

**DOSSIER
DE PRESSE**



**Baromètre de consommation et de perception
des produits biologiques en France
Agence BIO/Spirit Insight**

Dossier de presse - Février 2020

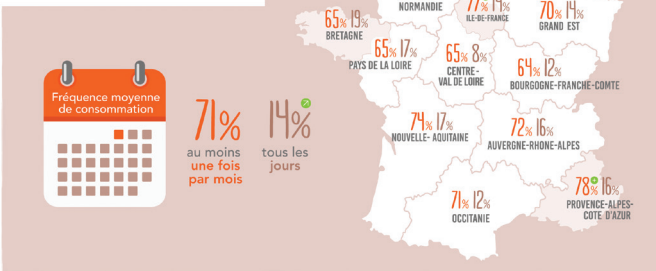
**Le bio sera-t-il le moteur de la tendance sociétale
du « consommer moins mais mieux » ?
Consommation, engagements et attentes des Français**

#BIOen2020

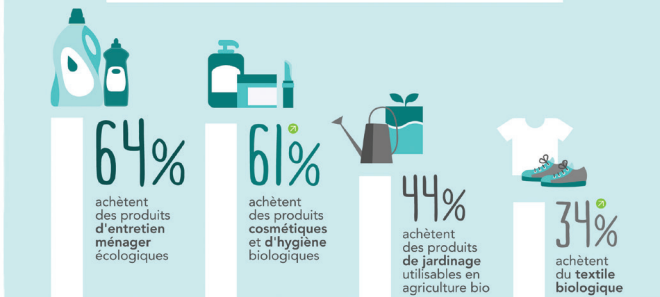


Les Français et le BIO

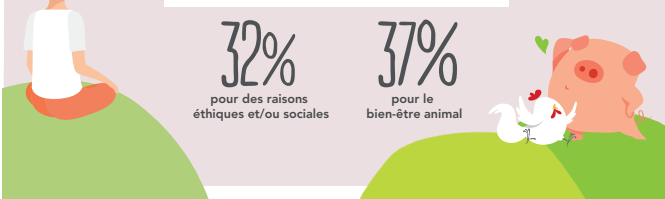
Des Français consommateurs de bio avec de légères différences régionales



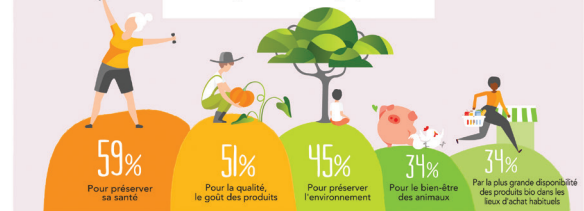
Une consommation éco-responsable des Français dans leurs achats non-alimentaires



La génération Z est la plus attachée à la consommation des produits bio pour des raisons éthiques et sociales et de bien-être animal



Les principales raisons de consommation actuelle de produits biologiques



Les principaux freins à la consommation de produits biologiques



Leurs lieux d'achat actuels et leurs attentes de consommation bio concernant les circuits (tous produits biologiques confondus)



METHODOLOGIE DE L'ENQUETE

Une étude **quantitative en ligne** via le panel SPIRIT INSIGHT, sur la base d'un questionnaire auto-administré d'une vingtaine de minutes comprenant : une première partie commune posée à tous les interviewés (14 minutes) et une seconde posée uniquement aux consommateurs de produits biologiques (au moins une fois par mois).

Un échantillon interrogé de **2 000 Français âgés de 18 ans et plus**, échantillon **représentatif de la population nationale**. Stratifié selon des quotas nationaux : genre du répondant, la catégorie socioprofessionnelle en 3 tranches (CSP+ /CSP - / inactifs), l'âge du répondant (en 5 tranches), les régions en 9 tranches (UDA 9) et la taille d'agglomération (avec une conversion en 13 nouvelles régions mais ne présentant pas la Corse du fait de bases trop faibles).

Le terrain a été réalisé du **15 au 27 novembre 2019**, pour rappel, dans un climat social toujours tendu en France.

Dans les tableaux, les différences significatives par rapport à l'ensemble de la cible, avec un intervalle de confiance à 95 % sont indiquées par des couleurs :



Et, lorsque l'intervalle de confiance est à un seuil de 99 %, les résultats significatifs sont indiqués par les mêmes couleurs plus foncées :



Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention suivante :

« Etude Spirit Insight pour l'Agence BIO »

Édito croisé Philippe HENRY et Florent GUHL

« CONSOMMER BIO », UNE REALITE SOLIDEMENT ANCREE DANS LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS 08

1. Les produits alimentaires bio : au cœur de la consommation des Français
2. Les produits bio hors alimentation : une dynamique confirmée

« CONSOMMER MIEUX ET BIO », UN ENGAGEMENT DIFFERENT EN FONCTION DES GENERATIONS 14

1. Les Français : prise de conscience et renouveau des habitudes alimentaires
2. Les jeunes : plus qu'une conviction, un engagement « militant »
3. Les séniors : un changement d'état d'esprit pour un acte « citoyen »

« CONSOMMER BIO ET PLUS ENCORE », LES ATTENTES DES FRANÇAIS 22

1. Plus d'informations et de transparence
2. Bio et proximité, une alliance plébiscitée par les Français !

EDITO CROISÉ PHILIPPE HENRY ET FLORENT GUHL



Philippe Henry, Président



Florent Guhl, Directeur

Le bio est aujourd'hui à une étape « charnière » de son histoire. L'un de ces moments clés au cours desquels les décisions prises ont un impact fondamental sur l'avenir de tout un secteur.

Lors des Assises Nationales de l'Agriculture Biologique du 14 novembre dernier, ce constat a été unanimement partagé par l'ensemble des acteurs du bio : producteurs, entreprises et distributeurs. A cette occasion, l'Agence BIO avait placé au cœur des échanges la question essentielle et centrale du « prix du bio ».

Ces dernières années, le bio a connu une croissance continue et soutenue, faisant de la France un exemple salué par ses voisins européens. Mieux, la production et la consommation de produits bio sont désormais, pour de nombreux Français, une évidence.

Et pourtant, ce succès soulève plusieurs questions : le modèle bio peut-il s'imposer définitivement dans le paysage agroalimentaire français ? Quels sont les leviers nécessaires à la poursuite de cette croissance ?

C'est, notamment, pour répondre à ces questions que l'Agence BIO a mené une étude auprès d'un échantillon représentatif de 2 000 Français de plus de 18 ans.

Premier enseignement de cette enquête, et non des moindres : même si les moins de 35 ans sont les « fers de lance » de la consommation, « l'envie de bio » est partagée par toutes les tranches d'âge de la population.

Pour autant, à chaque génération ses motivations ! Les jeunes, pour qui consommer bio est presque devenu un acte de militantisme, sont avant tout sensibles aux enjeux éthiques et environnementaux. Chez les plus de 50 ans, l'acte d'achat se veut de plus en plus « citoyen ». S'ils sont particulièrement attachés à la qualité du produit, ces derniers sont de plus en plus attentifs au respect des saisons et aux produits locaux.

Deuxième enseignement majeur : la grande majorité des Français interrogés se dit prête à changer sa façon de consommer. Cette révolution des habitudes à laquelle nous assistons inclut le bio bien sûr, mais aussi la lutte contre le gaspillage alimentaire, la limitation des emballages et le respect des agriculteurs.

Les travaux de la nouvelle commission sur la distribution créée fin 2019, réunissant autour de l'Agence BIO tous les distributeurs, magasins spécialisés en bio et grandes enseignes généralistes, porteront ainsi sur les attentes exprimées par les consommateurs français : plus de bio certes, mais du bio local, éthique et responsable !

Nous sommes à la croisée des chemins, plus que jamais mobilisés. En atteste l'organisation en France du Congrès Mondial de la Bio qui réunira, du 21 au 27 septembre prochains, plus de 2 200 congressistes à Rennes, pour échanger et débattre de l'agriculture biologique d'aujourd'hui et de demain.

« CONSOMMER BIO », UNE REALITE SOLIDEMENT ANCREE DANS LE QUOTIDIEN DES FRANÇAIS

LES PRODUITS ALIMENTAIRES BIO : AU CŒUR DE LA CONSOMMATION DES FRANÇAIS

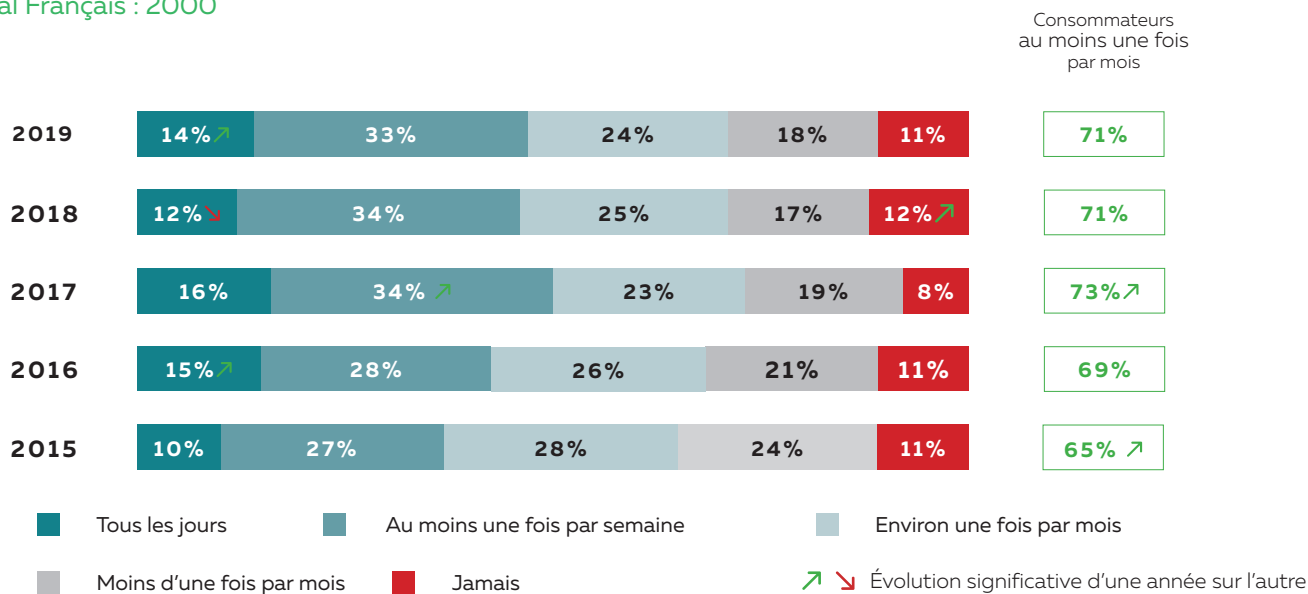
La consommation de produits alimentaires biologiques, telle que définie depuis 16 ans dans ce baromètre¹, se stabilise à un niveau très élevé. En effet :

- Près de **9 Français sur 10 consomment des produits biologiques** ne serait-ce que rarement, comme en 2018 ;
- **71 % en consomment au moins une fois par mois**, un niveau également stable depuis deux ans.

