



---

# BAROMETRE DE CONSOMMATION ET DE PERCEPTION DES PRODUITS BIOLOGIQUES EN FRANCE

*RAPPORT*

N° 0601134

Édition 2006

2 rue de Choiseul – CS 70215 – 75086 Paris cedex 02  
Tél. (33) **01 44 94 40 00** – Fax. (33) 01 44 94 40 01  
[www.csa-fr.com](http://www.csa-fr.com)

SA au capital de 1 571 600 € – RCS Paris B 308 293 430 00010 – APE 741 E  
TVA intracommunautaire FR 46 308 293 430

● INTRODUCTION	3
Contexte et objectifs de l'étude	4
Méthodologie et échantillon	6
Échantillon	7
● RÉSULTATS DÉTAILLÉS	9
A - Perception et consommation des produits biologiques dans la population française	10
1. La consommation de produits biologiques	11
2. La perception des produits biologiques	20
3. L'information sur les produits biologiques	32
B - Usages et attitudes des consommateurs de produits biologiques	40
1. Caractéristiques de la consommation de produits biologiques	41
2. Perspectives et avenir	63
● CONCLUSION	67
● Focus sur les régions	71
● Focus sur les plus jeunes	77



# Introduction

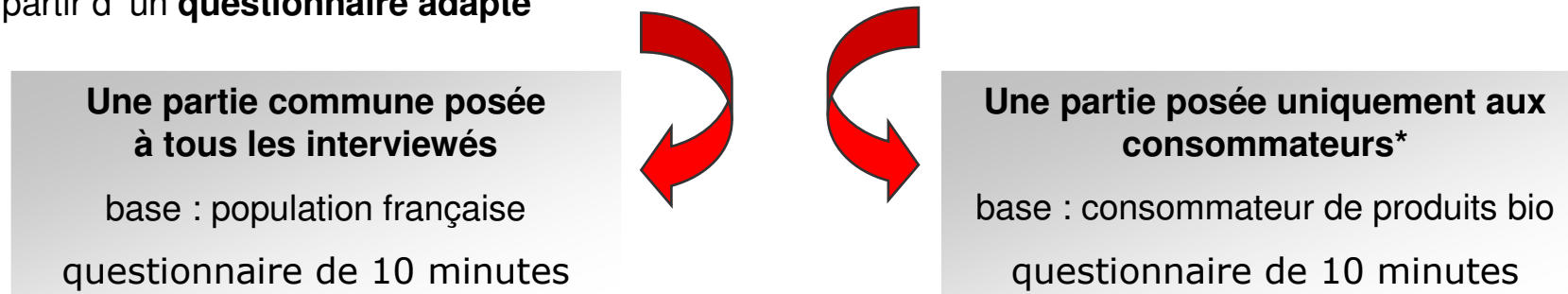
En octobre 2003, l'**Agence Bio** (Agence Française pour le développement et la promotion de l'agriculture biologique) a lancé **le premier baromètre de la perception et de la consommation des produits biologiques en France.**

Avec la mise en place de ce baromètre, l'Agence Bio souhaite observer dans le temps, année après année, l'évolution des attitudes des Français vis à vis des produits Bio. Cette périodicité doit aussi permettre de mesurer les éventuels effets de crises alimentaires sur la consommation.

**Ce rapport consigne les résultats de la quatrième vague réalisée du 25 au 31 octobre 2006.**

- ✓ **Connaître la part des consommateurs de produits biologiques en France**
- ✓ **Déterminer les caractéristiques de consommation des produits biologiques**
- ✓ **Définir les freins ou les motivations à la consommation de produits biologiques**
- ✓ **Évaluer l'image de l'agriculture biologique et la perception des produits bio**
- ✓ **Mesurer la notoriété des différentes marques et logos biologiques pour travailler sur la communication**

- ✓ Enquête quantitative **en face à face à domicile**.
- ✓ Le mode de recueil des données est désormais effectué à l'aide du système **WAPI** (Wireless Assisted Personal Interview).
- ✓ Après d'un **échantillon de 1006 personnes représentatif de la population française** (en terme de sexe, âge -15 ans et plus - , catégorie socio-professionnelle, région et taille d 'agglomération).
- ✓ A partir d 'un **questionnaire adapté**



\* Question utilisée pour distinguer les consommateurs de produits biologiques

« *Consommez-vous des produits biologiques ?* »

Si "au moins une fois par mois" = *Consommateur*

Une dizaine de nouvelles questions ont été intégrées lors de cette vague.

- ✓ Nous avons interrogé un échantillon représentatif de la population française en termes de sexe, âge, profession du chef de famille, taille d'agglomération et région :

	2005		2006	
	Redressé	Brut	Brut	Redressé
<i>Base</i>	<b>1042</b>	1006	1006	<b>1006</b>
<b>Sexe</b>				
HOMME	<b>48%</b>	47%		<b>48%</b>
FEMME	<b>52%</b>	53%		<b>52%</b>
<b>Age</b>				
15 - 24 ans	<b>16%</b>	15%		<b>16%</b>
25 - 34 ans	<b>18%</b>	19%		<b>17%</b>
35 - 49 ans	<b>27%</b>	28%		<b>27%</b>
50 - 64 ans	<b>20%</b>	20%		<b>20%</b>
65 et plus	<b>19%</b>	17%		<b>20%</b>
<b>Profession du chef de famille</b>				
Agriculteur	<b>2%</b>	2%		<b>2%</b>
Artisan, commerçant	<b>6%</b>	7%		<b>6%</b>
Cadre, profession intellectuelle	<b>11%</b>	12%		<b>10%</b>
Profession intermédiaire	<b>15%</b>	13%		<b>15%</b>
Employé	<b>11%</b>	17%		<b>11%</b>
Ouvrier	<b>22%</b>	21%		<b>23%</b>
Retraité	<b>27%</b>	22%		<b>27%</b>
Autres inactifs	<b>7%</b>	5%		<b>7%</b>
<b>Profession de l'interviewé(e)</b>				
Agriculteur	-	1%		<b>1%</b>
Artisan, commerçant	-	5%		<b>5%</b>
Cadre, profession intellectuelle	-	8%		<b>7%</b>
Profession intermédiaire	-	11%		<b>11%</b>
Employé	-	21%		<b>16%</b>
Ouvrier	-	15%		<b>15%</b>
Retraité	-	20%		<b>24%</b>
Autres inactifs	-	19%		<b>21%</b>

	2005		2006	
	Redressé	Brut	Brut	Redressé
<i>Base</i>	<b>1042</b>	1006	1006	<b>1006</b>
<b>Taille d'agglomération</b>				
Communes rurales	<b>24%</b>	26%		<b>25%</b>
De 2000 à 20000h.	<b>17%</b>	16%		<b>18%</b>
De 20000 à 10000h	<b>13%</b>	13%		<b>13%</b>
De 100000 à 200000h	<b>29%</b>	30%		<b>28%</b>
Agglomération Parisienne	<b>16%</b>	14%		<b>16%</b>
<b>Région</b>				
Région parisienne	<b>18%</b>	17%		<b>18%</b>
Bassin parisien est	<b>10%</b>	9%		<b>8%</b>
Bassin parisien ouest	<b>13%</b>	10%		<b>9%</b>
Nord	<b>7%</b>	7%		<b>7%</b>
Est	<b>9%</b>	9%		<b>9%</b>
Ouest	<b>8%</b>	14%		<b>14%</b>
Sud-ouest	<b>11%</b>	11%		<b>11%</b>
Sud-est	<b>12%</b>	11%		<b>11%</b>
Méditerranée	<b>12%</b>	12%		<b>12%</b>

Nouveau

	2006	
	Brut	Redressé
<b>Nombre d'enfants au foyer</b>	1006	1006
Aucun enfant	59%	62%
1 enfant	16%	15%
2 enfants	15%	14%
3 enfants	7%	7%
4 enfants et plus	3%	2%
<i>Nombre Moyen</i>	0,8	0,7
<b>Age des enfants</b>	407	382
Moins de 5 ans	23%	23%
5 à 10 ans	41%	41%
11 à 15 ans	39%	39%
Plus de 15 ans	49%	50%
NR	1%	1%

	2006	
	Brut	Redressé
<i>Base</i>	1006	1006
<b>Accès Internet à titre privé</b>		
Oui	48%	47%
Non	52%	53%
<b>Accès Internet à titre professionnel</b>		
Oui	23%	22%
Non	76%	78%
NR	1%	-





## Résultats détaillés

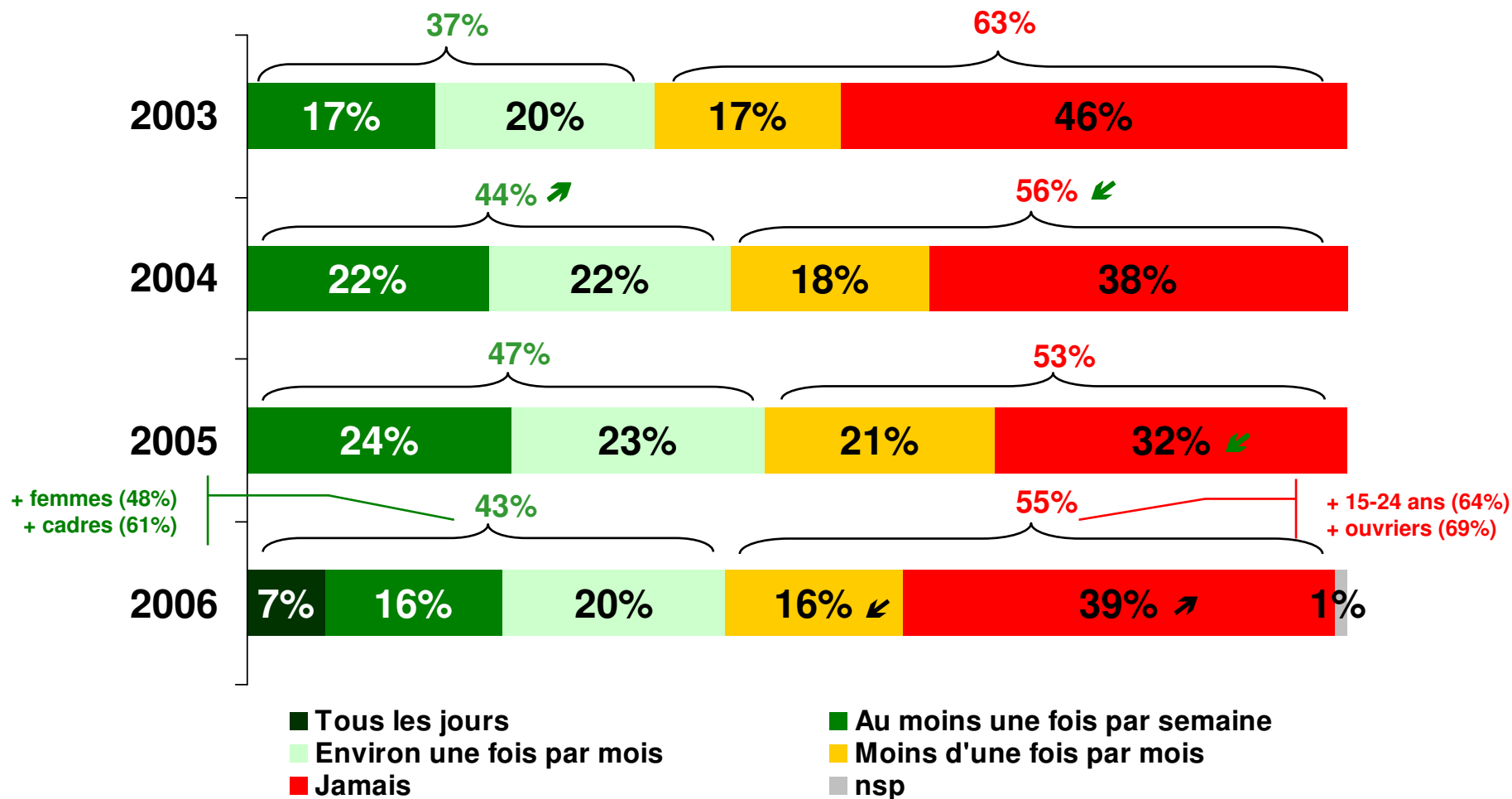


## **A. Perception et consommation des produits biologiques dans la population française**



# **1. La consommation de produits biologiques**

Q2-Consommez-vous des produits biologiques ?



Base 2006 : 1006

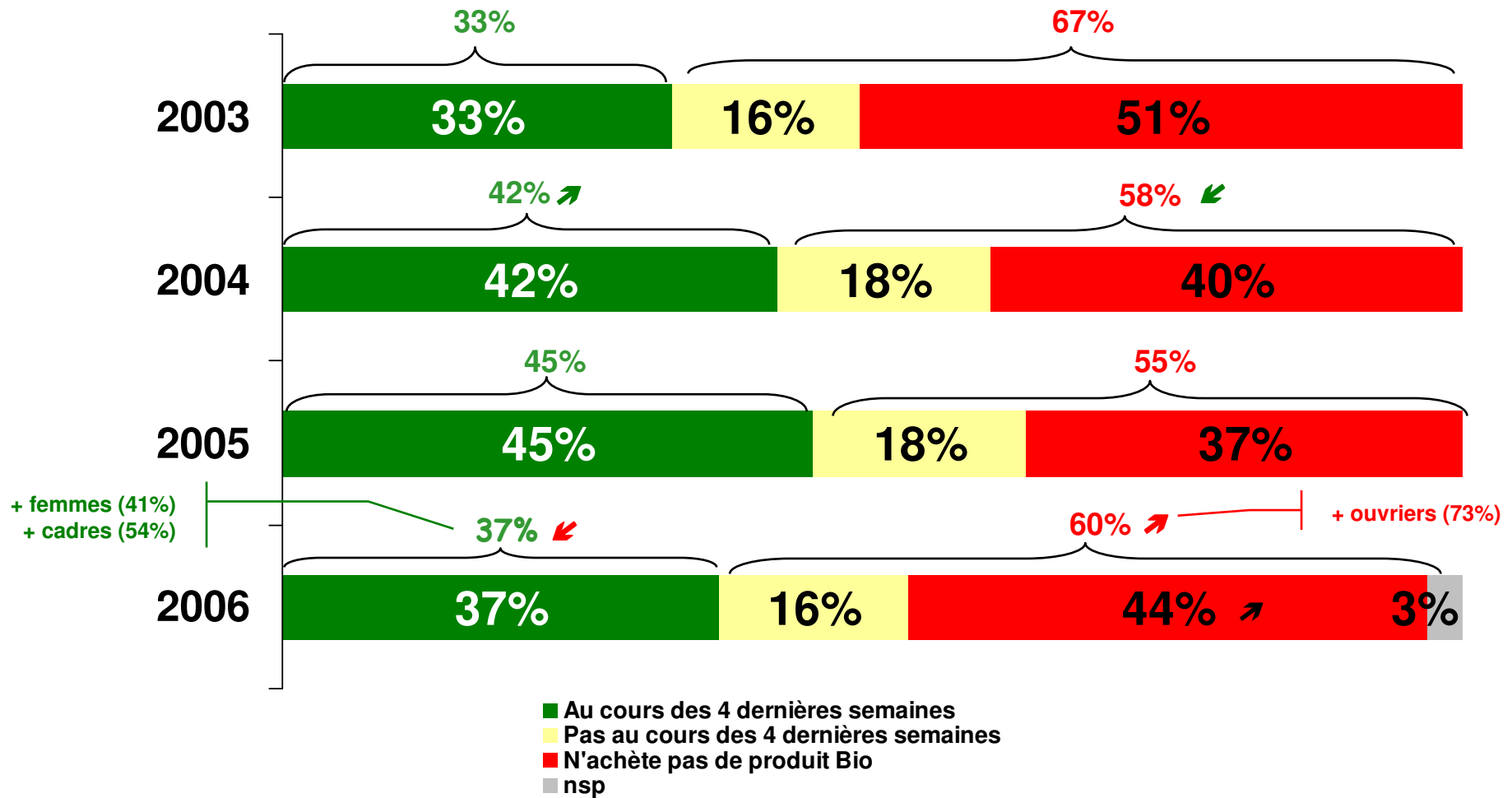
↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

## Produits bio consommés selon la fréquence de consommation

	Consommateurs de produits bio		
	Tous les jours	Au moins une fois par semaine	Environ une fois par mois
	A	B	C
<b>Base</b>	<b>74</b>	<b>162</b>	<b>201</b>
<b>Nombre moyen de produits bio consommés</b>	<b>6,9</b> BC	<b>5,0</b> C	<b>3,7</b>
<b>Fruits et légumes</b>	<b>88%</b> BC	<b>76%</b> C	<b>66%</b>
<b>Œufs</b>	<b>65%</b> BC	<b>44%</b>	<b>38%</b>
<b>Produits laitiers</b>	<b>71%</b> C	<b>67%</b>	<b>58%</b>
Lait	50% BC	35% C	25%
Fromages	45% C	37% C	22%
Autres produits laitiers	44%	46%	36%
<b>Pain/Autres céréales</b>	<b>58%</b> C	<b>52%</b> C	<b>40%</b>
Pains	48% C	42% C	32%
Autres céréales	47% BC	22%	16%
<b>Huile/Epicerie</b>	<b>56%</b> BC	<b>33%</b>	<b>30%</b>
Huile	36% BC	12% C	6%
Epicerie	41% C	29%	26%
<b>Viande</b>	<b>62%</b> C	<b>52%</b> C	<b>41%</b>
Volaille	55% C	44% C	33%
Boeuf	40% C	32% C	22%
Porc, charcuterie, agneau	32% C	23% C	12%
<b>Poissons</b>	<b>16%</b> BC	<b>6%</b>	<b>6%</b>
<b>Boisson</b>	<b>27%</b> BC	<b>15%</b>	<b>9%</b>
Vins	17% BC	6%	4%
Autres boissons	17% C	10%	6%
<b>Produits à base de soja</b>	<b>36%</b> C	<b>27%</b>	<b>19%</b>
<b>Compléments alimentaires</b>	<b>13%</b> C	<b>7%</b>	<b>3%</b>

**Note de lecture (exemple sur les fruits et légumes) :** parmi les personnes qui consomment des produits bio tous les jours, 88% consomment des fruits et légumes bio. Et ils ne sont que 66% chez les consommateurs occasionnels (environ 1 fois par mois) à en consommer, ce qui est significativement inférieur.

Q3-Avez-vous, vous ou quelqu'un de votre foyer, acheté un ou plusieurs produits biologiques au cours des 4 dernières semaines ?



Base 2006 : 1006

↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

# Raisons de non-achat de produits Bio - spontanée

Q4-Vous m'avez dit que vous n'avez pas acheté récemment ou que vous n'achetez jamais de produits biologiques. Pouvez-vous me dire pour quelles raisons ?

