

Les raisons de non-consommation d'ail

En cumul des raisons principales et secondaires, ne pas aimer l'ail – un frein « absolu » auquel il est difficile de remédier - et ne pas (ou peu) cuisiner sont les deux premiers arguments qui rassemblent le plus de non-consommateurs d'ail. Le fait de ne pas y penser - un frein « relatif » qui peut être levé par des actions de communication notamment - parvient à la troisième place devant la difficulté à digérer l'ail et la mauvaise haleine.



Source : Enquête CTIFL

Base : 257 non-consommateurs d'ail

Les hommes et les mono-foyers sont plus nombreux à dire ne pas (ou peu) cuisiner et les habitants du Nord-Est de la France à ne pas y penser.

La conservation de l'ail

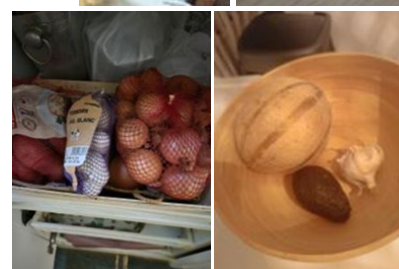
L'ail est généralement conservé au frais, à l'abri de la lumière. Certains consommateurs s'interrogent sur la durée et les conditions optimales de conservation, si ces dernières varient selon la couleur.

Les délais de conservation de l'ail pratiqués par les acheteurs sont plus ou moins long : de 1 jour à 2 ans !

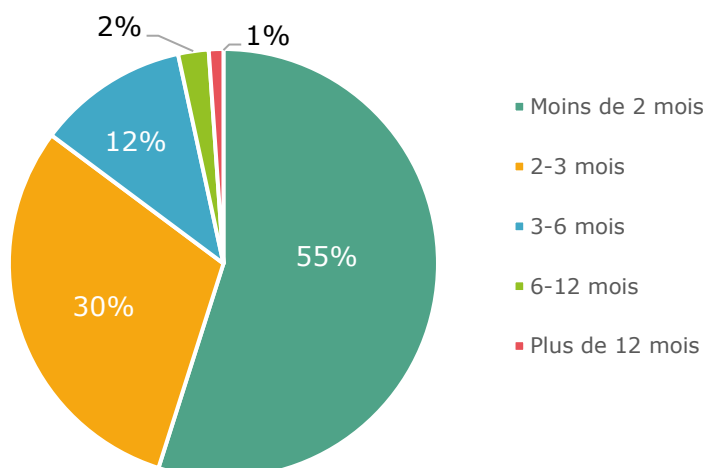
Mon dernier achat d'ail remonte à deux années car nous avons une tresse entière qui représente une trentaine de gousses achetées à la fête de l'ail d'Arleux

Ils dépendent de la quantité achetée, de la fréquence des achats, de la fréquence de l'usage d'ail, de la connaissance et mise en pratique des conditions optimales de conservation.

En phase quantitative, plus de la moitié des acheteurs déclarent conserver l'ail moins de 2 mois et un petit tiers entre 2 et 3 mois.



Combien de temps environ conservez-vous l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?



Source : Enquête CTIFL Base : 1 810 acheteurs/consommateurs d'ail

Ce sont les 60-75 ans et les inactifs qui sont les plus nombreux à conserver l'ail le moins longtemps (moins de 2 mois) tandis que les 18-29 ans le conservent entre 3 et 6 mois. Les 30-44 ans, les classes sociales aisées et les foyers composés de 2 personnes sans enfant sont sur-représentés chez les consommateurs qui le gardent moins d'un trimestre (entre 2 et 3 mois).

Selon le profil de l'acheteur et son type de logement (appartement, maison), l'ail sec est conservé dans une pièce fraîche, dans la cuisine, au frigo, dans un placard, dans une boîte spéciale ou à l'air libre.

Je stocke les gousses d'ail dans une boîte métallique prévue à cet usage. Je les conserve ainsi pendant plusieurs mois et il ne m'arrive pas de les oublier

Il peut être oublié, parce que son usage est occasionnel, ou parce qu'il est stocké hors de vue.

Je conserve l'ail au réfrigérateur. Il m'est déjà arrivé de l'oublier et certaines gousses ont fini par pourrir partiellement.

D'où le choix d'un emplacement visible fait par certains cuisiniers : *dans la corbeille de fruits pour ne pas l'oublier*

De nombreux consommateurs revendiquent une vigilance accrue pour éviter le gaspillage alimentaire : *J'en achète que quand j'en ai besoin, donc peu de gâchis*

L'ail sec peut être conservé avec ou sans la peau (ôtée après l'achat).

J'ai stocké mon unique tête d'ail, déjà divisée en gousses avec encore leur fine peau autour (je l'ai utilisée hier & en ai profité pour retirer toutes les couches de peau très sèches) dans le placard en dessous de mon évier, avec mes échalotes.

Il y a manifestement une méconnaissance du mode de conservation optimal exprimée notamment par les faibles acheteurs.

Au frais et à l'abri de la lumière (je ne sais pas si c'est vraiment important)

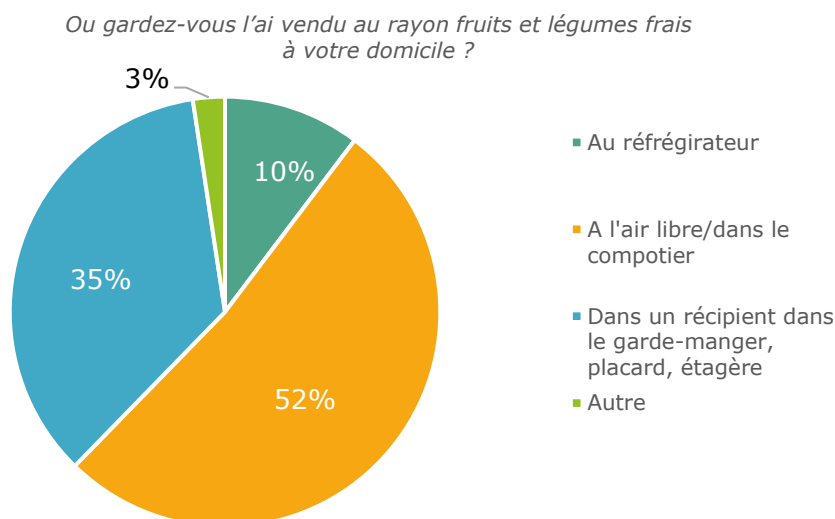
Comment faites-vous pour le conserver ? c'est intéressant parce que beaucoup disent que ça se conserve mal/pas longtemps, mais vous avez acheté le vôtre il y 2 ans et vous l'utilisez encore ! est-ce parce que c'est en tresse que ça se conserve bien et si longtemps ?

Elles sont stockées sous l'évier pour rester au frais et à l'abri de la lumière (je ne sais pas si c'est vraiment important) C'est la raison pour laquelle le risque d'oubli est grand...

Quand les gousses ont germé, l'ail sec peut être quand même utilisé par certains et jeté par d'autres.

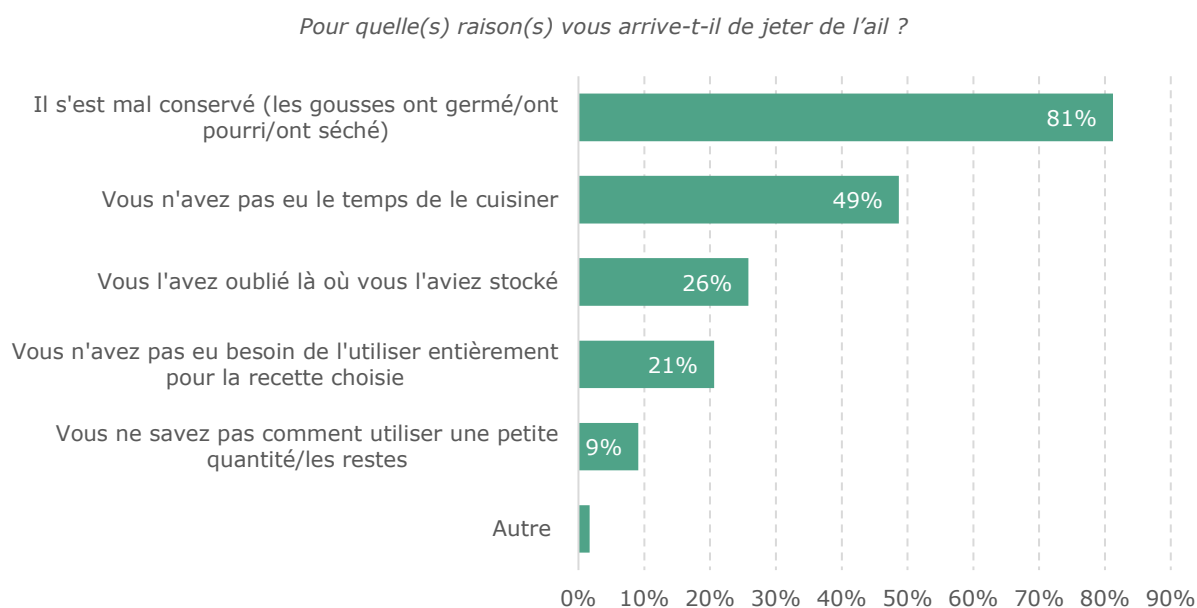
L'ail en poudre peut être jugé plus pratique mais il se conserve mal parfois, ce qui peut inciter à privilégier l'ail vendu au rayon fruits et légumes.

Lors de la passation du questionnaire, la moitié des acheteurs d'ail déclare le conserver à l'air libre et un tiers dans un récipient.



Source : Enquête CTIFL Base : 1 810 acheteurs/consommateurs d'ail

Le stockage de l'ail au réfrigérateur, qui, rappelons-le, n'est pas le lieu conseillé pour une bonne conservation de ce condiment, est surtout le fait des 18-29 ans, des habitants d'Ile-de-France et des mono-foyers ; les foyers composés de 3 personnes privilégiant le garde-manger, placard ou étagère. Plus de deux acheteurs /consommateurs d'ail sur cinq déclarent jeter parfois de l'ail, principalement parce qu'il s'est mal conservé.



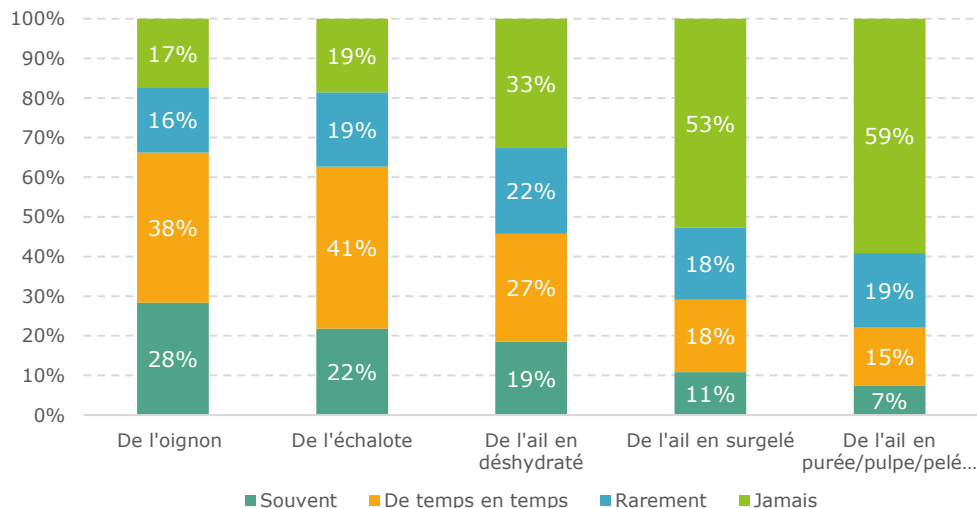
Source : Enquête CTIFL Base : 821 acheteurs/consommateurs d'ail ayant déclaré avoir jeté de l'ail

Les femmes et les habitants du Nord-Est de la France sont significativement plus nombreux à déclarer jeter de l'ail, à l'inverse de la gent masculine. La mauvaise conservation de l'ail est particulièrement mise en avant par les 45-75 ans, les femmes, les retraités et les inactifs. Les 18-29 ans évoquent quant à eux le manque de temps pour le cuisiner.