Ces résultats confirment que les produits alimentaires bio sont bel et bien installés dans le quotidien des Français.

Q1 : Avez vous consommé des produits biologiques au cours de ces 12 derniers mois ?

Base total Français : 2000



Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France – Edition 2020

Ce constat est renforcé par **la part croissante de consommateurs réguliers (au moins une fois par semaine)** (47 % des Français en 2019 vs 37 % en 2015).

Les consommateurs occasionnels (au moins une fois par mois) sont surreprésentés parmi les catégories socioprofessionnelles supérieures (83 %, dont 60 % qui en consomment une fois par semaine) et les habitants d'Ile-de-France (77 %).

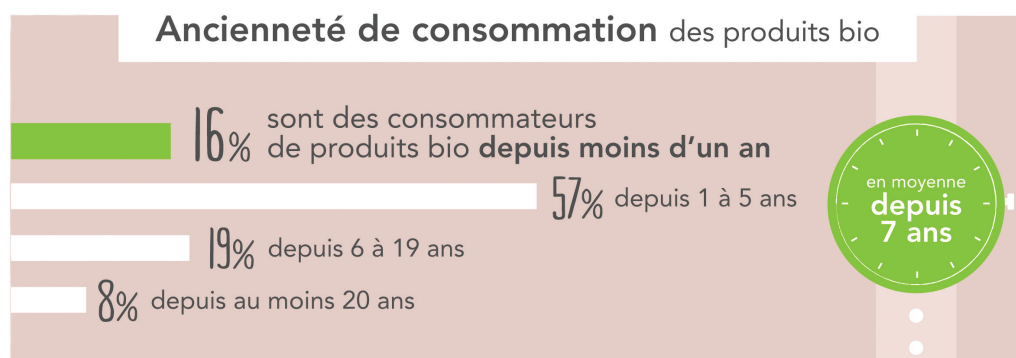
Quant aux **moins de 35 ans**, première génération à avoir grandi avec le développement de l'agriculture biologique en France, ils ont spontanément intégré le bio dans leur alimentation (72 % des 18-24 ans et 78 % des 25-34 ans en consomment régulièrement).

¹Un produit biologique est un produit défini par la loi notamment comme étant obtenu sans utilisation de produits chimiques de synthèse, ni d'OGM.

À l'inverse, **le taux de réfractaires**, qui ne consomment jamais de produits alimentaires bio, se stabilise à 11 %, un score stable depuis 5 ans. Ils sont surreprésentés chez les moins aisés (CSP - et inactifs), ainsi que chez les 50-64 ans (14 %).










Près des **3/4 des consommateurs bio le sont depuis moins de 6 ans**.

La part des nouveaux consommateurs de produits biologiques (depuis moins d'un an) enregistre une **belle progression** depuis deux ans (16 % en 2019 vs 9 % en 2017). Les néo-consommateurs sont naturellement surreprésentés au sein des jeunes générations (28 % des 18-24 ans et 21 % des 25-34 ans), mais également chez les CSP- et les habitants de Normandie.

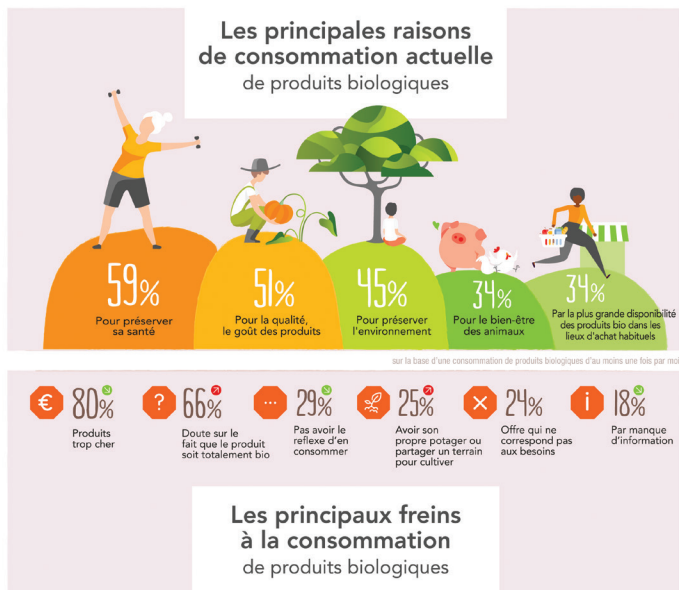


Q26. Depuis combien de temps consommez-vous des produits biologiques ?

Base Consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1420

	2018 b = 1417	2017 b = 732	2016 b = 688	2015 b = 651
Moins d'un an  16%	17% ↗	9%	12%	12%
1 an  3%	4%	3%	3%	3%
2 ans  13%	13%	14%	15%	11%
3 ans  16%	15%	16% ↗	11%	11%
4 ans  6%	6%	4%	6%	5%
5 ans  19%	18% ↘	22%	22%	23%
6 à 9 ans  6%	5% ↘	7%	7%	8%
10 à 19 ans  13%	14% ↘	18%	19%	20%
20 ans et plus  8%	8%	6%	7%	8%
Ancienneté moyenne = 7 ans	7 ans	7 ans	7 ans	7 ans
Consommateurs depuis 2 ans ou moins = 32%	34%	27%	29%	26%

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



POURQUOI CONSOMMER DES PRODUITS ALIMENTAIRES BIO ?

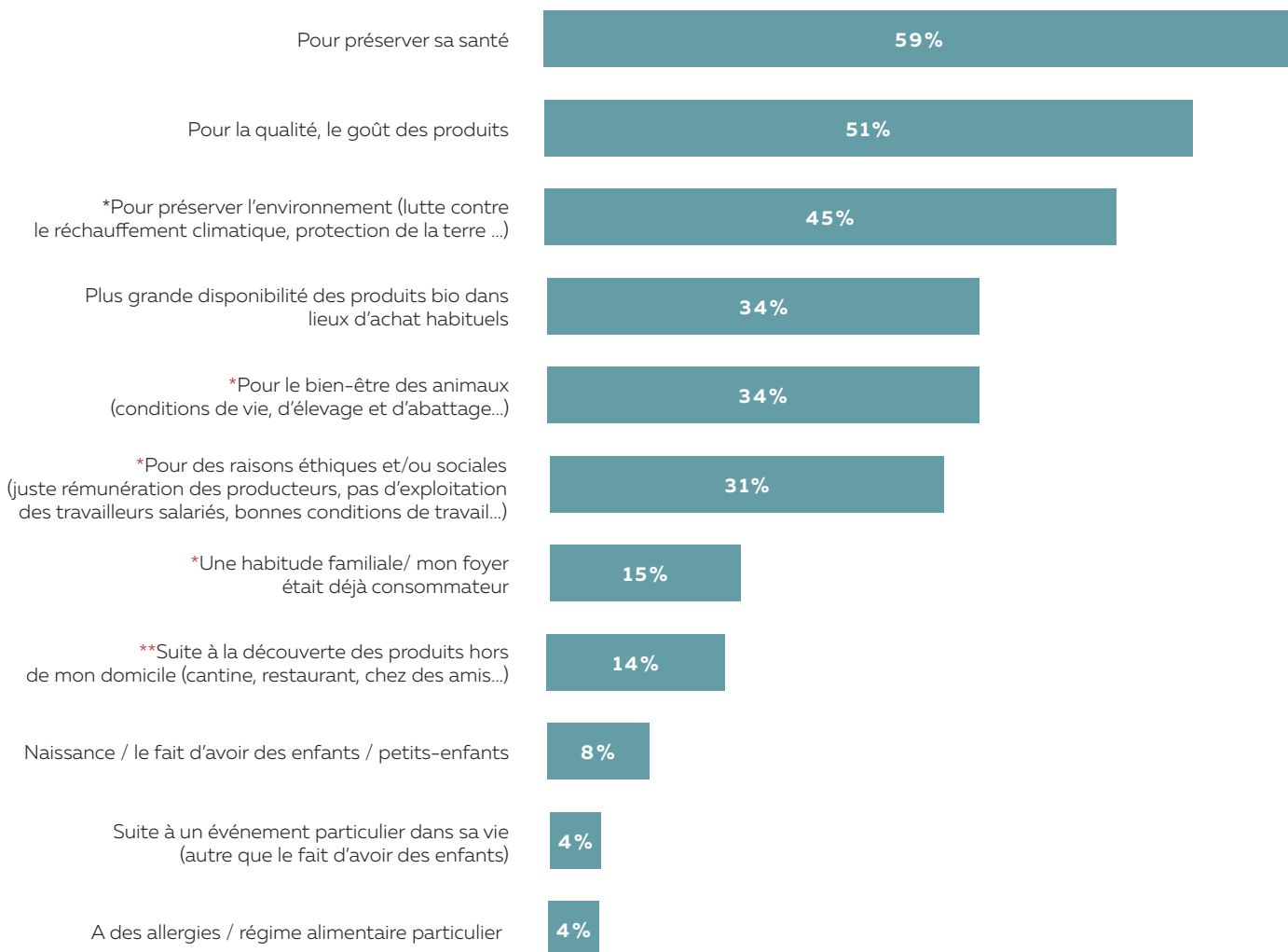
Parmi le Top 3 des raisons invoquées :

- La volonté de **préserver sa santé** apparaît en tête du classement par les répondants (59 %), particulièrement chez les 65 ans et plus (70 %), chez les 50-64 ans (67 %) et les femmes (63 %).
- **Le goût et la qualité des produits** se hissent en deuxième position (51 %), et ce de façon plus significative chez les 50-64 ans (60 %) et les inactifs (55 %).
- **La préservation de l'environnement** occupe la troisième place (45 %), ce sujet préoccupant significativement les femmes (51 %) et les inactifs (49 %).

Enfin, un tiers de consommateurs évoque **l'accessibilité de l'offre bio dans leurs lieux d'achats habituels**, ainsi que le bien-être animal. On observe enfin que les 18-24 ans placent au même niveau **des raisons éthiques et/ou sociales**.

Q27b. Et aujourd'hui, quelles sont toutes les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques

Base Consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1420



Autres raisons citées : « par curiosité, pour essayer » / « prix proche d'un produit non bio » / « produit que l'on ne trouve qu'en bio » / « en faisant son jardin / son potager »

* Item dont certaines précisions ont été apportées en 2019

** Nouvel item 2019

Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2020

Chez les consommateurs quotidiens de produits bio, la tendance à une consommation « exclusive » augmente encore en 2019 : **près d'1/5 des consommateurs quotidiens (19 %)** estiment la part de leur **consommation de produits bio à plus de 75 %** (vs 12 % en 2018).

Q1bis. A combien estimez-vous la part de votre consommation bio (en volume) dans votre consommation quotidienne ?



