

Bilan du dispositif BQP Bouclier Qualité Prix

Présentation du 24 11 2025



pigé !



Méthodologie

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



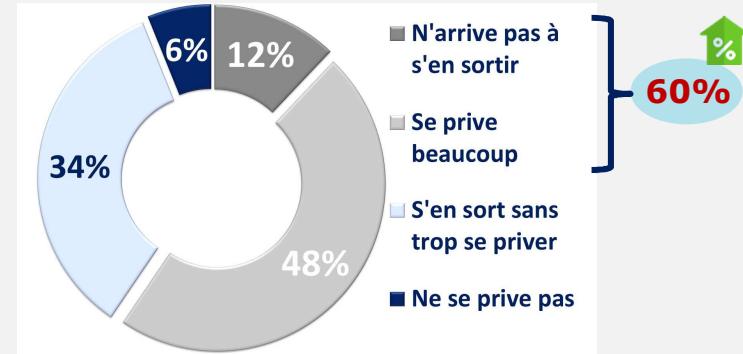
Les prix sont jugés trop chers (89%), comme ayant fortement augmenté (69%) avec une situation qui va se dégrader (62%)

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%)

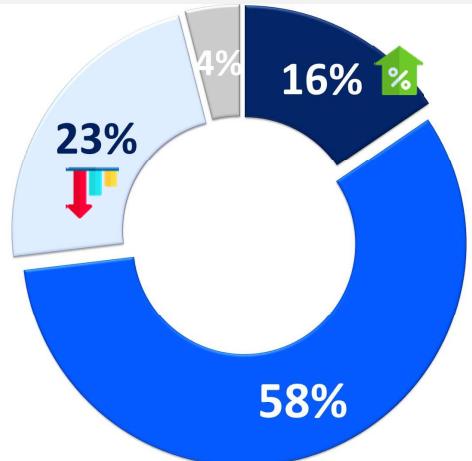


Le niveau de connaissance du BQP s'améliore, lié à la visibilité en magasins et à la communication

pigé !



Niveau de connaissance

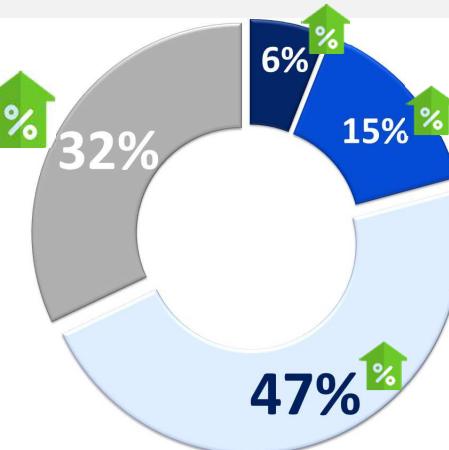


- Vous connaissez bien le dispositif, vous pourriez l'expliquer facilement
- Vous savez globalement de quoi il s'agit
- Vous le connaissez de nom
- Vous n'en n'avez jamais entendu parler avant aujourd'hui



Degré de connaissance

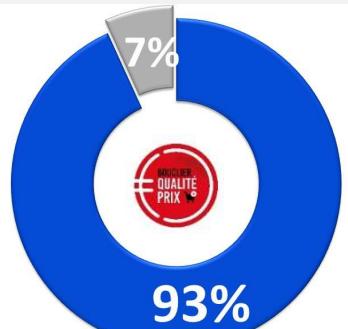
Base : connaît le dispositif et/ou le logo



- Vraiment très bien
- Très bien
- Assez bien
- Pas tellement bien



Reconnaissance du logo



- Oui
- Non



A connu le BQP par ...

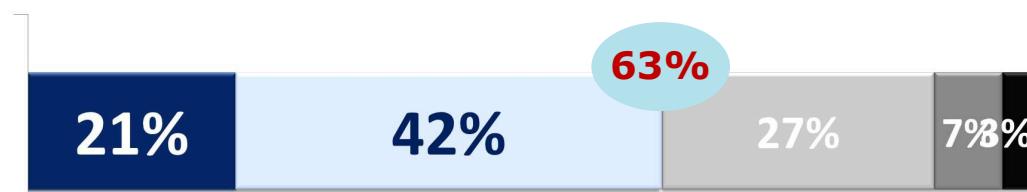




Les achats progressent : 71% des foyers (+ 9 points)

pigé !