L'usage de l'ail et d'autres condiments

Dans la famille des condiments, l'oignon et l'échalote viennent en remplacement de l'ail bien avant sa version présentée sous d'autres formes (en déshydraté, en surgelé, en purée/pulpe/pelé). Ainsi, deux tiers des consommateurs remplacent souvent ou de temps en temps l'ail par de l'oignon ou de l'échalote, contre une petite moitié par de l'ail en déshydraté, un tiers par de l'ail en surgelé et un quart par de l'ail en purée.

Dans votre foyer, s'il vous arrive de manquer d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais, le remplacez-vous par...



Source : Enquête CTIFL

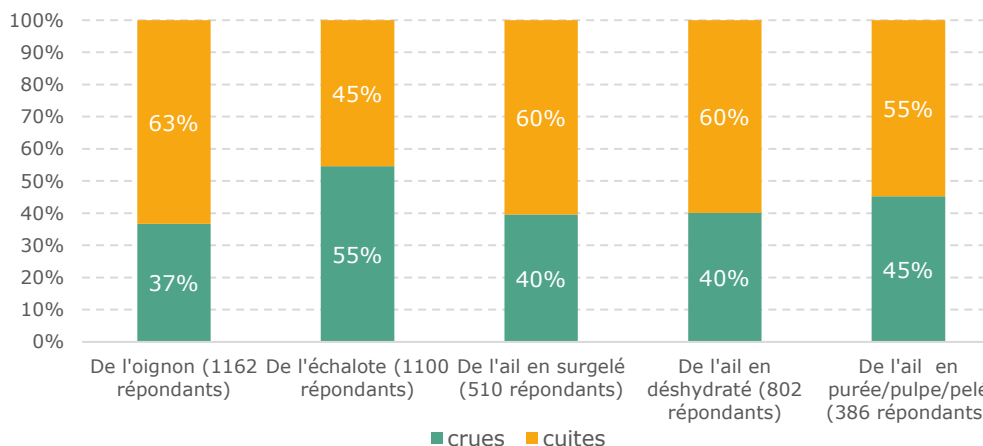
Base : 1 754 consommateurs d'ail

Les plus jeunes (18-29 ans) sont significativement plus nombreux que la moyenne à remplacer souvent l'ail vendu au rayon fruits et légumes par de l'oignon, de l'échalote, de l'ail en déshydraté, de l'ail en surgelé et en purée/pulpe ; les femmes et les classes sociales modestes par de l'oignon et de l'ail en déshydraté ; les foyers composés de 3 personnes par de l'ail en déshydraté ou en surgelé ; les hommes par de l'ail en déshydraté ou en purée/pulpe/pelé.

À l'inverse, les plus âgés (45-75 ans) vont être plus nombreux à ne jamais remplacer l'ail vendu au rayon fruits et légumes par d'autres condiments ou de l'ail présenté sous d'autres formes ; les foyers composés de deux personnes par de l'ail en déshydraté, en surgelé ou en purée.

L'échalote remplace plus souvent l'ail dans des utilisations crues, l'oignon et les autres versions de l'ail dans des utilisations cuites.

Lorsque vous remplacez de l'ail par de l'oignon, de l'échalote, de l'ail en surgelé, de l'ail en déshydraté, de l'ail en purée/pulpe/pelé est-ce le plus souvent dans des utilisations...



Source : Enquête CTIFL

Base : 1 754 consommateurs d'ail

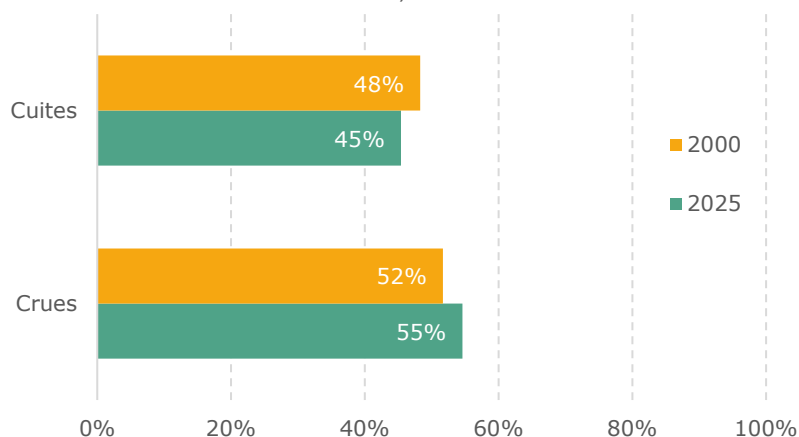
Les hommes remplacent significativement plus l'ail dans des utilisations cuites par de l'oignon, de l'ail en déshydraté et en purée ; les seniors par de l'échalote et de l'oignon ; les mono-foyers par de l'échalote, de l'ail en surgelé et en déshydraté ; les 45-59 ans et les classes sociales aisées par de l'ail en purée.

À l'inverse, les femmes sont plus nombreuses à remplacer l'ail dans des utilisations crues par de l'oignon, de l'ail en déshydraté et en purée ; les 30-44 ans par de l'oignon et les 18-44 ans par de l'échalote.

LA SUBSTITUTION DE L'AIL PAR DE L'ÉCHALOTE

L'échalote, dont l'usage est beaucoup moins courant, est en concurrence avec l'ail surtout en cru (pour la préparation d'une vinaigrette par exemple) mais aussi cuit, pour des recettes particulières. Son utilisation en cru, majoritaire, s'est renforcée entre 2000 et 2025.

Lorsque vous remplacez l'ail par de l'échalote, est-ce le plus souvent dans des utilisations en cru, en cuit ?



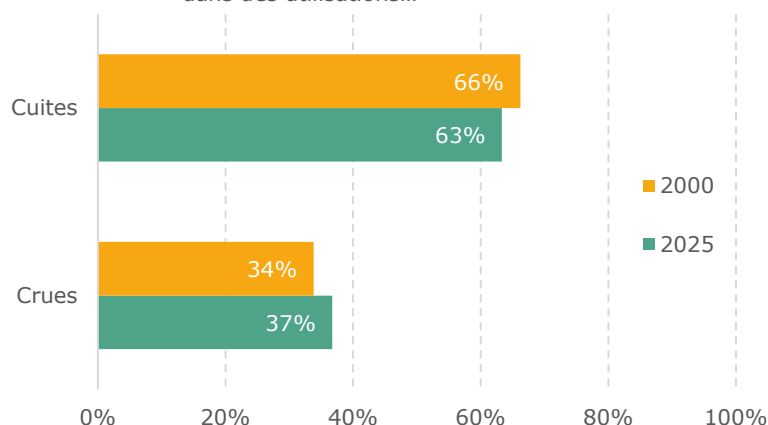
Source : Enquête CTIFL

Base : 1 000 femmes en 2000, 1 100 en 2025

LA SUBSTITUTION DE L'AIL PAR DE L'OIGNON

L'oignon est un condiment « universel » aux mêmes usages que l'ail, mais de façon plus importante et plus variée, plus en cuit qu'en cru. L'oignon rouge fait cependant exception, du fait de son goût différent et moins fort que l'ail, et est une base de cuisson qui s'associe à beaucoup plus d'ingrédients que l'ail. De fait, les deux tiers des consommatrices l'utilisent cuit, en 2000 comme en 2025.

Lorsque vous remplacez l'ail par de l'oignon, est-ce le plus souvent dans des utilisations...



Source : Enquête CTIFL

Base : 1 000 femmes en 2000, 1 162 en 2025

Acte culinaire : la préparation de l'ail

Une partie des non-acheteurs est ignorante des modes de préparation de l'ail : Comment l'utiliser ? En quelle quantité ? Comment doser sa saveur +/- forte ? Dans quels plats l'utiliser ? L'ail transformé est alors une alternative plus simple d'utilisation.

L'ail est intégré aux plats estivaux, ou aux plats d'hiver, ou utilisé toute l'année, selon la cuisinière.

Les non/faibles utilisateurs de la communauté online dédiée vont rechercher des idées sur Internet, ou s'inspirer des pratiques des autres participants, ou de leurs proches. Une partie des utilisateurs réguliers d'ail vont également saisir cette opportunité pour rechercher une nouvelle façon de cuisiner avec de l'ail.

Pour ceux qui utilisent l'ail en cuisine, il s'agit d'un ingrédient indispensable intégré à de nombreux plats plutôt traditionnels français, mais aussi d'origine étrangère, ou d'un condiment utilisé de façon occasionnelle.

La réalisation de recettes inspirées de la cuisine d'Asie représente une opportunité d'utiliser de l'ail, en plus, ou à la place d'autres épices ou condiments :

Habituellement j'ajoute du curry ou du paprika, mais là j'ai remplacé ces 2 condiments par 3 petites gousses d'ail.

Les robots culinaires représentent des aides utiles à la préparation de plats cuits pouvant contenir de l'ail :

Alors ne sachant pas trop comment cuisiner ce nouvel ingrédient, j'ai décidé de plutôt partir sur une recette que je maîtrise avec mon Cookeo pour y ajouter de l'ail.

Les nouveaux utilisateurs de l'ail sec vont découvrir en participant à cette étude que cette pratique peut être très simple et apporter du plaisir à la dégustation du plat préparé :

J'ai cuisiné l'ail deux fois ce week-end et de la même façon. On ne peut plus simple car aucune envie de cuisiner, et je fais toujours des plats simples avec des aliments bruts avec très peu d'assaisonnement, voire aucun comme ici. J'ai cuisiné des carottes, patates douces et courgettes à la vapeur avec un œuf mollet et des gousses d'ail en chemise.



Quand je vous dis que je fais au plus rapide et simple. Cependant, c'est une cuisson qui me convient car les saveurs sont intactes et les nutriments pas trop abîmés. J'ai mangé un première fois ce plat avec une amie samedi soir et à nouveau dimanche soir mais seule.

Si certaines recettes sont plus ou moins réussies, les cuisiniers expriment leur envie de recommencer et de faire mieux la prochaine fois ; à moins de ne vraiment pas apprécier le goût de l'ail, qui peut rester réhébitoraire :

Bilan final : je sentais à peine l'ail, à ma grande surprise. Et je n'ai pas vraiment aimé, je préfère avec des échalotes, ça (me) manquait. Du coup après quelques bouchées j'ai rajouté des échalotes crues sur le dessus, et de l'ail fumé semoule. Et là c'était mieux !

