



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

Dossier de presse - Mars 2021

**Des courses à l'assiette, l'année Covid bouleverse tout,
sauf les envies de bio !**

#BIOen2021



Édito croisé Philippe HENRY et Laure VERDEAU

LES TENDANCES DE CONSOMMATION 2020 : CONSOMMER RESPONSABLE ET LOCAL **04**

1. Les Français attentifs à ce qu'ils mangent
2. Les Français plébiscitent les petits producteurs, circuits courts et délaissent la GMS

DANS UN CONTEXTE SANITAIRE 2020 COMPLEXE, L'ENVIE DE PRODUITS BIO SE CONFIRME **12**

1. Le bio recrute de nouveaux consommateurs et de nouveaux profils
2. Les Français confortent leur budget consacré aux produits bio
3. La consommation de produits alimentaires bio toujours élevée

CONNAISSANCE ET PERCEPTION DES PRODUITS BIO : LES FRANÇAIS ONT DE PLUS EN PLUS CONFIANCE **20**

1. Des logos « AB et Eurofeuille » adoptés et reconnus par les Français
2. Un indice de confiance envers les produits bio en progression
3. Une bonne image des produits bio

EDITO CROISÉ PHILIPPE HENRY ET LAURE VERDEAU

Chers toutes, tous,

En 2020, une crise sanitaire et des contraintes sans précédent nous ont poussés à repenser notre façon d'acheter et de manger.

16 semaines de confinement nous ont ramenés de façon inédite dans nos cuisines, et le nombre de repas pris à l'extérieur a drastiquement chuté.

Les mesures de distanciation sociale et les jauges de fréquentation des lieux de commerce **ont changé la donne des courses quotidiennes.**

Et nous nous sommes interrogés encore plus vivement sur les liens entre alimentation et santé.

Dans ce contexte inédit, ce 18^e baromètre de consommation et perception des produits biologiques en France réalisé par Spirit Insight pour l'Agence BIO, **fait ressortir deux enseignements majeurs :**

- L'appétence pour le « manger sain », en plein essor depuis 2019 et qui semble s'installer durablement dans les préoccupations alimentaires des Français.
- L'émergence d'un nouveau consommateur plus « locavore », découvrant de nouveaux points de vente physiques ou en ligne pour ses courses, privilégiant les circuits courts, à l'image des associations pour le maintien d'une agriculture de proximité (AMAP), des magasins de producteurs et des exploitations agricoles elles-mêmes.

Plus encore, en 2020, pour près de 6 Français sur 10, la consommation de produits locaux et de saison est devenue un « acte militant » !

A l'heure de la Covid... Quid de la consommation de bio ?

Les bouleversements de cette année de pandémie n'ont pas enrayer la croissance du bio, loin de là... Le nombre de nouveaux consommateurs de produits bio en France a continué à progresser, et la famille des consommateurs bio s'est étoffée de 15 % de nouveaux venus.

En effet, près de 3/4 des Français en consomment au moins une fois par mois dont 13 % tous les jours : manger bio est désormais ancré dans le mode de vie de la majorité des Français.

Mieux, le bio se démocratise : parmi les nouveaux venus au bio, les jeunes et les employés et ouvriers sont surreprésentés. Preuve d'un bio de plus en plus accessible à tous.

L'une des raisons de ce succès tient à l'image positive dont bénéficient l'agriculture et les produits biologiques. En effet, pour 86 % des Français, l'agriculture biologique contribue à préserver l'environnement (qualité des sols, ressources en eau ...). Et plus de 8 sur 10 considèrent que les produits biologiques sont meilleurs pour la santé !

Enfin, le locavorisme correspond bien à la philosophie du bio. La vente directe figure depuis toujours dans l'ADN des producteurs de bio, avec la moitié des 50 000 agriculteurs bio actuels qui la pratiquent à la ferme.

Comment répondre à ces envies... plus de bio et plus de local ?

La mission d'intérêt public de l'Agence BIO d'assurer le développement et la promotion de l'agriculture biologique en France est plus que jamais d'actualité, avec deux priorités :

Première priorité : une bonne information des consommateurs. L'Agence BIO promeut pour cela les labels publics de qualité, la marque AB et l'Eurofeuille. Cela porte ses fruits : 72 % des consommateurs de bio connaissent désormais ces deux logos.

Mais le travail doit être poursuivi, pour donner aux consommateurs les clefs pour comprendre les différences de prix, et les façons d'aménager son alimentation pour lever ce frein !

Deuxième priorité : poursuivre la structuration des filières du bio « made in France ». En effet, 92 % des Français consomment des produits bio parce qu'ils sont d'origine française, voire locale ou régionale (90 %). Pour permettre à l'industrie agroalimentaire de se fournir auprès des producteurs français, le fonds Avenir Bio, conjointement avec France Relance, sélectionne et finance les projets qui auront le plus d'impact sur l'offre de bio française, fédérant autour du Fonds des acteurs publics et privés qui quintuplent l'action du fonds.

Troisième priorité : garantir une rémunération juste de l'ensemble des acteurs de la filière, du producteur au distributeur. Il n'y pas de développement solide et durable sans cette condition. C'est une préoccupation majeure de l'Agence BIO et elle sous-tend toutes ses actions. En cela, elle répond plus que jamais aux attentes de l'immense majorité des consommateurs de produits bio (84 %), particulièrement sensibles à la juste rémunération des agriculteurs.

Bonne lecture !

Philippe et Laure

LES TENDANCES DE CONSOMMATION 2020 : CONSOMMER RESPONSABLE ET LOCAL

LES FRANÇAIS ATTENTIFS À CE QU'ILS MANGENT

La **tendance du consommer sain, de saison, fait maison et éthique**, identifiée lors du dernier baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France réalisé en 2019, **a été exacerbée par la crise sanitaire** sans précédent de 2020.

Alors qu'en 2019, cette tendance était plus marquée chez les consommateurs bio, elle se généralise, en 2020, à l'ensemble des Français. **Près de deux tiers des personnes qui déclarent avoir modifié leurs habitudes d'achat, leurs comportements alimentaires ou culinaire, l'ont également modifié pendant la période de la crise.**

La crise a en effet été marquée par le **retour à la consommation alimentaire à domicile** et a, de fait, bouleversé les habitudes d'achats culinaires des Français comme des consommateurs bio.

Plus de la moitié des Français (54 %) ont déclaré avoir **modifié leurs comportements alimentaires** au cours des 3 dernières années.

Ce résultat est encore plus prononcé auprès des consommateurs bio à 64 %, soit une différence notable de 10 points. Parmi eux, 6 personnes sur 10 déclarent l'avoir également modifié **pendant la crise sanitaire**, ce qui, rapporté à l'échelle nationale, représente **un tiers de Français**.

Les modifications de comportement sont plus marquées chez les femmes (61 %), les 18-24 ans (64 %) et les catégories professionnelles plus aisées (59 %).

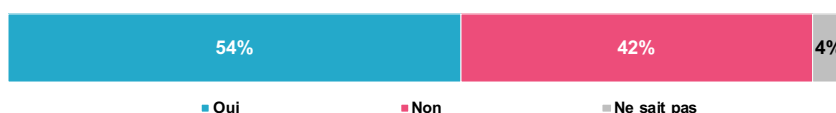
Q9. De façon générale, pensez-vous avoir modifié vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années ?

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

Base total Français : 2 100

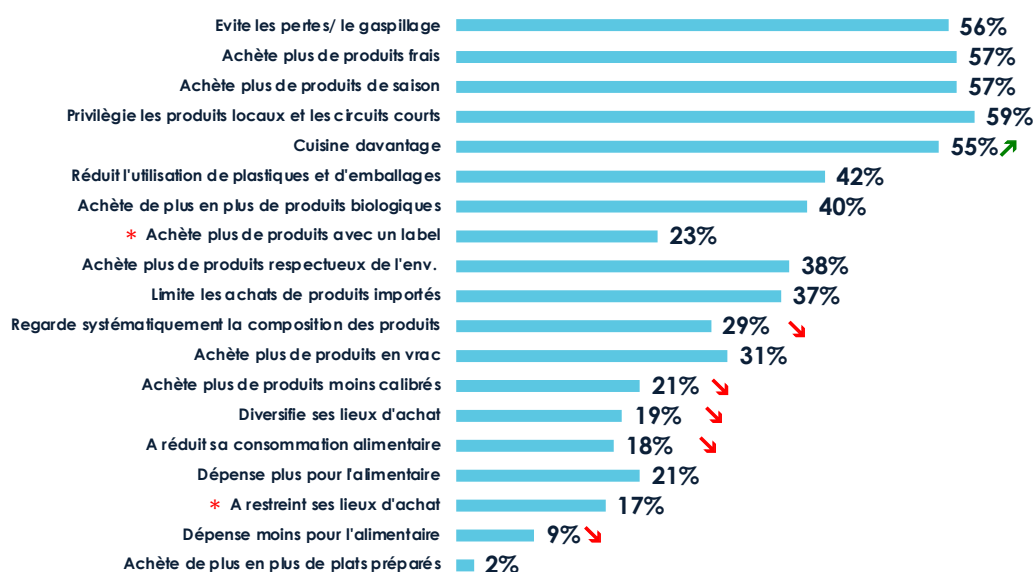
A modifié ses habitudes d'achat, son comportement alimentaire ...