	2003	2004	2005	2006	
Base	676	573	569	603	
<b>Nombre moyen de réponses</b>	<b>1,7</b>	<b>1,6</b>	<b>1,6</b>	<b>1,4</b>	↘
<b>AU MOINS UN COMMENTAIRE NEGATIF</b>	<b>97%</b>	<b>97%</b>	<b>94%</b>	<b>93%</b>	
<b>Produits dont le prix est excessif</b>	<b>57%</b>	<b>54%</b>	<b>61%</b>	<b>57%</b>	
produits chers, plus chers que les autres	56%	54%	61%	56%	
prix pas justifié	1%	1%	-	2%	↗
<b>N'achète pas ce type de produits</b>	<b>46%</b>	<b>46%</b>	<b>36%</b>	<b>35%</b>	↘
n'en a pas besoin, pas l'utilité, pas nécessaire	10%	11%	6%	11%	↗
n'y pense pas	17%	12%	9%	9%	
pas dans mes habitudes d'achat	17%	19%	17%	8%	↘
pas besoin car possède son potager, fait ses légumes	7%	8%	7%	7%	
<b>Pas convaincus</b>	<b>25%</b>	<b>25%</b>	<b>24%</b>	<b>17%</b>	↘
pas confiance, pas sur qu'il soit bio, pas plus sur que les autres	15%	17%	11%	12%	↘
pas assez de différence de qualité avec les autres produits	6%	5%	5%	2%	↘
pas plus naturel que les autres car tout est pollué, la terre est polluée	3%	3%	5%	2%	↘
l'eau est polluée, de toute façon	-	-	-	1%	
juste une mode, phénomène de mode	2%	-	1%	1%	
pas prouvé qu'ils soient meilleurs pour la santé, plus sains	3%	4%	4%	-	↘
<b>Produits que l'on ne trouve pas partout</b>	<b>10%</b>	<b>8%</b>	<b>10%</b>	<b>9%</b>	
produits difficiles à trouver, n'existent pas partout	10%	8%	9%	8%	
seulement en magasin spécialisé	-	-	2%	1%	
<b>Divers</b>	<b>10%</b>	<b>8%</b>	<b>9%</b>	<b>9%</b>	
ne connais pas les produits bio, manque d'infos sur les produits bio	5%	4%	4%	4%	
n'aime pas leur goût, fade, sans goût, pas meilleur goût	4%	2%	3%	3%	
gamme de produits pas assez étendue, peu de choix	1%	1%	-	2%	↗
pas appétissant, pas joli d'aspect	1%	-	1%	1%	
<b>Produits très ciblés</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>4%</b>	<b>-</b>	↘
pour une certaine classe sociale, pour les riches	-	-	3%	-	↘
pour les gens au régime, qui doivent suivre un régime	-	-	1%	-	↘

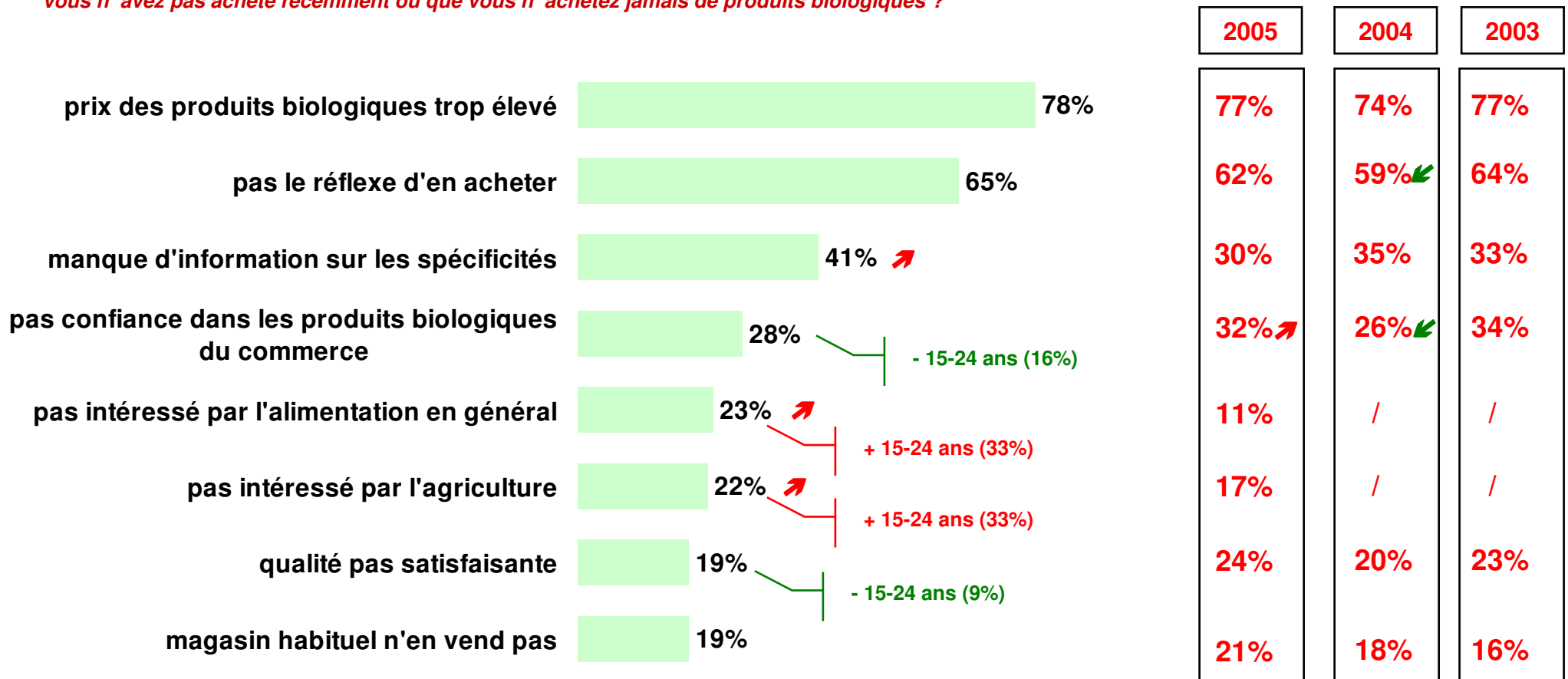
- plus de 65ans (45%)

+ plus de 65ans (13%)



# Raisons de non-achat de produits Bio - assistée

Q5-Je vais vous citer un certain nombre de propositions. Pour chacune d'entre elles, pouvez-vous me dire si, oui ou non, c'est une raison pour laquelle vous n'avez pas acheté récemment ou que vous n'achetez jamais de produits biologiques ?



↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

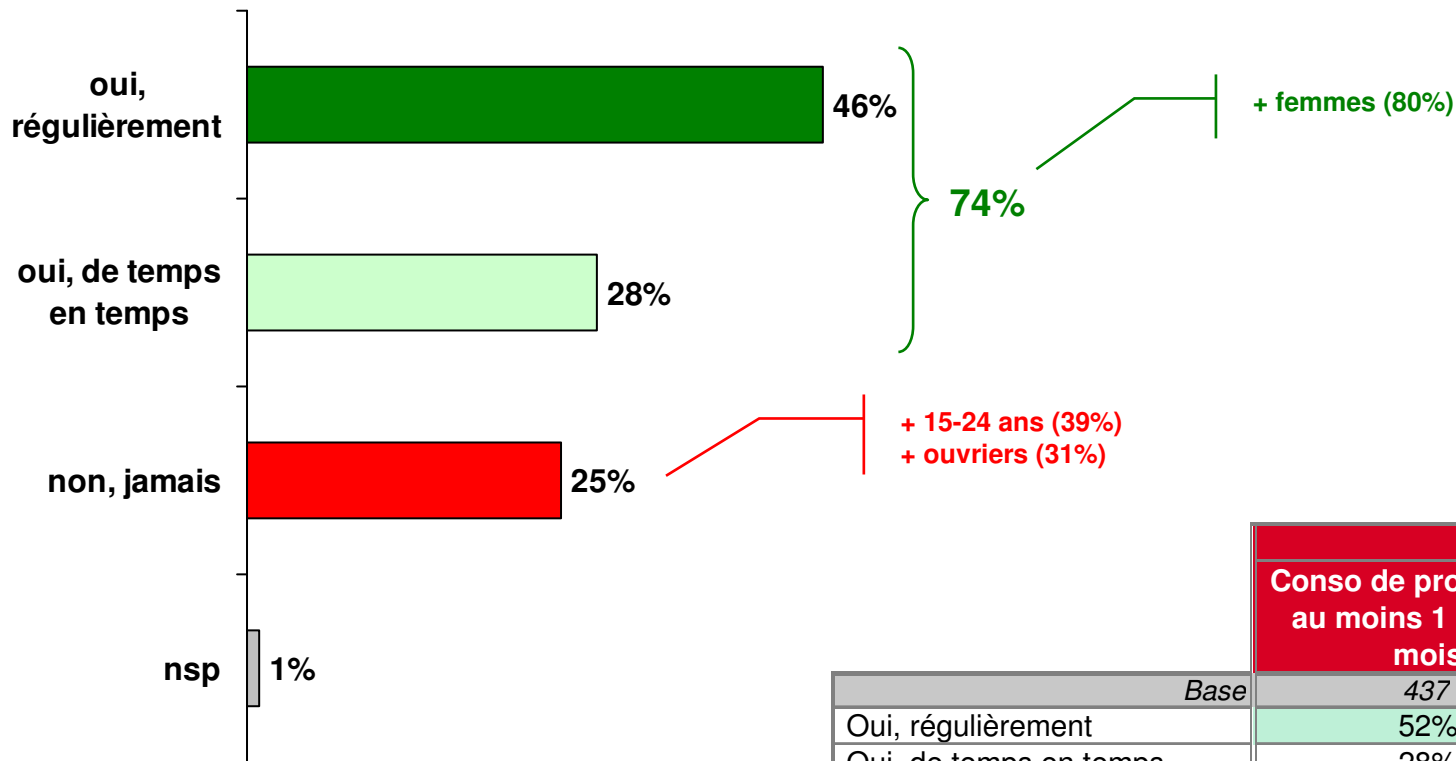
Base : « n'a pas acheté de produits bio ces 4 dernières semaines ou n'en achète jamais » = 603



Q6- Lorsque vous faites vos courses, regardez-vous les affichages de prix au kg ?

Nouvelle question

## Attention à l'affichage des prix au kg



	2006	
	Conso de produits bio au moins 1 fois par mois	Non consommateurs (ou conso moins d'une fois par mois)
Base	437	557
Oui, régulièrement	52%	41%
Oui, de temps en temps	28%	29%
Non, jamais	18%	29%

Différences significatives entre les conso / non conso

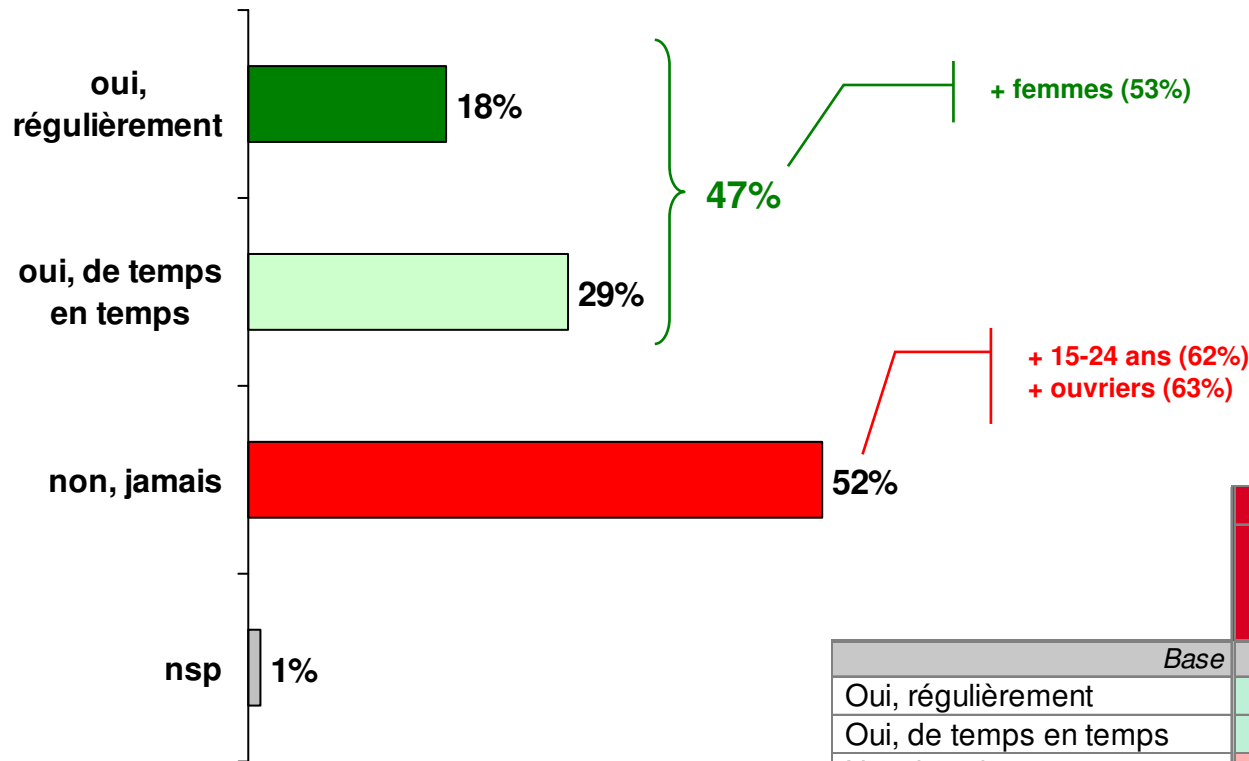
Base 2006 : 1006

# Prix des produits bio vs autres produits

Q7 - Lorsque vous faites vos courses, vous arrive-t-il de comparer les prix des produits Bio avec ceux des autres produits de même catégorie ?  
(ex : poulet Bio vs poulet sous label vs poulet standard)

Nouvelle question

## Comparaison des prix des produits Bio vs autres produits de même catégorie



	2006	
	Conso de produits bio au moins 1 fois par mois	Non consommateurs (ou conso moins d'une fois par mois)
Base	437	557
Oui, régulièrement	31%	7%
Oui, de temps en temps	36%	24%
Non, jamais	32%	67%

Différences significatives entre les conso / non conso

Base 2006 : 1006



## En résumé... la consommation de produits biologiques

---

- Plus de 4 Français sur 10 déclarent consommer des produits biologiques (au moins 1 produit, au moins 1 fois par mois), dont 7% tous les jours. Cette part de consommateurs est identique à celle de 2004.
- La part des Français acheteurs de produits bio au cours des quatre dernières semaines passe de 45% en 2005 à 37% aujourd'hui, part qui reste supérieure à celle de 2003.
- Les raisons de non-achat se concentrent sur les mêmes thèmes que l'an passé : principalement des prix jugés excessifs pour 57% des consommateurs occasionnels ou non-consommateurs.
- Notons également un manque de connaissance sur les produits bio significativement plus élevé dans le Nord de la France.
- En assisté, les prix trop élevés restent la principale raison de non achat, à un score équivalent à l'an passé. La deuxième raison reste le manque de « réflexe » d'achat pour ces produits. Le manque d'information se fait davantage ressentir cette année (pour 41% contre 30% en 2005) : un besoin d'information potentiel donc. Enfin : un manque d'intérêt général sur l'alimentation et l'agriculture (en hausse significative par rapport à 2005), résultats tirés à la hausse par les 15-24 ans.
- Les  $\frac{3}{4}$  des Français déclarent faire attention à l'affichage des prix au kg lorsqu'ils font leurs courses (et davantage parmi les consommateurs de produits bio : 80% vs 70% chez les non consommateurs de bio), et ils sont près de la moitié à comparer les prix des produits bio à ceux des autres produits de même catégorie, et en toute logique, particulièrement les consommateurs de produits bio.



## **2. La perception des produits biologiques**

## Q1-Comment qualifieriez-vous les produits biologiques en quelques mots ?

	2005	2006	2005		2006	
			conso	non-conso	conso	non-conso
<i>Base</i>	1042	1006	490	552	437	557
<b>Commentaires positifs</b>	<b>86%</b>	<b>81%</b> ↓	<b>97%</b>	<b>77%</b>	<b>93%</b>	<b>72%</b>
<b>Aliments sains / naturels</b>	<b>81%</b>	<b>69%</b> ↓	<b>90%</b>	<b>72%</b>	<b>80%</b>	<b>61%</b>
<b>Aliments sans produits chimiques</b>	<b>44%</b>	<b>33%</b> ↓	<b>50%</b>	<b>39%</b>	<b>36%</b>	<b>30%</b>
sans produits chimiques	24%	16%	27%	22%	18%	15%
cultivés sans engrais, sans engrais chimiques	17%	12%	19%	16%	11%	13%
sans pesticides	9%	8%	11%	7%	10%	6%
sans colorants	5%	3%	7%	4%	4%	3%
sans insecticides	2%	2%	1%	2%	2%	1%
sans conservateurs	5%	2%	6%	4%	3%	2%
<b>Aliments (plus) sains, bons/meilleurs pour la santé</b>	<b>33%</b>	<b>32%</b>	<b>46%</b>	<b>22%</b>	<b>42%</b>	<b>24%</b>
sains, plus sains, meilleurs pour la santé, bon pour la santé	33%	32%	46%	22%	42%	24%
frais	1%	1%	2%	-	1%	-
<b>Aliments naturels / cultivés de façon naturelle</b>	<b>43%</b>	<b>30%</b> ↓	<b>47%</b>	<b>39%</b>	<b>34%</b>	<b>28%</b>
naturels	36%	27%	37%	35%	30%	25%
cultivés de façon naturelle, poussent naturellement	9%	3%	11%	7%	3%	3%
cultivés dans un sol sain	-	-	-	-	1%	-
<b>Aliments qui ne subissent aucun traitement</b>	<b>12%</b>	<b>8%</b> ↓	<b>13%</b>	<b>11%</b>	<b>8%</b>	<b>9%</b>
ne subissent aucun traitement	9%	5%	8%	9%	3%	6%
subissent un cahier des charges strict; contrôlés, réglementés	4%	4%	5%	2%	5%	3%
<b>Produits de qualité</b>	<b>10%</b>	<b>10%</b>	<b>15%</b>	<b>6%</b>	<b>12%</b>	<b>8%</b>
produits de qualité, bons aliments, de meilleure qualité	10%	9%	14%	6%	12%	7%
diminuent les risques alimentaires, sécurité alimentaire	1%	1%	1%	-	1%	1%
<b>Produits goûteux</b>	<b>10%</b>	<b>6%</b> ↓	<b>14%</b>	<b>6%</b>	<b>10%</b>	<b>4%</b>
<b>produits sans OGM</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>	<b>3%</b>
<b>Produits qui garantissent le respect de l'environnement</b>	<b>5%</b>	<b>6%</b>	<b>9%</b>	<b>2%</b>	<b>9%</b>	<b>4%</b>
<b>Produits cultivés de façon traditionnelle, artisanale</b>	<b>4%</b>	<b>4%</b>	<b>7%</b>	<b>2%</b>	<b>6%</b>	<b>2%</b>
cultivés de façon traditionnelle, artisanale, comme avant	2%	3%	4%	1%	4%	2%
animaux élevés en liberté, en plein air	-	1%	1%	-	1%	-
petit rendement, fait sur petites exploitations, produit en petite quantité	-	1%	-	-	1%	-
animaux nourris sans farines animales	1%	-	2%	-	-	-
<b>Produits de régime, diététiques</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>
<b>Divers</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>	<b>2%</b>
plus riches en vitamines, en oligo-éléments	1%	-	2%	1%	-	-
produits d'avenir, nouveaux	-	1%	1%	-	1%	1%
produits idéaux	-	1%	-	-	1%	-

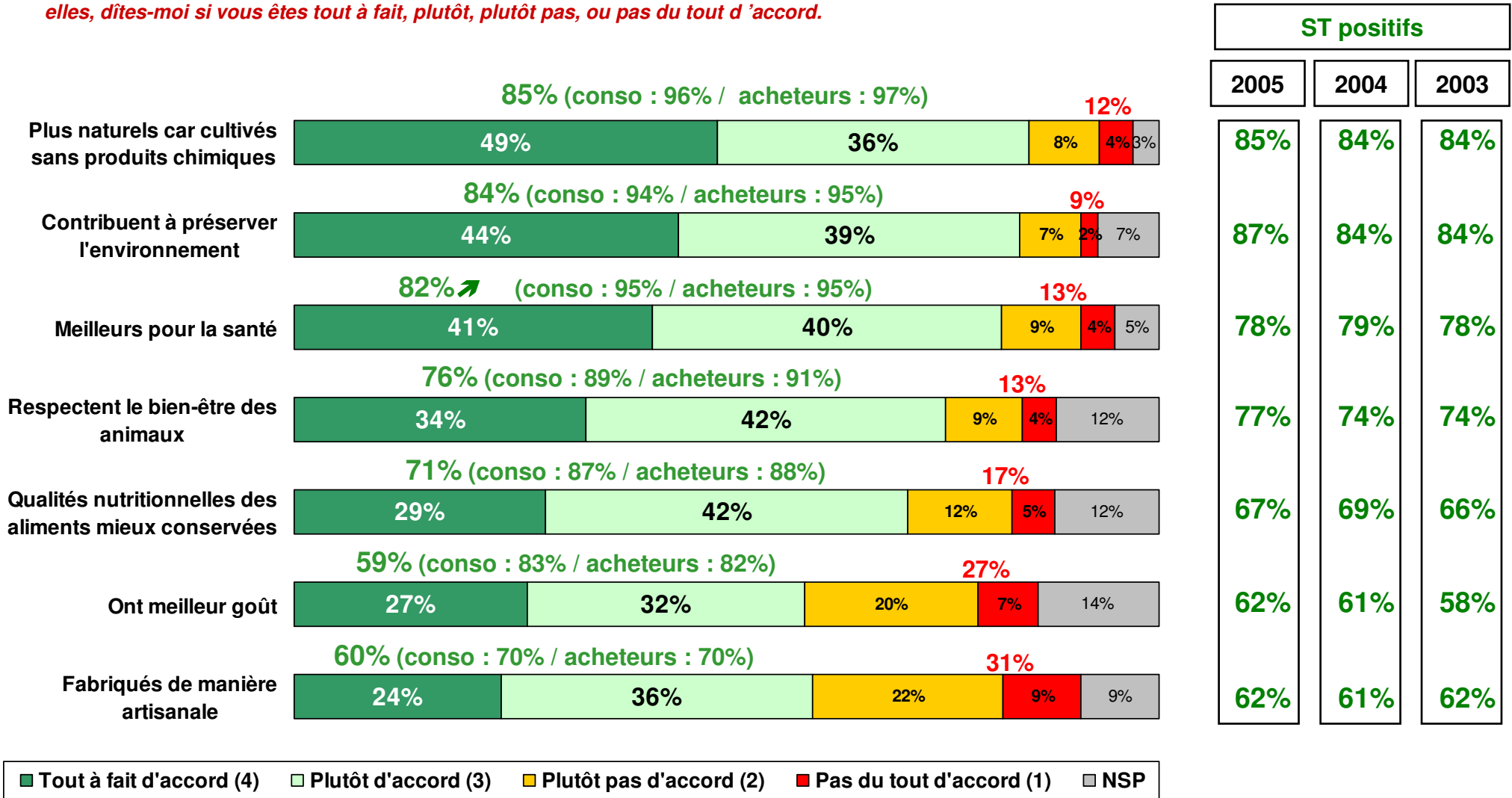
## Q1-Comment qualifieriez-vous les produits biologiques en quelques mots ?