Un des freins à l'achat étant le manque d'idées de préparation, ainsi que la crainte d'oublier l'ail sec restant, une alternative à la conservation au frais est mise en avant par une des cuisinières du groupe, source d'inspiration pour d'autres participants : la conservation en bocal.

En suivant l'inspiration d'Audrey j'ai mis mes gousses restantes à mariner, juste 1 dans un pot d'huile d'olive + mélange huiles Omega 3 que je faisais déjà mariner avec des épices... je les utiliserai pour tester dans des soupes et des sauces pour pâtes, et l'huile pour agrémenter mes plats.



La problématique est alors une durée longue de conservation de plusieurs semaines pour un usage peu fréquent, alors que le produit est disponible dans la cuisine, ou à proximité.

Oubli, perte de l'habitude de l'utiliser ; y repenser !

Vu la quantité achetée, je vais essayer de trouver un moyen de les transformer pour les surgeler et les conserver plus longtemps pour qu'elles ne se perdent pas car je ne les oublie pas, mais je n'ai pas toujours les idées pour les utiliser au quotidien... ou le temps de les éplucher ... J'aimerais les transformer, prêts à l'emploi...

Pour tous : nécessité de rechercher une voire plusieurs idées d'utilisation pour ne pas jeter.

C'est une recette que j'ai l'habitude de faire, mais plutôt avec de l'ail semoule. Alors pour la première fois j'ai cuisiné avec de l'ail frais. J'ai regardé sur internet pour trouver une recette avec de l'ail que je pourrai faire avec ce que j'ai dans le frigo. Je me suis orientée vers une blanquette de poulet que j'ai accompagnée de nouilles avec du gruyère râpé. Mon mari et moi en avons mangé hier soir et nous allons terminer ce soir le reste. C'était très bon et ça change, c'est une idée recette en plus quand on est à court d'idées.

L'inspiration peut venir d'un plat mangé au restaurant et contenant de l'ail.

Recettes réalisées par les participants au forum on-line :

- Émincé, pressé, entier dans la gousse ou épluché
- En bocal
- Omelette
- Aioli ail écrasé + œuf + huile d'olive
- Vinaigrette
- Sauce tomate
- Préfou
- Gousse entière dans viande cocotte au four soupe
- Croutons frottés d'ail
- Gratin dauphinois
- Cru salade, marinade
- Avec pomme de terre, patate douce, potimarron, poisson, poulet, légumes, viande rouge grillée
- Légumes rôtis au four
- Utilisation du cookeo, de l'air fryer incitation à plat cuisiné
- Tête d'ail rôtie au four, tartinade, purée
- Dhal de pois cassés

Certains font preuve « d'originalité » :

En gousse, épluchées dans un bocal, j'y ai ajouté des herbes de Provence, du gros sel, du poivre, de l'huile d'olive piquante (un peu), et j'ai remonté avec de l'huile d'olive jusqu'au bord ... cela part au frigo

Une recette que j'avais déjà plus ou moins goûté au restaurant. J'ai cuisiné cette recette qui est cassolette d'escargots à la crème d'ail

Selon les profils, les cuisinier.ère.s revendiquent aucune, une ou deux utilisations, ou une multitude. Mais lors de la seconde phase du forum *on-line*, les consommateurs font peu d'effort pour tester une nouvelle recette. Les habitudes ne changent pas facilement ni rapidement.

Atout de l'ail : il peut être utilisé pour un plat destiné à une personne comme à plusieurs.

La problématique de l'acte culinaire pour les plus jeunes : l'indisponibilité d'outils de cuisine et de place pour des préparations cuites.



Acte alimentaire : la consommation de l'ail

- La préparation d'un plat contenant de l'ail permet de lever les préjugés sur son goût, même auprès des jardiniers qui peuvent tout autant apprécier l'ail acheté que celui en provenance de leur potager.
- Les problèmes de digestion : légende ou réalité ? Ceux qui les connaissent ou ceux qui les redoutent s'interrogent sur l'existence de solution pour les éviter.
- Certaines personnes n'aiment pas l'ail cru, uniquement l'ail cuit.
- Le plaisir de consommation d'un plat contenant de l'ail n'est pas forcément partagé. Au sein d'une famille certains membres apprécient son goût, même des enfants, d'autres pas du tout. Comme ce goût est clivant, la consommation d'ail n'est pas forcément proposée à des invités car quel que soit le plat, sa présence est (presque) toujours ressentie.
- La saveur que l'ail apporte à une préparation permet de savourer un moment partagé, ou pas ! (Repas solo) autour d'un bon plat : *Nous avons préparé une flammeküche notamment avec de l'ail pour partager pendant l'apéritif. Nous avons partagé ce moment avec ma femme avec quelques musiques d'ambiance pendant que les enfants étaient au lit depuis peu.*
- Le plaisir de consommation est dû aussi au rappel de très bons souvenirs : *J'apprécie ce plat car il est très bon et me rappelle mon adolescence, j'adore quand on le faisait ça me rappelle de très bons souvenirs c'est une soupe asiatique.*
- En matière de consommation, il faut savoir OSER : *Plutôt agréablement surpris compte tenu de mes doutes. J'ai préparé ce plat un soir où j'avais des invités avec leurs enfants, et tout le monde en a mangé. Même les petits ont apprécié. Le point positif Sabrina, c'est que cet exercice t'a motivée !! Ça m'a l'air délicieux.*
- La consommation hors domicile, secteur prescripteur, peut être source d'inspiration : *Une recette que j'avais déjà plus ou moins goûtée au restaurant : cassolette d'escargots à la crème d'ail.*

J'ai préparé un dhal de pois cassés avec des épices et un lit d'oignons et d'ail.

Ce midi c'était gambas marinées à l'ail et au persil.

Il ne me reste que 4 gousses du filet, je pense les utiliser dans la semaine, mais je ne sais pas encore comment.



Voilà, n'ayant pas l'occasion de cuisiner plus que ça et ne voulant pas perdre mes ails, j'ai décidé de les mettre en gousse, épluchées dans un bocal, j'y ai ajouté des herbes de Provence, du gros sel, du poivre, de l'huile d'olive piquante (un peu), et j'ai remonté avec de l'huile d'olive jusqu'au bord ... cela part au frigo pendant ... longtemps ! Ça ne va pas se perdre et je me vois bien les ajouter à certains plats, à des sauces tomates ou simplement sur des tartines de pains grillés...



La consommation de l'ail au restaurant

Au restaurant : même s'il est difficile voire impossible de déterminer le type d'ail utilisé, le choix d'un plat contenant de l'ail peut être source d'inspiration pour l'utiliser à la maison.

Quand l'offre de plat contenant de l'ail existe, s'il est remarqué par le convive, les comportements diffèrent selon les individus : ceux qui l'évitent car ils pensent ne pas apprécier son goût, ceux qui sont satisfaits de la dégustation du plat, ceux qui vont aussi essayer de reproduire, à leur manière, selon leurs moyens, une recette particulièrement appréciée.

La cuisine méditerranéenne, de même que la cuisine asiatique, sont citées pour leur usage fréquent d'ail dans de nombreux plats.

Leviers pour développer la consommation de l'ail

Il est, comme pour les autres produits alimentaires et les fruits et légumes frais, nécessaire d'actionner les leviers offre, connaissance et plaisir :

- **L'offre** sur le point de vente doit être plus visible et l'affichage plus informatif. Une référence vrac semble indispensable pour les ménages de petite taille⁴, et pour oser acheter de l'ail en limitant le risque de le jeter. L'offre doit également être d'origine France, et régionale, dans la mesure du possible.
- **La connaissance** : raconter une histoire, un terroir, une tradition, pour justifier encore plus cette origine ; informer sur les saveurs différentes/couleur, sur les meilleures conditions de conservation, sur les modes de préparation simples, rapides, faciles pour apporter de la saveur aux plats.
- **Le plaisir** : qu'il s'agisse d'un repas solitaire ou à plusieurs grâce à la saveur apportée aux plats par l'ail. Varier les plaisirs de consommation grâce à la cuisine traditionnelle française et les cuisines d'ailleurs (Asie, autre région, autre pays ?) de même qu'avec de l'ail de différentes couleurs : *Comme il s'agit d'un produit brut je pense que si j'avais plus d'exemple et d'information sur les possibilités d'utilisation ça me donnerait davantage envie d'en acheter.*

CE QU'IL FAUT RETENIR

L'ail est très régulièrement consommé tout au long de l'année, plus particulièrement au printemps et en été en version crue, en automne et en hiver en version cuite.

Ne pas aimer l'ail – un frein à la consommation auquel il est difficile de remédier – et ne pas (ou peu) cuisiner sont les deux premiers arguments qui rassemblent le plus de non-consommateurs d'ail. Le fait de ne pas y penser parvient à la troisième place devant la difficulté à digérer l'ail et la mauvaise haleine.

Dans la famille des condiments, l'oignon et l'échalote viennent en remplacement de l'ail bien avant sa version présentée sous d'autres formes (en déshydraté, en surgelé, en purée). L'échalote remplace plus souvent l'ail dans des utilisations crues, l'oignon et les autres versions de l'ail dans des utilisations cuites.

L'ail est généralement conservé au frais, à l'abri de la lumière. Plus de la moitié des acheteurs le conserve moins de deux mois et un petit tiers entre deux et trois mois.

Deux acheteurs d'ail sur cinq déclarent jeter parfois de l'ail, principalement parce qu'il s'est mal conservé.

La préparation d'un plat contenant de l'ail permet de lever les préjugés sur son goût. De même, la consommation hors domicile, secteur prescripteur, peut être source d'inspiration.

Il est pour l'ail, comme pour tous les autres produits alimentaires et les fruits et légumes frais, nécessaire d'actionner les leviers Offre (meilleure visibilité de l'ail en rayon), Connaissance (raconter une histoire, un terroir, une tradition autour de l'ail) et Plaisir (grâce à la cuisine traditionnelle, les cuisines d'ailleurs et les aulx de différentes couleurs).

⁴ Pour rappel, plus de 60% des ménages sont composés d'une à deux personnes aujourd'hui (source : INSEE).

Conclusion

Cette étude a mis en évidence l'importance de l'image positive de l'ail par les consommateurs qui le connaissent et le considèrent comme un légume aux nombreuses qualités gustatives et nutritionnelles. Elle a mis aussi en relief l'image moins affirmée et le caractère moins exclusif de l'ail chez les plus jeunes par rapport à leurs aînés, les 18-29 ans étant plus prompts à le remplacer par d'autres condiments ou d'autres présentations d'ail (en surgelé, en déshydraté, en purée/pulpe) sur les points de vente comme dans leur foyer.

Le poids des habitudes, dans un contexte de simplification des pratiques culinaires, de la réduction de la taille des foyers et de sensibilité au gaspillage, a pu aussi freiner le dynamisme de ce condiment ces dernières années ; celles-ci ayant été marquées par la baisse des volumes achetés et du nombre de ménages acheteurs.

L'ail ne souffre cependant pas d'un rejet de la part des consommateurs mais d'une méconnaissance de ceux qui ne l'achètent pas ou occasionnellement, plus particulièrement des jeunes classes d'âge. Ils sont en effet plus nombreux à ne pas connaître les aulx de couleurs, les pays de production la saisonnalité de l'ail français, ses modalités de conservation ou encore ses qualités organoleptiques. Ils disposent aussi de moins de critères d'achat pour choisir l'ail sur les points de vente.

