

Etude de marché

Bio à CRoQUeR



SOMMAIRE

- I. *Présentation*
- II. *Etude Documentaire*
- III. *Etude Qualitative*

Résultats de l'Etude qualitative

- IV. *Etude Quantitative*

Résultats de l'étude Quantitative

- V. *Conclusion*
- VI. *Annexes*

Présentation

... nouveau concept, installé à Marrakech...

*Pour un retour à la nature tout en dégustant une cuisine saine et peu calorique, Le Restaurant « **BIO à CROQUER** » surfe sur la vague bio et vous propose un service particulier, des plats diététiques, menus à base de produits issus de l'agriculture biologique, une cuisine exceptionnelle, fraîche, légère, tout à base de cuisson douce, adaptée à vos goûts...*

Concept :

Restaurant proposant des repas Bio & Light « naturel à table »

Motifs :

- Les gens sont de plus en plus soucieux à propos de leur santé et forme
- Changer cette idéologie qui associe « manger dans un restaurant » à la mauvaise alimentation, la prise de poids, les problèmes digestifs etc.
- Possibilité de concilier RESTAURANT et REGIME
- Une certaine catégorie de personnes qui est quasiment privé de manger dans des restaurants : diabètes, obèses...

Services :

- Cadre approprié « thème : santé, bio, light... »
- Service très soigné : accueil chaleureux, conseils de nos professionnels (diététiciens), carte spécial : diabète, régime, problèmes de cholestérol etc.
- Services annexes : livraison à domicile, livraison pour les entreprises...

« Étude documentaire »



5 L'ENVIRONNEMENT

Le Maroc

Pays méditerranéen et africain, le Maroc par ses richesses naturelles exceptionnelles est en seconde position des régions biogéographiques du bassin méditerranéen pour le taux de biodiversité. Ce pays a une responsabilité nationale et internationale à assumer, en vue de garantir la pérennisation des riches qui composent son patrimoine pour le bénéfice des générations futures et de la planète. Face aux pressions démographiques et économiques, induisant une transformation des paysages et la disparition de nombreuses espèces animales et végétales, on a pu identifier au Maroc un important réseau de 146 sites d'intérêt biologique majeur (SIBE) en vue de les classer en réserves avec pour perspective de conserver ou améliorer et dynamiser la biodiversité du pays et ce, dans le cadre du Plan Directeur des Aires Protégées (PDAP). Ces réserves englobent des écosystèmes représentatifs de la diversité biologique méditerranéenne. Elles servent à maintenir la capacité productive des écosystèmes remarquables à fournir des possibilités d'études et de suivi de leur évolution. Le mode de gestion proposé s'appuie prioritairement sur trois grands principes : - définition claire des objectifs de protection-conservation et des qualités bioécologiques des milieux, - mise en place d'un dispositif d'aménagement et de gestion durable fondé sur le système de la zonation par type et objectif, - création de rapports de partenariat, contractualisés avec les usagers, les exploitants et les responsables politiques. Ces principes sont fondés sur les recommandations du Sommet de la Terre.

Environnement Socio Culturel

Quoi acheter des produits bios ?

La première motivation d'achat des consommateurs de produits bio est le souci de santé. Ils aspirent à une alimentation saine, naturelle. La quête de goût authentique et le souci de l'environnement sont aussi des valeurs mises en avant par les personnes qui achètent du bio.

Des travaux menés par Bertyl Sylvander de l'INRA ont permis de définir schématiquement trois types de consommateurs :

- Les nostalgiques qui représentent environ 20 % de la population des personnes sensibilisées à l'agriculture biologique. Population d'origine populaire et paysanne, essentiellement des retraités, elle est très attachée aux circuits commerciaux traditionnels, comme les marchés, et aux valeurs passées en matière culinaire et gastronomique ;
- Les militants qui ont adhéré à l'agriculture biologique dans les années 70.
Ils représentent environ 30 % des consommateurs, sont opposés à l'agriculture intensive et ont le souci de l'environnement. Composés d'enseignants, de professions intermédiaires de santé et d'artistes, ils ont entre 45 et 55 ans ;
- Les nouveaux consommateurs, essentiellement préoccupés par des valeurs de santé. Ils rassemblent environ 50 % de la clientèle bio.

A l'occasion de PRINTEMPS BIO, semaine nationale d'information et de promotion de l'Agriculture Biologique, organisée par l'ensemble des acteurs du monde Bio, une enquête CSA a été réalisée auprès des consommateurs français.

Près d'un français sur deux consomme des produits bios.

Aujourd'hui 47 % des Français consomment des produits Bio.

Ils sont 19 % à en consommer régulièrement, contre seulement 9 % il y a

Etude de marché

7

**, ce qui confirme un véritable phénomène de recrutement et de
ation de consommateurs réguliers.

Hommes et femmes se retrouvent quasiment à niveau égal avec 48 % de consommateurs masculins contre 45 % chez les femmes.

Les " quadra " et les " quinquia " sont les principaux adeptes des produits Bio, en particulier pour les 50-64 ans qui sont 57 % à en consommer.

Toutes les catégories sociales sont concernées, confirmant ainsi un net rééquilibrage, avec par exemple : 47 % de consommateurs chez les ouvriers ou encore 52 % chez les cadres.

Toutes les zones d'habitation sont représentées : le monde rural en premier avec 49 % de consommateurs et Paris en dernier avec quand même 44% de consommateurs.

La Bio : une réponse satisfaisante face à l'insécurité alimentaire.

Dans un contexte de doute général, 57 % des Français pensent que l'Agriculture Biologique apporte une réponse satisfaisante aux préoccupations alimentaires actuelles.

Ils sont en effet 73 % à citer la santé comme raison de consommation des produits Bio, ou encore 40 % à faire référence à la sécurité.

Les raisons éthiques et environnementales représentent, pour leur part, 46 % des indications des consommateurs.

La Bio : c'est Bon

Deux Français sur trois (66 %) citent la qualité et le goût comme raisons de consommation des produits Bio, alors qu'ils étaient moins d'un sur quatre il y a 10 ans.

C'est aujourd'hui la deuxième motivation de consommation des produits Bio, juste derrière la santé.

La Bio plus chère : c'est normal

59 % des Français estiment qu'il est normal de payer plus cher les produits Bio, compte tenu de la mise en œuvre de techniques très exigeantes, d'un emploi accru de main d'œuvre et de coûts de contrôle importants. Ce

Etude de marché

8 Le prix grimpe à 85 % chez les consommateurs réguliers.
85 % des Français sont prêts à payer plus cher un produit Bio que le même produit non biologique.

Une notoriété en forte progression pour la Marque AB

Aujourd'hui, 41 % des interviewés déclarent connaître la Marque AB, signe officiel de reconnaissance des produits issus de l'Agriculture Biologique, contre environ 10 % en 1998. Soit une notoriété multipliée par 4 en trois ans.

Un bémol toutefois, 58 % des sondés déclarent encore ne pas connaître la Marque AB.

Le niveau d'information est lui aussi en forte progression, passant de 17% des consommateurs s'estimant bien informés en 1998 à 49 % aujourd'hui. Il reste cependant 48 % des français qui s'estiment encore mal informés sur la Bio, ce chiffre montant jusqu'à 59 % chez les non consommateurs.

Environnement économique

L'importance des Budgets de dépenses alimentaires et de loisirs

Depuis les années 90, les marocains ont tendance à augmenter leurs budgets dédiés aux dépenses alimentaires. Ce poste devient la conséquence d'une volonté forte de bien manger de la part des marocains en raison de la menace de la « mal-bouffe ». Outre l'augmentation du budget moyen des marocains consacrés à l'alimentaire, on constate aussi une tendance démontrant l'importance croissante de leur budget loisirs. Cette conjoncture est d'autant plus favorable pour notre projet que nous souhaitons mêler l'aspect festif à la restauration biologique.

L'incidence de la TVA

Taux de 10 % ADD applicable à l'activité de restauration (établissements de restauration rapide, traiteurs, etc.). A compter du 1er janvier 2001.

Environnement politico légal

La réglementation du secteur de la restauration

Sur le plan de la réglementation, et compte tenu de leur caractère touristique, les restaurants sont régis par la loi 61-00 portant statut des établissements touristiques promulguée en 2003. Ils sont classés en « fourchettes » en quatre catégories distinctes :

- Luxe ;
- 3 fourchettes ;
- 2 fourchettes ;
- 1 fourchette.

En vertu des dispositions du **Dahir n° 1-02-176 du 13 juin 2002 portant promulgation de la loi 61-00 portant statut des établissements touristiques**, parue au B.O n° 5030 du 15 août 2002, le classement des restaurants est obligatoire.

Le classement s'acquiert par une procédure laissée à la diligence du propriétaire qui doit en faire la demande auprès des autorités locales, de la délégation du tourisme de la zone de laquelle relève l'établissement.

A l'instar des hôtels, le classement des restaurants s'effectue sur la base de normes minima arrêtées par voie réglementaire. Il est réalisé en deux étapes distinctes mais complémentaires :

Le classement technique provisoire : Il intervient en amont au moment du dépôt du dossier technique (plans) visant la construction ou l'aménagement d'un projet touristique.

Commission technique de coordination des projets touristiques (CTCPT), créée par la délégation du tourisme, délivre au terme de l'examen du dossier un classement provisoire.

Le classement dit d'exploitation ou définitif : il intervient en aval, après la mise en service de l'établissement. Ce classement est attribué, sur la base des normes techniques minima dimensionnelles et fonctionnelles et après la visite de l'établissement par les membres de la commission régionale de classement. Il est acquis dès réception de la décision de classement signée par le Wali de la région. Une fiche des recommandations est jointe à ladite décision dans laquelle il est énuméré la nature des travaux devant être entrepris, afin que l'établissement soit en conformité avec les dispositions normatives en vigueur.

Tout projet de construction, de transformation ou d'extension doit faire l'objet d'un classement technique provisoire, selon les modalités fixées par voie réglementaire (article 4 de la loi 61-00).

Comme le stipule l'article 11 de la loi , citée ci-dessus, ni le classement technique provisoire ni celui d'exploitation ne dispensent pas le propriétaire du projet des procédures en vigueur pour l'obtention des autorisations et des licences requises conformément aux règles de droit commun, notamment le permis d'habiter, l'autorisation d'exploitation, etc. Ces documents administratifs sont délivrés, au niveau de chaque région, par les autorités locales (agence urbaine, la wilaya ou la province, la municipalité, etc.).