Base Consommateurs bio tous les jours 2019 : 285



Base Consommateurs bio tous les jours 2018 : 235

■ Moins de 25% ■ De 25% à moins de 50% ■ De 50% à 75% ■ Plus de 75%

Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2020

Globalement, **l'image des produits biologiques demeure très positive.**

En effet, les Français saluent :

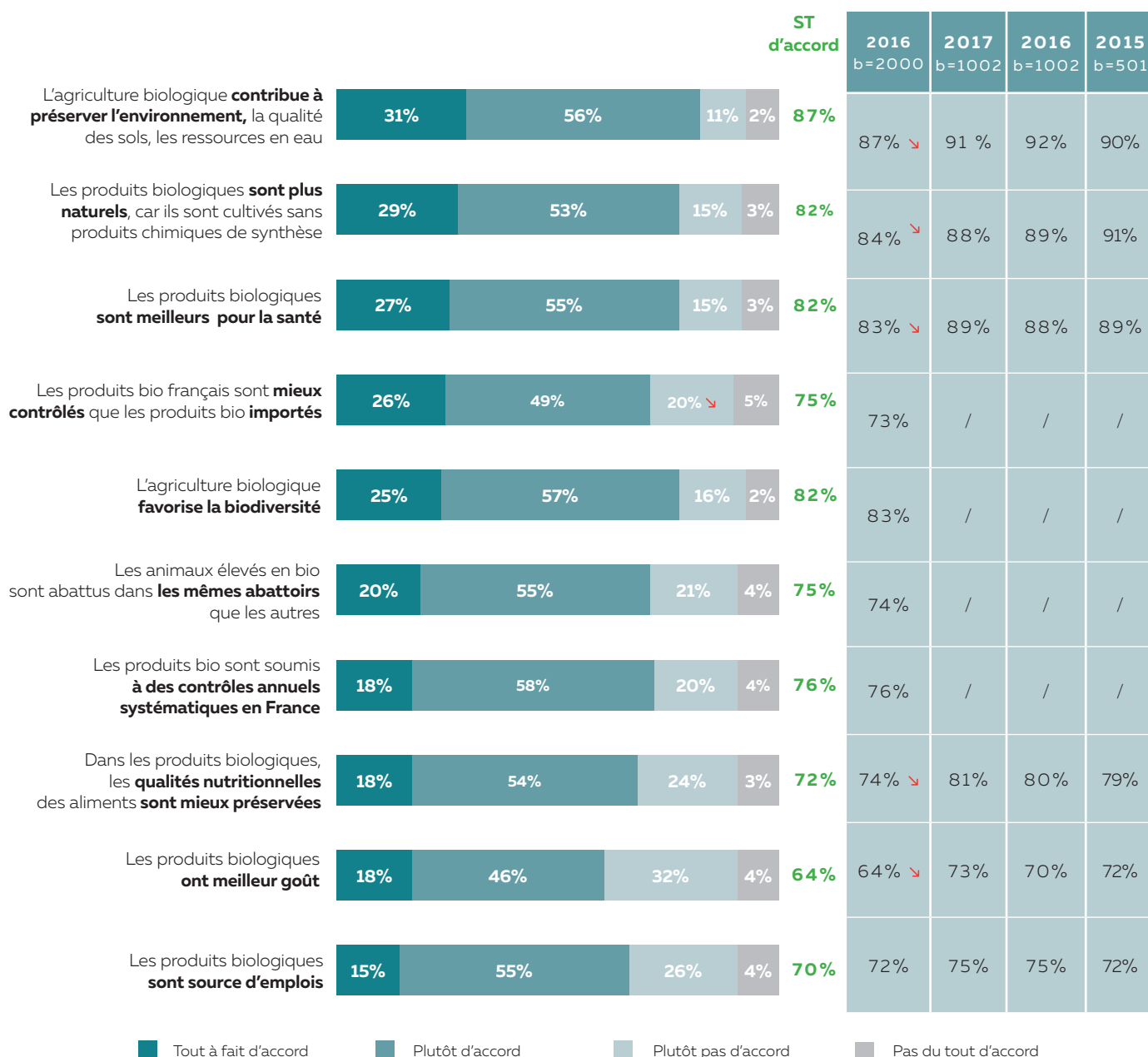
- leur impact positif sur l'environnement (87 %)
- leur caractère « plus naturel » (sans produit chimique de synthèse) (82 %),
- les bénéfices sur la santé (82 %),

Toutefois, plus d'un tiers de la population n'est pas convaincu que les produits bio aient réellement un meilleur goût que les autres. Ces résultats sont significativement plus prononcés auprès de consommateurs de produits biologiques. De même, plus d'une personne sur trois doute du fait qu'ils soient source de création d'emplois.

Q12. Parlons plus en détail des produits biologiques. 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 pas ou pas du tout d'accord.

Base total Français : 2000



LES PRODUITS BIO HORS ALIMENTATION : UNE DYNAMIQUE CONFIRMÉE

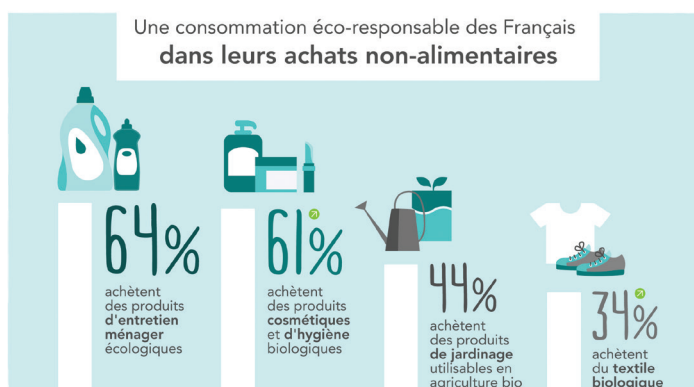
Le marché du bio hors alimentaire poursuit sa croissance, marquée par une forte accélération ces trois dernières années. Ainsi, **en 2019, 78 % des Français ont acheté un produit bio non alimentaire.**

Les **produits ménagers bio** maintiennent la première place du podium **des ventes de produits bio hors alimentaire** (64 %).

Ce sont les **produits cosmétiques** et d'hygiène bio (61 %) qui connaissent la **plus forte progression** (+ 16 points en deux ans), notamment chez les jeunes (25-34 ans).

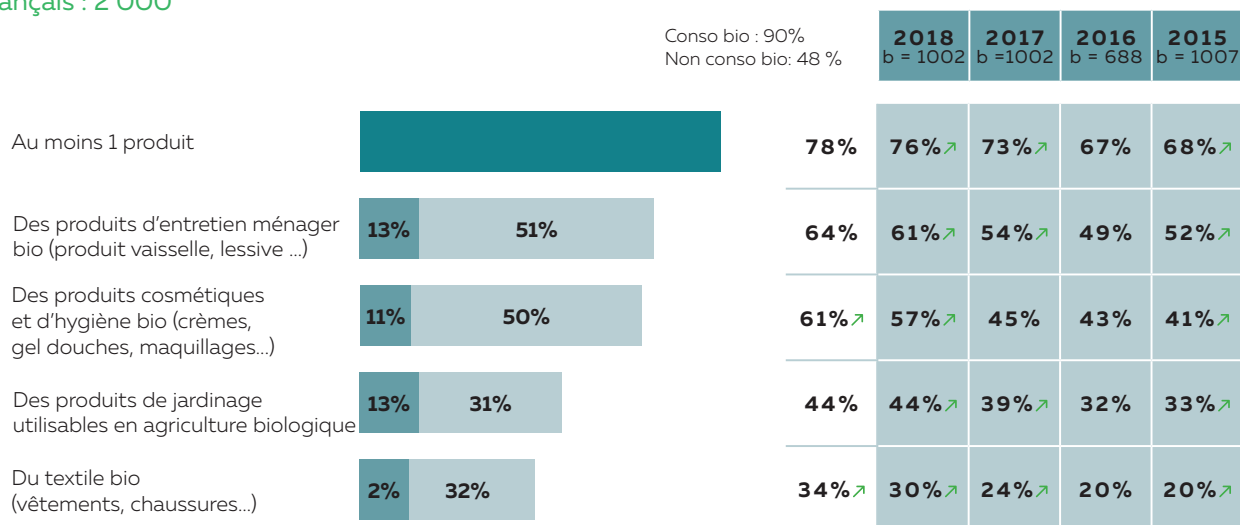
Le **textile bio** (34 %) connaît lui aussi une belle envolée (+ 10 points en deux ans).

Enfin, les achats de produits de jardinage (44 %) maintiennent quant à eux leur position après avoir enregistré une progression de + 5 points depuis 2017.



Q7. Au cours de l'année passée, avez-vous, vous-même ou quelqu'un de votre foyer, acheté des produits biologiques, autres que des produits alimentaires...

Base total Français : 2 000



■ Systématiquement

■ Occasionnellement



Évolution significative d'une année sur l'autre

Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2020

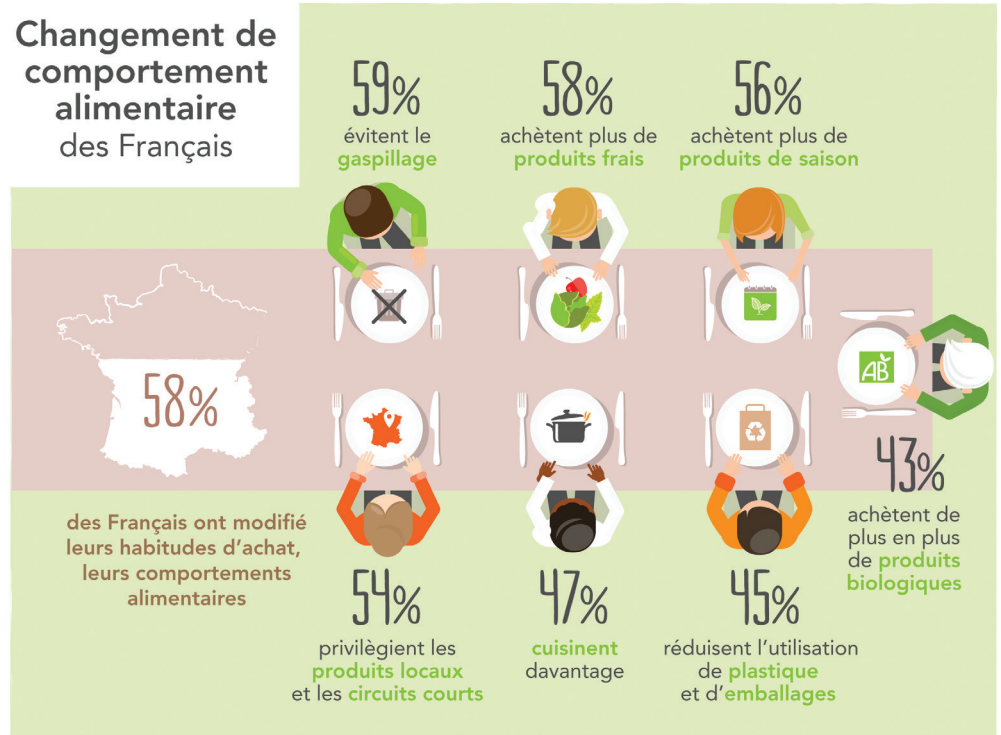
L'achat de produits bio hors alimentaire poursuit sa progression prouvant l'exigence des Français de consommer plus responsable.