Pour ces derniers, il semble nécessaire de sécuriser l'acte d'achat, notamment par une communication sur les différentes variétés d'ail et leur origine ; par une qualité visuelle irréprochable accompagnée d'informations simples sur les modes de stockage et de préparation. Le développement du vrac, un format de vente adapté aux usages actuels, apparaît aussi comme un levier de relance de la consommation d'ail auprès de l'ensemble de la population française, sans pour autant négliger la vente en filet, plébiscité par les plus jeunes.

Le renouvellement générationnel des usages de l'ail passe par la proposition de préparations culinaires simples et rapides, en utilisations crues et cuites, quotidienne et ouverte aux cuisines du monde. De même, la restauration hors domicile est un secteur prescripteur à ne pas négliger, notamment pour faire connaître les saveurs des différentes variétés d'ail et pour inciter à des modes de consommation et des pratiques alimentaires contemporaines particulièrement prisées par les plus jeunes.

C'est en levant ces freins opérationnels qui contrecarrent son achat et sa consommation auprès des jeunes consommateurs, que l'ail renforcera sa place dans les pratiques alimentaires actuelles auprès de ces derniers, mais aussi auprès de l'ensemble de la population française.

Annexes

Annexe 1 : Réponses au questionnaire (tris à plat)

Q1- Nous allons vous citer un certain nombre d'affirmations concernant **l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais**. Pour chacune, vous nous direz si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas, pas du tout d'accord, ne sait pas, avec celle-ci :

Q1-1 - C'est un légume du quotidien

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	569	28,3%
Plutôt d'accord	867	43,1%
Plutôt pas d'accord	420	20,9%
Pas du tout d'accord	109	5,4%
Je ne sais pas	46	2,3%
Total des répondants	2011	100%

Q2-1 - C'est un légume irremplaçable pour cuisiner

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	712	35,4%
Plutôt d'accord	812	40,4%
Plutôt pas d'accord	297	14,8%
Pas du tout d'accord	138	6,9%
Je ne sais pas	52	2,6%
Total des répondants	2011	100%

Q3-1 - C'est un légume qui parfume tous les plats

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	887	44,1%
Plutôt d'accord	873	43,4%
Plutôt pas d'accord	166	8,3%
Pas du tout d'accord	48	2,4%
Je ne sais pas	37	1,8%
Total des répondants	2011	100%

Q4-1 - C'est un légume qui se conserve bien

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	733	36,4%
Plutôt d'accord	932	46,3%
Plutôt pas d'accord	229	11,4%
Pas du tout d'accord	67	3,3%
Je ne sais pas	50	2,5%
Total des répondants	2011	100%

Q5-1 - C'est un légume bon pour la santé

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	1056	52,5%
Plutôt d'accord	780	38,8%
Plutôt pas d'accord	73	3,6%
Pas du tout d'accord	24	1,2%
Je ne sais pas	78	3,9%
Total des répondants	2011	100%

Q6-1 - C'est un légume qui est cher

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	172	8,6%
Plutôt d'accord	563	28,0%
Plutôt pas d'accord	745	37,0%
Pas du tout d'accord	415	20,6%
Je ne sais pas	116	5,8%
Total des répondants	2011	100%

Q7-1 - C'est un légume qui est indigeste

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	153	7,6%
Plutôt d'accord	461	22,9%
Plutôt pas d'accord	669	33,3%
Pas du tout d'accord	603	30,0%
Je ne sais pas	125	6,2%
Total des répondants	2011	100%

Q8-1 - C'est un légume qui plait à tout le monde

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	198	9,8%
Plutôt d'accord	479	23,8%
Plutôt pas d'accord	820	40,8%
Pas du tout d'accord	436	21,7%
Je ne sais pas	78	3,9%
Total des répondants	2011	100%

Q9-1 - C'est un légume au goût fort

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	915	45,5%
Plutôt d'accord	891	44,3%
Plutôt pas d'accord	131	6,5%
Pas du tout d'accord	43	2,1%
Je ne sais pas	31	1,5%
Total des répondants	2011	100%

Q9-1 - C'est un légume qui est facile à préparer

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	704	35,0%
Plutôt d'accord	1039	51,7%
Plutôt pas d'accord	169	8,4%
Pas du tout d'accord	50	2,5%
Je ne sais pas	49	2,4%
Total des répondants	2011	100%

Q2 - Considérez-vous que l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais est plutôt :

	Nombre de répondants	%
Un condiment	1082	53,8%
Un légume	438	21,8%
Un ingrédient	479	23,8%
Autre	12	0,6%
Total des répondants	2011	100%

Q3- Vous arrive-t-il d'acheter, ne serait-ce que de temps en temps, de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	Nombre de répondants	%
Oui	1764	87,7%
Non	247	12,3%
Total des répondants	2011	100%

Q3bis- Pour quelles(s) raison(s) n'achetez-vous pas d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ? (Total raisons principale et secondaire)

	Nombre de répondants	%
Je ne fais pas les achats alimentaires du ménage	10	4,0%
Je ne connais pas	10	4,0%
Je ne sais pas comment le choisir	9	3,6%
Je ne sais pas comment le préparer	18	7,3%
Je ne sais pas comment le conserver	22	8,9%
Je n'aime pas/ mon conjoint/mes enfants n'aiment pas	97	39,3%
Je n'y pense pas/ Il ne fait pas partie de mes habitudes	61	24,7%
Je n'en ai pas envie	81	32,8%
C'est trop cher	23	9,3%
Je ne suis pas sûr(e) de sa qualité au moment de l'achat	11	4,5%
J'en ai dans mon jardin/on m'en donne	20	8,1%
Je ne cuisine pas (ou peu)	74	30,0%
Je préfère en acheter tout prêt en surgelé/en déshydraté/en purée-pulpe...	44	17,8%
Autre raison	14	5,7%
Total des répondants	247	

Q4-1 - A quelle fréquence achetez-vous de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	Nombre de répondants	%
Au moins 1 fois par mois	922	52,3%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	652	37,0%
Moins souvent	190	10,8%
Total des répondants	1764	100%

Q4-2 - A quelle fréquence achetez-vous de l'ail en surgelé ?

	Nombre de répondants	%
Au moins 1 fois par mois	114	6,5%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	218	12,4%
Moins souvent	393	22,3%
Jamais	1039	58,9%
Total des répondants	1764	100%

Q4-3 - A quelle fréquence achetez-vous de l'ail en déshydraté ?

	Nombre de répondants	%
Au moins 1 fois par mois	186	10,5%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	369	20,9%
Moins souvent	611	34,6%
Jamais	598	33,9%
Total des répondants	1764	100%

Q4-4 - A quelle fréquence achetez-vous de l'ail en petit pot de purée/pulpe fraîche ?

	Nombre de répondants	%
Au moins 1 fois par mois	134	7,6%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	190	10,8%
Moins souvent	309	17,5%
Jamais	1131	64,1%
Total des répondants	1764	100%

Q5- Pour quelle(s) raison(s) achetez-vous de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ? (Total raisons principale et secondaire)

	Nombre de répondants	%
Parce qu'il vous fait envie	265	15,0%
Parce qu'il est en promotion	174	9,9%
Par habitude	564	32,0%
Pour une recette ou une préparation particulière	705	40,0%
Parce que c'est bon pour la santé	731	41,4%
Pour sa saveur	1057	59,9%
Autre	32	1,8%
Total des répondants	1764	

Q6 - L'ail est généralement vendu en vrac à l'unité, en filet ou en tresse. Quelle présentation préférez-vous ?

	Nombre de répondants	%
En vrac à l'unité	660	37,4%
En filet de 125 grammes (environ 3 têtes)	390	22,1%
En filet de 250 grammes	263	14,9%
En filet de 500 grammes	128	7,3%
En tresse	204	11,6%
Pas de préférence	119	6,7%
Total des répondants	1764	100%

Q7 - Connaissez-vous...

	Nombre de répondants	%
L'ail blanc	1556	88,2%
L'ail violet	956	54,2%
L'ail rose	825	46,8%
L'ail noir	494	28,0%
L'ail fumé	425	24,1%
L'ail frais/nouveau	666	37,8%
Total des répondants	1764	

Q8 - Avez-vous une préférence selon ces aulx ?

	Nombre de répondants	%
Oui pour l'ail blanc	452	34,1%
Oui pour l'ail violet	188	14,2%
Oui pour l'ail rose	140	10,6%
Oui pour l'ail noir	19	1,4%
Oui pour l'ail fumé	76	5,7%
Oui pour l'ail frais/nouveau	94	7,1%
Non, pas de préférence	357	26,9%
Total des répondants	1326	100%

Q8bis - Et pour quelle(s) raisons(s) préférez-vous cet ail... (total raisons principale et secondaire)

	Nombre de répondants	%
Pour son goût	700	72,2%
Cet ail est plus digeste	171	17,6%
Cet ail est moins cher	155	16,0%
Vous préférez cet ail, tout simplement	587	60,6%
Pour suivre la recette de la préparation	225	23,2%
Autre raison	32	3,3%
Total des répondants	969	

Q9-1 – A quelle fréquence achetez-vous de l'ail blanc ?

	Nombre de répondants	%
Au moins 1 fois par mois	706	45,4%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	634	40,7%
Moins souvent	210	13,5%
Jamais	6	0,4%
Total des répondants	1556	100%

Q9-2 – A quelle fréquence achetez-vous de l'ail violet ?

	Nombre de répondants	%
Au moins 1 fois par mois	165	17,3%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	302	31,6%
Moins souvent	380	39,7%
Jamais	109	11,4%
Total des répondants	956	100%

Q9-3 – A quelle fréquence achetez-vous de l'ail rose ?

	Nombre de répondants	%
Au moins 1 fois par mois	101	12,2%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	211	25,6%
Moins souvent	382	46,3%
Jamais	131	15,9%
Total des répondants	825	100%

Q9-4 – A quelle fréquence achetez-vous de l'ail noir ?

	Nombre de répondants	%
Au moins 1 fois par mois	26	5,3%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	59	11,9%
Moins souvent	200	40,5%
Jamais	209	42,3%
Total des répondants	494	100%

Q9-5 – A quelle fréquence achetez-vous de l'ail fumé ?

	Nombre de répondants	%
Au moins 1 fois par mois	50	11,8%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	104	24,5%
Moins souvent	157	36,9%
Jamais	114	26,8%
Total des répondants	425	100%

Q9-6 – A quelle fréquence achetez-vous de l'ail frais/nouveau ?

	Nombre de répondants	%
Au moins 1 fois par mois	108	16,2%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	207	31,1%
Moins souvent	291	43,7%
Jamais	60	9,0%
Total des répondants	666	100%

Q10 –Préférez-vous acheter l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais...

	Nombre de répondants	%
A la pièce	807	45,7%
Au kilo	439	24,9%
Indifférent	518	29,4%
Total des répondants	1764	100%

Q11- Êtes-vous satisfait (e) de la qualité de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais que vous trouvez sur les points de vente ? Diriez-vous....