	2005	2006	2005		2006	
			conso	non-conso	conso	non-conso
Base	1042	1006	490	552	437	557
<b>Commentaires négatifs</b>	<b>29%</b>	<b>29%</b>	<b>17%</b>	<b>39%</b>	<b>18%</b>	<b>37%</b>
<b>Produits dont le prix est excessif</b>	<b>21%</b>	<b>19%</b>	<b>15%</b>	<b>26%</b>	<b>12%</b>	<b>24%</b>
produits chers, plus chers que les autres	21%	18%	15%	26%	12%	23%
prix pas justifié	-	1%	-	-	-	1%
<b>Produits que l'on ne trouve pas partout</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>
produits difficiles à trouver, n'existent pas partout	1%	1%	1%	1%	2%	1%
seulement en magasin spécialisé	-	-	-	1%	1%	-
<b>N'achète pas ce type de produits</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>-</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>
pas dans mes habitudes d'achat	1%	1%	-	1%	-	1%
n'en a pas besoin, pas l'utilité, pas nécessaire	-	1%	-	-	-	2%
pas besoin car possède son potager, fait ses légumes	-	-	-	-	1%	-
<b>Pas convaincu</b>	<b>9%</b>	<b>10%</b>	<b>2%</b>	<b>15%</b>	<b>5%</b>	<b>13%</b>
pas confiance, pas sûr qu'il soit bio, pas plus sûr que les autres	4%	6%	1%	8%	3%	8%
pas assez de différence de qualité avec les autres produits	1%	1%	-	1%	1%	2%
pas prouvé qu'ils soient meilleurs pour la santé, plus sains	-	-	-	1%	-	-
juste une mode, phénomène de mode	1%	2%	-	2%	1%	3%
pas plus naturel que les autres car tout est pollué, la terre est polluée	3%	1% ↘	1%	5%	1%	1%
<b>Produits très ciblés</b>	<b>2%</b>	<b>1%</b>	<b>-</b>	<b>3%</b>	<b>-</b>	<b>2%</b>
pour une certaine classe sociale, pour les riches	1%	1%	-	2%	-	1%
pour les gens au régime, qui doivent suivre un régime	-	-	-	-	-	-
<b>Divers</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b> ↗	<b>1%</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>	<b>6%</b>
ne connais pas les produits bio, manque d'infos sur les produits bio	1%	2% ↗	-	1%	1%	3%
n'aime pas leur goût, fade, sans goût, pas meilleur goût	1%	1%	-	2%	-	2%
pas appétissant, pas joli d'aspect	-	-	-	1%	-	-



# Perception des produits biologiques - assistée

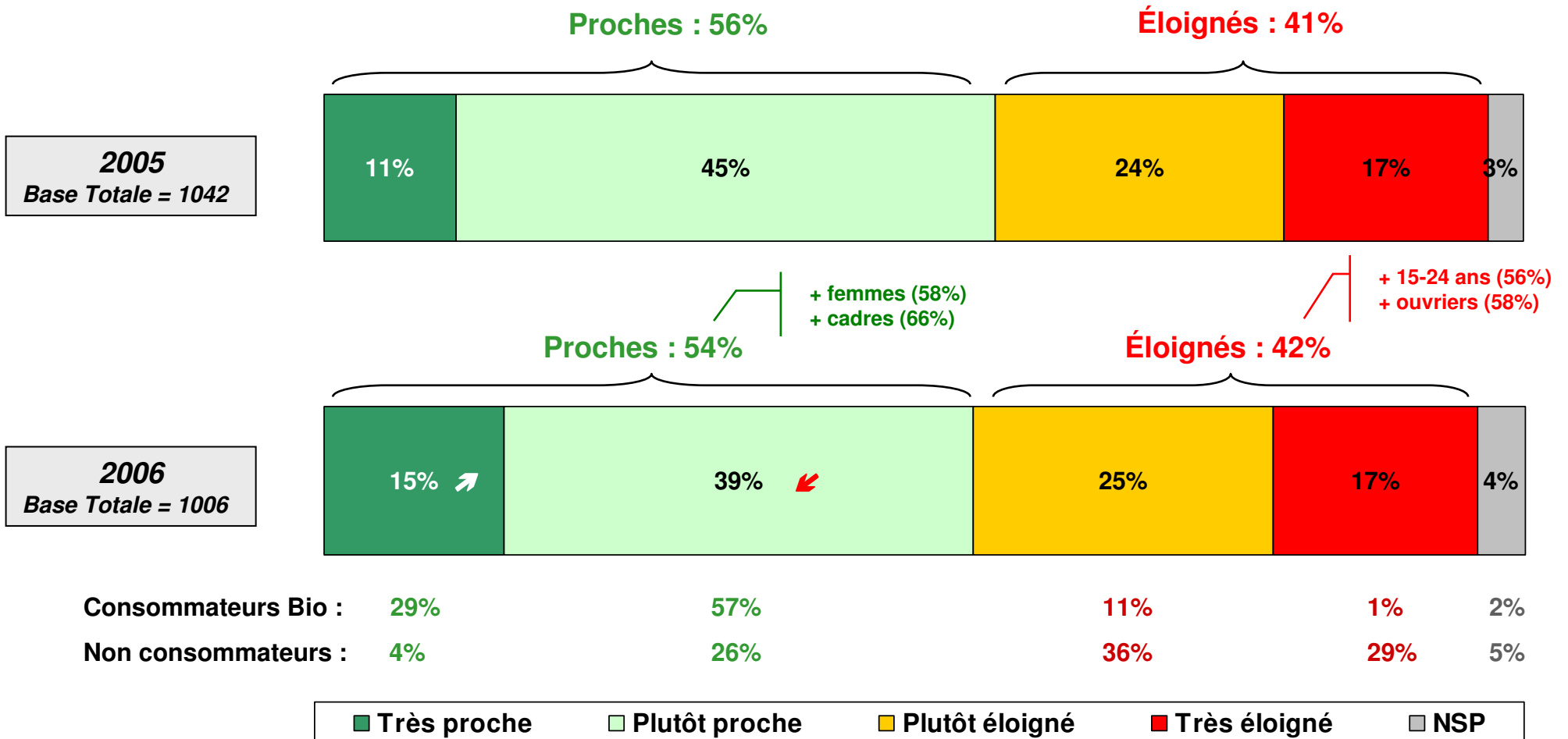
Q8-Je vais vous proposer un certain nombre de phrases que des personnes nous ont dites à propos des produits biologiques. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas, ou pas du tout d'accord.



Base Totale = 1006

# Valeurs portées par l'agriculture biologique

Q10-Par rapport aux valeurs portées par l'agriculture biologique en général, diriez-vous que vous vous sentez personnellement... ?

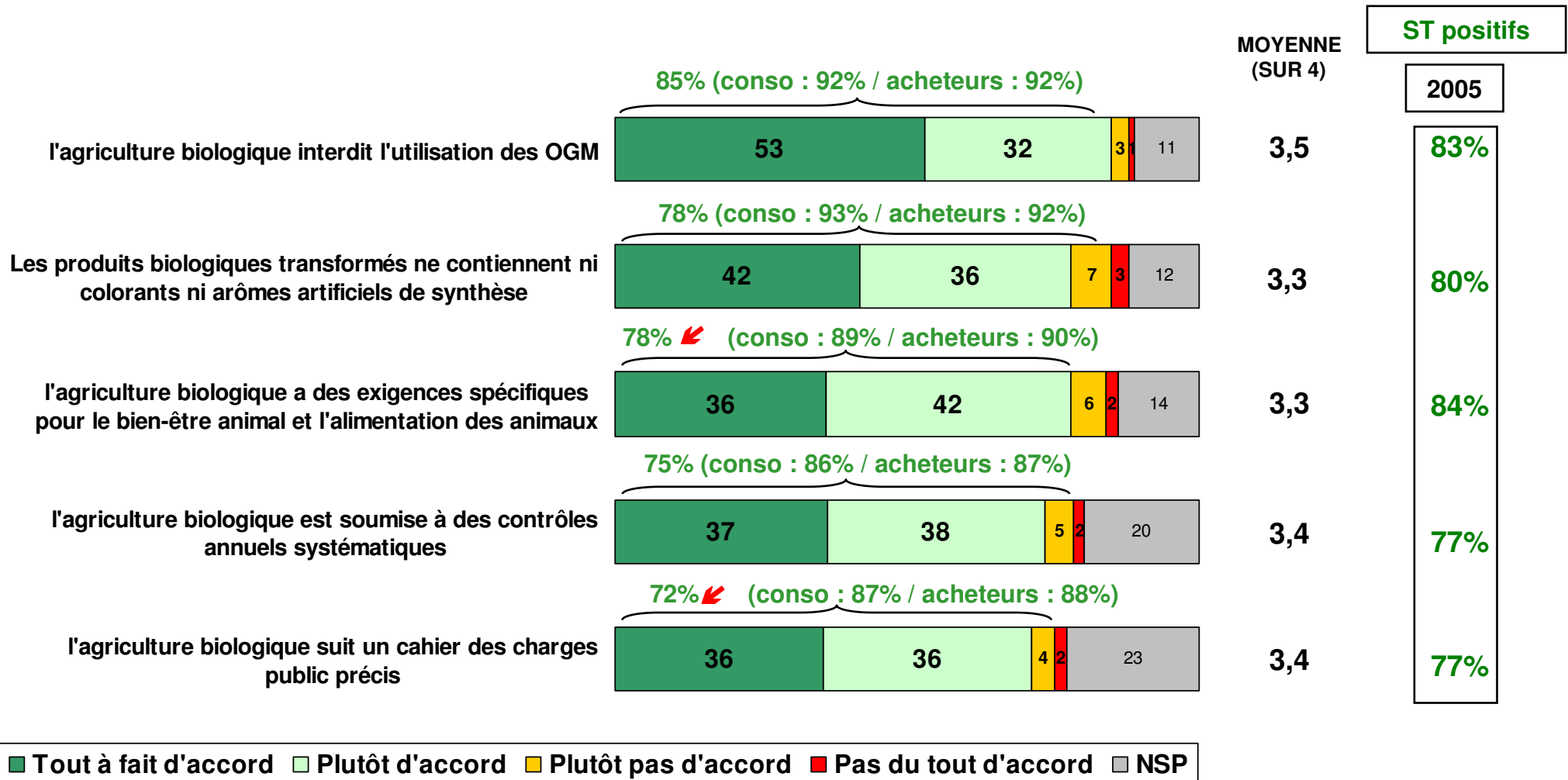


↗ ↘ Évolution significative entre les vagues



# Perception de l'agriculture biologique - assistée

Q9-Toujours sur le même principe, je vais maintenant vous citer un certain nombre d'affirmations, pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord, ou pas du tout d'accord avec chacune d'entre elles ?



## Produits biologiques vs autres labels (1/3)

Q19-Pour vous, qu'est-ce qui différencie les produits biologiques des produits d'autres labels ?

	2005	2006
Base	1042	1006
<b>Au moins une réponse "les produits biologiques sont..."</b>	<b>89%</b>	<b>72%</b> ↓
<b>Le naturel</b>	<b>60%</b>	<b>47%</b> ↓
naturels / 100% naturels	24%	15% ↓
sans produits chimiques	24%	13% ↓
sains / bons pour la santé	12%	11%
sans engrais	11%	7% ↓
sans pesticides	8%	5% ↓
respect de l'environnement	4%	4%
sans OGM	2%	3%
sans colorants	4%	3% ↓
non traités	9%	2% ↓
sans conservateurs	5%	2% ↓
sans insecticides	1%	2%
meilleure traçabilité	1%	1%
qualités nutritionnelles préservées	-	1%
sans arômes artificiels	1%	-
pas de preuve que ce soit sain	1%	-
<b>La qualité</b>	<b>14%</b>	<b>12%</b>
bonne qualité	5%	8% ↗
bon, meilleur goût	5%	3%
plus de saveur, moins fade	1%	1%
fraîcheur	-	1%
goût plus fade, plus neutre	-	1%
certifie la qualité	3%	- ↓
moins de matières grasses	1%	-

Q19-Pour vous, qu'est-ce qui différencie les produits biologiques des produits d'autres labels ?

	2005	2006
Base	1042	1006
<b>La fabrication</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>
mode de culture et d'élevage différent	3%	5% ↗
techniques de production différentes	4%	3%
moins industriels	1%	1%
fabriqués artisanalement	2%	1%
fabriqués comme autrefois, de façon traditionnelle	1%	1%
conformité à des normes	1%	1%
<b>Le contrôle</b>	<b>11%</b>	<b>4%</b> ↘
contrôlés sévèrement	4%	2% ↘
contrôlés	3%	1% ↘
cahier des charges	3%	1% ↘
contrôlés régulièrement	1%	-
soumis et conformes à une réglementation	2%	- ↘
moins contrôlés que les labels	1%	-
<b>Le type de produits</b>	<b>14%</b>	<b>8%</b> ↘
produit marqué AB ou BIO	5%	3% ↘
alimentation des animaux différente	2%	1%
marqué sur étiquette	2%	1%
emballage de couleur verte	1%	1%
avec des symboles particuliers / logo spécifique	2%	1%
animaux élevés sans hormones	1%	-
concerne la viande	1%	-
concerne les légumes, les fruits	1%	-
produit plus appétissant, plus beau	1%	-
aspect produit moins beau / c'est moins l'aspect qui compte	1%	-

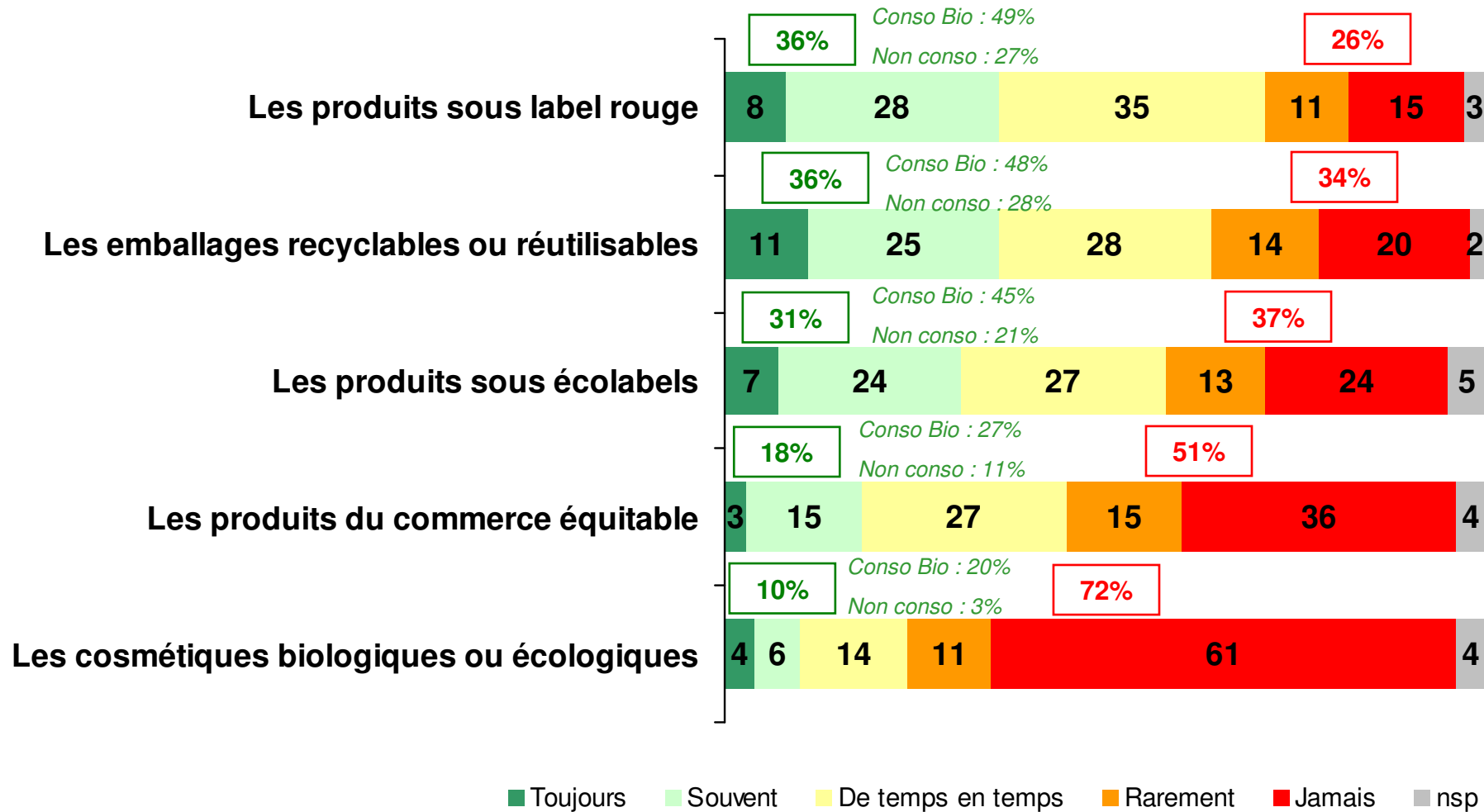
Q19-Pour vous, qu'est-ce qui différencie les produits biologiques des produits d'autres labels ?

	2005	2006
Base	1042	1006
<b>La provenance / L'origine</b>	<b>3%</b>	<b>2%</b>
issu de l'agriculture	1%	1%
certifie la provenance	-	1%
on ne connaît pas forcément l'origine	1%	-
<b>Divers</b>	<b>15%</b>	<b>11%</b> ↓
produit cher	8%	7%
sécurité des pds fabriqués	1%	1%
confiance	2%	1%
plus difficile à trouver sur le marché	1%	1%
n'y croit pas trop	1%	1%
dans un rayon spécialisé	1%	-
pas beaucoup de différences	2%	-
opération commerciale, marketing	1%	-
<b>Les autres labels sont</b>	<b>-</b>	<b>4%</b> ↑
Les autres labels correspondent à une norme de qualité	-	2%
Les autres labels indiquent la provenance/ Le lieu de production	-	1%
Les autres labels correspondent à une appellation/ une marque déposée	-	1%
<b>Rien/ Aucune différence</b>	<b>-</b>	<b>4%</b> ↑

# Attitudes relatives à d'autres démarches de qualité et/ou de développement durable

Q20-De façon générale, dans vos actes d'achat, privilégiez-vous...

Nouvelle question



Base Totale = 1006

- La perception spontanée et plus précisément les qualificatifs employés pour décrire les produits biologiques ont un peu évolué au cours de l'année passée.
  - ✓ des aliments toujours perçus sans produits chimiques,
  - ✓ des aliments sains, bons pour la santé,
  - ✓ des aliments naturels.
- Le prix perçu est élevé et excessif pour 1/5 des Français.
- Le respect de l'environnement reste un point peu évoqué spontanément mais ressort favorablement en assisté, avec 84% des Français qui approuvent le fait que les produits bio contribuent à préserver l'environnement.
- Concernant les valeurs portées par l'agriculture biologique, il y a toujours plus d'une personne sur 2 qui s'en considère proche, avec une progression de ceux se sentant très proches.