Rappel 2020



Base Consommateurs bio : ST Oui

2020 b=1526	2019 b=1420	2018 b=1417	2017 b=733	2016 b=688	2015 b=651
64%	67%	66%↗	57%↗	49%↗	42%



2020 b=974	2019 b=955	2018 b=942	2017 b=419	2016 b=337	2015 b=282
57%	57%	60%	55%	58%	56%
59%+	59%	57%	62%	61%	63%
59%+	57%	60%	66%	65%	70%
61%+	56%	56%	/	/	/
55%	46%	46%	42%	45%	47%
43%	47%	44%	/	/	/
46%+	52%	52%	55%	56%	(28%)
25%+	/	/	/	/	/
41%+	44%	41%	/	/	/
39%+	37%	37%	/	/	/
31%+	38%	36%	/	/	/
33%+	34%	27%	31%	35%	39%
22%	28%	29%	/	/	/
20%	26%	28%	36%	36%	33%
18%	25%	23%	20%↘	28%	22%
21%	20%	20%	31%	33%	29%
17%	/	/	/	/	/
8%	-12%	13%	/	/	/
2%	/	/	/	/	/

*Ajout d'un nouvel item

+ - Différence significative entre consommateurs bio et ensemble des Français

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

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2021

QUELLES ONT ÉTÉ LES PRINCIPALES MODIFICATIONS ?

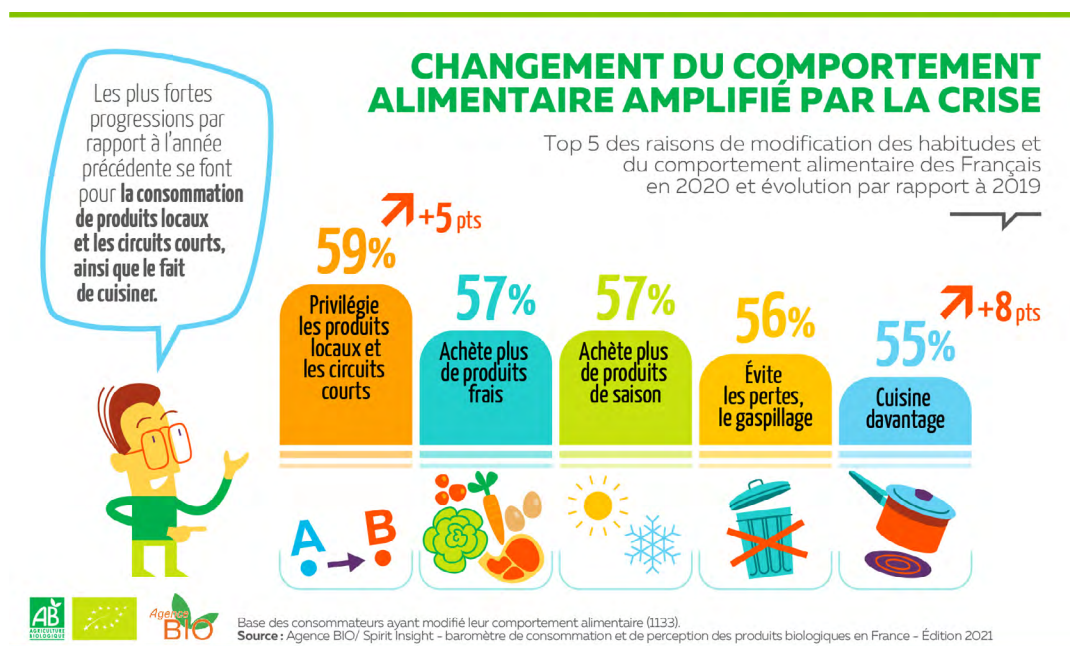
En 2020, deux comportements ont été accentués :

Le fait de **cuisiner davantage** : cet acte enregistre une progression impressionnante avec **+ 8 points par rapport à l'année dernière** (55 % en 2020 vs 47 % en 2019) et tout particulièrement auprès de la cible des moins de 35 ans. Le cuisiner maison atteint aujourd'hui le même niveau que les autres motivations, fédérant plus de la moitié des Français (qu'ils soient consommateurs bio ou non) et vient corroborer les autres comportements :

- **Éviter les pertes et le gaspillage** (56 % des Français l'ont évoqué et 57 % de consommateurs bio).
- Acheter davantage **de produits frais** (57 % de la population et 59 % de consommateurs bio) et de **produits de saison** (57 % de la population et 59 % de consommateurs bio).
- Le fait d'avoir **priviliégié les produits locaux et les circuits courts**, qui devient la première raison citée cette année avec 59 % de citations, notamment auprès des plus âgés (près de $\frac{3}{4}$).

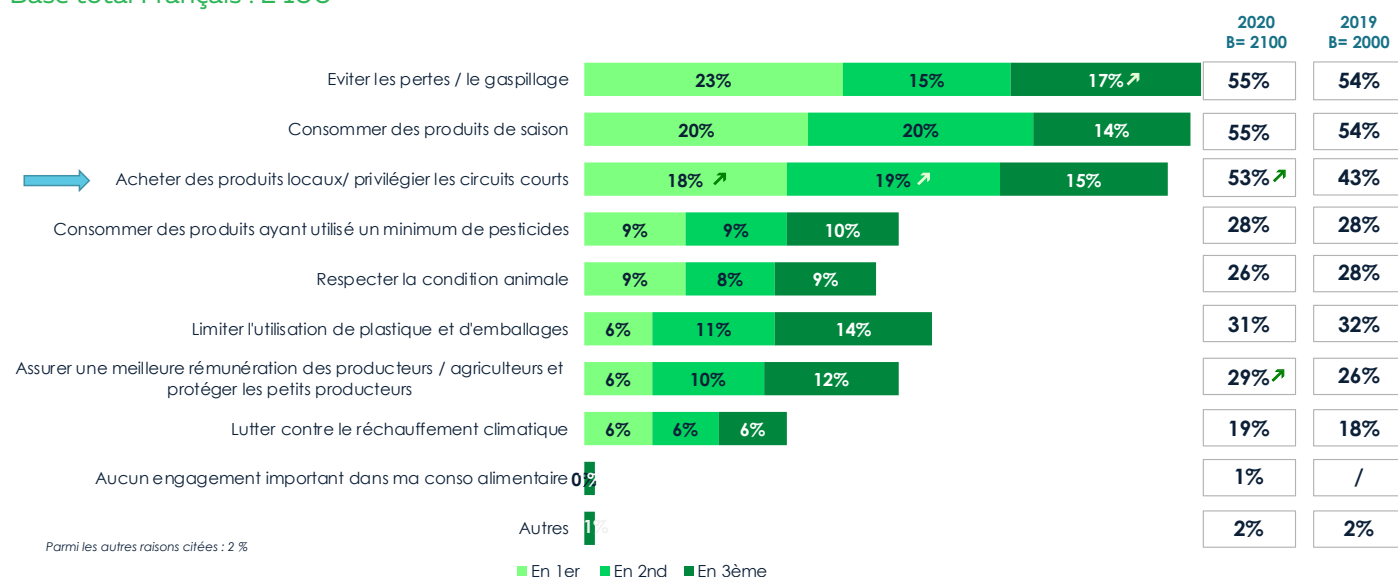
Cette **montée en puissance du « locavore »** est devenue un véritable engagement, amplifié indéniablement par la crise sanitaire. En effet, lorsque l'on interroge les Français sur les 3 grands engagements qui font évoluer leurs consommations alimentaires, les circuits courts et les produits frais et de saisons arrivent en tête :

- **Priviliégier les produits locaux et les circuits courts** (59% de la population et 61% de consommateurs bio).
- Acheter davantage **de produits frais** (57 % de la population et 59 % de consommateurs bio) et **de produits de saison** (57% de la population et 59 % de consommateurs bio).



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 : 2 100



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

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2021

LES FRANÇAIS PLÉBISCITENT LES PETITS PRODUCTEURS, LES CIRCUITS COURTS ET DÉLAISSENT LES GRANDES ET MOYENNES SURFACES

Consommer responsable passe aussi par des actes d'achats plus réfléchis.