	Nombre de répondants	%
Tout à fait satisfait (e)	652	37,0%
Assez satisfait (e)	983	55,7%
Assez peu satisfait (e)	112	6,3%
Pas du tout satisfait (e)	17	1,0%
Total des répondants	1764	100%

Q12 – Vous arrive-t-il de renoncer à l'achat d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais une fois sur le point de vente ? Diriez-vous...

	Nombre de répondants	%
Souvent	94	5,3%
De temps en temps	455	25,8%
Rarement	661	37,5%
Jamais	554	31,4%
Total des répondants	1764	100%

Q12bis- Pour quelle(s) raison(s) ? En 1 la raison principale et en 2 la raison secondaire

	Nombre de répondants	%
Qualité insatisfaisante (gousses défraîchies, moisies)	248	45,2%
Prix trop élevé	230	41,9%
Pas assez de choix	70	12,8%
Manque d'information sur les différentes variétés présentes en rayon	63	11,5%
Absence d'ail d'origine France	120	21,9%
Pas suffisamment mis en valeur dans le rayon	52	9,5%
Poids de la tresse/du filet qui ne me convient pas	67	12,2%
Absence de vente en vrac	81	14,8%
Tête d'ail trop grosse	64	11,7%
Tête d'ail trop petite	96	17,5%
Autre raison	7	1,3%
Total des répondants	549	

Q12ter - Et qu'achetez-vous alors, le plus souvent, à la place de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	Nombre de répondants	%
De l'ail en surgelé	77	14,0%
De l'ail en déshydraté	156	28,4%
De l'ail en purée/pulpe/pelé	34	6,2%
Un autre condiment (oignon, échalote)	96	17,5%
Vous en achetez dans un autre point de vente	82	14,9%
Rien, je m'en passe	102	18,6%
Autre	2	0,4%
Total des répondants	549	100%

Q13 - Quelle importance accordez-vous aux critères de choix suivants au moment de l'achat d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ? (Très/assez/asse peu/pas du tout)

Q13-1- L'aspect

	Nombre de répondants	%
Très important	1066	60,4%
Assez important	585	33,2%
Assez peu important	95	5,4%
Pas du tout important	18	1,0%
Total des répondants	1764	100%

Q13-2- L'origine (locale, régionale, française)

	Nombre de répondants	%
Très important	738	41,8%
Assez important	663	37,6%
Assez peu important	257	14,6%
Pas du tout important	106	6,0%
Total des répondants	1764	100%

Q13-3- Le prix

	Nombre de répondants	%
Très important	737	41,8%
Assez important	762	43,2%
Assez peu important	217	12,3%
Pas du tout important	48	2,7%
Total des répondants	1764	100%

Q13-4- Le parfum (l'odeur)

	Nombre de répondants	%
Très important	620	35,1%
Assez important	802	45,5%
Assez peu important	270	15,3%
Pas du tout important	72	4,1%
Total des répondants	1764	100%

Q13-5- La variété

	Nombre de répondants	%
Très important	392	22,2%
Assez important	826	46,8%
Assez peu important	443	25,1%
Pas du tout important	103	5,8%
Total des répondants	1764	100%

Q13-6- La fermeté

	Nombre de répondants	%
Très important	948	53,7%
Assez important	641	36,3%
Assez peu important	150	8,5%
Pas du tout important	25	1,4%
Total des répondants	1764	100%

Q13-7- Le mode de production bio

	Nombre de répondants	%
Très important	369	20,9%
Assez important	599	34,0%
Assez peu important	546	31,0%
Pas du tout important	250	14,2%
Total des répondants	1764	100%

Q13-8- Le signe d'identification de qualité et d'origine (AOP, IGP, Label Rouge...)

	Nombre de répondants	%
Très important	526	29,8%
Assez important	695	39,4%
Assez peu important	387	21,9%
Pas du tout important	156	8,8%
Total des répondants	1764	100%

Q13-9- La couleur

	Nombre de répondants	%
Très important	564	32,0%
Assez important	940	53,3%
Assez peu important	219	12,4%
Pas du tout important	41	2,3%
Total des répondants	1764	100%

Q13-10- La taille de la tête d'ail

	Nombre de répondants	%
Très important	655	37,1%
Assez important	864	49,0%
Assez peu important	204	11,6%
Pas du tout important	41	2,3%
Total des répondants	1764	100%

Q13-11- La présence en vrac

	Nombre de répondants	%
Très important	540	30,6%
Assez important	812	46,0%
Assez peu important	331	18,8%
Pas du tout important	81	4,6%
Total des répondants	1764	100%

Q13-12- La présence en filet ou tressé

	Nombre de répondants	%
Très important	338	19,2%
Assez important	655	37,1%
Assez peu important	560	31,7%
Pas du tout important	211	12,0%
Total des répondants	1764	100%

Q15 - Connaissez-vous les pays de production d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	Nombre de répondants	%
Oui	598	33,9%
Non	1166	66,1%
Total des répondants	1764	100%

Q15Bis - Pouvez-vous préciser le(s)quel(s) ?

	Nombre de répondants	%
Espagne	253	42,3%
France	561	93,8%
Chine	50	8,4%
Argentine	92	15,4%
Mexique	39	6,5%
Autre	17	2,8%
Total des répondants	598	

Q16 - Selon vous, quels sont les mois de l'année où l'ail produit en France peut être disponible sur les points de vente, au rayon fruits et légumes frais ?

	Nombre de répondants	%
Janvier	184	10,4%
Février	197	11,2%
Mars	218	12,4%
Avril	273	15,5%
Mai	323	18,3%
Juin	418	23,7%
Juillet	430	24,4%
Août	453	25,7%
Septembre	525	29,8%
Octobre	421	23,9%
Novembre	336	19,0%
Décembre	248	14,1%
Ne sait pas	819	46,4%
Total des répondants	1764	

Q17 - Nous allons vous citer un certain nombre de propositions concernant l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais. Pour chacune, vous nous direz si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, pas du tout d'accord, J'achèterais plus d'ail si ...

Q17-1- Il coûtait moins cher

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	513	29,1%
Plutôt d'accord	705	40,0%
Plutôt pas d'accord	415	23,5%
Pas du tout d'accord	131	7,4%
Total des répondants	1764	100%

Q17-2- J'y pensais

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	303	17,2%
Plutôt d'accord	681	38,6%
Plutôt pas d'accord	505	28,6%
Pas du tout d'accord	275	15,6%
Total des répondants	1764	100%

Q17-3- J'étais sûr(e) de sa qualité au moment de l'achat

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	611	34,6%
Plutôt d'accord	799	45,3%
Plutôt pas d'accord	263	14,9%
Pas du tout d'accord	91	5,2%
Total des répondants	1764	100%

Q17-4- Il était mieux présenté sur les étals

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	319	18,1%
Plutôt d'accord	652	37,0%
Plutôt pas d'accord	586	33,2%
Pas du tout d'accord	207	11,7%
Total des répondants	1764	100%

Q17-5- L'origine France était plus présente

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	603	34,2%
Plutôt d'accord	731	41,4%
Plutôt pas d'accord	305	17,3%
Pas du tout d'accord	125	7,1%
Total des répondants	1764	100%

Q17-6- Mon conjoint/mes enfants/mon entourage aimaient ce légume

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	333	18,9%
Plutôt d'accord	684	38,8%
Plutôt pas d'accord	467	26,5%
Pas du tout d'accord	280	15,9%
Total des répondants	1764	100%

Q17-7- On me proposait une garantie de terroir ou de lieu de production

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	488	27,7%
Plutôt d'accord	742	42,1%
Plutôt pas d'accord	386	21,9%
Pas du tout d'accord	148	8,4%
Total des répondants	1764	100%

Q17-8- On me proposait de l'ail qui se conserve longtemps

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	610	34,6%
Plutôt d'accord	774	43,9%
Plutôt pas d'accord	274	15,5%
Pas du tout d'accord	106	6,0%
Total des répondants	1764	100%

Q17-9- On me proposait des informations sur les variétés et leurs caractéristiques gustatives

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	404	22,9%
Plutôt d'accord	783	44,4%
Plutôt pas d'accord	422	23,9%
Pas du tout d'accord	155	8,8%
Total des répondants	1764	100%

Q17-10- On me proposait des conditionnements avec ail, oignon et échalote mélangés

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	382	21,7%
Plutôt d'accord	636	36,1%
Plutôt pas d'accord	432	24,5%
Pas du tout d'accord	314	17,8%
Total des répondants	1764	100%

Q17-11- On me proposait des têtes d'ail plus grosses

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	339	19,2%
Plutôt d'accord	613	34,8%
Plutôt pas d'accord	629	35,7%
Pas du tout d'accord	183	10,4%
Total des répondants	1764	100%

Q17-12- On me proposait des têtes d'ail plus petites

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	229	13,0%
Plutôt d'accord	514	29,1%
Plutôt pas d'accord	743	42,1%
Pas du tout d'accord	278	15,8%
Total des répondants	1764	100%

Q17-13- On me proposait des idées d'utilisations de l'ail simples et rapides

	Nombre de répondants	%
Tout à fait d'accord	374	21,2%
Plutôt d'accord	729	41,3%
Plutôt pas d'accord	451	25,6%
Pas du tout d'accord	210	11,9%
Total des répondants	1764	100%

Q18 - Consommez-vous ne serait-ce que de temps en temps, de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	Nombre de répondants	%
Oui	1754	87,2%
Non	257	12,8%
Total des répondants	2011	100%

Q18bis - Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous jamais d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ? (Total raisons principale et secondaire)

	Nombre de répondants	%
Je n'y pense pas	90	35,0%
Je n'aime pas	109	42,4%
Je ne cuisine pas (ou peu)	96	37,4%
C'est ennuyeux à préparer	54	21,0%
Je ne le digère pas bien	74	28,8%
Cela me donne une mauvaise haleine	71	27,6%
Autre raison	20	7,8%
Total des répondants	257	

Q19 - Dans votre foyer, quelle est la fréquence de consommation d'ail **cru** ?

Q19-1- Au printemps

	Nombre de répondants	%
Tous les jours ou presque	263	15,0%
2 ou 3 fois par semaine	485	27,7%
Une fois par semaine	318	18,1%
2 ou 3 fois par mois	267	15,2%
Moins souvent	271	15,5%
Jamais	150	8,6%
Total des répondants	1754	100%

Q19-2- En été

	Nombre de répondants	%
Tous les jours ou presque	254	14,5%
2 ou 3 fois par semaine	539	30,7%
Une fois par semaine	307	17,5%
2 ou 3 fois par mois	272	15,5%
Moins souvent	248	14,1%
Jamais	134	7,6%
Total des répondants	1754	100%

Q19-3- En automne

	Nombre de répondants	%
Tous les jours ou presque	220	12,5%
2 ou 3 fois par semaine	460	26,2%
Une fois par semaine	349	19,9%
2 ou 3 fois par mois	290	16,5%
Moins souvent	281	16,0%
Jamais	154	8,8%
Total des répondants	1754	100%

Q19-4- En hiver

	Nombre de répondants	%
Tous les jours ou presque	224	12,8%
2 ou 3 fois par semaine	444	25,3%
Une fois par semaine	330	18,8%
2 ou 3 fois par mois	302	17,2%
Moins souvent	292	16,6%
Jamais	162	9,2%
Total des répondants	1754	100%

Q19bis- Dans votre foyer, quelle est la fréquence de consommation d'ail **cuit** ?