Sur fond de questionnements écologiques et de mobilisations citoyennes, la prise de conscience est globale : il faut **consommer mieux et plus responsable. Le bio**, et notamment les produits alimentaires bio, est aujourd'hui devenu **incontournable pour une très grande majorité de Français**. De nombreux nouveaux consommateurs sont convaincus chaque année et la part de consommation quasi exclusive s'intensifie chez les consommateurs quotidiens.

Dans cette dynamique, les Français déclarent aussi modifier leurs modes et leurs habitudes de consommation.

« CONSOMMER MIEUX ET BIO » UN ENGAGEMENT DIFFERENT EN FONCTION DES GENERATIONS

LES FRANÇAIS : PRISE DE CONSCIENCE ET RENOUVEAU DES HABITUDES ALIMENTAIRES



Plus de la moitié des Français (58 %) ont modifié leurs habitudes alimentaires au cours des trois dernières années.

Un chiffre particulièrement marqué chez :

- les **consommateurs de produits bio** (67 %, + 18 points en 3 ans),
- les femmes (63 %),
- les 25-34 ans (64 %),
- les catégories socioprofessionnelles plus aisées (63 %).

Comment ?

- en **limitant les pertes et le gaspillage** (59 %),
- en **achetant plus de produits frais** (58 %) et de **produits de saison** (56 %),
- en **privilégiant les produits locaux et les circuits courts** (54 %).

Q9. De façon générale, pensez-vous avoir modifié vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années ?

Q10. Si oui : De quelles manières avez-vous modifié vos habitudes, votre comportement ?

Base total Français : 2 000

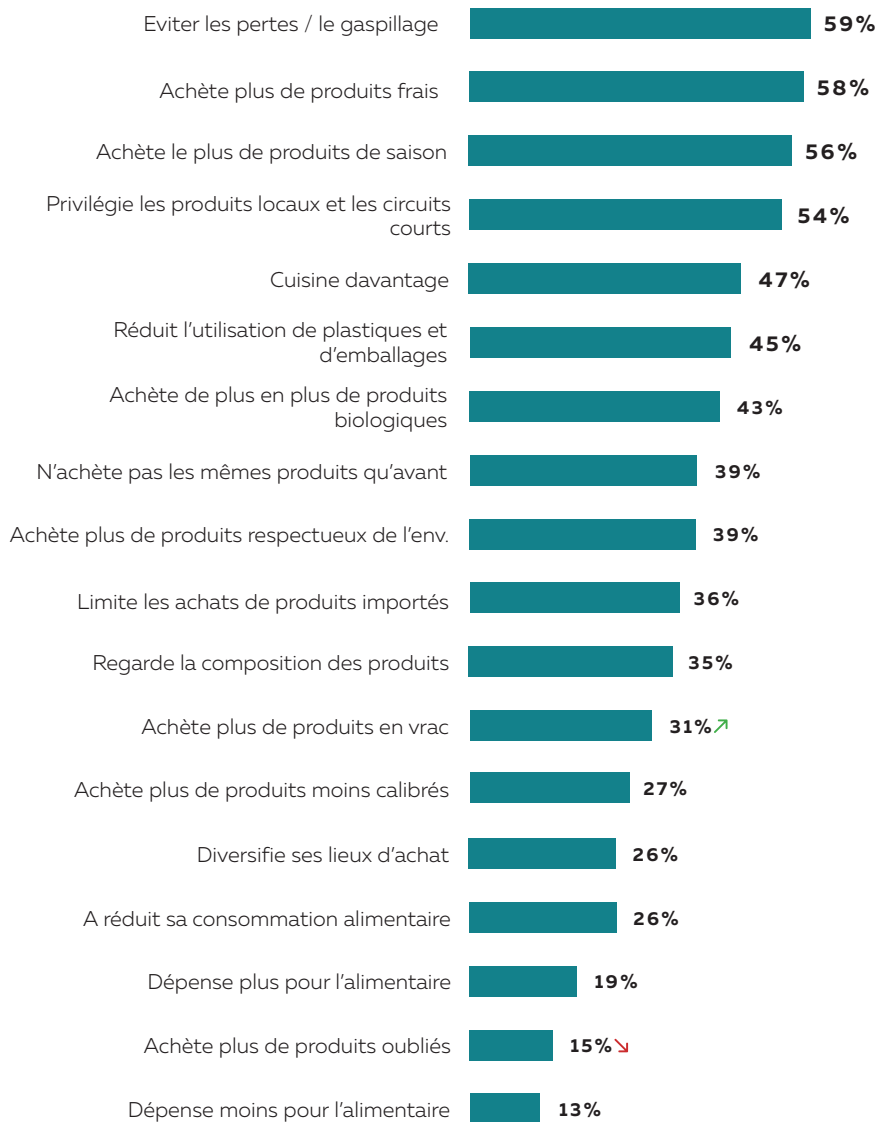
A modifié ses habitudes d'achat, son comportement alimentaire...



2019 b = 1420	2018 b = 1417	2017 b = 733	2016 b = 688	2015 b = 651
67%	66% ↗	57% ↗	49% ↗	42%

De quelle(s) manière(s)

Base ont modifié leurs habitudes : 1166



2019 b = 955	2018 b = 942	2017 b = 419	2016 b = 337	2015 b = 282
57%	60%	55%	58%	56%
59%	57%	62%	61%	63%
+57%	60%	66%	65%	70%
+56%	56%	-	-	-
46%	46%	42%	45%	47%
+47%	44%	-	-	-
+52%	52%	55%	56%	(28%)
40%	40%	42%	46%	47%
+44%	41%	-	-	-
+37%	+37%	-	-	-
+38%	+36%	-	-	-
+34%	27%	31%	35%	39%
28%	29%	-	-	-
26%	28%	36%	36%	33%
-25%	23%	20% ↘	28%	22%
20%	20%	31%	33%	29%
16%	21%	-	-	-
-12%	13%	-	-	-

+ - Différence significative entre consommateurs bio et ensemble des Français

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

Autres raisons citées : 2%

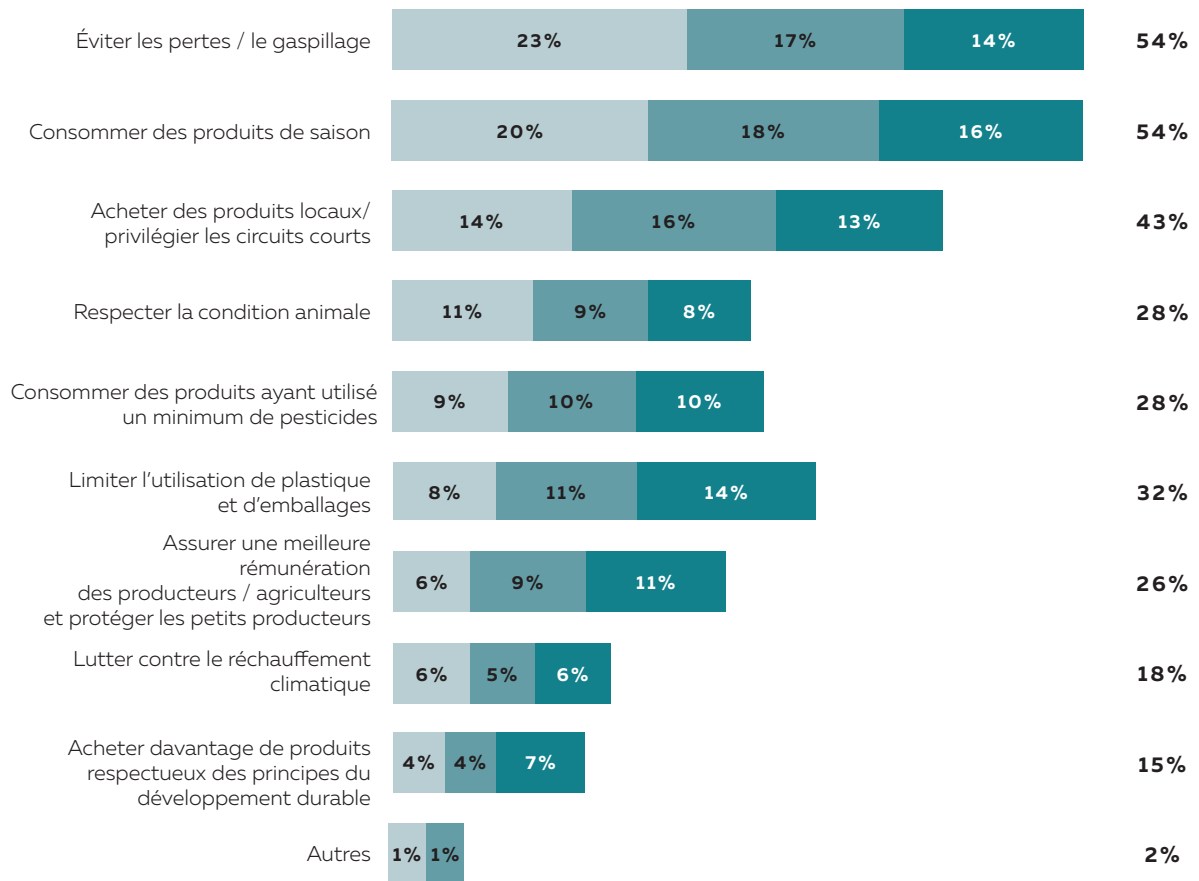
Et 1% « A réduit sa consommation de viande »

Ces nouvelles habitudes d'achat influent sur le comportement alimentaire des consommateurs avec notamment le retour du « fait maison ». En effet, les Français évoquent à la fois **leur plaisir de prendre à nouveau le temps de cuisiner** (85 % sont « d'accord ») et leur **intérêt croissant quant à l'origine des aliments et des méthodes de production lors de la composition des repas** (40 % sont « tout à fait d'accord »). Ces nouveaux usages visent à assurer **une alimentation saine et variée à leur foyer** (91 % sont « d'accord »).

On observe également une volonté d'acheter différemment en comparant le prix des produits (86 % sont « d'accord »), en vérifiant la provenance et la qualité des produits (84 % sont « d'accord ») et en privilégiant les circuits courts (77 % sont « d'accord »).

Q10bis. Dans le cadre de votre consommation alimentaire (et celle de votre foyer), quels sont les 3 engagements que vous jugez les plus importants aujourd'hui ?
En premier ? En second ? Et en troisième ?

Base total Français : 2 000



Parmi les autres raisons citées : 1% «Faire attention au prix, bien manger pas cher»

■ En 1^{er} ■ En 2nd ■ En 3^{ème}

Habitudes, comportements et nouveaux usages s'inscrivent dans cette **prise de conscience globale** qu'est le « **manger moins mais mieux** ».

Ainsi le régime flexitarien progresse et séduit 11 % des Français, avec 24 % d'adeptes chez les consommateurs de produits bio. Il se place au premier plan des régimes les plus pratiqués par les Français sur l'année 2019. La forte corrélation entre la pratique de ce régime et le fait de consommer des produits biologiques est particulièrement révélatrice de cet état d'esprit.

