

Bilan du dispositif BQP Bouclier Qualité Prix

Présentation du 24 11 2025



pigé !



- **Etude on-line via Panel974**, 12 000 membres **PANEL974**



- Echantillon représentatif de **1 012 foyers réunionnais**

(tirage aléatoire au sein du panel + quotas selon les données INSEE sur le genre, l'âge de la personne référente du foyer, ainsi que la région d'habitation, ...)
(1 007 interviews en 2022)

Précision statistique : marge d'erreur maximale de +/- 3.2%



- **Interview** du responsable des courses au sein du foyer



- **Recueil du 20 au 28 octobre 2025** (7 au 10 avril en 2022)



Pour les ménages, une situation qui s'aggrave

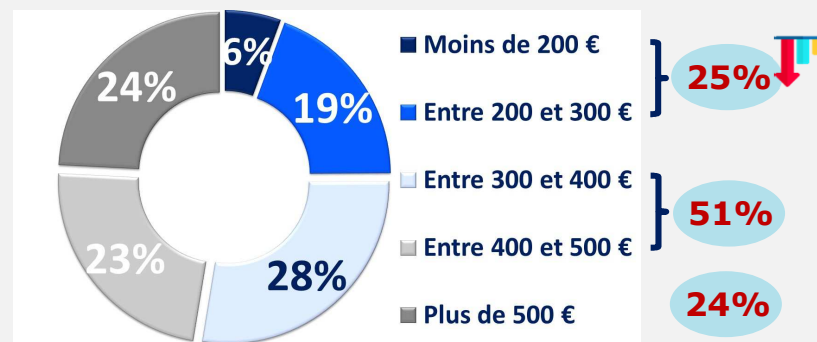
pigé !

Renforcement de la variable prix dans les critères de choix

	En 1°	Total
Le prix	58%	94%
La qualité du produit, des ingrédients	22%	81%
La qualité gustative	11%	77%
L'origine locale	6%	58%
La marque	3%	54%

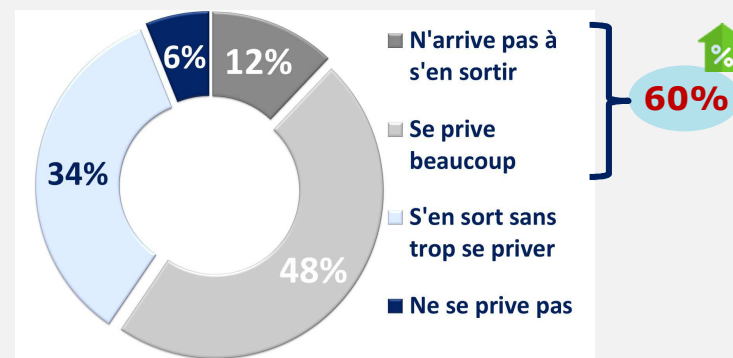
Les prix sont jugés trop chers (89%),
comme ayant fortement augmenté (69%)
avec une situation qui va se dégrader (62%)

Budget des courses en hausse



En forte augmentation (46%)
En forte hausse à l'avenir (48%)

Pouvoir d'achat qui se dégrade



En forte diminution (38%)
En forte baisse à l'avenir (40%)

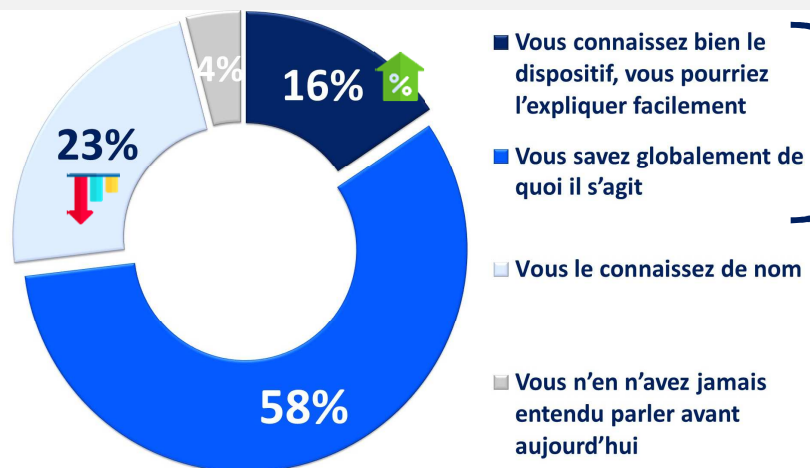


Le niveau de **connaissance** du BQP s'améliore, lié à la visibilité en magasins et à la communication

pigé!