Ainsi en cuisinant davantage, les Français ont souhaité utiliser plus de produits locaux (12 %), frais (5 %), biologiques (5 %) et de saison (3 %), ce qui leur a permis de soutenir les petits producteurs (6 %) tout en délaissant volontairement les grandes surfaces (7 %).

Q10f. Vous avez dit avoir modifié vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire, après le premier confinement, depuis le début du deuxième confinement, à la sortie du premier confinement jusqu'à aujourd'hui, pour quelles raisons dites-vous cela ? (Question ouverte auprès de ceux qui déclarent avoir modifié à au moins une période après le premier confinement)

Base : Déclare avoir modifié son comportement à au moins une période après le premier confinement	Base Ensemble : 591	Base Consommateurs au moins une fois par mois : 488	Base non consommateurs : 103
Cuisine davantage/ prend le temps de cuisiner	25%	25%	25%
Faire attention à ce que l'on mange/ Achat plus réfléchi/manger plus sain	13%	13%	13%
Privilégie le local/ achat de produits locaux	12%	12%	12%
A changé de circuits de distribution / moins de grandes surfaces	7%	8%	5%
Soutien des producteurs locaux/ petits producteurs	6%	7%	3%
Baisse du pouvoir d'achat/ Faire des économies	6%	5%	12%
Achat à proximité/ limiter les déplacements	5%	6%	5%
Fréquence d'achat espacé/ sortir moins souvent	5%	5%	5%
Achat en circuit court	5%	5%	3%
Achat de produits frais	5%	5%	3%
Achat de produits biologiques	5%	6%	-
Achète en plus petite quantité/ strict nécessaire	4%	4%	6%
Evite la perte/ le gaspillage	3%	4%	4%
Achat de produits de saison	3%	3%	3%

Cette volonté de soutenir les producteurs locaux est encore plus marquée chez les consommateurs bio, qui tendent à délaisser, dans le même temps, les GMS.

Même si la grande surface reste le canal d'achat, tous produits confondus, le plus utilisé (74 % vs. 77 % l'année dernière), elle a été délaissée volontairement par les consommateurs bio au profit des producteurs locaux / de la ferme (26 % vs 20 % en 2019), probablement un peu par crainte de contagion et aussi par conviction, surtout par les cibles les plus âgées.

LES CONSOMMATEURS BIO SÉDUITS PAR LES PRODUCTEURS LOCAUX

Top 5 des principaux lieux d'achat de produits biologiques cités au moins une fois



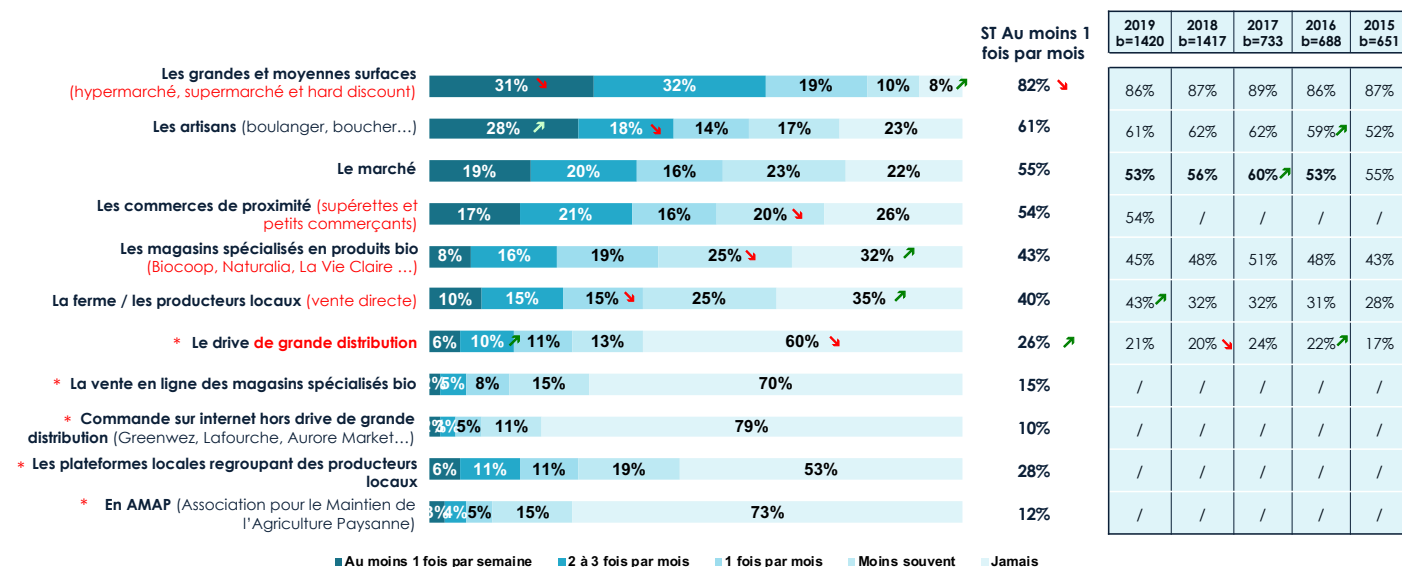
Base des consommateurs Bio au moins une fois par mois (1526) et base consommateurs bio ayant fréquenté le circuit de distribution GMS avant le confinement (1285). **Source :** Agence BIO/ Spirit Insight - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Édition 2021

En parallèle, le drive de la grande distribution sort son « épingle du jeu », avant et pendant le confinement.

- Sans surprise, pendant le 1^{er} confinement, la baisse de fréquentation est notable pour l'ensemble des circuits de distribution physiques : les Français ont ainsi pu découvrir de nouveaux canaux de distribution.
- La vente et les commandes en ligne parviennent à maintenir la même fréquence d'achat qu'avant la crise. Les plateformes locales regroupant des producteurs locaux attirent au premier confinement le même taux de fréquentation que le drive. Les AMAP, soumises à un système de commandes régulières, semblent avoir été moins impactées pendant le confinement sur leur niveau de fréquentation, preuve du soutien des consommateurs.

Q32. Avant le confinement, parmi les circuits de distribution suivants, à quelle fréquence y alliez-vous pour acheter des produits biologiques ?

Base Consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1 526



*Ajout d'un nouvel item

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

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2021

DES CONSOMMATEURS BIO FIDÈLES AUX CIRCUITS COURTS, POST CONFINEMENT

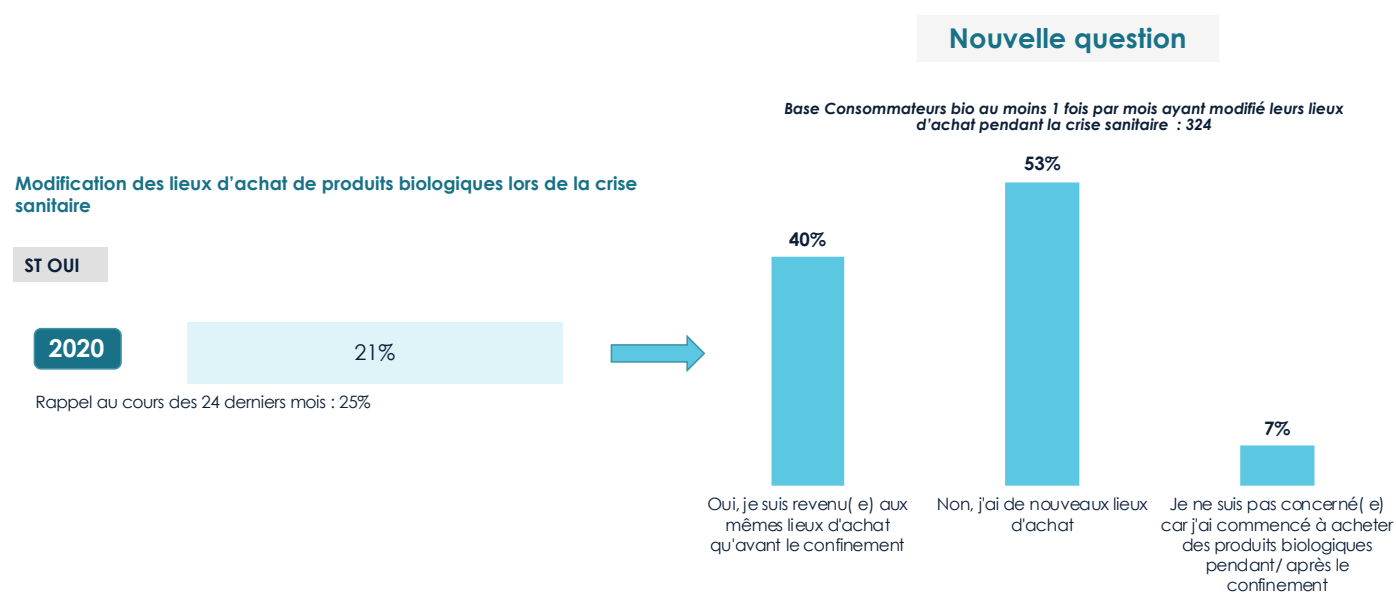
1 consommateur sur 10 n'est pas retourné acheter des produits bio en GMS après le confinement. De nouveau, ce sont les seniors qui ont été plus nombreux que l'ensemble des consommateurs bio à poursuivre leurs achats en vente directe (chez les producteurs locaux) et au marché. Ils sont, en effet, les premiers à prôner leur soutien aux petits producteurs.