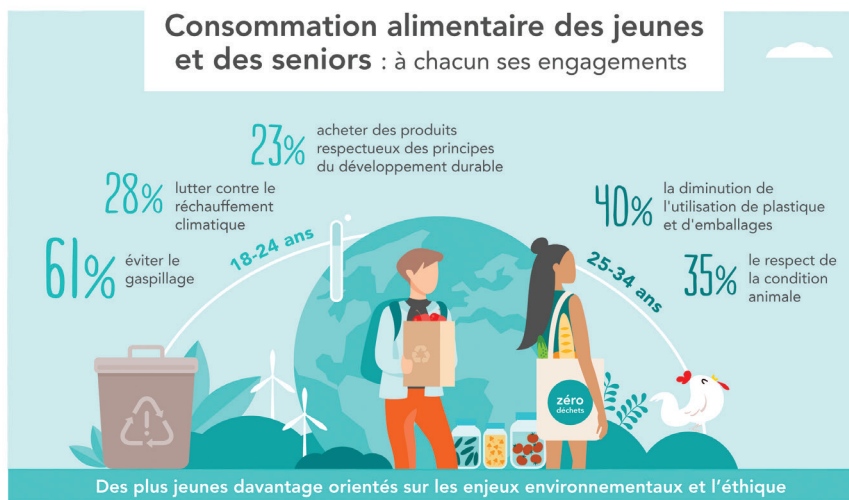
QS8. Pouvez-vous nous dire si vous ou un des membres de votre foyer pratiquez l'un des régimes suivants ?

Base total Français : 2 000

Base = 2000	2018	2019
ST au moins un régime alimentaire	17 %	21% ↗
Végétarien	6%	5%
Flexitarien	5%	11% ↗
Sans Gluten	4%	3%
Sans lactose	3%	3%
Vegan	2%	2%
Végétalien	1%	1%
Chrono-nutrition	1%	1%
Paléo	<1%	<1%
Crudivore	<1%	<1%
Aucun de ces régimes	83%	79%

LES JEUNES : PLUS QU'UNE CONVICTION, UN ENGAGEMENT « MILITANT »

Les chiffres de ce baromètre sont éloquentes : **la quasi-totalité des jeunes Français (18-34 ans) consomme ne serait-ce qu'occasionnellement des produits alimentaires bio**. Ainsi, 91 % des 18-24 ans et 93 % des 25-34 ans déclarent avoir consommé des produits alimentaires bio en 2019.



Q1. Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois ?

Base total Français : 2 000

	Sexe			Age	
	Ensemble	Un homme	Une femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans
<i>Base</i>	2000	960	1040	207	303
ST Consommateurs	89%	88%	90%	91%	93%
ST Consommateurs au moins une fois par mois	71%	72%	70%	72%	78%
ST Consommateurs au moins une fois par semaine	47%	48%	46%	45%	51%
Oui, tous les jours	14%	16%	13%	12%	17%
Oui, régulièrement (c'est-à-dire au moins une fois par semaine)	33%	32%	33%	33%	33%
Oui, de temps en temps (c'est-à-dire environ une fois par mois)	24%	24%	24%	27%	27%
ST Non consommateurs	29%	28%	30%	28%	22%
Oui, rarement (c'est-à-dire moins souvent qu'une fois par mois)	18%	16%	20%	19%	16%
non jamais	11%	12%	10%	9%	7%

Pourquoi les jeunes s'engagent-ils vers une consommation plus responsable ?

Les jeunes générations semblent plus attachées aux enjeux environnementaux et éthiques de leur consommation que leurs aînés.

On observe notamment que :

- Les 18-24 ans, bien plus que la moyenne des Français, jugent important **d'éviter le gaspillage** (61 %), **de lutter contre le réchauffement climatique** (28 %) et **d'acheter des produits respectueux des principes du développement durable** (23 %).
- Les 25-34 ans paraissent quant à eux accorder davantage d'importance à la **diminution de l'utilisation de plastique et d'emballages** (40 %) et au **respect de la condition animale** (35 %).

Q10bis. Dans le cadre de votre consommation alimentaire (et celle de votre foyer), quels sont les 3 engagements que vous jugez les plus importants aujourd'hui ? en premier ? en deuxième ? en troisième ?

Base total Français : 2000

	Ensemble	Sexe		Age	
		Un homme	Une femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans
<i>Base</i>	2000	960	1040	207	303
Éviter les pertes / Le gaspillage	55%	52%	57%	61%	59%
Consommer des produits de saison	54%	53%	54%	37%	45%
Acheter des produits locaux / privilégier les circuits courts	43%	44%	42%	31%	35%
Limiter l'utilisation de plastique et d'emballages	32%	33%	31%	37%	40%
Consommer des produits ayant utilisé un minimum de pesticides	28%	27%	30%	24%	26%
Respecter la condition animale	28%	23%	32%	34%	35%
Assurer une meilleure rémunération des producteurs/ agriculteurs et protéger les petits producteurs	26%	27%	25%	25%	24%
Lutter contre le réchauffement climatique	18%	19%	16%	28%	20%
Acheter davantage de produits respectueux des principes du développement durable	15%	18%	13%	23%	14%
Autres	2%	3%	1%	1%	2%

Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2020

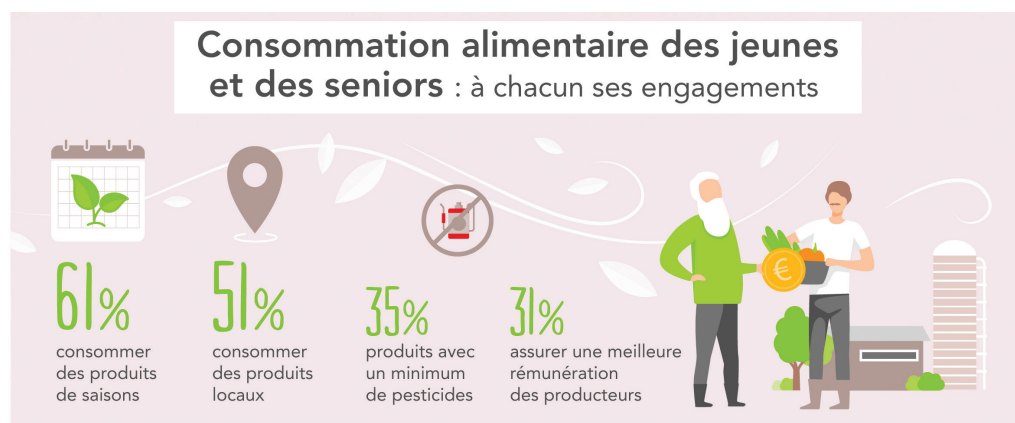
Ainsi, c'est toute **la philosophie de l'agriculture biologique** qui est, consciemment ou pas, **pleinement intégrée par les jeunes générations** : un mode de production respectueux de la planète, des hommes, des animaux et de tout l'écosystème ...

LES SÉNIORS : UN CHANGEMENT D'ÉTAT D'ESPRIT POUR UN ACTE « CITOYEN »

Alors que les jeunes générations sont depuis longtemps plus sensibles aux enjeux environnementaux, les seniors commencent, de leur côté, à revendiquer également une démarche citoyenne dans leurs modes de consommation.

En effet, ils sont particulièrement sensibles à la qualité des produits et privilégient des **produits de saison** (61 %), ainsi que des **produits avec un minimum de pesticides** (35 %).

Mais ils sont également très attentifs aux enjeux économiques et sociétaux de l'agriculture biologique par leur volonté de consommer des **produits locaux** (51 %) et d'**assurer une meilleure rémunération des producteurs** (31 %).



Q10bis. Dans le cadre de votre consommation alimentaire (et celle de votre foyer), quels sont les 3 engagements que vous jugez les plus importants aujourd'hui ? en premier ? en deuxième ? en troisième ?

Base total Français : 2000

	Ensemble	Sexe		Âge					CSP répondant		
		Un homme	Une femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 et plus	CSP+	CSP-	Inactif
<i>Base</i>	2000	960	1040	207	303	554	492	444	572	624	804
Éviter les pertes / Le gaspillage	55%	52%	57%	61%	59%	57%	52%	48%	51%	60%	53%
Consommer des produits de saison	54%	53%	54%	37%	45%	53%	60%	61%	53%	50%	57%
Acheter des produits locaux / privilégier les circuits courts	43%	44%	42%	31%	35%	39%	50%	51%	43%	36%	48%
Limiter l'utilisation de plastique et d'emballages	32%	33%	31%	37%	40%	36%	26%	28%	33%	34%	31%
Consommer des produits ayant utilisé un minimum de pesticides	28%	27%	30%	24%	26%	28%	27%	35%	33%	23%	29%
Respecter la condition animale	28%	23%	32%	34%	35%	28%	26%	22%	25%	34%	26%
Assurer une meilleure rémunération des producteurs / agriculteurs et protéger les petits producteurs	26%	27%	25%	25%	24%	22%	27%	31%	28%	23%	27%
Lutter contre le réchauffement climatique	18%	19%	16%	28%	20%	19%	17%	10%	16%	22%	15%
Acheter davantage de produits respectueux des principes du développement durable	15%	18%	13%	23%	14%	16%	12%	14%	16%	16%	13%
Autres	2%	3%	1%	1%	2%	2%	2%	0%	1%	2%	1%

« CONSOMMER BIO ET PLUS ENCORE », LES ATTENTES DES FRANÇAIS













PLUS D'INFORMATIONS ET DE TRANSPARENCE

Pour la 5ème année consécutive, **le logo AB affiche une très forte notoriété**. En effet, 97 % de l'ensemble des Français le connaissent, un taux quasi identique à celui des consommateurs bio (98 %).

Le logo européen, « l'Euro feuille » poursuit quant à lui **sa progression** (63 %, + 4 points en un an). C'est auprès des consommateurs bio (68 %), des femmes (66 %), des jeunes de moins de 35 ans (73 % chez les 18-24 ans et 69 % chez les 25-34 ans), des CSP + (68 %) et des habitants d'Ile-de-France (68 %) qu'il enregistre ses meilleurs scores.

Pour une large majorité des Français (64 %), la perception des deux labels en termes de qualité est équivalente. On note cependant qu'un tiers des consommateurs de produits biologiques attribue une qualité supérieure aux produits biologiques identifiés par le logo AB (notamment les hommes, les 35-49 ans et les CSP +).

Q21bis. Connaissez-vous ces 2 logos...?

		Marque AB 	Logo bio européen 
2019	(2000)	 97%	 63% ↗
2018	(2000)	 97%	 59%
2017	(1002)	 97%	 62% ↗
2016	(1002)	 97%	 48% ↗
2015	(1007)	 98%	 37%

Connait les 2 logos : **6,3%** ↗ (base ensemble) / **71%+** (base consommateurs bio au moins une fois par mois)

Cet exemple des logos illustre la perception des produits biologiques par les Français qui oscille entre sérieux de la démarche et manque d'informations.