Outre les inspections ayant pour objet le classement initial, les établissements touristiques en général sont soumis, au cours de leur exploitation, à des contrôles périodiques effectués par la commission régionale de classement, tendant à s'assurer notamment de la conformité des bâtiments, des installations techniques et de la qualité des services aux normes correspondant à la catégorie de l'établissement.

La technologie

Les progrès technologiques dans la restauration

Aujourd'hui la restauration fait de plus en plus appel à la technologie pour être efficace. Ce facteur important pour la rentabilité de l'entreprise doit être pleinement pris en compte. C'est pourquoi il est nécessaire de s'équiper en matériel utile et indispensable à l'activité du restaurant sans pour autant se suréquiper et trainer des coûts de matériel immobilisé inutilement.

L'importance des installations techniques

En plus du matériel spécialisé, il faut bénéficier d'infrastructures pratiques et performantes. C'est pour cette raison qu'il faut prendre en compte l'espace fonctionnel, aussi bien en cuisine qu'en salle afin d'obtenir un espace harmonieux et fonctionnel.

La Logistique

Les circuits commerciaux

Les circuits de commercialisation dans le marché du bio est une affaire d'une importance capitale. Il est certainement plus difficile de pénétrer le marché du bio que le marché du conventionnel mais, il n'est pas impossible comme le laissent penser certains opérateurs. Dans le monde entier, ce sont des sociétés spécialisées qui contrôlent la commercialisation des produits bio auprès des grandes surfaces, petits magasins, hôtels, restaurants et même auprès de la ménagère. Au Maroc, les producteurs travaillent directement avec ces sociétés sur la base d'un

t. Cette collaboration se fait selon plusieurs formules en fonction des produits concernés et des moyens du producteur. Elle peut porter uniquement sur le volet commercial comme elle peut s'étendre aux volets technique et réglementaire. A ce titre, certaines sociétés se chargent, en plus de la commercialisation du produit sur le marché européen, des frais de certification et de l'assistance technique. Les fruits et légumes exportés sur le marché européen obéissent à la loi des quotas en vigueur pour les produits conventionnels. Quant aux autres produits, les commandes sont faites directement par des sociétés étrangères auprès des producteurs marocains sur la base des offres faites par ces derniers

L'importance de la traçabilité

Un facteur important de fidélisation et du développement de la clientèle semble aujourd'hui être la possibilité de connaître la provenance des aliments. En effet les marocains veulent savoir ce qu'ils ont dans leurs assiettes pour revenir et se faire un avis sur la crédibilité du restaurant.



LA DEMANDE

Le secteur de la restauration au Maroc

Le marché de la restauration au Maroc ne cesse de prendre de l'importance, et ce grâce aux efforts gouvernementaux favorisant les investissements et échanges.

Malgré un taux de croissance en 2008 de 6,5%, le Maroc est un pays économiquement dynamique et donc en constante progression. C'est pourquoi le marché de la restauration s'est grandement développé depuis ses dix dernières années. Sans oublier l'importance contribution de secteur touristique ; avec 7,88 millions de touristes en 2008, le marché de la restauration voit son ascension accentuée.

Incontestablement, les secrets de la performance, pour le secteur de la restauration, résident dans un ensemble de techniques touchant à diverses disciplines : l'hygiène alimentaire, le management, le marketing, les techniques opérationnelles de production et de conservation des denrées. En fait, il s'agit de mettre sur pieds un plan marketing cohérent et bien articulé qui aura comme tâches essentielles de définir avec précision le concept commercial de l'entreprise et de mettre à profit les potentialités existantes en ressources humaines en vue de garantir une rentabilité optimale tout en sauvegardant le satisfaction du client.

Au Maroc, Les Pouvoirs Publics ne cessent de déployer des efforts pour rendre le climat d'investissement encore plus accueillant : encouragement aux initiatives privées, mesures incitatives instaurées par la Charte d'investissement, libéralisation des échanges, simplification des procédures, assouplissement de la réglementation des changes, promotion des exportations, infrastructures d'accueil et de communication, assistance technique aux investisseurs, etc.

Et malgré la récente crise mondiale, l'économie marocaine résiste mieux que tout autre pays européen de par sa croissance très élevée et de ce fait, le marché de la restauration n'a subi qu'un léger tressaillement, n'empêchant pas la nouvelles chaînes occidentales à investir dans un pays encore en développement et dont l'avenir n'apparaît que très fructueux.



Le secteur des produits BIO

Le Maroc possède un fort potentiel en agriculture biologique, ce domaine, aujourd'hui en pleine expansion, a un avenir prometteur. Il possède une grande diversité d'écosystèmes et de climats qui offrent un large panel d'espèces végétaux (fruits et légumes contre-saison, fruits tropicaux et subtropicaux, espèces spécifiques tel l'arganier, le câprier, le safran, les plantes médicinales). Tous ces atouts permettent au Maroc de se positionner avantageusement sur le marché international des produits biologiques.

Ce secteur compte actuellement plus de 13.000 ha cultivés en bio. Les principaux produits exportés sont : légumes frais, agrumes, olives, dattes, safran, plantes médicinales et aromatiques...

Définition des produits BIO

L'agriculture biologique est née au début du siècle, dans les années 20, mais n'a été officiellement reconnue et définie par le Ministère de l'Agriculture qu'en 1981.

Pendant cette période, les fondements de l'agriculture biologique ont été définis autour de 3 axes :

- règles agronomiques et de transformation des produits précises.
- respect d'un cahier des charges strict pour la production et la transformation.
- contrôle du respect de ces deux engagements par un organisme tiers indépendant.

Globalement, l'agriculture biologique doit permettre, dans une démarche globale, d'atteindre les buts suivants :

- respecter et protéger les écosystèmes naturels et leur diversité génétique ;
- promouvoir et diversifier les cycles biologiques au sein des systèmes agraires en respectant les micro-organismes, la flore et la faune des sols, les cultures et les animaux d'élevage ;
- maintenir et améliorer la fertilité des sols par une fertilisation par engrais organiques (fumiers, engrais verts et composts) ;
- utiliser les ressources naturelles et renouvelables régionales ;
- tendre vers l'autosuffisance en matière organique et éléments nutritifs ;
- donner aux animaux des conditions d'élevage où ils peuvent extérioriser leur comportement spécifique ;
- maintenir la diversité génétique des systèmes agraires ;
- donner, à l'agriculteur, une juste rémunération et un environnement de travail sûr et sain ;
- tenir compte de l'impact des techniques culturales sur l'environnement et le tissu social.

De manière à ce que le consommateur puisse identifier rapidement les produits issus de l'agriculture biologique, un label officiel, le label "AB " (Agriculture Biologique) a été créé par le Ministère de l'Agriculture. C'est le seul label officiel valide. Tout autre signe est assimilable à une marque commerciale qui peut être très éloignée de l'agriculture biologique tant au niveau des conditions de production que de transformation.

Les techniques de culture :

Les agriculteurs bios s'interdisent un certain nombre de pratiques dont les objectifs généraux sont de réduire la pression chimique sur les sols et les végétaux.

- **Principes de production :**

La fertilisation :

Son but est de nourrir, non directement les plantes avec des engrais solubles, mais les êtres vivants du sol (principalement des micro-organismes) qui élaborent et fournissent aux plantes tous les éléments dont elles ont besoin (parmi lesquels des vitamines, des substances de croissance). L'agriculteur bio fait donc globalement moins d'apports, d'où

d'écoulements dans la nappe phréatique d'éléments polluants
e les nitrates.

On distingue deux types de fertilisation :

La fumure organique : elle constitue la base de la fertilisation en agriculture biologique. L'agriculteur incorpore dans le sol des matières organiques compostées (compostage par fermentation aérobie en tas ou en surface), des sous-produits d'élevage provenant d'une exploitation conduite selon le mode de production biologique ou des préparations à base de micro-organismes et de végétaux.

Pour augmenter la fertilité, la pratique des engrais verts (culture de légumineuses principalement comme par exemple la luzerne) est fondamentale. Elle est pratiquée en alternance avec la culture des céréales par exemple de manière à éviter un appauvrissement du sol.

La fumure minérale : elle repose sur l'utilisation de minéraux naturels, n'ayant subi que des traitements physiques.

Le travail du sol :

Il a une plus grande importance qu'en agriculture traditionnelle car sa qualité doit combler l'absence de certains produits fongicides par exemple. Les grands principes du travail du sol en agriculture biologique sont les suivants :

- ameublir le sol sans le retourner
- ne jamais enfouir de matières organiques fraîches
- limiter le nombre de passages avec des matériaux lourds
- travailler au bon moment

Il en découle de forts besoins en main-d'œuvre, comme par exemple pour le binage des cultures de légumes. Ces forts besoins en main-d'œuvre expliquent le prix plus élevé à la vente des produits bio par rapport aux produits de l'agriculture conventionnelle.

Les assolements :

La pratique d'assolements équilibrés est l'une des bases de l'agriculture biologique. Schématiquement elle consiste en l'introduction de légumineuses annuelles ou pluriannuelles et la pratique systématique

rais verts. Un engrais vert permet au sol de se "régénérer" en apportant des matières organiques et des éléments nutritifs. Les légumineuses sont riches en azote et en phosphore, éléments nutritifs alors qu'une culture systématique de céréales contribuerait à l'épuisement des sols. Les céréales et la plupart des légumes ne doivent pas être cultivés plus de deux années sur le même sol.

La lutte contre les mauvaises herbes :

En agriculture biologique, on n'utilise aucun désherbant chimique. Pour lutter contre les mauvaises herbes, l'agriculteur dispose de moyens préventifs (programme de rotation adapté, amélioration de la structure du sol, etc ...) et de procédés mécaniques et thermiques (désinfection à la vapeur, binage et sarclage).

La lutte contre les parasites :

Lorsque les plantes sont mises dans des conditions de développement optimales, de nombreux parasites animaux et maladies disparaissent d'eux-mêmes. Les moyens de lutte appropriés font appel aux prédateurs naturels de ces parasites (lutte biologique) et à leurs ennemis naturels (haies, nids), ou bien à des préparations à base de plantes et de minéraux naturels ou à très faible toxicité et donc très rapidement biodégradables à 100% (insecticides végétaux, fongicides à base de soufre et de cuivre).