A la sortie du premier confinement en mai, les consommateurs bio sont encore 1 sur 10 à déclarer avoir de nouveaux lieux d'achat, sans pour autant acheter moins de produits bio qu'avant le confinement. Ce résultat laisse présager que ces comportements d'achat vont perdurer.

Q35b. Globalement, diriez-vous que la crise sanitaire vous a contraint de modifier vos lieux d'achat de produits biologiques ?

Q35c. Si oui. Depuis la sortie du confinement en mai dernier jusqu'à octobre, vos lieux d'achat de produits biologiques sont-ils les mêmes qu'avant la période de confinement ?

Base Consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1 526



AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2021

En 2020, les Français portent un regard plus attentif à ce qu'ils mettent dans leurs assiettes. Outre le fait de cuisiner davantage, nombreux souhaitent redonner du sens à leur façon de consommer en privilégiant les produits locaux, de saison et les produits bio. Un achat qu'ils jugent utile et nécessaire pour soutenir les petits producteurs, les circuits courts, délaissant ainsi la grande distribution.

Les nouvelles habitudes, qui ont été prises lors du premier confinement, semblent perdurer : cuisiner davantage reste la raison la plus citée pour laquelle on enregistre une modification des comportements alimentaires et culinaires (25 % des mentions citées spontanément). Ce résultat laisse présager que cette tendance s'installe.

Certes, les restaurants et plus généralement la consommation hors domicile restent très limités pendant la période de l'enquête, mais la population nationale semble apprécier cette nouvelle dynamique. Elle évoque d'ailleurs spontanément faire plus attention à son alimentation en général (13 %), en mangeant plus sainement et équilibré qu'avant le confinement.

DANS UN CONTEXTE SANITAIRE 2020 COMPLEXE, L'ENVIE DE PRODUITS BIO SE CONFIRME

LE BIO RECRUTE DE NOUVEAUX CONSOMMATEURS ET DE NOUVEAUX PROFILS

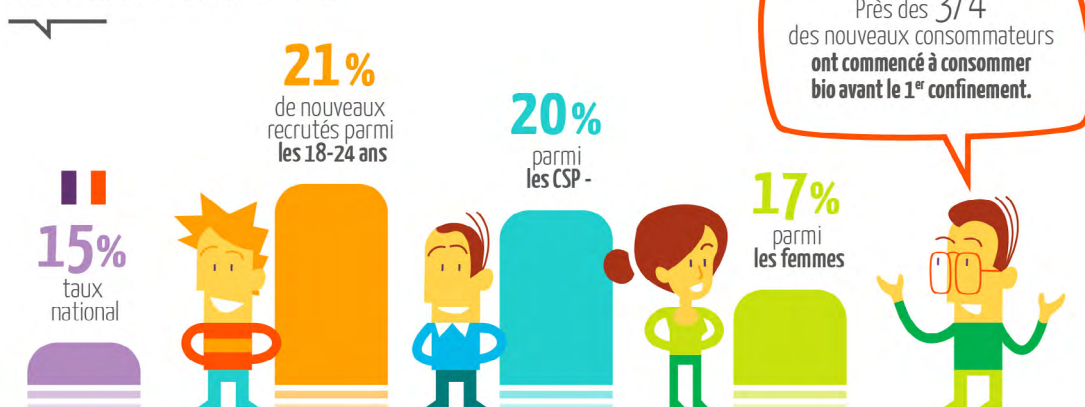
Le bio continue de séduire et enregistre 15 % de nouveaux consommateurs et, parmi eux, de nouveaux profils, comme :

- Les jeunes de moins de 25 ans sont sur-représentés (21 %).
- Il en est de même pour les CSP- dont 20 % consomment des produits biologiques depuis moins d'un an.
- Les 50-64 ans semblent également « rentrer » doucement sur ce marché puisque 17% déclarent être consommateurs depuis moins d'un an.

Près d'un quart des consommateurs ont plus de 10 ans d'ancienneté et la moyenne reste équivalente à 7 ans.

LE BIO SÉDUIT 15% DE NOUVEAUX CONSOMMATEURS OÙ 3 PROFILS SE DISTINGUENT

Catégories surreprésentées parmi les nouveaux consommateurs (moins de 1 an)

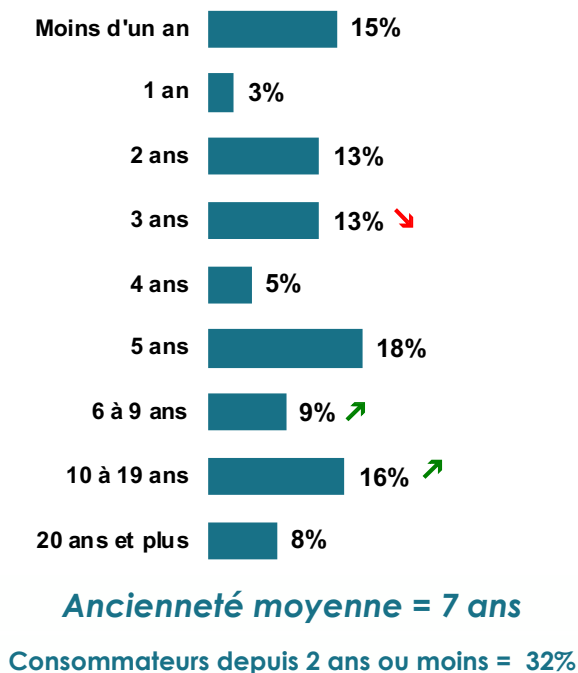


Base des consommateurs bio au moins une fois par mois (1526).

Source : Agence BIO/ Spirit Insight - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Édition 2021

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

Base Consommateurs bio au moins une fois par mois : 1 526



2019 B= 1420	2018 b=1417	2017 b=733	2016 b=688	2015 b=651
16%	17% ↑	9%	12%	12%
3%	4%	3%	3%	3%
13%	13%	14%	15%	11%
16%	15%	16% ↑	11%	11%
6%	6%	4%	6%	5%
19%	18% ↓	22%	22%	23%
6%	5% ↓	7%	7%	8%
13%	14% ↓	18%	19%	20%
8%	8%	6%	7%	8%
7 ans	7 ans	7 ans	7 ans	7 ans
32%	34%	27%	29%	26%

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

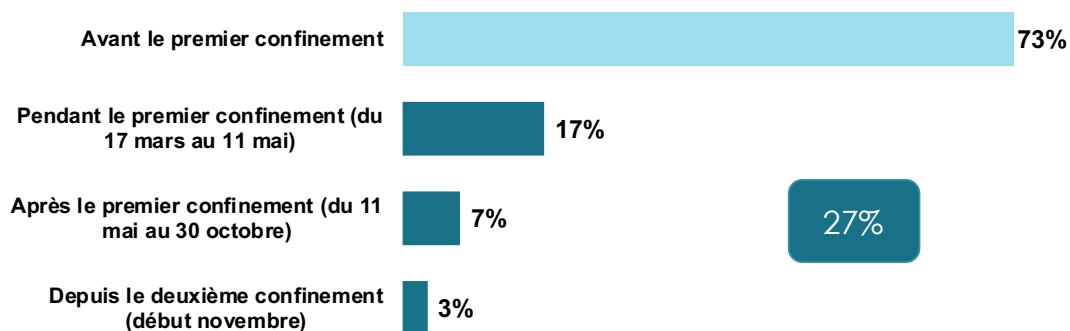
AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2021

Parmi les nouveaux recrutés, **les ¾ ont commencé à consommer bio en début d'année 2020, avant la période du premier confinement.**

Ils sont encore plus nombreux parmi les plus âgés à déclarer avoir commencé sur cette même période.

Q26b. Avez-vous commencé à consommer des produits biologiques... ?