En effet, 56 % des Français pensent que le cahier des charges de l'agriculture biologique est devenu plus contraignant au cours des 5 dernières années.

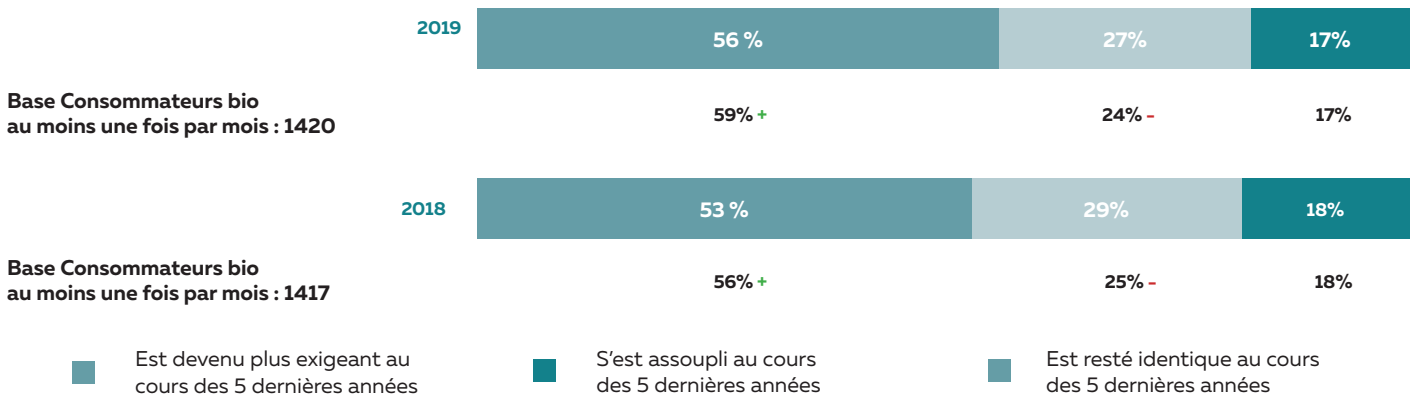
56% Des Français estiment le cahier des charges de l'agriculture biologique française plus contraignant depuis 5 ans



Parallèlement, 62 % d'entre eux estiment ne pas avoir assez d'informations concernant la réglementation en agriculture biologique (dont 16 % « pas du tout »), ainsi que sur le contrôle des produits (60 %), même si cette dernière dimension progresse sensiblement (vs 63 % l'année dernière). En effet, ils sont par exemple plus de la moitié à savoir désormais qu'un seuil de résidus de pesticides est toléré lors des contrôles.

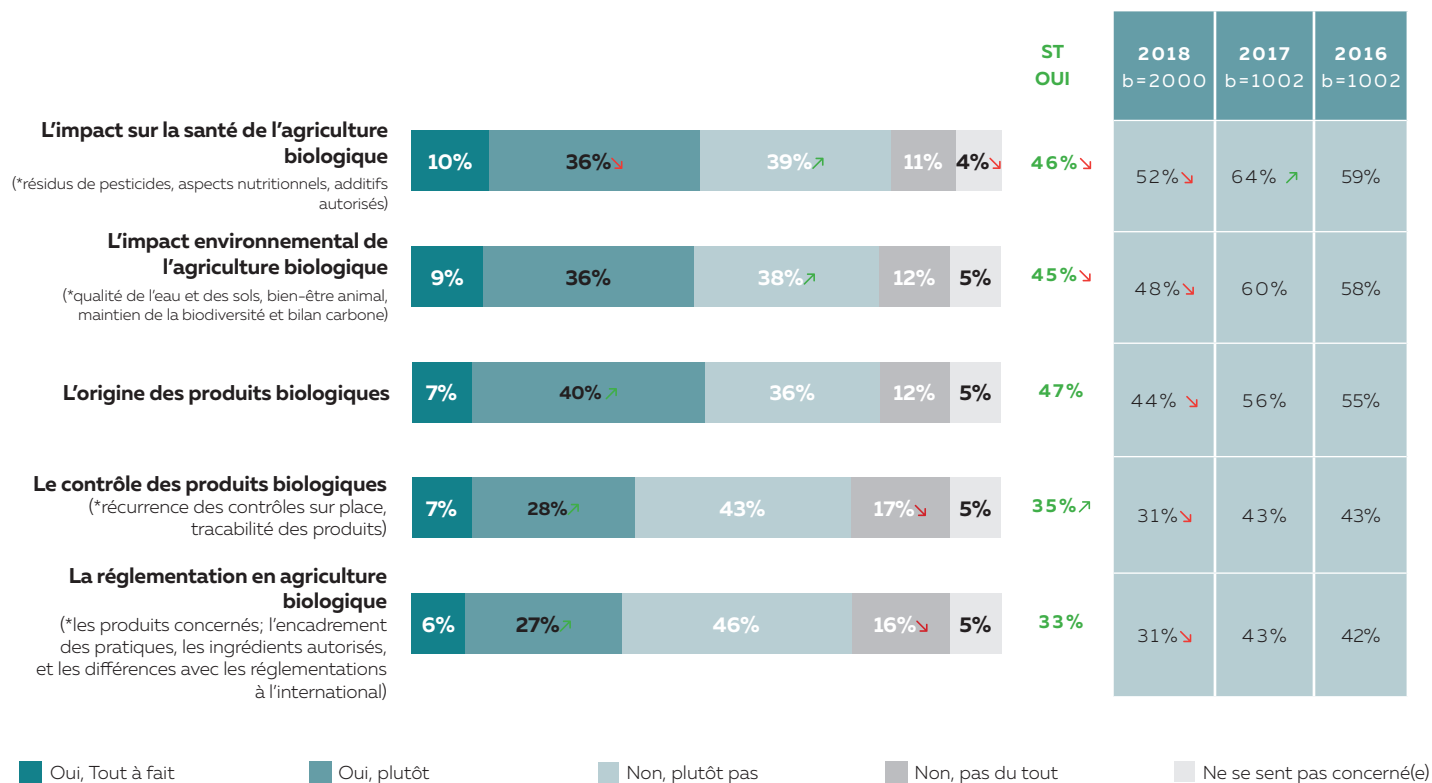
Q23. Selon vous, l'agriculture biologique française suit un cahier des charges qui ... ?

Base total Français : 2000



Q16. Diriez-vous que vous avez assez d'informations concernant... ?

Base total Français : 2000



(*rajout 2019)

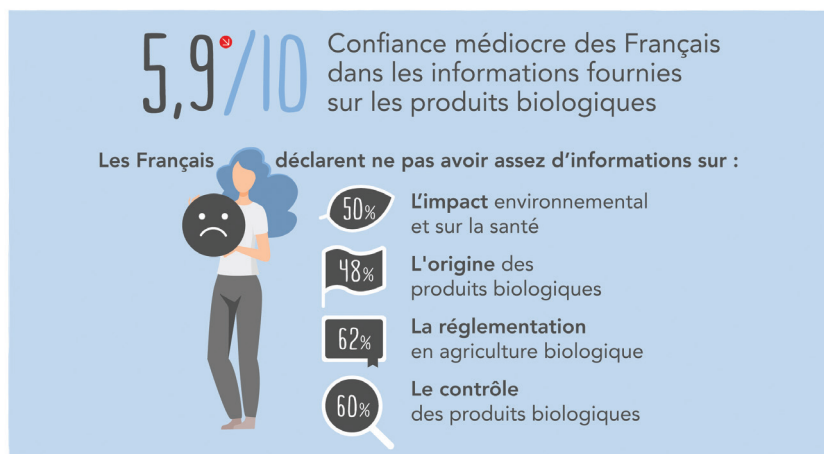
↗ ↘ **Évolution significative d'une année sur l'autre**

Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2020

Informer pour entretenir la confiance :

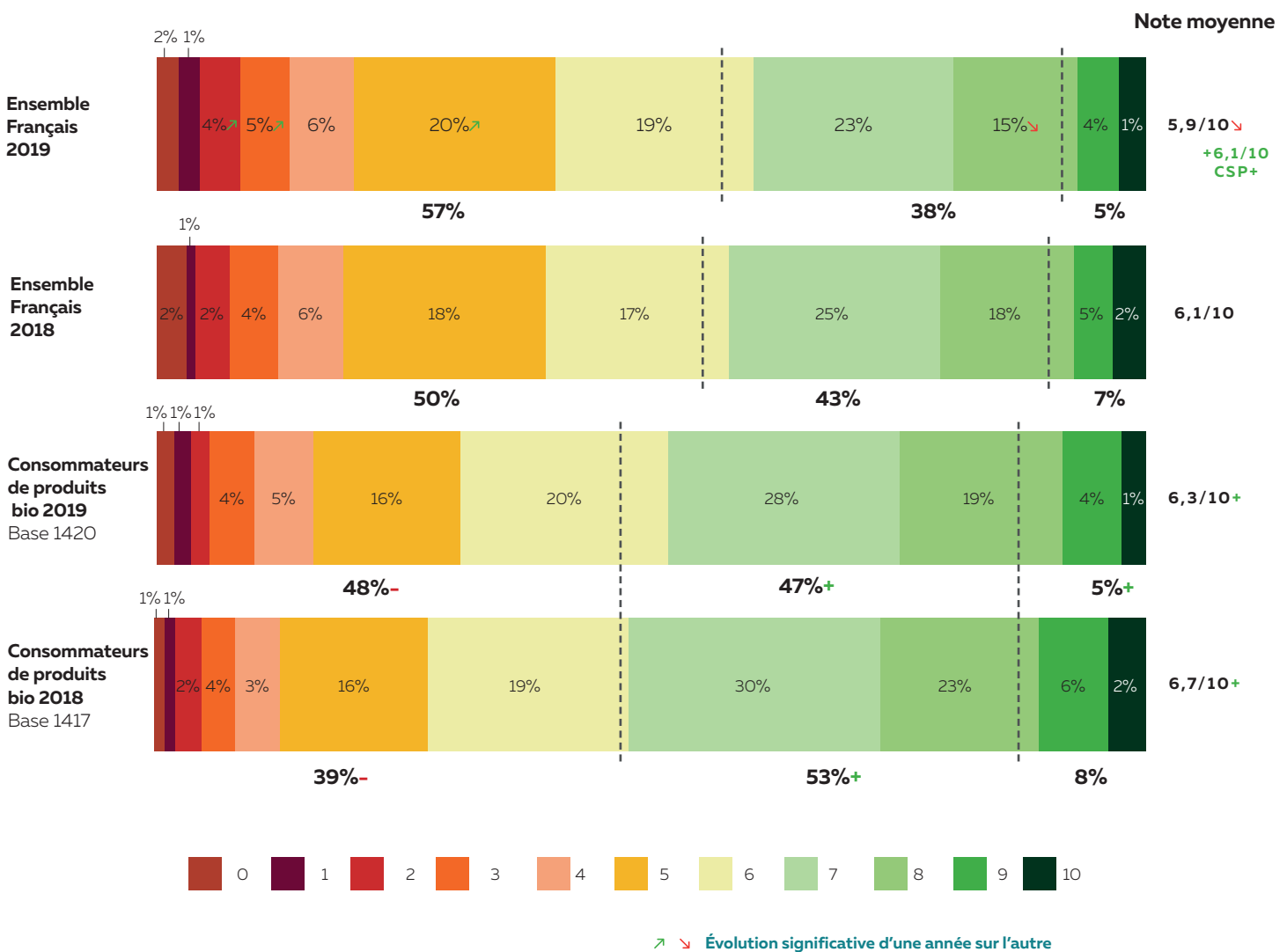
L'indice de confiance quant à l'information fournie sur les produits bio baisse auprès de l'ensemble des Français et passe sous le seuil des 6/10. Si la tendance est également à la baisse chez les consommateurs de produits bio, elle se stabilise cependant à 6,3/10.

