



# BAROMÈTRE DE CONSOMMATION ET DE PERCEPTION DES PRODUITS BIOLOGIQUES EN FRANCE - 14<sup>ÈME</sup> ÉDITION



Janvier 2017/Étude n°1601019

# SOMMAIRE

---

<b>INTRODUCTION</b>	<b>3</b>
Contexte	4
Méthodologie	5
<b>ECHANTILLON</b>	<b>7</b>
<b>SYNTHESE</b>	<b>9</b>
<b>RESULTATS DETAILLES</b>	
<b>1. Les Français et les produits biologiques</b>	<b>13</b>
1.1. Consommation de produits biologiques	14
1.2. L'aspect prix et budget alimentaire	23
1.3. L'information sur les produits biologiques	28
1.4. Les produits biologiques vus par les Français	39
1.5. La place de l'environnement	46
1.6. Les attentes des Français vis-à-vis de l'offre Bio	53
<b>2. Les consommateurs-acheteurs de produits biologiques</b>	<b>62</b>
2.1. Profil des consommateurs de produits biologiques	63
2.2. Les différents produits biologiques consommés	79
2.3. Les lieux d'achat de produits biologiques	93
2.4. Perspectives et avenir	106
<b>ANNEXES</b>	<b>111</b>
1. Focus sur les 18-24 ans	112
2. Détail des lieux d'achat par produit	115
3. Fiches récapitulatives par produit	136
4. Courbes évolutives des principaux indicateurs	159



---

# INTRODUCTION

# CONTEXTE DE L'ÉDITION 2016

---

Depuis 2003, un baromètre de consommation et de perception des produits biologiques est réalisé habituellement en octobre-novembre auprès des Français par l'Agence Bio avec l'appui de CSA.

Afin d'adapter le mode de recueil aux nouvelles techniques d'enquêtes, une mesure complémentaire a été réalisée on line en mars 2014. Pour s'assurer d'une méthodologie comparable, plusieurs indicateurs clés ont été mesurés et validés entre temps à la fois en face-à-face (approche historique) et on line (nouvelle approche) pour s'assurer de la bonne transition entre ces deux modes de recueil.

En 2015, le dispositif de suivi barométrique de consommation et de perception des produits biologiques s'est déroulé uniquement on line, et selon 2 phases de terrain pour couvrir une période glissante : une 1<sup>ère</sup> phase de terrain en Janvier-Février afin que l'Agence Bio dispose de premières tendances puis une 2<sup>ème</sup> phase en Décembre pour consolider cette mesure annuelle.



En 2016, ce dispositif de suivi de la consommation et de la perception des produits biologiques a été mené par le même type de recueil, online, en une seule phase de terrain. Terrain qui s'est tenu en Novembre.

# MÉTHODOLOGIE



## MODE DE RECUEIL

Questionnaire auto-administré  
en ligne sur panel



## DATES DE TERRAIN



## CIBLE INTERROGÉE

Échantillon représentatif de  
**1 000 Français**  
constitué d'après la méthode des quotas  
Sur les critères : sexe, âge, CSP, région,  
catégorie d'agglomération

## QUESTIONNAIRE



Questionnaire d'une  
vingtaine de minutes

### Une partie commune posée à tous les interviewés

base : population française  
questionnaire de 13 minutes

### Une partie posée uniquement aux consommateurs\*

base : consommateur de produits bio  
10 minutes supplémentaires

*\*Question utilisée pour distinguer les consommateurs de produits biologiques : « Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois ? » (Si « au moins une fois par mois » = consommateur)*

Tests de significativité à partir de 95%

# REMARQUES PRÉLIMINAIRES

---

- Dans ce rapport, les résultats de mesure sont présentés sur l'année 2014 consolidée (vague 1/ vague 2), tout comme l'année 2015 consolidée (vague 1/ vague 2) et les données de l'année 2016.
- La mesure historique « Point 0 » réalisée en Face-à-face est également indiquée par le logo suivant : 
- Les questions ajoutées pour l'année 2016 sont identifiées : 



# ÉCHANTILLON

# ECHANTILLON REPRÉSENTATIF DE LA POPULATION FRANÇAISE

Base total Français

	Mesure 2016	
	Brut	Redressé
<i>BASE :</i>	1002	1002
<b>SEXE</b>		
Homme	47%	48%
Femme	53%	52%
<b>ÂGE</b>		
18-24 ans	9%	10%
25-34 ans	16%	16%
35-49 ans	26%	26%
50-64 ans	25%	25%
65 ans et plus	23%	22%
<i>Age moyen</i>	48,0	47,8
<b>PROFESSION INTERVIEWÉ</b>		
CSP+	30%	30%
CSP -	30%	31%
Inactifs	40%	39%

*Redressement effectué sur les critères sociodémographiques suivants : sexe, âge, CSP interviewé, région et taille d'agglomération*

	Mesure 2016	
	Brut	Redressé
<i>BASE :</i>	1002	1002
<b>TAILLE D'AGGLOMÉRATION</b>		
Communes rurales	19%	19%
De 2 000 à 20 000 habitants	18%	18%
De 20 000 à 100 000 habitants	12%	12%
100 000 habitants et plus	35%	35%
Agglomération parisienne	16%	16%
<b>RÉGIONS</b>		
IDF	18%	19%
NORD	8%	8%
EST	7%	7%
BP EST	8%	8%
BP OUEST	10%	10%
OUEST	12%	13%
SUD OUEST	11%	11%
CENTRE EST	13%	13%
MEDITERRANEE	13%	12%
<b>COMPOSITION DU FOYER</b>		
1 personne	20%	20%
2 personnes	41%	41%
3 personnes	15%	15%
4 personnes	17%	17%
5 personnes et plus	7%	7%
<i>Nombre moyen de personnes</i>	2,5	2,5

An aerial photograph of a large crowd of people walking on a checkered floor. A thick black horizontal line is positioned above the word 'SYNTHÈSE'. The word is written in a large, bold, black, sans-serif font.

# SYNTHÈSE

# LES FRANÇAIS ET LE BIO

## ANCRÉE DANS LES ESPRITS ET BIEN PERÇUE, LES FRANÇAIS SONT EN AFFINITÉ AVEC LA BIO (1/3)

### Une agriculture biologique porteuse de solutions environnementales

Dans un contexte où les Français sont de plus en plus soucieux de l'environnement dans leurs actes d'achat (92% vs 89% en 2015), **82% estiment qu'il est important de développer l'agriculture biologique et 83% disent avoir confiance dans ses produits**, ceci étant soutenu par la bonne image qu'ils ont des produits bio : plus naturels car cultivés sans produits chimiques de synthèse (89% sont d'accord), meilleurs pour la santé (88%), source d'emplois (75%) et de meilleur goût (70%).

### De plus en plus d'adeptes de la consommation de produits biologiques

Près de 9 Français sur 10 (89%) déclarent avoir consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois.

Aujourd'hui, près de **7 Français sur 10 en consomment au moins une fois par mois** (ils étaient seulement 37% en 2003) et **15% le font quotidiennement** (vs 10% en 2015) notamment les femmes (18%) et les CSP+ (19%).

**Le top 5 des produits bio** les plus consommés est constitué par : **les fruits et légumes** (78% des consommateurs bio), **les produits laitiers** (71% vs 65% en 2015), **les œufs** (65% vs 53%), suivis de **l'épicerie** (51%) et de **la viande**, davantage consommée cette année (49% des consommateurs bio vs 39% en 2015).

**Les produits bio non alimentaires sont également prisés** : 67% des Français en ont acheté en 2016 (43% des produits cosmétiques bio et 20% du textile bio). Par ailleurs ils achètent aussi des produits écologiques utilisables en bio : 49% des produits d'entretien ménager et 32% des produits de jardinage.

### Des comportements plus écologiques et sains

Les principales raisons de passer à une consommation bio restent le souhait de **préserver sa santé** (66%), **l'environnement** (58%), **la qualité et le goût des produits** (56%).

# LES FRANÇAIS ET LE BIO

## ANCRÉE DANS LES ESPRITS ET BIEN PERÇUE, LES FRANÇAIS SONT EN AFFINITÉ AVEC LA BIO(2/3)

### Des consommateurs soucieux de leur santé et sélectifs dans leur choix de produits

Un tiers des consommateurs se décrivent spontanément plutôt vigilants en consommant bio pour leur santé (74% au total), 26% se disent sélectifs dans leur choix en consommant des produits bio bien particuliers (69%) et 24% se disent pragmatiques en consommant bio lorsqu'ils en trouvent (63%).

Près de la moitié des consommateurs déclarent avoir modifié leurs habitudes et comportement alimentaire ou culinaire, notamment en achetant plus de produits de saison (65%), plus de produits frais (61%), en évitant le gaspillage (58%) ou en achetant de plus en plus de produits bio (56%).

### Un sentiment de confiance et de niveau d'information perfectibles

La publicité reste le premier vecteur d'informations perçue en termes d'informations à propos du bio (44%), suivi des documentaires/reportages (40%), de l'entourage (en nette progression 40% vs 33% en 2015), des articles de presse (36%) ou encore par une information sur le lieu de vente (35%).

Enfin, la marque AB est connue par la quasi-totalité des Français et le logo bio européen, plus récemment mis en œuvre, par la moitié d'entre eux avec une belle progression (48% vs 37% en 2015).

### 1 Français sur 2 achète des produits biologiques, dans des lieux d'achat diversifiés

Parmi les lieux d'achat principaux, les **GMS** (pour 78% des consommateurs), suivies des **magasins spécialisés** (31%), du **marché** (28%), des **artisans** (26%) et de la **ferme** (18%). 16% des consommateurs de bio recourent à une distribution via Internet.

A noter que **près de la moitié** (44%) **des Français souhaiteraient trouver davantage de produits bio chez les artisans** notamment auprès des bouchers/charcutiers (67%), des boulangers/pâtisseries (58%) et des fromagers (53%).

# LES FRANÇAIS ET LE BIO

## ANCRÉE DANS LES ESPRITS ET BIEN PERÇUE, LES FRANÇAIS SONT EN AFFINITÉ AVEC LA BIO(3/3)

### La bio soutenue par le souhait d'en retrouver partout dans nos assiettes

L'alimentaire bio a pris une place importante et cela se ressent dans le souhait des Français de retrouver ces produits dans leur consommation de repas **hors domicile** : au **restaurant** (81% dont un tiers sont très intéressés), **sur le lieu de travail** (78%), dans les **hôpitaux** (77%), **maisons de retraite** (72%), **centres de vacances** (70%), en **restauration rapide** (68%) et dans une moindre mesure, dans les **distributeurs automatiques** (54%). A noter qu'une offre bio en **restauration scolaire** est très prisée parmi les foyers avec enfant (89% des parents, et 47% de très intéressés).

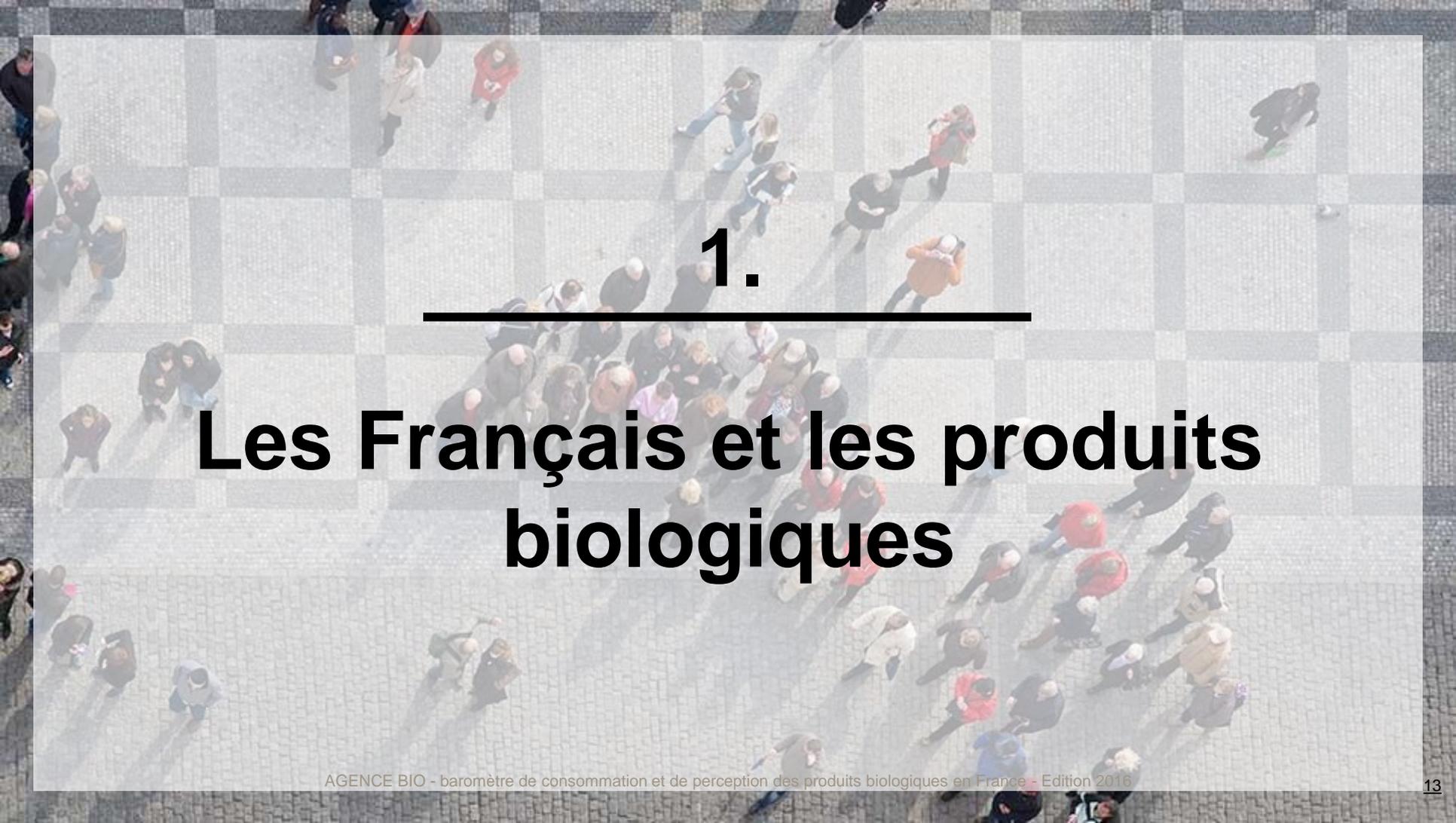
### Du bio oui, mais origine locale !

La quasi-totalité des Français déclarent privilégier les produits locaux lors de leurs achats et 85% se disent intéressés par davantage de produits bio d'origine locale (42% sont très intéressés) notamment les CSP+. 8 Français sur 10 sont intéressés par des produits bio d'origine France (34% de très intéressés).

### Le prix des produits et le manque de réflexe comme principaux freins à la consommation

Plus d'un tiers des acheteurs de produits biologiques a augmenté son budget consacré à l'alimentaire bio même si la tendance reste à un budget relativement stable. Parmi les freins à une consommation de produits bio, on retrouve spontanément le prix pour 58% des Français (89% au global sur ce critère), suivi d'un manque de réflexe dans le processus d'achat (19% le citent en premier frein et 61% au global).

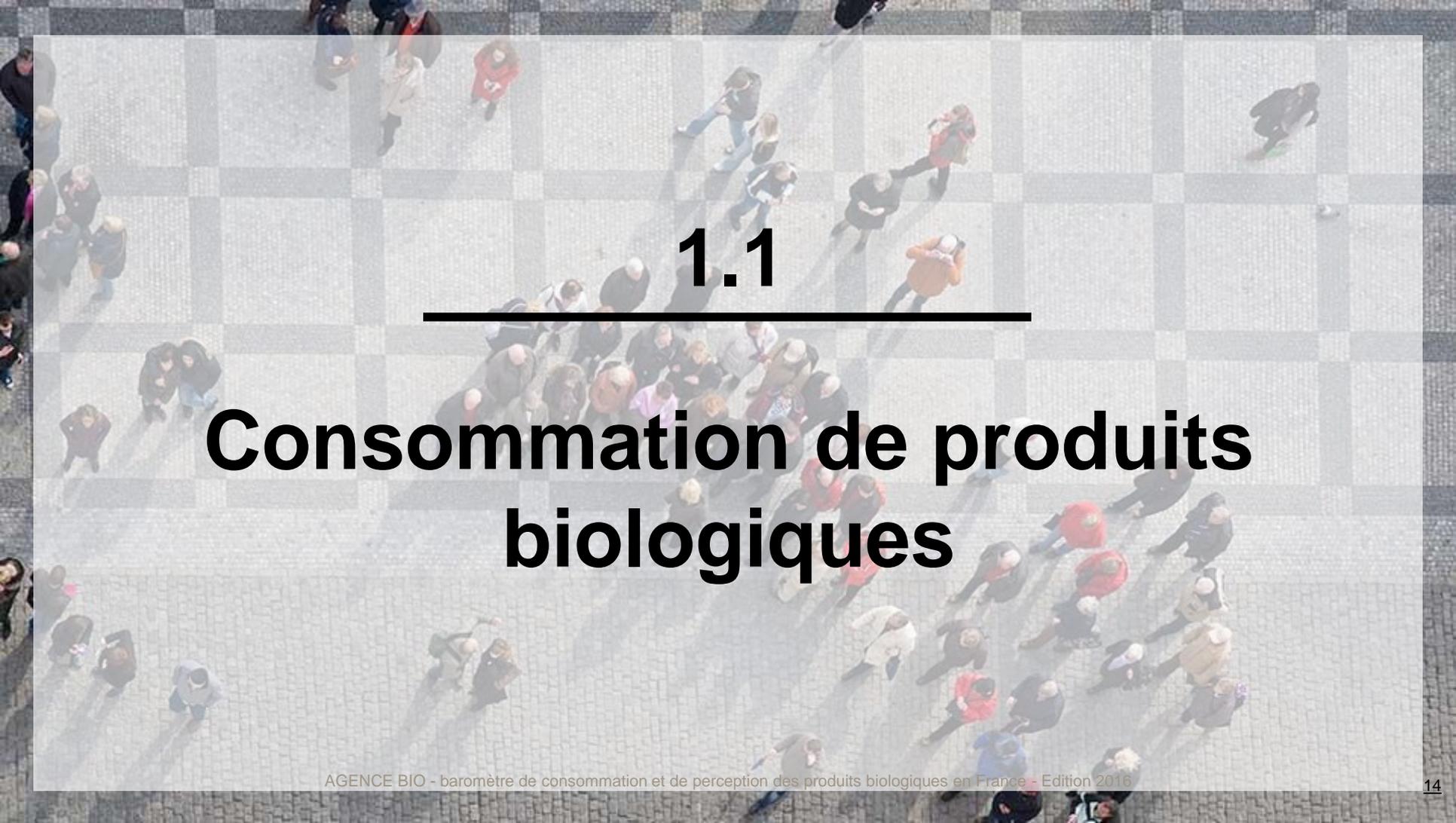
Ils sont cependant une large majorité à avoir l'intention de maintenir (67%) voire d'augmenter leur consommation de produits biologiques (29% vs 21% en 2015).



1.

---

# Les Français et les produits biologiques



1.1

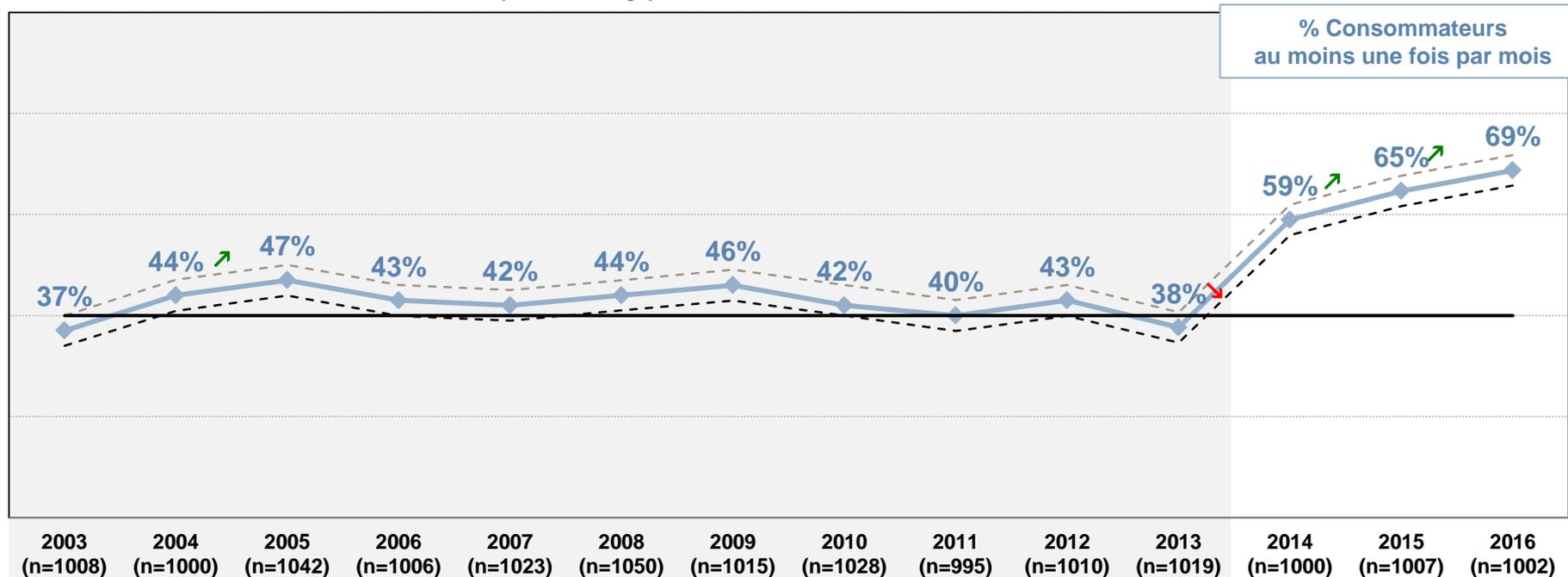
---

# Consommation de produits biologiques

# EVOLUTION DE LA PART DE CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Base total Français

Q101. Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois?



Mode de recueil : Face-à-Face

Intitulé de la question : Consommez-vous des produits biologiques ?

Modifications mises en place entre 2013 et 2014

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

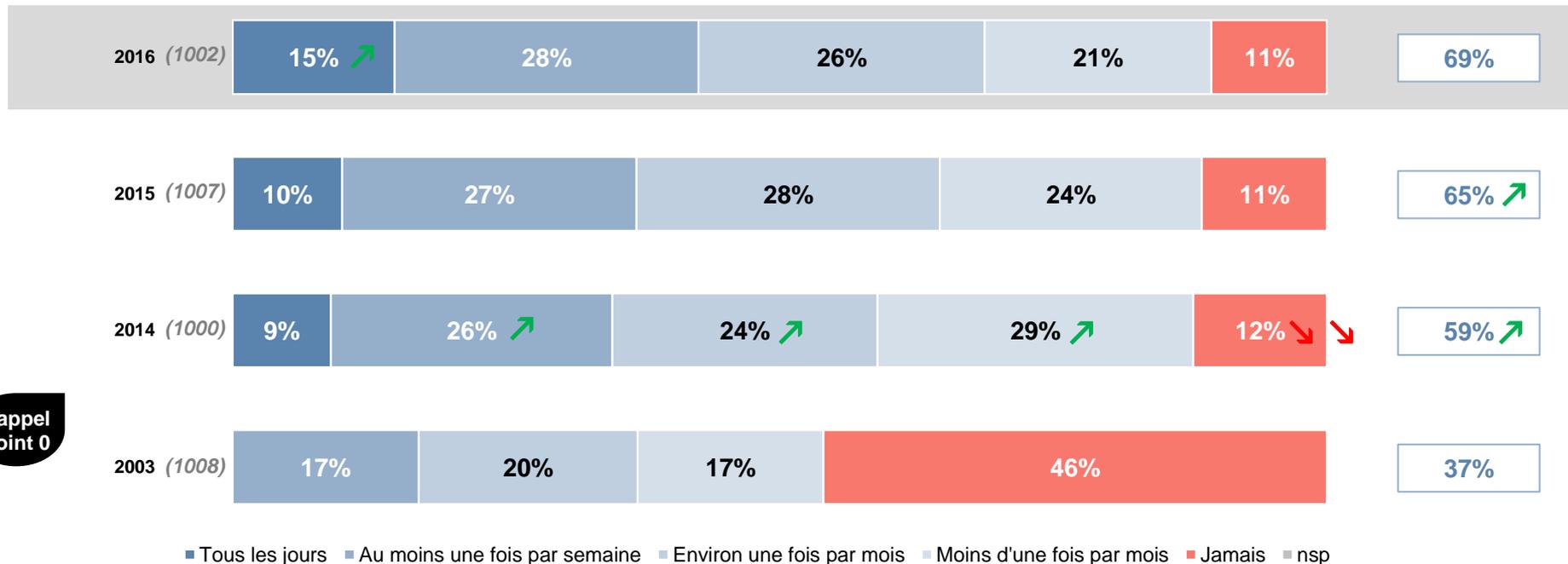
En pointillé : intervalle de confiance permettant de définir la marge d'erreur entre les résultats du sondage et un relevé exhaustif de la population totale.

# PART DE CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Base total Français

Q101. Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois?

Consommateurs au moins une fois par mois



Rappel Point 0

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# PART DE CONSOMMATEURS; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base total Français

Q101. Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
<b>ST Consommateurs au moins une fois par mois</b>	<b>69%</b>	<b>68%</b>	<b>69%</b>	<b>71%</b>	<b>68%</b>	<b>68%</b>	<b>69%</b>	<b>69%</b>	<b>74%</b>	<b>67%</b>	<b>66%</b>
Oui, tous les jours	15%	12%	18%	12%	19%	14%	15%	13%	19%	15%	12%
Oui, régulièrement (c'est-à-dire au moins une fois par semaine)	28%	28%	28%	28%	28%	25%	30%	29%	32%	25%	27%
Oui, de temps en temps (c'est-à-dire environ une fois par mois)	26%	29%	24%	31%	21%	28%	24%	27%	23%	27%	28%
Non consommateurs	31%	32%	31%	29%	32%	32%	31%	31%	26%	33%	34%
Oui, rarement (c'est-à-dire moins souvent qu'une fois par mois)	21%	22%	20%	17%	23%	22%	19%	22%	17%	23%	22%
Non, jamais	11%	10%	11%	12%	9%	11%	12%	9%	9%	10%	12%

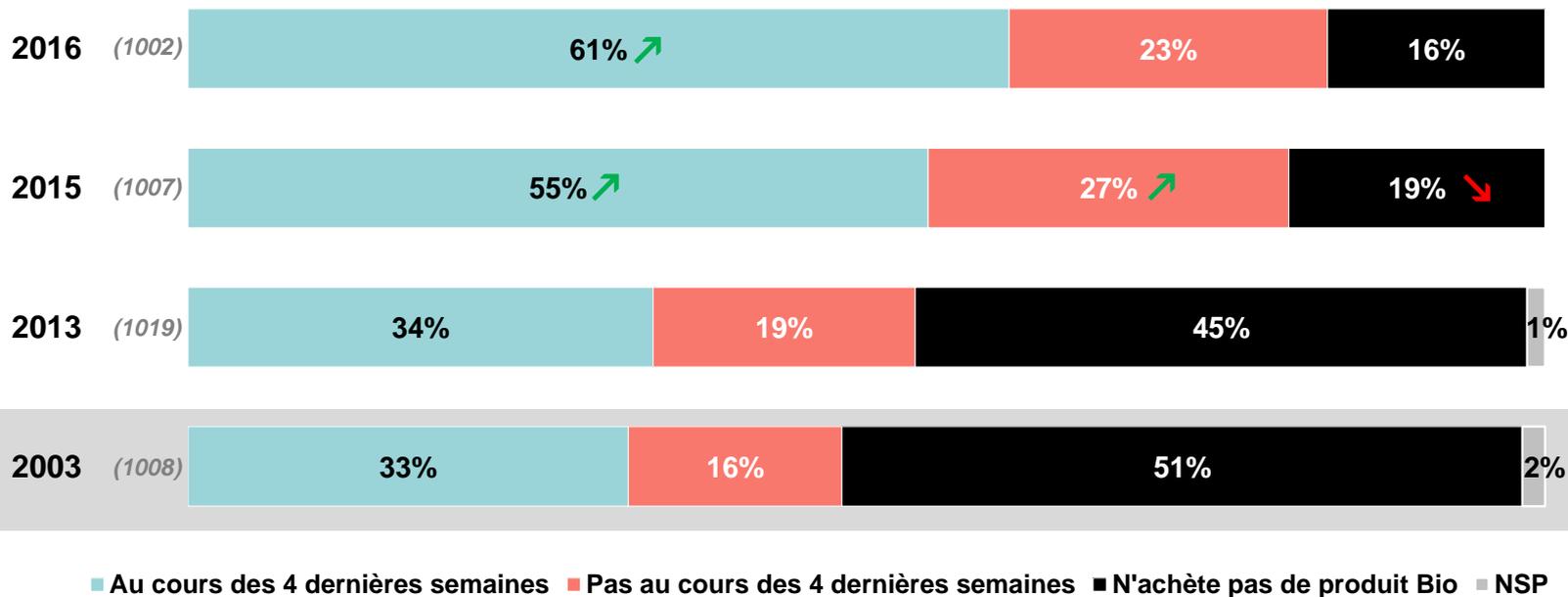
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
<b>ST Consommateurs au moins une fois par mois</b>	<b>69%</b>	<b>72%</b>	<b>60%</b>	<b>76%</b>	<b>58%</b>	<b>69%</b>	<b>68%</b>	<b>71%</b>	<b>69%</b>	<b>71%</b>
Oui, tous les jours	15%	15%	6%	19%	9%	15%	13%	14%	20%	17%
Oui, régulièrement (c'est-à-dire au moins une fois par semaine)	28%	33%	21%	30%	27%	29%	27%	26%	25%	28%
Oui, de temps en temps (c'est-à-dire environ une fois par mois)	26%	25%	33%	27%	21%	25%	27%	30%	23%	26%
Non consommateurs	31%	28%	40%	24%	42%	31%	32%	29%	31%	29%
Oui, rarement (c'est-à-dire moins souvent qu'une fois par mois)	21%	22%	21%	14%	26%	25%	19%	22%	17%	19%
Non, jamais	11%	6%	19%	10%	16%	6%	13%	7%	14%	10%

\*Attention, base < 80 interviews : base limite

# PART D'ACHETEURS DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Base total Français

Q102. Avez-vous, vous ou quelqu'un de votre foyer, acheté un ou plusieurs produits biologiques au cours des 4 dernières semaines ?



↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# PART D'ACHETEURS; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base total Français

Q102. Avez-vous, vous ou quelqu'un de votre foyer, acheté un ou plusieurs produits biologiques au cours des 4 dernières semaines ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
Oui, vous avez acheté des produits biologiques au cours des 4 dernières semaines	61%	60%	61%	58%	64%	60%	58%	62%	68%	59%	56%
ST Non	39%	40%	39%	42%	36%	40%	42%	38%	32%	41%	44%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
Oui, vous avez acheté des produits biologiques au cours des 4 dernières semaines	61%	68%	45%	70%	51%	58%	62%	58%	59%	65%
ST Non	39%	32%	55%	30%	49%	42%	38%	42%	41%	35%

\*Attention, base < 80 interviews : base limite

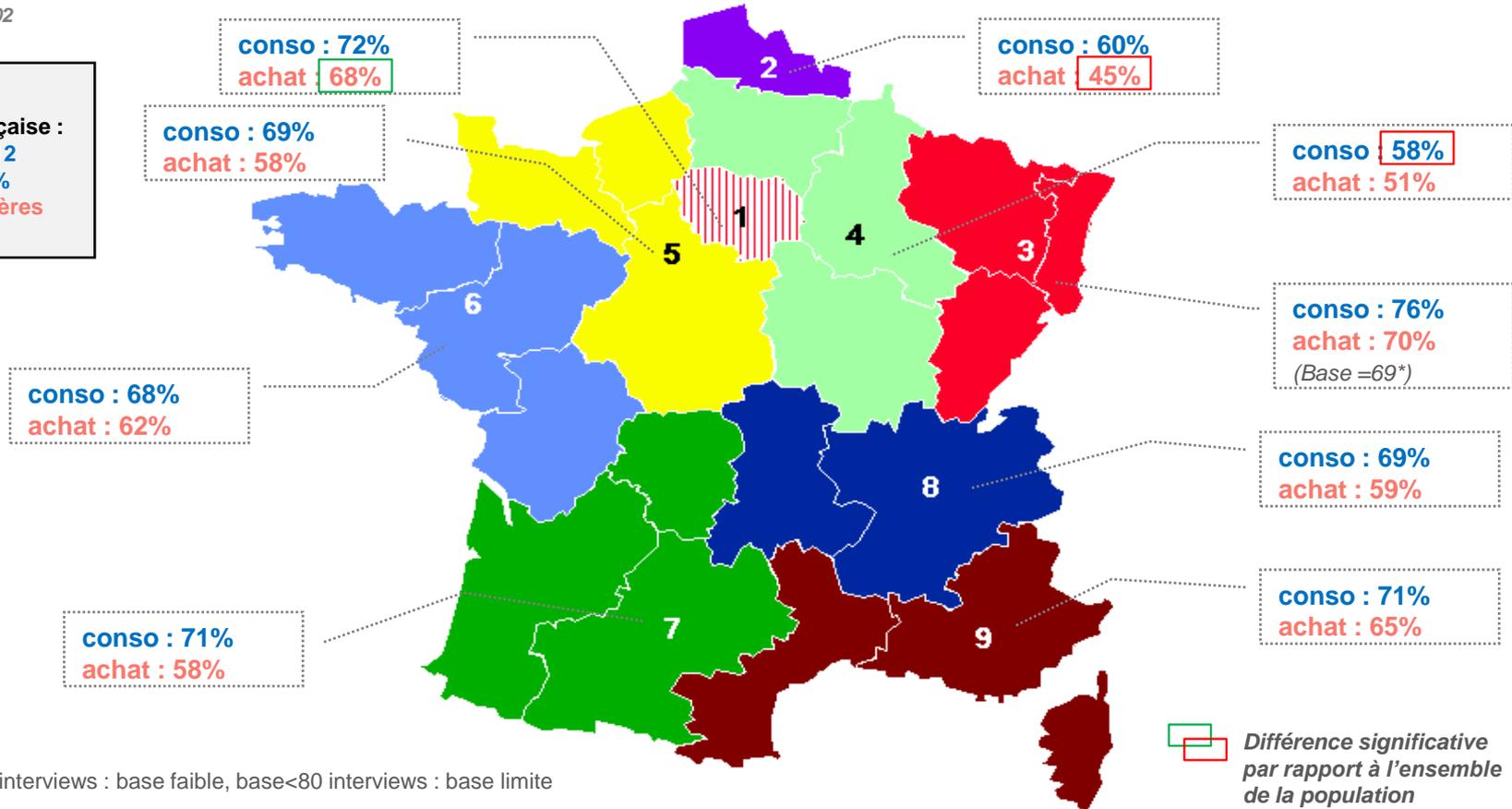
# FOCUS SUR LES RÉGIONS; CONSOMMATION ET ACHAT

Base total Français : 1002

## Rappel :

Sur la population française :

- consommateurs 12 derniers mois : 69%
- acheteurs 4 dernières semaines : 61%



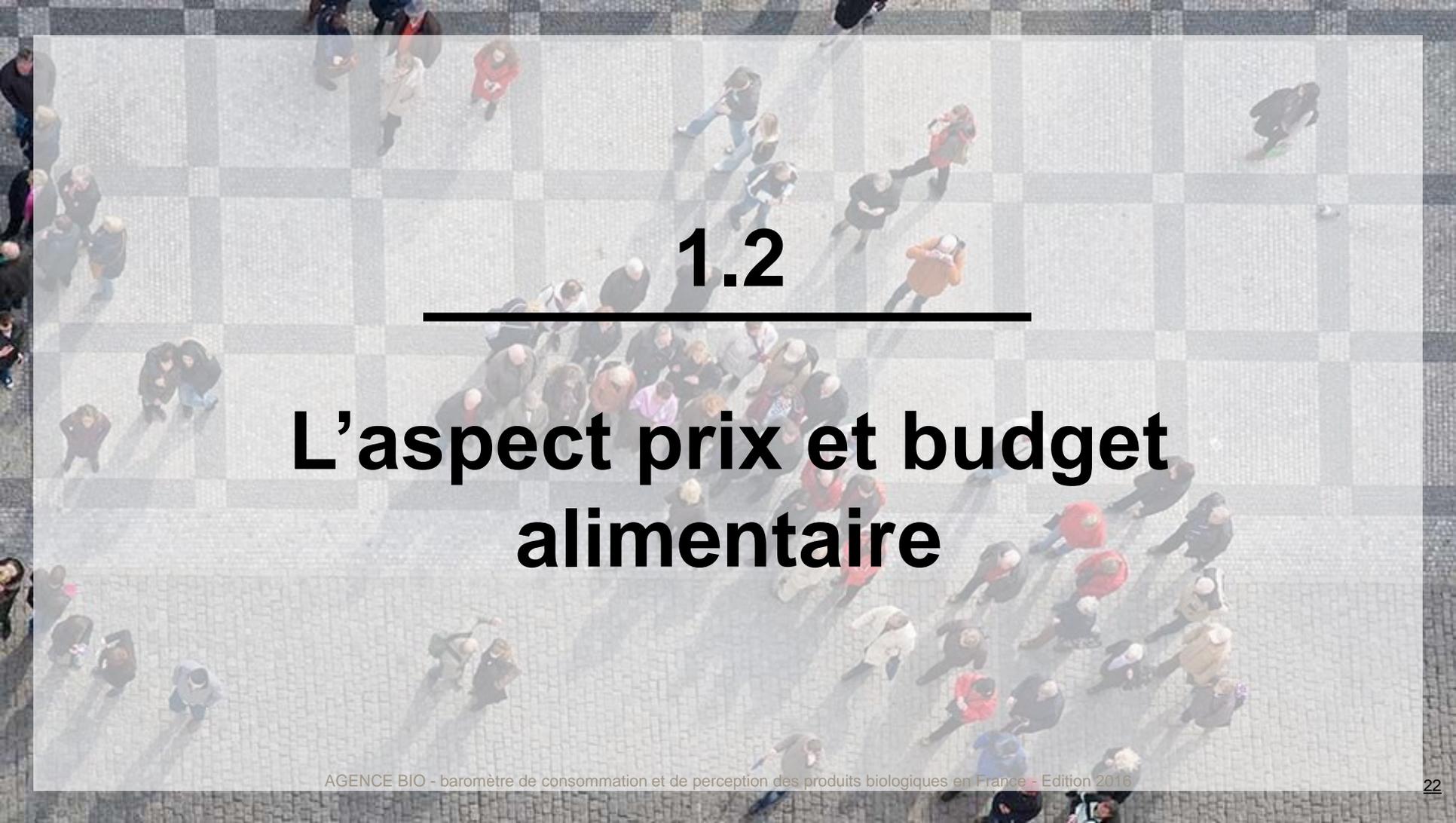
\*Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

 Différence significative par rapport à l'ensemble de la population

# LA BIO PROGRESSE AUPRÈS DES FRANÇAIS

## Auprès de l'ensemble des Français

- Près de 9 Français sur 10 (89%) déclarent avoir consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois.
- **La part de consommateurs réguliers de produits biologiques (au moins une fois par mois) poursuit sa progression pour atteindre près de 7 Français sur 10 (69% vs 65% en 2015 vs 59% en 2014 et 37% en 2003).**
- **Ceux qui en consomment tous les jours sont également de plus en plus nombreux (15% vs 10% en 2015 vs 9% en 2014)** et sont principalement des femmes et des CSP+.
- Les achats réguliers sont également en hausse : 61% des Français déclarent avoir acheté un ou plusieurs produits biologiques au cours du dernier mois contre 55% l'année dernière, et 33% en 2003.