Q19bis-1- Au printemps

	Nombre de répondants	%
Tous les jours ou presque	255	14,5%
2 ou 3 fois par semaine	478	27,3%
Une fois par semaine	385	21,9%
2 ou 3 fois par mois	332	18,9%
Moins souvent	256	14,6%
Jamais	48	2,7%
Total des répondants	1754	100%

Q19bis-2- En été

	Nombre de répondants	%
Tous les jours ou presque	227	12,9%
2 ou 3 fois par semaine	496	28,3%
Une fois par semaine	375	21,4%
2 ou 3 fois par mois	319	18,2%
Moins souvent	285	16,2%
Jamais	52	3,0%
Total des répondants	1754	100%

Q19bis-3- En automne

	Nombre de répondants	%
Tous les jours ou presque	242	13,8%
2 ou 3 fois par semaine	500	28,5%
Une fois par semaine	410	23,4%
2 ou 3 fois par mois	354	20,2%
Moins souvent	206	11,7%
Jamais	42	2,4%
Total des répondants	1754	100%

Q19bis-4- En hiver

	Nombre de répondants	%
Tous les jours ou presque	253	14,4%
2 ou 3 fois par semaine	502	28,6%
Une fois par semaine	399	22,7%
2 ou 3 fois par mois	344	19,6%
Moins souvent	213	12,1%
Jamais	43	2,5%
Total des répondants	1754	100%

Q20 – Dans votre foyer, s'il vous arrive de manquer d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais, le remplacez-vous par....

Q20-1- De l'oignon

	Nombre de répondants	%
Souvent	497	28,3%
De temps en temps	665	37,9%
Rarement	288	16,4%
Jamais	304	17,3%
Total des répondants	1754	100%

Q20-2- De l'échalote

	Nombre de répondants	%
Souvent	383	21,8%
De temps en temps	717	40,9%
Rarement	328	18,7%
Jamais	326	18,6%
Total des répondants	1754	100%

Q20-3- De l'ail en surgelé

	Nombre de répondants	%
Souvent	189	10,8%
De temps en temps	321	18,3%
Rarement	319	18,2%
Jamais	925	52,7%
Total des répondants	1754	100%

Q20-4- De l'ail en déshydraté

	Nombre de répondants	%
Souvent	325	18,5%
De temps en temps	477	27,2%
Rarement	380	21,7%
Jamais	572	32,6%
Total des répondants	1754	100%

Q20-5- De l'ail en purée/pulpe/ pelé...

	Nombre de répondants	%
Souvent	129	7,4%
De temps en temps	257	14,7%
Rarement	329	18,8%
Jamais	1039	59,2%
Total des répondants	1754	100%

Q20bis – Lorsque vous remplacez de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais par de l'oignon, de l'échalote, de l'ail en surgelé, de l'ail en déshydraté, de l'ail en purée/pulpe/pelé, est-ce le plus souvent dans des utilisations

Q20bis-1- De l'oignon

	Nombre de répondants	%
Crues	427	36,7%
Cuites	735	63,3%
Total des répondants	1162	100%

Q20bis-2- De l'échalote

	Nombre de répondants	%
Crues	601	54,6%
Cuites	499	45,4%
Total des répondants	1100	100%

Q20bis-3- De l'ail en surgelé

	Nombre de répondants	%
Crues	202	39,6%
Cuites	308	60,4%
Total des répondants	510	100%

Q20bis-4- De l'ail en déshydraté

	Nombre de répondants	%
Crues	322	40,1%
Cuites	480	59,9%
Total des répondants	802	100%

Q20bis-5- De l'ail en purée/pulpe/ pelé...

	Nombre de répondants	%
Crues	175	45,3%
Cuites	211	54,7%
Total des répondants	386	100%

Q21 - Où gardez-vous/ conservez-vous l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais à votre domicile ?

	Nombre de répondants	%
Au réfrigérateur	186	10,3%
A l'air libre/ dans le compotier	941	52,0%
Dans un récipient dans le garde-manger, placard, étagère	639	35,3%
Autre	44	2,4%
Total des répondants	1810	100%

Q22 - Combien de temps environ conservez-vous l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	Nombre de répondants	%
Moins de 2 mois	994	54,9%
2-3 mois	549	30,3%
3-6 mois	206	11,4%
6-12 mois	41	2,3%
Plus de 12 mois	20	1,1%
Total des répondants	1810	100%

Q23 - Vous arrive-t-il de jeter de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	Nombre de répondants	%
Oui	821	45,4%
Non	989	54,6%
Total des répondants	1810	100%

Q23bis - Si oui, pour quelle(s) raison(s) ? (Total raisons principale et secondaire)

	Nombre de répondants	%
Vous n'avez pas eu besoin de l'utiliser entièrement pour la recette choisie	169	20,6%
Vous ne savez pas comment utiliser une petite quantité/ les restes	75	9,1%
Vous l'avez oublié là où vous l'aviez stocké	212	25,8%
Vous n'avez pas eu le temps de le cuisiner	400	48,7%
Il s'est mal conservé (les gousses ont germé/ont pourri/ont séché)	667	81,2%
Autre raison	14	1,7%
Total des répondants	821	

Annexe 2 : Réponses au questionnaire selon les jeunes classes d'âge (tris à plat)

Sont repris ci-dessous les résultats du questionnaire (tris à plat) selon l'âge, de façon à comparer les attentes et comportements des jeunes classe d'âge (18-29 ans) et (30-44 ans) par rapport à la moyenne de la population totale. En nous appuyant sur des tests statistiques (test du khi2), nous mettons en évidence les cellules où les effectifs sont plus importants (en bleu) ou moins importants (en rouge) que la moyenne de la population totale (de manière significative à 95%).

Q1- Nous allons vous citer un certain nombre d'affirmations concernant **l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais**. Pour chacune, vous nous direz si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas, pas du tout d'accord, ne sait pas, avec celle-ci

Q1-1 - C'est un légume du quotidien

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	69,3%	72,3%	71,4%
Total pas d'accord	27,1%	25,6%	26,3%
Je ne sais pas	3,6%	2,1%	2,3%
Total des répondants	100%	100%	100%

Q2-1 - C'est un légume irremplaçable pour cuisiner

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	65,5%	71,8%	75,8%
Total pas d'accord	31,2%	25,4%	21,6%
Je ne sais pas	3,4%	2,8%	2,6%
Total des répondants	100%	100%	100%

Q3-1 - C'est un légume qui parfume tous les plats

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	82,0%	86,4%	87,5%
Total pas d'accord	14,7%	11,6%	10,6%
Je ne sais pas	3,4%	2,1%	1,8%
Total des répondants	100%	100%	100%

Q4-1 - C'est un légume qui se conserve bien

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	82,5%	84,5%	82,8%
Total pas d'accord	14,2%	12,9%	14,7%
Je ne sais pas	3,4%	2,7%	2,5%
Total des répondants	100%	100%	100%

Q5-1 - C'est un légume bon pour la santé

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	81,2%	92,0%	91,3%
Total pas d'accord	12,1%	4,5%	4,8%
Je ne sais pas	6,7%	3,4%	3,9%
Total des répondants	100%	100%	100%

Q6-1 - C'est un légume qui est cher

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	32,0%	36,0%	36,5%
Total pas d'accord	62,1%	56,6%	57,7%
Je ne sais pas	5,9%	7,4%	5,8%
Total des répondants	100%	100%	100%

Q7-1 - C'est un légume qui est indigeste

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	39,2%	28,6%	30,5%
Total pas d'accord	50,5%	65,0%	63,3%
Je ne sais pas	10,3%	6,4%	6,2%
Total des répondants	100%	100%	100%

Q8-1 - C'est un légume qui plaît à tout le monde

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	35,6%	33,5%	33,7%
Total pas d'accord	58,2%	63,1%	62,5%
Je ne sais pas	6,2%	3,4%	3,9%
Total des répondants	100%	100%	100%

Q9-1 - C'est un légume au goût fort

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	86,1%	90,5%	89,8%
Total pas d'accord	10,8%	8,0%	8,7%
Je ne sais pas	3,1%	1,5%	1,5%
Total des répondants	100%	100%	100%

Q9-1 - C'est un légume qui est facile à préparer

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	79,9%	85,4%	86,7%
Total pas d'accord	17,0%	11,9%	10,9%
Je ne sais pas	3,1%	2,7%	2,4%
Total des répondants	100%	100%	100%

Q2 - Considérez-vous que l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais est plutôt :

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Un condiment	41,2%	55,3%	53,8%
Un légume	32,5%	18,0%	21,8%
Un ingrédient	26,3%	26,1%	23,8%
Total des répondants	100%	100%	100%

Q3- Vous arrive-t-il d'acheter, ne serait-ce que de temps en temps, de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Oui	86,1%	84,3%	87,7%
Non	13,9%	15,7%	12,3%
Total des répondants	100%	100%	100%

Q3bis- Pour quelles(s) raison(s) n'achetez-vous pas d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ? (Total raisons principale et secondaire)

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Je ne fais pas les achats alimentaires du ménage	9,3%	3,6%	4,0%
Je ne connais pas	7,4%	6,0%	4,0%
Je ne sais pas comment le choisir	3,7%	4,8%	3,6%
Je ne sais pas comment le préparer	13,0%	7,2%	7,3%
Je ne sais pas comment le conserver	3,7%	8,4%	8,9%
Je n'aime pas/ mon conjoint/mes enfants n'aiment pas	37,0%	39,8%	39,3%
Je n'y pense pas/ Il ne fait pas partie de mes habitudes	24,1%	22,9%	24,7%
Je n'en ai pas envie	33,3%	33,7%	32,8%
C'est trop cher	11,1%	7,2%	9,3%
Je ne suis pas sûr(e) de sa qualité au moment de l'achat	11,1%	3,6%	4,5%
J'en ai dans mon jardin/on m'en donne	7,4%	6,0%	8,1%
Je ne cuisine pas (ou peu)	27,8%	30,1%	30,0%
Je préfère en acheter tout prêt en surgelé/en déshydraté/en purée-pulpe...	7,4%	21,7%	17,8%
Autre raison	3,7%	4,8%	5,7%
Total des répondants	54	83	247

Q4-1 - A quelle fréquence achetez-vous de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Au moins 1 fois par mois	55,7%	51,2%	52,3%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	31,4%	38,4%	37,0%
Moins souvent	12,9%	10,3%	10,8%
Total des répondants	334	445	1764

Q4-2 - A quelle fréquence achetez-vous de l'ail en surgelé ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Au moins 1 fois par mois	14,7%	5,6%	6,5%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	19,5%	11,0%	12,4%
Moins souvent	22,8%	22,7%	22,3%
Jamais	43,1%	60,7%	58,9%
Total des répondants	334	445	1764

Q4-3 - A quelle fréquence achetez-vous de l'ail en déshydraté ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Au moins 1 fois par mois	19,8%	11,2%	10,5%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	26,0%	24,5%	20,9%
Moins souvent	21,9%	34,6%	34,6%
Jamais	32,3%	29,7%	33,9%
Total des répondants	334	445	1764

Q4-4 - A quelle fréquence achetez-vous de l'ail en petit pot de purée/pulpe fraîche ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Au moins 1 fois par mois	21,0%	5,8%	7,6%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	19,8%	13,7%	10,8%
Moins souvent	19,5%	16,9%	17,5%
Jamais	39,8%	63,6%	64,1%
Total des répondants	334	445	1764

Q5- Pour quelle(s) raison(s) achetez-vous de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ? (Total raisons principale et secondaire)

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Parce qu'il vous fait envie	19,5%	14,2%	15,0%
Parce qu'il est en promotion	18,9%	7,9%	9,9%
Par habitude	32,9%	36,2%	32,0%
Pour une recette ou une préparation particulière	46,1%	38,4%	40,0%
Parce que c'est bon pour la santé	28,4%	41,1%	41,4%
Pour sa saveur	53,0%	60,4%	59,9%
Autre	1,2%	1,8%	1,8%
Total des répondants	334	445	1764

Q6 - L'ail est généralement vendu en vrac à l'unité, en filet ou en tresse. Quelle présentation préférez-vous ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
En vrac à l'unité	24,6%	34,2%	37,4%
En filet de 125 grammes (environ 3 têtes)	23,1%	25,2%	22,1%
En filet de 250 grammes	20,7%	16,4%	14,9%
En filet de 500 grammes	15,9%	8,1%	7,3%
En tresse	7,8%	9,7%	11,6%
Pas de préférence	8,1%	6,5%	6,7%
Total des répondants	334	445	1764

Q7 - Connaissez-vous...