Une perte de confiance que l'on peut attribuer notamment au « greenwashing ». L'utilisation massive de l'argument écologique a probablement généré « des doutes sur le fait que les produits soient totalement bio », une incertitude en progression auprès des consommateurs les moins fréquents et les non consommateurs.



Q18. Globalement, quelle note de confiance de 0 à 10, donneriez-vous à l'information fournie sur les produits bio. 0 signifiant que vous n'avez pas du tout confiance, 10 que vous avez tout à fait confiance dans l'information fournie. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement.

Base total Français : 2 000



Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2020

Ainsi, même si les Français sont de plus en plus exposés aux nombreux supports d'informations concernant l'agriculture et les produits biologiques, leurs connaissances dans ces domaines restent souvent très superficielles. Ils souhaitent plus de transparence et d'informations concernant la réglementation en agriculture biologique et sur le contrôle des produits. Ils ont besoin de plus **d'informations et davantage de pédagogie**.

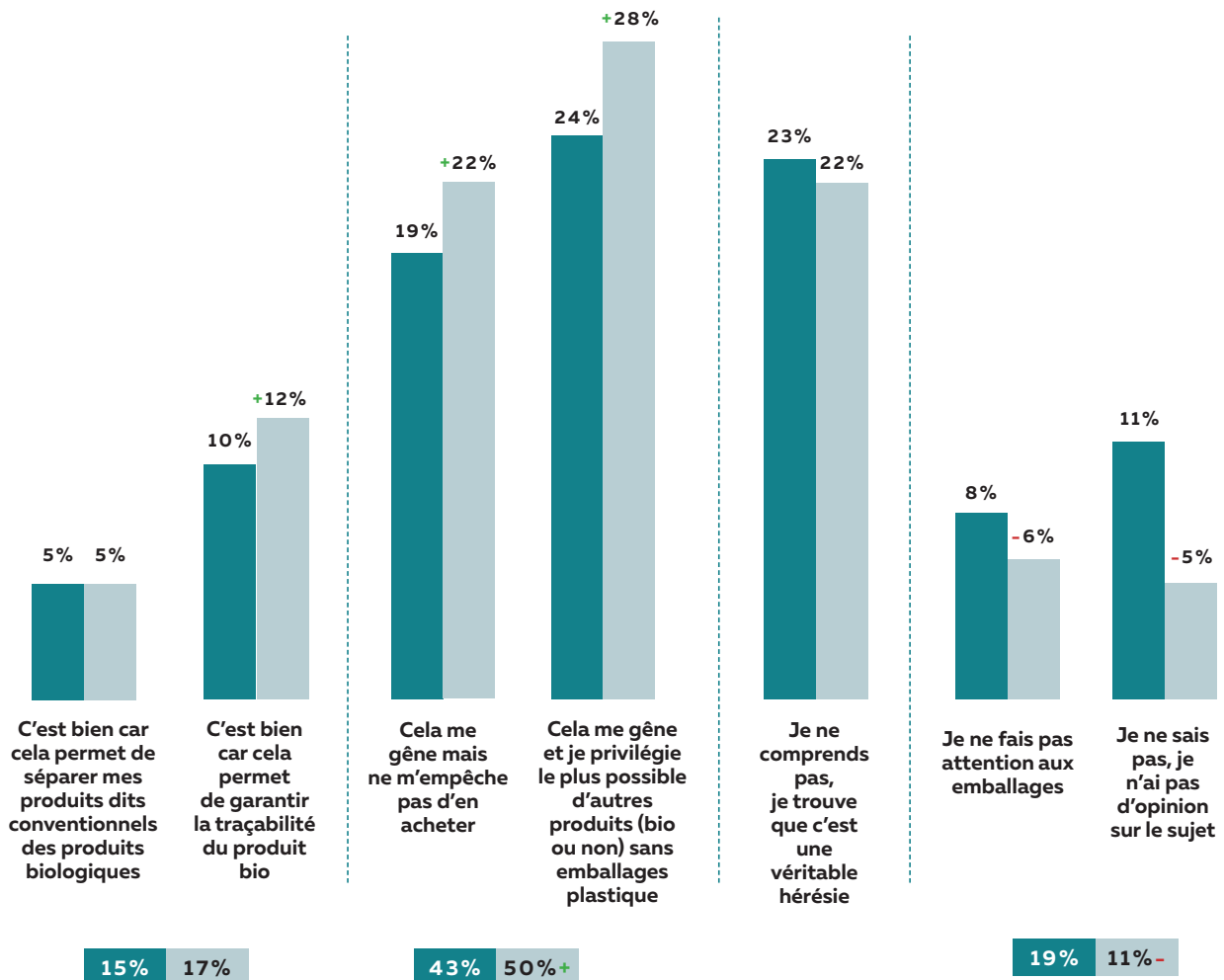
Informier pour expliquer et accompagner :

La **justification du prix/du coût d'un produit bio** demeure, aujourd'hui encore, essentielle. En effet, même si on note une baisse significative de l'invocation de cette raison par les consommateurs, le prix reste le principal obstacle pour **6 Français sur 10** (consommateurs ou pas). Cette tendance se lit au regard de la volonté exprimée par les Français de mieux manger, et maintenir son budget, en évitant les pertes et le gaspillage.

De la même manière, les Français prennent conscience que le « bio n'est pas toujours vert » : la présence **d'emballages plastique** ne semble pas toujours comprise et génère de la gêne pour 43 % des Français et 50 % des consommateurs bio.

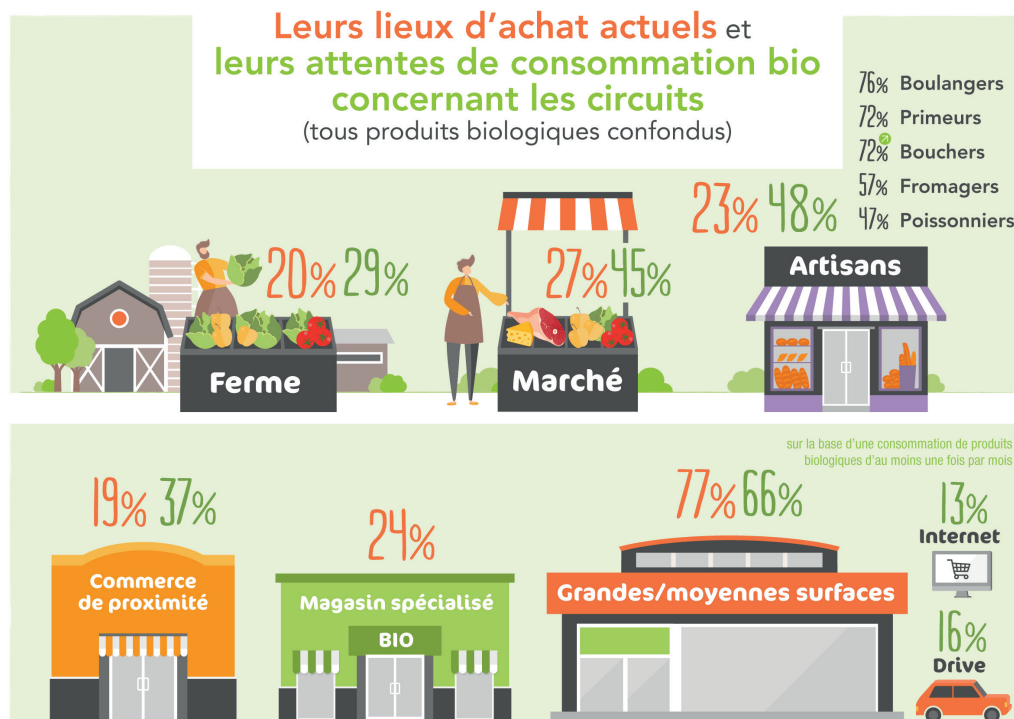
Q19bis. Certains produits biologiques sont vendus sous des emballages plastique. Parmi les attitudes suivantes, de laquelle vous sentez-vous la plus proche ?

- Base total Français : 2000
- Base total consommateurs bio :1420



+ - Différence significative entre consommateurs bio et ensemble des Français

BIO ET PROXIMITÉ, UNE ALLIANCE PLÉBISCITÉE PAR LES FRANÇAIS !



Si les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) restent le circuit d'achat le plus fréquemment cité par les consommateurs bio, tous produits confondus, ce chiffre enregistre cette année une baisse sensible : 77 % (vs 81 % en 2018).

Les consommateurs bio semblent de plus en plus intéressés par des **points de vente plus à taille humaine, proches de chez eux et privilégiant une relation directe avec les producteurs.**