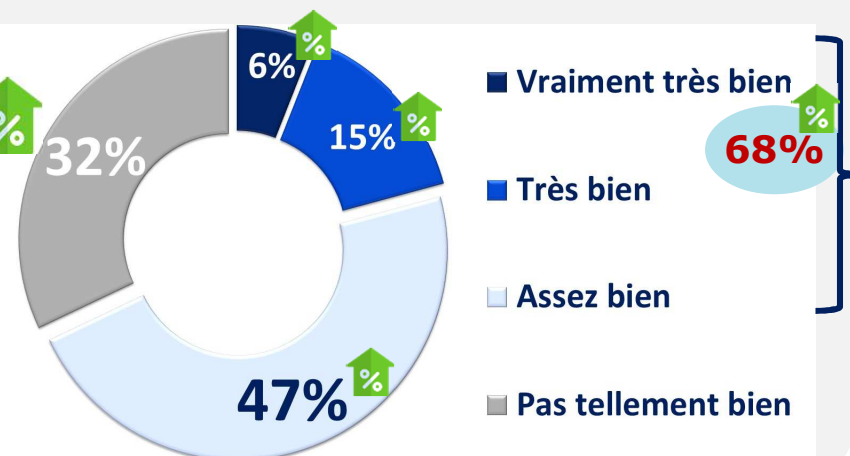


Niveau de connaissance

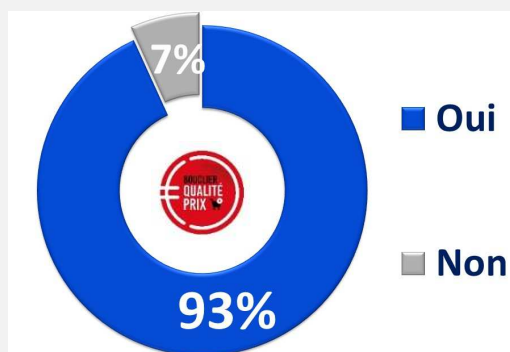


Degré de connaissance

Base : connaît le dispositif et/ou le logo



Reconnaissance du logo