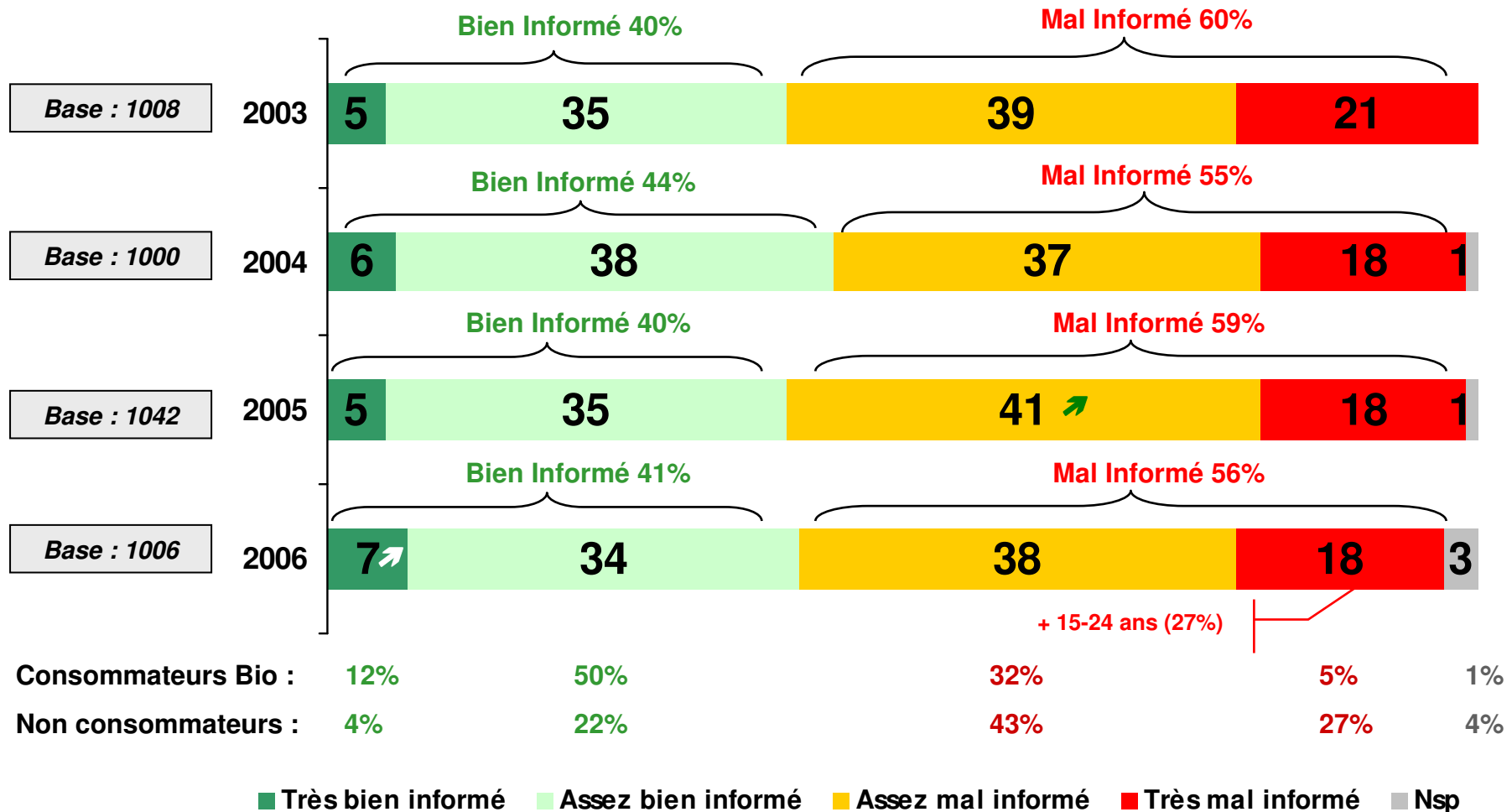
- **La perception de l'agriculture biologique a elle aussi légèrement évolué, puisque par rapport à l'an dernier, les Français sont moins nombreux à considérer qu'elle a des exigences spécifiques pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux, et aussi qu'elle suit un cahier des charges précis (respectivement 78% et 72% en 2006 vs 84% et 77% en 2005).**
- **Par rapport aux produits d'autres labels, les produits bio se différencient par leur côté naturel (15%), sans produits chimiques (13%), bons pour la santé (11%), mais ces critères sont en baisse par rapport à 2005. Les dimensions de qualité (8%) et le mode de culture et d'élevage différent (5%) enregistrent une progression.**
- **En termes d'attitudes vis à vis d'autres démarches de qualité et/ou de développement durable, 3 français sur 4 privilégient, au moins de temps en temps, les produits sous label rouge dans leurs actes d'achat, et près de 2/3 les emballages recyclables.**



### **3. L'information sur les produits biologiques**



Q11-D'une manière générale, pensez-vous être très bien, assez bien, assez mal ou très mal informé sur les produits biologiques ?

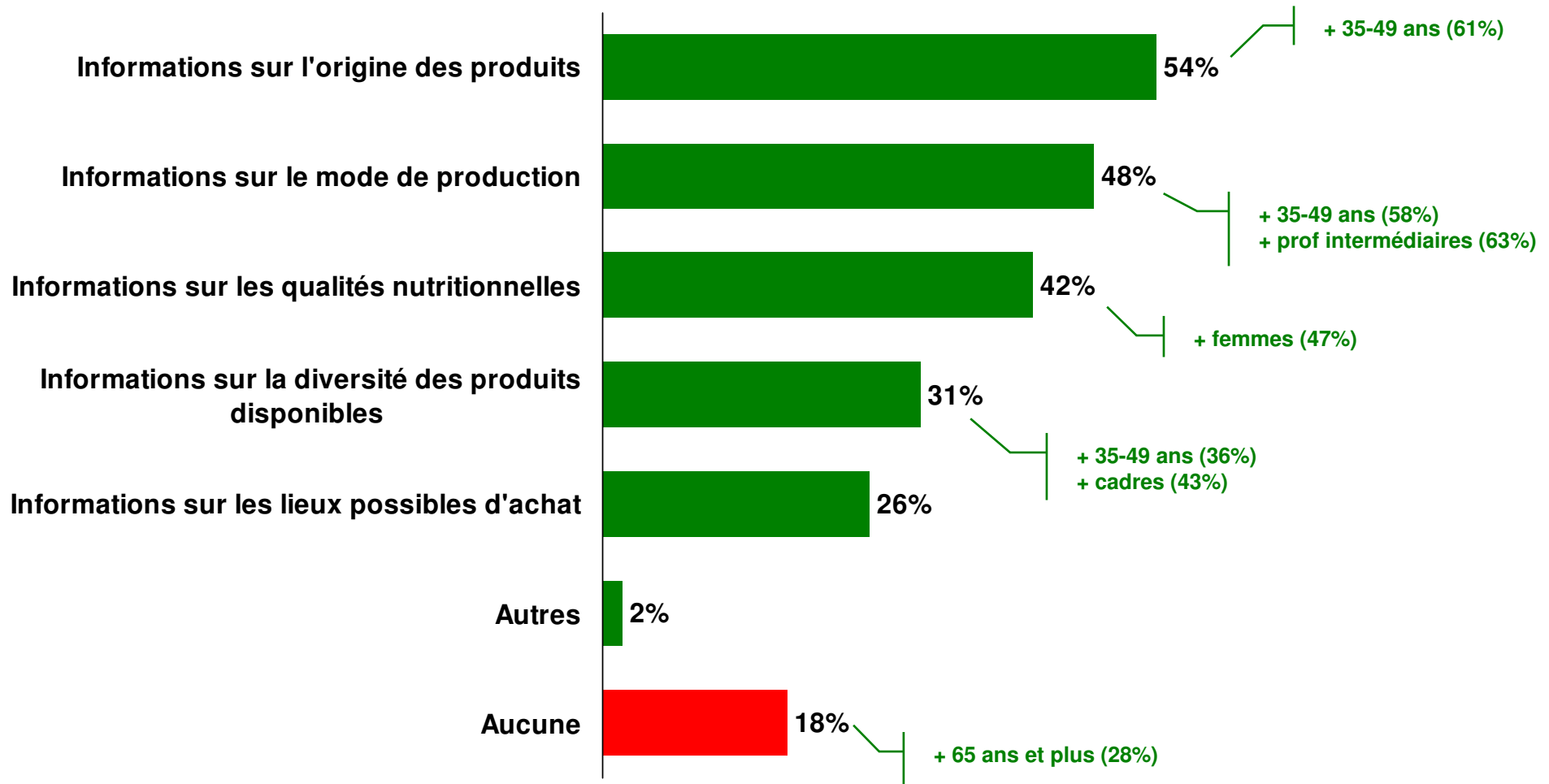


↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

# Type d'informations souhaitées sur les produits Bio

Q12 – Quel type d'informations attendez-vous sur le thème des produits biologiques ?

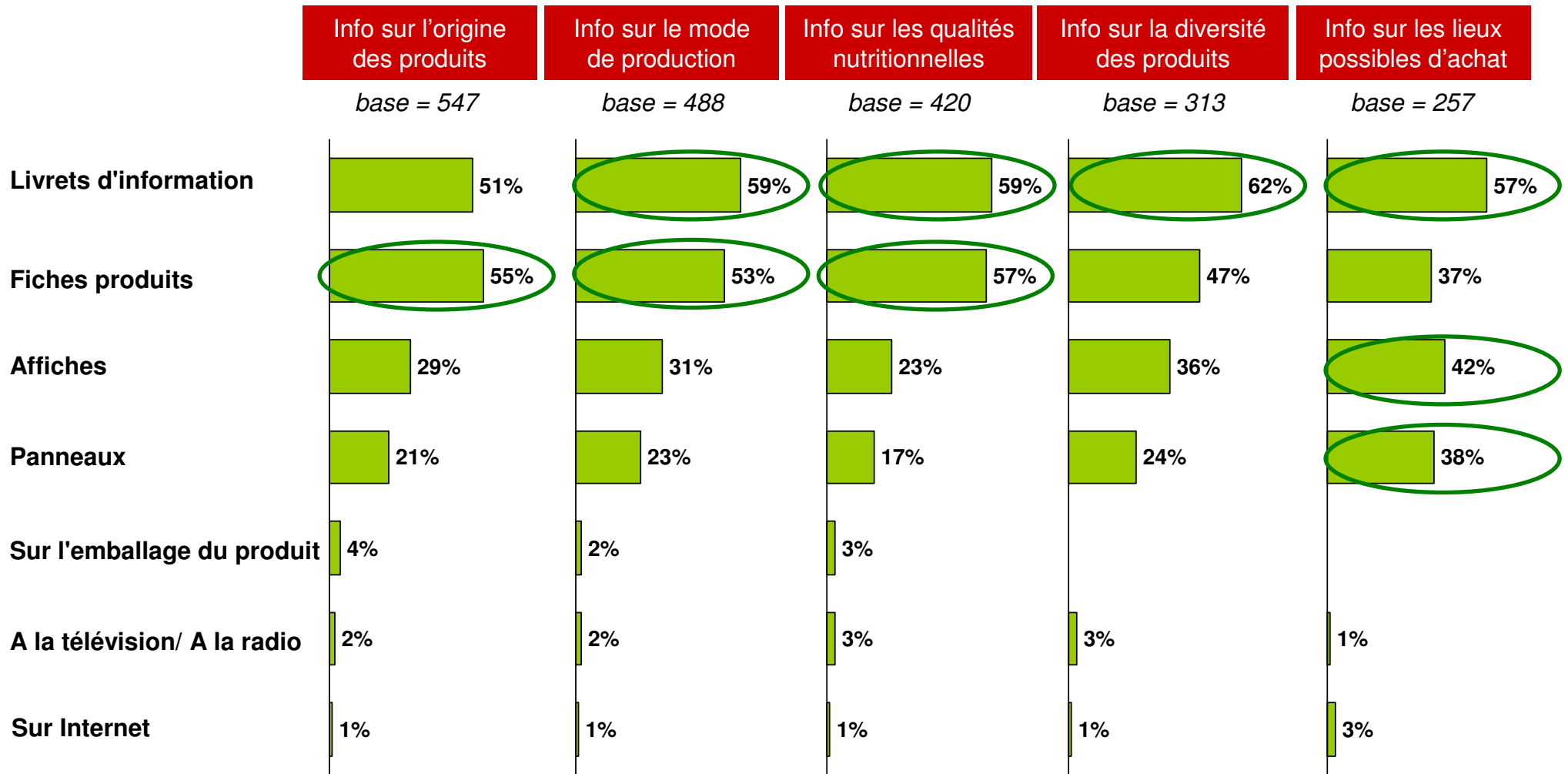
**Nouvelle question**



# Souhait d'informations : sous quelle forme ?

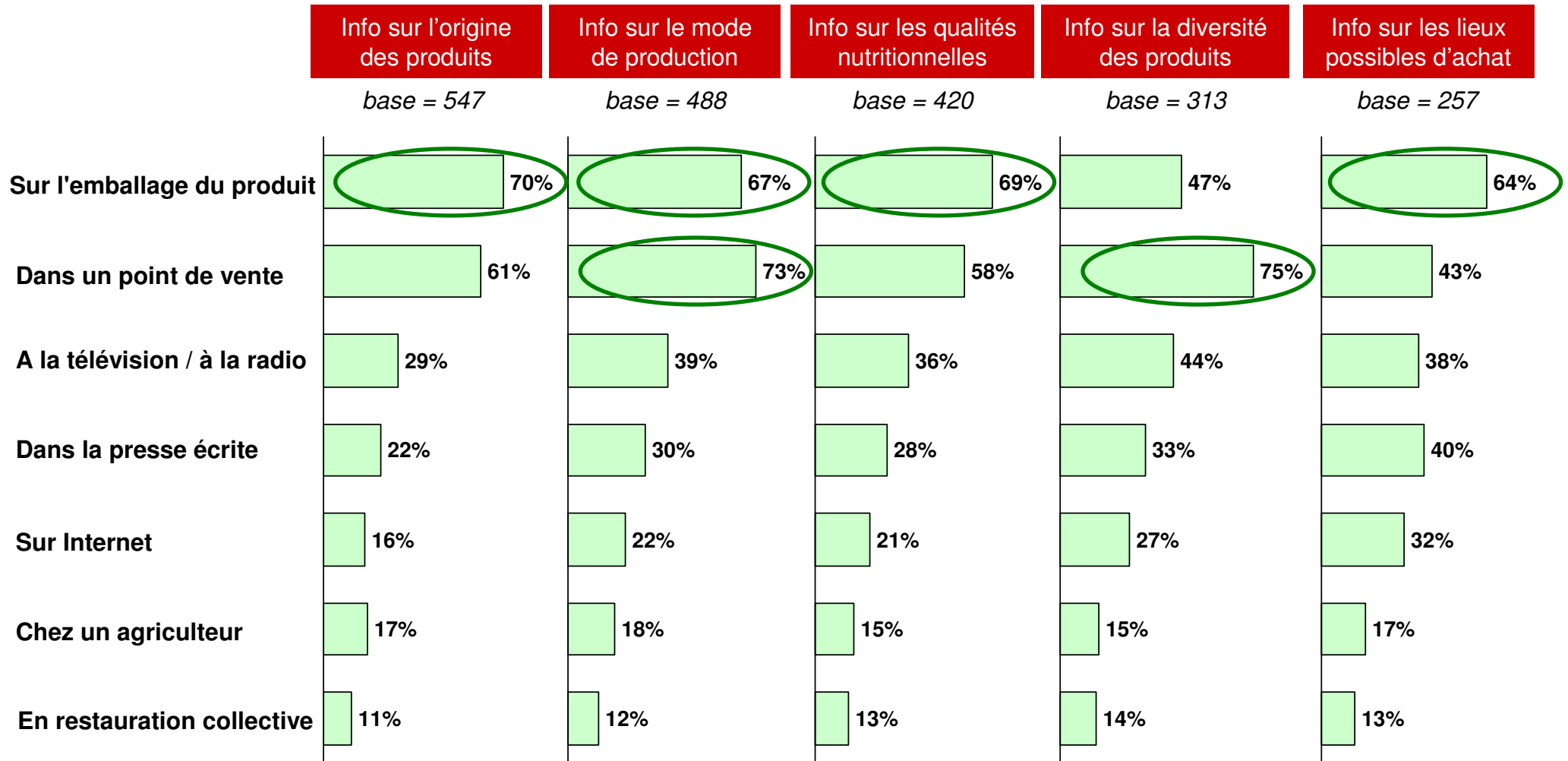
Q13 – Sous quelle forme souhaiteriez-vous trouver ces informations ?

Nouvelle question



Q14 – Où souhaiteriez-vous trouver ces informations ?

Nouvelle question



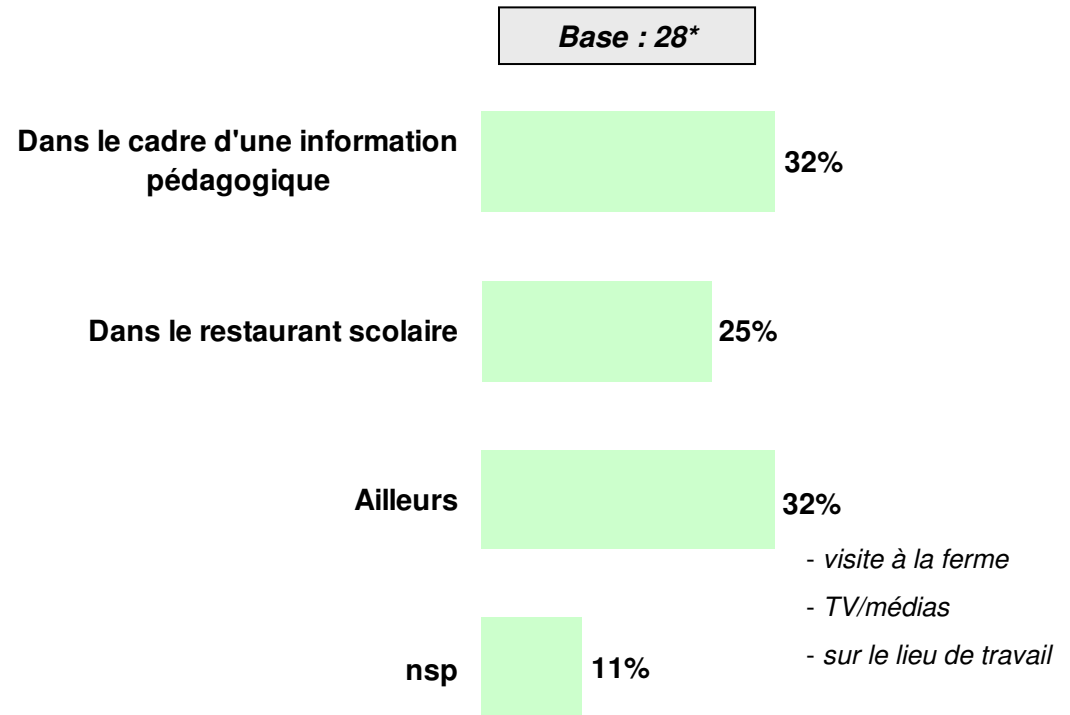
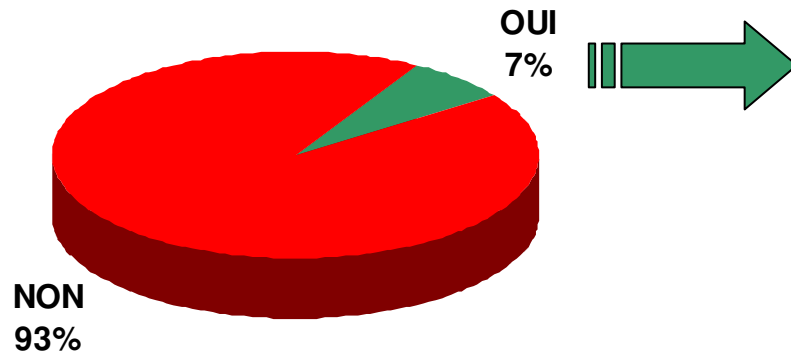
# Information sur l'agriculture biologique auprès des enfants

Q17-Vos enfants vous ont-ils parlé d'une action d'information sur l'agriculture biologique ?

Q17b-Où ont-il eu l'information ?

**Nouvelles questions**

Base « ayant un ou des enfant(s) au foyer » : 382



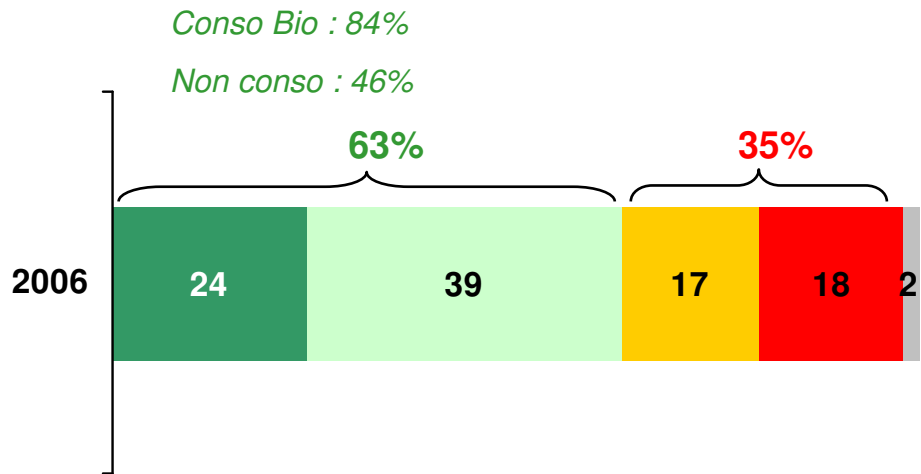
\* Base faible

Q18-Ces affiches vous donnent-elles envie d'acheter des produits Bio ?