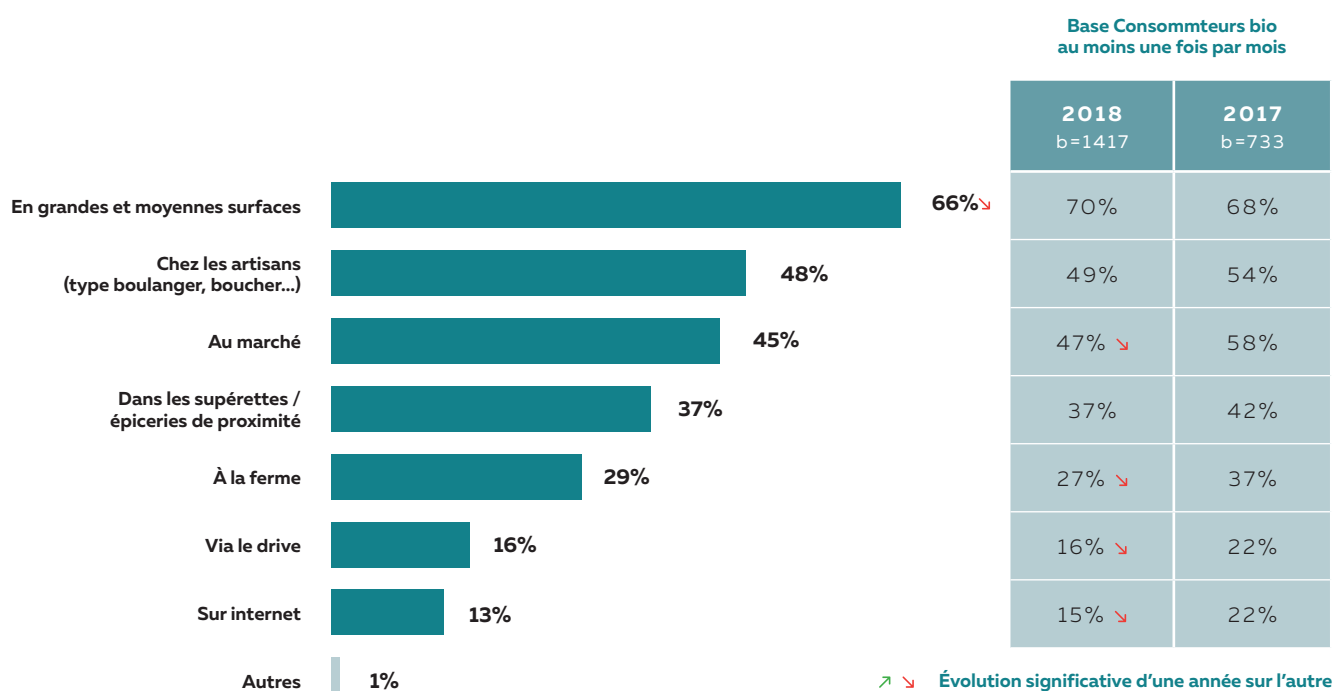
Ainsi, c'est d'abord chez **les artisans** que les consommateurs attendent de trouver plus de produits bio (48 %) notamment les CSP + (52 %) et en région Occitanie (59 %). Ils sont talonnés de près par **les marchés**, auxquels les Français demeurent attachés (45 %), particulièrement les plus âgés (51 %) et ceux vivant en région Ile-de-France (53 %).

Les commerces de proximité (37 %) et les achats **en direct chez le producteur** (29 %) se maintiennent.

Le drive et Internet (respectivement 16 % et 13 %) ciblent quant à eux les plus jeunes.

Q38. Parmi les réseaux de distribution suivants, seriez-vous intéressé(e) de trouver davantage de produits biologiques... ?

Base consommateurs bio au moins une fois par mois : 1420



Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2020

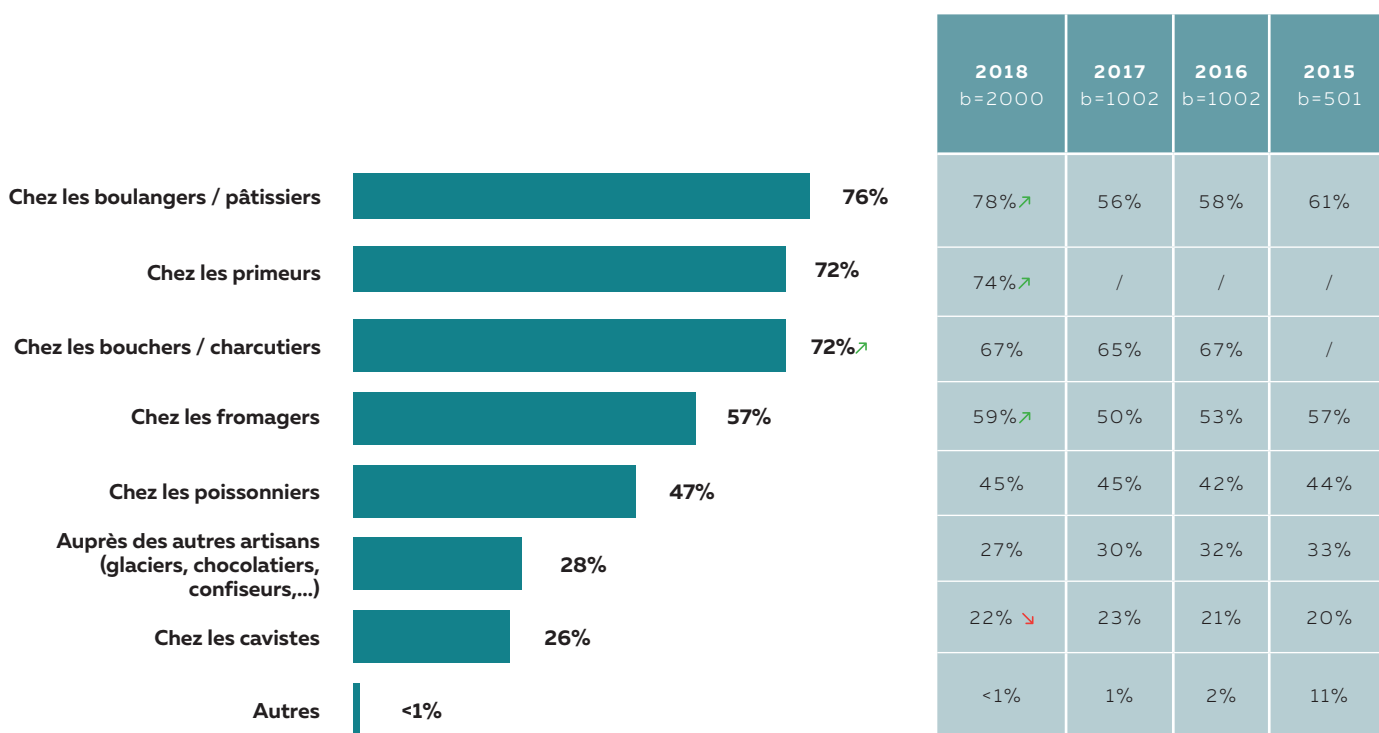
Les artisans, oui ... mais lesquels ?

Lorsque l'on interroge les consommateurs de produits bio sur la typologie des artisans c'est, cette année encore, chez les boulangers / pâtisseries (76 %) que l'enrichissement de l'offre est la plus attendue (vs 78 % en 2018).

Les artisans bouchers / charcutiers sont eux-aussi de plus en plus sollicités par les consommateurs bio qui souhaitent y trouver plus de produits bio (72 % vs 67 % en 2018), les plaçant au même niveau que les primeurs (72 % vs 74 % en 2018).

Q39. Vous avez cité les artisans, chez quels artisans précisément... ?

Base consommateurs bio au moins une fois par mois et étant intéressés de trouver des produits bio chez les artisans : 676



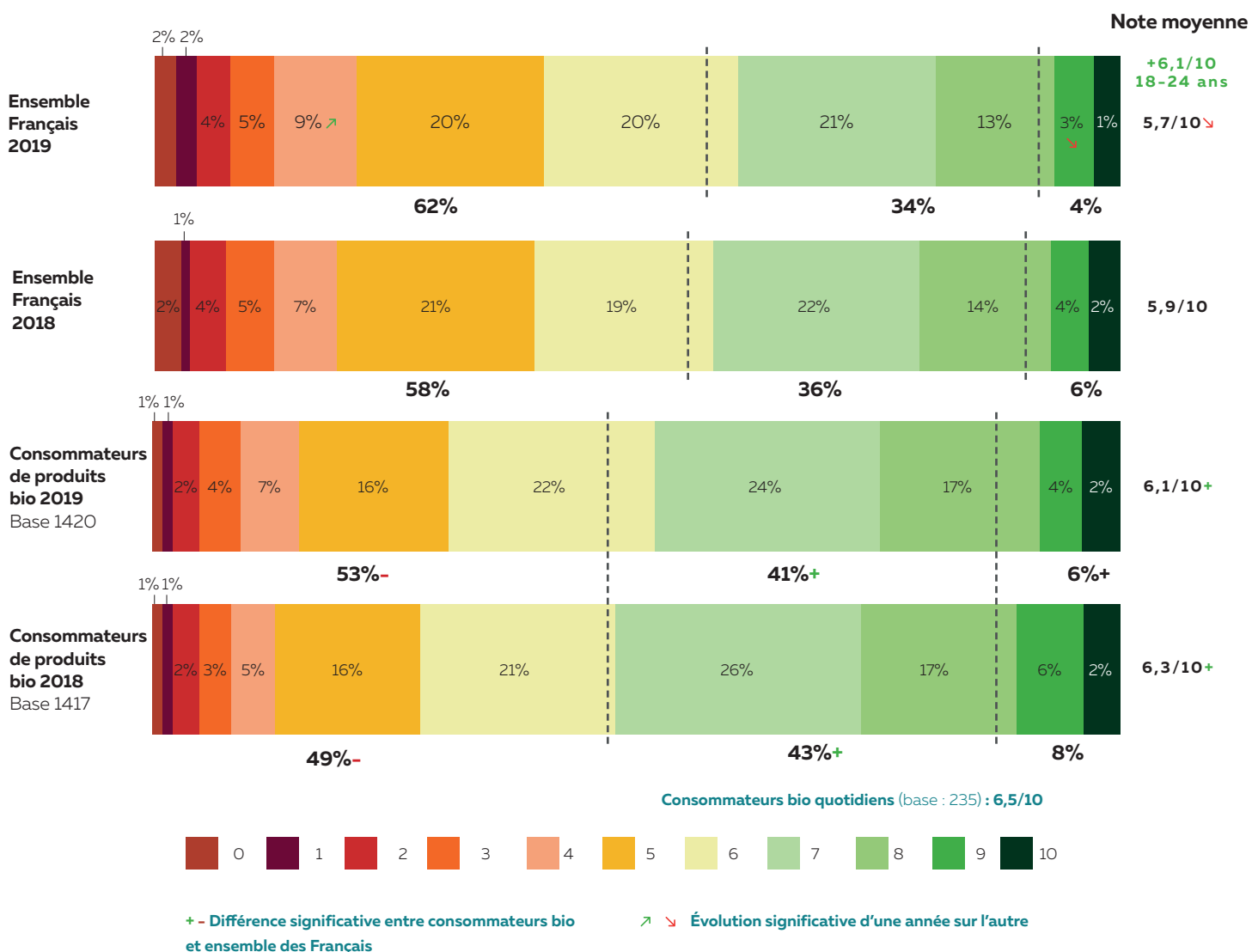
↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

L'image des produits bio des Marques de Distributeurs (MDD) enregistre une baisse auprès des Français de sa note moyenne à un niveau médiocre (5,7/10 vs 5,9/10).

Seuls les 18-24 ans, plus sensibles au critère du prix, leur donnent une note supérieure à 6 (6,1/10).

Q19. Un nombre croissant de grandes et moyennes surfaces développent de plus en plus de produits bio. Quelle note de 0 à 10 donneriez-vous à l'image de ces produits bio vendus en grandes et moyennes surfaces. 0 signifiant que vous n'avez pas du tout une bonne image, 10 signifiant que vous avez une très bonne image, les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement.

Base : 2000



Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2020

Pour en savoir plus et retrouver l'intégralité du baromètre :
www.agencebio.org



@AgricultureBIO



@agriculturebio



@agriculture_bio

CONTACTS PRESSE - AGENCE OCONNECTION

ANNE-MARIE BOYALT - 06 89 28 42 29

LUCILE LECLERCQ - 06 24 30 56 55

JULIA PHILIPPE-BRUTIN - 06 03 63 06 03

agencebio@oconnection.fr