Base Consommateurs bio de moins d'un an : 232



AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2021

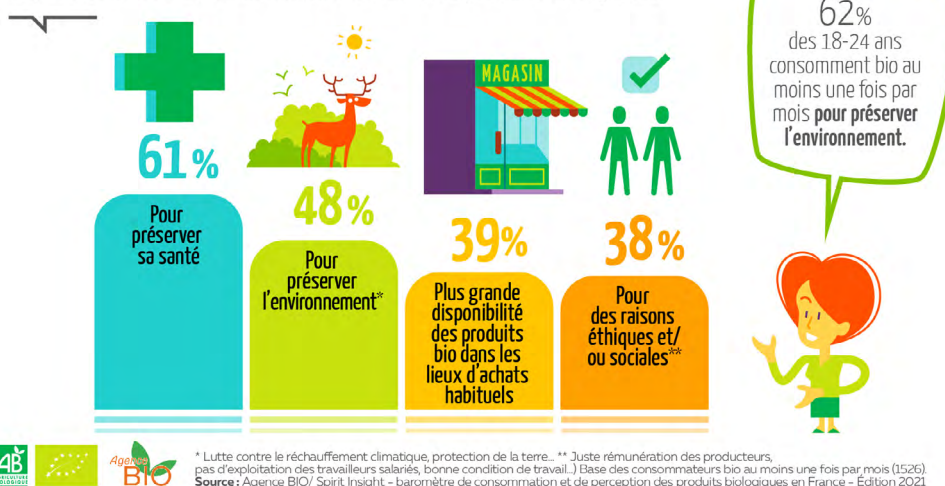
POURQUOI LES CONSOMMATEURS BIO CONSOMMENT-ILS BIO?

La volonté de **préserver sa santé** reste le principal facteur incitatif à consommer bio : la crise sanitaire n'a pas impacté ce score qui est similaire à l'année dernière (29% vs 30%). Une volonté qui s'inscrit dans la durée et qui arrive en tête des raisons actuelles de consommer pour 61% des consommateurs bio.

- Les plus jeunes, quant à eux, sont sensiblement plus attirés par **la protection de l'environnement** comme clé d'entrée au bio (19 % pour les 18-24 ans vs 12 % pour l'ensemble sur ce critère). Une volonté qui s'affirme par la suite puisqu'ils sont 62 % à consommer bio actuellement pour cette raison (vs 48 % des consommateurs bio).
- Parmi les autres critères à consommer bio, on note une progression de la **disponibilité des produits bio dans leurs lieux d'achat habituels**, résultat tiré à la hausse par les seniors, ainsi que les **raisons éthiques et/ou sociales**, relayant les bénéfices produits (et en particulier gustatifs) au second plan (37 % de citations vs 51 % l'an passé).

TOUT LE MONDE A UNE BONNE RAISON DE CONSOMMER BIO

Top 4 des raisons de consommation actuelle de produits biologiques



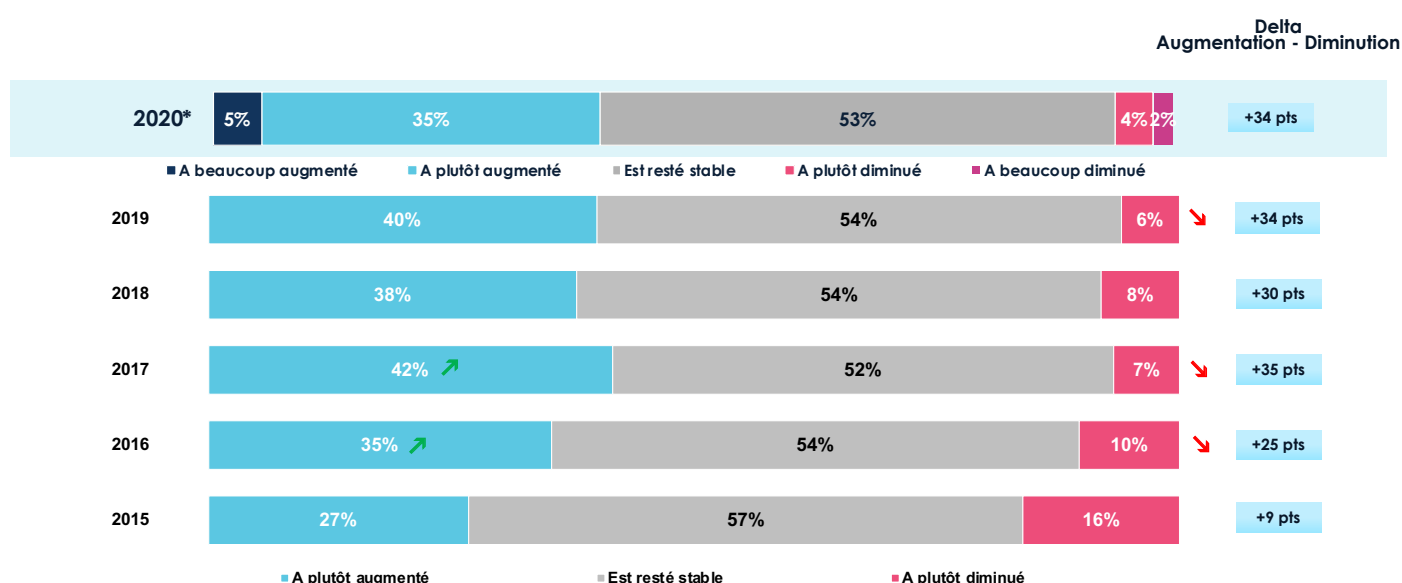
LES FRANÇAIS CONFORTENT LA PART DE LEUR BUDGET CONSACRÉE AUX PRODUITS BIO

Malgré le contexte économique lié à la crise sanitaire et la baisse du pouvoir d'achat pour certains Français, la part du budget consacré aux produits bio reste stable pour 53 % de la population.

Pour les personnes sans activité, le budget consacré a légèrement diminué (8 % vs 6 % pour l'ensemble), ou est resté stable (57 % vs 53 % pour l'ensemble).

Q5. Diriez-vous que votre budget consacré aux produits alimentaires biologiques, ces 12 derniers mois... ?

Base : a acheté des produits biologiques (n=1 730)



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

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2021

LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIO RÉSISTE À LA CRISE

Malgré la crise :



80 %
des français envisagent de maintenir leur consommation future de produits bio.



Et **11 %**
des Français envisagent d'augmenter leur consommation future de produits bio.



Base total Français (2100)

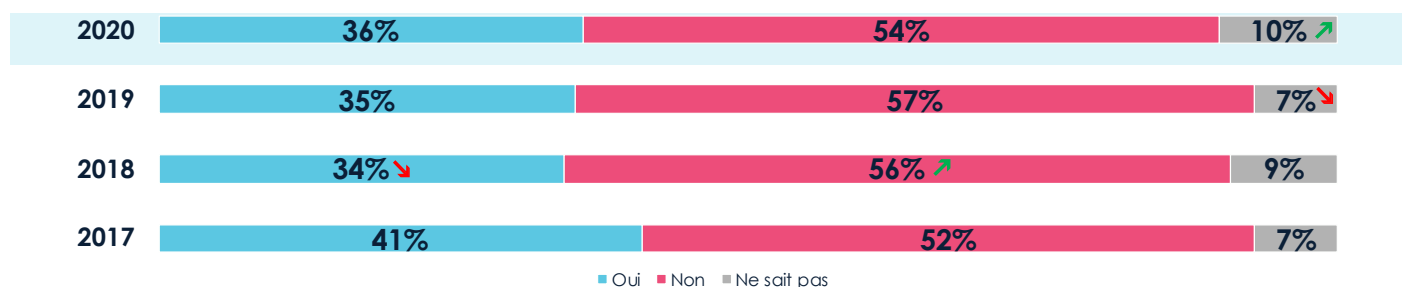
Source : Agence BIO/ Spirit Insight - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Édition 2021

Comme l'année dernière, la moitié de la population (54 %) ne trouve pas normal qu'un produit biologique coûte plus cher qu'un produit non bio.

Toutefois, le taux d'acceptation est plus élevé chez les consommateurs et les acheteurs de produits bio, et **chez les plus jeunes (moins de 25 ans) qui sont plus engagés**, que chez les catégories socioprofessionnelles les plus aisées.

Q6. Trouvez-vous normal qu'un produit biologique puisse coûter plus cher qu'un produit non biologique ?

Base total Français : 2 100



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

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Édition 2021

CETTE ANNÉE, LE PRIX EST DE MOINS EN MOINS UN FREIN

↘ -7 pts
par rapport à 2019

73%

« Les produits biologiques sont trop chers »



48%

« J'ai des doutes sur le fait qu'ils soient totalement bio »



41%

« Je privilégie des produits locaux non bio »



Le prix freine moins les consommateurs bio occasionnels* (- 5 points par rapport à 2019).