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
L'ail blanc	81,1%	89,0%	88,2%
L'ail violet	27,5%	50,6%	54,2%
L'ail rose	18,3%	43,8%	46,8%
L'ail noir	22,8%	27,9%	28,0%
L'ail fumé	24,9%	20,9%	24,1%
L'ail frais/nouveau	30,5%	34,6%	37,8%
Total des répondants	334	445	1764

Q8 - Avez-vous une préférence selon ces aulx ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Oui pour l'ail blanc	52,5%	33,3%	34,1%
Oui pour l'ail violet	4,9%	9,2%	14,2%
Oui pour l'ail rose	7,1%	8,6%	10,6%
Oui pour l'ail noir	3,8%	2,1%	1,4%
Oui pour l'ail fumé	7,1%	5,2%	5,7%
Oui pour l'ail frais/nouveau	7,7%	6,1%	7,1%
Non, pas de préférence	16,9%	35,5%	26,9%
Total des répondants	183	327	1326

Q8bis - Et pour quelle(s) raisons(s) préférez-vous cet ail... (total raisons principale et secondaire)

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Pour son goût	58,6%	66,8%	72,2%
Cet ail est plus digeste	19,1%	16,1%	17,6%
Cet ail est moins cher	19,7%	22,3%	16,0%
Vous préférez cet ail, tout simplement	53,3%	58,8%	60,6%
Pour suivre la recette de la préparation	34,9%	26,1%	23,2%
Autre raison	3,9%	3,3%	3,3%
Total des répondants	152	211	969

Q9-1 – A quelle fréquence achetez-vous de l'ail blanc ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Au moins 1 fois par mois	59,0%	44,4%	45,4%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	31,7%	42,2%	40,7%
Moins souvent	9,2%	12,9%	13,5%
Jamais	0,0%	0,5%	0,4%
Total des répondants	271	396	1556

Q9-2 – A quelle fréquence achetez-vous de l'ail violet ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Au moins 1 fois par mois	14,1%	13,3%	17,3%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	30,4%	35,6%	31,6%
Moins souvent	34,8%	38,7%	39,7%
Jamais	20,7%	12,4%	11,4%
Total des répondants	92	225	956

Q9-3 – A quelle fréquence achetez-vous de l'ail rose ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Au moins 1 fois par mois	18,0%	14,9%	12,2%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	31,1%	28,2%	25,6%
Moins souvent	39,3%	41,5%	46,3%
Jamais	11,5%	15,4%	15,9%
Total des répondants	61	195	825

Q9-4 – A quelle fréquence achetez-vous de l'ail noir ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Au moins 1 fois par mois	19,7%	3,2%	5,3%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	17,1%	16,1%	11,9%
Moins souvent	39,5%	32,3%	40,5%
Jamais	23,7%	48,4%	42,3%
Total des répondants	76	124	494

Q9-5 – A quelle fréquence achetez-vous de l'ail fumé ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Au moins 1 fois par mois	24,1%	11,8%	11,8%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	34,9%	22,6%	24,5%
Moins souvent	30,1%	31,2%	36,9%
Jamais	10,8%	34,4%	26,8%
Total des répondants	83	93	425

Q9-6 – A quelle fréquence achetez-vous de l'ail frais/nouveau ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Au moins 1 fois par mois	29,4%	15,6%	16,2%
Environ 1 à 2 fois par trimestre	38,2%	30,5%	31,1%
Moins souvent	25,5%	42,2%	43,7%
Jamais	6,9%	11,7%	9,0%
Total des répondants	102	154	666

Q10 –Préfèrerez-vous acheter l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais...

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
A la pièce	51,5%	41,6%	45,7%
Au kilo	32,6%	23,4%	24,9%
Indifférent	15,9%	35,1%	29,4%
Total des répondants	334	445	1764

Q11- Êtes-vous satisfait (e) de la qualité de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais que vous trouvez sur les points de vente ? Diriez-vous....

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total satisfait	94,0%	92,4%	92,7%
Total insatisfait	6,0%	7,6%	7,3%
Total des répondants	334	445	1764

Q12 – Vous arrive-t-il de renoncer à l'achat d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais une fois sur le point de vente ? Diriez-vous...

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Souvent	11,4%	4,9%	5,3%
De temps en temps	26,6%	26,7%	25,8%
Rarement	37,1%	35,3%	37,5%
Jamais	24,9%	33,0%	31,4%
Total des répondants	334	445	1764

Q12bis- Pour quelle(s) raison(s) ? En 1 la raison principale et en 2 la raison secondaire

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Qualité insatisfaisante (gousses défraîchies, moisies)	28,3%	46,1%	45,2%
Prix trop élevé	35,4%	43,3%	41,9%
Pas assez de choix	13,4%	14,2%	12,8%
Manque d'information sur les différentes variétés présentes en rayon	19,7%	12,1%	11,5%
Absence d'ail d'origine France	15,7%	19,1%	21,9%
Pas suffisamment mis en valeur dans le rayon	16,5%	9,9%	9,5%
Poids de la tresse/du filet qui ne me convient pas	18,9%	9,9%	12,2%
Absence de vente en vrac	16,5%	10,6%	14,8%
Tête d'ail trop grosse	14,2%	15,6%	11,7%
Tête d'ail trop petite	20,5%	16,3%	17,5%
Autre raison	0,8%	2,8%	1,3%
Total des répondants	127	141	549

Q12ter - Et qu'achetez-vous alors, le plus souvent, à la place de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
De l'ail en surgelé	18,9%	13,5%	14,0%
De l'ail en déshydraté	29,1%	31,2%	28,4%
De l'ail en purée/pulpe/pelé	13,4%	8,5%	6,2%
Un autre condiment (oignon, échalote)	26,8%	16,3%	17,5%
Vous en achetez dans un autre point de vente	7,1%	12,8%	14,9%
Rien, je m'en passe	4,7%	17,0%	18,6%
Autre	0,0%	0,7%	0,4%
Total des répondants	127	141	549

Q13 - Quelle importance accordez-vous aux critères de choix suivants au moment de l'achat d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ? (Très/assez/asse peu/pas du tout)

Q13-1- L'aspect

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total important	82,9%	93,7%	93,6%
Total pas important	17,1%	6,3%	6,4%
Total des répondants	334	445	1764

Q13-2- L'origine (locale, régionale, française)

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total important	72,8%	75,5%	79,4%
Total pas important	27,2%	24,5%	20,6%
Total des répondants	334	445	1764

Q13-3- Le prix

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total important	82,0%	85,8%	85,0%
Total pas important	18,0%	14,2%	15,0%
Total des répondants	334	445	1764

Q13-4- Le parfum (l'odeur)

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total important	74,3%	77,3%	80,6%
Total pas important	25,7%	22,7%	19,4%
Total des répondants	334	445	1764

Q13-5- La variété

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total important	64,4%	60,2%	69,0%
Total pas important	35,6%	39,8%	31,0
Total des répondants	334	445	1764

Q13-6- La fermeté

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total important	76,3%	88,8%	90,1%
Total pas important	23,7%	11,2%	9,9%
Total des répondants	334	445	1764

Q13-7- Le mode de production bio

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total important	61,1%	51,9%	54,9%
Total pas important	38,9%	48,1%	45,1%
Total des répondants	334	445	1764

Q13-8- Le signe d'identification de qualité et d'origine (AOP, IGP, Label Rouge...)

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total important	66,2%	63,4%	69,2%
Total pas important	33,8%	36,6%	30,8%
Total des répondants	334	445	1764

Q13-9- La couleur

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total important	81,7%	84,0%	85,3%
Total pas important	18,3%	16,0%	14,7%
Total des répondants	334	445	1764

Q13-10- La taille de la tête d'ail

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total important	80,5%	86,1%	86,1%
Total pas important	19,5%	13,9%	13,9%
Total des répondants	334	445	1764

Q13-11- La présence en vrac

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total important	73,1%	74,6%	76,6%
Total pas important	26,9%	25,4%	23,4%
Total des répondants	334	445	1764

Q13-12- La présence en filet ou tressé

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total important	62,6%	57,3%	56,3%
Total pas important	37,4%	42,7%	43,7%
Total des répondants	334	445	1764

Q15 - Connaissez-vous les pays de production d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Oui	29,6%	29,0%	33,9%
Non	70,4%	71,0%	66,1%
Total des répondants	334	445	1764

Q15Bis - Pouvez-vous préciser le(s)quel(s) ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Espagne	34,3%	36,4%	42,3%
France	76,8%	92,2%	93,8%
Chine	9,1%	10,1%	8,4%
Argentine	12,1%	14,7%	15,4%
Mexique	12,1%	8,5%	6,5%
Autre	1,0%	2,3%	2,8%
Total des répondants	99	129	598

Q16 - Selon vous, quels sont les mois de l'année où l'ail produit en France peut être disponible sur les points de vente, au rayon fruits et légumes frais ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Janvier	14,4%	8,5%	10,4%
Février	16,2%	9,0%	11,2%
Mars	17,4%	10,1%	12,4%
Avril	24,0%	12,4%	15,5%
Mai	24,9%	15,3%	18,3%
Juin	29,9%	20,0%	23,7%
Juillet	25,4%	21,1%	24,4%
Août	22,2%	22,7%	25,7%
Septembre	20,4%	27,6%	29,8%
Octobre	20,1%	22,5%	23,9%
Novembre	18,6%	17,5%	19,0%
Décembre	14,1%	12,4%	14,1%
Ne sait pas	35,3%	53,5%	46,4%
Total des répondants	334	445	1764

Q17 - Nous allons vous citer un certain nombre de propositions concernant l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais. Pour chacune, vous nous direz si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, pas du tout d'accord, J'achèterais plus d'ail si ...