Les avantages des produits bios :

Les principaux intérêts de l'agriculture biologique résident dans leur respect de l'environnement. La rotation de cultures extensives, la non-utilisation de pesticides et d'engrais chimiques de synthèse évitent la détérioration des sols arables.

Les pratiques culturales biologiques épargnent aux eaux souterraines ou de surface les pollutions chimiques dont certaines sont extrêmement difficiles à éliminer dans le processus de production d'eau potable.

L'agriculture biologique respecte le paysage : haies conservées, moindre développement de voies de desserte pour assurer l'exploitation des terres et le transport des produits.

Entrepartie, le prix des matières premières bio est plus élevé que celui des ingrédients courants car leur production exige notamment des coûts de main d'œuvre supérieurs (plus de travail du sol), une culture ou un élevage moins intensif, des coûts de collecte et de distribution plus élevés.

Par contre, il n'est pas garanti que la production biologique améliore la qualité gustative des produits contrairement à ce que beaucoup de gens pensent. Le seul argument en faveur de cette hypothèse est le respect plus grand du cycle naturel des plantes (moins de "forçage", de décalage dans les saisons).

En résumé, acheter des produits bios c'est bien pour contribuer au respect de notre environnement mais c'est un peu plus cher.

Diversité des produits biologiques au Maroc :

Deux types de produits biologiques sont actuellement disponibles au Maroc: les produits des plantes sauvages et les produits des plantes cultivées.

La superficie totale exploitée pour les deux types de productions citées ci-dessus est estimée à environ 12.300 ha.

Huit régions principales sont concernées par la production biologique. Les plantations cultivées sont localisées à Rabat, Azemmour, Fès, Taza, Béni Mellal, Marrakech, Agadir et Taroudant. Les plantes médicinales et aromatiques se retrouvent au niveau de presque toutes les régions, avec cependant une spécificité de la région de Marrakech pour la verveine, Taroudant pour le safran et Fès pour le câprier. La vallée de Souss-Massa ressort comme la principale région maraîchère, en raison de son climat subtropical propice pour les productions hors-saison. Certaines régions côtières (Azemmour et Rabat) sont également qualifiées pour ce genre de production.

Productions fruitières émanent de deux régions essentielles: Mekch et Agadir. Les autres régions fruitières du royaume telles que Meknès, Azrou, Midelt et Errachidia sont encore exclues du paysage agro-biologique actuel. Ces régions présentent cependant un potentiel énorme qui reste à être exploité.

Les cultures biologiques sont-elles rentables?

Cette question constitue un souci permanent pour les producteurs. Elle a fait l'objet de plusieurs études en Europe et ailleurs, mais pas au Maroc. Cependant, la majorité des analystes s'accordent à affirmer que, dans l'état actuel des choses, les cultures biologiques sont relativement plus rentables que les cultures conventionnelles. Cette rentabilité dépend bien entendu des spéculations, des rendements à l'hectare et des circuits de commercialisation empruntés. Pour certains produits, le marché est, paraît-il, déjà saturé, c'est le cas par exemple de la carotte et des cultures faciles. Pour d'autres, le rendement à l'hectare est déterminant. Quelle que soit la culture, les rendements sont d'une façon générale faibles pendant la phase de reconversion, mais peu après et au fur et à mesure que l'environnement agrobiologique de la parcelle se stabilise, et que le producteur raffine ses interventions agronomiques, les rendements doivent théoriquement s'améliorer. Même si les rendements en bio n'atteignent jamais ceux des cultures conventionnelles, la hausse des prix offerts au niveau du marché peuvent dans beaucoup de cas compenser la baisse des rendements. En plus, sur le plan agronomique il existe actuellement des approches et des techniques bien adaptées au concept du bio et qui permettent de réaliser des rendements très importants.

Le marché national :

A l'instar de ce qui a été accompli dans certains pays en voie de développement, tels que l'Egypte et la Grèce, et parallèlement aux efforts déployés dans la conquête des marchés étrangers, il est devenu impératif pour le Maroc de développer son propre marché national. Ce marché,

; à mon sens, il est simplement "dormant". Il ne sera probablement aussi important que celui des exportations mais il pourra absorber, néanmoins, une bonne partie de la production nationale. Avec une bonne politique de développement et une stratégie de marketing appropriée, il est très envisageable de promouvoir les produits bio auprès des couches sociales aisées qui se font des soucis sur la santé des aliments qu'ils mettent dans leur assiette et qui peuvent se permettre de payer 10 à 20 % de plus pour les produits bio.

Pour certains produits, même le marocain moyen peut être intéressé par le label bio, car en définitif et, contrairement à plusieurs autres concepts socioculturels, la consommation du bio n'est pas totalement étrangère aux habitudes marocaines. La ménagère marocaine a depuis des années développé le réflexe de se tourner vers le "Beldi" qui n'est rien d'autre qu'une sorte de production bio, qui est peut être mal faite, non certifiée mais qui n'est pas très loin du vrai bio. Il est bien connu dans nos traditions que les produits "beldi" sont préférés aux produits conventionnels non-seulement en raison du goût mais aussi de leur qualité sanitaire. Cet état de fait socioculturel démontre que le marocain moyen est déjà sensibilisé à la qualité sanitaire des aliments et qu'il n'hésitera pas à cultiver davantage cette conscience pour la faire évoluer vers le concept du bio tel qu'il est universellement reconnu et adopté.

En plus, sur le plan agronomique, la production des fruits et légumes Beldi suit des itinéraires similaires à ceux prônés par le concept biologique, par conséquent il ne serait pas ridicule de penser à instaurer un label bio, et donc un marché national, sur la base du concept Beldi moyennant les mécanismes réglementaires actuellement en vigueur. Dans tous les cas, il me semble tout à fait légitime de penser que le marocain du troisième millénaire, tout comme le citoyen européen ou américain, n'hésiterait pas à consommer les produits bio pourvu qu'ils soient disponibles, d'une bonne qualité et à des prix abordables.

« Etude qualitative »



INTRODUCTION

Dans le cadre de notre étude de marché portant sur l'ouverture d'un restaurant offrant des plats à base de produits biologiques ; « Bio à Croquer » et après avoir réaliser une étude documentaire qui nous a

mis de nous renseigner sur le secteur de la restauration et sur réglementations, sur l'agriculture biologique ; ses principes, ses avantages et ses inconvénients, sur les techniques et normes de la production biologique , et également sur les motivations et les habitudes du consommateur marocain vis-à-vis des produits biologiques ; visions et perceptions, nous avons trouver utile de mener une étude qualitative afin d'expliquer davantage les variations du comportement du consommateur marocain, ainsi que ses motivations et freins .

Pour ce faire, nous avons effectué une réunion de groupe dont les membres étaient principalement des étudiants, et 25 entretiens individuels avec des personnes de profils différents ;(femmes au foyer, fonctionnaires, cadres,) .

Nous avons donc, établi un guide d'entretien réparti en 4 parties sur 4 thèmes différents ; alimentation, restauration, produits bios et restaurants bios.

Nous avons également mené un entretien avec un chef cuisinier pour se renseigner encore plus sur ce qu'il en est du côté professionnel du projet.

Tout au long de notre rapport, nous allons essayer de faire part des réponses des différents intervenants auxquels nous avons eu recours.

Résultats de la réunion de groupe

Thème 1 : l'alimentation

Quelles sont vos habitudes en matière d'alimentation, lieu, horaires... ?

Puisque les membres de la réunion étaient principalement des étudiants, ils ont affirmé qu'ils mangeaient souvent dans des snacks, des Fast Food et des buvettes, de deux à trois fois par jour.

Ces derniers ont également déclaré qu'ils mangeaient beaucoup plus par envie et par goût. C'est-à-dire sans soucier du côté sain et diététique des aliments et plats.

2. Quels sont vos plats préférés ?

Les plats qui ont été cités autant que plats préférés, sont les plats traditionnels ; couscous, pastilla, tajine..., également les plats italiens, en distinguant principalement les pâtes et la pizza.

3. Pour vous qu'est ce qu'une alimentation saine ?

L'évocation de l'expression « alimentation saine », à pousser les différents intervenants à parler de légumes et de fruits, de plats complets et équilibrés et aussi du respect d'harmonie entre les composantes des plats.

4. Etes-vous conscients des dangers d'une malnutrition ? Citez ces dangers ?

Pour les répondants, la malnutrition veut dire faire plus attention à son alimentation, et manger d'une manière plus saine, éviter les plats contenant trop de matière grasse et de sucre, également, éviter les fast-food et vérifier la propreté des aliments qu'on mange. Car d'après les répondants, une mauvaise alimentation est cause de cancer d'estomac et d'obésité.

Combien de fois par semaine allez-vous au restaurant, fast-food ? Pour quelle occasion ? Et quel est votre budget (estimation approximative) ?

La majorité des étudiants mangent souvent en dehors de leurs maisons, avec une fréquentation moyenne de 5 fois par semaine avec une dépense allant de 20 à 50dhs. Le reste des répondants, habitant Marrakech, mangent à la maison durant la semaine, et les weekends dans les restaurants avec les amis. Leurs dépenses peuvent arriver jusqu'à 100dhs.

Thème 3 : Produits Bio

1. **Qu'est ce que ce terme évoque pour vous ? Pourriez-vous nous citer les caractéristiques des produits Bio ? (comment peut-on décrire un produit Bio) ?**

Pour les répondants, un produit biologique et un produit naturel, qui a été fait sans des composantes chimiques, un produit de qualité, riche en vitamine.

Mais ils ont également parlé de produit très cher et n'ayant pas de goût.

2. **Pour vous, quelle est la différence entre des plats diététiques à base de produit Bio et des plats normaux ?**

Certains répondants, ne distinguent pas entre produits biologiques et produits normaux, lors que d'autres voient qu'il n'y a pas de différence entre les deux. D'autres distinguent les plats à base de produits biologiques comme étant destinés aux personnes suivant un régime ou ayant un problème de santé comme le diabète par exemple.

3. **Que pensez-vous du concept « Spécial Régime », « Spécial diabète » ...**

Un concept intéressant qui n'existe pas dans les restaurants actuels.

Thème 4 : Restaurant bio

Etude de marché

26

Quelle est votre perception d un restaurant qui propose des plats à base de produits bios ?