Base des consommateurs bio en dehors des consommateurs quotidiens (1479), * consommateurs bio hors quotidiens (1620)
Source : Agence BIO/ Spirit Insight - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Édition 2021

Les freins à consommer + de bio ?

- Pour l'ensemble des Français consommateurs ou non, le **prix** reste un frein à consommer plus de produits bio (tout particulièrement pour les moins de 25 ans). **Cependant ce critère enregistre un recul significatif de 5 points pour les consommateurs plus occasionnels et de 12 points pour les non-consommateurs par rapport à 2019.**

- Pour les consommateurs quotidiens, **l'attrait des produits locaux** non bio vient expliquer, en partie, la raison pour laquelle ils ne consomment pas plus de produits bio.

Ce résultat s'observe surtout chez les consommateurs ayant une grande ancienneté (5 ans et plus, 10-19 ans) et chez les 65 ans et plus. **Le retour à la consommation locale semble réassurer cette génération dans un contexte sanitaire particulièrement anxiogène.** Pendant les périodes de confinement, la proximité géographique et la garantie de l'origine des produits ont largement contribué à privilégier le local, qu'il soit finalement bio ou non. Tout en permettant d'apporter son soutien aux producteurs et de consommer plus responsable.

- Parmi les autres freins les plus cités, on note encore **« des doutes sur le fait que les produits soient totalement bio »**. Cette dimension arrive en seconde position, pour toutes les cibles, même auprès des consommateurs quotidiens.

- Auprès des non-consommateurs, le manque d'intérêt reste toujours à un niveau élevé (3^{ème} frein le plus cité auprès de cette cible avec 47 % contre 49 % l'année dernière). Un résultat inévitablement corrélé avec les doutes ressentis par cette cible sur le fait que les produits soient totalement bio.

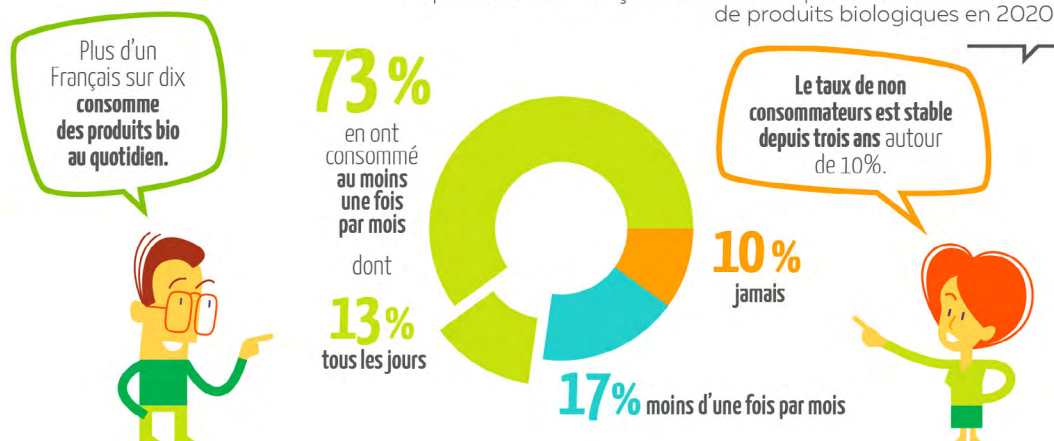
LA CONSOMMATION DE PRODUITS ALIMENTAIRES BIO TOUJOURS ÉLEVÉE

La consommation des produits alimentaires biologiques est inscrite dans le quotidien de très nombreux Français.

- Plus de **9 Français sur 10** déclarent consommer un produit alimentaire ne serait-ce que rarement.
- **73 % des Français** ont consommé des produits alimentaires biologiques **au moins une fois par mois** dont **13 %** qui en consomment **tous les jours**.
- **34 %** en consomment au moins **une fois par semaine**.
- Les consommateurs les plus réguliers - c'est-à-dire au moins une fois par semaine jusqu'à tous les jours - sont toujours sur-représentés parmi les catégories socioprofessionnelles supérieures, avec 59 % qui en consomment au moins une fois par semaine, soit 12 points au-dessus de la moyenne nationale, et par plus de la moitié des 25-34 ans.
- A l'inverse, **le taux de non-consommateurs absolus**, réfractaires aux produits biologiques est également stable depuis 3 ans (10 % vs 11 % l'année dernière qui n'en consomment jamais).

9 FRANÇAIS SUR 10 CONSOMMENT DES PRODUITS BIO

Répartition des Français selon leur fréquence de consommation de produits biologiques en 2020*



* au cours des 12 derniers mois. Base total Français (2100).

Source : Agence BIO/ Spirit Insight - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Édition 2021

DES CONSOMMATEURS BIO AVERTIS

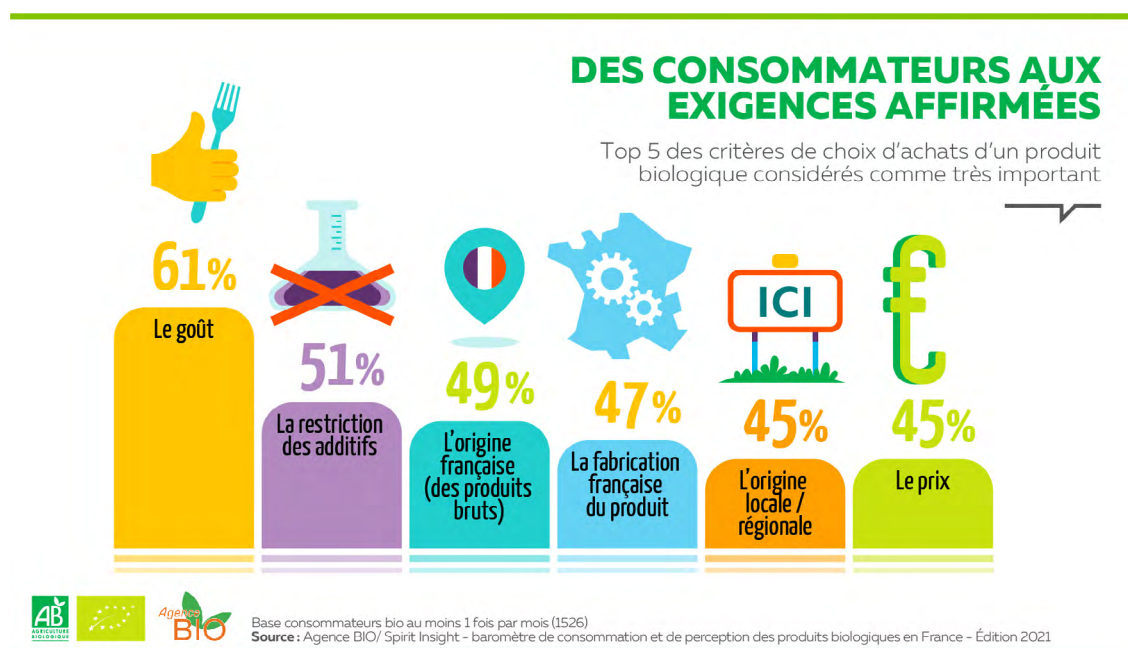
La quasi-totalité des consommateurs recherchent avant tout la valeur gustative des produits bio et sont 96 % à définir ce point comme critère de choix d'achat important et 98 % chez les 50-64 ans.

Et pour 9 consommateurs sur 10 restent des critères d'achat déterminants :

- l'origine française des produits bruts (92 %),
- la restriction des additifs (91 %),
- la fabrication française du produit (91 %),
- le prix (91 %),
- l'origine locale/régionale (90 %).

8 consommateurs sur 10 attachent également une forte importance à la garantie :

- d'une rémunération juste des producteurs,
- du bien-être animal.