**1.2**

---

# **L'aspect prix et budget alimentaire**

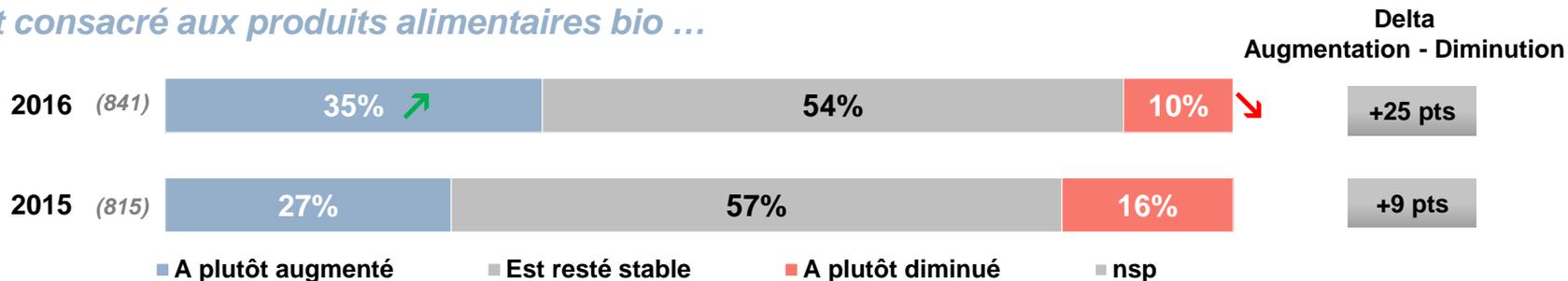
# BUDGET CONSACRÉ AUX PRODUITS ALIMENTAIRES BIOLOGIQUES

Base : a acheté des produits biologiques (n=841)

Q105. En général, quelle est la part de votre budget alimentaire consacrée aux produits alimentaires biologiques ? Votre budget alimentaire biologique représente... de votre budget alimentaire total.

Q104. Dans le contexte économique actuel, diriez-vous que votre budget total consacré aux aliments biologiques, ces 12 derniers mois... ?

## Budget consacré aux produits alimentaires bio ...



## Part du budget consacré aux produits biologiques représente...



### Entre 0 et 25%

Moins de 3% = 35%  
 De 3% à 10% = 10%  
 De 11% à 25% = 21%

	2015 b=815	2013 b=556	2012 b=572
	79%	76%	71%
	16%	13%	17%
	3%	5%	6%
	2%	4% ↑	1%
	-	2% ↓	4%

↑ ↓ Évolution significative d'une année sur l'autre

# BUDGET CONSACRÉ AUX PRODUITS ALIMENTAIRES BIOLOGIQUES; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base : a acheté des produits biologiques

Q105. En général, quelle est la part de votre budget alimentaire consacrée aux produits alimentaires biologiques ? Votre budget alimentaire biologique représente... de votre budget alimentaire total.

Q104. Dans le contexte économique actuel, diriez-vous que votre budget total consacré aux aliments (biologiques et non biologiques), ces 12 derniers mois... ?

	Ensemble	Consommation de produits biologiques au cours des 12 derniers mois	
		ST Consommateurs au moins une fois par mois	ST Consommateurs réguliers
Total brut	841	677	425
<b>Evolution du budget consacré aux produits alimentaires biologiques ces 12 derniers mois</b>			
A plutôt augmenté	35%	42%	53%
Est resté stable	54%	51%	43%
A plutôt diminué	10%	7%	5%
<b>Part du budget alimentaire consacrée aux produits alimentaires biologiques</b>			
<b>ST Inférieur à 50%</b>	<b>94%</b>	<b>92%</b>	<b>87%</b>
Moins de 3%	35%	23%	11%
De 3% à 10%	30%	35%	30%
De 11 à et 25%	21%	25%	31%
<b>De 26% à 50%</b>	<b>8%</b>	<b>9%</b>	<b>14%</b>
<b>ST Supérieur à 50%</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>	<b>13%</b>
De 51% à 75%	4%	5%	9%
De 76% à 100%	2%	2%	4%

**Définition :**

**ST Consommateurs réguliers : Consommateurs au moins une fois par semaine**

# BUDGET CONSACRÉ AUX PRODUITS ALIMENTAIRES BIOLOGIQUES; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base : a acheté des produits biologiques

Q105. En général, quelle est la part de votre budget alimentaire consacrée aux produits alimentaires biologiques ? Votre budget alimentaire biologique représente... de votre budget alimentaire total.

Q104. Dans le contexte économique actuel, diriez-vous que votre budget total consacré aux aliments (biologiques et non biologiques), ces 12 derniers mois... ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	841	403	438	77	140	214	212	198	259	254	328
<b>Evolution du budget consacré aux produits alimentaires biologiques ces 12 derniers mois</b>											
A plutôt augmenté	35%	30%	41%	23%	41%	39%	36%	32%	41%	38%	29%
Est resté stable	54%	63%	46%	66%	43%	52%	57%	57%	52%	52%	59%
A plutôt diminué	10%	7%	13%	10%	16%	9%	7%	11%	8%	11%	12%
<b>Part du budget alimentaire consacrée aux produits alimentaires biologiques</b>											
ST Inférieur à 50%	94%	95%	92%	95%	93%	93%	92%	96%	90%	94%	96%
Moins de 3%	35%	37%	32%	36%	31%	36%	35%	35%	26%	40%	38%
De 3% à 10%	30%	33%	28%	29%	31%	29%	33%	29%	31%	30%	30%
De 11 à et 25%	21%	19%	22%	18%	21%	20%	17%	27%	25%	17%	20%
De 26% à 50%	8%	6%	10%	11%	11%	8%	7%	5%	8%	7%	8%
ST Supérieur à 50%	6%	5%	8%	5%	7%	7%	8%	4%	10%	6%	4%
De 51% à 75%	4%	3%	5%	3%	4%	6%	5%	4%	6%	5%	3%
De 76% à 100%	2%	1%	3%	2%	4%	1%	3%	-	4%	1%	1%

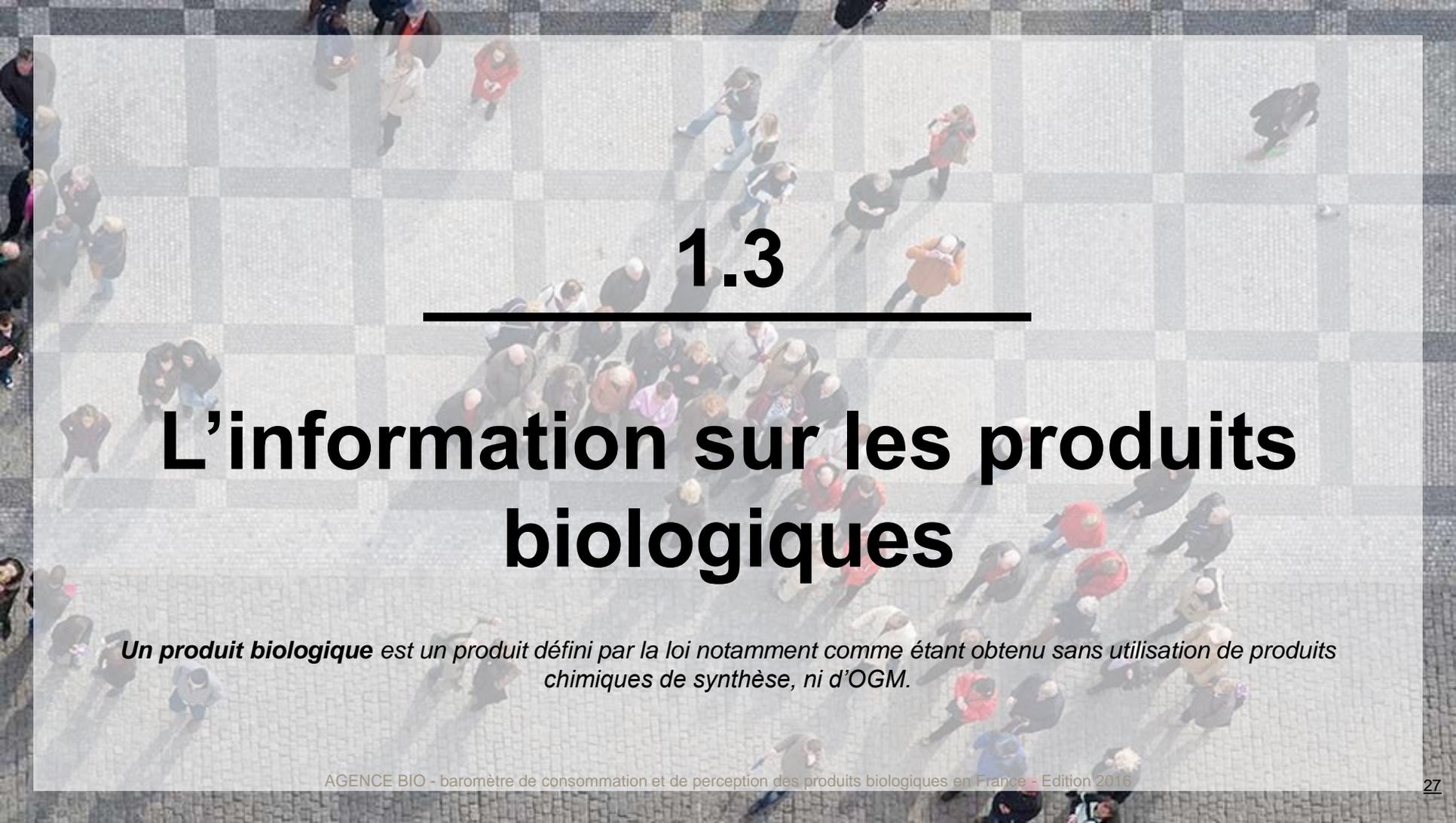
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	841	169	62	60	52	82	107	95	108	106
<b>Evolution du budget consacré aux produits alimentaires biologiques ces 12 derniers mois</b>										
A plutôt augmenté	35%	36%	27%	46%	base faible	32%	34%	36%	35%	37%
Est resté stable	54%	54%	58%	44%		57%	56%	58%	50%	55%
A plutôt diminué	10%	9%	15%	10%		11%	10%	6%	15%	8%
<b>Part du budget alimentaire consacrée aux produits alimentaires biologiques</b>										
ST Inférieur à 50%	94%	96%	100%	95%	base faible	93%	91%	92%	89%	96%
Moins de 3%	35%	27%	45%	33%		34%	35%	38%	43%	32%
De 3% à 10%	30%	34%	24%	37%		30%	37%	27%	19%	34%
De 11 à et 25%	21%	25%	23%	17%		26%	14%	17%	17%	21%
De 26% à 50%	8%	10%	8%	9%		2%	6%	9%	11%	9%
ST Supérieur à 50%	6%	4%	-	5%		7%	9%	8%	11%	4%
De 51% à 75%	4%	4%	-	5%		4%	7%	7%	6%	-
De 76% à 100%	2%	1%	-	-		4%	2%	1%	5%	4%

\*Attention, base <60 interviews : base faible, base <80 interviews : base limite

# UN BUDGET ACCORDÉ À L'ALIMENTATION BIO EN PROGRESSION MAIS ENCORE TIMIDE

## Auprès des acheteurs de produits biologiques

- On observe une augmentation du budget consacré aux dépenses alimentaire bio et ce, d'autant plus marquée chez les consommateurs réguliers. Les femmes et les CSP+ ont davantage eu tendance à augmenter leurs achats bio courant 2016.
- **Les produits bio représentent un quart ou moins du budget alimentaire des Français pour la grande majorité (86%).**



1.3

---

# L'information sur les produits biologiques

*Un produit biologique est un produit défini par la loi notamment comme étant obtenu sans utilisation de produits chimiques de synthèse, ni d'OGM.*

# ENCADREMENT LÉGISLATIF

Base total Français : 1002

Q216. Selon vous, l'agriculture biologique est encadrée par :

Nouvelle question 2016

Une réglementation Européenne  68%

Une réglementation Française  50%

Autre | 1%

Ne sait pas  15%

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
Une réglementation Française	50%	53%	48%	55%	52%	48%	48%	53%	50%	51%	50%
Une réglementation Européenne	68%	69%	66%	60%	73%	66%	69%	67%	75%	64%	65%
Autre	1%	1%	< 1%	-	2%	< 1%	-	2%	1%	1%	1%
Je ne sais pas	15%	12%	17%	16%	9%	17%	16%	14%	12%	14%	17%

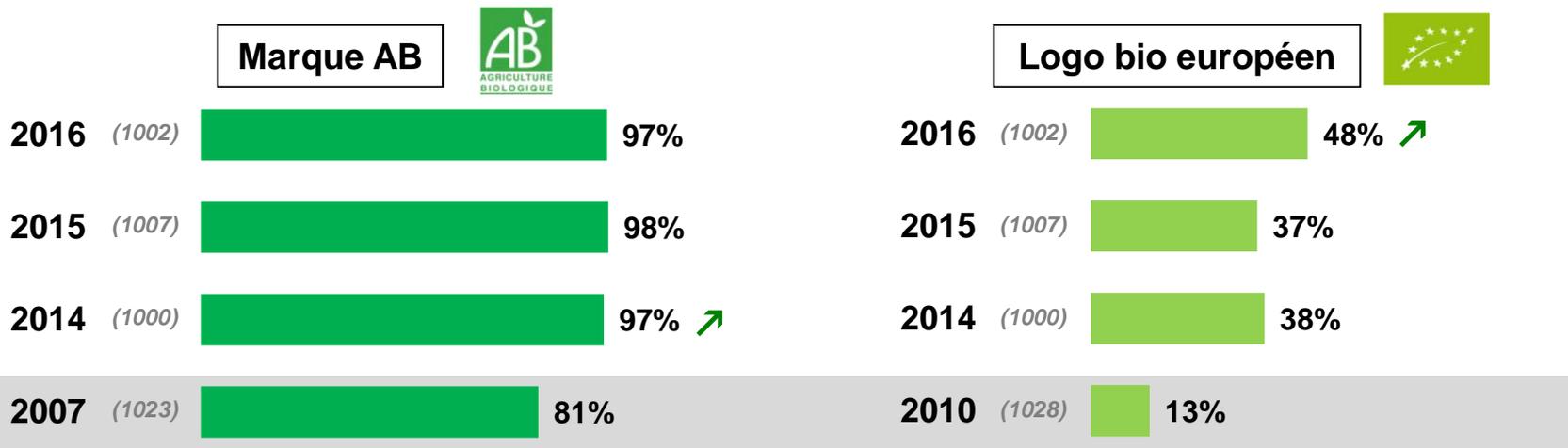
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
Une réglementation Française	50%	57%	42%	44%	48%	53%	50%	48%	53%	49%
Une réglementation Européenne	68%	72%	60%	70%	64%	61%	68%	65%	70%	72%
Autre	1%	-	1%	1%	-	1%	2%	-	2%	2%
Je ne sais pas	15%	13%	18%	16%	18%	19%	11%	18%	11%	13%

\*Attention, base < 80 interviews : base limite

# CONNAISSANCE DES LOGOS

Base total Français

Q116/Q117. Connaissez-vous ces 2 logos ...



Rappel Point 0

Base : a acheté des produits biologiques

	Point 0	2013	2015	2016
Base	389	366	635	677
Connaît le logo AB 	98%	99%	99%	99%
Connaît le logo bio européen 	58%	64%	47% ↘	58% ↗

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# CONNAISSANCE DES LOGOS; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base total Français

Q116/Q117. Connaissez-vous ces 2 logos ...

## Connait

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
Logo AB	97%	96%	99%	97%	97%	98%	97%	98%	98%	97%	97%
Logo Européen	48%	43%	52%	57%	50%	42%	49%	47%	49%	46%	48%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
Logo AB	97%	99%	94%	95%	96%	97%	98%	97%	99%	98%
Logo Européen	48%	48%	43%	59%	48%	37%	45%	46%	56%	50%

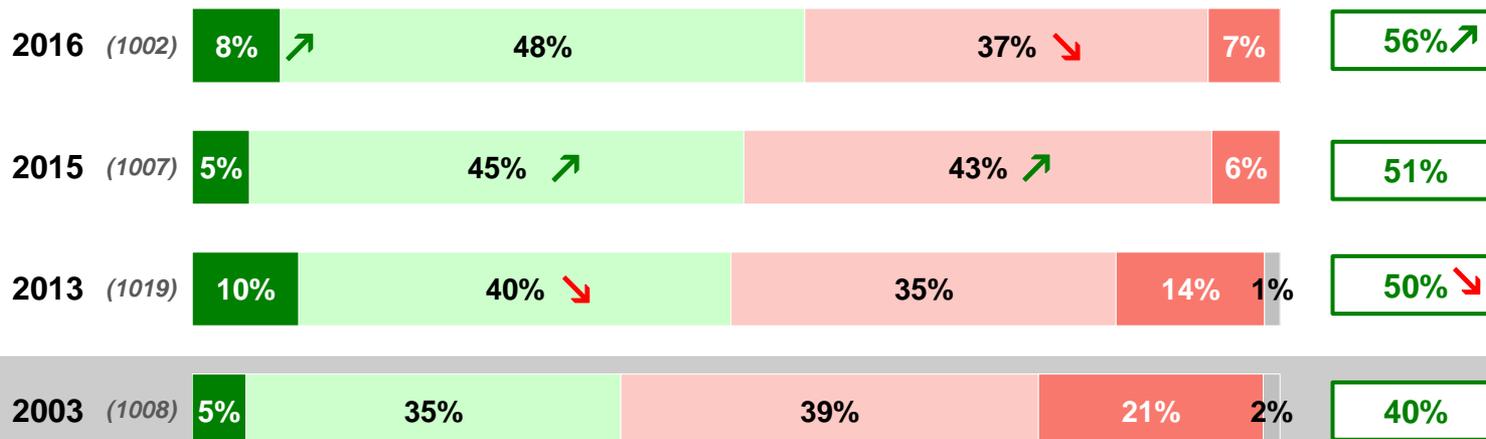
\*Attention, base < 80 interviews : base limite

# INFORMATION DU PUBLIC

Base total Français

Q108. D'une manière générale, pensez-vous être très bien, assez bien, assez peu ou très peu informé sur les produits biologiques ?

Bien informé



■ Très bien informé ■ Assez bien informé ■ Assez mal informé ■ Très mal informé ■ Nsp

Consommateurs Bio (688) :	10%	55%	32%	3%	-
Non consommateurs (314) :	4%	33%	49%	14%	-

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# INFORMATION DU PUBLIC; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base total Français

Q108. D'une manière générale, pensez-vous être très bien, assez bien, assez peu ou très peu informé sur les produits biologiques ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
ST Bien informé	56%	58%	55%	55%	54%	54%	55%	63%	62%	50%	57%
ST Peu informé	44%	42%	45%	45%	46%	46%	45%	37%	38%	50%	43%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
ST Bien informé	56%	57%	56%	54%	56%	60%	54%	57%	59%	52%
ST Peu informé	44%	43%	44%	46%	44%	40%	46%	43%	41%	48%

\*Attention, base < 80 interviews : base limite

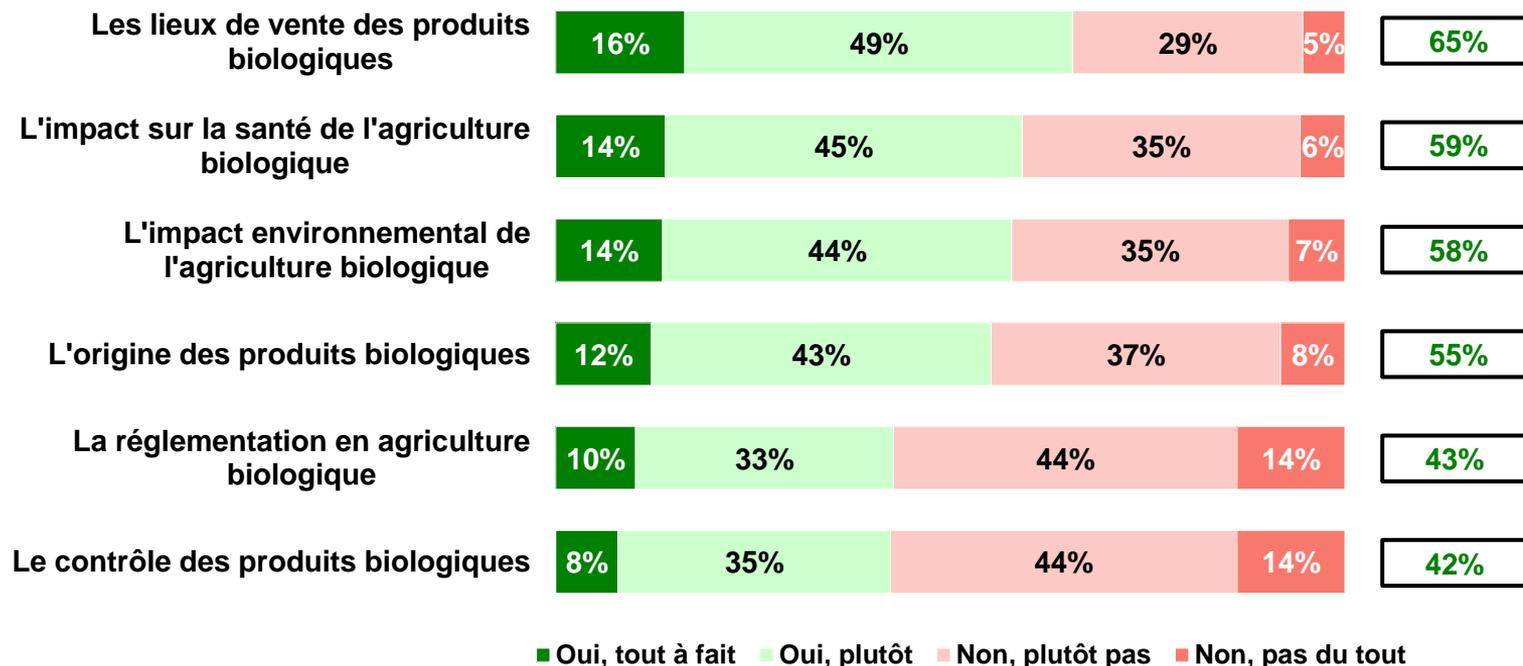
# INFORMATION DÉTAILLÉE DU PUBLIC

Base total Français :  
1002

Q109N. Diriez-vous que vous avez assez d'informations concernant... ?

Nouvelle question 2016

ST OUI



# INFORMATION DÉTAILLÉE DU PUBLIC; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Q109N. Diriez-vous que vous avez assez d'informations concernant... ?

**ST OUI**

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
La réglementation en agriculture biologique	43%	45%	41%	47%	43%	42%	41%	43%	43%	43%	42%
L'impact environnemental de l'agriculture biologique	58%	61%	55%	51%	62%	55%	57%	62%	59%	54%	59%
L'impact sur la santé de l'agriculture biologique	59%	58%	60%	57%	65%	55%	57%	63%	60%	57%	61%
Les lieux de vente des produits biologiques	65%	67%	64%	69%	71%	67%	60%	64%	71%	63%	64%
L'origine des produits biologiques	55%	58%	53%	56%	58%	57%	51%	56%	56%	57%	53%
Le contrôle des produits biologiques	42%	43%	42%	43%	45%	45%	39%	41%	44%	42%	41%

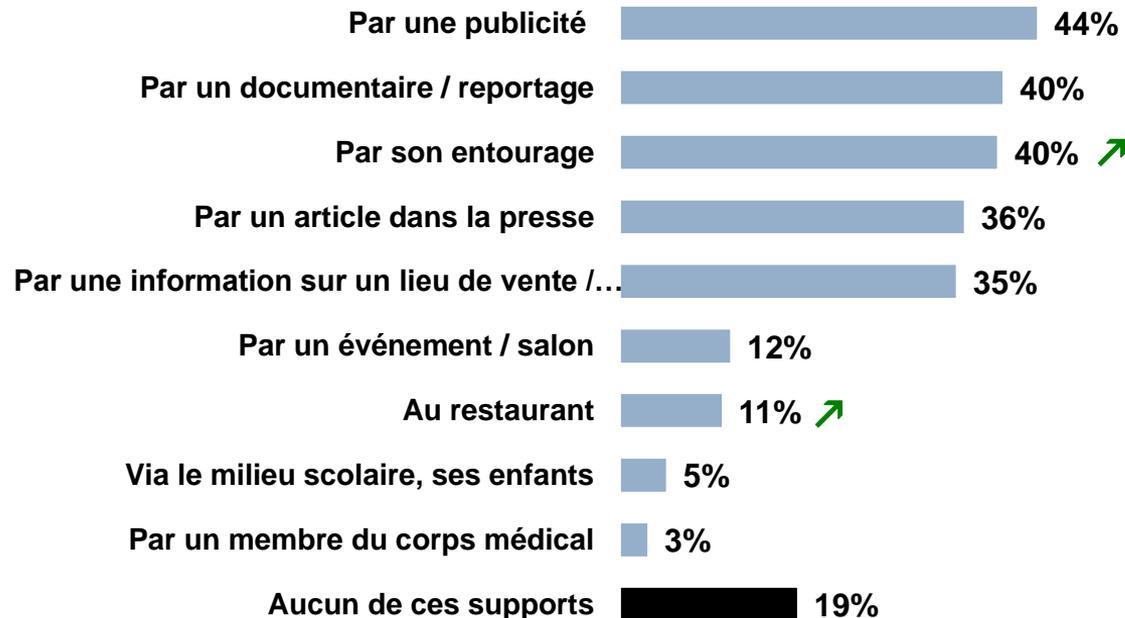
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
La réglementation en agriculture biologique	43%	43%	36%	43%	52%	43%	43%	39%	48%	39%
L'impact environnemental de l'agriculture biologique	58%	60%	47%	58%	64%	55%	59%	53%	63%	58%
L'impact sur la santé de l'agriculture biologique	59%	58%	53%	58%	64%	59%	65%	56%	62%	58%
Les lieux de vente des produits biologiques	65%	69%	57%	68%	69%	64%	62%	58%	71%	66%
L'origine des produits biologiques	55%	59%	51%	63%	63%	49%	56%	48%	60%	50%
Le contrôle des produits biologiques	42%	45%	37%	40%	53%	37%	41%	40%	44%	44%

\*Attention, base < 80 interviews : base limite

# BRUIT DES SUPPORTS D'INFORMATIONS

Base total Français :  
1002

Q118. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous entendu parler Bio (Agriculture biologique, alimentation biologique...) à travers les supports suivants ?



	2015 b=1007	2013 b=1019
	40% ↘	53%
	39%	44%
	33% ↗	28%
	32% ↘	38%
	33%	31%
	10%	9%
	8% ↗	5%
	5%	7%
	3%	5%
	21% ↗	/

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# BRUIT DES SUPPORTS D'INFORMATIONS; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base total Français

Q118. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous entendu parler Bio (Agriculture biologique, alimentation biologique...) à travers les supports suivants ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<b>Au moins un support</b>	81%	84%	79%	74%	84%	78%	80%	89%	84%	79%	81%
Par votre entourage	40%	38%	41%	43%	46%	39%	36%	38%	45%	39%	36%
Par une publicité (à la télévision, la radio, dans la presse, sur Internet...)	44%	46%	42%	43%	46%	45%	43%	41%	45%	45%	41%
Par un article dans la presse (journaux, magazines, magazines spécialisés...)	36%	41%	32%	29%	28%	32%	37%	49%	38%	29%	40%
Par un événement / lors d'un salon	12%	10%	13%	12%	14%	10%	10%	14%	14%	9%	12%
Par un documentaire / dans un reportage à la télévision, à la radio	40%	42%	38%	27%	31%	38%	48%	46%	45%	36%	40%
Par un membre du corps médical	3%	3%	3%	2%	3%	2%	4%	4%	4%	1%	4%
Par une information sur un lieu de vente ou de consommation (affiche, dépliant...)	35%	38%	33%	26%	29%	35%	39%	41%	42%	29%	35%
Au restaurant	11%	10%	11%	17%	18%	10%	9%	5%	18%	9%	7%
Via le milieu scolaire, mes enfants	5%	4%	6%	2%	8%	11%	2%	-	8%	7%	1%
Aucun de ces supports	19%	16%	21%	26%	16%	22%	20%	11%	16%	21%	19%

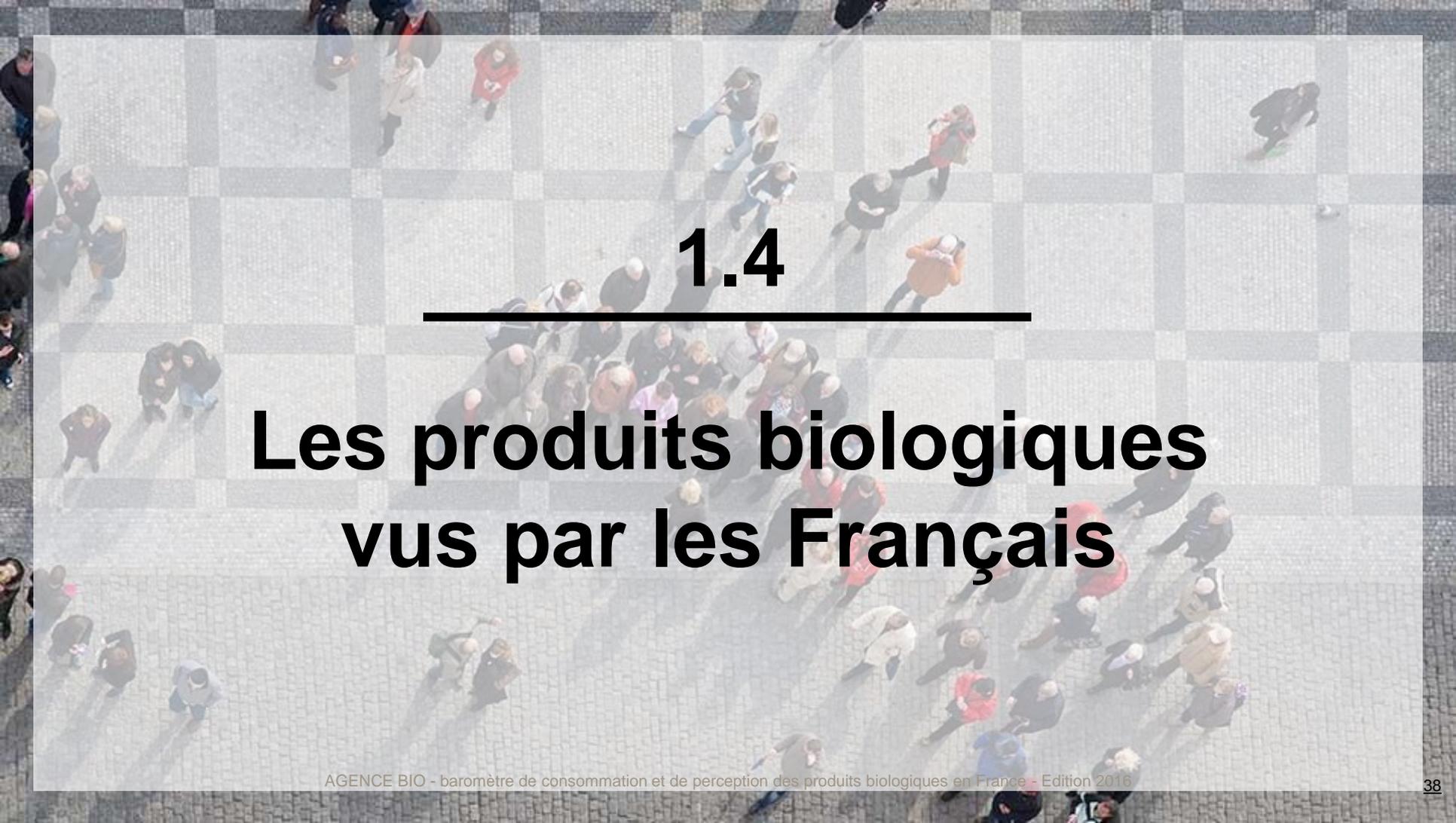
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<b>Au moins un support</b>	81%	90%	78%	80%	82%	85%	80%	75%	79%	78%
Par votre entourage	40%	45%	33%	32%	37%	38%	44%	43%	36%	39%
Par une publicité (à la télévision, la radio, dans la presse, sur Internet...)	44%	54%	49%	38%	39%	42%	48%	30%	41%	43%
Par un article dans la presse (journaux, magazines, magazines spécialisés...)	36%	41%	32%	38%	36%	35%	36%	35%	38%	32%
Par un événement / lors d'un salon	12%	20%	9%	10%	11%	7%	10%	6%	12%	12%
Par un documentaire / dans un reportage à la télévision, à la radio	40%	43%	36%	50%	39%	36%	37%	38%	41%	40%
Par un membre du corps médical	3%	4%	2%	3%	4%	2%	2%	3%	4%	3%
Par une information sur un lieu de vente ou de consommation (affiche, dépliant...)	35%	41%	28%	35%	30%	36%	36%	34%	35%	36%
Au restaurant	11%	14%	11%	15%	9%	9%	14%	4%	12%	8%
Via le milieu scolaire, mes enfants	5%	5%	-	4%	3%	7%	5%	4%	8%	6%
Aucun de ces supports	19%	10%	22%	20%	18%	15%	20%	25%	21%	22%

\*Attention, base <80 interviews : base limite

# UNE MEILLEURE RECONNAISSANCE DU LOGO BIO EUROPÉEN, DES FRANÇAIS EN ATTENTE D'INFORMATIONS SUR LA RÉGLEMENTATION ET LES CONTROLES

## Auprès de l'ensemble des Français

- Le logo AB est toujours reconnu par la quasi-totalité des Français (97%). Plus récent, le logo bio européen est désormais reconnu par près d'un Français sur deux (48% vs 37% en 2015), et davantage chez les acheteurs de produits biologiques (58% vs 47% en 2015).
  - Cette reconnaissance s'accompagne de celle du cadre législatif de l'agriculture bio, puisque **près de 7 Français sur 10 déclarent que celle-ci est encadrée par une réglementation Européenne**, et 5 sur 10 par une réglementation Française.
- 
- **Plus d'un Français sur 2 estime être bien informé sur les produits bio, chiffre en hausse cette année** (56% vs 51% l'année dernière), en particulier les seniors (63%) et les CSP+ (62%).
  - La majeure partie déclare avoir assez d'informations concernant les lieux de vente des produits bio (65%), l'impact sur la santé de l'agriculture biologique (59%), son impact environnemental (58%) ainsi que l'origine des produits (55%). **A noter que les Français estiment ne pas être assez informés sur la réglementation en agriculture biologique** (43% de bien informés) **et sur le contrôle des produits biologiques** (42%).
- 
- La publicité reste le premier support d'information des Français (44%) suivi des documentaires/reportages (40%). L'entourage est un vecteur de plus en plus important (40% vs 33% en 2015 vs 28% en 2013), ainsi que les articles de presse (36%) ou les lieux de vente (35%). Dans une moindre mesure, certains ont entendu parler bio par un évènement/salon, au restaurant (en hausse cette année), et parfois via le milieu scolaire ou un membre du corps médical.



