



la diversité en genre et en nombre

Paris, le 12 juillet 2012

COMMUNIQUE DE PRESSE

PRES DE 350 MILLIONS D'EUROS SERONT DÉPENSÉS PAR LES MÉNAGES MUSULMANS PENDANT LE MOIS DE RAMADAN

SOLIS, cabinet spécialisé dans les études marketing, a estimé à près de **350 millions d'euros les dépenses alimentaires des ménages musulmans, en France, durant le mois de jeûne du Ramadan** qui devrait débuter le 20 juillet prochain.

Ces dépenses concerneront pour l'essentiel les achats de viande, produits d'épicerie, produits laitiers, produits frais et les boissons.

Le mois de jeûne musulman est marqué par une hausse sensible de la consommation dont le niveau varie en fonction des types de produits.

Outre une plus forte propension à la consommation des familles durant cette période (*préparations culinaires plus élaborées, rupture du jeûne et prise des repas dans un cercle familial élargi, consommation plaisir...*), la demande est entretenue par :

- une **offre de produits plus abondante** dans les points de vente avec, de plus en plus, un **soutien promotionnel** visible à travers des mises-en-avant et des prospectus spécifiques de la part des distributeurs ;
- mais aussi des **campagnes publicitaires** ciblant les médias communautaires (*radios, Internet...*), voire utilisant les supports des grands médias (*télévision nationale et publicité extérieure notamment*).

Pour les Maghrébins de France qui constituent près de 70% de la population musulmane hexagonale (*le complément se composant essentiellement des originaires de Turquie et en partie des originaires d'Afrique subsaharienne*), la dernière enquête Horizons Shoppers conduite par Solis montre que :

- 82% des personnes majeures ont déclaré avoir jeûné tout ou partie du dernier mois de Ramadan;
- 76% déclarent avoir passé la plus grande partie du dernier mois de Ramadan en France métropolitaine.

Hormis les achats de viande qui pèsent fortement dans le budget des ménages, Solis a étudié un panier de **15 produits de consommation courante** dont les performances de ventes, pendant le Ramadan, ont été classées en **4 catégories** :

1. Les **produits saisonniers, associés traditionnellement au Ramadan**, présentant un pic de ventes avec une forte contribution de cette période à leur chiffre d'affaires : les feuilles de brick, les dattes, le lait fermenté et les soupes traditionnelles du Maghreb, l'harira et la chorba ;

2. **Les produits bénéficiant d'un fort impact pendant cette période**, certains dopés éventuellement par une météo clémente : les sodas, colas, boissons fruitées, jus de fruit du rayon frais et les fromages à pâtes fondues utilisés dans l'élaboration de plats orientaux ;
3. **Les produits enregistrant des progressions conséquentes** pendant cette période mais dont la consommation est régulière tout au long de l'année : les produits de charcuterie, les yaourts nature ou aux fruits, le couscous en graines, les bouillons en cube et les sauces à base de tomate ;
4. **Les produits dont la consommation s'accroît mais avec une amplitude plus modérée** : les plats cuisinés, les chocolats en barres ou en tablettes, les céréales et les corn-flakes.

Cette structure de consommation varie en fonction d'un certain nombre de paramètres, **l'âge et l'activité professionnelle notamment, qui vont influencer sur ses composantes.**

A titre d'exemple, les classes d'âges les plus jeunes, les 18-34 ans, achètent davantage de soupes liquides ou déshydratées de type chorba ou harira, que leurs aînés pour lesquels ces produits sont encore élaborés majoritairement de manière domestique. De même les céréales et les cornflakes, les jus de fruits frais ou les yaourts, séduisent les plus jeunes, notamment comme constituants de la dernière collation avant le début du jeûne, en place de plats traditionnels.

Ces **nouvelles tendances de consommation** conjuguent à la fois praticité pour les actifs, plaisir de consommer, respect des traditions et échanges culinaires interculturels.

Contact : Abbas BENDALI 01 55 37 96 00 / 06 22 07 77 05 / a.bendali@solisfrance.com

Fiche technique de l'étude SOLIS

1405 individus âgés de 18 à 64 ans, résidants dans les 4 régions françaises qui concentrent la plus grande partie de la population originaire du Maghreb : Île de France, Rhône-Alpes, PACA et Nord-Pas de Calais

Les interviews se sont déroulées en face à face entre le 14 octobre et le 7 novembre 2011.

L'échantillon a été recruté sur des quotas de sexe, d'âge, du pays d'origine des individus ou des parents pour les personnes nées en France métropolitaine.

Les résultats ont été redressés sur la base des estimations exclusives établies par Solis et extrapolés pour l'ensemble des 4 régions françaises.