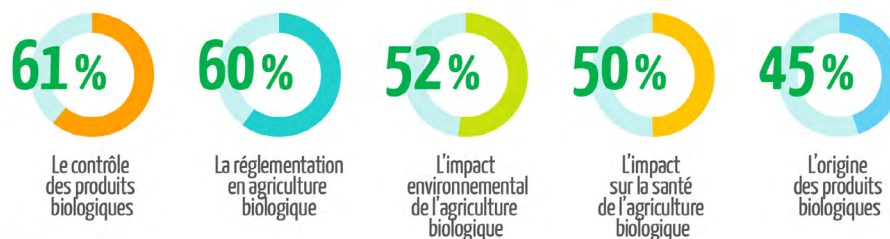


CONNAISSANCE ET PERCEPTION DES PRODUITS AB : LES FRANÇAIS ONT DE PLUS EN PLUS CONFIANCE

UNE FORTE NOTORIÉTÉ DES LOGOS BIO AUPRÈS DES FRANÇAIS QUI SOUHAITENT D'AVANTAGE D'INFORMATIONS



Ils souhaitent davantage d'information sur :



Base total Français (2100)

Source : AGENCE BIO/Spirit Insight - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Édition 2021

DES LOGOS « AB ET EUROFEUILLE » ADOPTÉS ET RECONNUS DES FRANÇAIS

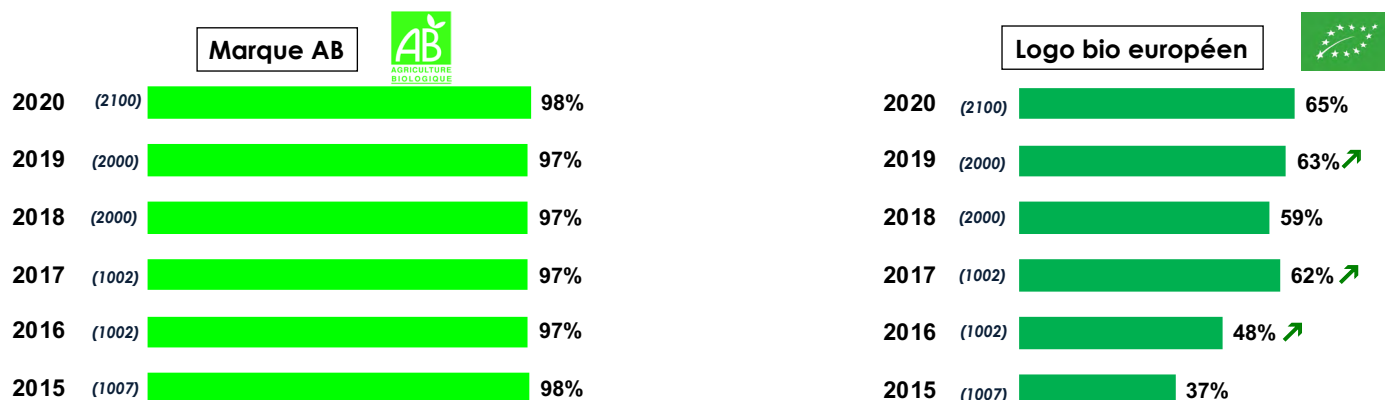
Le logo bio français est ancré dans l'esprit des Français (98 %).

Quant au logo européen « Eurofeuille », il poursuit sa progression 65 % versus 63 % en 2018. Son taux de notoriété est très segmenté en termes d'âge :

- Les moins de 35 ans sont sensiblement plus connaisseurs que les plus de 35 ans.
- Les femmes, les CSP + qui tirent également ce résultat à la hausse.

Q21. Connaissez-vous ces 2 logos... ?

Base total Français : 2 100



Connait les 2 logos : **64%** (base ensemble) / **72% +** (base consommateurs bio au moins une fois par mois)

↗ Évolution significative d'une année sur l'autre

+ - Différence significative entre consommateurs bio et ensemble des Français

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2021

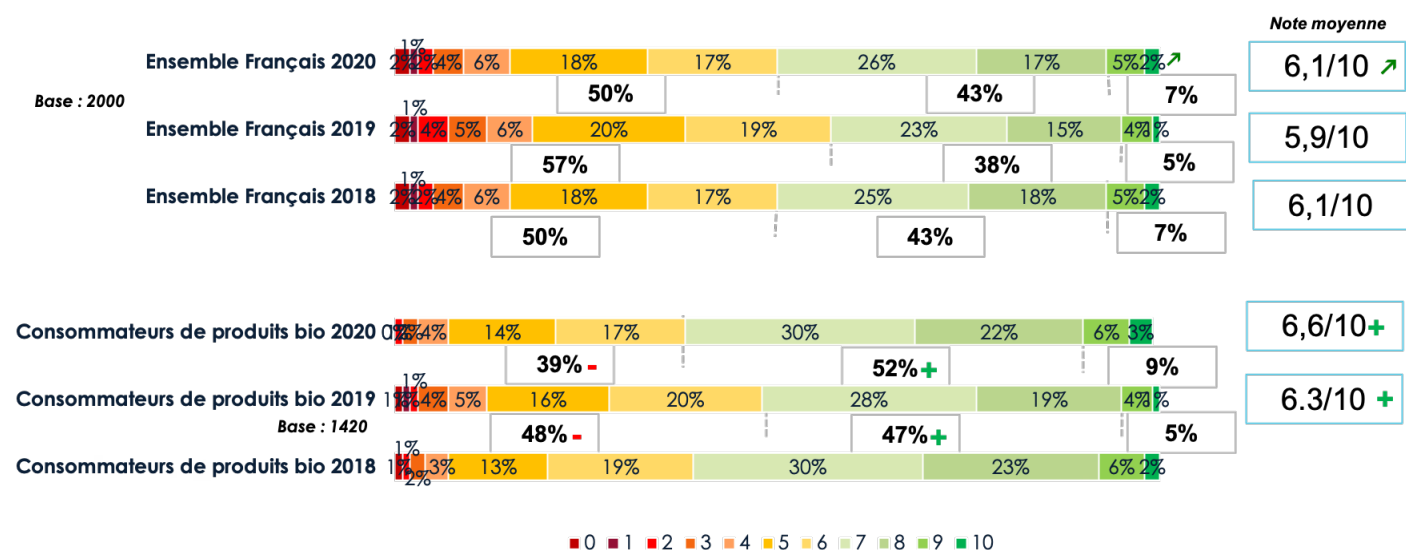
UN INDICE DE CONFIANCE ENVERS LES PRODUITS AB EN PROGRESSION

Cette année, les Français accordent une plus grande confiance aux informations transmises sur les produits bio.

L'indice de confiance atteint 6.1/10 en 2020 contre 5.9/10 en 2019 pour l'ensemble des Français et monte à 6.6/10 pour les consommateurs bio.

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 : 2 100



↗ Évolution significative d'une année sur l'autre

+ - Différence significative entre consommateurs bio et ensemble des Français

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2021

UNE BONNE IMAGE DES PRODUITS ALIMENTAIRES BIO

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

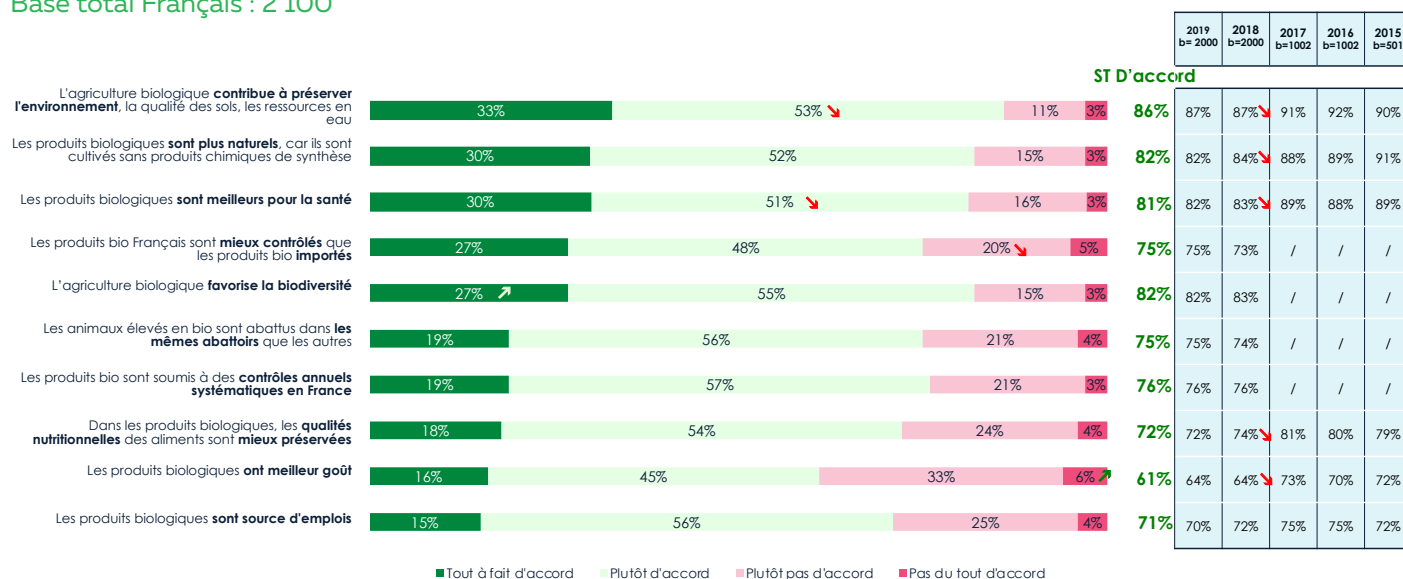
En effet, les Français saluent :

- leur impact positif sur l'environnement (86 %),
- leur caractère « plus naturel » (sans produit chimique de synthèse) (82 %),
- les bénéfices sur la santé (82 %),
- leurs qualités nutritionnelles préservées (72 %),
- une source d'emplois (71 %).