La majorité des répondants trouvent que l'ouverture d'un restaurant offrant des plats à base de produits biologiques est intéressante, mais les prix seront assurément trop élevés et pas à la portée de tout le monde.

2. *Connaissez-vous des restaurants de ce genre au Maroc, à Marrakech ?*

Non

3. *Quelles seraient vos attentes vis-à-vis de ce restaurant ?*

En matière de plats, les répondants s'attendent à des plats délicieux, de bonne qualité, et de préférence préparés devant les clients (concept chinois).

D'un autre côté, les répondants insistent sur les tarifs du restaurant, ils trouvent que les prix des produits biologiques sont très élevés, et donc ils recommandent que les prix soient à la portée.

Résultats des entretiens individuels

Thème 1 : l'alimentation

1. *Quelles sont vos habitudes en matière d'alimentation, lieu, horaires... ?*

En matière d'alimentation, les interviewés ont des habitudes différentes du moment où on trouve d'une part ceux qui mangent aux snacks et aux

Restaurants et d'autre part ceux qui préfèrent plutôt les plats préparés eux.

Parmi les interrogés qui mangent à l'extérieur, on trouve une grande partie qui préfère les fast-foods, dans la mesure où ils n'aiment pas cuisiner et qu'ils ne sont pas originaires de Marrakech.

Pour les horaires, le fait de manger à l'extérieur est associé au weekend pour la plupart des interrogés. Pour une autre catégorie des consommateurs, l'alimentation n'a pas d'horaire fixe parce qu'ils mangent quand ils sentent le besoin.

2. Quels sont vos plats préférés ?

Les plats préférés cités par les interrogés sont : gratins, sandwich, pizza, poisson, poulet, pâtes,...

3. Pour vous qu'est ce qu'une alimentation saine ?

L'alimentation saine est synonyme de légumes, fruits, manger pendant des horaires précis, le respect de nombre de repas par jour, pas trop de calories, se faire plaisir mais en faisant attention, alimentation équilibrée... ces réponses dépendaient de la perception de tout un chacun.

4. Etes-vous conscients des dangers d'une malnutrition ?

Citez ces dangers ?

Les individus déclarent être conscients des dangers de la malnutrition qu'ils associent à la quantité exagérée de la viande mangée, aux Fast-foods, plus de sucrerie...

Parmi les maladies causées par la malnutrition on pourrait citer le cancer d' « estomac », l'obésité,...

Thème 2 : Restaurants

- 1. Combien de fois par semaine allez-vous au restaurant, fast-food ? Pour quelle occasion ? Et quel est votre budget (estimation approximative) ?***

ents partent au restaurant quand ils n'ont pas envie de cuisiner ou ils sentent l'envie de sortir, ou au début du mois ...

En fait, une catégorie des répondants y va tous les jours entre midi et 14h, une autre tous les weekends, une autre d'une à deux fois par mois, tandis que pour d'autres répondants, aller au restaurant est devenu une habitude du moment où ils y partent cinq fois par semaine.

En revanche, on trouve des interviewés qui ne partent aux restaurants que rarement.

Ces personnes questionnées consacrent un budget assez important pour leur alimentation à l'extérieur. En effet les interviewés répondent à cette question par tranche.

Voici les tranches que nous avons pu collecter :

- 20 à 50 DHs
- 20 à 25 DHs
- 5 à 100 DHs
- 5 à 50 DHs
- 25 à 35 DHs
- 20 à 30 DHs

Thème 3 : Produits Bio

1. **Qu'est ce que ce terme évoque pour vous ? Pourriez-vous nous citer les caractéristiques des produits Bio ? (comment peut-on décrire un produit Bio) ?**

Le terme bio est associé à l'alimentation saine. En fait le produit bio est un produit qui ne détruit pas la nature et qui a été obtenu sans l'intervention de la machine.

De même, le produit n'a pas de goût selon certains répondants du moment où il n'y a ni sucre ni sel...en revanche d'autres interviewés affirment que les produits bio sont riches en vitamine, chers et de bonne qualité.

Prenez-vous au caractère sain et naturel qui est censé caractériser ces produits ? (Crédibilité) ?

Pour certains, le produit bio est un produit naturel mais pas forcément sain. Pour d'autre le certificat qui permet de qualifier les produits de bio n'est pas crédible à 100%.

3. avez-vous déjà consommé des produits bios ?

Il y a des répondants qui ne distinguent pas entre tout ce qui est bio et tout ce que ne l'est pas en raison du manque d'information. Tandis que d'autres déclarent avoir déjà mangé des produits bio à l'occasion d'un régime ou à titre de précaution pour la santé, et que ce genre de produit est différent des produits classiques en terme de goût.

4. Pour vous, quelle est la différence entre des plats diététiques à base de produit Bio et des plats normaux ?

Il n'y a pas de différence entre plats diététique et plats normaux, pour d'autre les plats diététiques c'est plutôt manger en petite quantité et enlever certaines substances telles la graisse et de consommer d'autres avec des quantités minimums tel le sucre et le sel...

5. Que pensez-vous du concept « Spécial Régime », « Spécial diabète » ...

C'est une idée intéressante pour une certaine catégorie de gents contraints de suivre un régime.

Thème 4 : Restaurant bio

1. Quelle est votre perception d un restaurant qui propose des plats à base de produits bios ?

Le restaurant proposant des plats à base de produits bio est une idée intéressante et novatrice mais ça doit être cher .Du moment où y en n'a pas, il est utile que ce type de restaurant ait le jour.

2. Connaissez-vous des restaurants de ce genre au Maroc, à Marrakech ?

Non.

Que pensez-vous de la création d'un nouveau restaurant de ce type à Marrakech?

L'ouverture d'un tel restaurant est une idée intéressante mais il faut d'abord sensibiliser les gens à propos de ce genre de services. Cependant, il est utile de se poser la question sur les personnes susceptibles de se rendre à ce type de restaurant. De même, ce serait opportun de présenter des plats par pays par exemple des plats mexicain, italien...

4. Quelles seraient vos attentes vis-à-vis de ce restaurant ?

Les interviewés s'attendent d'abord à des plats délicieux, puis l'utilisation des produits et des machines ne détruisant pas la nature, ensuite un rapport qualité /prix abordable.

De même, les clients aimeraient un service meilleur et une alimentation diversifiée ainsi que la précision de l'origine des produits bio utilisés. En effet, ce serait intéressant de préparer des plats devant les clients potentiels pour leur montrer qu'ils se préparent de manière bio.

5. Si on vous donne la possibilité de choisir un nom pour ce restaurant, quelles seront vos suggestions ?

Les personnes interrogées ont proposé des appellations diverses dont on peut citer :

- bio life
- bio pour vie
- 100% bio
- Délicieux and naturel
- Pure life

6. Etes-vous intéressé par la livraison à domicile ou même à votre lieu de travail ?

D'un côté, quelques répondants ont bien apprécié l'idée de ne pas changer leurs habitudes en termes d'alimentation, resté chez soi, et de manger bio surtout vers midi.

autre côté, d'autres personnes préfèrent plutôt se placer au restaurant et se trouver dans un cadre bio.

7. quelle est la possibilité que vous fréquentiez ou pas ce restaurant ?

Il y aura des personnes qui essaieront juste à titre de curiosité pour déguster des plats à base de produits bio, et tout dépend de la satisfaction sentie pendant la première fois pour se rendre une deuxième ou une troisième fois. En fait, d'autres insistent sur le critère « prix » pour fréquenter le restaurant.

Résultats de l'interview avec UN chef cuisinier

1. pouvez-vous nous donner une définition générale de la diététique ?

Brièvement, la diététique est une science ayant pour objet l'étude de la valeur alimentaire des denrées et celle des maladies entraînées par la mauvaise nutrition.

2. comment trouvez-vous les habitudes alimentaires des consommateurs marocains ?

En général, le consommateur marocain a l'habitude de consommer des repas contenant beaucoup de matière grasse, tout en ignorant l'importance des légumes et fruits. Ceci vu nos traditions et habitudes marocaines en matière d'alimentation.

3. pouvez-vous nous donner une idée sur les aliments que vous utilisez pour la préparation des plats ?

On utilise principalement les légumes et les fruits avec une quantité importante, les différents types de poissons et les fruits de mer, ainsi que les viandes (rouges et blanches), mais avec une petite quantité.

sur quel mode de cuisson vous basez-vous le plus ?

Nous utilisons le plus souvent le mode à la vapeur, c'est plus sain.

5. quelle est la différence entre les plats normaux et les plats diététiques en matière de prix ?

Les prix des plats diététiques sont plus chers que les plats normaux, car les aliments et les produits diététiques sont chers et rares.

6. comment trouvez-vous la fréquentation du consommateur marocain aux restaurants ? et que pensez-vous de l'ouverture d'un restaurant de ce genre à Marrakech ?

Pour notre expérience, le restaurant de l'hôtel a pu attirer un nombre assez élevé de clients. Mais pendant quelques mois la fréquentation a diminué, et nous n'arrivons toujours pas à détecter les causes de cette diminution.

Concernant la réalisation du projet à Marrakech, je vois que cela va marcher davantage puisque la ville est une ville touristique par excellence et que les touristes sont beaucoup plus intéressés par ce genre de restaurant que le consommateur marocain. Le projet peut également viser la catégorie marocaine bourgeoise.

7. quelles sont les nationalités qui fréquentent le plus ce type de restaurant ?

Les scandinaves en premier lieu, et puis les français.

8. est ce que la décoration du restaurant diététique change par rapport aux autres restaurants ?

Effectivement, chaque type de restaurant doit avoir une décoration précise. Pour le restaurant diététique, il doit être clair et naturel, avoir des

Résultats de l'étude qualitative

Ces entretiens nous ont permis d'avoir une idée sur la possibilité de réussite de notre projet ; l'ouverture d'un restaurant offrant des plats à base de produits biologiques.

D'après toutes les réponses collectées, nous avons constaté que la création d'un tel restaurant est une idée novatrice et intéressante du moment où ces dernières années il y a une tendance vers tout ce qui se rapporte à la santé et que les gens veillent davantage sur leurs santé.

La dernière étape de notre étude de marché, à savoir l'étude quantitative, nous permettra de valider ou d'invalider notre projet « Bio à Croquer ».