Les produits BQP Bouclier
Qualité Prix en grandes
surfaces alimentaires



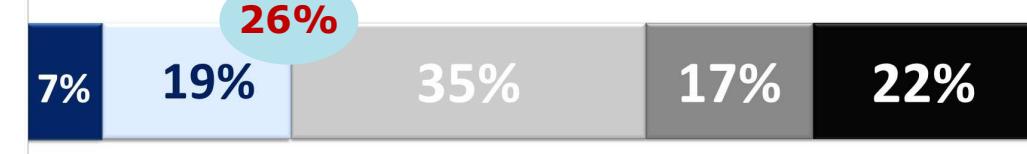
63%

Le panier péi



27% ↑

Les produits BQP Bouclier
Qualité Prix dans les
magasins de bricolage



26%

■ J'en achète souvent

■ J'en achète rarement

■ Je ne connaissais pas avant de le lire aujourd'hui

■ J'en achète de temps en temps

■ Je connais mais je n'en n'achète pas



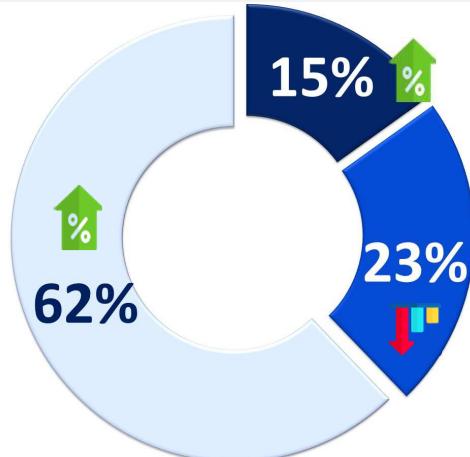
Très forte attractivité du panier péi : 9 foyers sur 10

pigé !



Degré de connaissance du panier péi

Base : connaît le panier péi



- Un panier de fruits et légumes à prix réduit
- Un panier de fruits et légumes en majorité locaux
- Les deux à la fois



Intention d'achat si disponible dans son magasin

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



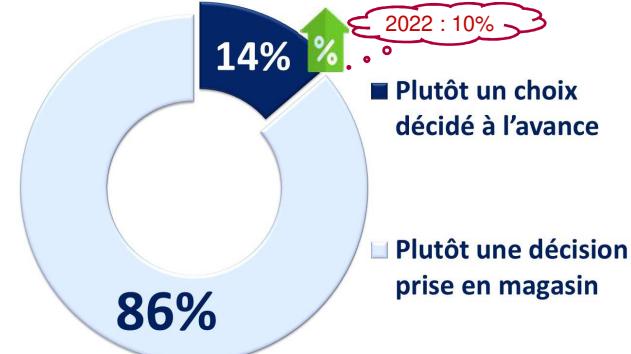


Mais on ne pense pas assez au dispositif BQP

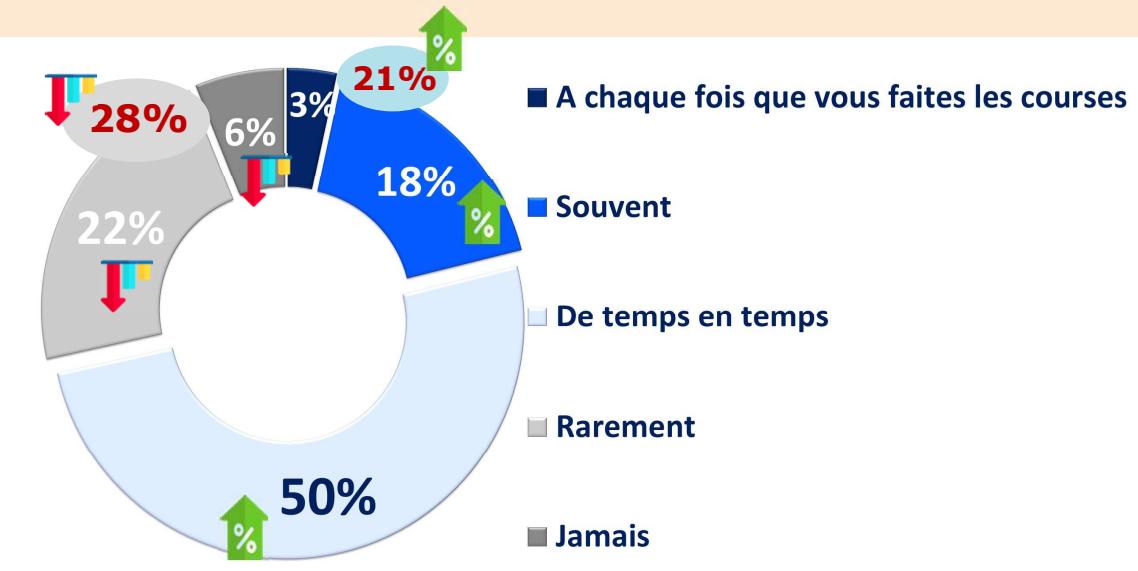
pigé !



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 !