Q18b-Si l'adresse du site Internet de l'Agence Bio figurait sur ces affiches, cela vous donnerait-il envie de le consulter ?

Nouvelles questions

## ENVIE D'ACHAT PROVOQUÉE PAR LES AFFICHES ?

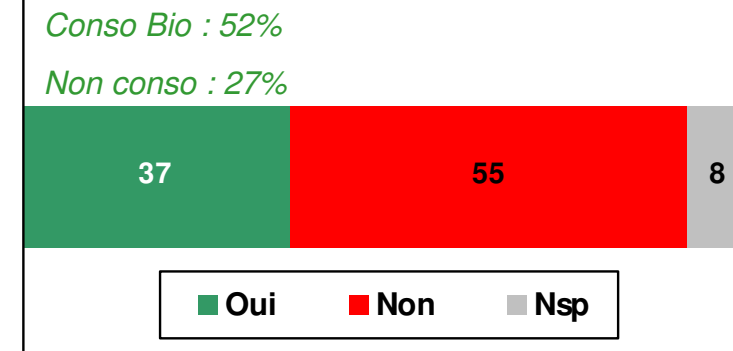


■ Oui, tout à fait ■ Oui, plutôt ■ Non, plutôt pas ■ Non, pas du tout ■ Nsp

Base Totale = 1006

## SOUHAIT DE CONSULTER LE SITE INTERNET

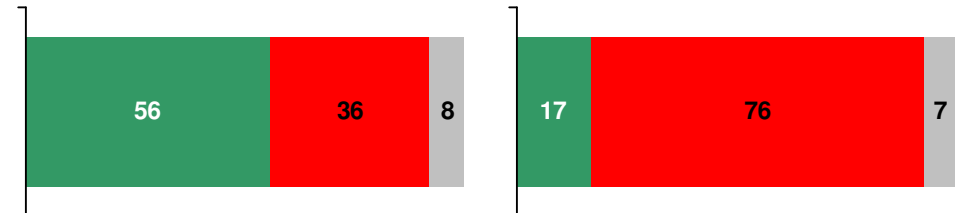
Base Totale = 1006



■ Oui ■ Non ■ Nsp

Base a accès Internet = 526

Base n'a pas d'accès Internet = 526





## En résumé... l'information sur les produits biologiques

---

- L'information sur les produits biologiques (ou du moins la perception que les Français en ont) n'a pas évolué au global (41% se considèrent bien informés, dont 7% « très bien informés »).
- Les informations souhaitées sur les produits biologiques concernent principalement l'origine des produits, leur mode de production, mais également les qualités nutritionnelles.
- Elles sont souhaitées sous forme de livrets d'information et de fiches produits (et sous forme d'affiches et panneaux pour les informations concernant les lieux possibles d'achat).
- Les principaux lieux souhaités pour les informations recherchés se concentrent en points de vente, et sur les emballages produits.
- Concernant les affiches du Printemps Bio, elles provoquent un désir d'achat pour près des 2/3 des Français interrogés.

## **B. Usages et attitudes des consommateurs de produits biologiques**

**Base d'étude : Consommateur et Acheteur de Produits Biologiques**

- **Consomme des produits bio au moins une fois par mois et en a acheté au cours des 4 dernières semaines**





# **1. Caractéristiques de la consommation de produits biologiques**

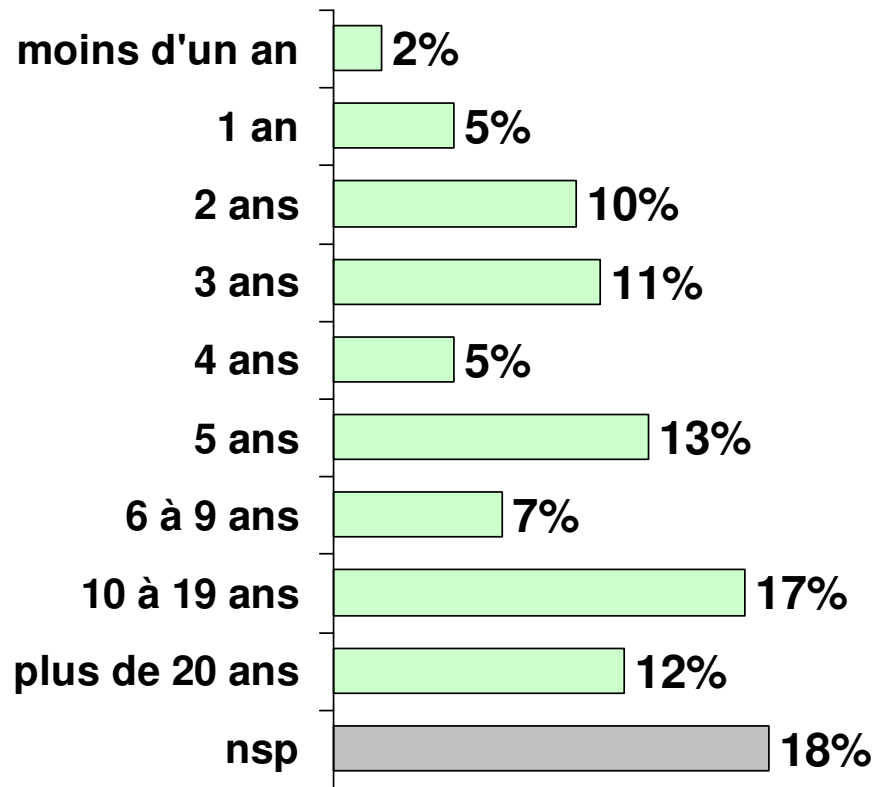


## **1.1. Les produits consommés**

# Ancienneté de consommation de produits bio (en général)

Q24-Depuis combien de temps consommez-vous des produits biologiques ?

Nouvelle question



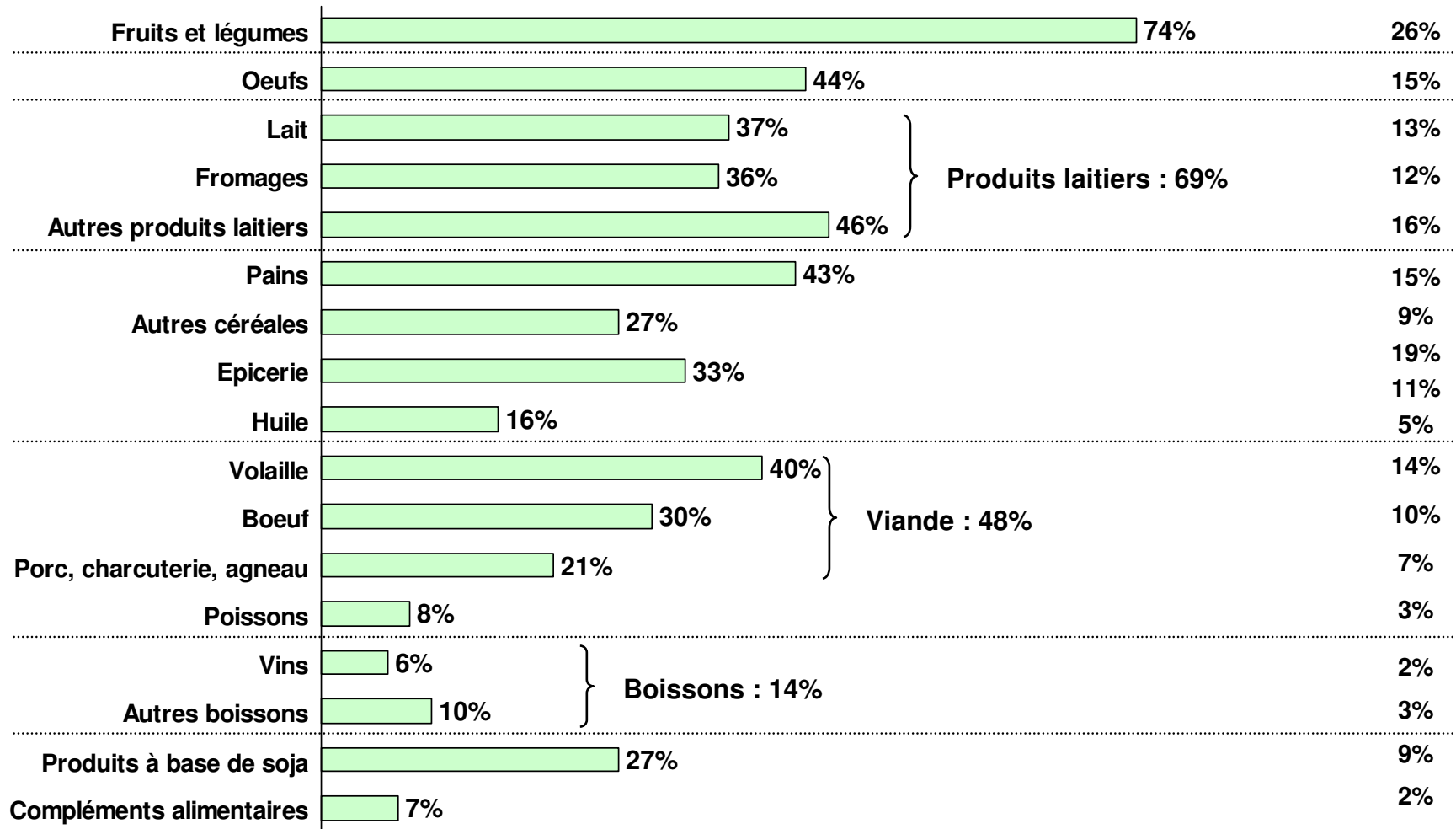
+ 50-64 ans : 12 ans et 8 mois

Ancienneté moyenne = 9 ans

Q26-Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?

SUR LA POPULATION  
FRANCAISE

**En moyenne : 5 catégories différentes de produits Bio consommées (4,4 en 2005)**

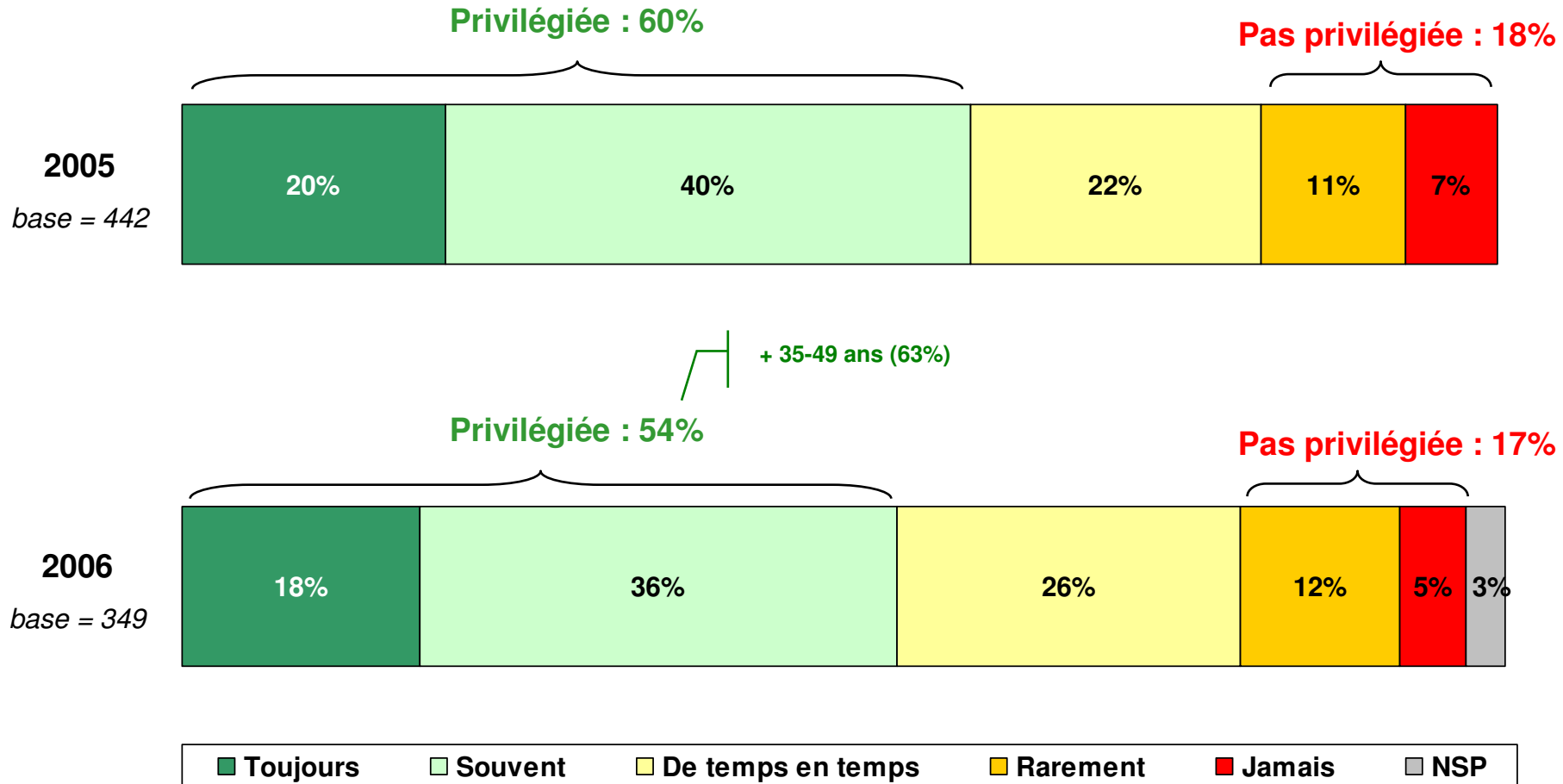


Q26-Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?

	2003	2004	2005	2006
<b>BASES</b>				
<b>Consommateur et Acheteur Bio</b>	<b>311</b>	<b>395</b>	<b>442</b>	<b>349</b>
Fruits et légumes	70%	71%	73%	74%
Œufs	65%	61%	61%	44% ↘
Lait	35%	29% ↘	31%	37%
Fromages	41%	42%	32% ↘	36%
Autres produits laitiers	50%	53%	49%	46%
Pain	53%	56%	41%	43%
Autres céréales			26%	27%
Epicerie	25%	36% ↗	37%	33%
Huile				16%
Volaille	49%	44%	40%	40%
Bœuf	27%	28%	25%	30%
Porc, charcuterie, agneau	23%	21%	19%	21%
Poissons	12%	13%	11%	8%
Vins	13%	14%	16%	6%
Autres boissons				10%
produits à base de soja	-	-	-	27%
Compléments alimentaires	-	-	-	7%

# Production locale, produits de proximité

Q29-Dans votre consommation de produits Bio, privilégiez-vous toujours, souvent, de temps en temps, rarement ou jamais les produits de production locale, de proximité?



## En résumé... les produits consommés

---

- Les consommateurs de produits bio ont une ancienneté moyenne de 9 ans et 2% déclarent être de nouveaux clients (ancienneté de moins d'un an) de produits bio.
- Ils consomment en moyenne 5 catégories différentes de produits bio (contre 4,4 en 2005).
- Les proportions de catégories de produits bio consommés sont globalement stables par rapport à 2005. Les catégories de produits bio les plus consommés restent les fruits et légumes (74%) les produits laitiers (69%), les œufs (44%), le pain (43%), la volaille (40%). On note cependant une baisse significative sur la consommation d'œufs bio (passant de 61% à 44%), chiffre s'expliquant probablement par les craintes de grippe aviaire.
- Enfin, 80% des consommateurs/acheteurs de produits bio privilégient les produits de production locale (54% toujours ou souvent + 26% de temps en temps), ceci reste similaire à 2005.



## **1.2. Les lieux d'achat**



## Q28-Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

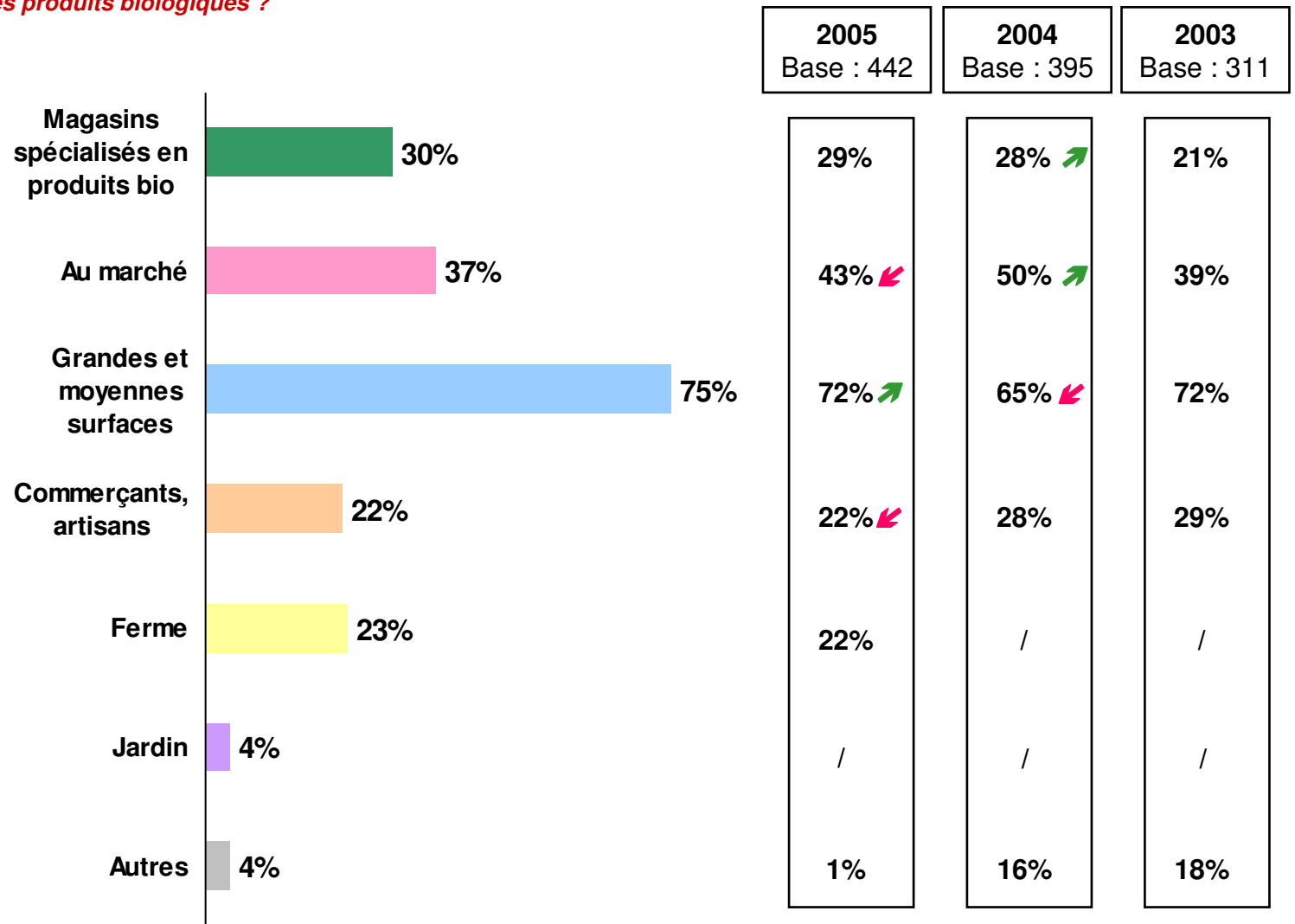
	Magasins spécialisés en produits Bio	Marché	GMS	Commerçants, artisans...	Ferme	Jardin
<b>Cité au moins une fois</b>	<b>30%</b>	<b>37%</b>	<b>75%</b>	<b>22%</b>	<b>23%</b>	<b>4%</b>
Fruits et légumes	15%	38% ↘	27%	2%	12%	5%
Œufs	12%	18%	43%	1%	25%	-
Lait	13%	4%	75%	-	6%	-
Fromages	17%	37%	36%	4%	4%	-
Autres produits laitiers	19% ↗	7%	69%	1%	2%	-
Pain	27%	15%	27%	29%	2%	-
Autres céréales	41%	3%	54%	1%	-	-
Épicerie	36%	2%	57%	2%	-	-
Huile	52%	-	43%	2%	1%	-
Volaille	7%	8%	33%	16%	32%	-
Bœuf	10%	5%	36%	35% ↗	11%	-
Porc, charcuterie, agneau	14%	7%	31%	25%	22%	-
Poissons	11%	36%	34%	12%	-	-
Vin	25%	5%	18%	9%	20%	-
Autres boissons	31%	8%	58%	-	-	-
Produits à base de soja	31%	1%	62%	1%	-	-
Compléments alimentaires	49%	-	48%	-	-	-

↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

Bases « consommateurs du produit bio »

Q28-Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

CITÉ AU MOINS UNE FOIS :



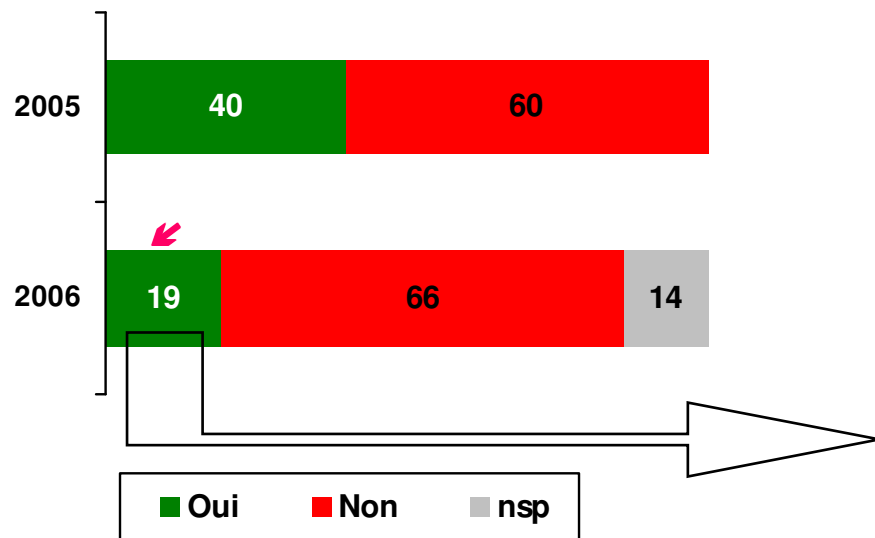
↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

Base « consommateur et acheteur bio » : 349

# Produits biologiques difficilement trouvables

Q31-Pensez-vous qu'aujourd'hui, certaines catégories de produits Bio que vous souhaiteriez consommer sont difficilement « trouvables » sur le marché ou inexistantes?