Q17-1- Il coûtait moins cher

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	76,3%	68,3%	69,0%
Total pas d'accord	23,7%	31,7%	31,0%
Total des répondants	334	445	1764

Q17-2- J'y pensais

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	70,1%	58,9%	55,8%
Total pas d'accord	29,9%	41,1%	44,2%
Total des répondants	334	445	1764

Q17-3- J'étais sûr(e) de sa qualité au moment de l'achat

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	79,9%	78,0%	79,9%
Total pas d'accord	20,1%	22,0%	20,1%
Total des répondants	334	445	1764

Q17-4- Il était mieux présenté sur les étals

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	65,9%	53,3%	55,0%
Total pas d'accord	34,1%	46,7%	45,0%
Total des répondants	334	445	1764

Q17-5- L'origine France était plus présente

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	71,9%	71,7%	75,6%
Total pas d'accord	28,1%	28,3%	24,4%
Total des répondants	334	445	1764

Q17-6- Mon conjoint/mes enfants/mon entourage aimaient ce légume

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	66,2%	58,9%	57,7%
Total pas d'accord	33,8%	41,1%	42,3%
Total des répondants	334	445	1764

Q17-7- On me proposait une garantie de terroir ou de lieu de production

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	62,6%	67,4%	69,7%
Total pas d'accord	37,4%	32,6%	30,3%
Total des répondants	334	445	1764

Q17-8- On me proposait de l'ail qui se conserve longtemps

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	76,9%	78,9%	78,5%
Total pas d'accord	23,1%	21,1%	21,5%
Total des répondants	334	445	1764

Q17-9- On me proposait des informations sur les variétés et leurs caractéristiques gustatives

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	69,5%	65,2%	67,3%
Total pas d'accord	30,5%	34,8%	32,7%
Total des répondants	334	445	1764

Q17-10- On me proposait des conditionnements avec ail, oignon et échalote mélangés

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	76,3%	63,6%	57,7%
Total pas d'accord	23,7%	36,4%	42,3%
Total des répondants	334	445	1764

Q17-11- On me proposait des têtes d'ail plus grosses

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	67,4%	53,9%	54,0%
Total pas d'accord	32,6%	46,1%	46,0%
Total des répondants	334	445	1764

Q17-12- On me proposait des têtes d'ail plus petites

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	52,1%	48,3%	42,1%
Total pas d'accord	47,9%	51,7%	57,9%
Total des répondants	334	445	1764

Q17-13- On me proposait des idées d'utilisations de l'ail simples et rapides

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Total d'accord	74,9%	63,8%	62,5%
Total pas d'accord	25,1%	36,2%	37,5%
Total des répondants	334	445	1764

Q18 – Consommez-vous ne serait-ce que de temps en temps, de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Oui	84,0%	85,0%	87,2%
Non	16,0%	15,0%	12,8%
Total des répondants	388	528	2011

Q18bis - Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous jamais d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ? (Total raisons principale et secondaire)

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Je n'y pense pas	37,1%	32,9%	35,0%
Je n'aime pas	43,5%	39,2%	42,4%
Je ne cuisine pas (ou peu)	38,7%	35,4%	37,4%
C'est ennuyeux à préparer	24,2%	25,3%	21,0%
Je ne le digère pas bien	22,6%	35,4%	28,8%
Cela me donne une mauvaise haleine	29,0%	27,8%	27,6%
Autre raison	4,8%	3,8%	7,8%
Total des répondants	62	79	257

Q19 - Dans votre foyer, quelle est la fréquence de consommation d'ail **cru** ?

Q19-1- Au printemps

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Tous les jours ou presque	24,8%	11,6%	15,0%
2 ou 3 fois par semaine	22,1%	22,0%	27,7%
Une fois par semaine	17,5%	16,0%	18,1%
2 ou 3 fois par mois	15,0%	15,1%	15,2%
Moins souvent	9,5%	21,8%	15,5%
Jamais	11,0%	13,4%	8,6%
Total des répondants	326	449	1754

Q19-2- En été

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Tous les jours ou presque	16,0%	11,6%	14,5%
2 ou 3 fois par semaine	29,1%	22,9%	30,7%
Une fois par semaine	20,2%	14,9%	17,5%
2 ou 3 fois par mois	13,5%	18,3%	15,5%
Moins souvent	11,0%	20,7%	14,1%
Jamais	10,1%	11,6%	7,6%
Total des répondants	326	449	1754

Q19-3- En automne

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Tous les jours ou presque	15,6%	11,1%	12,5%
2 ou 3 fois par semaine	25,5%	21,2%	26,2%
Une fois par semaine	22,4%	16,3%	19,9%
2 ou 3 fois par mois	13,5%	17,8%	16,5%
Moins souvent	11,7%	19,2%	16,0%
Jamais	11,3%	14,5%	8,8%
Total des répondants	326	449	1754

Q19-4- En hiver

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Tous les jours ou presque	18,4%	9,8%	12,8%
2 ou 3 fois par semaine	25,8%	21,4%	25,3%
Une fois par semaine	17,5%	16,7%	18,8%
2 ou 3 fois par mois	14,4%	18,7%	17,2%
Moins souvent	12,0%	19,2%	16,6%
Jamais	12,0%	14,3%	9,2%
Total des répondants	326	449	1754

Q19bis- Dans votre foyer, quelle est la fréquence de consommation d'ail **cuit** ?

Q19bis-1- Au printemps

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Tous les jours ou presque	27,6%	12,5%	14,5%
2 ou 3 fois par semaine	26,7%	26,7%	27,3%
Une fois par semaine	17,5%	21,6%	21,9%
2 ou 3 fois par mois	15,3%	19,6%	18,9%
Moins souvent	9,5%	16,9%	14,6%
Jamais	3,4%	2,7%	2,7%
Total des répondants	326	449	1754

Q19bis-2- En été

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Tous les jours ou presque	19,6%	11,8%	12,9%
2 ou 3 fois par semaine	30,1%	27,8%	28,3%
Une fois par semaine	20,6%	20,0%	21,4%
2 ou 3 fois par mois	15,3%	19,4%	18,2%
Moins souvent	10,7%	18,3%	16,2%
Jamais	3,7%	2,7%	3,0%
Total des répondants	326	449	1754

Q19bis-3- En automne

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Tous les jours ou presque	22,4%	12,9%	13,8%
2 ou 3 fois par semaine	26,4%	28,7%	28,5%
Une fois par semaine	24,5%	21,8%	23,4%
2 ou 3 fois par mois	17,2%	19,8%	20,2%
Moins souvent	5,8%	14,7%	11,7%
Jamais	3,7%	2,0%	2,4%
Total des répondants	326	449	1754

Q19bis-4- En hiver

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Tous les jours ou presque	25,2%	12,7%	14,4%
2 ou 3 fois par semaine	23,3%	30,1%	28,6%
Une fois par semaine	24,5%	19,6%	22,7%
2 ou 3 fois par mois	16,6%	20,7%	19,6%
Moins souvent	7,4%	14,5%	12,1%
Jamais	3,1%	2,4%	2,5%
Total des répondants	326	449	1754

Q20 – Dans votre foyer, s'il vous arrive de manquer d'ail vendu au rayon fruits et légumes frais, le remplacez-vous par....

Q20-1- De l'oignon

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Souvent	44,8%	31,0%	28,3%
De temps en temps	36,2%	37,0%	37,9%
Rarement	11,3%	15,6%	16,4%
Jamais	7,7%	16,5%	17,3%
Total des répondants	326	449	1754

Q20-2- De l'échalote

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Souvent	32,8%	20,7%	21,8%
De temps en temps	37,4%	40,5%	40,9%
Rarement	16,3%	20,0%	18,7%
Jamais	13,5%	18,7%	18,6%
Total des répondants	326	449	1754

Q20-3- De l'ail en surgelé

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Souvent	17,5%	10,0%	10,8%
De temps en temps	25,2%	18,7%	18,3%
Rarement	20,6%	16,3%	18,2%
Jamais	36,8%	55,0%	52,7%
Total des répondants	326	449	1754

Q20-4- De l'ail en déshydraté

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Souvent	23,6%	24,1%	18,5%
De temps en temps	25,5%	29,0%	27,2%
Rarement	20,9%	19,8%	21,7%
Jamais	30,1%	27,2%	32,6%
Total des répondants	326	449	1754

Q20-5- De l'ail en purée/pulpe/ pelé...

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Souvent	18,1%	6,2%	7,4%
De temps en temps	22,7%	16,5%	14,7%
Rarement	21,5%	16,9%	18,8%
Jamais	37,7%	60,4%	59,2%
Total des répondants	326	449	1754

Q20bis – Lorsque vous remplacez de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais par de l'oignon, de l'échalote, de l'ail en surgelé, de l'ail en déshydraté, de l'ail en purée/pulpe/pelé, est-ce le plus souvent dans des utilisations

Q20bis-1- De l'oignon

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Crues	33,0%	30,8%	36,7%
Cuites	67,0%	69,2%	63,3%
Total des répondants	264	305	1162

Q20bis-2- De l'échalote

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Crues	43,2%	49,1%	54,6%
Cuites	56,8%	50,9%	45,4%
Total des répondants	229	275	1100

Q20bis-3- De l'ail en surgelé

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Crues	40,3%	38,8%	39,6%
Cuites	59,7%	61,2%	60,4%
Total des répondants	139	129	510

Q20bis-4- De l'ail en déshydraté

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Crues	35,6%	39,9%	40,1%
Cuites	64,4%	60,1%	59,9%
Total des répondants	160	238	802

Q20bis-5- De l'ail en purée/pulpe/ pelé...

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Crues	45,1%	42,2%	45,3%
Cuites	54,9%	57,8%	54,7%
Total des répondants	133	102	386

Q21 - Où gardez-vous/ conservez-vous l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais à votre domicile ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Au réfrigérateur	14,7%	7,3%	10,3%
A l'air libre/ dans le comptoir	47,3%	54,3%	52,0%
Dans un récipient dans le garde-manger, placard, étagère	37,5%	36,9%	35,3%
Autre	0,6%	1,5%	2,4%
Total des répondants	347	464	1810

Q22 - Combien de temps environ conservez-vous l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Moins de 2 mois	47,8%	45,7%	54,9%
2-3 mois	30,8%	36,2%	30,3%
3-6 mois	15,6%	13,8%	11,4%
6-12 mois	3,2%	3,2%	2,3%
Plus de 12 mois	2,6%	1,1%	1,1%
Total des répondants	347	464	1810

Q23 - Vous arrive-t-il de jeter de l'ail vendu au rayon fruits et légumes frais ?

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Oui	45,0%	48,9%	45,4%
Non	55,0%	51,1%	54,6%
Total des répondants	347	464	1810

Q23bis - Si oui, pour quelle(s) raison(s) ? (Total raisons principale et secondaire)

	18-29 ans	30-44 ans	Total population
Vous n'avez pas eu besoin de l'utiliser entièrement pour la recette choisie	24,4%	19,4%	20,6%
Vous ne savez pas comment utiliser une petite quantité/ les restes	20,5%	7,9%	9,1%
Vous l'avez oublié là où vous l'aviez stocké	31,4%	30,4%	25,8%
Vous n'avez pas eu le temps de le cuisiner	49,4%	48,0%	48,7%
Il s'est mal conservé (les gousses ont germé/ont pourri/ont séché)	61,5%	80,2%	81,2%
Autre raison	0,6%	2,2%	1,7%
Total des répondants	156	227	821

POUR ALLER PLUS LOIN : www.ctifl.fr

CONTACT : Pascale Cavard-Vibert, mail : pascale.cavard-vibert@ctifl.fr

ÉQUIPE PROJET : Catherine Baros

Action financée par