« L'étude quantitative »



Résultats de l'étude quantitative

Echantillon : 73 personnes

Méthodes de recueil : Face à Face & Par Courrier électronique

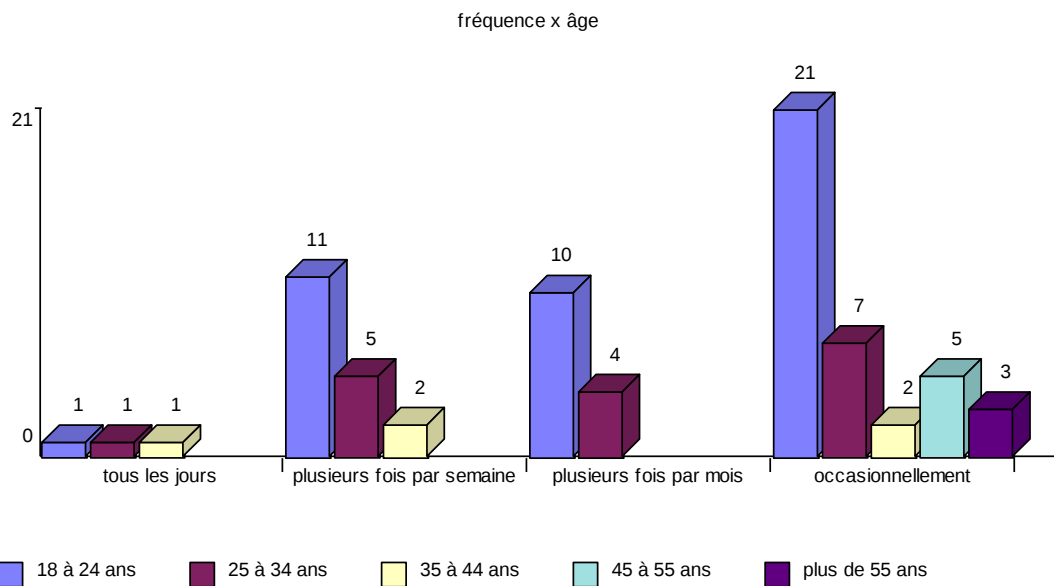
1. A quelle fréquence vous rendez-vous au restaurant?

- vous avez quel âge?
- à quelle fréquence vous rendez vous au restaurant?

âge	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 44 ans	45 à 55 ans	plus de 55 ans	TOTAL
fréquence						
tous les jours	33,3% (1)	33,3% (1)	33,3% (1)	0,0% (0)	0,0% (0)	100% (3)
plusieurs fois par semaine	61,1% (11)	27,8% (5)	11,1% (2)	0,0% (0)	0,0% (0)	100% (18)
plusieurs fois par mois	71,4% (10)	28,6% (4)	0,0% (0)	0,0% (0)	0,0% (0)	100% (14)
occasionnellement	55,3% (21)	18,4% (7)	5,3% (2)	13,2% (5)	7,9% (3)	100% (38)
TOTAL	58,9% (43)	23,3% (17)	6,8% (5)	6,8% (5)	4,1% (3)	100% (73)

Etude de marché

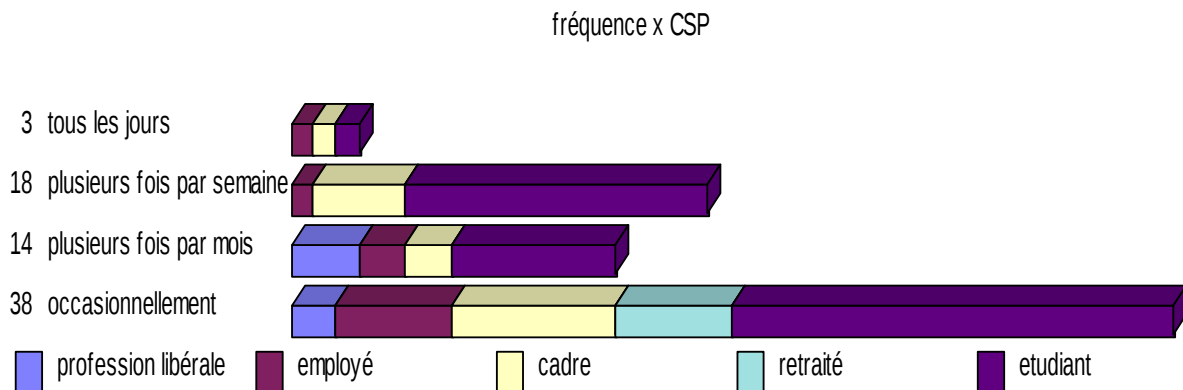
36 dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 13,66$, ddl = 12, 1-p = %.



- votre catégorie socioprofessionnelle
- à quelle fréquence vous rendez vous au restaurant?

fréquence	CSP	profession libérale	employé	cadre	retraité	etudiant	TOTAL
tous les jours		0,0% (0)	33,3% (1)	33,3% (1)	0,0% (0)	33,3% (1)	100% (3)
plusieurs fois par semaine		0,0% (0)	5,6% (1)	22,2% (4)	0,0% (0)	72,2% (13)	100% (18)
plusieurs fois par mois		21,4% (3)	14,3% (2)	14,3% (2)	0,0% (0)	50,0% (7)	100% (14)
occasionnellement		5,3% (2)	13,2% (5)	18,4% (7)	13,2% (5)	50,0% (19)	100% (38)
TOTAL		6,8% (5)	12,3% (9)	19,2% (14)	6,8% (5)	54,8% (40)	100% (73)

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 14,39$, ddl = 12, 1-p = 72,35%.



Etude de marché

37

mentaire :

La catégorie des répondants qui ont une tranche d'âge entre 18 et 34 ans, fréquente beaucoup plus les restaurants que les gens ayant 35 ans et plus.

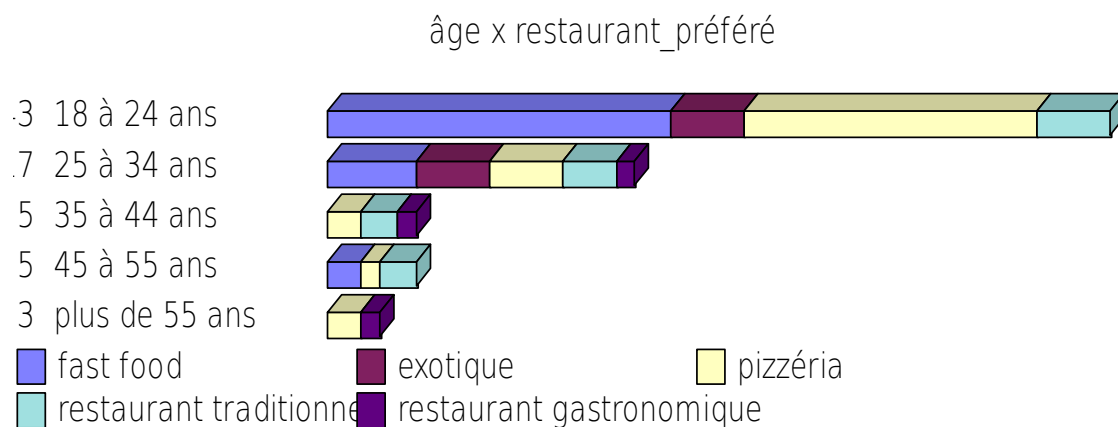
On remarque également que les étudiants et les cadres ont plus tendances à manger dehors que les autres types de répondants.

2. Dans quel type de restaurant préférez-vous vous rendre?

- vous avez quel âge?
- dans quel type de restaurant préférez-vous vous rendre?

restaurant préféré	fast food	exotique	pizzeria	restaurant traditionnel	restaurant gastronomique	TOTAL
âge						
18 à 24 ans	44,2% (19)	9,3% (4)	37,2% (16)	9,3% (4)	0,0% (0)	100% (43)
25 à 34 ans	29,4% (5)	23,5% (4)	23,5% (4)	17,6% (3)	5,9% (1)	100% (17)
35 à 44 ans	0,0% (0)	0,0% (0)	40,0% (2)	40,0% (2)	20,0% (1)	100% (5)
45 à 55 ans	40,0% (2)	0,0% (0)	20,0% (1)	40,0% (2)	0,0% (0)	100% (5)
plus de 55 ans	0,0% (0)	0,0% (0)	66,7% (2)	0,0% (0)	33,3% (1)	100% (3)
TOTAL	35,6% (26)	11,0% (8)	34,2% (25)	15,1% (11)	4,1% (3)	100% (73)

La dépendance est significative. $\chi^2 = 26,89$, ddl = 16, 1-p = 5,72%.



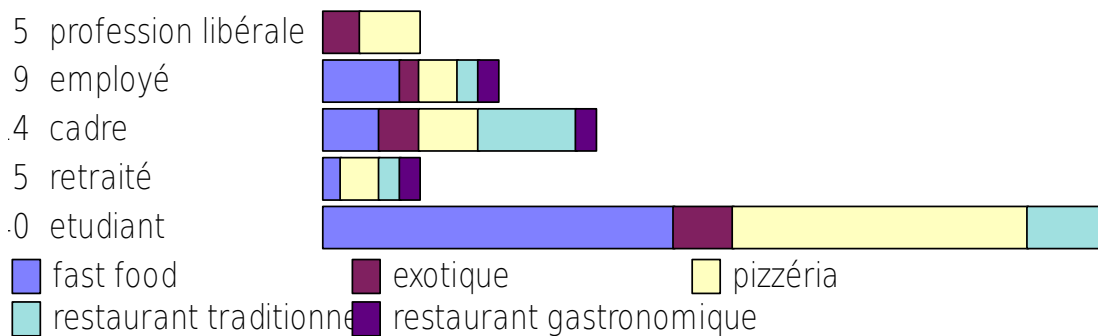
- votre catégorie socioprofessionnelle
- dans quel type de restaurant préférez-vous vous rendre?

Etude de marché

restaurant_préfére	fast food	exotique	pizzeria	restaurant traditionnel	restaurant gastronomique	TOTAL
38 libérale	0,0% (0)	40,0% (2)	60,0% (3)	0,0% (0)	0,0% (0)	100% (5)
employé	44,4% (4)	11,1% (1)	22,2% (2)	11,1% (1)	11,1% (1)	100% (9)
cadre	21,4% (3)	14,3% (2)	21,4% (3)	35,7% (5)	7,1% (1)	100% (14)
retraité	20,0% (1)	0,0% (0)	40,0% (2)	20,0% (1)	20,0% (1)	100% (5)
etudiant	45,0% (18)	7,5% (3)	37,5% (15)	10,0% (4)	0,0% (0)	100% (40)
TOTAL	35,6% (26)	11,0% (8)	34,2% (25)	15,1% (11)	4,1% (3)	100% (73)

La dépendance est peu significative. $\chi^2 = 23,14$, ddl = 16, 1-p = 89,01%.