1.4

---

# Les produits biologiques vus par les Français

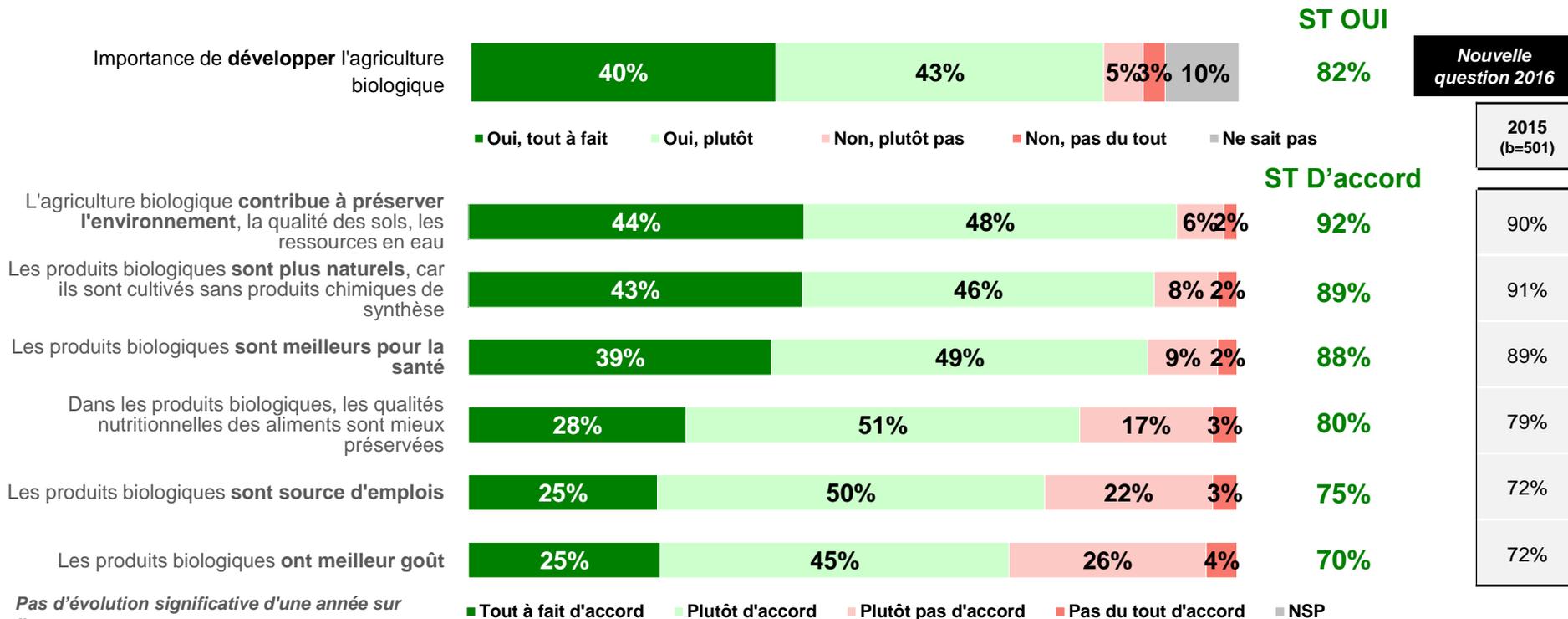
# PERCEPTION DE L'AGRICULTURE ET DES PRODUITS BIOLOGIQUES

Base total Français :  
1002

Q116C. Pensez-vous qu'il soit important de développer l'agriculture biologique ?

Q106B. Voici un certain nombre de phrases que des personnes nous ont dites à propos des produits biologiques.

Pour chacune d'entre elles, dites si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord.



Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre



# PERCEPTION DE L'AGRICULTURE ET DES PRODUITS BIOLOGIQUES; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base total Français

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<b>Importance de développer l'agriculture biologique</b>											
<i>Total brut (Hors "Ne sait pas")</i>	906	425	481	80	153	237	229	207	278	273	355
ST Oui	91%	92%	91%	88%	90%	91%	93%	92%	94%	89%	91%
<b>Image des produits biologiques : ST d'accord</b>											
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
L'agriculture biologique contribue à préserver l'environnement, la qualité des sols, les ressources en eau	92%	92%	92%	88%	91%	93%	93%	92%	96%	93%	89%
Les produits biologiques sont plus naturels, car ils sont cultivés sans produits chimiques de synthèse	89%	91%	88%	84%	86%	92%	91%	88%	93%	89%	87%
Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé	88%	90%	87%	82%	87%	88%	92%	88%	93%	87%	86%
Dans les produits biologiques, les qualités nutritionnelles des aliments sont mieux préservées	80%	79%	80%	72%	77%	80%	83%	80%	81%	79%	79%
Les produits biologiques sont source d'emplois	75%	77%	73%	68%	71%	79%	79%	72%	80%	76%	70%
Les produits biologiques ont meilleur goût	70%	69%	72%	66%	71%	75%	72%	64%	78%	70%	64%

Q116C. Pensez-vous qu'il soit important de développer l'agriculture biologique ?

Q106B. Voici un certain nombre de phrases que des personnes nous ont dites à propos des produits biologiques. Pour chacune d'entre elles, dites si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord.

	Ensemble	Régions UDA9									
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE	
<b>Q116C Importance de développer l'agriculture biologique - Ensemble 2016</b>											
<i>Total brut (Hors "Ne sait pas")</i>	906	171	74	63	68	90	111	99	117	113	
ST Oui	91%	91%	94%	95%	88%	90%	91%	90%	91%	90%	
<b>Q106B RECAP Image des produits biologiques : ST d'accord - Ensemble 2016</b>											
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125	
L'agriculture biologique contribue à préserver l'environnement, la qualité des sols, les ressources en eau	92%	95%	90%	96%	91%	90%	93%	91%	89%	94%	
Les produits biologiques sont plus naturels, car ils sont cultivés sans produits chimiques de synthèse	89%	91%	85%	94%	87%	90%	94%	84%	88%	89%	
Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé	88%	88%	87%	91%	85%	88%	87%	90%	91%	88%	
Dans les produits biologiques, les qualités nutritionnelles des aliments sont mieux préservées	80%	82%	68%	74%	86%	79%	82%	75%	82%	82%	
Les produits biologiques sont source d'emplois	75%	75%	77%	72%	78%	66%	76%	76%	77%	77%	
Les produits biologiques ont meilleur goût	70%	70%	68%	71%	74%	68%	69%	69%	71%	74%	

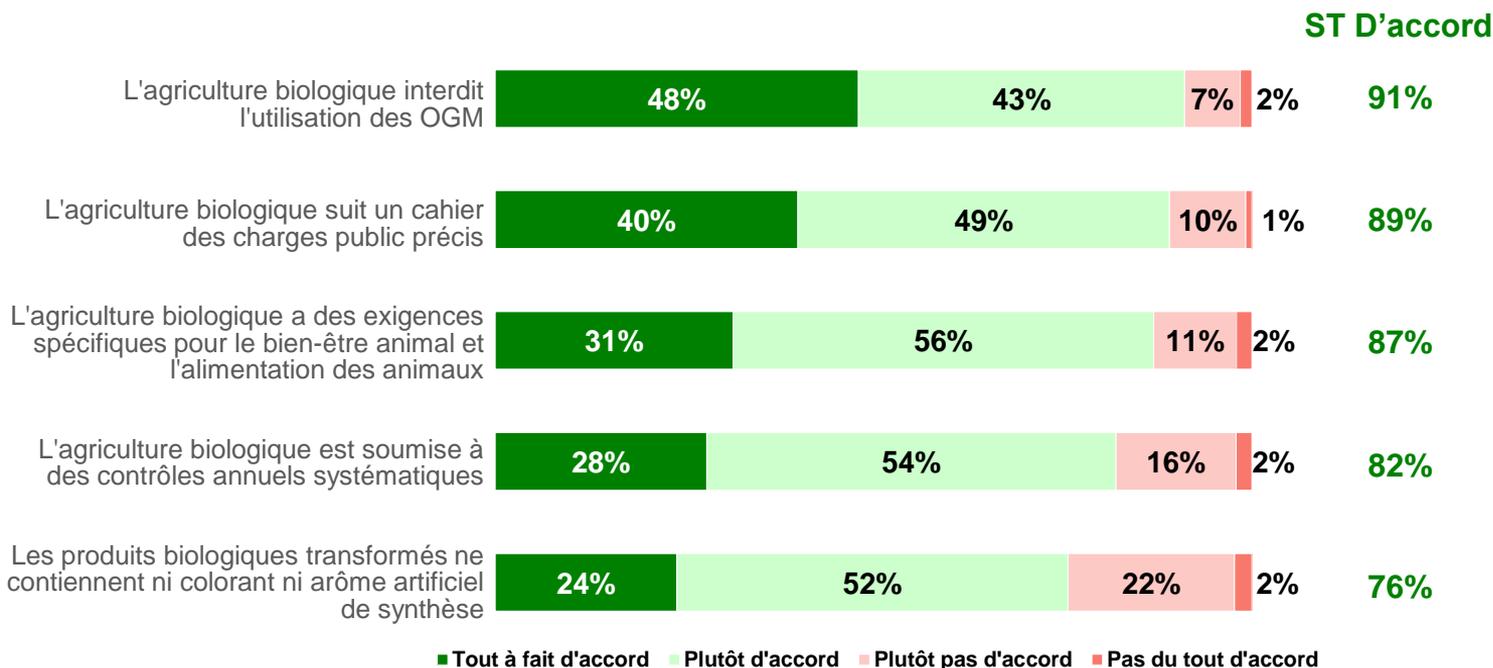
\*Attention, base <80 interviews : base limite

# PERCEPTION DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

Base total Français :  
1002

Q107. 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, plutôt, plutôt pas, ou pas du tout d'accord avec chacune d'entre elles ?

Rappel  
Point 0



	2015 (b=501)	2013 (b=1019)	2005 (b=1042)
L'agriculture biologique interdit l'utilisation des OGM	90%	88%	83%
L'agriculture biologique suit un cahier des charges public précis	88% ↗	78%	77%
L'agriculture biologique a des exigences spécifiques pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux	87% ↗	83%	84%
L'agriculture biologique est soumise à des contrôles annuels systématiques	80% ↗	75%	77%
Les produits biologiques transformés ne contiennent ni colorant ni arôme artificiel de synthèse	75%	77%	80%

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# PERCEPTION DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE ; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base total Français

Q107. 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, plutôt, plutôt pas, ou pas du tout d'accord avec chacune d'entre elles ?

## ST D'accord

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
L'agriculture biologique interdit l'utilisation des OGM (Organismes Génétiquement Modifiés)	91%	93%	90%	86%	88%	93%	93%	91%	96%	90%	88%
L'agriculture biologique suit un cahier des charges public précis	89%	89%	89%	79%	87%	91%	91%	90%	93%	88%	87%
L'agriculture biologique a des exigences spécifiques pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux	87%	86%	88%	77%	86%	88%	89%	89%	89%	86%	86%
L'agriculture biologique est soumise à des contrôles annuels systématiques	82%	82%	82%	80%	79%	83%	85%	81%	82%	86%	79%
Les produits biologiques transformés ne contiennent ni colorant ni arôme artificiel de synthèse	76%	77%	74%	67%	70%	75%	81%	79%	75%	76%	76%

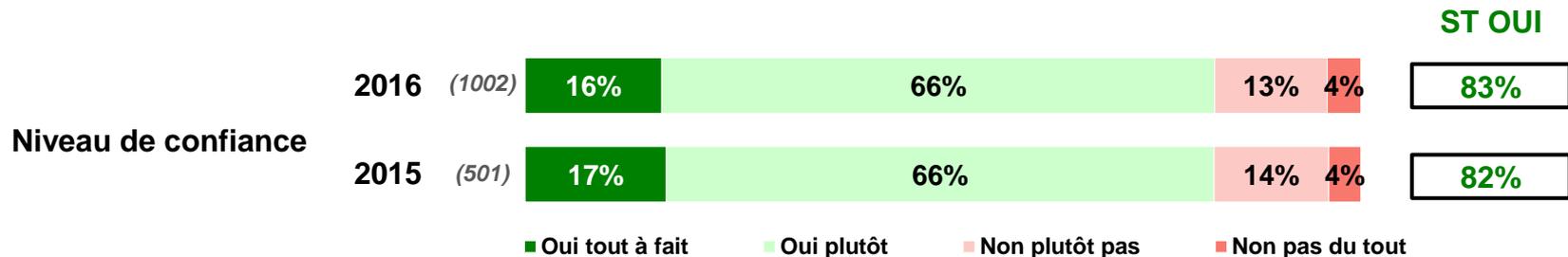
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
L'agriculture biologique interdit l'utilisation des OGM (Organismes Génétiquement Modifiés)	91%	93%	85%	90%	95%	88%	93%	90%	93%	90%
L'agriculture biologique suit un cahier des charges public précis	89%	88%	91%	87%	87%	93%	88%	85%	91%	91%
L'agriculture biologique a des exigences spécifiques pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux	87%	88%	80%	90%	90%	88%	86%	84%	87%	90%
L'agriculture biologique est soumise à des contrôles annuels systématiques	82%	80%	82%	75%	80%	85%	86%	79%	83%	86%
Les produits biologiques transformés ne contiennent ni colorant ni arôme artificiel de synthèse	76%	79%	73%	78%	74%	72%	75%	71%	78%	78%

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

# CONFIANCE DANS LES PRODUITS BIOLOGIQUES

Base total Français

Q107C. Globalement, diriez-vous que vous avez confiance dans les produits biologiques ?



	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
ST Oui	83%	85%	80%	76%	85%	84%	83%	81%	89%	81%	79%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
ST Oui	83%	85%	80%	86%	74%	85%	85%	81%	82%	81%

\*Attention, base < 80 interviews : base limite

# L'IMPORTANCE DU DÉVELOPPEMENT DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE EST QUASI UNANIME, SOUTENUE PAR UNE IMAGE DE PRODUITS NATURELS ET RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT, EN LEQUELS LES FRANÇAIS ONT PLUTÔT CONFIANCE

## Auprès de l'ensemble des Français

- Plus de 8 Français sur 10 pensent qu'il est important de développer l'agriculture biologique et 40% sont tout à fait d'accord.
  - Plus de 8 Français sur 10 ont confiance dans les produits biologiques (83%), en particulier les hommes et les CSP+.
  - Ils soulignent sa contribution à **préserver l'environnement** (92% sont d'accord), que les produits bio sont **plus naturels** car cultivés sans produits chimiques de synthèse (89%), **meilleurs pour la santé** (88%) et que leurs **qualités nutritionnelles** sont mieux préservées (80%). Ils pensent également que les produits biologiques sont **source d'emplois** (75%) et qu'ils ont **meilleur goût** (70%).
- 
- Les Français connaissent très bien les principales caractéristiques de l'agriculture biologique concernant :
    - **L'environnement et la naturalité des produits** : les Français savent que la Bio interdit l'utilisation des OGM (91%) et qu'elle n'emploie ni colorants ni arômes artificiels (76%)
    - **Les principes de production et de contrôles** : ils s'accordent à dire qu'elle suit un cahier des charges public précis (89%) et qu'elle est soumise à des contrôles annuels systématiques (82%)
    - **L'éthique** : ils savent que la Bio a des exigences pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux (87%)



1.5

---

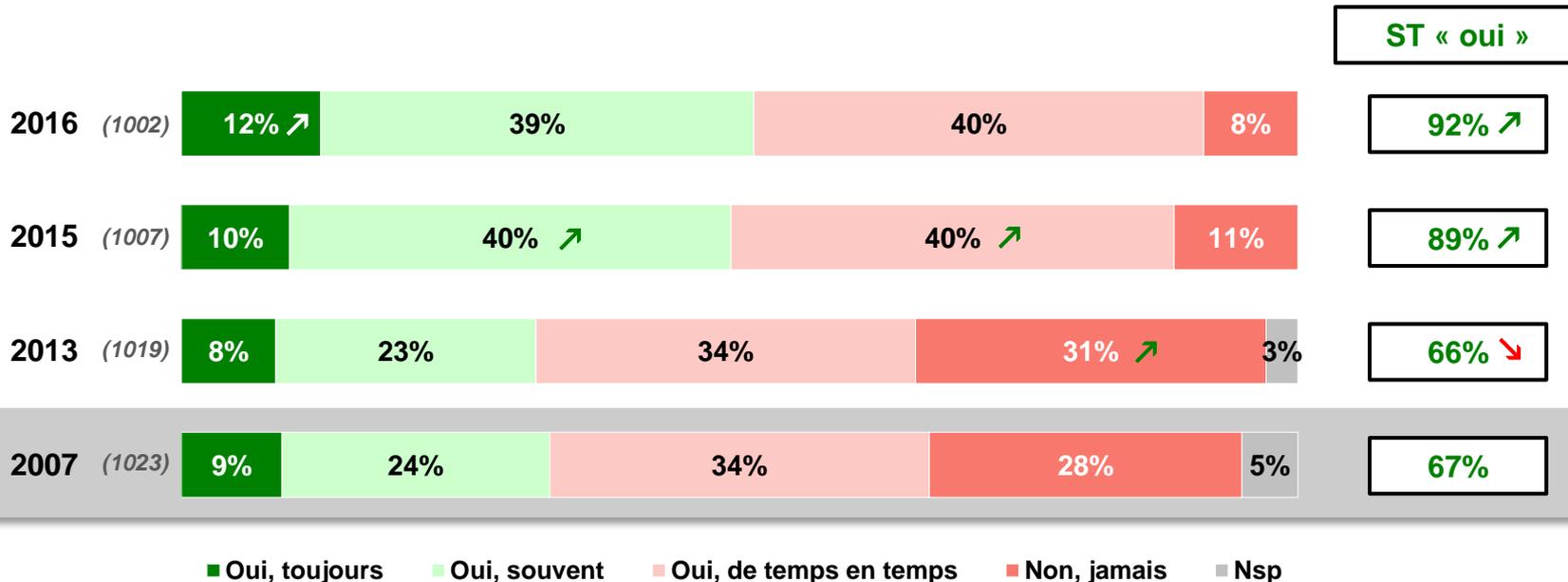
# La place de l'environnement

# ACHAT DE PRODUITS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT / DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Base total Français

Q115. De façon générale, dans vos actes d'achat, privilégiez-vous les produits respectueux de l'environnement et/ou des principes du développement durable ?

Rappel Point 0



↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# ACHAT DE PRODUITS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base total Français

Q115. De façon générale, dans vos actes d'achat, privilégiez-vous les produits respectueux de l'environnement et/ou des principes du développement durable ?

## ST Oui

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
Je privilégie les produits respectueux de l'environnement ( ST Oui)	92%	91%	92%	84%	93%	91%	91%	96%	92%	91%	91%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
Je privilégie les produits respectueux de l'environnement ( ST Oui)	92%	95%	89%	93%	92%	94%	92%	88%	89%	92%

\*Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

# ACHAT DE PRODUITS LOCAUX

Base total Français

Q115bis. De façon générale, dans vos actes d'achat, privilégiez-vous les produits locaux ?

Nouvelle question 2016

ST OUI



■ Oui, toujours ■ Oui, souvent ■ Oui, de temps en temps ■ Non, jamais

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
ST OUI	97%	97%	97%	90%	98%	97%	97%	100%	98%	96%	97%
ST OUI régulièrement	66%	67%	64%	51%	58%	58%	72%	80%	68%	62%	67%
Oui, toujours	16%	15%	17%	14%	12%	10%	15%	27%	14%	11%	21%
Oui, souvent	50%	52%	48%	37%	45%	49%	56%	52%	53%	50%	46%
Oui, de temps en temps	31%	31%	32%	39%	40%	39%	26%	20%	31%	34%	30%
Non, jamais	3%	3%	3%	10%	2%	3%	3%	-	2%	4%	3%

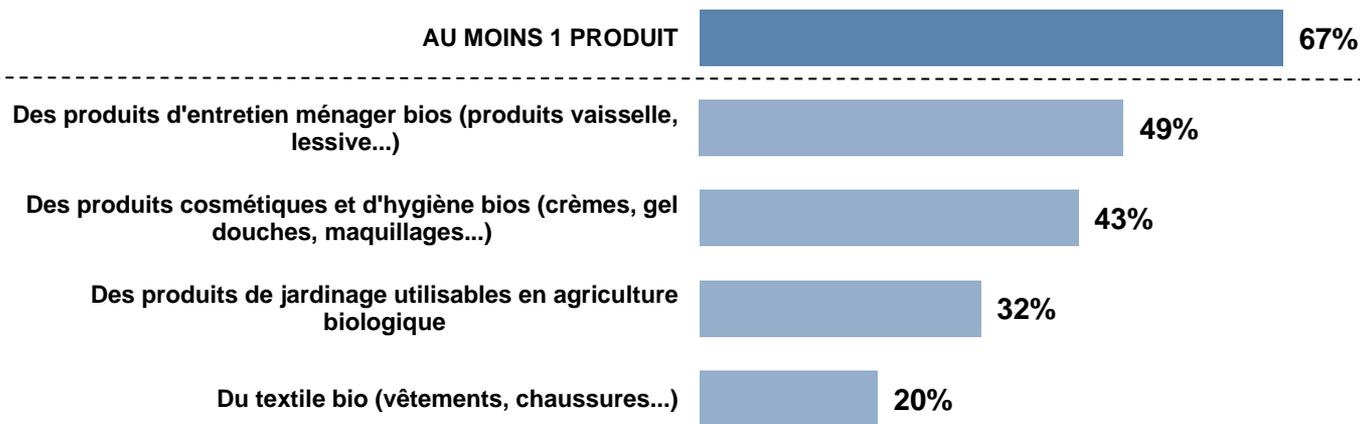
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
ST OUI	97%	97%	96%	99%	96%	98%	96%	97%	96%	98%
ST OUI régulièrement	66%	59%	65%	69%	60%	65%	63%	68%	70%	74%
Oui, toujours	16%	13%	22%	13%	9%	18%	13%	13%	21%	22%
Oui, souvent	50%	46%	43%	56%	51%	47%	51%	55%	50%	52%
Oui, de temps en temps	31%	38%	32%	30%	36%	33%	33%	30%	26%	25%
Non, jamais	3%	3%	4%	1%	4%	2%	4%	3%	4%	2%

# ACHAT DE PRODUITS BIOLOGIQUES AUTRES QUE DES PRODUITS ALIMENTAIRES

Base total Français :  
1002

Q119. Au cours de l'année passée, avez-vous, vous-même ou quelqu'un de votre foyer, acheté des produits fabriqués à partir d'ingrédients bio, autres que des produits alimentaires, comme ....

Rappel  
Point 0



2015 B=1007	2013 b=1019	2010 b=1028
68% ↗	45%	45%
52% ↗	33% ↘	35%
41% ↗	24% ↘	26%
33% ↗	16%	13%
20% ↗	11%	12%

Auprès des consommateurs de produits bio :

	Point 0	2013	2015	2016
Base	418	384	651	688
<b>Au moins 1 produit</b>	<b>79%</b>	<b>73%</b>	<b>82% ↗</b>	<b>80%</b>
Des produits d'entretien ménager bio	66%	61%	64%	62%
Des produits cosmétiques et d'hygiène bio	51%	45%	54% ↗	55%
Des produits de jardinage	34%	24%	43% ↗	41%
Du textile bio	21%	21%	26%	27%

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# ACHAT DE PRODUITS BIOLOGIQUES AUTRES; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base total Français

Q119. Au cours de l'année passée, avez-vous, vous-même ou quelqu'un de votre foyer, acheté des produits fabriqués à partir d'ingrédients bio, autres que des produits alimentaires, comme ...

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
<b>Au moins un produit bio acheté</b>	<b>67%</b>	<b>59%</b>	<b>74%</b>	<b>57%</b>	<b>70%</b>	<b>69%</b>	<b>67%</b>	<b>67%</b>	<b>72%</b>	<b>67%</b>	<b>63%</b>
Des produits cosmétiques et d'hygiène bios (crèmes, gel douches, maquillages...)	43%	32%	54%	46%	51%	45%	42%	36%	49%	46%	37%
Du textile bio (vêtements, chaussures...)	20%	18%	23%	22%	25%	23%	18%	15%	26%	22%	14%
Des produits d'entretien ménager bios (produits vaisselle, lessive...)	49%	42%	55%	38%	51%	53%	48%	46%	56%	46%	44%
Des produits de jardinage utilisables en agriculture biologique	32%	33%	31%	19%	28%	32%	36%	38%	36%	30%	32%
<b>Aucun produit bio acheté</b>	<b>33%</b>	<b>41%</b>	<b>26%</b>	<b>43%</b>	<b>30%</b>	<b>31%</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>	<b>28%</b>	<b>33%</b>	<b>37%</b>
Nombre moyen de produit bio acheté (0 inclus)	1,4	1,3	1,6	1,3	1,6	1,5	1,4	1,4	1,7	1,4	1,3

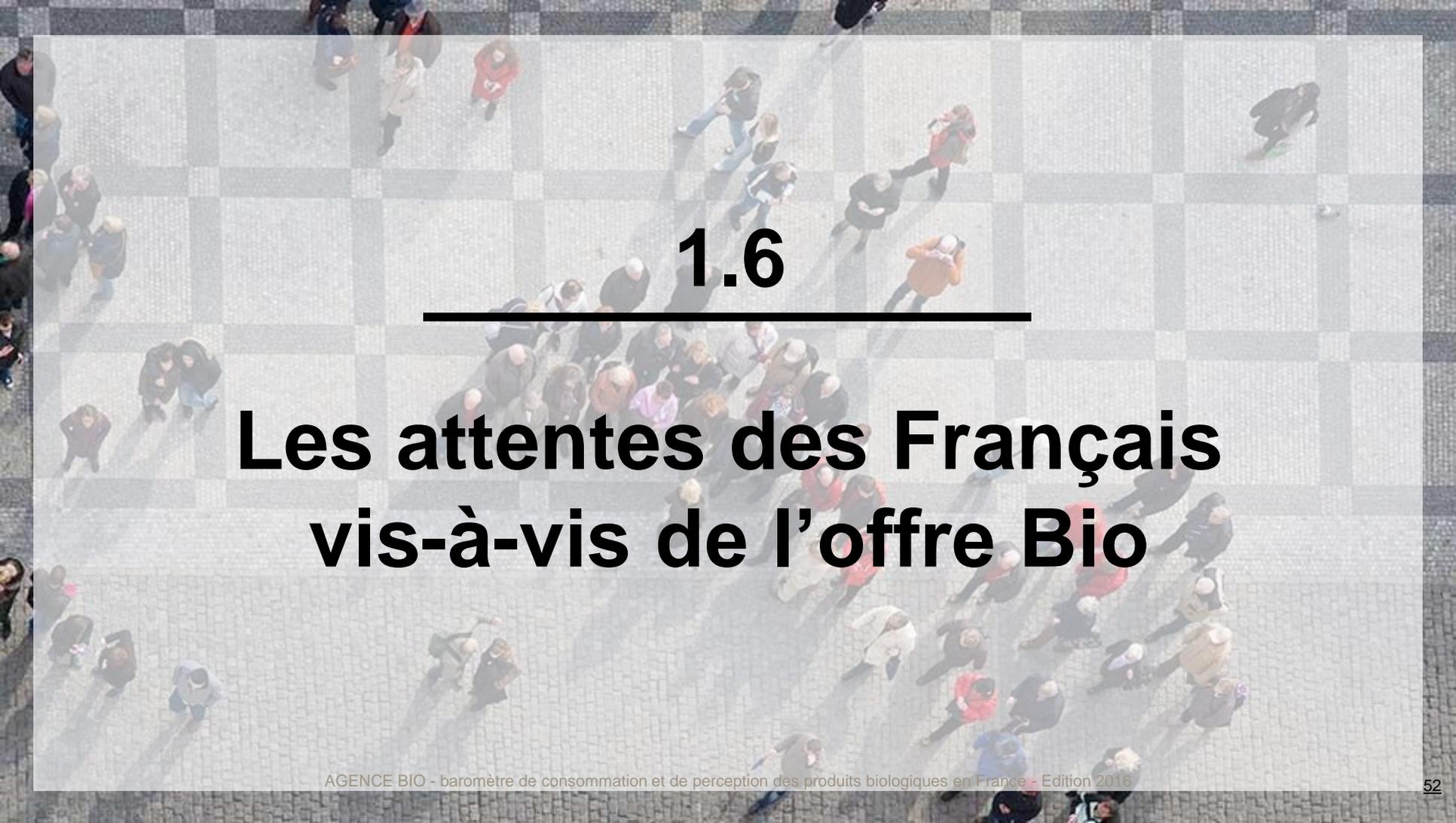
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
<b>Au moins un produit bio acheté</b>	<b>67%</b>	<b>69%</b>	<b>67%</b>	<b>67%</b>	<b>66%</b>	<b>69%</b>	<b>71%</b>	<b>66%</b>	<b>64%</b>	<b>62%</b>
Des produits cosmétiques et d'hygiène bios (crèmes, gel douches, maquillages...)	43%	47%	45%	46%	42%	36%	48%	40%	41%	43%
Du textile bio (vêtements, chaussures...)	20%	26%	19%	23%	23%	14%	20%	18%	21%	17%
Des produits d'entretien ménager bios (produits vaisselle, lessive...)	49%	48%	55%	54%	48%	46%	56%	43%	46%	44%
Des produits de jardinage utilisables en agriculture biologique	32%	27%	29%	35%	34%	36%	38%	32%	37%	26%
<b>Aucun produit bio acheté</b>	<b>33%</b>	<b>31%</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>	<b>34%</b>	<b>31%</b>	<b>29%</b>	<b>34%</b>	<b>36%</b>	<b>38%</b>
Nombre moyen de produit bio acheté (0 inclus)	1,4	1,5	1,5	1,6	1,5	1,3	1,6	1,3	1,5	1,3

\*Attention, base <80 interviews : base limite

# — GLOBALEMENT, LES FRANÇAIS SONT SOUCIEUX DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE LEURS ACHATS ET PRIVILÉGIENT L'ORIGINE LOCALE

## Auprès de l'ensemble des Français

- La part des Français soucieux des produits respectueux de l'environnement et/ou des principes du développement durable progresse à **nouveau cette année** (92% vs 89% 2015 vs 66% en 2013). 12% des Français y font « toujours » attention, 4 sur 10 le font « souvent » et la même proportion privilégie ce type de produits « de temps en temps ».
  - Les 65 ans et plus sont les plus engagés dans l'achat de produits respectueux de l'environnement (96% d'entre eux).
  - Plus de 9 Français sur 10 privilégient les produits locaux dans leurs actes d'achat et les 2/3 le font au moins souvent.
- 
- **7 Français sur 10 déclarent avoir acheté au moins un produit autre qu'alimentaire fabriqué à partir d'ingrédients bio**, en particulier les femmes et les CSP+, notamment :
    - **des produits d'entretien ménager bio** (49% des Français en ont acheté au cours de l'année passée),
    - **des produits cosmétiques et d'hygiène bio** (43% des Français),
    - **des produits de jardinage utilisables en agriculture biologiques** (32% des Français),
    - **du textile bio** (20% des Français).