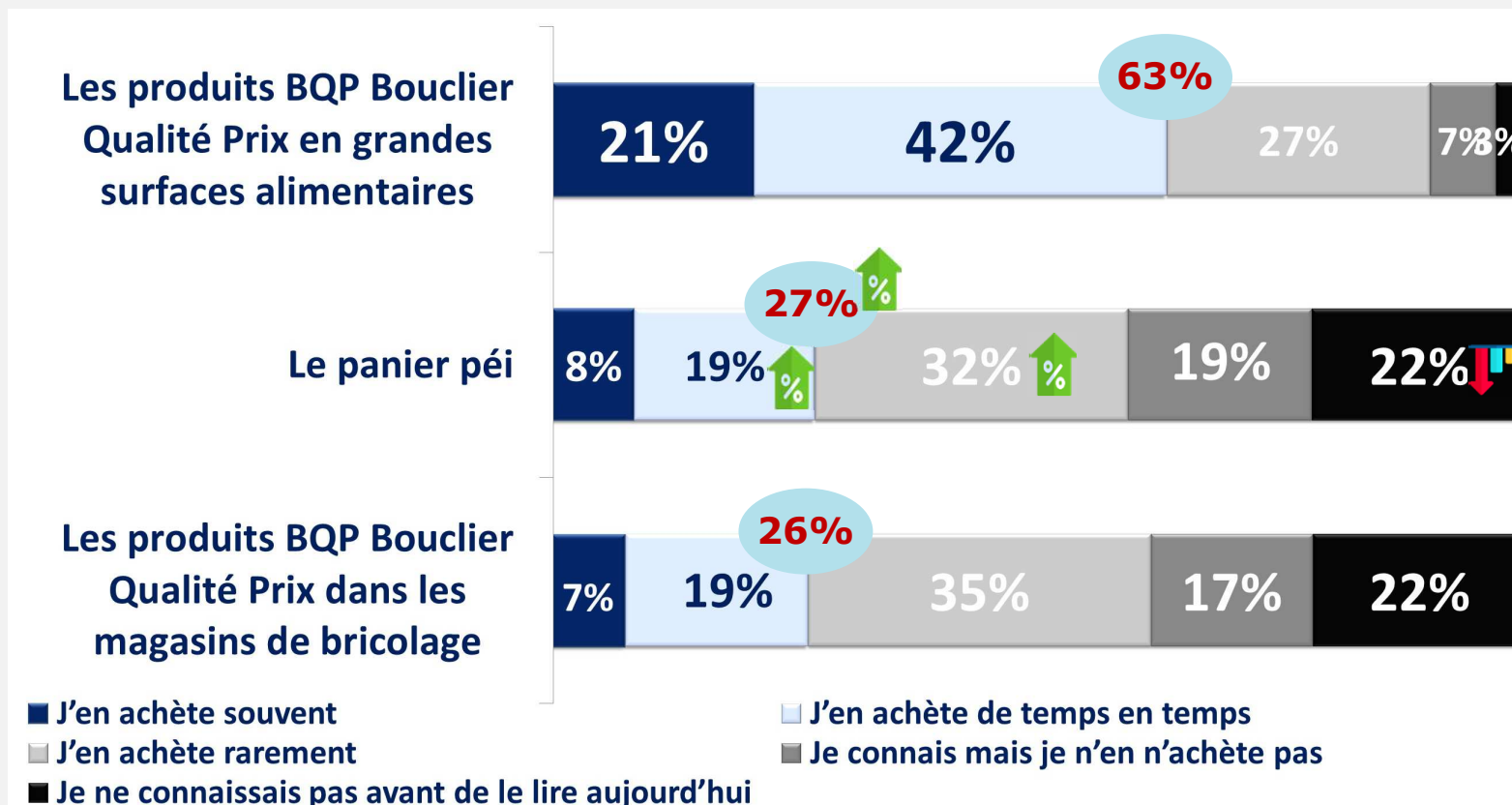


A connu le BQP par ...





Les achats progressent : 71% des foyers (+ 9 points)





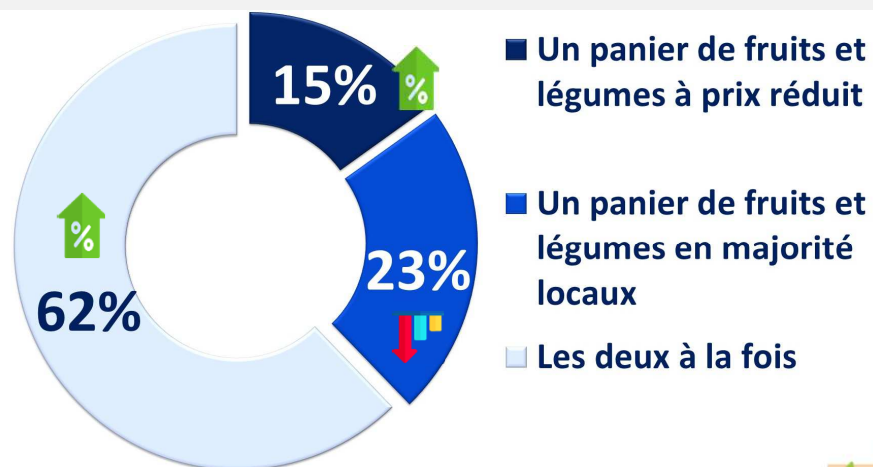
Très forte attractivité du panier péi : 9 foyers sur 10

pigé !