CSP x restaurant_préfére

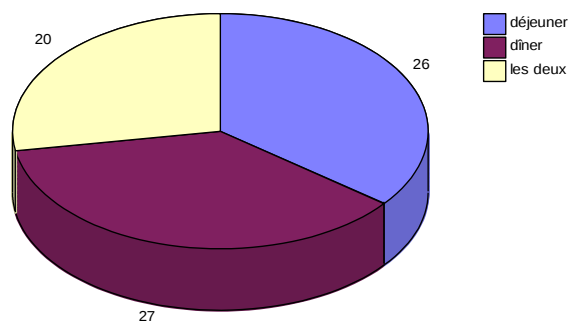


Commentaire :

23,5%, des répondants ayant entre 25 et 34 ans, préfèrent les restaurants exotiques, 40% ayant entre 35 et 44 ans préfèrent les restaurants traditionnels, et 33, 3% ayant plus de 55 ans ont une préférence pour les restaurants gastronomiques.

3. Quel repas prenez-vous le plus souvent au restaurant?

repas_pris	Nb. cit.	Fréq.
déjeuner	26	35,6%
dîner	27	37,0%
les deux	20	27,4%
TOTAL OBS.	73	100%



Etude de marché

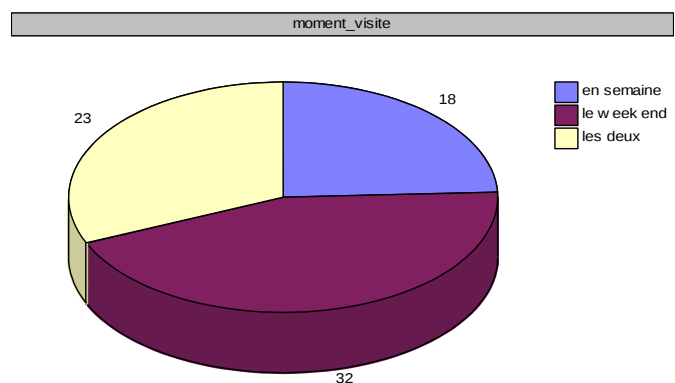
39 différence avec la répartition de référence n'est pas significative. $\chi^2 = 1,10$, ddl = 2, $1-p = 44,51\%$.

Commentaire :

On constate que les réponses sont presque similaires, c'est-à-dire que les individus fréquentent les restaurants aussi bien pour le déjeuner que pour le dîner.

4. A quel moment vous rendez vous le plus souvent au restaurant?

moment_visite	Nb. cit.	Fréq.
en semaine	18	24,7%
le week end	32	43,8%
les deux	23	31,5%
TOTAL OBS.	73	100%



La différence avec la répartition de référence est peu significative. $\chi^2 = 4,14$, ddl = 2, $1-p = 87,36\%$.

Commentaire :

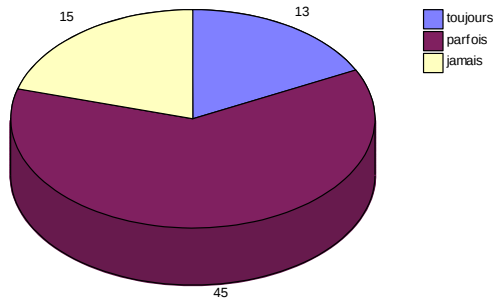
On remarque que les répondants se rendent aux restaurants presque tous les jours (en semaine et weekend), avec une préférence pour les weekends.

5. Accordez vous de l'importance à la richesse calorique des plats que vous choisissez?

Etude de marché

	calorique	Nb. cit.	Fréq.
40		13	17,8%
parfois		45	61,6%
jamais		15	20,5%
TOTAL OBS.		73	100%

richesse_calorique



La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 = 26,41$, ddl = 2, $1-p = >99,99\%$.

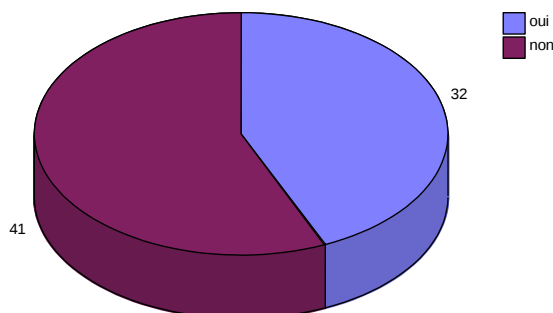
Commentaire :

61,6% de l'échantillon interrogé déclare qu'ils font plus ou moins attention à la richesse calorique des plats.

6. Avez-vous déjà entendu parler d'un restaurant Bio?

notoriété	Nb. cit.	Fréq.
oui	32	43,8%
non	41	56,2%
TOTAL OBS.	73	100%

notoriété



La différence avec la répartition de référence n'est pas significative. $\chi^2 = 1,11$, ddl = 1, $1-p = 70,78\%$.

Commentaire :

Etude de marché

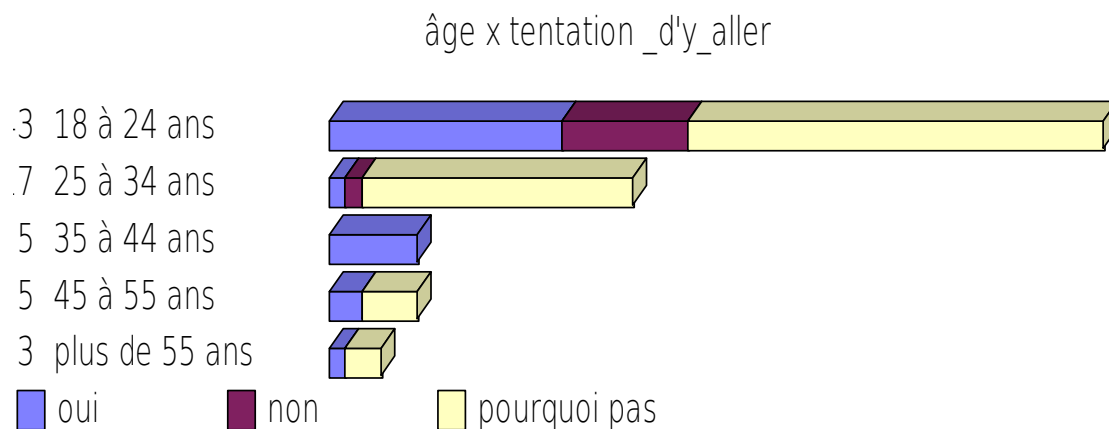
41 des répondants ont déjà entendu parler d'un restaurant biologique, 56,2% qui ne connaissent pas le concept. On remarque donc qu'il n'y a pas de grande différence entre les deux.

7. Si un restaurant bio ouvre à côté de chez vous, seriez-vous tenter d'y goûter?

- vous avez quel âge?
- Si un restaurant Bio ouvre à coté de chez vous, tenteriez vous d'y aller?

tentation _d'y_aller	oui	non	pourquoi pas	TOTAL
âge				
18 à 24 ans	30,2% (13)	16,3% (7)	53,5% (23)	100% (43)
25 à 34 ans	5,9% (1)	5,9% (1)	88,2% (15)	100% (17)
35 à 44 ans	100% (5)	0,0% (0)	0,0% (0)	100% (5)
45 à 55 ans	40,0% (2)	0,0% (0)	60,0% (3)	100% (5)
plus de 55 ans	33,3% (1)	0,0% (0)	66,7% (2)	100% (3)
TOTAL	30,1% (22)	11,0% (8)	58,9% (43)	100% (73)

La dépendance est très significative. $\chi^2 = 20,20$, ddl = 8, 1-p = 99,04%

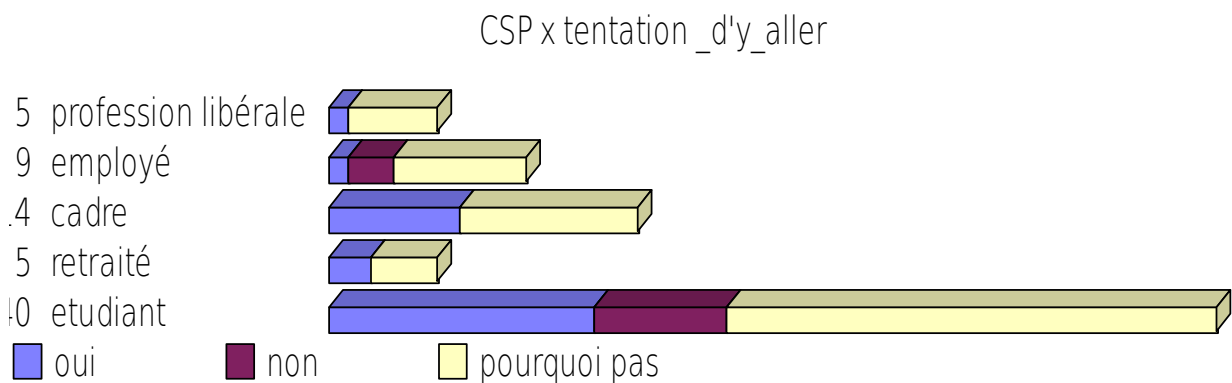


- votre catégorie socioprofessionnelle ;
- Si un restaurant Bio ouvre à coté de chez vous, tenteriez vous d'y aller?

Etude de marché

n_d'y_aller	oui	non	pourquoi pas	TOTAL
42				
libérale	20,0% (1)	0,0% (0)	80,0% (4)	100% (5)
employé	11,1% (1)	22,2% (2)	66,7% (6)	100% (9)
cadre	42,9% (6)	0,0% (0)	57,1% (8)	100% (14)
retraité	40,0% (2)	0,0% (0)	60,0% (3)	100% (5)
etudiant	30,0% (12)	15,0% (6)	55,0% (22)	100% (40)
TOTAL	30,1% (22)	11,0% (8)	58,9% (43)	100% (73)

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 7,01$, ddl = 8, 1-p = 46,49%.