**1.6**

---

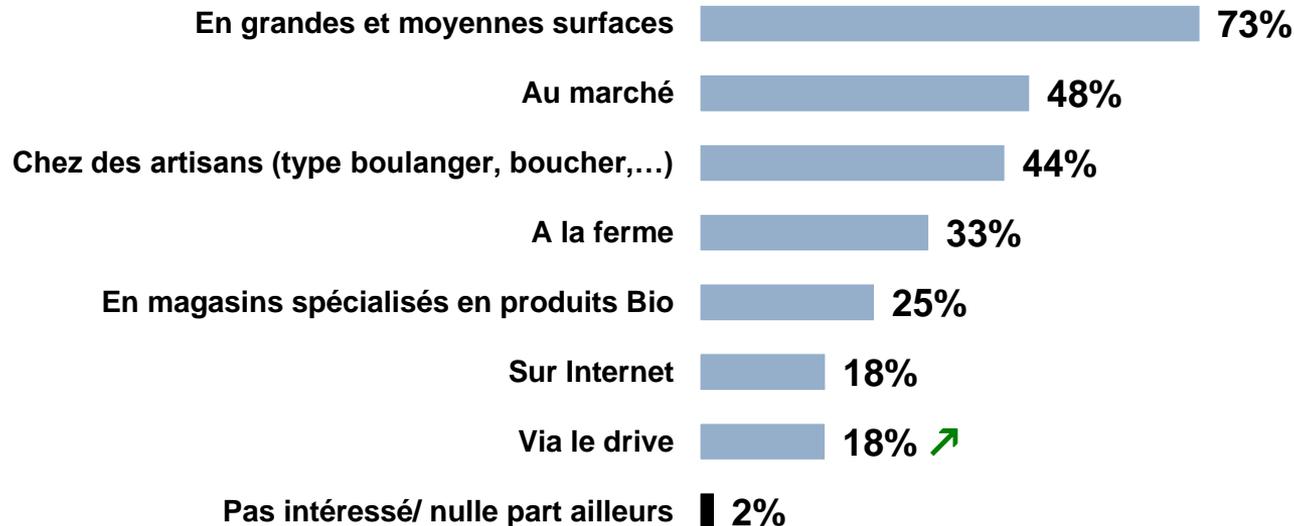
# **Les attentes des Français vis-à-vis de l'offre Bio**

# LIEUX D'ACHAT OÙ UNE PLUS GRANDE OFFRE BIO EST SOUHAITÉE

Base total Français :  
1002

Q111. Parmi les réseaux de distribution suivants, où seriez-vous intéressé de trouver davantage de produits biologiques... ?

Rappel  
Point 0



2015 b=1007	2013 b=1019
69% ↗	60%
44% ↗	37%
44% ↗	35%
31% ↗	22%
24%	23%
17% ↗	11%
14% ↗	8%
/	/

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# LIEUX D'ACHAT OÙ UNE PLUS GRANDE OFFRE BIO EST SOUHAITÉE; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base total Français

Q111. Parmi les réseaux de distribution suivants, où seriez-vous intéressé de trouver davantage de produits biologiques... ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP ré pondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
<b>Au moins un réseau de distribution</b>	<b>97%</b>	<b>97%</b>	<b>98%</b>	<b>95%</b>	<b>99%</b>	<b>97%</b>	<b>98%</b>	<b>96%</b>	<b>98%</b>	<b>97%</b>	<b>96%</b>
En grandes et moyennes surfaces	73%	73%	72%	61%	68%	72%	78%	76%	75%	69%	73%
Au marché	48%	50%	46%	33%	46%	46%	51%	55%	52%	41%	50%
Chez des artisans	44%	43%	45%	35%	45%	44%	48%	44%	49%	43%	42%
A la ferme	33%	35%	32%	27%	32%	34%	37%	32%	37%	35%	30%
En magasins spécialisés en produits Bio	25%	24%	27%	26%	20%	25%	29%	26%	27%	27%	23%
Sur Internet	18%	19%	18%	24%	26%	20%	16%	11%	23%	19%	15%
Via le drive	18%	15%	21%	20%	36%	25%	12%	4%	23%	24%	10%
Dans mon jardin, mon potager	0%	0%	0%	-	-	-	0%	1%	-	-	1%
<b>Pas intéressé/nulle part ailleurs</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>2%</b>	<b>5%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>4%</b>	<b>1%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>
<b>Aucun</b>	<b>0%</b>	<b>1%</b>	<b>0%</b>	-	-	1%	0%	0%	0%	1%	1%
<b>Autres</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	<b>0%</b>	-	1%	-	0%	0%	0%	-	1%
<b>Nombre moyen de réseaux</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,4</b>	<b>2,8</b>	<b>2,7</b>	<b>2,8</b>	<b>2,6</b>	<b>2,9</b>	<b>2,6</b>	<b>2,5</b>

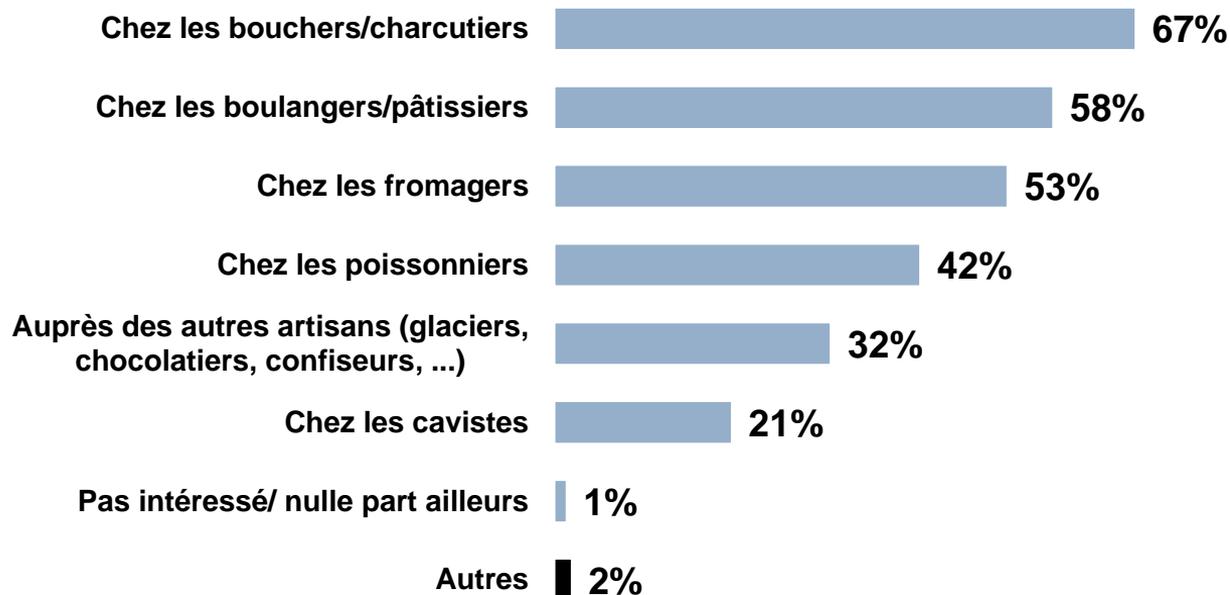
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
<b>Au moins un réseau de distribution</b>	<b>97%</b>	<b>97%</b>	<b>97%</b>	<b>100%</b>	<b>97%</b>	<b>99%</b>	<b>95%</b>	<b>96%</b>	<b>98%</b>	<b>97%</b>
En grandes et moyennes surfaces	73%	78%	71%	75%	72%	73%	73%	72%	65%	72%
Au marché	48%	55%	40%	36%	40%	49%	47%	47%	56%	46%
Chez des artisans	44%	48%	44%	54%	30%	38%	41%	45%	48%	47%
A la ferme	33%	25%	36%	33%	26%	43%	34%	29%	38%	39%
En magasins spécialisés en produits Bio	25%	26%	23%	25%	27%	16%	29%	27%	27%	27%
Sur Internet	18%	17%	16%	20%	21%	11%	18%	28%	14%	21%
Via le drive	18%	14%	16%	25%	20%	18%	20%	26%	16%	16%
Dans mon jardin, mon potager	0%	-	-	-	-	2%	-	-	1%	-
<b>Pas intéressé/nulle part ailleurs</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>	<b>1%</b>	-	<b>1%</b>	<b>1%</b>	<b>3%</b>	<b>4%</b>	<b>2%</b>	<b>3%</b>
<b>Aucun</b>	<b>0%</b>	-	1%	-	1%	-	2%	1%	-	-
<b>Autres</b>	<b>0%</b>	-	-	1%	-	-	-	1%	1%	-
<b>Nombre moyen de réseaux</b>	<b>2,7</b>	<b>2,7</b>	<b>2,5</b>	<b>2,7</b>	<b>2,4</b>	<b>2,5</b>	<b>2,8</b>	<b>2,9</b>	<b>2,7</b>	<b>2,8</b>

\*Attention, base < 80 interviews : base limite

# LIEUX D'ACHAT ARTISANAL OÙ UNE PLUS GRANDE OFFRE BIO EST SOUHAITÉE

Base total Français :  
1002

Q111bis. Et plus particulièrement, chez les artisans suivants, où seriez-vous intéressé de trouver davantage de produit biologiques ?



# LIEUX D'ACHAT OÙ UNE PLUS GRANDE OFFRE BIO EST SOUHAITÉE ; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base total Français

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
Chez les bouchers/charcutiers	67%	70%	64%	48%	58%	67%	73%	76%	70%	63%	68%
Chez les boulangers/pâtisseries	58%	56%	59%	51%	64%	58%	60%	54%	64%	56%	55%
Chez les fromagers	53%	53%	52%	42%	47%	52%	60%	54%	55%	53%	51%
Chez les poissonniers	42%	44%	41%	32%	37%	42%	44%	49%	49%	38%	41%
Auprès des autres artisans (glaciers, chocolatiers, confiseurs, ...)	32%	30%	34%	37%	36%	29%	33%	30%	35%	34%	28%
Chez les cavistes	21%	22%	19%	15%	19%	22%	24%	18%	27%	20%	15%
Chez des maraîchers, marchands de fruits et légumes, primeurs	2%	3%	2%	1%	1%	1%	1%	5%	1%	1%	3%
Pas intéressé/ nulle part ailleurs	1%	2%	1%	2%	1%	2%	0%	3%	1%	1%	2%
Autres	1%	1%	1%	1%	2%	0%	1%	0%	1%	1%	1%
Nombre moyen d'artisans (0 exclus)	2,8	2,9	2,8	2,4	2,7	2,8	3,0	3,0	3,1	2,7	2,7

Q111bis. Et plus particulièrement, chez les artisans suivants, où seriez-vous intéressé de trouver davantage de produit biologiques ?

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
Chez les bouchers/charcutiers	67%	69%	58%	76%	69%	71%	61%	70%	71%	62%
Chez les boulangers/pâtisseries	58%	63%	60%	63%	49%	53%	54%	58%	55%	61%
Chez les fromagers	53%	55%	58%	41%	53%	49%	46%	51%	56%	58%
Chez les poissonniers	42%	50%	37%	35%	33%	47%	32%	49%	44%	43%
Auprès des autres artisans (glaciers, chocolatiers, confiseurs, ...)	32%	29%	38%	36%	24%	33%	25%	32%	33%	41%
Chez les cavistes	21%	20%	12%	19%	9%	21%	24%	21%	26%	26%
Chez des maraîchers, marchands de fruits et légumes, primeurs	2%	2%	4%	1%	3%	1%	1%	3%	2%	3%
Pas intéressé/nulle part ailleurs	1%	1%	1%	-	3%	-	3%	3%	1%	2%
Autres	1%	1%	1%	1%	1%	-	-	-	1%	2%
Nombre moyen d'artisans (0 exclus)	2,8	2,9	2,7	2,8	2,5	2,8	2,6	3,0	2,9	3,0

\*Attention, base < 80 interviews : base limite

# UN SOUHAIT DE TROUVER PLUS DE PRODUITS BIOS EN GMS, AU MARCHÉ ET AUPRÈS DES ARTISANS (BOUCHERS/CHARCUTIERS, PÂTISSIERS ET FROMAGERS)

## Auprès de l'ensemble des Français

- Les réseaux de distribution où les **Français souhaitent voir davantage de produits biologiques** sont principalement :
  - Les **grandes et moyennes surfaces**, lieux d'achat les plus cités (plus de 7 Français sur 10), en particulier les 50-64 ans (78%),
  - Le **marché** (48%), notamment en Ile de France et particulièrement cité par les 65 ans et plus,
  - les **artisans** (44%) cités notamment par les CSP+,
  - La **ferme** pour un tiers des Français, notamment en Bassin parisien Ouest,
  - Les **magasins spécialisés** pour un quart des Français.
- **Plus de la moitié (44%) des Français souhaiteraient une offre de produits biologiques plus développée auprès des artisans**, en particulier : chez les bouchers/charcutiers (deux tiers des Français sont demandeurs), les boulangers/pâtisseries (58%) et les fromagers (53%).
- Le souhait d'une offre plus développée sur Internet reste timide tout comme via le drive (moins d'1 Français sur 5). En revanche, ce dernier **semble de plus en plus intéresser les Français**, plus particulièrement les femmes, les 25-49 ans, les actifs et en région Sud ouest (26%).

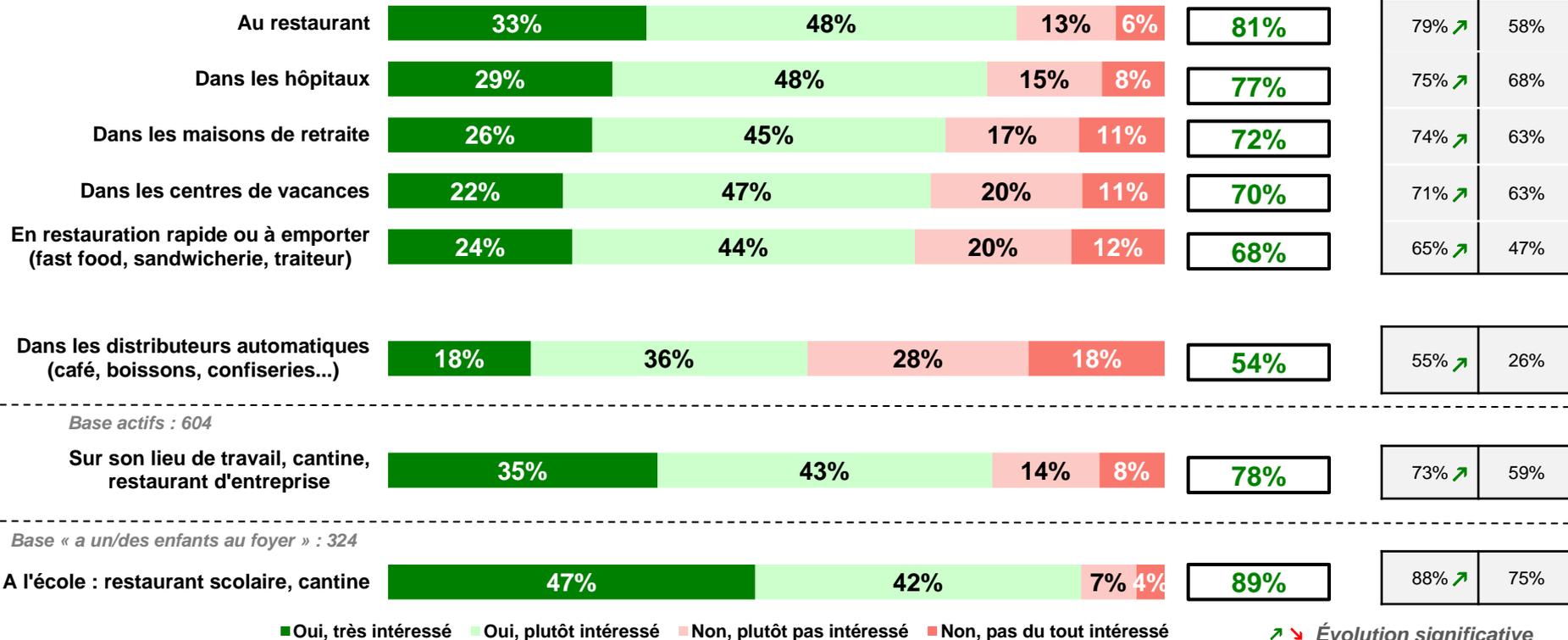
# SOUHAIT DE REPAS AVEC PRODUITS BIOS HORS DOMICILE

Rappel  
Point 0

Base total Français :  
1002

Q113. Etes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques ?

ST Intéressé



■ Oui, très intéressé ■ Oui, plutôt intéressé ■ Non, plutôt pas intéressé ■ Non, pas du tout intéressé

↗ ↘ Évolution significative  
d'une année sur l'autre

# SOUHAIT DE REPAS AVEC PRODUITS BIOS HORS DOMICILE; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base total Français

Q113. Etes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques ?

## ST Intéressé

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
Au restaurant	81%	81%	81%	74%	83%	87%	86%	71%	88%	84%	73%
En restauration rapide ou à emporter	68%	62%	73%	73%	76%	72%	68%	54%	73%	74%	59%
Dans les distributeurs automatiques	54%	51%	57%	62%	60%	57%	55%	42%	59%	57%	47%
Dans les hôpitaux	77%	76%	78%	71%	72%	78%	82%	77%	78%	79%	75%
Dans les maisons de retraite	72%	70%	74%	63%	68%	74%	77%	71%	75%	73%	68%
Dans les centres de vacances	70%	70%	70%	72%	73%	69%	72%	65%	74%	73%	64%
<i>Total brut</i>	604	271	333	43	136	239	174	12	300	304	-
Sur le lieu de travail, cantine / rest. entreprise	78%	78%	78%	81%	82%	79%	73%	75%	81%	75%	-
<i>Total brut</i>	324	128	196	25	74	178	47	-	140	135	49
Restaurant scolaire, cantine	89%	91%	88%	77%	89%	90%	93%	-	94%	90%	73%

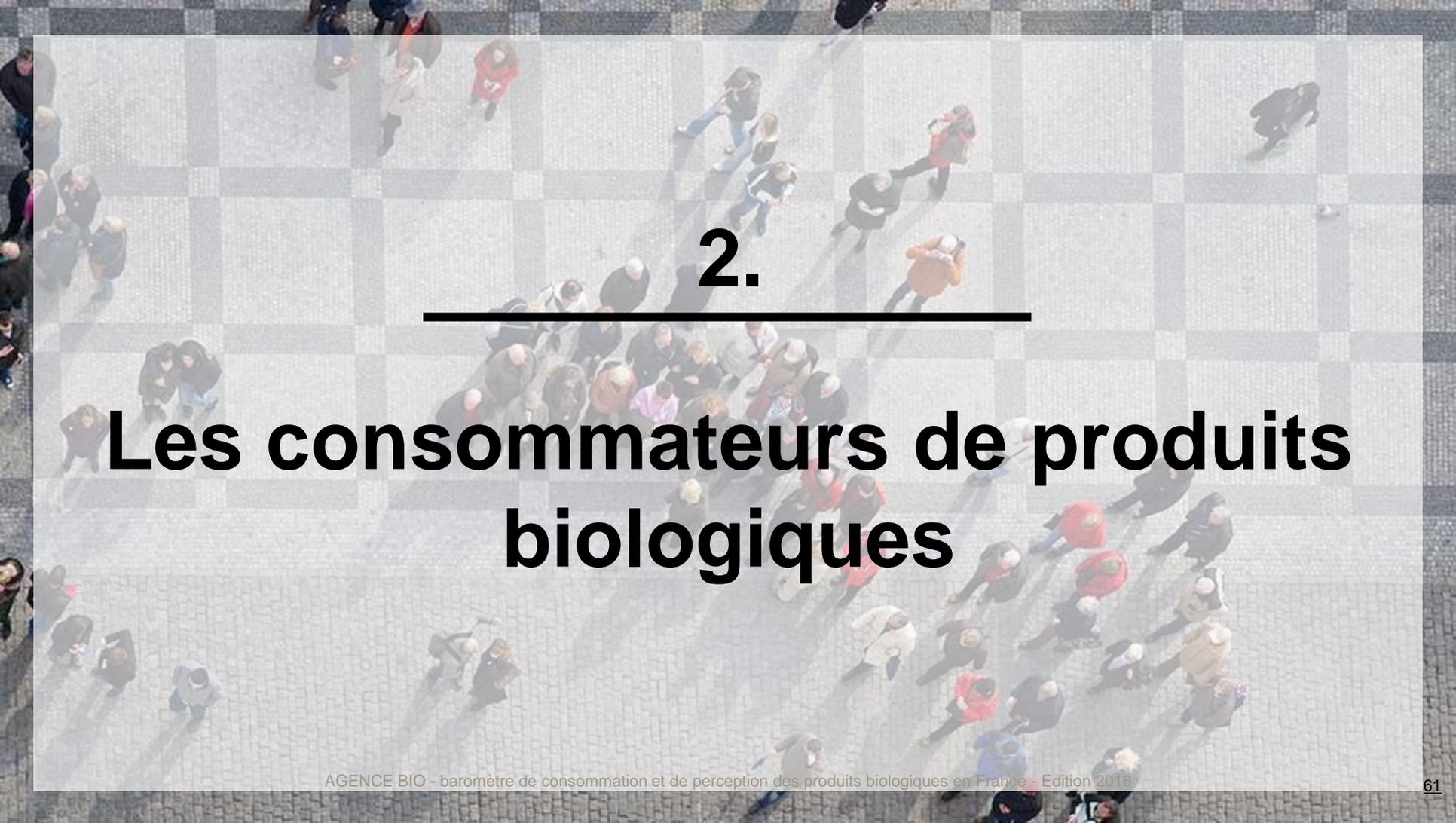
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125
Au restaurant	81%	85%	76%	83%	75%	83%	81%	77%	83%	81%
En restauration rapide ou à emporter	68%	68%	67%	75%	66%	61%	69%	66%	72%	67%
Dans les distributeurs automatiques	54%	55%	55%	53%	60%	55%	55%	50%	54%	51%
Dans les hôpitaux	77%	74%	74%	86%	79%	83%	77%	71%	80%	77%
Dans les maisons de retraite	72%	70%	67%	72%	78%	78%	73%	64%	75%	72%
Dans les centres de vacances	70%	69%	72%	76%	67%	72%	68%	63%	76%	67%
<i>Total brut</i>	604	118	44	46	37	62	85	64	78	70
Sur le lieu de travail, cantine / rest. entreprise	78%	81%	80%	80%	73%	76%	70%	78%	83%	77%
<i>Total brut</i>	324	60	31	25	21	32	44	31	38	42
Restaurant scolaire, cantine	89%	90%	87%	92%	90%	91%	87%	90%	94%	84%

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

# UN INTÉRÊT PARTICULIÈREMENT MARQUÉ POUR DES REPAS BIO HORS DOMICILE : LE RESTAURANT, LE LIEU DE TRAVAIL ET LES ÉCOLES RESTENT PRIVILÉGIÉS

## Auprès de l'ensemble des Français

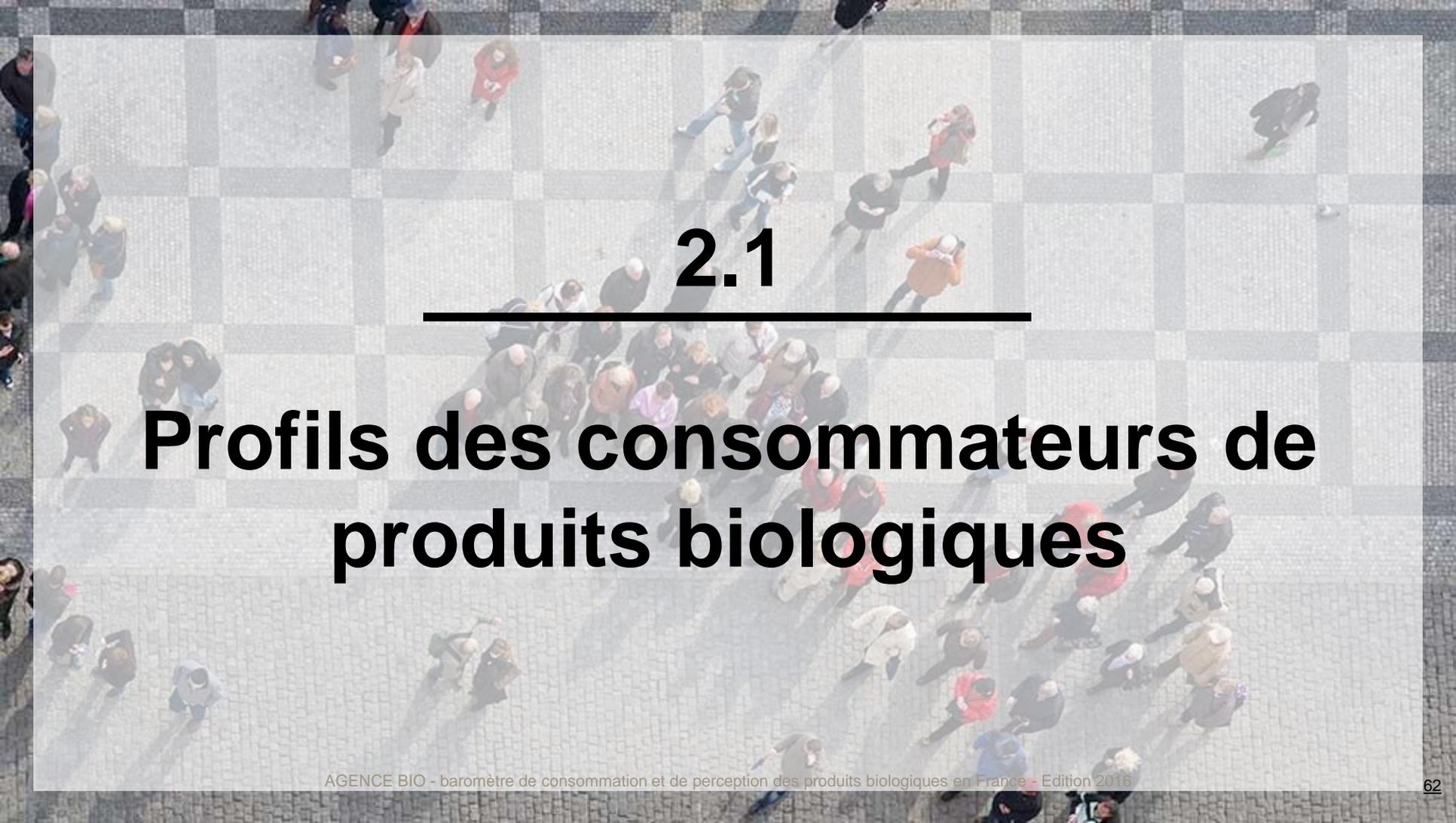
- **L'intérêt pour des repas avec des produits biologiques hors domicile se confirme et séduit les Français**, notamment les CSP+. Les restaurants (8 Français sur dix), les hôpitaux (77%), les maisons de retraite (72%) et les centres de vacances (70%) sont particulièrement cités. **Près de 9 parents sur 10 sont intéressés** (89% dont 47% de très intéressés) **par une offre de produits biologiques à l'école**. Quant aux actifs, ils sont près de 8 sur 10 à souhaiter des repas sur leur lieu de travail ou dans leur restaurant d'entreprise.
- 2 Français sur 3 apprécieraient des produits biologiques en restauration rapide, notamment les femmes, les 25-34 ans ainsi que les actifs.
- En distributeurs automatiques, la présence de produits bio intéresse plus de la moitié des Français, principalement les femmes et les CSP+.



**2.**

---

# **Les consommateurs de produits biologiques**



**2.1**

---

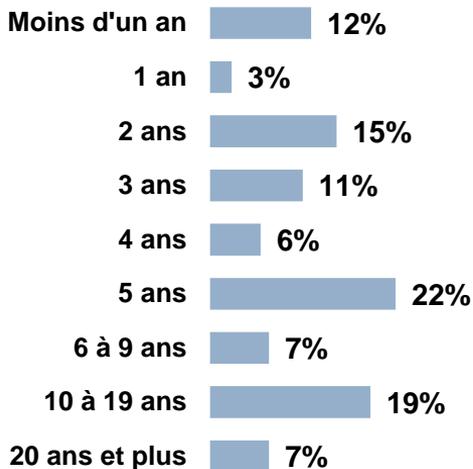
# **Profils des consommateurs de produits biologiques**

# ANCIENNETÉ GLOBALE DE CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
Bio : 688

Q202. Depuis combien de temps consommez-vous des produits biologiques ?

Rappel  
Point 0



	2015 b=651	2014 b=598	2012 b=418
Moins d'un an	12%	14%	14%
1 an	3%	2%	3%
2 ans	11%	12% ↗	7%
3 ans	11%	10% ↗	6%
4 ans	5%	5% ↘	9%
5 ans	23%	23% ↗	16%
6 à 9 ans	8%	5%	7%
10 à 19 ans	20%	17%	21%
20 ans et plus	8%	11% ↘	17%
<b>Ancienneté moyenne</b>	<b>7 ans</b>	<b>8 ans ↘</b>	<b>10 ans</b>
<b>Consommateurs depuis 2 ans ou moins</b>	<b>26%</b>	<b>28%</b>	<b>24%</b>

**Ancienneté moyenne = 7 ans**

**Consommateurs depuis 2 ans ou moins = 29%**

↗ ↘ Évolution significative  
d'une année sur l'autre

# ANCIENNETÉ DE CONSOMMATION; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base Consommateurs  
Bio

Q202. Depuis combien de temps consommez-vous des produits biologiques ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	688	321	367	66	112	179	176	155	222	204	262
Consommateurs depuis 2 ans ou moins	29%	27%	31%	48%	38%	27%	23%	22%	21%	38%	29%
<b>Ancienneté moyenne</b>	<b>6,7</b>	<b>7,3</b>	<b>6,2</b>	<b>4,3</b>	<b>4,4</b>	<b>6,0</b>	<b>8,5</b>	<b>8,3</b>	<b>7,6</b>	<b>5,7</b>	<b>6,7</b>

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	688	133	49	52	43	69	84	79	90	89
Consommateurs depuis 2 ans ou moins	29%	27%	27%	31%	39%	22%	31%	31%	24%	35%
<b>Ancienneté moyenne</b>	<b>6,7</b>	<b>6,3</b>	<b>5,9</b>	<b>5,8</b>	<b>4,4</b>	<b>8,1</b>	<b>6,7</b>	<b>6,1</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

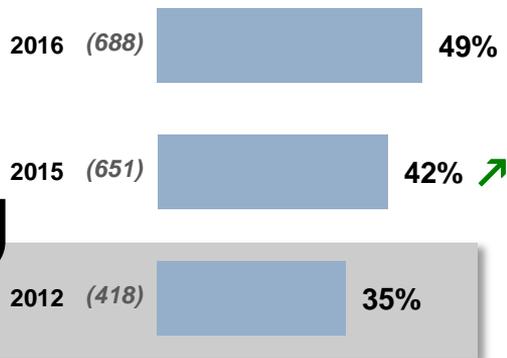
# CHANGEMENT DE COMPORTEMENT LIÉ À LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Q203. Est ce que le fait d'acheter et/ou consommer bio vous a amené à modifier vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire ?

Q204. Si oui : De quelles manières avez-vous modifié vos habitudes, votre comportement ?

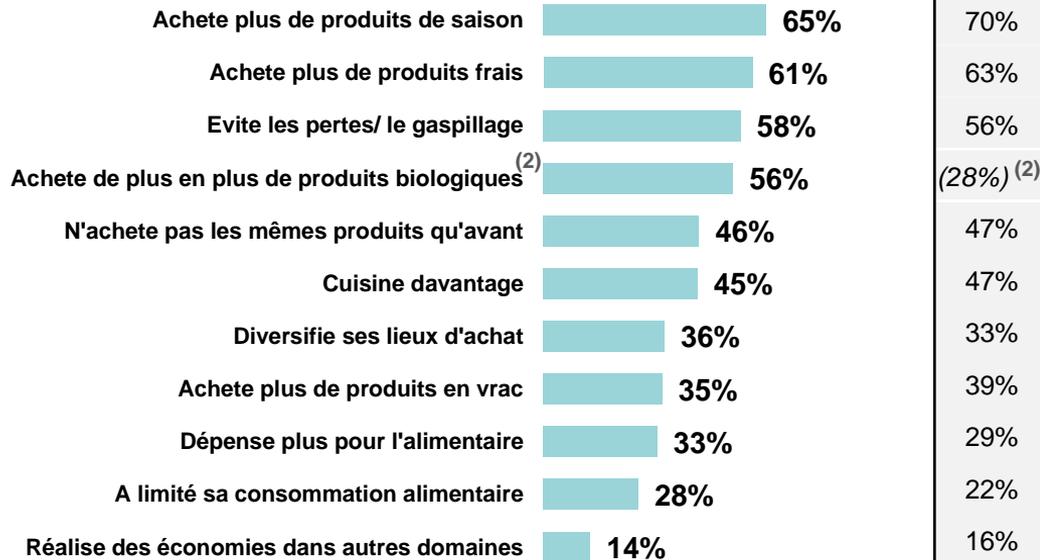
## Modification des habitudes d'achat, du comportement alimentaire ou culinaire

Base Consommateurs Bio : 688



## De quelle(s) manière(s)

Base Ont modifié leurs habitudes : 337



(2) Item ajouté en vague 2 2015

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# CHANGEMENT DE COMPORTEMENT LIÉ À LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base Consommateurs  
Bio

Q203. Est ce que le fait d'acheter et/ou consommer bio vous a amené à modifier vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire ?

Q204. Si oui : De quelles manières avez-vous modifié vos habitudes, votre comportement ?