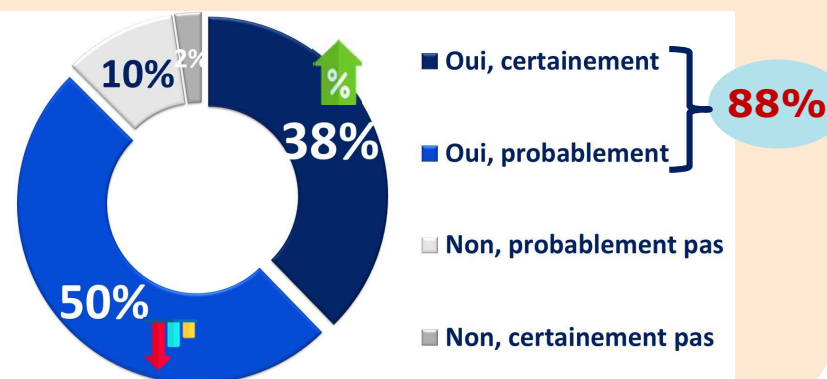
Degré de connaissance du panier péi

Base : connaît le panier péi



Intention d'achat si disponible dans son magasin

Base : connaît le panier péi, ne l'achète pas

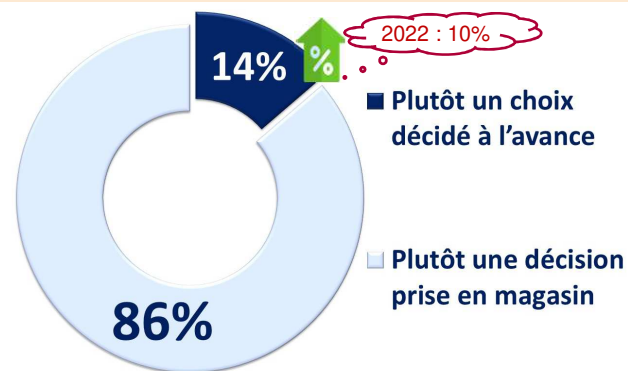




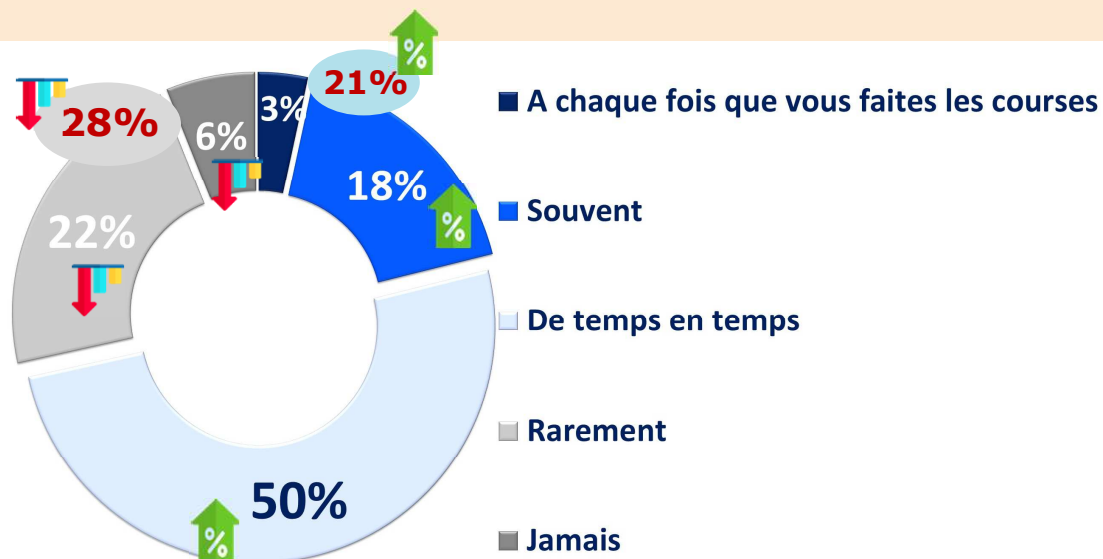
Mais on ne pense pas assez au dispositif BQP



**L'acte d'achat
s'effectue en point
de vente**



**L'incitation à l'achat se
fait lorsqu'on voit un
produit BQP en rayon**





- Le **mécanisme d'application** par les enseignes **n'est pas connu** et on reproche au BQP de ne pas concerner assez de produits de qualité, de marques, de produits qui ont du goût, de production locale
- **Pas assez visible en magasin**, on y prête peu attention, on se considère **trop peu informé** et on juge **qu'il ne correspond pas assez à ses attentes**
- Dans 3 cas sur 10 on estime ne pas avoir facilement accès aux magasins qui le proposent



→ Après avoir pris connaissance du dispositif, **son attractivité est satisfaisante** mais ce n'est pas un enthousiasme marqué, les performances obtenues en intérêt et intention d'achat étant au niveau des standards pour un concept qui plaît, avec cependant de bonnes fréquences d'achat déclarées

→ Les **réactions restent critiques** : pas assez de produits concernés, des réductions de prix pas assez élevées (versus promotions ?), des **enseignes qui de toute façon se rattrapent sur d'autres produits**, un acte politique avec un fonctionnement **peu transparent** qui inspire **peu confiance**, avec des prix pas plus intéressants que les promotions, **pas assez efficace pour préserver son pouvoir d'achat**

En positif, on se déclare prêt à acheter plus de produits BQP s'ils sont mieux mis en valeur en rayon et il n'est pas attribué qu'aux ménages défavorisés



- **Les attentes restent très élevées sur tous les axes** : plus de produits, présents dans davantage de magasins, regroupés au sein des points de vente, avec indication des économies réalisées, et une campagne d'information sur le mode de fonctionnement et les produits concernés



- Pour promouvoir le BQP il convient de **communiquer** mais aussi de **doper sa visibilité** en magasin et **mettre en avant** la possibilité de **faire des économies** compte tenu de la situation financière des foyers qui se dégrade

Des questions ?

pigé