Commentaire :

100% des individus qui ont entre 35 et 44ans sont tentés d'aller manger dans un restaurant biologique, alors que les autres catégories d'âge (88,2%, 66,7%, 60%) ont répondu pourquoi pas, c'est-à-dire qu'ils sont plus ou moins intéressés par l'idée.

Egalement, les répondants qui sont tentés de visiter ou d'aller manger dans un restaurant biologique, sont principalement de profession libérale, employé et retraité, avec respectivement 80%, 66.7% et 60%.

8. Si c'est Non, pourquoi ?

Concernant les personnes qui ne sont pas intéressées par le restaurant bio, associe souvent cela à :

- Prix élevé
- Mauvais gout

9. Qu'attendez-vous d'un restaurant bio? Plusieurs réponses possibles

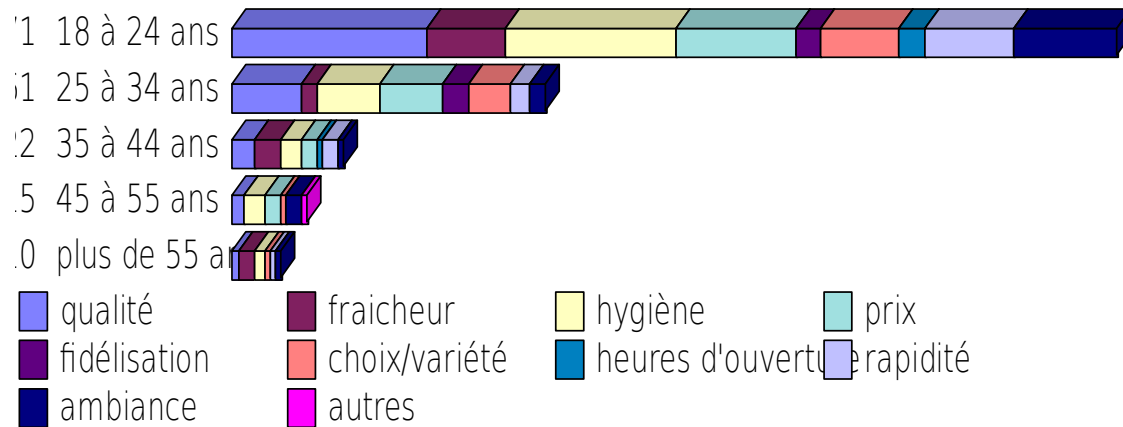
- vous avez quel âge?
- qu'attendez-vous d'un restaurant Bio?

Etude de marché

	qualité	fraicheur	hygiène	prix	fidélisation	choix/variété	heures d'ouverture	rapidité	ambiance	autres	TOTAL
43	88,4%(38)	34,9%(15)	76,7%(33)	53,5%(23)	11,6%(5)	34,9%(15)	11,6%(5)	39,5%(17)	46,5%(20)	0,0%(0)	100%(171)
	82,4%(4)	17,6%(3)	70,6%(12)	70,6%(12)	29,4%(5)	47,1%(8)	0,0%(0)	23,5%(4)	17,6%(3)	0,0%(0)	100%(61)
35 à 44 ans	100%(5)	100%(5)	80,0%(4)	60,0%(3)	0,0%(0)	0,0%(0)	20,0%(1)	60,0%(3)	20,0%(1)	0,0%(0)	100%(22)
45 à 55 ans	60,0%(3)	0,0%(0)	80,0%(4)	60,0%(3)	0,0%(0)	20,0%(1)	0,0%(0)	0,0%(0)	60,0%(3)	20,0%(1)	100%(15)
plus de 55 ans	66,7%(2)	100%(3)	66,7%(2)	0,0%(0)	0,0%(0)	33,3%(1)	0,0%(0)	33,3%(1)	33,3%(1)	0,0%(0)	100%(10)
TOTAL	84,9%(62)	35,6%(26)	75,3%(55)	56,2%(41)	13,7%(10)	34,2%(25)	8,2%(6)	34,2%(25)	38,4%(28)	1,4%(1)	100%(279)

La dépendance est peu significative. $\chi^2 = 50,97$, ddl = 36, 1-p = 94,98%.

âge x attentes

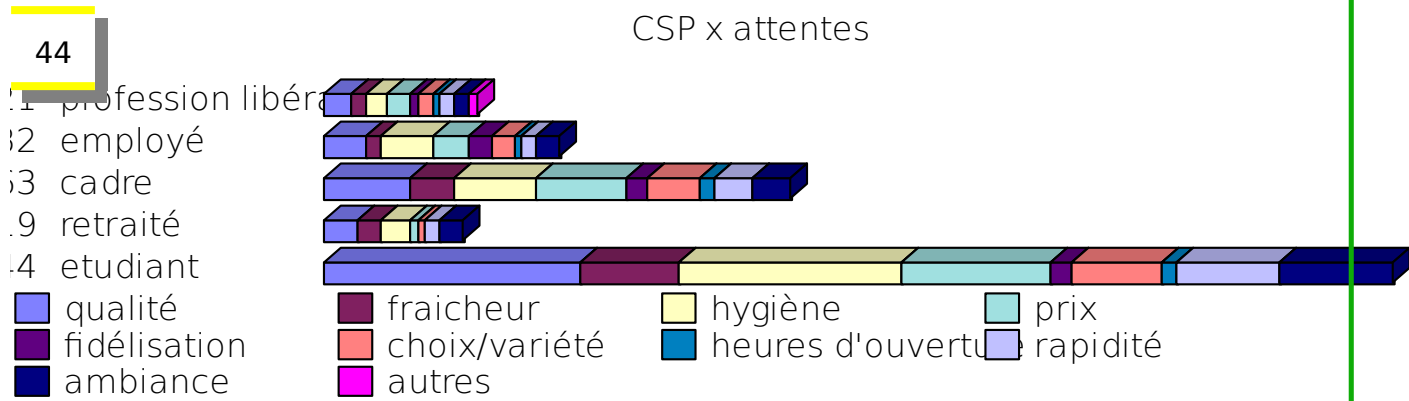


- qu'attendez-vous d'un restaurant Bio?
- CSP ;

attentes	qualité	fraicheur	hygiène	prix	fidélisation	choix/variété	heures d'ouverture	rapidité	ambiance	autres	TOTAL
profession libérale	80,0%(4)	40,0%(2)	60,0%(3)	60,0%(3)	20,0%(1)	40,0%(2)	20,0%(1)	40,0%(2)	40,0%(2)	20,0%(1)	100%(21)
employé	66,7%(6)	22,2%(2)	77,8%(7)	55,6%(5)	33,3%(3)	33,3%(3)	11,1%(1)	22,2%(2)	33,3%(3)	0,0%(0)	100%(32)
cadre	85,7%(12)	42,9%(6)	78,6%(11)	85,7%(12)	21,4%(3)	50,0%(7)	14,3%(2)	35,7%(5)	35,7%(5)	0,0%(0)	100%(63)
retraité	100%(5)	60,0%(3)	80,0%(4)	20,0%(1)	0,0%(0)	20,0%(1)	0,0%(0)	40,0%(2)	60,0%(3)	0,0%(0)	100%(19)
etudiant	87,5%(35)	32,5%(13)	75,0%(30)	50,0%(20)	7,5%(3)	30,0%(12)	5,0%(2)	35,0%(14)	37,5%(15)	0,0%(0)	100%(144)
TOTAL	84,9%(62)	35,6%(26)	75,3%(55)	56,2%(41)	13,7%(10)	34,2%(25)	8,2%(6)	34,2%(25)	38,4%(28)	1,4%(1)	100%(279)

La dépendance n'est pas significative. $\chi^2 = 26,11$, ddl = 36, 1-p = 11,25%.

Etude de marché



Commentaire :

En général, d'après les tableaux ci-dessus, nous pouvons remarquer que la plupart des répondants, mettent en avant la qualité, l'hygiène puis le prix comme principales attentes.

10. Selon vous, en dessous de quel prix le plat bio serait de mauvaise qualité?

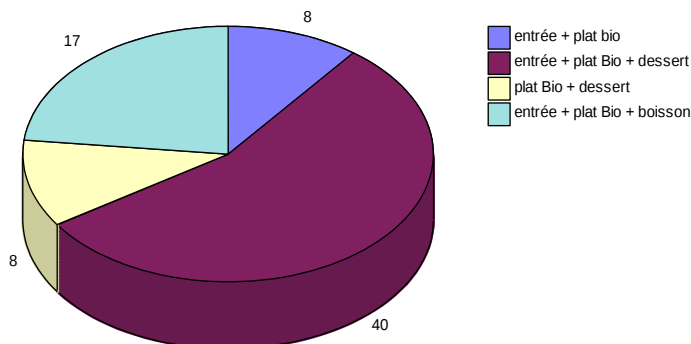
En moyenne, le prix est de 48,84 dhs

11. Selon vous, au dessus de quel prix le plat bio serait trop cher?

En moyenne, le prix est de 166,59

12. Seriez-vous intéressé (e) par une formule

formule	Nb. cit.	Fréq.
entrée + plat bio	8	11,0%
entrée + plat Bio + dessert	40	54,8%
plat Bio + dessert	8	11,0%
entrée + plat Bio + boisson	17	23,3%
TOTAL OBS.	73	100%



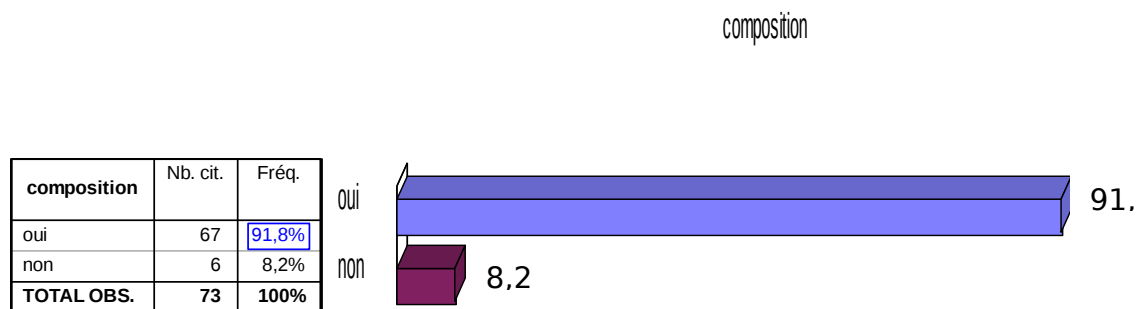
Etude de marché

45 différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 =$
 $ddl = 3, 1-p = >99,99\%$.