	Ensemble	Sexe		Age						CSP répondant		
		Un homme	Une femme	18-24	25-34	35-49	50 ans ou plus	50-64	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	688	321	367	66	112	179	331	176	155	222	204	262
Habitudes modifiées	49%	45%	53%	39%	61%	46%	48%	51%	46%	54%	49%	45%
Total brut	337	144	193	26	68	83	160	89	71	120	100	117
Achète plus de produits de saison	65%	61%	69%	Base Faible	54%	62%	75%	77%	72%	66%	62%	68%
Achète plus de produits frais	61%	56%	65%		48%	56%	71%	73%	69%	63%	57%	64%
Évite les pertes/ le gaspillage	58%	52%	62%		47%	55%	64%	68%	59%	60%	53%	60%
Achète de plus en plus de produits biologiques	56%	51%	59%		50%	59%	58%	56%	61%	60%	51%	56%
Cuisine davantage	45%	43%	47%		50%	43%	43%	51%	34%	50%	42%	43%
Diversifie ses lieux d'achat	36%	34%	36%		35%	40%	35%	36%	34%	39%	36%	32%
Achète plus de produits en vrac	35%	30%	39%		29%	31%	42%	45%	38%	35%	34%	35%
Dépense plus pour l'alimentaire	33%	33%	34%		35%	30%	36%	34%	38%	31%	32%	37%
Limite sa consommation alimentaire	28%	27%	28%		21%	30%	30%	35%	25%	27%	29%	28%
Réalise des économies dans d'autres domaines	14%	11%	16%		7%	16%	14%	17%	10%	15%	15%	11%

\*Attention, base <60 interviews : base faible, base <80 interviews : base limite

# LA CONSOMMATION BIO GÉNÈRE DE NOUVELLES HABITUDES EN FAVEUR DE LA SAISONNALITÉ DES PRODUITS, LEUR FRAICHEUR ET D'UN MOINDRE GASPILLAGE

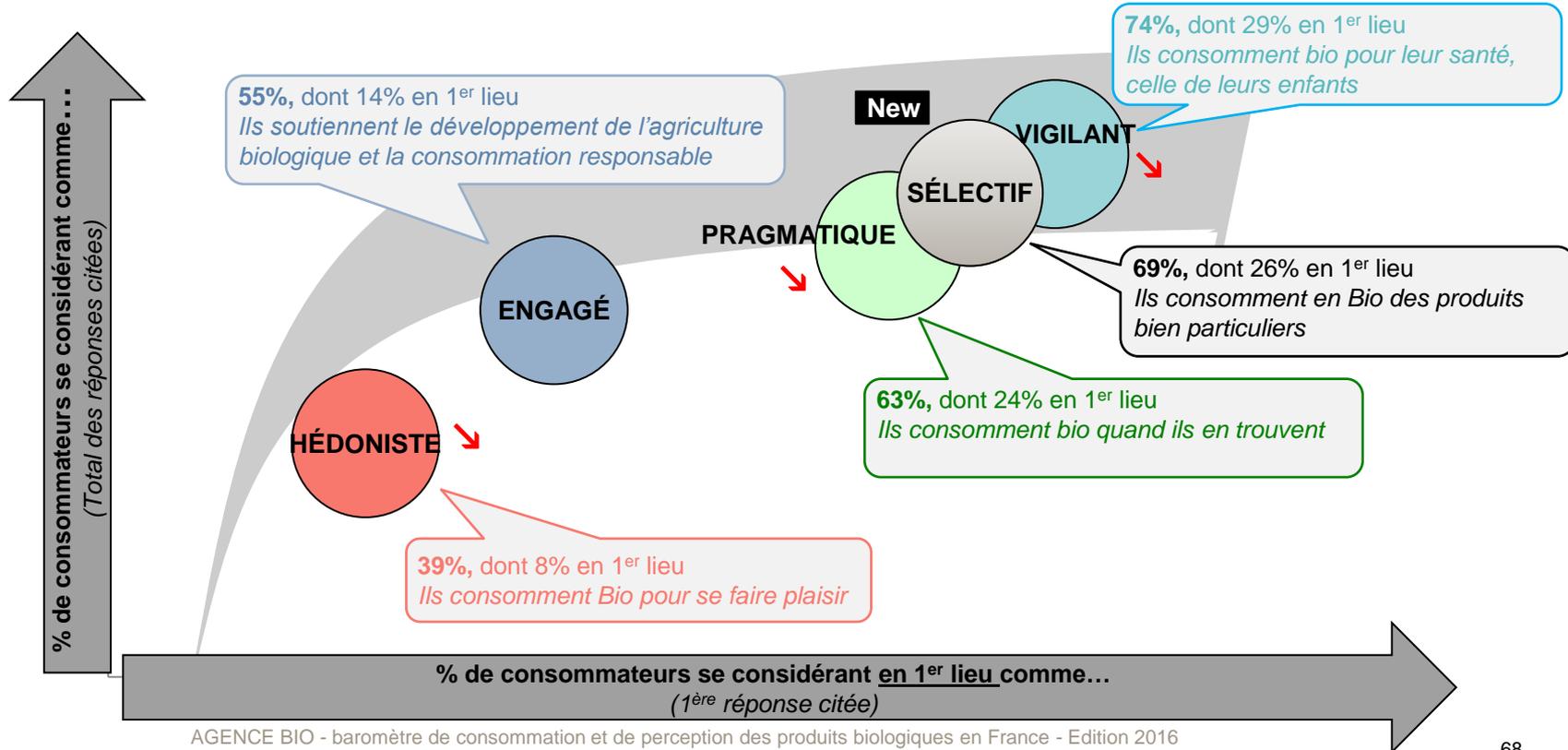
## Auprès des consommateurs de produits biologiques

- Depuis 2014, la part des **nouveaux consommateurs** (depuis 2 ans ou moins) semble se stabiliser (29% vs 26% en 2015 vs 28% en 2014). Il s'agit principalement des **18-24 ans et des CSP-**. L'ancienneté moyenne reste de 7 ans de consommation de produits biologiques.
- **Près de la moitié des consommateurs de bio déclare qu'acheter ou consommer ces produits les a amenés à modifier leurs habitudes d'achat, leur comportement alimentaire ou culinaire.** En effet :
  - Ils achètent plus de produits **de saison** (65%) et de produits **frais** (61%)
  - Ils **évitent le gaspillage** (58%)
  - Ils **achètent de plus en plus de produits biologiques** (56%)
  - Ils **n'achètent pas les mêmes produits qu'avant** (46%) ou encore, **cuisinent davantage** (45%)
- Certains diversifient leurs lieux d'achat (36%), achètent davantage de produits en vrac (35%) ou accordent une part plus importante de leur budget à l'alimentaire (33%).
- Dans une moindre mesure certains préfèrent limiter leur consommation alimentaire (28%) ou réalisent des économies dans d'autres domaines (14%).

# PROFIL DES CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
Bio : 688

Q400. Vous personnellement, diriez-vous que vous êtes un consommateur bio plutôt ... ? (3 réponses possibles)

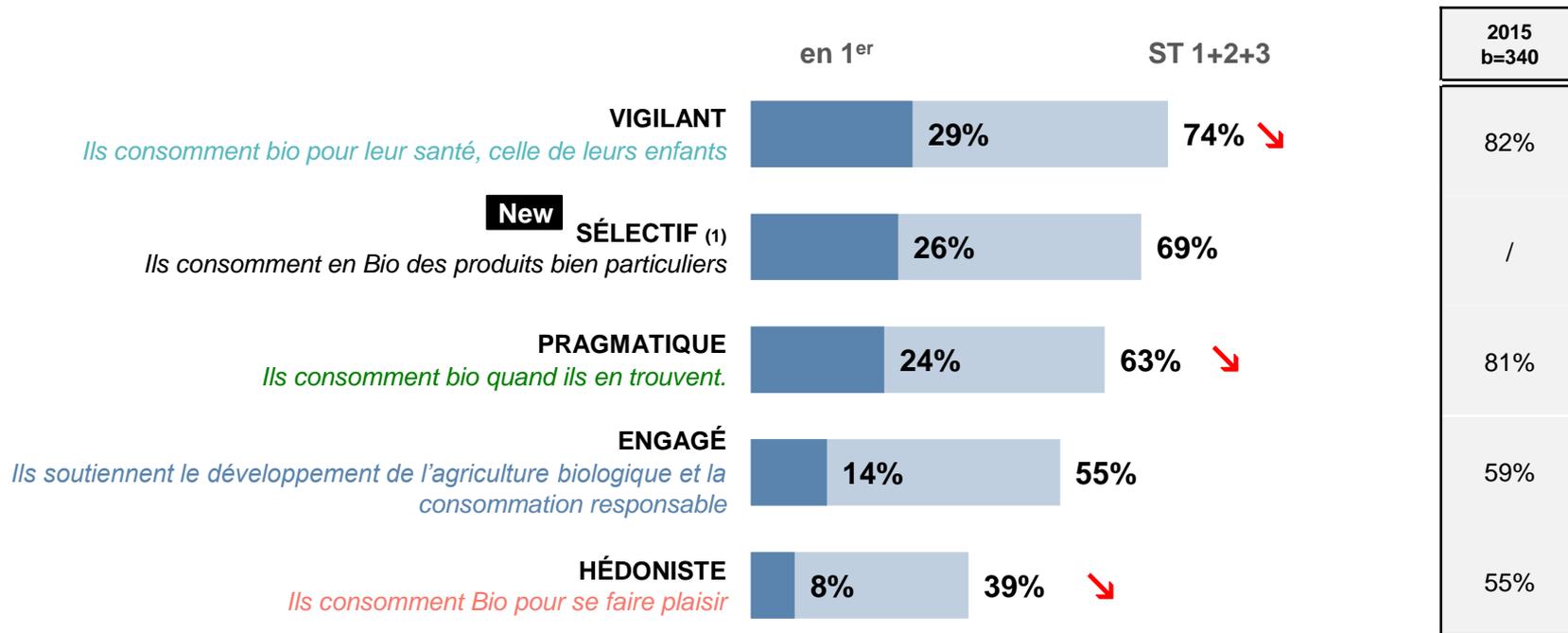


AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2016

# PROFIL DES CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
Bio : 688

Q400. Vous personnellement, diriez-vous que vous êtes un consommateur bio plutôt ... ?



(1) Item ajouté en 2016

# PROFIL DES CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIOLOGIQUES; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base Consommateurs  
Bio

Q400. Vous personnellement, diriez-vous que vous êtes un consommateur bio plutôt ... ?

en 1er

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	688	321	367	66	112	179	176	155	222	204	262
Vigilant : consomme bio pour votre santé, celle de son/ses enfants	29%	27%	31%	21%	28%	31%	28%	32%	31%	25%	30%
Sélectif : consomme en bio des produits bien particuliers	26%	23%	29%	30%	27%	25%	27%	24%	23%	29%	27%
Pragmatique : consomme bio quand ils en trouvent	24%	30%	18%	23%	18%	22%	21%	33%	25%	16%	29%
Engagé : soutint le développement de l'agriculture biologique et la consommation responsable	14%	13%	14%	12%	19%	13%	17%	7%	14%	19%	9%
Hédoniste : consomme bio pour vous faire plaisir	8%	8%	8%	14%	8%	9%	7%	4%	7%	11%	6%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	688	133	49	52	43	69	84	79	90	89
Vigilant : consomme bio pour votre santé, celle de son/ses enfants	29%	26%	base faible	base faible	base faible	29%	26%	23%	36%	29%
Sélectif : consomme en bio des produits bien particuliers	26%	29%				28%	22%	33%	26%	25%
Pragmatique : consomme bio quand ils en trouvent	24%	22%				20%	34%	20%	21%	22%
Engagé : soutint le développement de l'agriculture biologique et la consommation responsable	14%	17%				16%	9%	10%	11%	19%
Hédoniste : consomme bio pour vous faire plaisir	8%	7%				7%	9%	14%	6%	4%

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

# RAISONS DE CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
Bio : 688

Q206. Abordons maintenant les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques.  
Parmi les raisons suivantes, lesquelles vous incitent à consommer des produits biologiques ?



	2015 b=651	2014 b=598
	63%	65%
	58%	49%
	56%	56%
	46%	46%
	30%	25%
	23%	17%
	18%	31%
	13%	18%
	9%	7%
	(3%) (2)	/
	5%	4%

(2) Item ajouté en vague 2 2015

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# RAISONS DE CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base Consommateurs  
Bio

Q206. Abordons maintenant les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques.  
Parmi les raisons suivantes, lesquelles vous incitent à consommer des produits biologiques ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	688	321	367	66	112	179	176	155	222	204	262
Pour préserver sa santé	66%	65%	67%	41%	59%	65%	74%	75%	69%	60%	68%
Pour préserver l'environnement	58%	55%	60%	45%	55%	59%	62%	60%	60%	55%	58%
Pour la qualité, le goût des produits	56%	53%	60%	44%	58%	55%	64%	54%	63%	54%	52%
Pour sa sécurité, pour être certain que les produits sont sains	51%	48%	53%	29%	41%	52%	57%	59%	54%	43%	54%
Pour des raisons éthiques et/ou sociales	32%	34%	30%	28%	38%	30%	33%	30%	40%	25%	30%
Pour le bien-être des animaux	28%	25%	30%	30%	28%	25%	32%	24%	25%	33%	26%
Une plus grande disponibilité des produits bios dans mes lieux d'achat habituel	22%	21%	23%	12%	16%	20%	27%	26%	19%	23%	23%
Une habitude familiale	12%	11%	12%	15%	12%	12%	11%	10%	13%	11%	10%
Une naissance, avoir des enfants / petits-enfants	9%	6%	12%	3%	17%	17%	4%	2%	15%	8%	5%
Allergies ou suivez un régime alimentaire	7%	7%	8%	14%	8%	6%	6%	7%	8%	7%	7%
Suite à un événement particulier dans sa vie	6%	3%	8%	6%	8%	7%	4%	4%	9%	4%	4%

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

# CONSOMMER BIO : UN ACTE POUR LA SANTÉ, L'ENVIRONNEMENT ET LA QUALITÉ DES PRODUITS

## Auprès des consommateurs de produits biologiques

- Les profils de consommateurs bio sont variés. Ils se définissent plutôt comme :
  - **Vigilants** : 74% consomment bio pour leur santé et celle de leurs enfants (dont 29% principalement pour cette raison).
  - **Sélectifs** : 69% consomment des produits bio bien particuliers (notamment les femmes qui le citent en principale raison à 26%).
  - **Pragmatiques** : 63% consomment des produits bio quand ils en trouvent (dont 24% en principale raison, plutôt chez les hommes : 30% et les 65 ans et plus : 33%).
- Viennent ensuite les :
  - **Engagés** : 55% d'entre eux le font pour soutenir l'agriculture bio (davantage chez les 25-34 ans et les CSP-).
  - **Hédonistes** : 39% le font par plaisir, raison plus importante chez les jeunes de 18-24 ans.

- Parmi les principales raisons de consommation des produits biologiques, on retrouve le souhait de préserver sa santé (66%) surtout auprès des 50 ans et plus (74%), la volonté de préserver l'environnement (58%), la qualité/le goût des produits (56%) notamment auprès des 50-64 ans (64%) et des CSP+ (63%) et la sécurité (51%) particulièrement importante pour les 50 ans et plus (58%).
- Près d'un tiers déclare privilégier la consommation de produits bio pour des raisons éthiques et/ou sociales.
- A noter que le bien-être des animaux est en progression depuis 2014 (28% vs 23% en 2015 vs 17% en 2014).

# FREINS À LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
Bio et occasionnel bio :  
853

Q300. Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas (plus souvent) des produits biologique(s) ? En 1<sup>er</sup> ? En 2<sup>ème</sup> ? En 3<sup>ème</sup> ?



(1) Item présent en vague 1 et supprimé en vague 2 2015

(2) Item ajouté en vague 2 2015

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# FREINS À LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES; CRITÈRES DISCRIMINANTS 1/2

Base Consommateurs  
Bio et occasionnel bio

Q300. Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas (plus souvent) des produits biologique(s) ? En 1<sup>er</sup> ? En 2<sup>ème</sup> ? En 3<sup>ème</sup> ?

ST 1+2+3

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	853	416	437	83	132	227	215	196	243	259	351
Les produits biologiques sont trop chers	89%	85%	93%	96%	91%	90%	90%	83%	89%	90%	89%
N'y pensez pas / Vous n'avez pas le réflexe d'en consommer	61%	64%	59%	63%	66%	62%	57%	60%	57%	67%	59%
L'offre en produits biologiques ne correspond pas à ses besoins	47%	46%	47%	46%	42%	50%	47%	45%	53%	44%	44%
Par manque d'information sur les produits biologiques	35%	37%	33%	33%	34%	32%	40%	34%	29%	36%	38%
Par manque d'animations/de possibilité de goûter les produits bio en magasins	31%	31%	31%	28%	25%	31%	32%	35%	29%	29%	33%
N'en trouve pas sur ses lieux d'achat habituels	30%	30%	29%	24%	37%	30%	28%	28%	36%	28%	26%
N'a pas confiance dans l'agriculture biologique, n'y croit pas	4%	3%	4%	4%	2%	1%	3%	9%	2%	3%	6%
Ne voit pas l'intérêt des produits biologiques	1%	1%	1%	2%	-	2%	1%	2%	2%	0%	1%
Ne consomme que les produits de son jardin, son potager	1%	1%	0%	-	-	1%	-	2%	0%	-	1%
N'aime pas leur goût	0%	0%	0%	1%	-	-	-	2%	-	-	1%
Un sentiment d'arnaque, d'escroquerie, "d'attrape nigauds"	0%	0%	0%	-	-	0%	1%	1%	0%	1%	0%
Autres	0%	0%	1%	1%	-	-	0%	1%	-	1%	0%
Aucune raison	0%	-	1%	1%	2%	-	-	-	-	1%	-

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

# FREINS À LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES; CRITÈRES DISCRIMINANTS 2/2

Base Consommateurs  
Bio et occasionnel bio

Q300. Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas (plus souvent) des produits biologique(s) ? En 1<sup>er</sup> ? En 2<sup>ème</sup> ? En 3<sup>ème</sup> ?

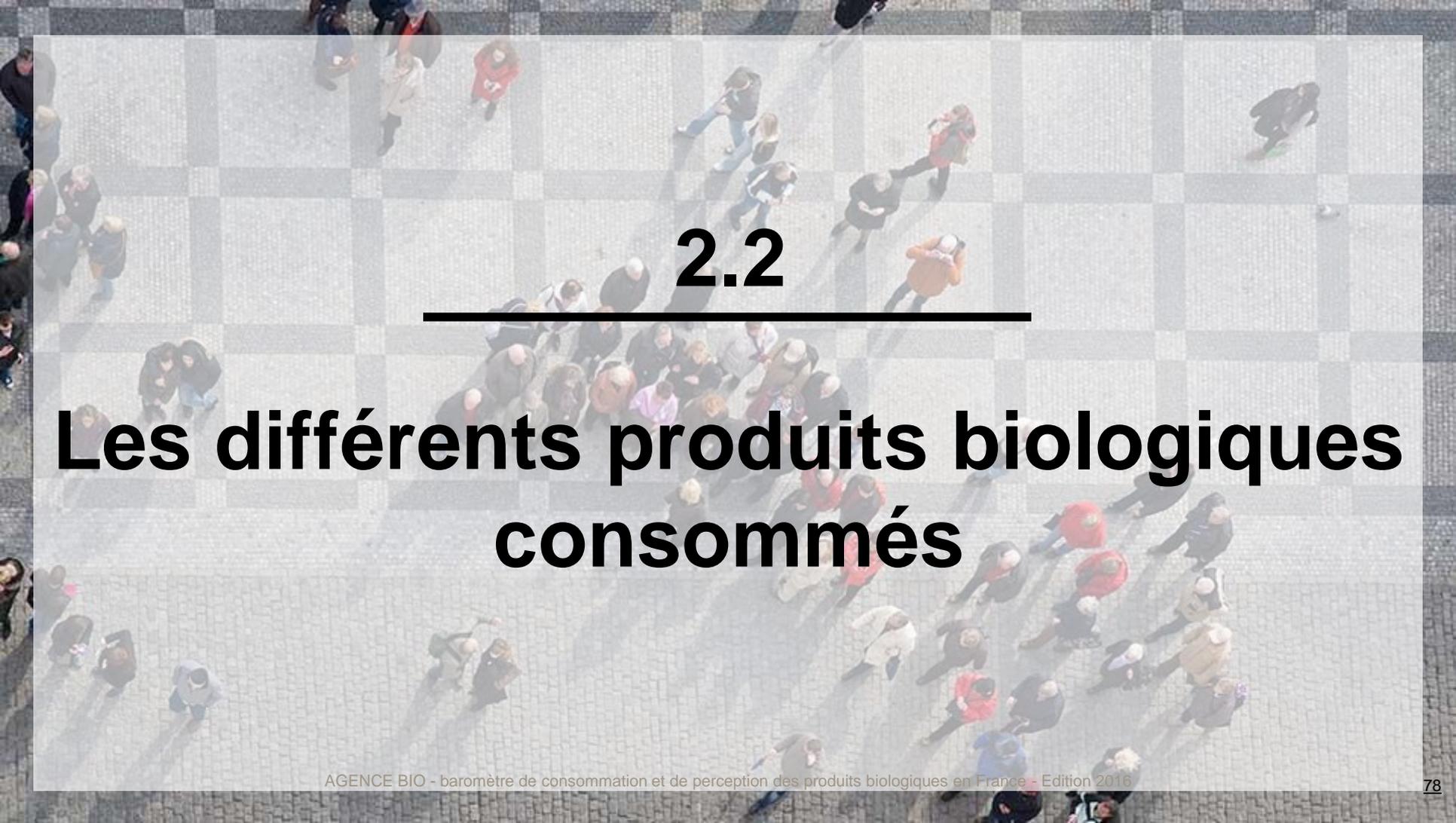
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<b>ST 1+2+3</b>										
<i>Total brut</i>	853	156	77	56	68	85	108	96	104	103
Les produits biologiques sont trop chers	89%	90%	87%	base faible	93%	92%	87%	90%	91%	85%
N'y pensez pas / Vous n'avez pas le réflexe d'en consommer	61%	60%	64%		60%	60%	67%	61%	61%	55%
L'offre en produits biologiques ne correspond pas à ses besoins	47%	45%	47%		46%	41%	42%	49%	43%	55%
Par manque d'information sur les produits biologiques	35%	34%	38%		31%	35%	35%	38%	37%	36%
Par manque d'animations/de possibilité de goûter les produits bio en magasins	31%	32%	31%		25%	31%	36%	27%	33%	32%
N'en trouve pas sur ses lieux d'achat habituels	30%	33%	29%		41%	32%	29%	24%	23%	29%
N'a pas confiance dans l'agriculture biologique, n'y croit pas	4%	3%	-		3%	6%	2%	6%	6%	5%
Ne voit pas l'intérêt des produits biologiques	1%	3%	1%		-	2%	-	-	3%	1%
Ne consomme que les produits de son jardin, son potager	1%	-	1%		-	1%	1%	-	2%	-
N'aime pas leur goût	0%	1%	-		-	-	-	1%	-	1%
Un sentiment d'arnaque, d'escroquerie, "d'attrape nigauds"	0%	1%	-		2%	-	1%	-	-	1%
Autres	0%	-	-		-	-	-	2%	1%	-
Aucune raison	0%	-	1%		-	-	-	1%	1%	-

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

# LE PRIX, LE MANQUE DE RÉFLEXE ET UNE OFFRE PAS TOUJOURS ADAPTÉE AUX BESOINS DES CONSOMMATEURS FREINENT LES ACTES D'ACHAT

## Auprès des consommateurs (dont occasionnels) de produits biologiques

- **Le prix reste le principal frein à la consommation de produits biologiques** (89% vs 86% en 2015), principalement auprès des femmes (93%) et des jeunes de 18-24 ans (96%). Il est même cité comme première raison par 6 consommateurs sur 10.
- Dans cette même proportion, les consommateurs déclarent **ne pas avoir le réflexe d'en consommer** (61% vs 56% dont 19% pour qui c'est la principale raison), notamment auprès des CSP- (67%).
- Vient ensuite, le fait que **l'offre ne correspond pas à leurs besoins** (47% vs 38%) en particulier chez les CSP+ (53%), 35% déclarent qu'ils n'ont pas assez d'informations sur les produits biologiques, 31% qu'il y a un manque d'animations ou de possibilité de goûter les produits en magasin et 30% qu'ils n'en trouvent pas sur leurs lieux d'achat habituels notamment les 25-34 ans (37%) et les CSP+ (36%).



**2.2**

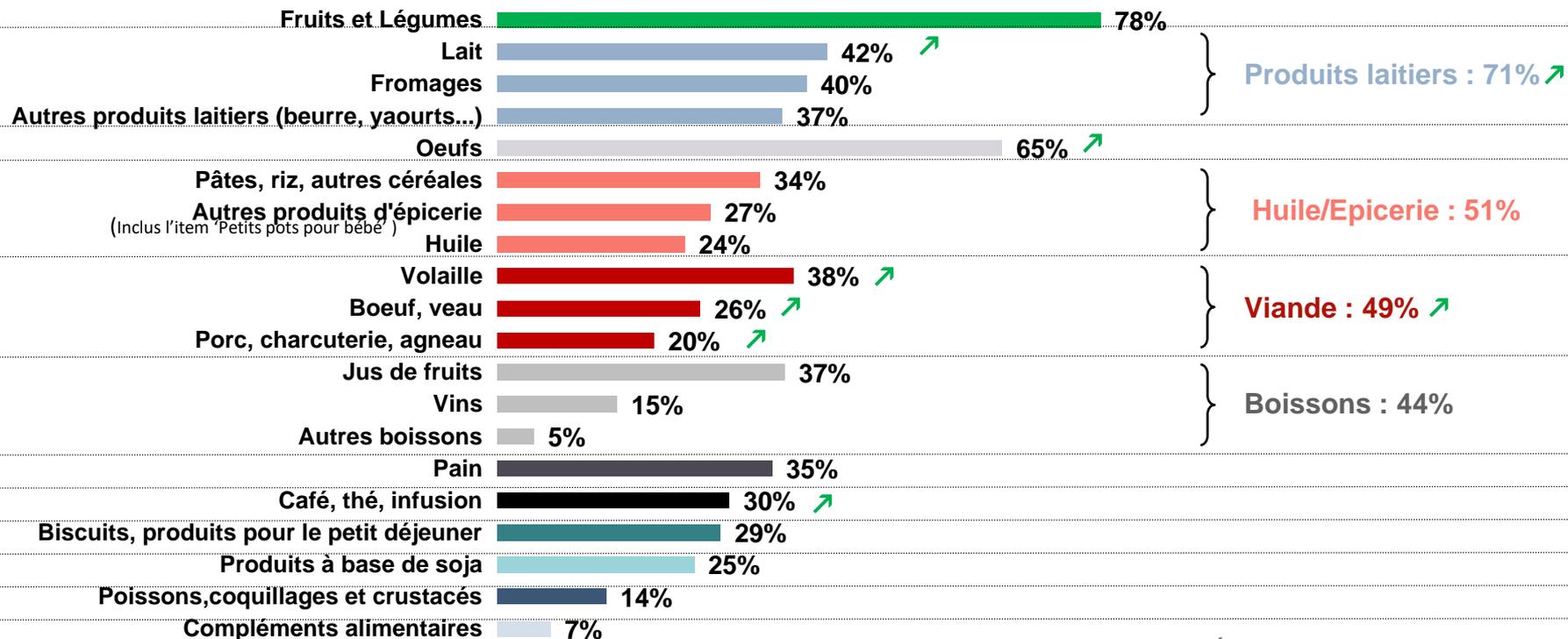
---

# **Les différents produits biologiques consommés**

# FAMILLES DE PRODUITS BIOLOGIQUES CONSOMMÉS

Base Consommateurs  
Bio : 688

Q207. Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?



↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# ÉVOLUTION DES CATÉGORIES DE PRODUITS BIOLOGIQUES CONSOMMÉS

Base Consommateurs Bio

Q207. Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?

	POINT 0	2014	2015	2016
<b>Bases : consommateurs bio</b>	418	598	651	688
<b>Fruits et légumes</b>	82%	83% ↗	78%	78%
<b>Produits laitiers</b>	67%	63%	65%	71% ↗
Lait	42%	37%	37%	42% ↗
Fromages	40%	35%	38%	40%
Autres produits laitiers	39%	31% ↘	32%	37%
<b>Oeufs</b>	65%	58% ↘	53%	65% ↗
<b>Huile/Épicerie</b>	51%	48%	51%	51%
Pâtes, riz, autres céréales	36%	31%	32%	34%
Autres produits d'épicerie	27%	23%	27%	27%
Huile	22%	19%	20%	24%
<b>Viande</b>	38%	37%	39%	49% ↗
Volaille	34%	29%	30%	38% ↗
Boeuf, veau	21%	23%	20%	26% ↗
Porc, charcuterie, agneau	17%	15%	16%	20% ↗
<b>Boissons</b>	38%	42%	47%	44%
Jus de fruits	32%	33%	39% ↗	37%
Vins	12%	16%	16%	15%
Autres boissons	3%	3%	4%	5%
<b>Pain</b>	39%	31% ↘	31%	35%
Café, thé, infusion	26%	25%	25%	30% ↗
<b>Biscuits, produits pour le petit déjeuner</b>	27%	23%	26%	29%
<b>Produits à base de soja</b>	21%	18%	18%	25% ↗
<b>Poissons, coquillages et crustacés</b>	12%	11%	13%	14%
<b>Compléments alimentaires</b>	5%	8%	8%	7%

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# PRODUITS BIOLOGIQUES CONSOMMÉS; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base Consommateurs Bio

Q207. Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?

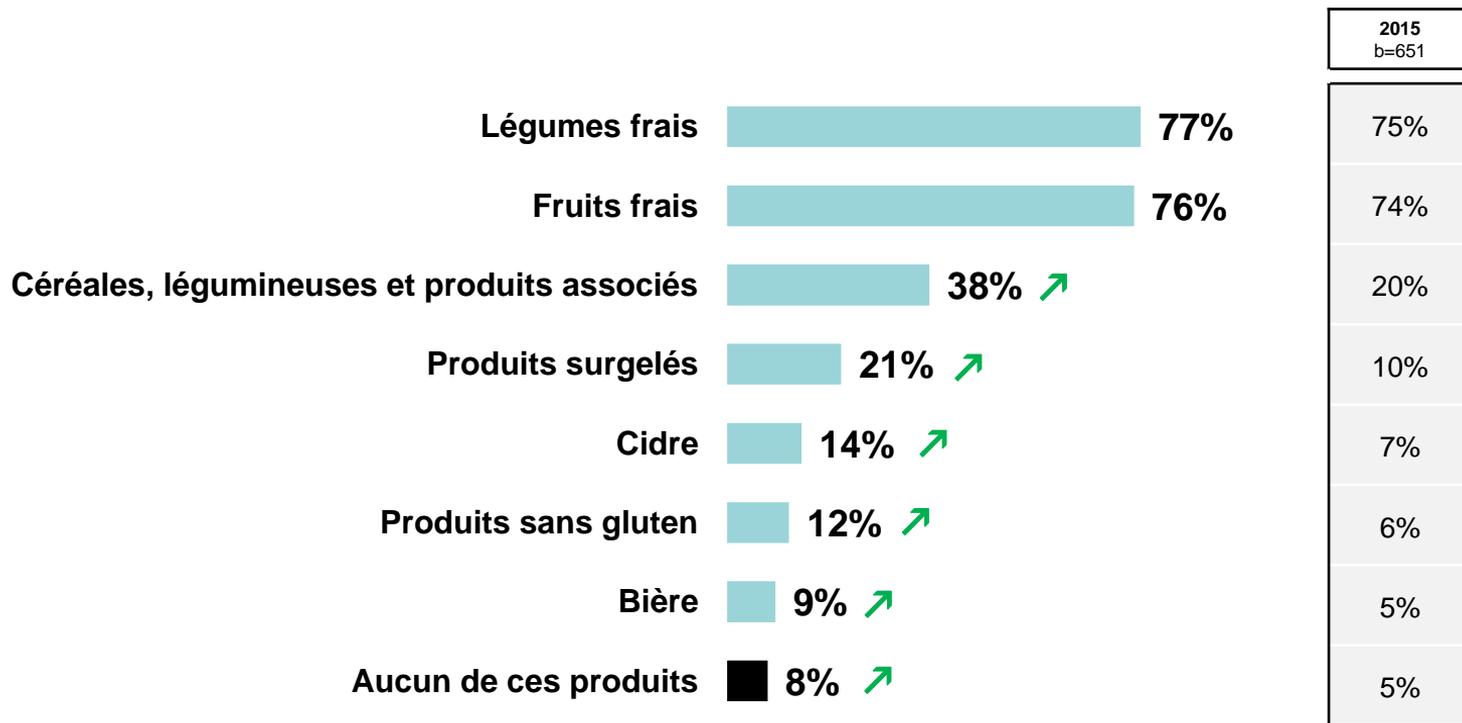
	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	688	321	367	66	112	179	176	155	222	204	262
<b>Fruits et légumes</b>	<b>78%</b>	<b>76%</b>	<b>79%</b>	<b>74%</b>	<b>70%</b>	<b>77%</b>	<b>81%</b>	<b>81%</b>	<b>80%</b>	<b>75%</b>	<b>77%</b>
<b>Produits laitiers</b>	<b>71%</b>	<b>70%</b>	<b>71%</b>	<b>64%</b>	<b>67%</b>	<b>75%</b>	<b>71%</b>	<b>71%</b>	<b>76%</b>	<b>66%</b>	<b>70%</b>
Lait	42%	40%	44%	42%	46%	47%	41%	36%	49%	39%	40%
Fromages	40%	44%	36%	36%	38%	35%	47%	40%	43%	37%	39%
Autres produits laitiers (beurre, yaourts...)	37%	33%	40%	24%	31%	39%	39%	41%	40%	35%	36%
<b>Oeufs</b>	<b>65%</b>	<b>65%</b>	<b>65%</b>	<b>59%</b>	<b>58%</b>	<b>65%</b>	<b>69%</b>	<b>67%</b>	<b>75%</b>	<b>55%</b>	<b>64%</b>
<b>Huile/ Epicerie</b>	<b>51%</b>	<b>45%</b>	<b>57%</b>	<b>53%</b>	<b>55%</b>	<b>50%</b>	<b>52%</b>	<b>48%</b>	<b>59%</b>	<b>47%</b>	<b>48%</b>
Pâtes, riz, autres céréales	34%	30%	37%	41%	36%	33%	33%	30%	41%	31%	30%
Autres produits d'épicerie	27%	21%	33%	23%	34%	26%	30%	23%	31%	28%	24%
Huile	24%	22%	26%	20%	27%	22%	28%	22%	31%	20%	21%
<b>Viande</b>	<b>49%</b>	<b>53%</b>	<b>45%</b>	<b>36%</b>	<b>39%</b>	<b>51%</b>	<b>53%</b>	<b>54%</b>	<b>54%</b>	<b>41%</b>	<b>51%</b>
Volaille	38%	41%	36%	29%	29%	36%	45%	44%	41%	33%	39%
Boeuf, veau	26%	30%	23%	18%	21%	30%	28%	27%	27%	24%	26%
Porc, charcuterie, agneau	20%	22%	18%	14%	12%	23%	22%	24%	22%	17%	21%
<b>Boissons</b>	<b>44%</b>	<b>47%</b>	<b>41%</b>	<b>43%</b>	<b>43%</b>	<b>50%</b>	<b>44%</b>	<b>37%</b>	<b>49%</b>	<b>42%</b>	<b>41%</b>
Jus de fruits	37%	38%	36%	38%	38%	42%	38%	30%	43%	36%	32%
Vins	15%	19%	12%	12%	11%	16%	20%	14%	19%	14%	13%
Autres boissons	5%	4%	5%	5%	3%	5%	8%	2%	7%	5%	2%
<b>Pain</b>	<b>35%</b>	<b>35%</b>	<b>35%</b>	<b>38%</b>	<b>29%</b>	<b>32%</b>	<b>39%</b>	<b>37%</b>	<b>42%</b>	<b>30%</b>	<b>34%</b>
<b>Café, thé, infusion</b>	<b>30%</b>	<b>28%</b>	<b>31%</b>	<b>32%</b>	<b>36%</b>	<b>35%</b>	<b>26%</b>	<b>23%</b>	<b>35%</b>	<b>31%</b>	<b>24%</b>
<b>Biscuits, produits pour le petit déjeuner</b>	<b>29%</b>	<b>24%</b>	<b>33%</b>	<b>28%</b>	<b>28%</b>	<b>31%</b>	<b>30%</b>	<b>25%</b>	<b>37%</b>	<b>23%</b>	<b>25%</b>
<b>Produits à base de soja</b>	<b>25%</b>	<b>21%</b>	<b>29%</b>	<b>30%</b>	<b>29%</b>	<b>22%</b>	<b>28%</b>	<b>21%</b>	<b>33%</b>	<b>20%</b>	<b>23%</b>
<b>Poissons,coquillages et crustacés</b>	<b>14%</b>	<b>14%</b>	<b>14%</b>	<b>6%</b>	<b>8%</b>	<b>16%</b>	<b>17%</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>10%</b>	<b>14%</b>
<b>Compléments alimentaires</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>	<b>6%</b>	<b>-</b>	<b>3%</b>	<b>7%</b>	<b>6%</b>	<b>14%</b>	<b>6%</b>	<b>4%</b>	<b>10%</b>

\*Attention, base<80 interviews : base limite

# CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES SPÉCIFIQUES

Base Consommateurs  
Bio : 688

Q207bis. Et plus précisément, consommez-vous les produits biologiques suivants ?



↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES SPÉCIFIQUES; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base Consommateurs  
Bio

Q207bis. Et plus précisément, consommez-vous les produits biologiques suivants ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	688	321	367	66	112	179	176	155	222	204	262
Légumes frais	77%	75%	79%	63%	71%	82%	79%	80%	79%	76%	76%
Fruits frais	76%	75%	76%	71%	71%	77%	77%	78%	80%	72%	75%
Céréales, légumineuses / produits associés	38%	31%	44%	41%	42%	40%	37%	32%	46%	36%	32%
Produits surgelés	21%	20%	23%	18%	21%	22%	19%	26%	23%	19%	22%
Cidre	14%	16%	12%	17%	13%	14%	20%	7%	18%	16%	9%
Produits sans gluten	12%	11%	13%	14%	17%	13%	10%	8%	17%	10%	8%
Bière	9%	11%	8%	13%	12%	10%	10%	4%	13%	12%	4%
<b>Aucun de ces produits</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>	<b>7%</b>	<b>10%</b>	<b>6%</b>	<b>4%</b>	<b>9%</b>	<b>11%</b>	<b>4%</b>	<b>6%</b>	<b>12%</b>

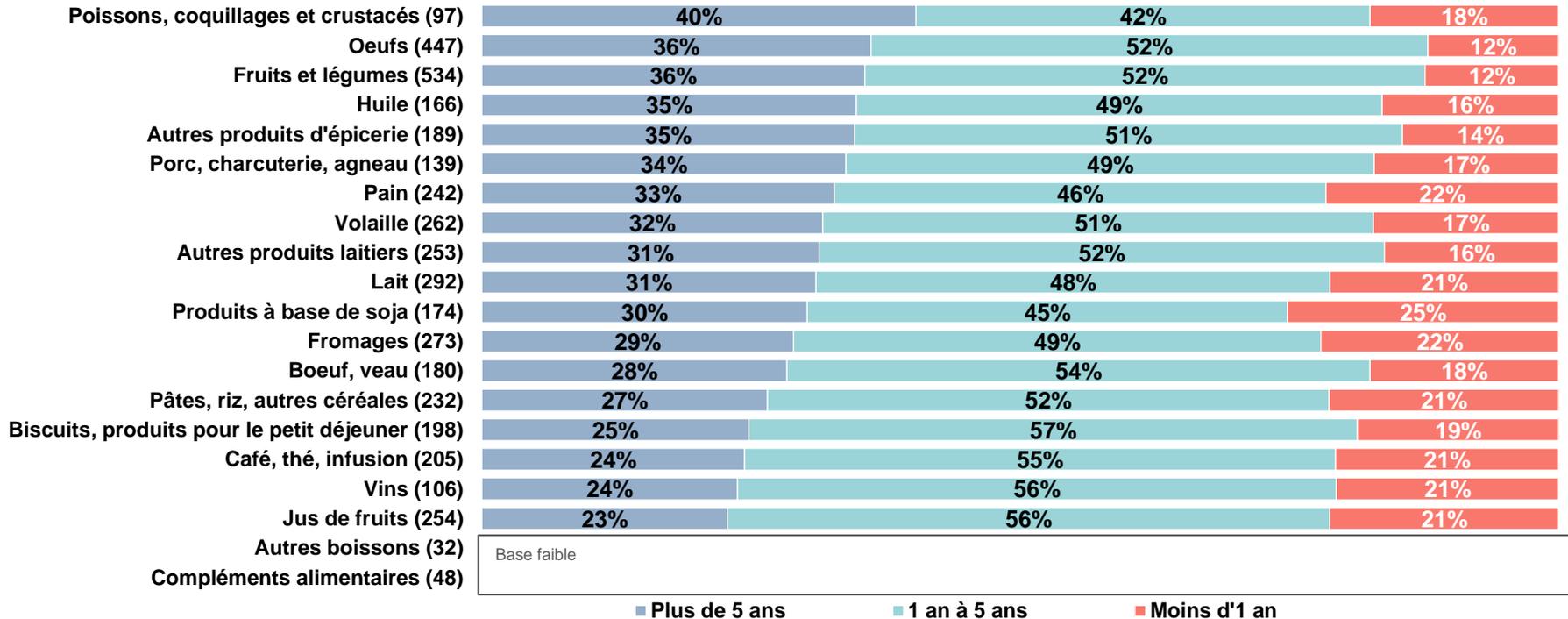
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	688	133	49	52	43	69	84	79	90	89
Légumes frais	77%	75%	base faible	base faible	base faible	78%	76%	76%	79%	82%
Fruits frais	76%	77%				78%	79%	75%	79%	75%
Céréales, légumineuses / produits associés	38%	43%				28%	33%	46%	38%	42%
Produits surgelés	21%	23%				17%	23%	21%	23%	26%
Cidre	14%	11%				17%	25%	10%	12%	11%
Produits sans gluten	12%	16%				5%	12%	12%	13%	10%
Bière	9%	8%				5%	12%	9%	13%	7%
<b>Aucun de ces produits</b>	<b>8%</b>	<b>8%</b>				<b>6%</b>	<b>7%</b>	<b>5%</b>	<b>10%</b>	<b>8%</b>

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

# ANCIENNETÉ DE CONSOMMATION DES DIFFÉRENTES CATÉGORIES DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
Bio : consommateurs  
respectifs des produits cités

Q207ter. Quels sont les produits biologiques que vous consommez ? Et depuis combien de temps ?



\*Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

# LES CATÉGORIES DE PRODUITS CONSOMMÉS LES PLUS RÉCEMMENT (MOINS D'1 AN); ÉVOLUTIONS

Base Consommateurs  
Bio : consommateurs  
respectifs des produits cités

	2012		2015		2016	
Produits à base de soja	(86)	10%	(117)	13%	(174)	25% ↗
Fromages	(170)	3%	(253)	11% ↗	(273)	22% ↗
Pain	(160)	5%	(201)	16% ↗	(242)	22%
Pâtes, riz, autres céréales	(147)	5%	(211)	10%	(232)	21% ↗
Jus de fruits	(133)	7%	(257)	14% ↗	(254)	21% ↗
Lait	(180)	7%	(244)	12%	(292)	21% ↗
Café, thé, infusion	(109)	2%	(163)	16% ↗	(205)	21%
Vins	(54)	13%	(103)	22%	(106)	21%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	(109)	7%	(170)	13%	(198)	19%
Boeuf, veau	(87)	11%	(137)	15%	(180)	18%
Poissons, coquillages et crustacés	(53)	10%	(86)	18%	(97)	18%
Volaille	(143)	5%	(192)	7%	(262)	17% ↗
Porc, charcuterie, agneau	(71)	4%	(103)	9%	(139)	17%
Huile	(90)	5%	(134)	14% ↗	(166)	16%
Autres produits laitiers	(161)	3%	(210)	10% ↗	(253)	16% ↗
Autres produits d'épicerie	(112)	6%	(178)	16% ↗	(189)	14%
Fruits et légumes	(344)	2%	(507)	12% ↗	(534)	12%
Oeufs	(276)	4%	(346)	11% ↗	(447)	12%
Autres boissons	(13)	10%	(28)	7%	(32)	13%
Compléments alimentaires	(25)	3%	(52)	19%	(48)	15%

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

↗ ↘ *Évolution significative d'une année sur l'autre*

# LES CATÉGORIES DE PRODUITS LES PLUS ANCIENS (PLUS DE 5 ANS); ÉVOLUTIONS

Base Consommateurs  
Bio : consommateurs  
respectifs des produits cités

	2012		2015		2016	
Poissons, coquillages et crustacés	(53)	55%	(86)	35% ↘	(97)	40%
Oeufs	(276)	59%	(346)	38% ↘	(447)	36%
Fruits et légumes	(344)	48%	(507)	40% ↘	(534)	36%
Huile	(90)	53%	(134)	43%	(166)	35%
Autres produits d'épicerie	(112)	51%	(178)	29% ↘	(189)	35%
Porc, charcuterie, agneau	(71)	57%	(103)	35% ↘	(139)	34%
Pain	(160)	52%	(201)	32% ↘	(242)	33%
Volaille	(143)	56%	(192)	45%	(262)	32% ↘
Autres produits laitiers	(161)	48%	(210)	36% ↘	(253)	31%
Lait	(180)	49%	(244)	33% ↘	(292)	31%
Produits à base de soja	(86)	51%	(117)	37%	(174)	30%
Fromages	(170)	46%	(253)	29% ↘	(273)	29%
Boeuf, veau	(87)	52%	(137)	36% ↘	(180)	28%
Pâtes, riz, autres céréales	(147)	54%	(211)	33% ↘	(232)	27%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	(109)	47%	(170)	32% ↘	(198)	25%
Café, thé, infusion	(109)	46%	(163)	34%	(205)	24% ↘
Vins	(54)	52%	(103)	28% ↘	(106)	24%
Jus de fruits	(133)	43%	(257)	28% ↘	(254)	23%
Autres boissons	(13)	11%	(28)	31%	(32)	50%
Compléments alimentaires	(25)	51%	(52)	54%	(48)	42%

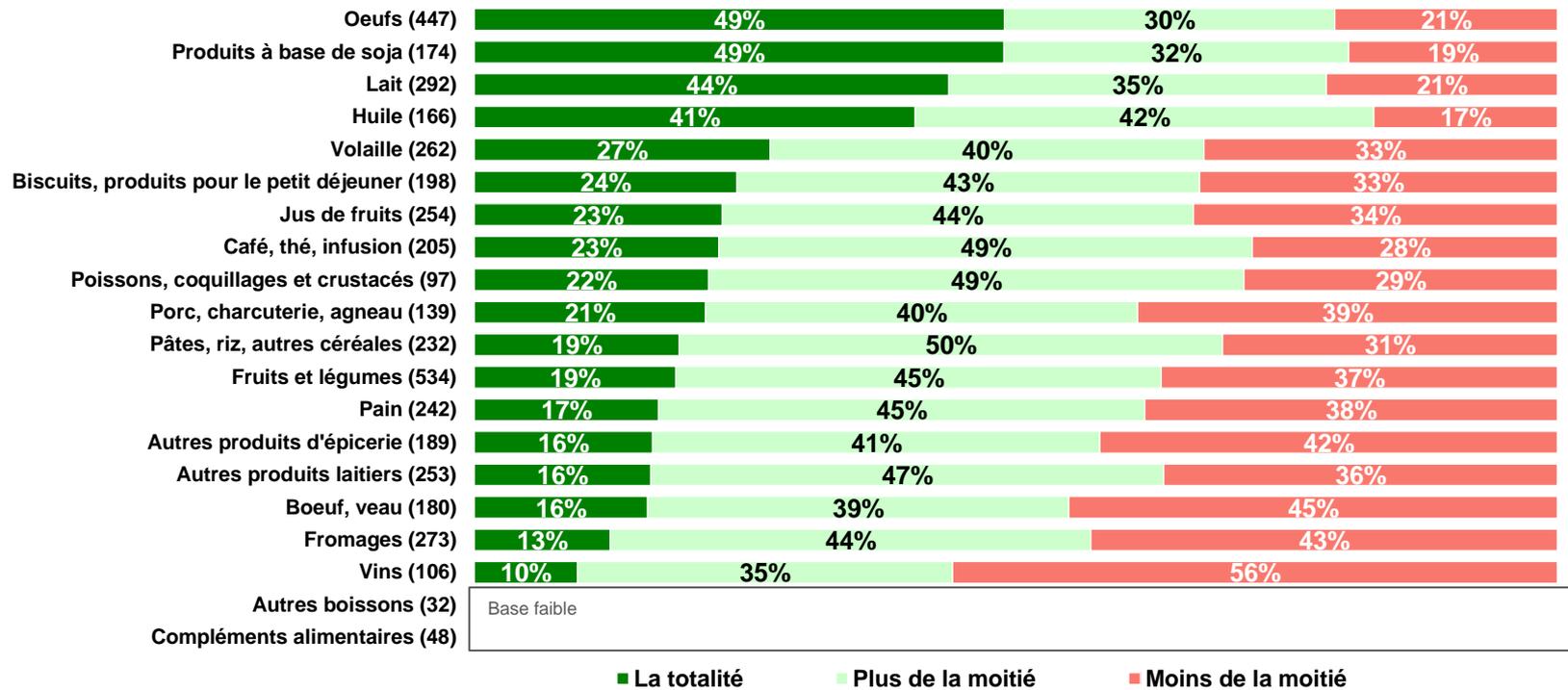
\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

↗ ↘ *Évolution significative d'une année sur l'autre*

# LA PART DES PRODUITS BIOLOGIQUES DANS LA CONSOMMATION

Base Consommateurs  
Bio : consommateurs  
respectifs des produits cités

Q208. Quelle part de votre consommation de ce(s) produit(s) est biologique ?



\*Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

# TOTALITÉ DE CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES; ÉVOLUTIONS

Base Consommateurs  
Bio : consommateurs  
respectifs des produits cités

	2012		2014		2015		2016	
Oeufs	(276)	54%	(345)	51%	(346)	46%	(447)	49%
Produits à base de soja	(86)	42%	(110)	45%	(117)	54%	(174)	49%
Lait	(180)	47%	(223)	44%	(244)	41%	(292)	44%
Huile	(90)	50%	(115)	50%	(134)	43%	(166)	41%
Volaille	(143)	44%	(174)	29% ↘	(192)	27%	(262)	27%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	(109)	16%	(143)	23%	(170)	18%	(198)	24%
Jus de fruits	(133)	24%	(196)	23%	(257)	27%	(254)	23%
Café, thé, infusion	(109)	31%	(153)	22%	(163)	23%	(205)	23%
Poissons, coquillages et crustacés	(53)	30%	(67)	22%	(86)	19%	(97)	22%
Porc, charcuterie, agneau	(71)	31%	(94)	20%	(103)	8% ↘	(139)	21% ↗
Pâtes, riz, autres céréales	(147)	24%	(186)	25%	(211)	20%	(232)	19%
Fruits et légumes	(344)	19%	(496)	21%	(507)	16%	(534)	19%
Pain	(160)	25%	(187)	24%	(201)	16%	(242)	17%
Autres produits d'épicerie	(112)	27%	(138)	16% ↘	(178)	17%	(189)	16%
Autres produits laitiers	(161)	16%	(185)	15%	(210)	18%	(253)	16%
Boeuf, veau	(87)	29%	(138)	25%	(137)	17%	(180)	16%
Fromages	(170)	17%	(207)	12%	(253)	12%	(273)	13%
Vins	(54)	13%	(96)	15%	(103)	12%	(106)	10%
Autres boissons	(13)	30%	(19)	32%	(28)	13%	(32)	25%
Compléments alimentaires	(25)	53%	(52)	55%	(52)	58%	(48)	38% ↘

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

↗ ↘ *Évolution significative d'une année sur l'autre*

# PLUS DE LA MOITIÉ DE CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES; ÉVOLUTIONS

Base Consommateurs  
Bio : consommateurs  
respectifs des produits cités

	2012		2014		2015		2016	
Pâtes, riz, autres céréales	(147)	40%	(186)	40%	(211)	43%	(232)	50%
Poissons, coquillages et crustacés	(53)	31%	(67)	57% ↗	(86)	45%	(97)	49%
Café, thé, infusion	(109)	44%	(153)	41%	(163)	38%	(205)	49% ↗
Autres produits laitiers	(161)	44%	(185)	44%	(210)	40%	(253)	47%
Pain	(160)	35%	(187)	44%	(201)	39%	(242)	45%
Fruits et légumes	(344)	36%	(496)	41%	(507)	41%	(534)	45%
Fromages	(170)	40%	(207)	49%	(253)	44%	(273)	44%
Jus de fruits	(133)	49%	(196)	44%	(257)	37%	(254)	44%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	(109)	44%	(143)	37%	(170)	46%	(198)	43%
Huile	(90)	35%	(115)	34%	(134)	40%	(166)	42%
Autres produits d'épicerie	(112)	37%	(138)	34%	(178)	37%	(189)	41%
Volaille	(143)	34%	(174)	42%	(192)	41%	(262)	40%
Porc, charcuterie, agneau	(71)	46%	(94)	47%	(103)	46%	(139)	40%
Boeuf, veau	(87)	42%	(138)	41%	(137)	39%	(180)	39%
Lait	(180)	29%	(223)	34%	(244)	37%	(292)	35%
Vins	(54)	40%	(96)	29%	(103)	24%	(106)	35%
Produits à base de soja	(86)	33%	(110)	25%	(117)	25%	(174)	32%
Oeufs	(276)	28%	(345)	29%	(346)	35%	(447)	30%
Autres boissons	(13)	15%	(19)	33%	(28)	57%	(32)	50%
Compléments alimentaires	(25)	31%	(52)	24%	(52)	23%	(48)	52% ↗

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

↗ ↘ **Évolution significative d'une année sur l'autre**

# MOINS DE LA MOITIÉ DE CONSOMMATION DE PRODUITS BIOLOGIQUES; ÉVOLUTIONS

Base Consommateurs  
Bio : consommateurs  
respectifs des produits cités

	2012		2014		2015		2016	
Vins	(54)	47%	(96)	56%	(103)	63%	(106)	56%
Boeuf, veau	(87)	29%	(138)	34%	(137)	44%	(180)	45%
Fromages	(170)	42%	(207)	39%	(253)	44%	(273)	43%
Autres produits d'épicerie	(112)	34%	(138)	50% ↗	(178)	46%	(189)	42%
Porc, charcuterie, agneau	(71)	23%	(94)	33%	(103)	46%	(139)	39%
Pain	(160)	39%	(187)	32%	(201)	45% ↗	(242)	38%
Fruits et légumes	(344)	24%	(496)	38% ↗	(507)	43%	(534)	37% ↘
Autres produits laitiers	(161)	39%	(185)	41%	(210)	42%	(253)	36%
Jus de fruits	(133)	27%	(196)	33%	(257)	36%	(254)	34%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	(109)	38%	(143)	41%	(170)	36%	(198)	33%
Volaille	(143)	23%	(174)	29%	(192)	32%	(262)	33%
Pâtes, riz, autres céréales	(147)	34%	(186)	34%	(211)	36%	(232)	31%
Poissons, coquillages et crustacés	(53)	39%	(67)	21% ↘	(86)	36%	(97)	29%
Café, thé, infusion	(109)	25%	(153)	37% ↗	(163)	39%	(205)	28% ↘
Lait	(180)	23%	(223)	22%	(244)	21%	(292)	21%
Oeufs	(276)	17%	(345)	19%	(346)	19%	(447)	21%
Produits à base de soja	(86)	20%	(110)	30%	(117)	21%	(174)	19%
Huile	(90)	15%	(115)	16%	(134)	17%	(166)	17%
Autres boissons	(13)	55%	(19)	35%	(28)	30%	(32)	25%
Compléments alimentaires	(25)	14%	(52)	21%	(52)	19%	(48)	10%

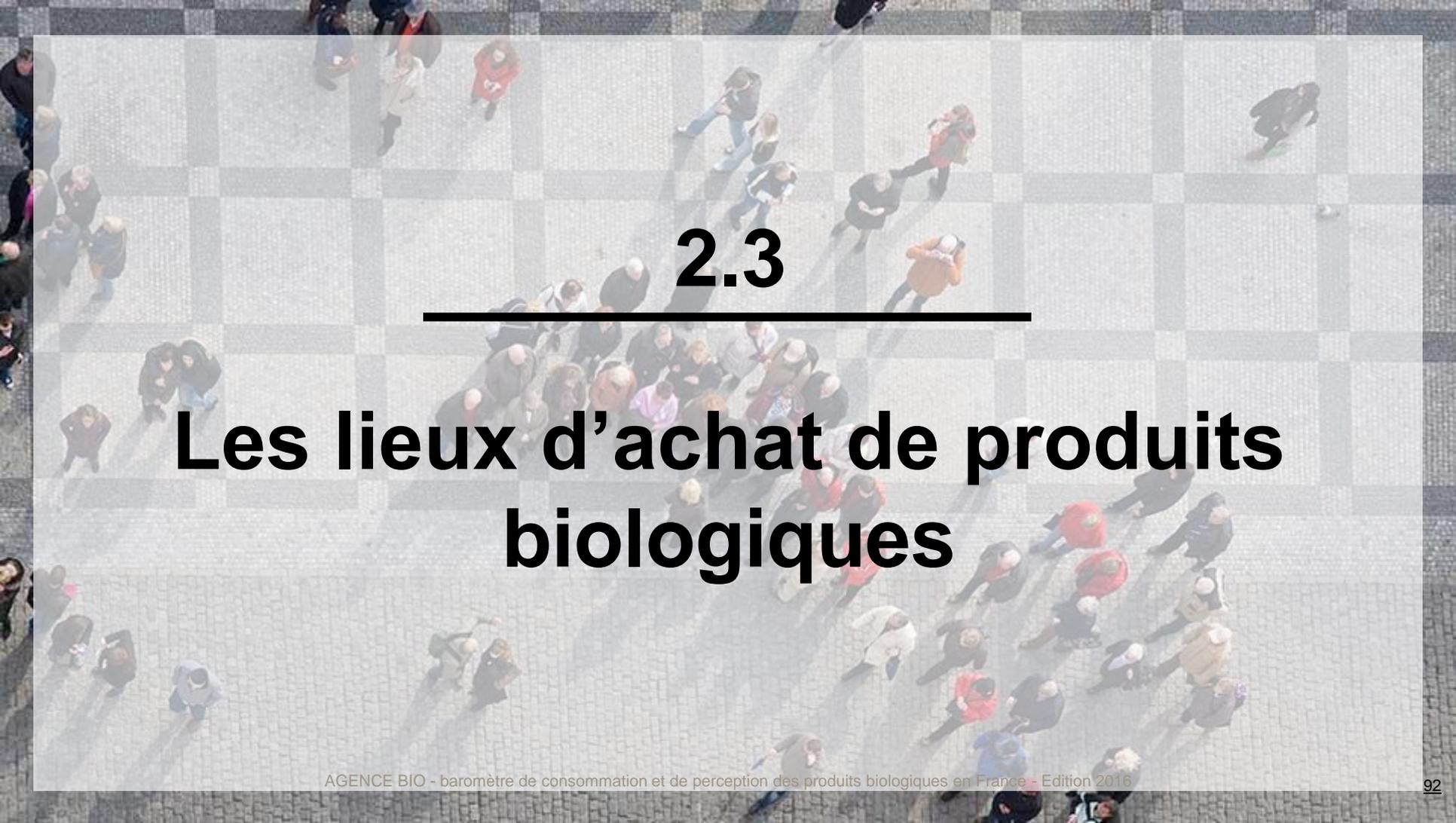
\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

↗ ↘ **Évolution significative d'une année sur l'autre**

# LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIO EN PROGRESSION SUR LES PRODUITS LAITIERS, LES ŒUFS ET LA VIANDE

## Auprès des consommateurs de produits biologiques

- Les catégories de produits bio les plus consommées sont :
  - **Les fruits et légumes** (78%). Ils sont consommés depuis plus de 5 ans par plus d'un tiers de leurs consommateurs.
  - **Les produits laitiers** en hausse cette année (71% vs 65% en 2015) : lait (42%), fromages (40%) et autres produits laitiers (37%). Le lait reste le produit bio le plus consommé de cette catégorie. Plus de la moitié le consomme depuis moins de 5 ans.
  - **Les œufs** en progression également (65% vs 53 % l'année dernière), un tiers les consomment depuis plus de 5 ans (36%).
  - **Les produits d'épicerie** (51%), notamment les pâtes, le riz et autres céréales (34%).
  - **La viande** (49% vs 39% en 2015), avec notamment une consommation en progression de volaille, de bœuf / veau ou de porc/charcuterie/agneau.
  - **Les boissons** (44%), notamment les jus de fruits (37%). A noter que la consommation de cidre (14% vs 7% en 2015) et de bière (9% vs 5%) sont en progression.
- D'autres catégories de produits alimentaires bio sont moins consommées par les Français :
  - Le pain (35%), le café / thé / infusion (30% en progression vs 25%) et les biscuits / produits pour le petit déjeuner (29%), les produits à base de soja (25%), les poissons, coquillages et crustacés (14%) et les compléments alimentaires (7%).
- Le réflexe est là pour les œufs, les produits à base de soja et le lait (près de la moitié des consommateurs les consomment uniquement en bio).
- A noter, un doublement de la part des consommateurs cette année pour :
  - les céréales, légumineuses et produits bio associés (38% de consommateurs vs 20% en 2015), les surgelés bio (21% vs 10%), les produits bio sans gluten (12% vs 6%).



**2.3**

---

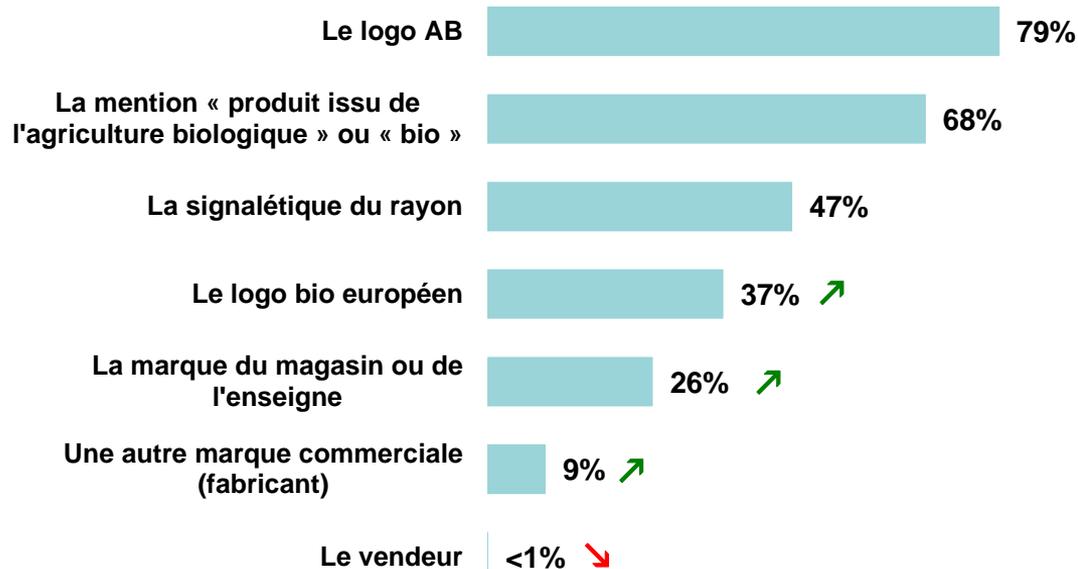
# **Les lieux d'achat de produits biologiques**

# LES MOYENS DE RECONNAISSANCE DES PRODUITS BIOLOGIQUES À L'ACHAT

Base Consommateurs  
Bio : 688

Q201. Lorsque vous faites vos courses, qu'est-ce qui vous aide à repérer les produits biologiques ?

Rappel  
Point 0



2015 b=651	2012 b=418
81%	78%
68% ↗	51%
49%	52%
28% ↗	13%
18% ↗	1%
6% ↗	1%
(3%) <sup>(1)</sup>	3%

(1) Item présent en vague 1 et supprimé en vague 2 2015

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# LES MOYENS DE RECONNAISSANCE DES PRODUITS BIOLOGIQUES À L'ACHAT; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base Consommateurs  
Bio

Q201. Lorsque vous faites vos courses, qu'est-ce qui vous aide à repérer les produits biologiques ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	688	321	367	66	112	179	176	155	222	204	262
Le logo AB	79%	82%	77%	71%	79%	81%	77%	86%	77%	76%	84%
La mention « produit issu de l'agriculture biologique » ou « bio »	68%	66%	70%	55%	63%	63%	73%	78%	69%	62%	72%
La signalétique du rayon	47%	46%	49%	40%	46%	47%	49%	50%	52%	44%	47%
Le logo bio européen	37%	36%	38%	47%	38%	33%	36%	36%	35%	34%	41%
La marque du magasin ou de l'enseigne	26%	23%	28%	20%	37%	30%	21%	22%	30%	28%	21%
Une autre marque commerciale (fabricant)	9%	10%	9%	6%	13%	12%	9%	6%	11%	11%	6%
Le vendeur	0%	1%	-	2%	-	-	1%	1%	0%	1%	0%

\*Attention, base < 80 interviews : base limite

# LE LOGO AB : INDICATEUR PHARE DANS LA RECONNAISSANCE DES PRODUITS BIO LORS DE L'ACTE D'ACHAT

## Auprès des consommateurs de produits biologiques

- Le **logo AB est le moyen de reconnaissance des produits bio le plus cité** pour les consommateurs (79%), suivi de la mention « produit issu de l'agriculture biologique » (68%) - surtout auprès des 65 ans et plus, ou encore la signalétique en rayon (47%).
- Cette année, **le logo bio européen et la marque du magasin sont des moyens de reconnaissance davantage cités** par rapport à 2015 (respectivement 37% vs 28% et 26% vs 18%) par les consommateurs. A noter qu'une autre marque commerciale comme celle du fabricant est en progression mais reste un moyen de reconnaissance peu cité (9% vs 6%).

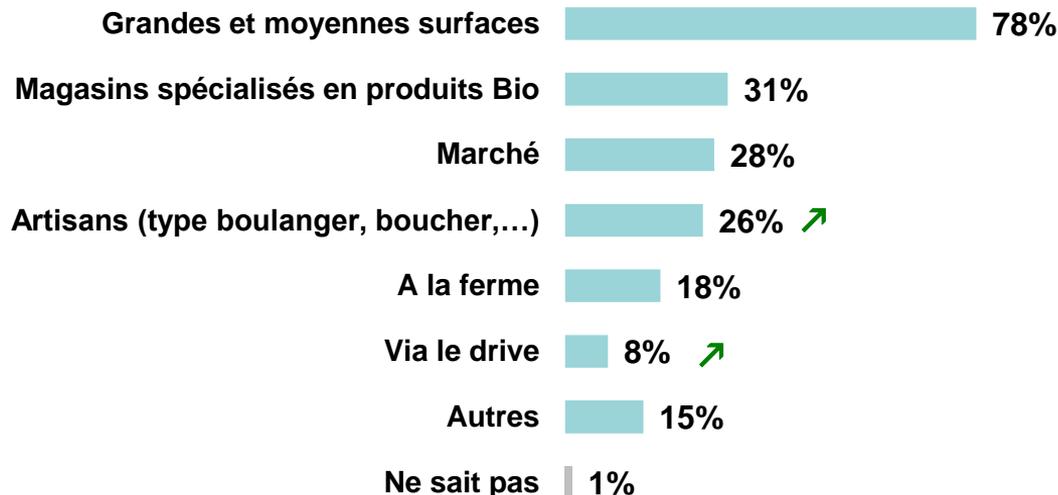
# LIEUX D'ACHAT TOUS PRODUITS BIOLOGIQUES CONFONDUS

Base Consommateurs  
Bio : 688

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Rappel  
Point 0

CITÉ AU MOINS UNE FOIS :



2015 b=651	2014 b=598	2012 b=418
81% ↗	75% ↘	81%
29%	26%	25%
33% ↗	19% ↘	31%
21%	18%	21%
23% ↗	17% ↘	26%
5% ↗	2% ↘	4%
12% ↗	8%	6%
2%	7% ↗	4%

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# LIEUX D'ACHAT TOUS PRODUITS BIOLOGIQUES CONFONDUS; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base Consommateurs  
Bio

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	688	321	367	66	112	179	176	155	222	204	262
Grandes et moyennes surfaces	78%	79%	78%	73%	70%	78%	79%	85%	80%	73%	81%
Magasins spécialisés en produits Bio	31%	30%	31%	27%	38%	33%	30%	27%	37%	30%	27%
Marché	28%	32%	25%	27%	21%	22%	31%	39%	32%	21%	32%
Artisans	26%	28%	24%	26%	22%	25%	28%	28%	31%	21%	26%
A la ferme	18%	17%	19%	11%	18%	21%	19%	18%	18%	19%	17%
Via le drive	8%	8%	8%	12%	14%	13%	3%	1%	9%	14%	2%
Autres	15%	16%	14%	14%	10%	11%	18%	20%	14%	14%	16%

\*Attention, base < 80 interviews : base limite

# PRODUITS BIO ACHETÉS PAR LIEUX D'ACHAT

Base Consommateurs Bio

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

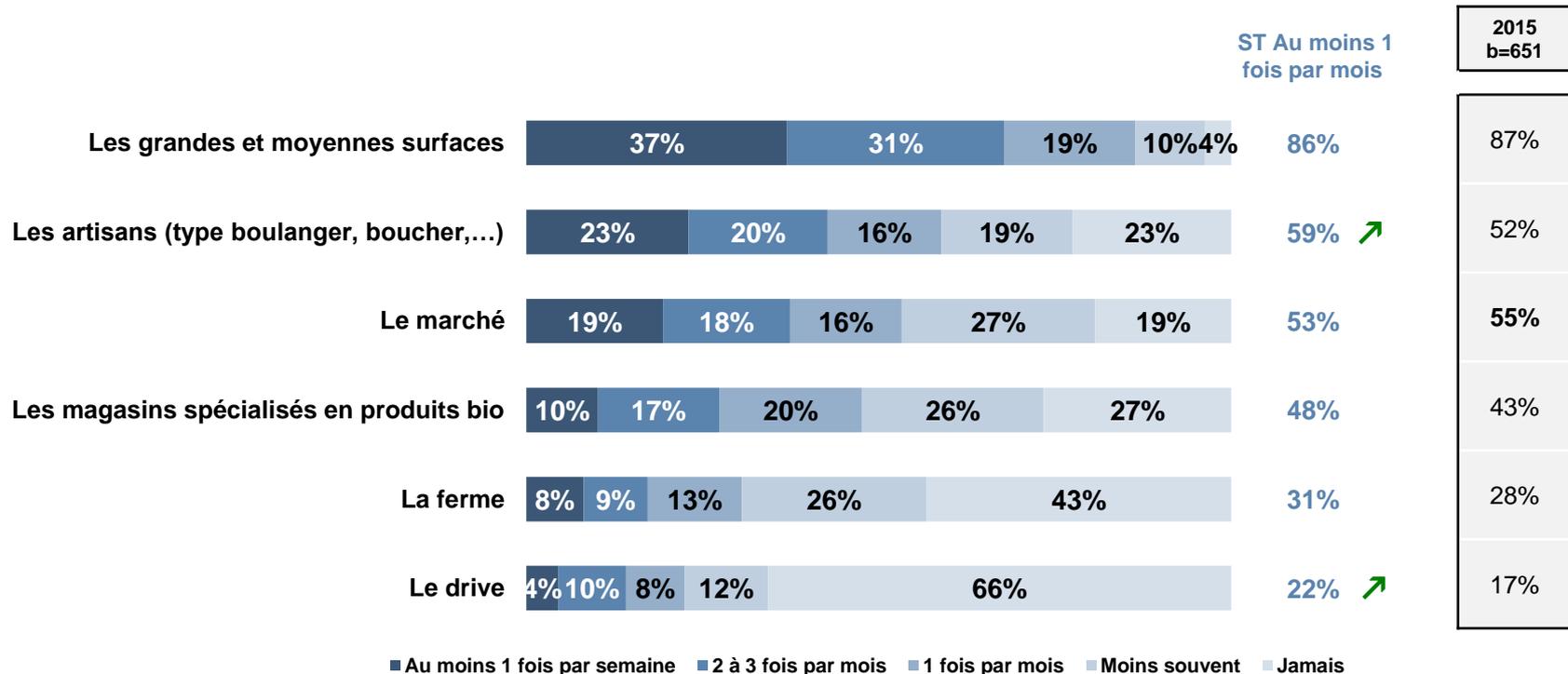
	Magasins spécialisés en produits Bio	Marché	Grandes et moyennes surfaces	Artisans	A la ferme	Via le drive	Autres	N'achete pas ce produit	Ne sait pas	
Pâtes, riz, autres céréales (232)	32%	1%	58%	2%	0%	5%	1%	-	1%	100%
Café, thé, infusion (205)	30%	-	57%	4%	1%	3%	5%	-	0%	100%
Produits à base de soja (174)	30%	2%	58%	1%	2%	4%	1%	2%	-	100%
Autres produits d'épicerie (189)	29%	2%	56%	3%	2%	7%	1%	0%	1%	100%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner (198)	27%	2%	57%	2%	-	9%	3%	-	1%	100%
Huile (166)	25%	1%	58%	3%	4%	5%	3%	-	1%	100%
Pain (242)	20%	6%	25%	41%	2%	2%	1%	1%	1%	100%
Vins (106)	18%	1%	38%	10%	2%	3%	27%	-	2%	100%
Jus de fruits (254)	15%	3%	67%	2%	3%	6%	2%	0%	2%	100%
Fruits et légumes (534)	15%	26%	36%	4%	8%	4%	4%	2%	1%	100%
Autres produits laitiers (253)	14%	4%	69%	1%	5%	7%	1%	-	-	100%
Fromages (273)	13%	19%	43%	10%	8%	4%	2%	-	1%	100%
Porc, charcuterie, agneau (139)	11%	9%	35%	19%	15%	4%	3%	1%	2%	100%
Lait (292)	11%	2%	71%	3%	7%	5%	-	1%	1%	100%
Poissons, coquillages et crustacés (97)	9%	17%	45%	16%	1%	4%	6%	1%	-	100%
Volaille (262)	9%	12%	41%	12%	16%	5%	4%	1%	1%	100%
Oeufs (447)	8%	10%	57%	2%	12%	4%	4%	1%	1%	100%
Boeuf, veau (180)	6%	8%	37%	24%	16%	4%	3%	1%	1%	100%
Autres boissons (32)	base faible									100%
Compléments alimentaires (48)	base faible									100%

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

# FRÉQUENCE D'ACHAT PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION

Base Consommateurs  
Bio : 688

Q205B. Parmi les circuits de distribution suivants, à quelle fréquence y allez-vous pour acheter des produits biologiques ?



↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# FRÉQUENCE D'ACHAT PAR CIRCUIT DE DISTRIBUTION; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base Consommateurs  
Bio : 688

Q205B. Parmi les circuits de distribution suivants, à quelle fréquence y allez-vous pour acheter des produits biologiques ?

Au moins 1 fois par mois

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	688	321	367	66	112	179	176	155	222	204	262
Les grandes et moyennes surfaces	86%	86%	87%	83%	81%	88%	87%	89%	86%	86%	87%
Les artisans	59%	60%	58%	55%	57%	60%	64%	55%	64%	57%	56%
Le marché	53%	59%	48%	50%	44%	49%	59%	60%	56%	48%	55%
Les magasins spécialisés en produits bios	48%	48%	47%	47%	50%	49%	46%	46%	52%	48%	43%
La ferme	31%	32%	30%	26%	31%	30%	34%	30%	31%	35%	27%
Le drive	22%	21%	23%	31%	36%	33%	14%	7%	28%	31%	11%

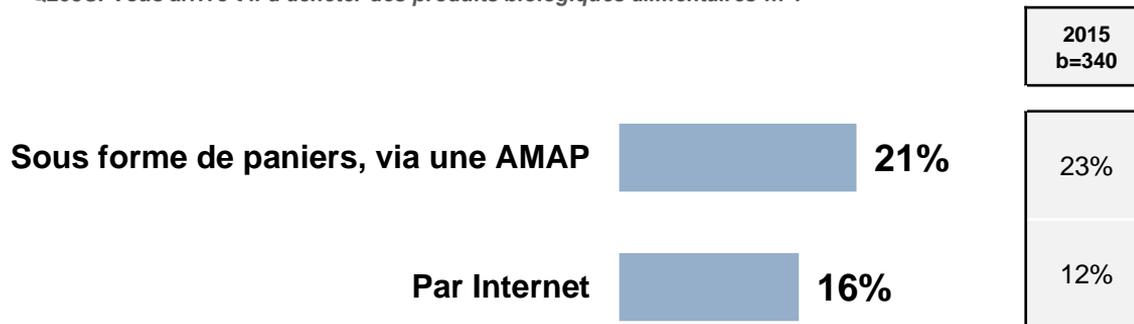
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	688	133	49	52	43	69	84	79	90	89
Les grandes et moyennes surfaces	86%	90%	base faible	base faible	base faible	88%	88%	85%	80%	85%
Les artisans	59%	56%				64%	68%	65%	63%	54%
Le marché	53%	50%				57%	53%	57%	60%	54%
Les magasins spécialisés en produits bios	48%	53%				39%	54%	51%	45%	46%
La ferme	31%	20%				44%	37%	28%	33%	27%
Le drive	22%	20%				23%	25%	23%	17%	19%

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

# L'ACHAT DE PRODUITS BIO VIA INTERNET OU SOUS FORME DE PANIERS

Base Consommateurs  
Bio : 688

Q205C. Vous arrive-t-il d'acheter des produits biologiques alimentaires ... ?



	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	688	321	367	66	112	179	176	155	222	204	262
Sous forme de paniers, via une AMAP	21%	20%	21%	17%	28%	24%	19%	16%	25%	24%	15%
Par Internet	16%	17%	15%	20%	25%	22%	8%	9%	18%	19%	11%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	688	133	49	52	43	69	84	79	90	89
Sous forme de paniers, via une AMAP	21%	17%	base faible	base faible	base faible	18%	28%	21%	17%	24%
Par Internet	16%	23%				6%	17%	14%	17%	10%

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

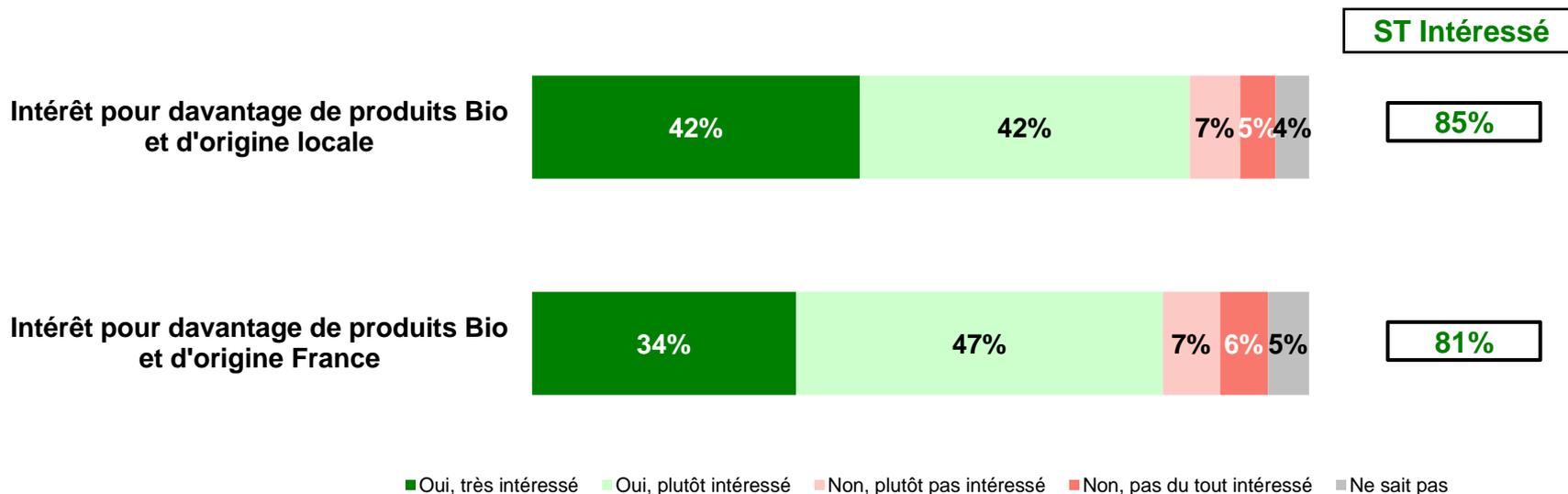
# INTÉRÊT POUR L'ORIGINE DES PRODUITS BIOLOGIQUES

Base total Français :  
1002

Q210A. Etes-vous intéressé(e) par davantage de produits Bio et d'origine locale ?

Q210B. Etes-vous intéressé(e) par davantage de produits Bio et d'origine France ?

Nouvelles questions 2016



# INTÉRÊT POUR L'ORIGINE DES PRODUITS BIOLOGIQUES; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Nouvelles questions 2016

Base total Français :  
1002

Q210B. Etes-vous intéressé(e) par davantage de produits Bio et d'origine France ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
<b>ST Intéressé</b>	81%	79%	83%	75%	85%	82%	81%	81%	88%	79%	78%
Oui, très intéressé(e)	34%	31%	37%	26%	44%	36%	35%	26%	45%	33%	26%
Oui, plutôt intéressé(e)	47%	49%	46%	49%	40%	46%	45%	55%	43%	45%	52%
<b>ST Non intéressé</b>	14%	15%	12%	17%	10%	13%	13%	15%	8%	16%	15%
Non, plutôt pas intéressé(e)	7%	9%	6%	9%	6%	8%	8%	7%	4%	11%	7%
Non, pas du tout intéressé(e)	6%	6%	6%	8%	5%	6%	5%	8%	4%	5%	9%
Je ne sais pas	5%	6%	5%	8%	5%	5%	6%	4%	4%	5%	7%
	Ensemble	Régions UDA9									
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE	
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125	
<b>ST Intéressé</b>	81%	86%	80%	80%	75%	85%	79%	81%	80%	80%	
Oui, très intéressé(e)	34%	38%	31%	42%	31%	31%	31%	27%	35%	38%	
Oui, plutôt intéressé(e)	47%	47%	50%	38%	44%	54%	48%	54%	45%	42%	
<b>ST Non intéressé</b>	14%	11%	11%	16%	20%	7%	15%	14%	16%	15%	
Non, plutôt pas intéressé(e)	7%	7%	7%	10%	13%	5%	8%	5%	6%	7%	
Non, pas du tout intéressé(e)	6%	4%	4%	6%	7%	2%	6%	9%	10%	8%	
Je ne sais pas	5%	4%	9%	4%	5%	8%	6%	4%	4%	5%	

Q210A. Etes-vous intéressé(e) par davantage de produits Bio et d'origine locale ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1002	472	530	94	164	265	254	225	300	304	398
<b>ST Intéressé</b>	85%	83%	86%	80%	88%	86%	83%	84%	90%	84%	81%
Oui, très intéressé(e)	42%	41%	43%	35%	47%	42%	47%	37%	52%	41%	35%
Oui, plutôt intéressé(e)	42%	42%	43%	45%	41%	44%	37%	47%	38%	43%	46%
<b>ST Non intéressé</b>	11%	13%	9%	10%	7%	12%	11%	13%	7%	11%	14%
Non, plutôt pas intéressé(e)	7%	9%	4%	6%	3%	8%	7%	7%	5%	8%	7%
Non, pas du tout intéressé(e)	5%	4%	5%	4%	4%	4%	4%	6%	2%	4%	7%
Je ne sais pas	4%	4%	5%	9%	5%	3%	5%	3%	3%	4%	6%
	Ensemble	Régions UDA9									
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE	
<i>Total brut</i>	1002	184	82	69	75	100	124	112	131	125	
<b>ST Intéressé</b>	85%	86%	85%	84%	79%	88%	88%	84%	83%	82%	
Oui, très intéressé(e)	42%	39%	39%	54%	32%	44%	39%	42%	44%	49%	
Oui, plutôt intéressé(e)	42%	47%	46%	30%	46%	44%	49%	42%	38%	33%	
<b>ST Non intéressé</b>	11%	9%	9%	12%	17%	6%	11%	11%	15%	12%	
Non, plutôt pas intéressé(e)	7%	6%	9%	6%	11%	5%	5%	6%	8%	5%	
Non, pas du tout intéressé(e)	5%	3%	-	6%	6%	1%	5%	6%	6%	7%	
Je ne sais pas	4%	4%	6%	4%	4%	6%	2%	4%	3%	6%	

# LES GMS : LIEU PRINCIPAL D'ACHAT DES PRODUITS BIOLOGIQUES

## Auprès des consommateurs de produits biologiques

- **Les produits biologiques sont principalement achetés en grandes et moyennes surfaces** pour près de 8 consommateurs sur 10, mais nombreux sont ceux qui en achètent aussi auprès :
  - des **magasins spécialisés** (31%), notamment pour les produits d'épicerie, le café/thé et infusions, les produits à base de soja et les biscuits/produits pour petit déjeuner,
  - du **marché** (28%), notamment pour les fruits et légumes et le fromage,
  - des **artisans** (26% vs 21% en 2015) pour le pain (41%), les autres boissons et le porc/charcuterie/agneau,
  - de **la ferme** (18%), avant tout pour la volaille et les autres boissons.
- Le **drive** progresse pour la seconde année consécutive (8% vs 5% en 2015 vs 2% en 2014).
- **La fréquence d'achat de produits bio montre aussi une habitude de consommation de plus en plus ancrée auprès des Français.**
- Les **GMS** restent le circuit le plus souvent fréquenté (37% des consommateurs s'y rendent au moins une fois par semaine / 86% au moins une fois par mois), viennent ensuite les **artisans** (23% / 59% vs 52% en 2015), le **marché** (19% / 53%) et les magasins spécialisés (10% / 48%).
- La **ferme** et le **drive** sont moins souvent fréquentés, mais on notera la progression de ce dernier (22% utilisent le service de drive au moins une fois par mois vs 17% en 2015, notamment les jeunes et les actifs).
- L'achat par Internet de produits bio reste minoritaire mais est tout de même pratiqué par un consommateur sur 6, surtout chez les 25-34 ans (25% d'entre eux) et en Ile De France (23%).



**2.4**

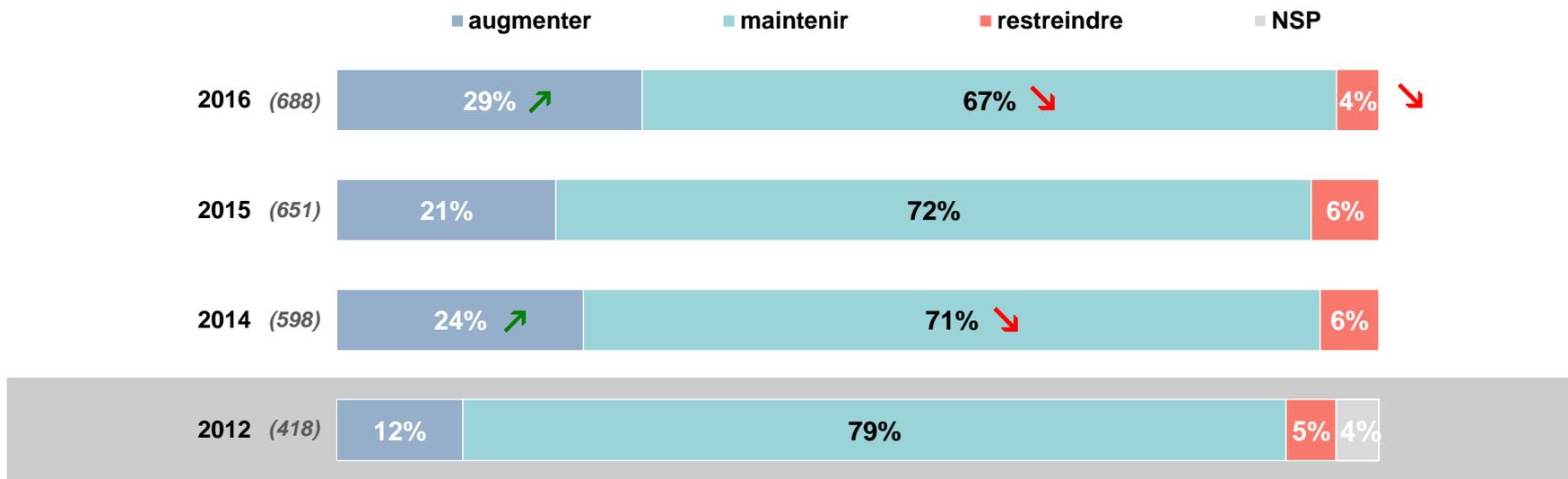
---

# Perspectives et avenir

# CONSOMMATION FUTURE ENVISAGÉE

Base Consommateurs  
Bio

Q213. Avez-vous l'intention dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits biologiques ?



↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# CONSOMMATION FUTURE ENVISAGÉE; CRITÈRES DISCRIMINANTS

Base Consommateurs  
Bio

Q213. Avez-vous l'intention dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits biologiques ?

	Ensemble	Sexe		Age					CSP répondant		
		Homme	Femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	688	321	367	66	112	179	176	155	222	204	262
Vous avez l'intention de l'augmenter	29%	26%	32%	24%	32%	29%	32%	27%	37%	25%	26%
Vous avez l'intention de la maintenir	67%	69%	65%	65%	62%	65%	67%	72%	59%	68%	72%
Vous avez l'intention de la restreindre	4%	5%	3%	11%	5%	6%	1%	1%	4%	6%	2%

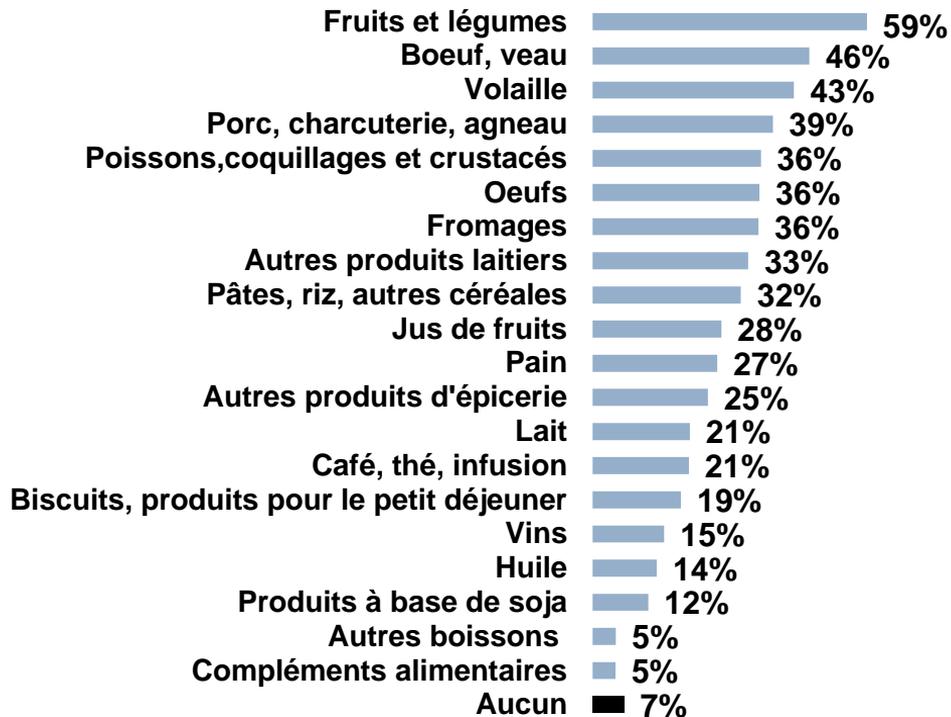
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	688	133	49	52	43	69	84	79	90	89
Vous avez l'intention de l'augmenter	29%	34%	base faible	base faible	base faible	20%	22%	32%	28%	32%
Vous avez l'intention de la maintenir	67%	62%				75%	73%	64%	70%	67%
Vous avez l'intention de la restreindre	4%	4%				4%	5%	4%	2%	1%

\*Attention, base < 80 interviews : base limite

# PRÉVISION D'AUGMENTATION DE CONSOMMATION : SUR QUELS PRODUITS

Base A l'intention dans les 6 prochains mois, d'augmenter sa consommation BIO de.. : 269

Q214. Sur quels produits biologiques en particulier avez-vous l'intention d'augmenter votre consommation de produits biologiques ?



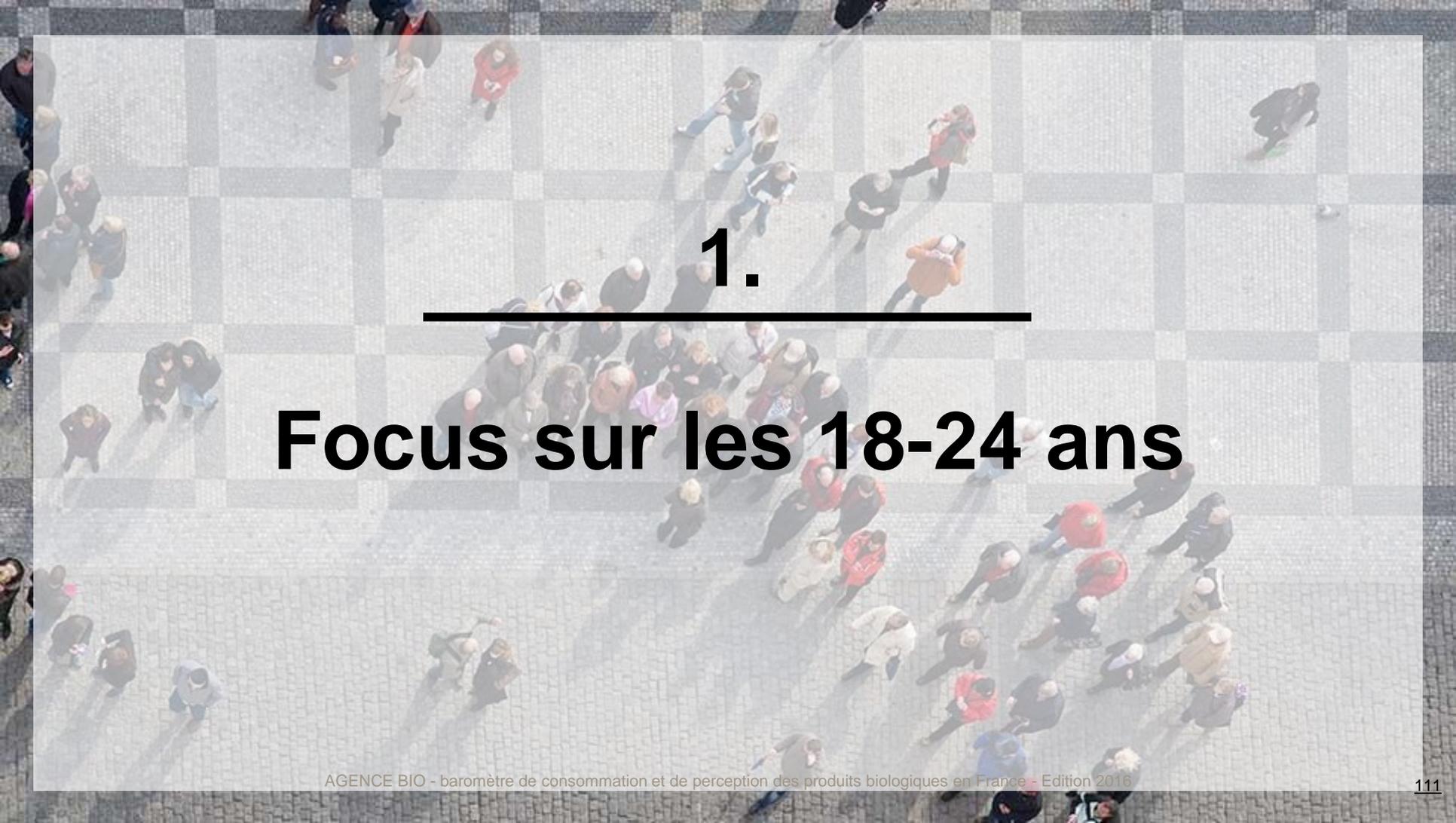
# PRÈS DE 6 CONSOMMATEURS SUR 10 ONT L'INTENTION DE CONSOMMER DAVANTAGE DE PRODUITS BIO TELS QUE DES FRUITS ET LÉGUMES, DE LA VIANDE, DU POISSON ET DES ŒUFS

## Auprès des consommateurs de produits biologiques

- La part des consommateurs ayant l'intention d'augmenter leur part de consommation de produits biologiques au cours des 6 prochains mois est à nouveau en progression cette année (29% vs 21% en 2015 vs 24% en 2014), parmi lesquels les CSP+ (37%) sont plus nombreux à l'envisager.
- Parmi les consommateurs envisageant d'accroître leur consommation en bio, les produits privilégiés restent :
  - Les fruits et légumes (59%);
  - Les viandes : le bœuf et le veau (46%), la volaille (43%), le porc, l'agneau et la charcuterie (39%) ;
  - Le poisson, les coquillages et crustacés (36%), nouveaux au classement des produits privilégiés ;
  - Les œufs (36%).

An aerial photograph of a large crowd of people walking on a checkered floor. The word "ANNEXES" is written in large, bold, black capital letters across the center of the image. A thick black horizontal line is positioned above the text.

# ANNEXES

An aerial photograph of a large crowd of people walking on a checkered floor. The floor consists of large, light-colored square tiles. The people are scattered across the frame, some in small groups and some alone. The lighting is bright, casting soft shadows. The overall scene is busy and dynamic.

**1.**

---

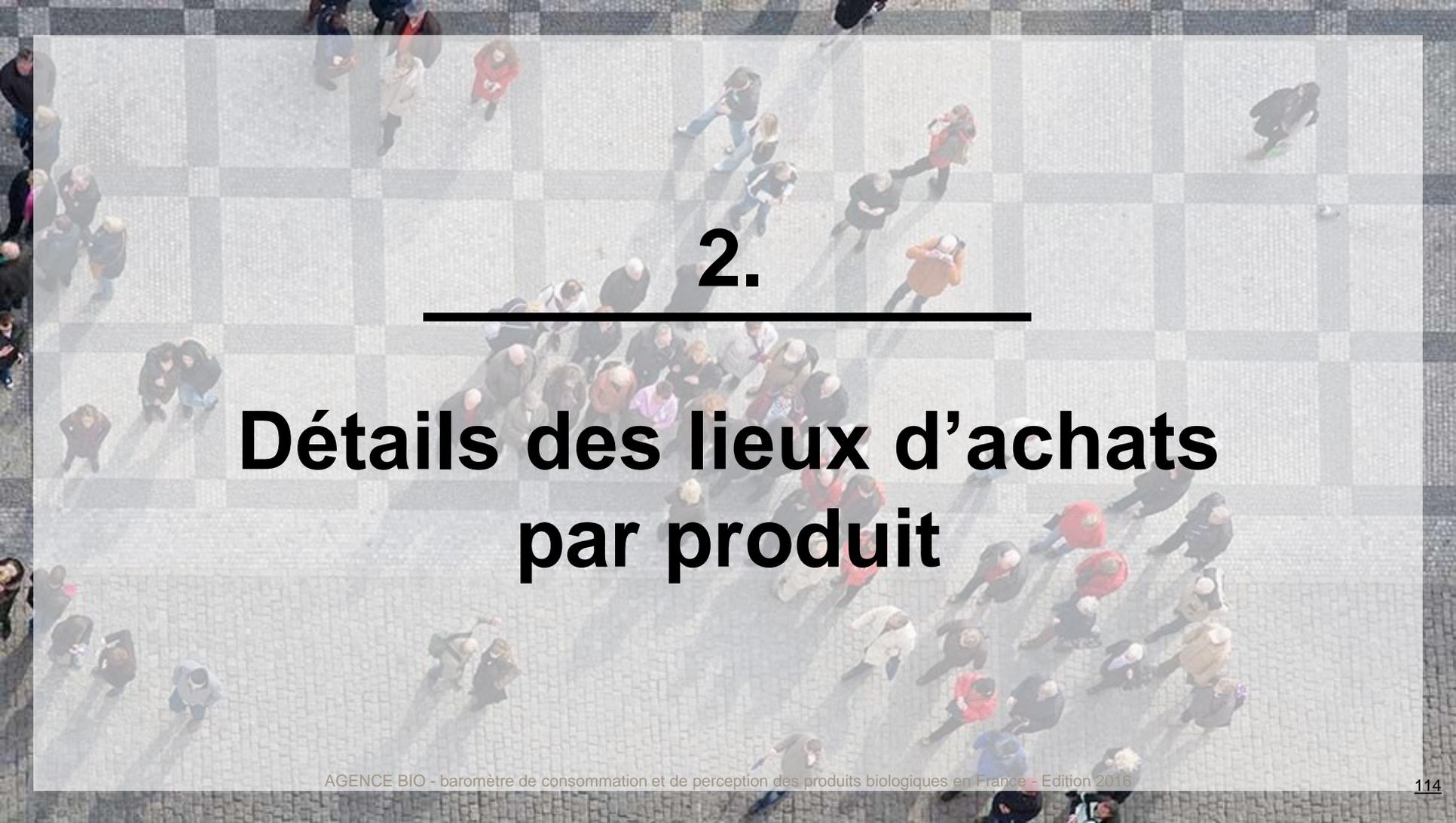
# Focus sur les 18-24 ans

# FOCUS SUR LES 18-24 ANS (9% DU TOTAL ÉCHANTILLON)

	Ensemble des Français	18-24 ans	
		Score supérieur à la moyenne des Français	Score inférieur à la moyenne des Français
<b>Budget consacré aux produits alimentaires biologiques</b>			
- Est resté stable	55%	66%	
<b>Ancienneté de consommation</b>			
- Consommateurs depuis 2 ans ou moins	29%	48%	
<b>Produits BIO consommés</b>			
- Viande	49%		36%
- Autres produits laitiers (yaourt, beurre,...)	37%		24%
- Poissons, coquillages et crustacés	14%		6%
<b>Type de consommateur</b>			
- Engagé : souhaite le développement de l'agriculture bio et consommation responsable	55%	66%	
<b>Lieux d'intérêt où trouver davantage de produits biologiques</b>			
- Chez les bouchers/charcutiers	67%		48%
- Chez les fromagers	53%		42%
- Chez les poissonniers	42%		32%
<b>Raisons de consommation des produits BIO</b>			
- En raison d'allergie ou suivi d'un régime alimentaire particulier	7%	14%	
- Préserver sa santé	66%		41%
<b>Freins à la consommation de produits BIO au global (1+2+3)</b>			
- Les produits biologiques sont trop chers	89%	96%	
<b>Achat de produits locaux</b>			
- Privilégie les produits locaux dans les actes d'achat (ST Oui)	97%		90%
<b>Image des produits BIO</b>			
- Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé	88%		82%

# FOCUS SUR LES 18-24 ANS (9% DU TOTAL ÉCHANTILLON)

	Ensemble des Français	18-24 ans	
		Score supérieur à la moyenne des Français	Score inférieur à la moyenne des Français
<b>Image de l'agriculture BIO</b>			
- Cahier des charges public précis	89%		79%
- A des exigences spécifiques pour le bien-être et l'alimentation des animaux	87%		77%
- Ne contiennent ni colorant, ni arôme artificiel	76%		67%
<b>Notoriété du logo Européen</b>			
- Connaît	48%	58%	
<b>Intention de consommation de produits BIO</b>			
- A l'intention de restreindre	6%	13%	



**2.**

---

# Détails des lieux d'achats par produit

# LIEUX D'ACHAT - FRUITS ET LÉGUMES BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 534

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

		2015 b=507	2014 b=496	2012 b=344
Grandes et moyennes surfaces	 36%	40%	42%	32%
Marché	 26%	30%	30%	24%
Magasins spécialisés en produits Bio	 15%	12%	14%	10%
A la ferme	 8%	9%	9%	9%
Via le drive	 4% 	2%	1%	2%
Artisans (boulangier, boucher,...)	 4%	3%	3%	1%
Autres	 4%	3%	4%	3%
N'achète pas ce produit Bio	 2%	1% 	4%	-
Ne sait pas	 1%	-	<1%	20%

  Évolution significative d'une année sur l'autre

# LIEUX D'ACHAT - LAIT BIOLOGIQUE

Base Consommateurs  
du produit Bio : 292

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

2015  
b=244

2014  
b=223

2012  
b=180

	2015 b=244	2014 b=223	2012 b=180
Grandes et moyennes surfaces	71%	74%	80%
Magasins spécialisés en produits Bio	11%	11%	6%
A la ferme	7%	4%	11%
Via le drive	5%	3%	< 1%
Artisans (boulangers, bouchers,...)	3%	2%	-
Marché	2%	6%	1%
Autres	-	-	-
N'achète pas ce produit Bio	1%	1%	-
Ne sait pas	1%	-	1%

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT - FROMAGE BIOLOGIQUE

Base Consommateurs  
du produit Bio : 273

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

		2015 b=253	2014 b=207	2012 b=170
Grandes et moyennes surfaces	 43%	46%	50%	48%
Marché	 19%	20%	20%	21%
Magasins spécialisés en produits Bio	 13%	13%	15%	14%
Artisans (boulangier, boucher,...)	 10%	7%	5%	5%
A la ferme	 8%	11%	8%	10%
Via le drive	 4%	2%	1%	1%
Autres	 2%	2%	< 1%	-
N'achète pas ce produit Bio	-	-	1%	-
Ne sait pas	 1%	-	-	1%

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT - AUTRES PRODUITS LAITIERS BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 253

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

		2015 b=210	2014 b=185	2012 b=161
Grandes et moyennes surfaces	 69%	69%	72%	80%
Magasins spécialisés en produits Bio	 14%	14%	15%	12%
Via le drive	 7%	6%	2%	1%
A la ferme	 5%	4%	5%	2%
Marché	 4%	5%	2%	4%
Artisans (boulangers, bouchers,...)	 1%	1%	1%	-
Autres	 1%	1%	1%	-
N'achète pas ce produit Bio	-	-	2%	-
Ne sait pas	-	-	-	< 1%

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT - ŒUFS BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 447

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

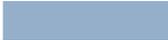
	2015 b=346	2014 b=345	2012 b=276
<b>Grandes et moyennes surfaces</b>  <b>57%</b>	54%	52%	52%
<b>A la ferme</b>  <b>12%</b>	16%	16%	25%
<b>Marché</b>  <b>10%</b>	11%	12%	13%
<b>Magasins spécialisés en produits Bio</b>  <b>8%</b>	6%	9%	7%
<b>Via le drive</b>  <b>4%</b>	3%	1%	2%
<b>Artisans (boulangier, boucher,...)</b>  <b>2%</b>	3%	3%	1%
<b>Autres</b>  <b>4%</b>	4%	4%	<1%
<b>N'achète pas ce produit Bio</b>  <b>1%</b>	3%	3%	-
<b>Ne sait pas</b>  <b>1%</b>	-	-	1%

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT - PÂTES, RIZ, ET AUTRES CÉRÉALES BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 232

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

		2015 b=211	2014 b=186	2012 b=147
Grandes et moyennes surfaces	 58%	59%	65%	77%
Magasins spécialisés en produits Bio	 32%	34%	29%	23%
Via le drive	 5%	3%	2%	-
Artisans (boulangier, boucher,...)	 2%	1%	2%	-
Marché	 1%	1%	-	-
A la ferme	 <1%	-	1%	-
Autres	 1%	1%	1%	-
N'achète pas ce produit Bio	-	-	< 1%	-
Ne sait pas	 1%	<1%	-	< 1%

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT - HUILE BIOLOGIQUE

Base Consommateurs  
du produit Bio : 166

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

		2015 b=134	2014 b=115	2012 b=90
Grandes et moyennes surfaces	 58%	57%	58%	67%
Magasins spécialisés en produits Bio	 25%	19%	23%	23%
Via le drive	 5%	7%	4%	-
A la ferme	 4%	2%	3%	5%
Artisans (boulangier, boucher,...)	 3%	3%	5%	3%
Marché	 1%	4%	1%	1%
Autres	 3%	6%	5%	-
N'achète pas ce produit Bio	-	2%	-	-
Ne sait pas	 1%	-	-	1%

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT - AUTRES PRODUITS D'ÉPICERIE BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 189

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

		2015 b=178	2014 b=138	2012 b=112
Grandes et moyennes surfaces	 56%	63%	63%	66%
Magasins spécialisés en produits Bio	 29%	27%	28%	25%
Via le drive	 7%	3%	1%	-
Artisans (boulangier, boucher,...)	 3%	1%	1%	3%
Marché	 2%	2%	1%	4%
A la ferme	 2%	1%	2%	1%
Autres	 1%	1%	1%	-
N'achète pas ce produit Bio	 <1%	1%	2%	-
Ne sait pas	 1%	-	-	1%

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT - VOLAILLE BIOLOGIQUE

Base Consommateurs  
du produit Bio : 262

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

	2015 b=192	2014 b=174	2012 b=143
<b>Grandes et moyennes surfaces</b>  <b>41%</b>	42%	36%	36%
<b>A la ferme</b>  <b>16%</b>	17%	24%	32%
<b>Artisans (boulangier, boucher,...)</b>  <b>12%</b>	15%	12%	14%
<b>Marché</b>  <b>12%</b>	9%	13%	11%
<b>Magasins spécialisés en produits Bio</b>  <b>9%</b>	7%	9%	5%
<b>Via le drive</b>  <b>5%</b>	2%	1%	2%
<b>Autres</b>  <b>4%</b>	5%	3%	-
<b>N'achète pas ce produit Bio</b>  <b>1%</b>	2%	2%	-
<b>Ne sait pas</b>  <b>1%</b>	-	-	-