Q31b-Lesquelles



Base « consommateur et acheteur bio » : 349

↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

	2005	2006
<b>Base</b>	<b>41</b>	<b>68</b>
<b>Viandes et poissons</b>	<b>45%</b>	<b>45%</b>
viandes/volailles	26%	36%
poisson	26%	14%
charcuterie	9%	4%
<b>Fruits et légumes</b>	<b>30%</b>	<b>23%</b>
légumes	16%	18%
fruits	21%	16%
citrons	2%	-
<b>Produits laitiers</b>	<b>24%</b>	<b>13%</b>
lait	6%	7%
fromages	11%	5%
yaourts	2%	4%
produits laitiers en général	6%	1%
<b>Boissons</b>	<b>5%</b>	<b>12%</b>
vin	2%	8%
boissons en général	-	5%
café	2%	2%
thé	2%	1%
<b>Pain</b>	<b>5%</b>	<b>10%</b>
<b>Epicerie</b>	<b>12%</b>	<b>9%</b>
épicerie en général	8%	4%
céréales	2%	5%
pates fraîches	2%	-
<b>Sucrieries</b>	<b>11%</b>	<b>6%</b>
friandises	5%	3%
gâteaux	2%	3%
biscuits	4%	-
chocolat	2%	-
<b>Tous</b>	<b>-</b>	<b>6%</b>
<b>Nsp</b>	<b>12%</b>	<b>11%</b>

- **Les lieux privilégiés pour les achats de produits bio restent les grandes surfaces, avec une fréquentation de 75% pour ces achats (marché : 37%, magasin spécialisés : 30%, ferme : 23%, commerçants/artisans : 22%).**
- **Dans le détail, et hormis les GMS qui sont les lieux d'achat prédominant (pour les produits laitiers notamment) :**
  - ✓ **on se dirige prioritairement dans les magasins spécialisés pour les produits d'épicerie en général, mais aussi les boissons et compléments alimentaires,**
  - ✓ **le marché reste le lieu d'achat privilégié pour les fruits et légumes et le fromage, mais également pour le poisson,**
  - ✓ **on achète plutôt la viande (bœuf, porc, charcuterie...) et le pain chez les commerçants et artisans,**
  - ✓ **et la volaille et les œufs sont les produits les plus achetés à la ferme.**
- **Les enseignes de magasins spécialisés fréquentées sont les mêmes que l'an dernier à savoir Biocoop, La Vie Claire, Naturalia, et des enseignes indépendantes. Concernant les GMS, si Carrefour reste la grande surface la plus fréquentée pour l'achat de produit bio, Leclerc est en forte hausse (passant de 9% à 19%).**
- **19% des Français consommateurs/acheteurs de bio jugent difficile de trouver certaines catégories de produits bio (contre 40% en 2005), et en particulier les viandes/volailles.**

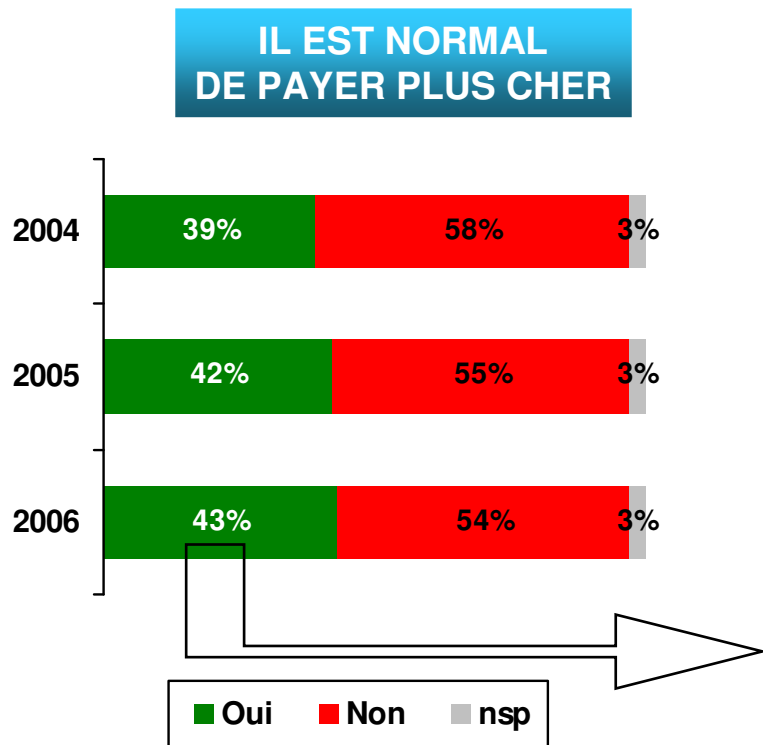


## **1.3. L'aspect prix**

# L'aspect prix : payer plus cher les produits bio (1)

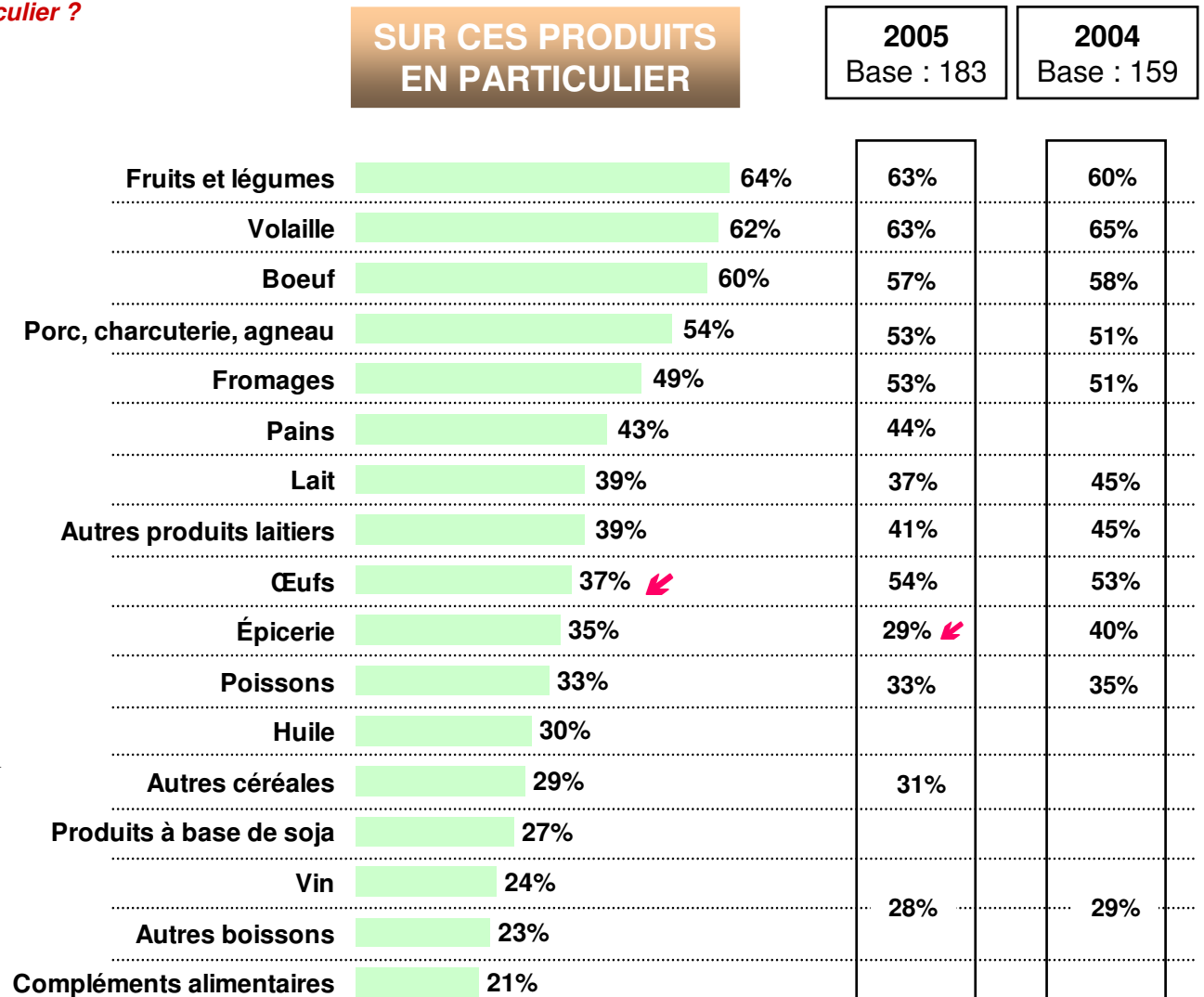
Q33-Trouvez-vous normal de payer un produit biologique plus cher que le même produit non biologique ?

Q33bis-Si oui, pour quels produits biologiques en particulier ?



↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

Base « consommateur et acheteur bio » : 349

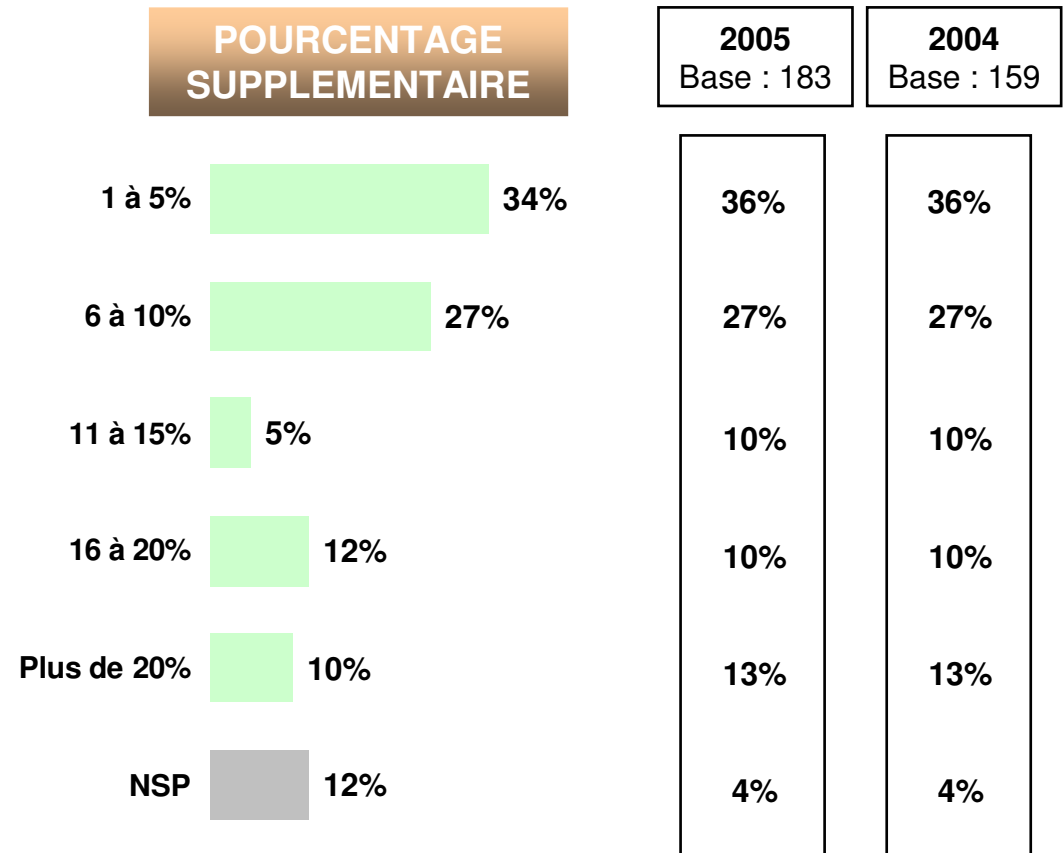
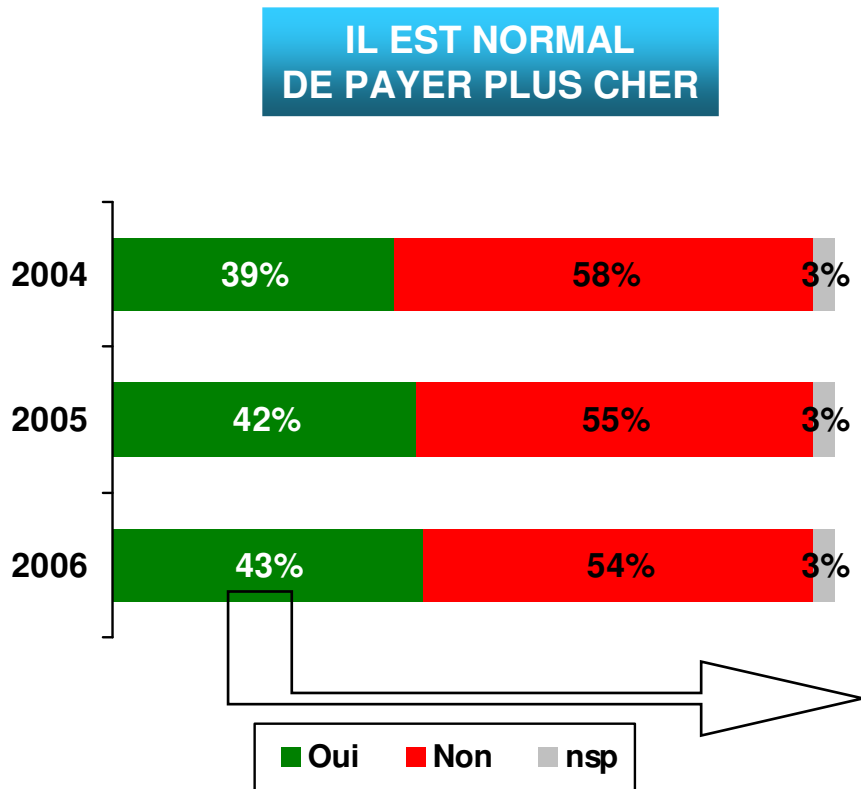


Base « trouve normal de payer plus cher » : 151

# L'aspect prix : payer plus cher les produits bio (2)

Q33-Trouvez-vous normal de payer un produit biologique plus cher que le même produit non biologique ?

Q33ter-Si oui, d'une manière générale, combien êtes-vous prêt à payer en plus, en pourcentage, pour un produit biologique ?



**En moyenne : 13%** (11% en 2005; 12% en 2004)



## En résumé... la problématique « prix » des produits bio

---

- Les consommateurs/acheteurs sont toujours près de la moitié à considérer qu'il est normal de payer plus cher pour des produits biologiques.
- Pour eux, ce différentiel de prix s'explique largement pour les fruits et légumes et la viande en général. En revanche, ils sont moins nombreux à déclarer « normal » de payer des œufs bio plus cher que les œufs non-bio.
- La différence de prix acceptable s'élève en moyenne à 13% en plus par rapport aux mêmes produits non biologiques, pourcentage évoluant peu (11% en 2005 et 12% en 2004).



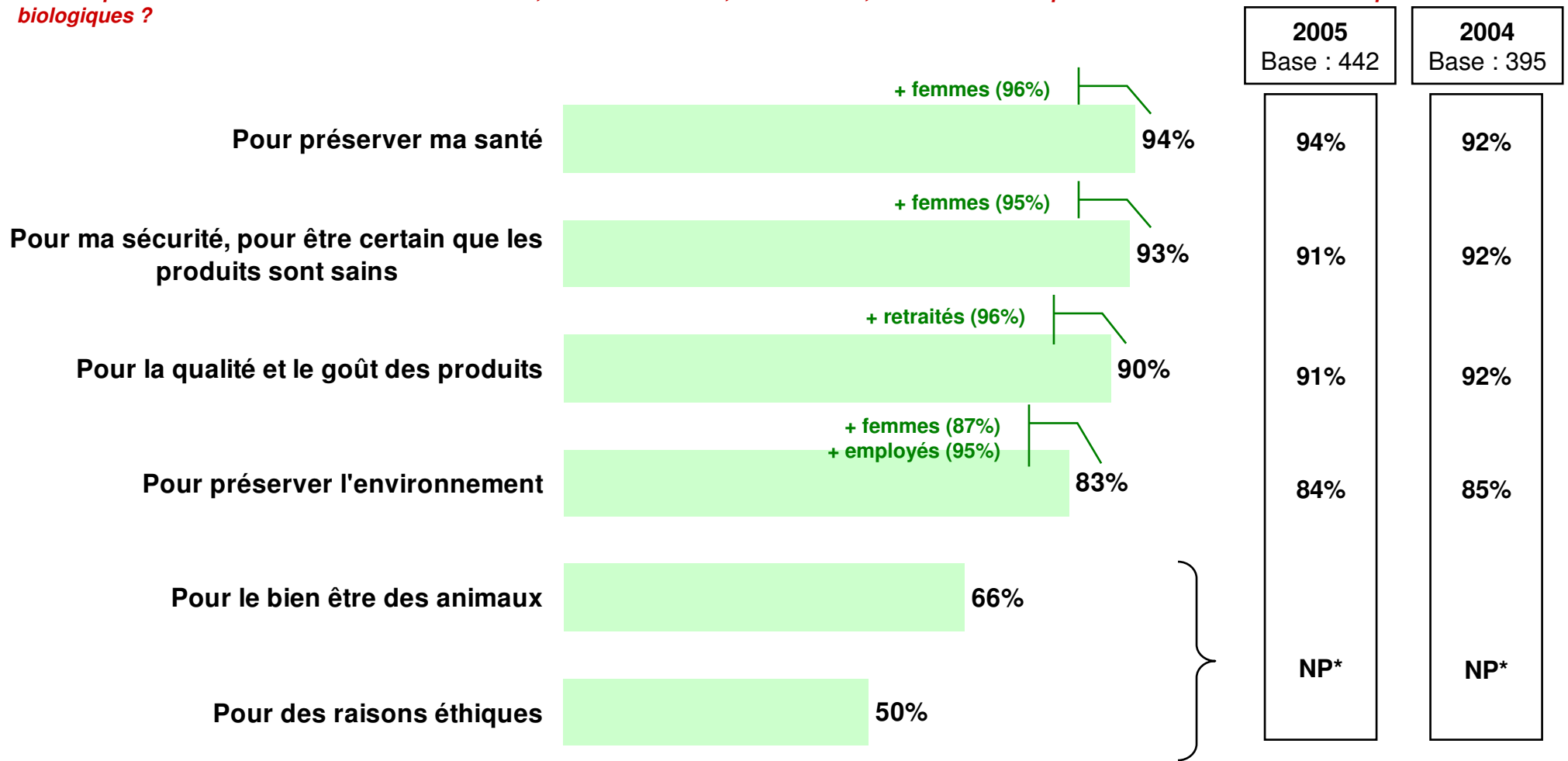


## **1.4. Apport de l'agriculture biologique**



# Apport de l'agriculture biologique - raisons de consommation

Q25-Nous allons maintenant parler des raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques. Je vais vous proposer un certain nombre de raisons qu'on nous ont été citées. Pour chacune d'elles, vous allez me dire, si oui ou non, c'est une raison qui vous incite à consommer des produits biologiques ?