Commentaire :

On remarque que plus que la moitié des personnes interrogées (54,8%), sont intéressées par la formule : « entrée+plat bio+dessert ».

13. Souhaiteriez-vous y trouver la composition exacte des plats?



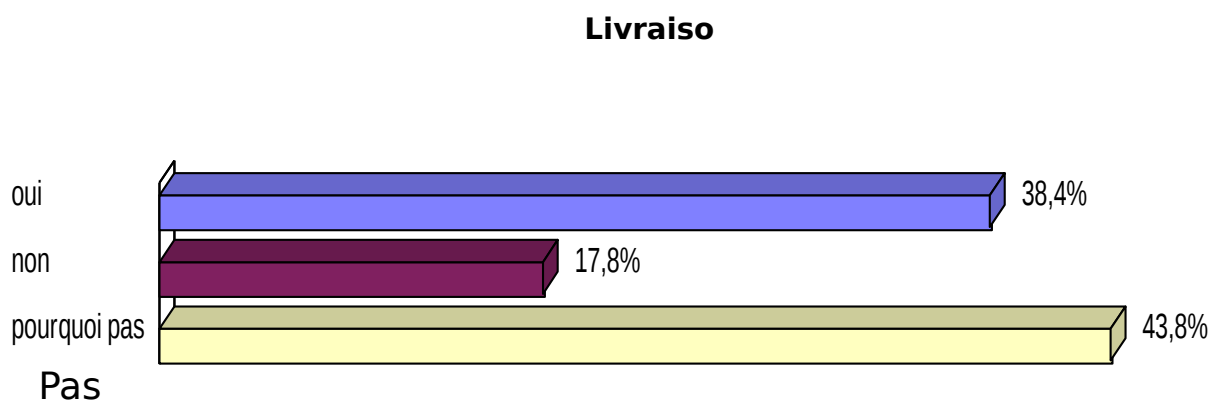
La différence avec la répartition de référence est très significative. $\chi^2 =$
 $50,97, ddl = 1, 1-p = >99,99\%$.

Commentaire :

La majorité des répondants souhaitent y trouver la composition des plats ; importance de la traçabilité.

14. Seriez-vous favorables à un service de livraison à domicile pour un restaurant Bio?

livraison	Nb. cit.	Fréq.
oui	28	38,4%
non	13	17,8%
pourquoi pas	32	43,8%
TOTAL OBS.	73	100%



La différence avec la répartition de référence est significative. $\chi^2 = 8,25$, ddl = 2, 1-p = 98,38%.

Commentaire :

Une grande partie des répondants, favorise la livraison à domicile (38,4% +43,8%).

Résultats de l'étude quantitative

Habitudes :

La majorité des répondants fréquentent beaucoup plus les restaurants traditionnel et exotiques, que ce soit pour le dîner ou pour le déjeuner, tous au long de la semaine en tenant compte parfois de la composition calorique des plats.

Perceptions :

Presque la moitié des répondants ont déjà entendu parler du concept « restaurant bio » contrairement à l'autre moitié.

Motivations :

Parmi les critères les plus motivants, la majorité des répondants optent pour **la qualité/ hygiène/ prix**

Freins :

Etude de marché

47

Concernant les personnes qui ne sont pas intéressées par le restaurant, on associe cela à :

- Prix élevé
- Mauvais goût

Attitudes :

Une grande partie des répondants serait favorable à :

- Formule entrée+plat bio+dessert
- Traçabilité de la composition des plats
- Service de livraison à domicile

Comportement :

La majorité des répondants sont intéressés par le concept Bio et seront tentés d'aller au restaurant.

Conclusion

Ce rapport d'étude, dont le but était principalement d'étudier et d'analyser la faisabilité et l'intérêt de la création d'un restaurant Bio à Marrakech, nous a permis de mettre en pratique nos connaissances théoriques relatives à l'étude de marché acquises durant ce semestre.

Tout au long des phases qui ont constitué ce rapport, des objectifs et des hypothèses étaient formulés et mis en pratique par le biais

Le étude qualitative (entretiens individuels, réunion de groupe et interview avec un professionnel), et une étude quantitative (questionnaire), qui constituent les étapes clés du terrain de l'étude, destinées au grand public et touchant des différents tranches d'âge, et ce afin de pouvoir atteindre de manière satisfaisante les objectifs fixés.

En fait, l'étude a touché l'ensemble des objectifs tracés et qui ont guidé ce rapport.

Elle a démontré que le secteur biologique marocain est en pleine expansion. Et que la création ou l'ouverture d'un restaurant proposant des plats à base de produits bio sera appréciée par le consommateur marocain qui est plus moderne, ouvert au changement, et de plus en plus conscient de l'importance du caractère sain de ses aliments.

Annexes

Annexe 1 : QUESTIONNAIRE

Nous sommes des étudiants de l'ENCGM. Nous menons une étude de faisabilité d'un restaurant Bio

Prière de nous consacrer un peu de votre temps pour répondre aux questions suivantes et merci d'avance

1) A quelle fréquence vous rendez-vous au restaurant?

49

- tous les jours
- plusieurs fois par semaine
- plusieurs fois par mois
- occasionnellement
- jamais

2) Dans quel type de restaurant préférez-vous vous rendre?

- fast-food : snacks
- exotique (asiatique, africain, mexicain...)
- pizzeria
- brasserie
- restaurant traditionnel
- restaurant gastronomique
- autre(s) :
-

3) Quel repas prenez-vous le plus souvent au restaurant?

- Déjeuner
 - dîner
 - les deux
 -

4) A quel moment vous rendez-vous le plus souvent au restaurant?

- en semaine
- le week-end
- les deux
-

5) Accordez-vous de l'importance à la richesse calorique des plats que vous choisissez?


- Toujours
- Parfois
- jamais
-

6) Avez-vous déjà entendu parler d'un restaurant Bio ?

- Oui
- Non

7) Si un restaurant bio ouvre à côté de chez vous, seriez vous tenter d'y goûter?

- Oui
- Non

-  50 oui pas

8) Si c'est Non, pourquoi ?

9) Qu'attendez-vous d'un restaurant bio? Plusieurs réponses possibles

- Qualité
- Fraicheur
- Hygiène
- Prix
- Fidélisation
- Choix/Variété
- Heures d'ouverture
- Rapidité
- Ambiance
- Autre

10) Selon vous, en dessous de quel prix le plat bio serait de mauvaise qualité?

11) Selon vous, au dessus de quel prix le plat bio serait trop cher?

12) Seriez-vous intéressé (e) par une formule :

- entrée + plat bio
- entrée + plat bio + dessert
- plat bio + dessert
- entrée + plat bio + boisson
- Autre :

13) Souhaiterez-vous y trouver la composition exacte des plats ?

- Oui
- Non

14) Seriez-vous favorable à un service de livraison à domicile pour un restaurant bio?

51

Oui
Pourquoi pas
Non

15) Vous avez :

- Entre 18 et 24 ans
- Entre 25 et 34 ans
- Entre 35 et 44 ans
- Entre 45 et 55 ans
- Plus de 55 ans

16) Etes-vous

- Homme
- Femme

17) Quelle est votre situation familiale

Célibataire marié(e) divorcé(e) veuf (Ve)

18) Quelle est votre catégorie socioprofessionnelle?

- Profession libérale
- Employé
- Ouvrier
- Cadre
- Retraité
- Etudiant
- Autre :

Annexe 2 : GUIDE D'ENTRETIEN

Objectif

Dans le cadre du lancement de notre nouveau projet « Bio à Croquer », nous avons trouvé utile de mener une réunion de groupe, afin de collecter quelques informations pouvant être pertinentes pour compléter et enrichir notre étude.

Le groupe faisant l'objet de la réunion sera composé principalement d'étudiants. Ceci nous permettra de mesurer le degré de motivation des

diants marocains à consommer des plats à base de produits Bio, et de savoir si ces derniers pourraient présenter des clients futurs du restaurant.

- **Questions prévues :**

Partie 1 : Alimentation

1. Quelles sont vos habitudes de consommation en matière d'alimentation, lieu, horaires... ?
2. Votre alimentation c'est : diététique ou par goût et par envie ?
3. Quels sont vos plats préférés ?
4. Pour vous qu'est ce qu'une alimentation saine ?
5. Etes-vous conscients des dangers d'une malnutrition ? Citez ces dangers ?

Partie 2 : Restaurants

1. Combien de fois par semaine allez-vous au restaurant, fast-food ? Pour quelle occasion ? Et quel est votre budget ? (estimation approximative)

Partie 3 : produits Bio

2. Qu'est ce que ce terme évoque pour vous ?
3. Pourriez-vous nous citer les caractéristiques des produits Bio ? (comment peut-on décrire un produit Bio)
4. Croyez-vous au caractère sain et naturel qui est censé caractériser ces produits ? (Crédibilité)
5. avez-vous déjà consommé des produits bios ?
 - si **NON**, pour quelle raison ?
 - si **OUI**, quelle était votre motivation ?
 - o comment avez-vous trouvez cela ?
 - o quelles sont les critiques que vous pourriez apporter ?
6. Pour vous, quelle est la différence entre des plats diététiques à base de produit Bio et des plats normaux ??
7. Que pensez-vous du concept « Spécial Régime », « Spécial diabète » ...

Partie 4 : Restaurant Bio

Etude de marché

53

Quelle est votre perception d'un restaurant qui propose des plats à base de produits bios ?

2. Connaissez-vous des restaurants de ce genre au Maroc, à Marrakech ?
3. Que pensez-vous de la création d'un nouveau restaurant de ce type à Marrakech ?
4. Quelles seraient vos attentes vis-à-vis de ce restaurant ?
 - o Cadre le plus approprié
 - o Services
 - o Prix acceptable
5. Si on vous donne la possibilité de choisir un nom pour ce restaurant, quelles seront vos suggestions ??
6. Êtes-vous intéressés par la livraison à domicile ou même à votre lieu de travail ?
7. quelle est la possibilité que vous fréquentiez ou pas ce restaurant ?