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT – BŒUF, VEAU BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 180

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

		2015 b=137	2014 b=138	2012 b=87
Grandes et moyennes surfaces	 37%	32%	31%	37%
Artisans (boulangier, boucher,...)	 24%	23%	23%	24%
A la ferme	 16%	23%	22%	25%
Marché	 8%	4% ↘	12%	4%
Magasins spécialisés en produits Bio	 6% ↘	13%	10%	9%
Via le drive	 4%	2%	1%	-
Autres	 3%	3%	3%	-
N'achète pas ce produit Bio	1%	-	-	-
Ne sait pas	1%	-	-	2%

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# LIEUX D'ACHAT - PORC, CHARCUTERIE, AGNEAU BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 139

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

		2015 b=103	2014 b=94	2012 b=71
Grandes et moyennes surfaces	 35%	40%	29%	34%
Artisans (boulangier, boucher,...)	 19%	15%	25%	17%
A la ferme	 15%	22%	19%	33%
Magasins spécialisés en produits Bio	 11%	13%	9%	8%
Marché	 9%	6%	12%	8%
Via le drive	 4% ↗	-	2%	-
Autres	 3%	3%	2%	-
N'achète pas ce produit Bio	 1%	2%	2%	-
Ne sait pas	 2%	-	-	-

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# LIEUX D'ACHAT – POISSONS, COQUILLAGES ET CRUSTACÉS BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 97

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

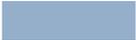
	2015 b=86	2014 b=67	2012 b=53
Grandes et moyennes surfaces  45%	45%	46%	47%
Marché  17%	20%	12%	17%
Artisans (boulangers, bouchers,...)  16%	16%	14%	11%
Magasins spécialisés en produits Bio  9%	5% 	17%	16%
Via le drive  4%	3%	3%	3%
A la ferme  1%	3%	-	-
Autres  6%	6%	6%	7%
N'achète pas ce produit Bio  1%	1%	1%	-
Ne sait pas -	-	-	-

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT - PAIN BIOLOGIQUE

Base Consommateurs  
du produit Bio : 242

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

	2015 b=201	2014 b=187	2012 b=160
Artisans (boulangers, bouchers,...)  41%	39%	33%	29%
Grandes et moyennes surfaces  25%	26%	24%	34%
Magasins spécialisés en produits Bio  20%	20%	23%	20%
Marché  6%	7%	11%	11%
A la ferme  2%	2%	1%	1%
Via le drive  2%	1%	1%	1%
Autres  1%	1%	3%	4%
N'achète pas ce produit Bio  1%	4%	4%	-
Ne sait pas  1%	1%	-	1%

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT - JUS DE FRUITS BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 254

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

2015  
b=257

2014  
b=196

2012  
b=133

	2015 b=257	2014 b=196	2012 b=133
Grandes et moyennes surfaces	67%	73%	71%
Magasins spécialisés en produits Bio	15%	14%	17%
Via le drive	6%	4%	3%
Marché	3%	2%	2%
A la ferme	3%	2%	2%
Artisans (boulangers, bouchers,...)	2%	1%	2%
Autres	2%	2%	1%
N'achète pas ce produit Bio	<1%	1%	1%
Ne sait pas	2%	1%	1%

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT - VIN BIOLOGIQUE

Base Consommateurs  
du produit Bio : 106

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

		2015 b=103	2014 b=96	2012 b=54
Grandes et moyennes surfaces	 38%	43%	45%	34%
Magasins spécialisés en produits Bio	 18%	22%	22%	22%
Artisans (boulangers, bouchers,...)	 10%	5%	10%	15%
Via le drive	 3%	1%	1%	6%
A la ferme	 2% ↘	10%	7%	11%
Marché	 1%	2%	1%	1%
Autres	 27%	16%	10%	9%
N'achète pas ce produit Bio	-	2%	3%	-
Ne sait pas	 2%	-	-	2%

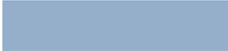
↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# LIEUX D'ACHAT - AUTRES BOISSONS BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 32\*

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

\* Attention bases très faibles

		2015 b=28*	2014 b=19*	2012 b=13*
<b>Grandes et moyennes surfaces</b>	 <b>43%</b>	47%	40%	70%
<b>Magasins spécialisés en produits Bio</b>	 <b>38%</b>	37%	35%	15%
<b>Marché</b>	 <b>6%</b>	-	5%	-
<b>Via le drive</b>	 <b>3%</b>	6%	-	-
<b>A la ferme</b>	 <b>3%</b>	4%	5%	-
<b>Autres</b>	 <b>6%</b>	3%	7%	-
<b>N'achète pas ce produit Bio</b>	<b>-</b>	3%	7%	-

\*Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT - CAFÉ, THÉ, INFUSIONS BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 205

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

2015  
b=163

2014  
b=153

2012  
b=109

Grandes et moyennes surfaces  57% ↘

67% 63% 69%

Magasins spécialisés en produits Bio  30%

22% 25% 29%

Artisans (boulangier, boucher,...)  4%

2% 2% 1%

Via le drive  3%

1% 3% 1%

A la ferme  1%

1% - -

Marché -

1% 2% -

Autres  5%

5% 4% -

N'achète pas ce produit Bio -

1% 1% -

Ne sait pas  <1%

- - -

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# LIEUX D'ACHAT - PRODUITS À BASE DE SOJA BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 174

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

		2015 b=117	2014 b=110	2012 b=86
Grandes et moyennes surfaces	 58%	62%	65%	66%
Magasins spécialisés en produits Bio	 30%	28%	29%	27%
Via le drive	 4%	1%	2%	2%
Marché	 2%	4%	2%	1%
A la ferme	 2%	-	-	2%
Artisans (boulangers, bouchers,...)	 1%	1%	1%	1%
Autres	 1%	3%	-	-
N'achète pas ce produit Bio	 2%	1%	1%	-
Ne sait pas	-	1%	-	-

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*

# LIEUX D'ACHAT - BISCUITS, PRODUITS POUR PETIT DÉJEUNER BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 198

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

		2015 b=170	2014 b=143	2012 b=109
Grandes et moyennes surfaces	 57% ↘	69%	66%	85%
Magasins spécialisés en produits Bio	 27%	23%	26%	14%
Via le drive	 9%	4%	2%	-
Artisans (boulangers, bouchers,...)	 2%	1% ↘	4%	-
Marché	 2%	2%	2%	-
A la ferme	-	-	-	-
Autres	 3%	<1%	-	-
N'achète pas ce produit Bio	-	1%	1%	-
Ne sait pas	 1%	-	-	1%

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# LIEUX D'ACHAT - COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES BIOLOGIQUES

Base Consommateurs  
du produit Bio : 48\*

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

		2015 b=52*	2014 b=52*	2012 b=25*
Magasins spécialisés en produits Bio	 35%	49%	50%	55%
Grandes et moyennes surfaces	 23%	20%	23%	28%
Artisans (boulangers, bouchers,...)	 4%	4%	-	6%
Autres	 34%	26%	25%	-
N'achète pas ce produit Bio	 4%	-	-	-
Ne sait pas	-	2%	-	9%

\*Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

*Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre*



**3.**

---

# **Fiches récapitulatives par produits**

# NOTE DE LECTURE DES FICHES

## EXEMPLE DE LA CONSOMMATION DE FRUITS ET LÉGUMES BIOLOGIQUES



Les fruits et légumes biologiques sont consommés par :

- 53% des Français
- 78% des consommateurs de produits biologiques



La consommation de cette catégorie est entièrement biologique pour :

- 10% des Français
- 14% des consommateurs de produits biologiques
- 19% des consommateurs-acheteurs de fruits et légumes biologiques



A noter : Les chiffres en rouge dans les tableaux qui suivent sont les chiffres présents dans le rapport, sur les bases réellement interrogées.

# FICHE RÉCAPITULATIVE DES 5 GRANDES FAMILLES DE PRODUITS

## FRUITS & LÉGUMES, PRODUITS LAITIERS, ÉPICERIE, VIANDE, BOISSONS

		Français	Consommateurs de produits biologiques
<i>Base</i>		1002	688
FRUITS & LÉGUMES	Produit biologique consommé par...	53%	78%
PRODUITS LAITIERS	Produit biologique consommé par...	48%	71%
ÉPICERIE	Produit biologique consommé par...	35%	51%
VIANDE	Produit biologique consommé par...	34%	49%
BOISSONS	Produit biologique consommé par...	30%	44%

# FICHE : FRUITS & LÉGUMES BIOLOGIQUES



Fruits et légumes bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Fruits et légumes bio
	1002	688	526
<b>Produit biologique consommé par...</b>	53%	78%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	19%	27%	36%
1 an à 5 ans	27%	40%	52%
Moins d'1 an	6%	9%	12%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	10%	14%	19%
Plus de la moitié	24%	34%	45%
Moins de la moitié	19%	28%	36%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	19%	28%	36%
Marché	14%	20%	26%
Magasins spécialisés en produits Bio	8%	12%	15%
A la ferme	4%	7%	9%
Artisans	2%	3%	3%
Via le drive			4%

# FICHE : LAIT BIOLOGIQUE



Lait bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Lait bio
	1002	688	240
<b>Produit biologique consommé par...</b>	29%	42%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	8%	11%	32%
1 an à 5 ans	12%	17%	49%
Moins d'1 an	5%	7%	20%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	11%	16%	45%
Plus de la moitié	8%	12%	35%
Moins de la moitié	5%	7%	21%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	17%	25%	71%
Magasins spécialisés en produits Bio	3%	4%	11%
A la ferme	2%	2%	7%
Via le drive	1%	2%	5%
Artisans	1%	1%	3%
Marché	1%	1%	2%

# FICHE : FROMAGES BIOLOGIQUES



Fromages bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Fromages bio
	1002	688	270
<b>Produit biologique consommé par...</b>	27%	40%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	8%	11%	29%
1 an à 5 ans	13%	19%	49%
Moins d'1 an	6%	8%	22%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	3%	5%	13%
Plus de la moitié	12%	17%	45%
Moins de la moitié	12%	17%	43%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	12%	17%	43%
Marché	5%	8%	19%
Magasins spécialisés en produits Bio	3%	5%	13%
Artisans	3%	4%	10%
A la ferme	2%	3%	8%
Via le drive			4%

# FICHE : AUTRES PRODUITS LAITIERS BIOLOGIQUES



Autres produits laitiers bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Autres produits laitiers bio
	1002	688	248
<b>Produit biologique consommé par...</b>	25%	37%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	8%	12%	32%
1 an à 5 ans	13%	19%	53%
Moins d'1 an	4%	6%	15%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	4%	6%	17%
Plus de la moitié	12%	17%	47%
Moins de la moitié	9%	13%	36%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	17%	25%	69%
Magasins spécialisés en produits Bio	3%	5%	14%
Via le drive	2%	2%	6%
Marché	1%	1%	4%
A la ferme	1%	2%	5%
Artisans	0%	0%	1%

# FICHE : ŒUFS BIOLOGIQUES



Œufs bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Œufs bio
	1002	688	441
<b>Produit biologique consommé par...</b>	45%	65%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	16%	23%	36%
1 an à 5 ans	23%	33%	52%
Moins d'1 an	5%	8%	12%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	22%	32%	49%
Plus de la moitié	13%	19%	30%
Moins de la moitié	9%	13%	20%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	25%	37%	57%
A la ferme	6%	8%	13%
Marché	4%	6%	10%
Magasins spécialisés en produits Bio	4%	5%	8%
Via le drive	2%	3%	4%
Artisans	1%	1%	2%

# FICHE : PÂTES, RIZ ET AUTRES CÉRÉALES BIOLOGIQUES



Pâtes, Riz... bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Pâtes, Riz... bio
	1002	688	228
<b>Produit biologique consommé par...</b>	23%	34%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	6%	9%	27%
1 an à 5 ans	12%	17%	53%
Moins d'1 an	5%	7%	21%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	4%	6%	19%
Plus de la moitié	11%	17%	50%
Moins de la moitié	7%	10%	31%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	13%	19%	58%
Magasins spécialisés en produits Bio	7%	11%	32%
Via le drive	1%	2%	5%
Artisans	0%	1%	2%
Marché	0%	0%	1%
A la ferme	0%	0%	0%

# FICHE : HUILE BIOLOGIQUE



Huile bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Huile bio
	1002	688	164
<b>Produit biologique consommé par...</b>	17%	24%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	6%	8%	35%
1 an à 5 ans	8%	12%	49%
Moins d'1 an	3%	4%	16%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	7%	10%	41%
Plus de la moitié	7%	10%	42%
Moins de la moitié	3%	4%	17%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	10%	14%	58%
Magasins spécialisés en produits Bio	4%	6%	26%
Via le drive	1%	1%	5%
A la ferme	1%	1%	4%
Artisans	0%	1%	3%
Marché	0%	0%	1%

# FICHE : AUTRES PRODUITS D'ÉPICERIE BIOLOGIQUES



Autres produits d'épicerie bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Autres produits d'épicerie bio
	1002	688	186
<b>Produit biologique consommé par...</b>	19%	27%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	6%	9%	34%
1 an à 5 ans	10%	14%	52%
Moins d'1 an	3%	4%	14%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	3%	5%	17%
Plus de la moitié	8%	11%	41%
Moins de la moitié	8%	11%	42%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	10%	15%	56%
Magasins spécialisés en produits Bio	5%	8%	29%
Via le drive	1%	2%	7%
Artisans	1%	1%	3%
Marché	0%	0%	2%
A la ferme	0%	0%	2%

# FICHE : VOLAILLES BIOLOGIQUES



Volailles bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Volailles bio
	1002	688	255
<b>Produit biologique consommé par...</b>	26%	38%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	8%	12%	32%
1 an à 5 ans	13%	19%	51%
Moins d'1 an	4%	6%	17%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	7%	10%	27%
Plus de la moitié	10%	15%	41%
Moins de la moitié	8%	12%	32%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	11%	15%	41%
A la ferme	4%	6%	16%
Artisans	3%	4%	12%
Marché	3%	4%	12%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	3%	9%
Via le drive			5%

# FICHE : BŒUF, VEAU BIOLOGIQUES



Bœuf, veau bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Bœuf, veau bio
	1002	688	178
<b>Produit biologique consommé par...</b>	18%	26%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	5%	7%	29%
1 an à 5 ans	10%	14%	54%
Moins d'1 an	3%	4%	17%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	3%	4%	16%
Plus de la moitié	7%	10%	38%
Moins de la moitié	8%	12%	46%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	7%	10%	38%
Artisans	4%	6%	24%
A la ferme	3%	4%	16%
Marché	1%	2%	8%
Magasins spécialisés en produits Bio	1%	2%	6%
Via le drive	1%	1%	4%

# FICHE : PORC, CHARCUTERIE, AGNEAU BIOLOGIQUES



Porc, Charcuterie, Agneau... bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Porc, Charcuterie, Agneau... bio
	1002	688	136
<b>Produit biologique consommé par...</b>	14%	20%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	5%	7%	35%
1 an à 5 ans	7%	10%	49%
Moins d'1 an	2%	3%	16%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	3%	4%	22%
Plus de la moitié	5%	8%	39%
Moins de la moitié	5%	8%	39%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	5%	7%	36%
Artisans	3%	4%	19%
A la ferme	2%	3%	15%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	2%	11%
Marché	1%	2%	9%
Via le drive	1%	1%	4%

# FICHE : POISSONS, COQUILLAGES ET CRUSTACÉS BIOLOGIQUES



Poissons, coquillages et crustacés bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Poissons, coquillages et crustacés bio
	1002	688	96
Produit biologique consommé par...	10%	14%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	4%	6%	41%
1 an à 5 ans	4%	6%	43%
Moins d'1 an	2%	2%	17%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	2%	3%	22%
Plus de la moitié	5%	7%	50%
Moins de la moitié	3%	4%	28%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	4%	6%	45%
Marché	2%	2%	17%
Artisans	2%	2%	17%
Magasins spécialisés en produits Bio	1%	1%	9%
Via le drive	0%	1%	4%
A la ferme	0%	0%	1%

# FICHE : PAIN BIOLOGIQUE



Pain bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Pain bio
	1002	688	240
<b>Produit biologique consommé par...</b>	24%	35%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	8%	12%	33%
1 an à 5 ans	11%	16%	46%
Moins d'1 an	5%	7%	21%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	4%	6%	17%
Plus de la moitié	11%	16%	45%
Moins de la moitié	9%	13%	38%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Artisans	10%	14%	42%
Grandes et moyennes Surfaces	6%	9%	25%
Magasins spécialisés en produits Bio	5%	7%	20%
Marché	1%	2%	6%
A la ferme	1%	1%	2%
Via le drive	0%	1%	2%

# FICHE : JUS DE FRUITS BIOLOGIQUES



Jus de fruits bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Jus de fruits bio
	1002	688	250
<b>Produit biologique consommé par...</b>	25%	37%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	6%	8%	23%
1 an à 5 ans	14%	21%	56%
Moins d'1 an	5%	8%	21%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	6%	8%	23%
Plus de la moitié	11%	16%	43%
Moins de la moitié	8%	12%	33%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	17%	24%	67%
Magasins spécialisés en produits Bio	4%	6%	16%
Via le drive	1%	2%	6%
Marché	1%	1%	3%
A la ferme	1%	1%	3%
Artisans	0%	1%	2%

# FICHE : VIN BIOLOGIQUE



Vin bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Vin bio
	1002	688	103
<b>Produit biologique consommé par...</b>	11%	15%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	2%	4%	23%
1 an à 5 ans	6%	8%	56%
Moins d'1 an	2%	3%	20%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	1%	1%	10%
Plus de la moitié	4%	5%	35%
Moins de la moitié	6%	8%	56%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	4%	6%	39%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	3%	19%
Artisans	1%	2%	11%
Via le drive	0%	0%	3%
A la ferme	0%	0%	2%
Marché	0%	0%	1%

# FICHE : AUTRES BOISSONS BIOLOGIQUES



Autres boissons bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Autres boissons bio
	1002	688	31
<b>Produit biologique consommé par...</b>	3%	5%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	2%	2%	51%
1 an à 5 ans	1%	2%	39%
Moins d'1 an	-	-	10%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	1%	1%	26%
Plus de la moitié	2%	2%	52%
Moins de la moitié	1%	1%	23%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	1%	2%	42%
Magasins spécialisés en produits Bio	1%	2%	39%
Marché	0%	0%	6%
Via le drive	0%	0%	3%
A la ferme	0%	0%	3%
Artisans	0%	0%	0%

Attention, base < 60 interviews : base faible

# FICHE : CAFÉ, THÉ, INFUSIONS BIOLOGIQUES



Café, thé, infusions... bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Café, thé, infusions... bio
	1002	688	202
<b>Produit biologique consommé par...</b>	20%	30%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	5%	7%	24%
1 an à 5 ans	11%	16%	55%
Moins d'1 an	4%	6%	21%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	5%	7%	23%
Plus de la moitié	10%	14%	49%
Moins de la moitié	6%	8%	28%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	11%	17%	57%
Magasins spécialisés en produits Bio	6%	9%	31%
Via le drive	1%	1%	3%
Artisans	1%	1%	4%
A la ferme	0%	0%	1%
Marché	0%	0%	0%

# FICHE : PRODUITS À BASE DE SOJA BIOLOGIQUE



Produits à base de soja bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Produits à base de soja bio
	1002	688	170
<b>Produit biologique consommé par...</b>	17%	25%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	5%	7%	30%
1 an à 5 ans	8%	11%	45%
Moins d'1 an	4%	6%	25%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	8%	12%	49%
Plus de la moitié	6%	8%	33%
Moins de la moitié	3%	4%	18%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	10%	15%	59%
Magasins spécialisés en produits Bio	5%	7%	30%
Via le drive	1%	1%	3%
Marché	0%	1%	2%
A la ferme	0%	0%	2%
Artisans	0%	0%	1%

# FICHE : BISCUITS, PRODUITS POUR PETIT DÉJEUNER BIOLOGIQUES



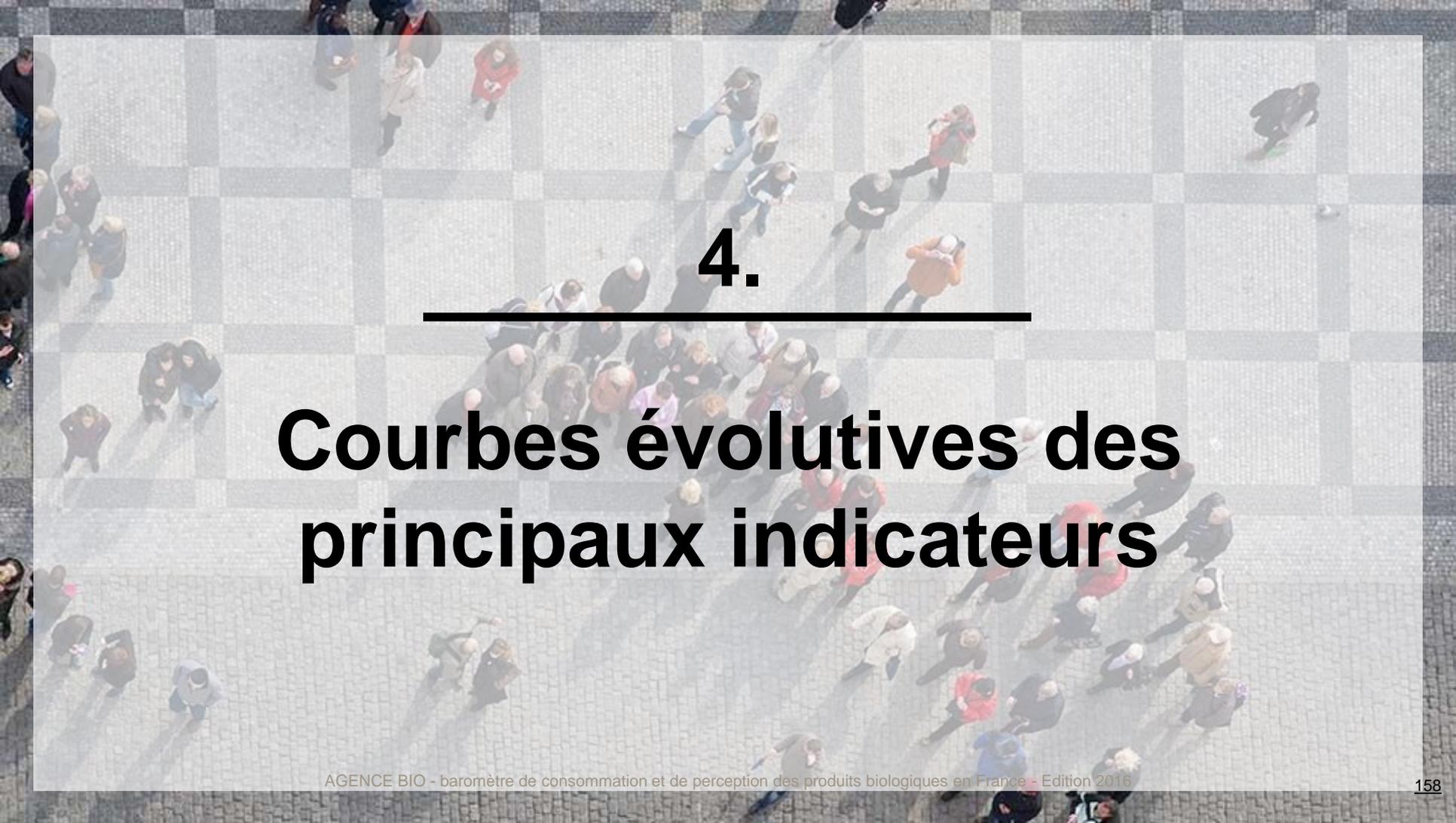
Biscuits, produits pour petit déjeuner bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Biscuits, produits pour petit déjeuner bio
	1002	688	193
Produit biologique consommé par...	20%	29%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	5%	7%	25%
1 an à 5 ans	11%	16%	57%
Moins d'1 an	3%	5%	18%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	5%	7%	25%
Plus de la moitié	8%	12%	43%
Moins de la moitié	6%	9%	32%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	11%	16%	57%
Magasins spécialisés en produits Bio	5%	8%	27%
Via le drive	2%	3%	9%
Artisans	0%	1%	2%
Marché	0%	0%	2%
A la ferme	0%	0%	0%

# FICHE : COMPLÉMENTS ALIMENTAIRES BIOLOGIQUES



Compléments alimentaires bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Compléments alimentaires bio
	1002	688	46
<b>Produit biologique consommé par...</b>	5%	7%	
<b>Ancienneté de consommation :</b>			
Plus de 5 ans	2%	3%	44%
1 an à 5 ans	2%	3%	41%
Moins d'1 an	-	-	15%
<b>Part de produits biologiques :</b>			
Totalité	2%	3%	39%
Plus de la moitié	2%	3%	52%
Moins de la moitié	0%	1%	8%
<b>Principaux lieux d'achat :</b>			
Grandes et moyennes Surfaces	1%	2%	24%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	2%	37%
Artisans	0%	0%	4%

Attention, base < 60 interviews  
: base faible



4.

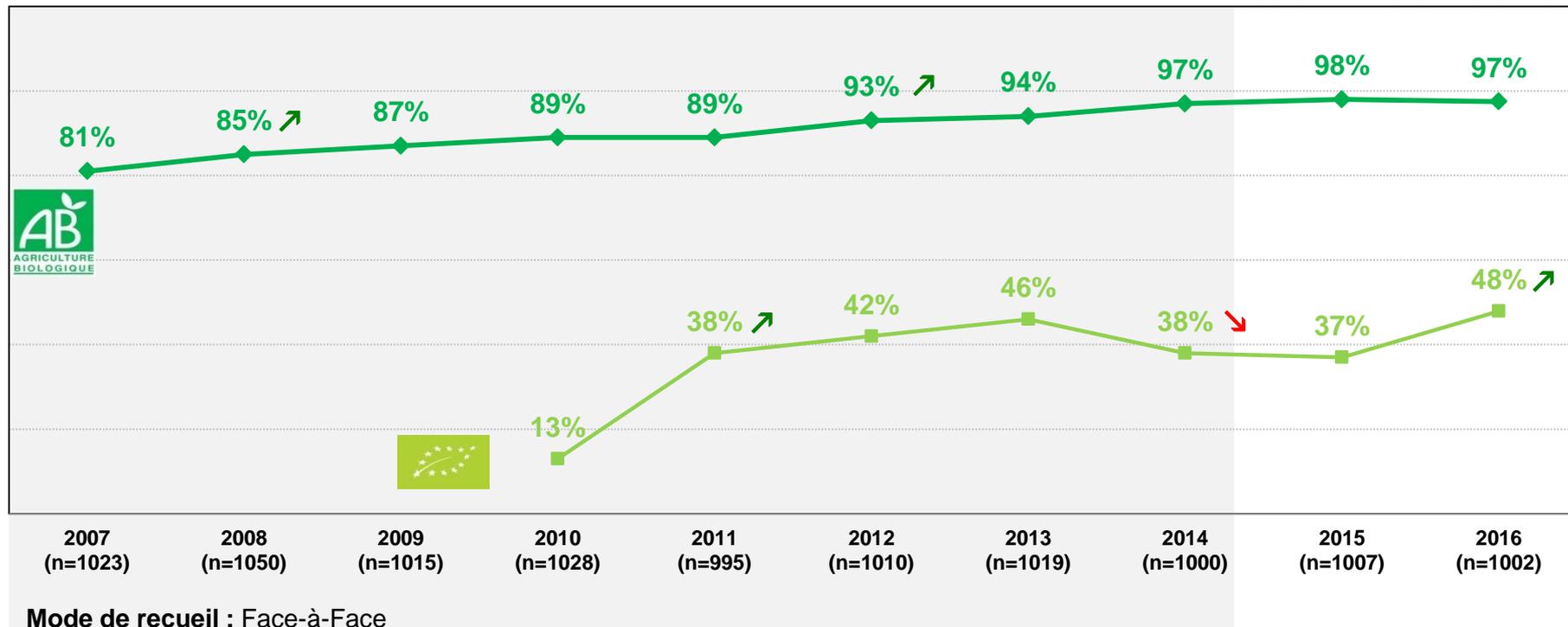
---

# Courbes évolutives des principaux indicateurs

# EVOLUTION DE LA CONNAISSANCE DES LOGOS

Base total Français

Q116/Q117. Connaissez-vous ces 2 logos ...

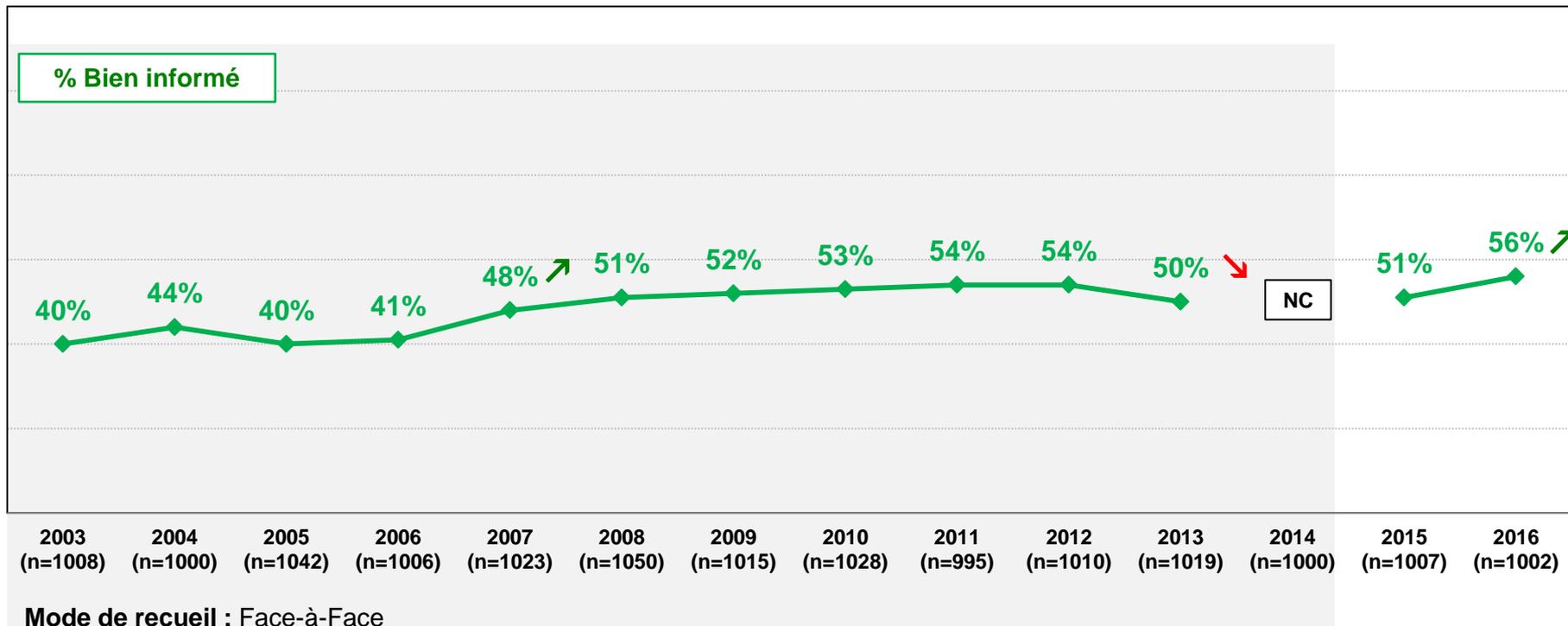


↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# EVOLUTION DE L'INFORMATION DU PUBLIC

Base total Français

Q108. D'une manière générale, pensez-vous être très bien, assez bien, assez peu ou très peu informé sur les produits biologiques ?

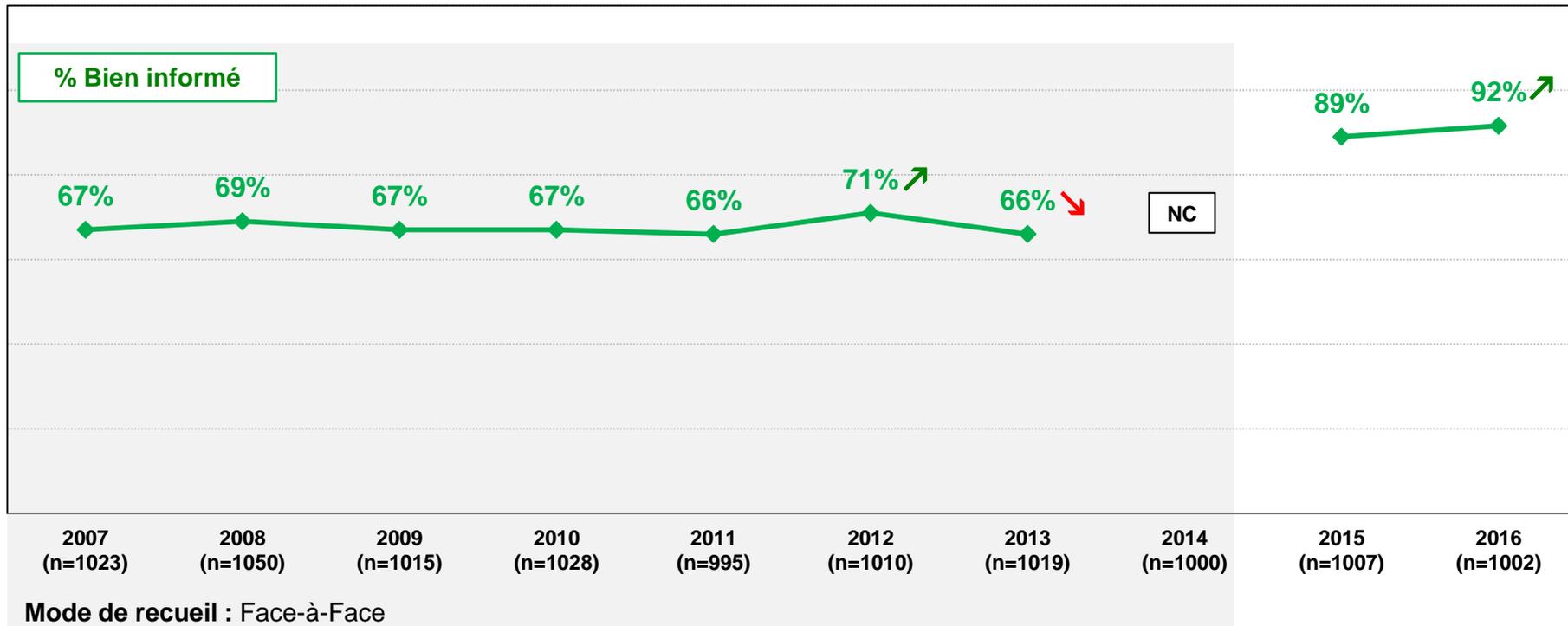


↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

# EVOLUTION DE L'ACHAT DE PRODUITS RESPECTUEUX DE L'ENVIRONNEMENT / DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Base total Français

Q115. De façon générale, dans vos actes d'achat, privilégiez-vous les produits respectueux de l'environnement et/ou des principes du développement durable ?



↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre



**[www.csa.eu](http://www.csa.eu) / [info@csa.eu](mailto:info@csa.eu)**  
10, rue Godefroy 92800 Puteaux  
Tel : 01.57.00.58.00



**[www.agencebio.org](http://www.agencebio.org) / [contact@agencebio.org](mailto:contact@agencebio.org)**  
6 rue Lavoisier 93100 Montreuil  
Tel : 01 48 70 48 30 – Fax : 01 48 70 48 45