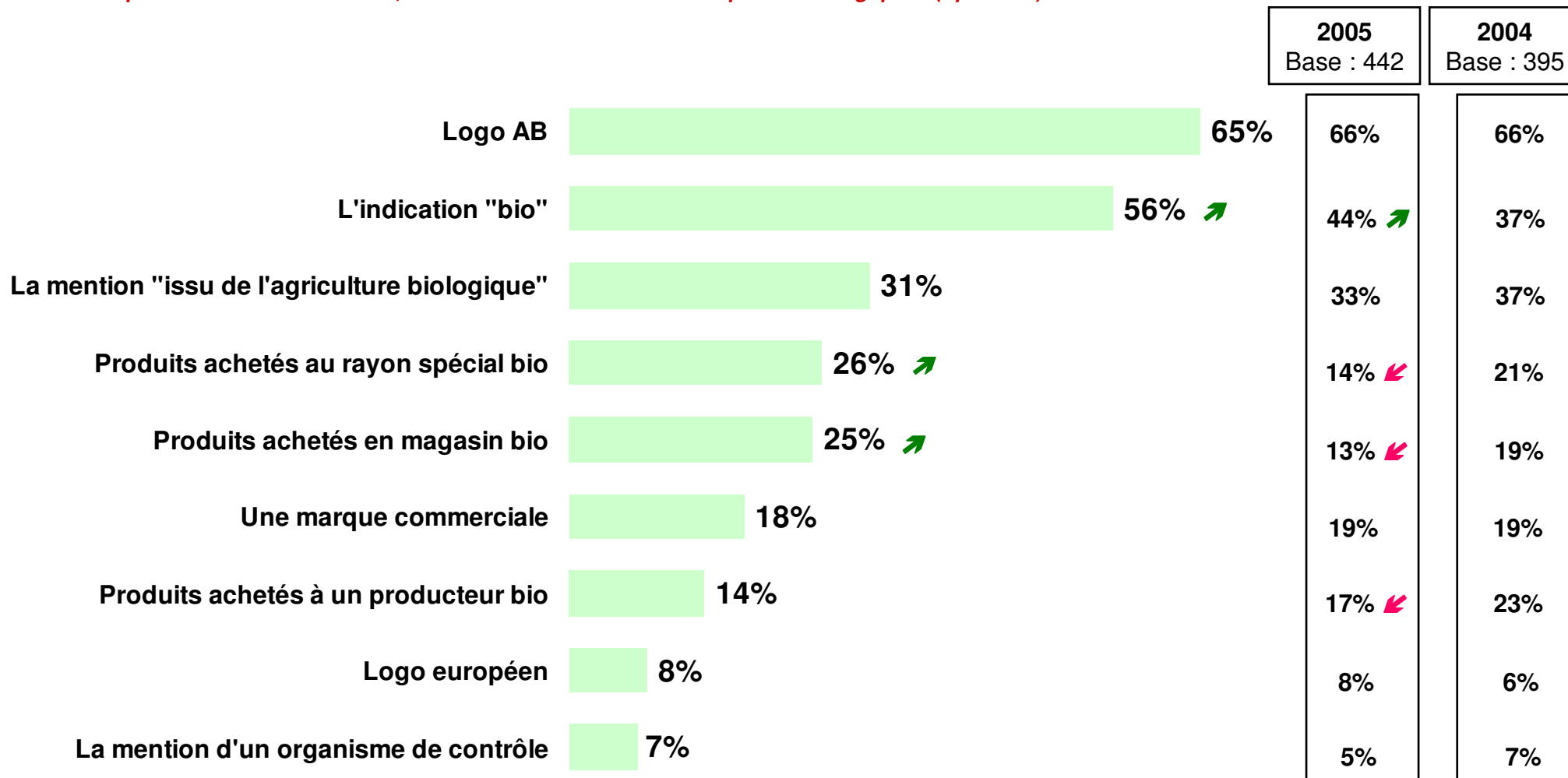


\* Libellé scindé en 2006



# La reconnaissance des produits biologiques : les moyens

Q21-Lorsque vous faites vos courses, comment reconnaissez-vous un produit biologique ? (Spontané)



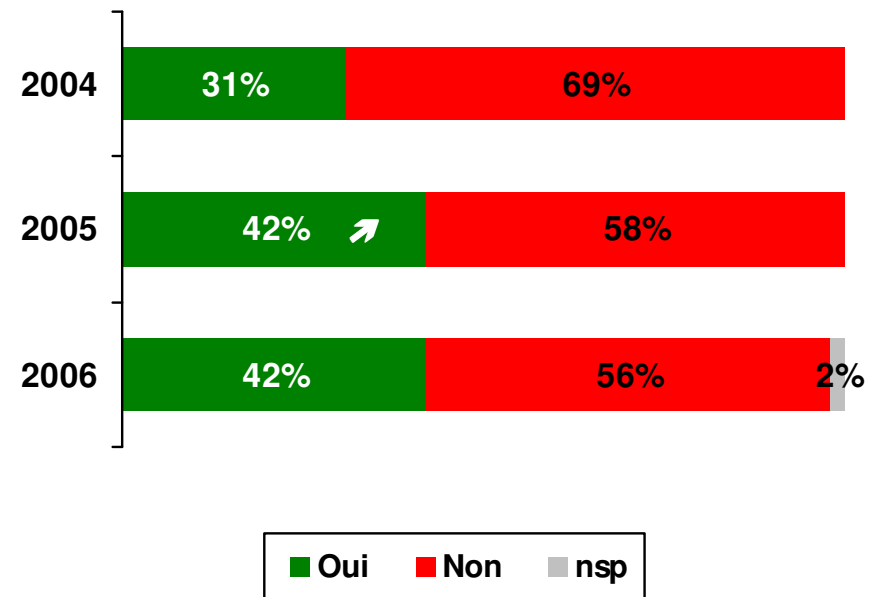
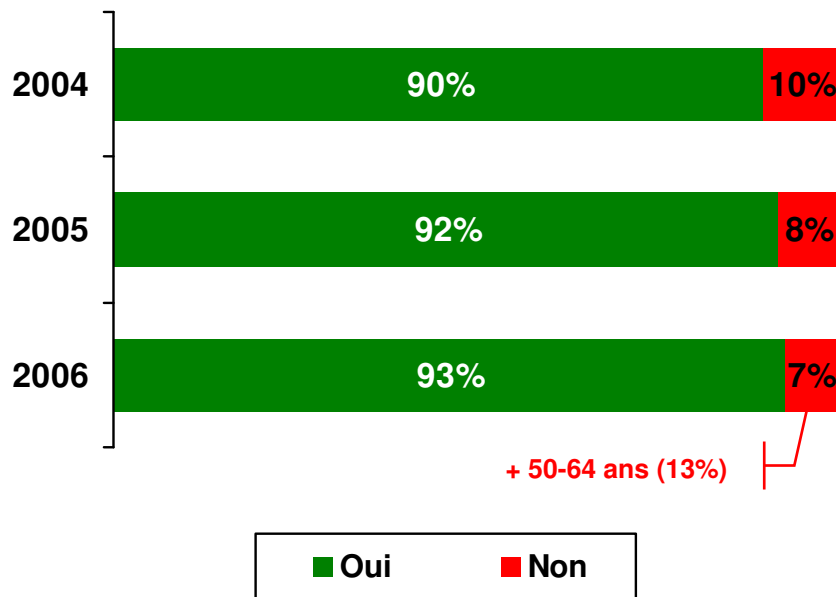
↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

Base « consommateur et acheteur bio » : 349

# La reconnaissance des produits biologiques : les logos

Q22-Connaissez-vous la marque AB, signe officiel de reconnaissance des produits issus de l'agriculture biologique.

Q23-Connaissez-vous le logo européen, signe officiel de reconnaissance des produits issus de l'agriculture biologique.



↗ ↘ *Évolution significative entre les vagues*

Base « consommateur et acheteur bio » : 349

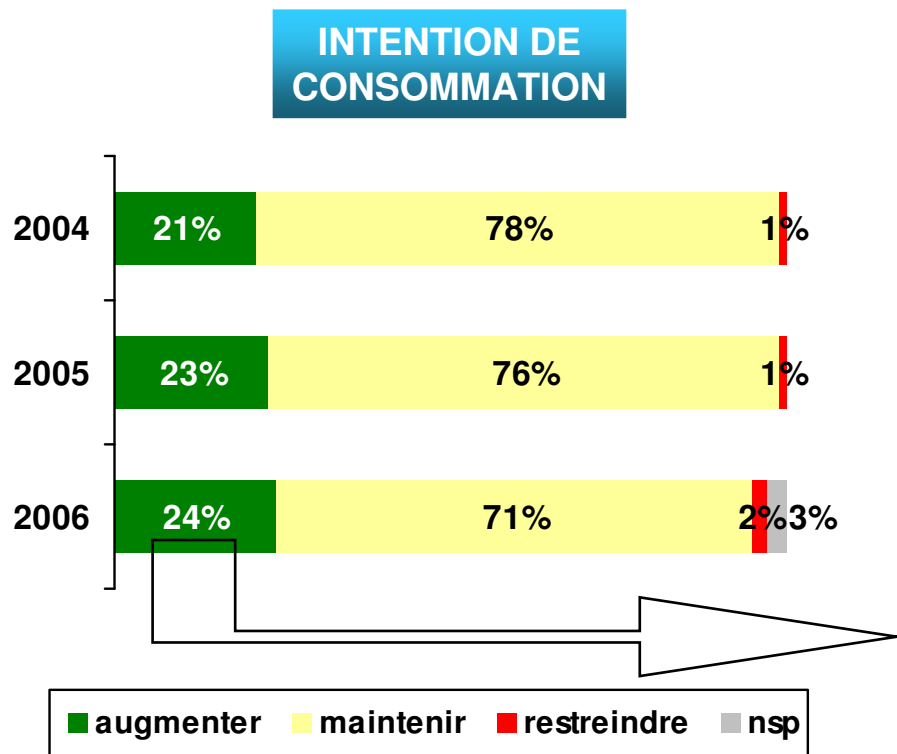
- Parmi les consommateurs/acheteurs de produits bio, 4 principales raisons les incitent à consommer bio : préserver la santé (94%), la sécurité des produits sains (93%), la qualité et le goût des produits (90%), et pour l'environnement. Résultats sans évolution notable par rapport à 2005.
- Le logo AB et l'indication « bio » sur les produits sont les 2 principaux modes de reconnaissance des produits biologiques. Mais le fait d'acheter en « magasin bio » ou dans les rayons spécialisés est également un gage de réassurance quant à la certitude du caractère bio des produits (en hausse par rapport à 2005).
- Le logo AB est toujours très bien connu (par 93% des consommateurs/acheteurs), et le logo européen est connu par 42% des consommateurs/acheteurs.



## **2. Perspectives et Avenir**

Q30-Avez-vous l'intention dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits biologiques ?

Q30bis-Sur quels produits biologiques en particulier avez-vous l'intention d'augmenter votre consommation de produits biologiques ?



## SUR CES PRODUITS EN PARTICULIER

	2005 Base : 101	2004 Base : 87
Volaille	50% ↗	37%
Boeuf	46%	31%
Fruits et légumes	44%	37%
Fromages	40% ↗	34%
Porc, charcuterie, agneau	38%	26%
Œufs	32%	23%
Autres produits laitiers	29%	28%
Epicerie	26%	33%
Lait	23%	21%
Pains	23%	
Poissons	20%	20%
Huile	11%	
Autres céréales	11%	
Autres boissons	10%	
Produits à base de soja	7%	
Vins	7%	
Compléments alimentaires	5%	

Base « augmenter sa consommation » : 81

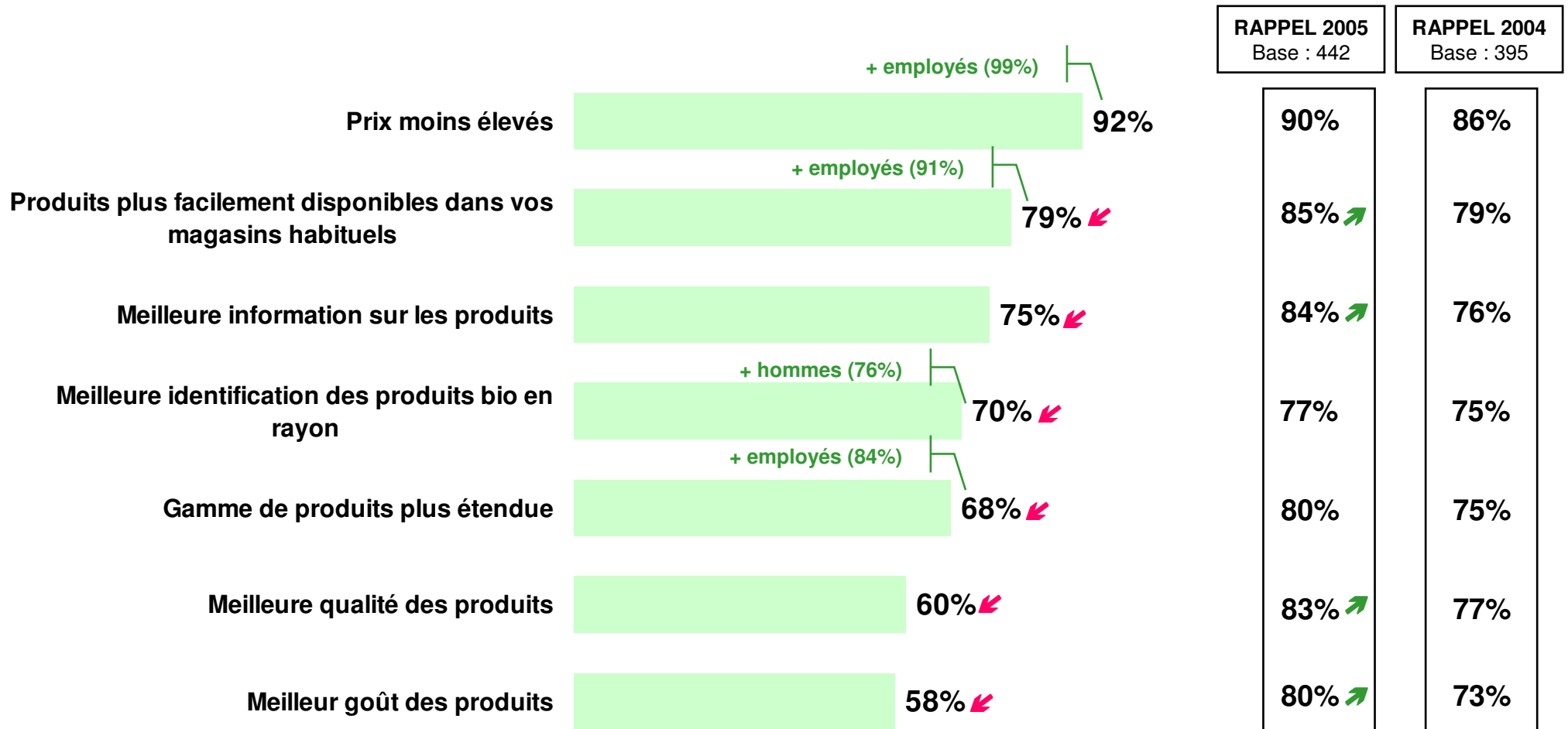
↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

Base « consommateur et acheteur bio » : 349



# Éléments incitatifs pour augmenter sa consommation

Q32-Voici un certain nombre d'éléments qui peuvent donner envie de consommer une part plus importante de produits biologiques. Pour chacun d'entre eux, pouvez-vous me dire, si oui ou non, cela vous inciterait personnellement à consommer plus de produits biologiques ?



↗ ↘ Évolution significative entre les vagues

Base « consommateur et acheteur bio » : 349



- **1/4 des consommateurs/acheteurs estiment qu'ils vont augmenter leur consommation de produits bio; les autres déclarent qu'ils vont la maintenir (résultats stables depuis 2004). En revanche, les produits sur lesquels cette augmentation peut se faire sont cette année davantage la volaille, le bœuf, les fruits et légumes et le fromage.**
  
- **Parmi les éléments incitatifs, c'est surtout les prix moins élevés qui peuvent engendrer une augmentation de consommation de produits bio.**



# Conclusions

## Sur la population française :

- ✓ Plus de 4 Français sur 10 déclarent consommer des produits biologiques (au moins 1 produit, au moins 1 fois par mois), dont 16% au moins une fois par semaine et 7% tous les jours. Cette part de consommateurs est identique à celle de 2004.
- ✓ Les explications de non consommation sont essentiellement les prix trop élevés.
- ✓ Les produits biologiques restent perçus comme sains, sans produits chimiques.
- ✓ 84% des Français approuvent le fait que les produits bio contribuent à préserver l'environnement.
- ✓ Plus d'une personne sur 2 se considère proche des valeurs portées par l'agriculture biologique, avec une progression de ceux se sentant très proches.
- ✓ L'information sur les produits biologiques peut être travaillée puisque encore insuffisante pour une majorité de Français. Les pistes à retenir pouvant être des livrets d'information, des fiches produits.
- ✓ Les informations souhaitées sur les produits biologiques concernent principalement l'origine des produits, leur mode de production, mais également les qualités nutritionnelles.

## Sur les consommateurs/acheteurs de produits biologiques :

- ✓ Les consommateurs de produits bio ont une ancienneté moyenne de 9 ans.
- ✓ Ils consomment en moyenne 5 catégories différentes de produits bio.
- ✓ Les fruits et légumes gardent la palme des produits biologiques les plus consommés, avec les produits laitiers, le pain.
- ✓ 80% des consommateurs/acheteurs de produits bio privilégient les produits de production locale (au moins de temps en temps).
- ✓ Hormis les GMS qui sont les lieux d'achat prédominant (pour les produits laitiers notamment), sont privilégiés :
  - ✓ les magasins spécialisés pour l'épicerie, les boissons, les compléments alimentaires,
  - ✓ le marché pour les fruits et légumes, le fromage, le poisson,
  - ✓ les commerçants et artisans pour la viande (bœuf, porc, charcuterie...) et le pain,
  - ✓ la ferme pour la volaille et les œufs.

- ✓ **La relative baisse du taux de consommateurs et d'acheteurs des produits bio en 2006 est à situer dans un contexte :**
  - **de hausse du manque d'intérêt des Français pour l'alimentation en général (23% vs 11% en 2005),**
  - **d'un certain pessimisme des Français sur l'évolution économique\*,**
  - **d'une perception négative de l'évolution du pouvoir d'achat\*.**
  
- ✓ **En revanche :**
  - **la composition du panier moyen tend à s'élargir depuis l'an dernier,**
  - **près d'1/4 des consommateurs/acheteurs envisagent de consommer davantage de produits bio au cours des 6 prochains mois, et 71% ont l'intention de maintenir leur consommation.**










*•Source : « Les Français et la rentrée économique », sondage CSA réalisé par téléphone le 23 août 2006 auprès d'un échantillon national représentatif de 1006 personnes âgées de 18 ans et plus.*

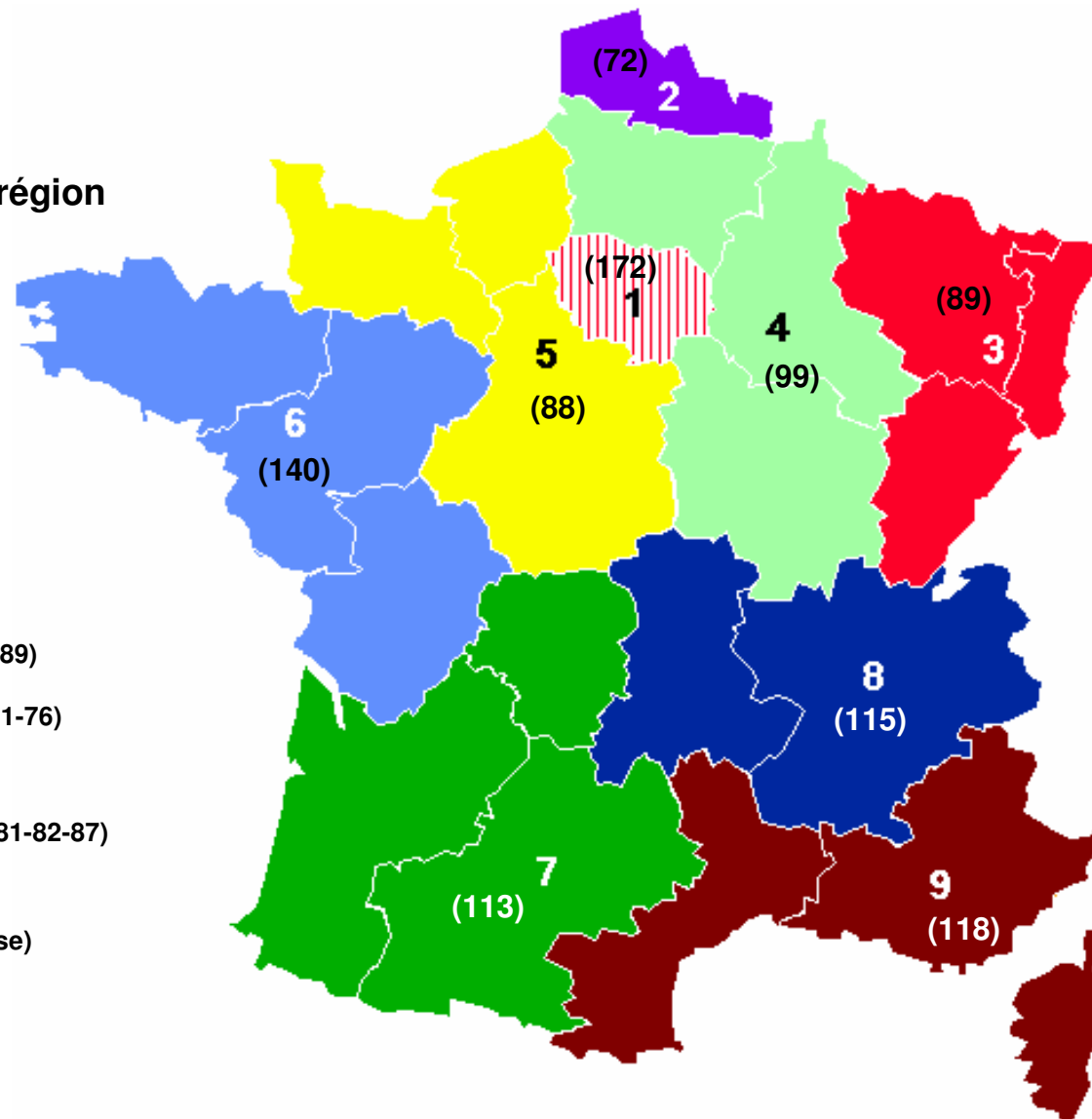


## **Focus sur les régions : Quelques tendances**

## Les 9 régions UDA

(...) = Bases des personnes interrogées par région

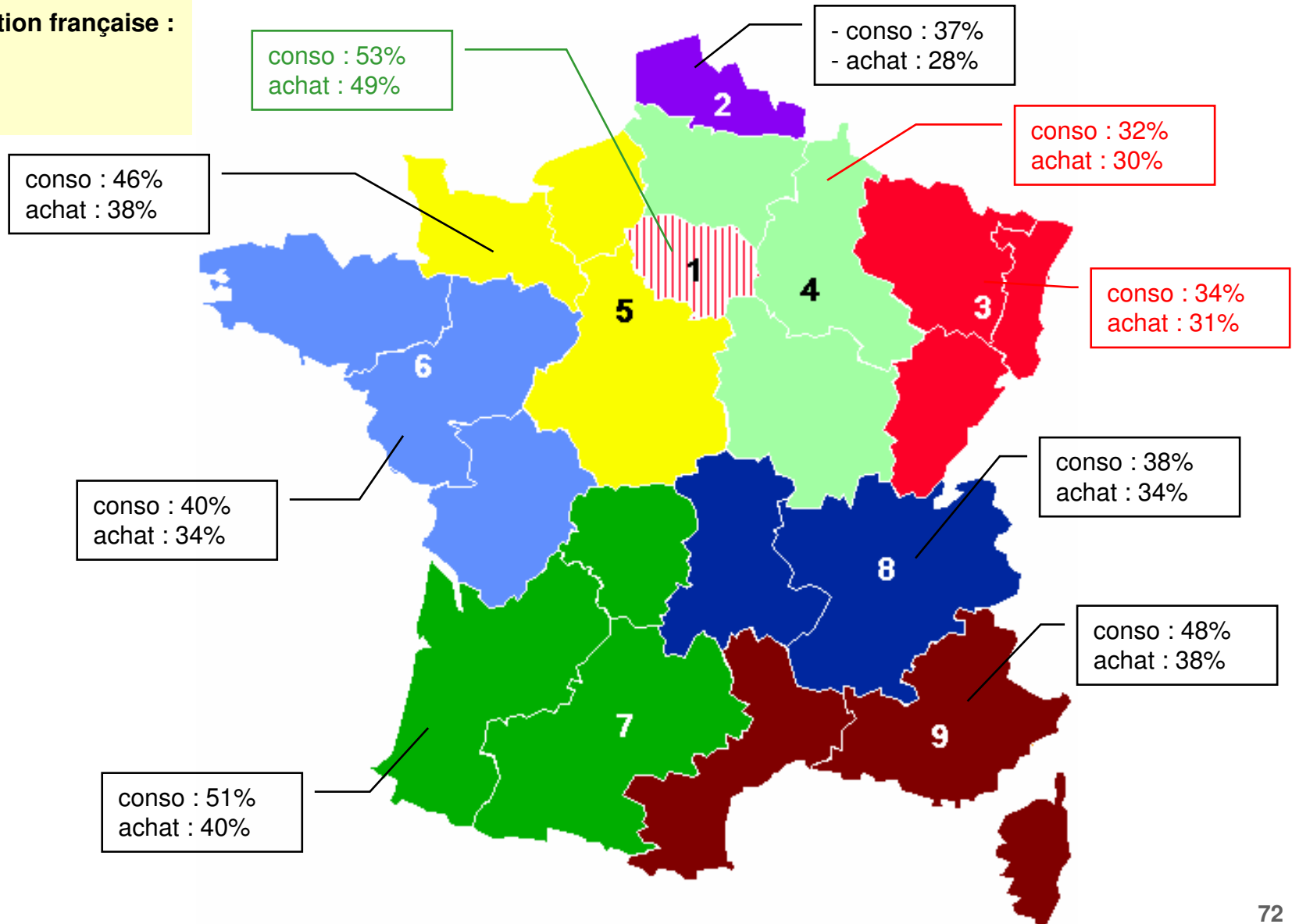
-  1 Région Parisienne (75-77-78-91-92-93-94-95)
-  2 Nord (59-62)
-  3 Est (25-39-54-55-57-67-68-70-88-90)
-  4 Bassin Parisien Est (02-08-10-21-51-52-58-60-71-80-89)
-  5 Bassin Parisien Ouest (14-18-27-28-36-37-41-45-50-61-76)
-  6 Ouest (16-17-22-29-35-44-49-53-56-72-79-85-86)
-  7 Sud-Ouest (09-12-19-23-24-31-32-33-40-46-47-64-65-81-82-87)
-  8 Sud-Est (01-03-07-15-26-38-42-43-63-69-73-74)
-  9 Méditerranée (04-05-06-11-13-30-34-48-66-83-84-Corse)



# Focus sur les régions; consommation et achat

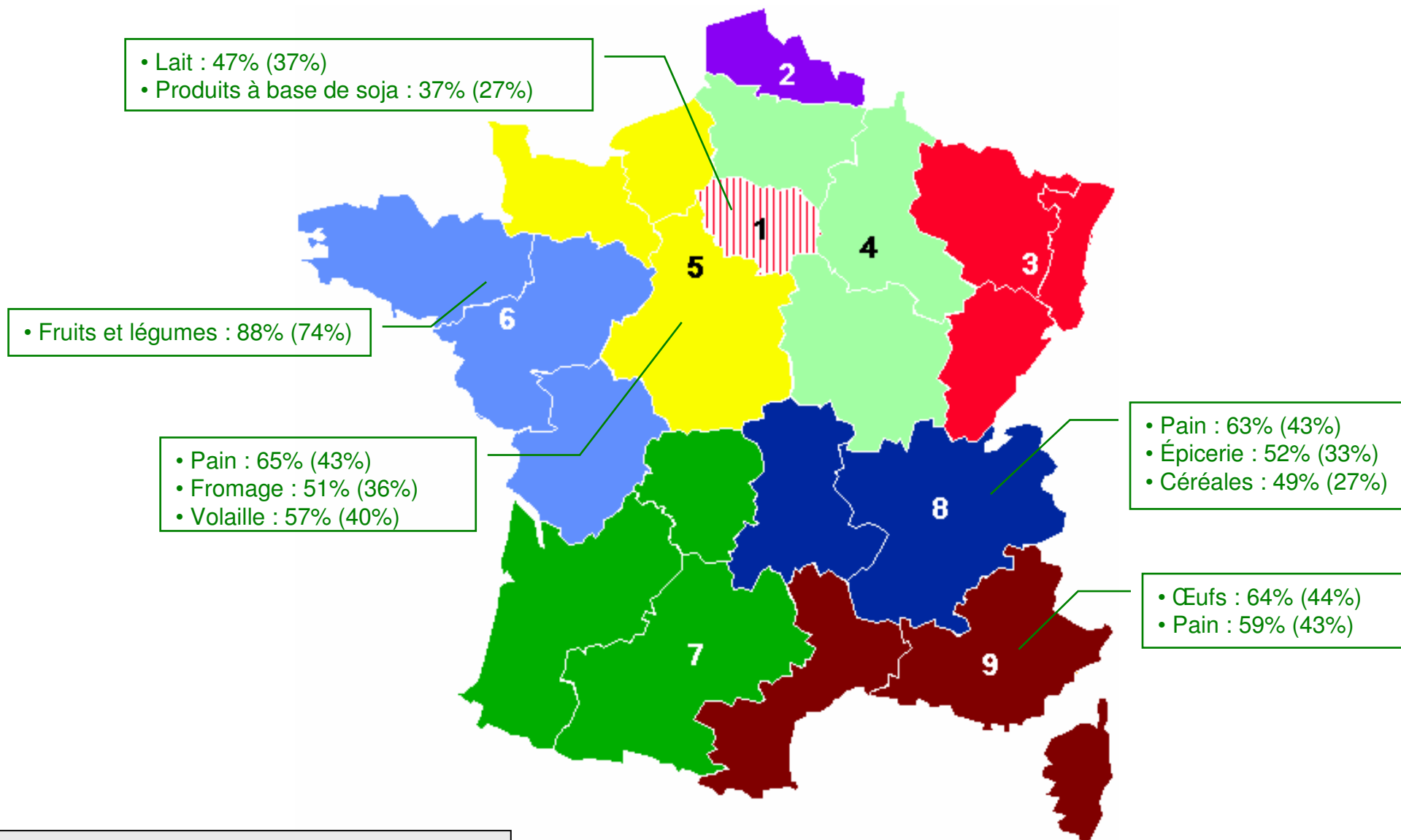
**Rappel : Sur la population française :**

- consommateurs : 43%
- acheteurs : 37%





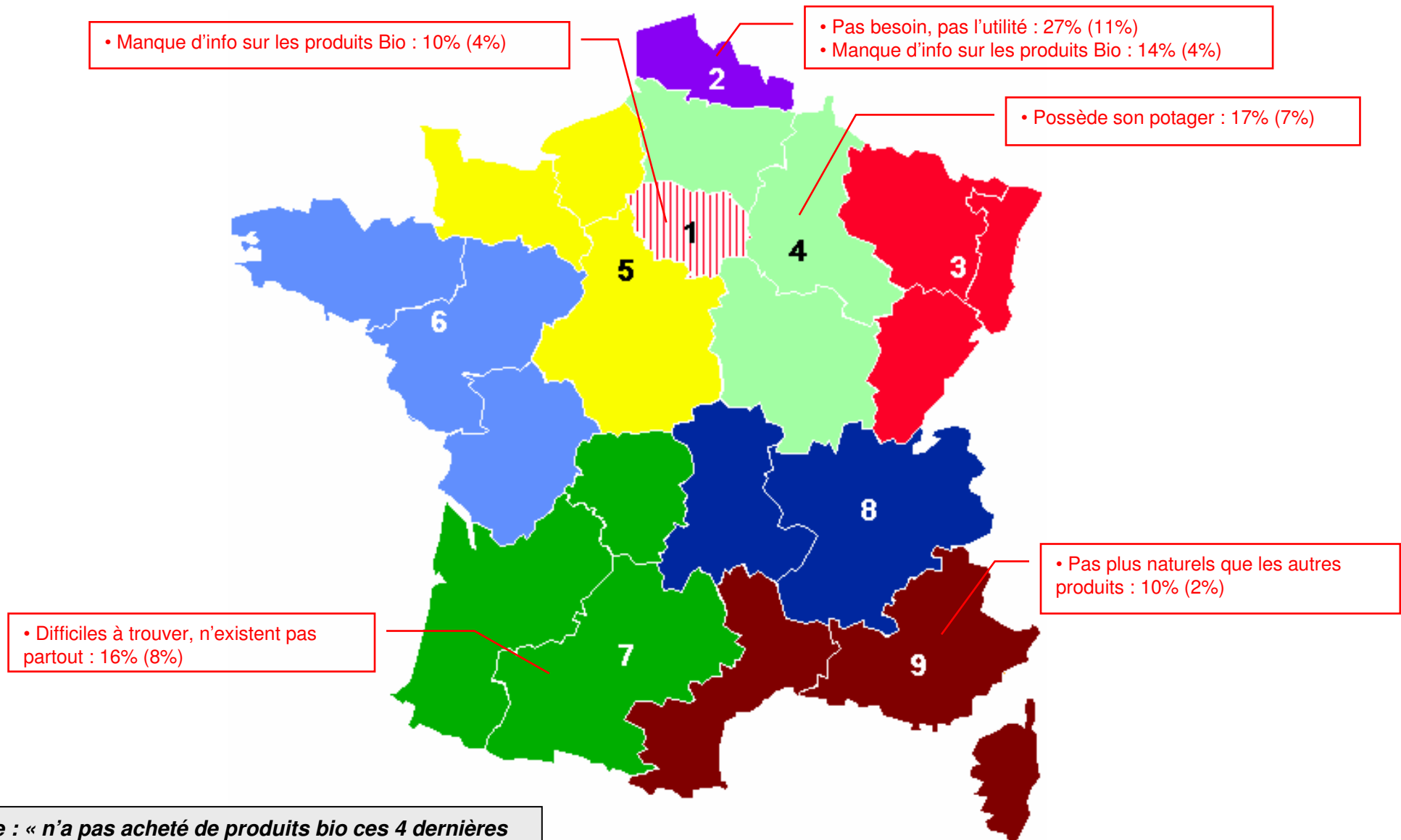
# Focus sur les régions; produits bio consommés



Base « consommateur et acheteur bio »

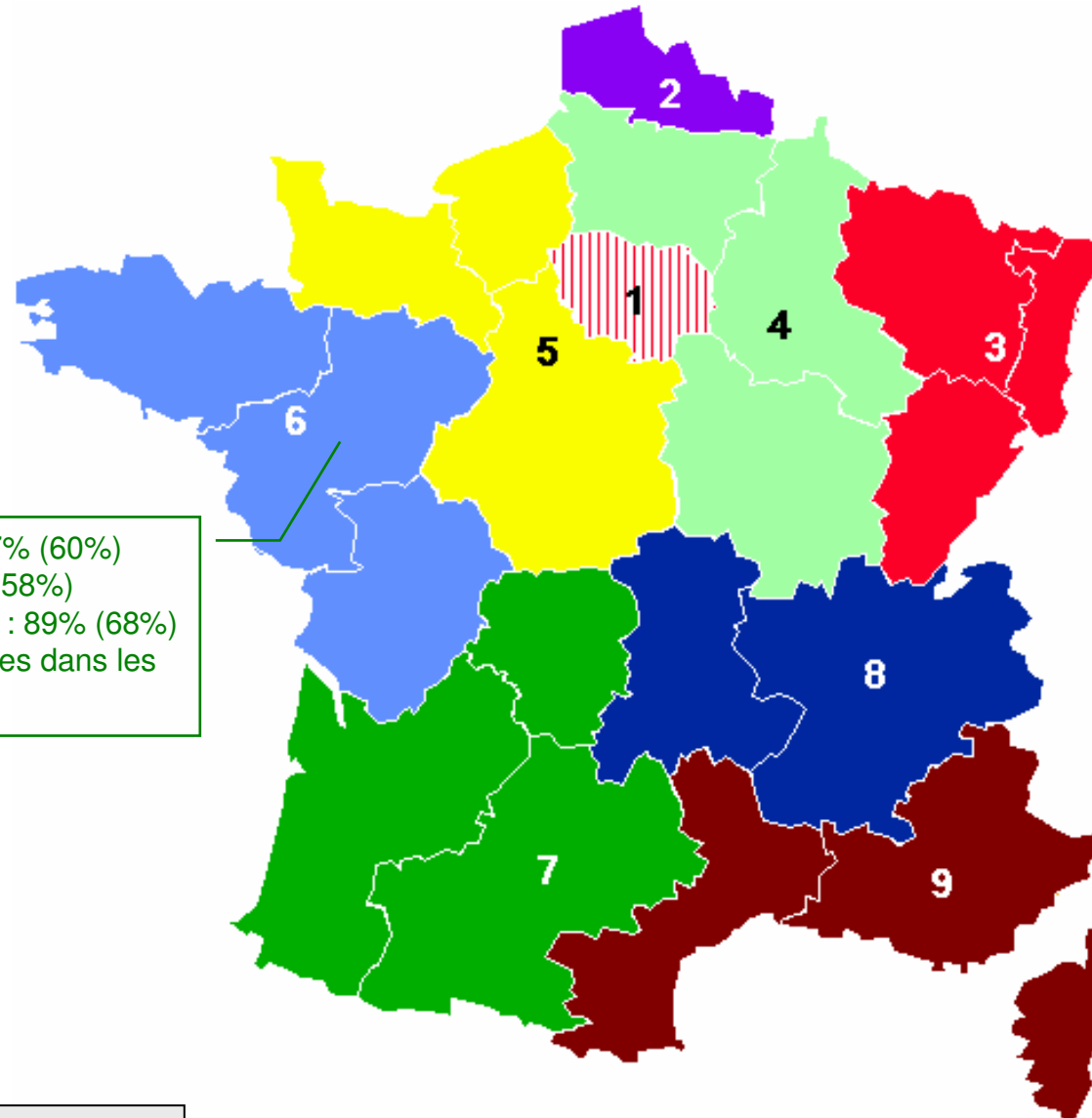
(...) = rappel des scores sur l'ensemble de la France

# Focus sur les régions; raisons de non-achat



**Base : « n'a pas acheté de produits bio ces 4 dernières semaines ou n'en achète jamais »**

(...) = rappel des scores sur l'ensemble de la France



- Meilleure qualité des produits : 77% (60%)
- Meilleur goût des produits : 73% (58%)
- Gamme de produits plus étendue : 89% (68%)
- Produits plus facilement disponibles dans les magasins habituels : 92% (79%)



## **Focus sur les plus jeunes : Quelques tendances**

*Données concernant les 15-24 ans significativement différentes par rapport à l'ensemble de la population :*

## La consommation :

- **Consommation :** « consommateurs de produits bio » : 33% vs 43%
- **Raisons de non achat spontanées :**
  - ✓ « pas convaincus » : 8% vs 17%
  - ✓ « pas besoin, pas l'utilité » : 17% vs 11%
- **Raisons de non achat en assisté :**
  - ✓ « pas confiance » : 16% vs 28%, qualité pas satisfaisante : 9% vs 19%,
  - ✓ « par intéressé par l'alimentation » : 33% vs 23%, pas intéressé par l'agriculture : 33% vs 22%
- **Attention aux prix au kg :** « jamais » 39% vs 25%
- **Comparaison prix produits bio vs autres :** « jamais » 62% vs 52%

## La perception des produits biologiques :

- **Perception des produits Bio en spontané :** « sans produits chimiques » : 26% vs 33%
- **Perception de l'agriculture biologique en assisté :** « interdit l'utilisation d'OGM » : 77% vs 85%, « exigences spécifiques pour le bien-être animal » : 72% vs 78%, « cahier des charges » : 59% vs 72%
- **Valeurs portées par l'agriculture biologique :** « éloigné » : 56% vs 42%

## L'information sur les produits biologiques :

- **Information :** « très mal informé » : 27% vs 18%