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, plutôt pas ou pas du tout d'accord.

Base total Français : 2 100

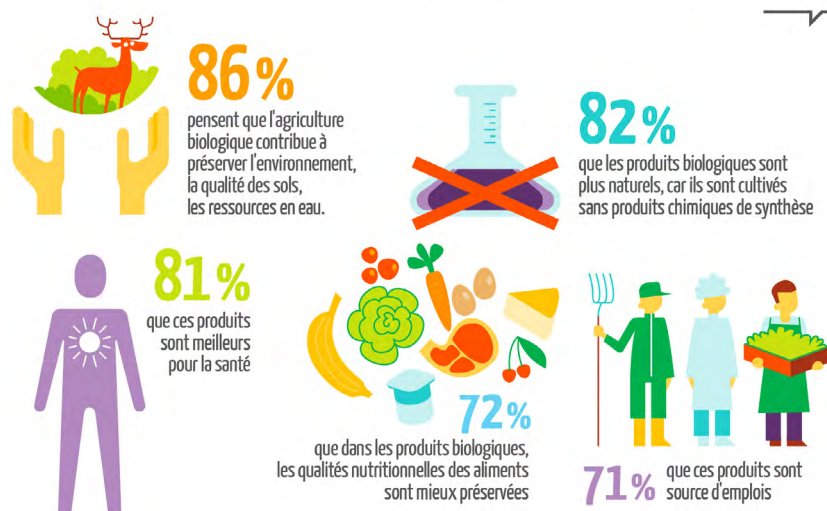


↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Édition 2021

À CHACUN SA PERCEPTION DE L'AGRICULTURE ET DES PRODUITS BIOLOGIQUES

Parmi les phrases* avec lesquelles les Français sont d'accord



PRINTEMPS BIO 2021 : UNE ÉDITION SPÉCIALE D'UN MOIS

Pour sa 22^e édition, le Printemps BIO s'étend du 13 mai au 13 juin 2021.

Les acteurs du bio donnent rendez-vous à tous les habitants du territoire pour découvrir les engagements fondamentaux de l'agriculture biologique et se faire plaisir avec les produits bio français, locaux, de saison et équitables.

Coordonné par l'Agence BIO, en charge du développement et de la promotion de l'agriculture biologique en France, le Printemps BIO est un événement national pour informer et sensibiliser le public à l'agriculture biologique. Cette année encore, des centaines d'animations seront proposées à travers tout l'hexagone par les acteurs du Bio (Groupements Régionaux des Agriculteurs BIO, Interprofessions bio régionales, Chambres d'Agriculture...,) en lien avec les acteurs locaux, dans le cadre d'une édition spéciale.

En effet, alors même que la crise sanitaire a confirmé l'intérêt et la sensibilité du consommateur aux questions du bio, du local, de saison et de l'équitable, cette même crise a entraîné l'annulation d'événements phares où les acteurs du bio vont à la rencontre des néophytes du bio comme des avertis. Aussi, dans ce contexte particulier et pour poursuivre les échanges autour du bio avec le public, l'Agence BIO et ses partenaires ont fait le choix d'étendre la durée de l'événement à un mois. Il s'inscrira parmi les temps forts de *La Semaine de l'agriculture française**, du 13 au 24 mai, et se poursuivra jusqu'à la « traditionnelle » première quinzaine de juin.

*Cet événement a pour vocation de mettre à l'honneur le travail quotidien des agriculteurs, producteurs... A cet effet, une plateforme rassemblera les événements physiques et digitaux organisés par les Chambres d'agriculture, les organismes professionnels, les interprofessions ainsi que par les entreprises et associations agricoles qui auront lieu sur l'ensemble du territoire français.

Le bio français, local, de saison et équitable au rendez-vous de cette 22^e édition

Cette 22^e édition du Printemps BIO permettra d'aller à la rencontre des agriculteurs bio, des entreprises bio, des magasins bio et à la découverte du bio au cœur des territoires. Une immersion pour comprendre



pourquoi le fait de produire et de consommer bio, local, de saison et équitable concourt à préserver sa santé, à protéger la biodiversité et l'environnement ou bien encore à valoriser les métiers et à soutenir les emplois ancrés dans les territoires.

L'Agence BIO et les acteurs de l'agriculture biologique seront plus que jamais mobilisés pour informer tous les publics et échanger sur les valeurs et principes du bio.

Un événement ouvert à tous et sur tout le territoire

Avec... parmi la soixantaine d'événements Printemps BIO dans les Pays de la Loire :

- Des fermes ouvertes, comme la Ferme Péard, à Blain (44), qui accueillera le public au moment de la traite des vaches le mercredi 2 juin à partir de 16h30.
- Des portes ouvertes d'entreprises, comme l'atelier de découpe « De la Terre à l'assiette » qui proposera des visites de son atelier tous les vendredis du Printemps BIO : charcuteries fumées, marinées, découpe de viandes de bœuf, volailles, agneau, porc et transformation, à Puceul (44390).
- Une exposition préparée par des étudiantes « Les 4 saisons du vitibio », retraçant le travail des viticulteurs biologiques durant l'année à travers les 4 saisons, sera proposée à Angers les 22 et 23 mai 2021 - 10h/19h.

Mais aussi

- La **remise des prix des Trophées de l'Excellence BIO**. Temps fort annuel pour les professionnels du bio avec, cette année, près de 150 candidats qui ont proposé leur projet. Le jury, sous la présidence d'Estérelle Payany, se réunira en mai pour désigner les lauréats et coup de cœur du jury. Rendez-vous en juin, pour découvrir les nouveaux lauréats qui rejoindront les 14 lauréats des éditions précédentes et représentent une agriculture biologique « exemplaire, innovante et reproductible ».

- **10 épisodes inédits « De la terre à l'assiette » de retour sur le petit écran !**

Ces 10 nouveaux films courts, valorisant l'agriculture biologique dans les territoires au travers de la relation d'un agriculteur et d'un transformateur/préparateur/distributeur, seront diffusés sur France 2 et France 5, respectivement en mai et en juin prochain.

**LE PRINTEMPS BIO,
UN RENDEZ-VOUS NATIONAL DE DECOUVERTE POUR PETITS ET GRANDS !**

Retrouver les événements Printemps BIO
sur la page dédiée du site internet de l'Agence BIO
www.agencebio.org

et sur la plateforme de **La Semaine de l'agriculture française**

LES MISSIONS DE L'AGENCE BIO

Créée en novembre 2001, **l'Agence BIO est un groupement d'intérêt public en charge du développement, de la promotion et de la structuration de l'agriculture biologique française** qui fêtera ses 20 ans cette année. Elle rassemble, au sein de son conseil d'administration, des représentants des Pouvoirs publics – le Ministère de la Transition écologique – le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation – et des professionnels (FNAB, APCA, Synabio et la Coopération Agricole).

Ses principales missions :

- Communiquer et informer sur l'agriculture biologique, ses produits, son impact environnemental, social et territorial et gérer la marque AB à des fins de communication,
- Développer et approfondir l'observatoire national de l'agriculture biologique,
- Gérer les notifications des producteurs et autres opérateurs certifiés ainsi que l'annuaire professionnel de la Bio,
- Faciliter la concertation entre partenaires et contribuer à la structuration des filières, au développement des marchés et des dynamiques interprofessionnelles,
- Gérer le Fonds Avenir Bio dont l'objectif est de déclencher et soutenir des programmes de développement des filières biologiques en France. Créé en 2008 puis renforcé grâce au volet transition agricole du plan de relance gouvernemental, il est désormais doté de 13 millions d'euros par an de 2021 à 2022.

METHODOLOGIE DE L'ENQUETE

Une étude **quantitative en ligne** via notre panel, sur la base d'un questionnaire auto-administré d'une vingtaine de minutes, avec :

- une partie commune posée à tous les interviewés de 14 minutes
- une partie posée uniquement aux consommateurs de produits biologiques (au moins une fois par mois)

Un échantillon interrogé de **2 100 Français âgés de 18 ans et plus**, échantillon **représentatif de la population nationale**.

Stratifié selon des quotas nationaux de :

- Genre du répondant
- Catégorie socioprofessionnelle en 3 tranches (CSP+ /CSP - / inactifs)
- Age du répondant (en 5 tranches)
- Régions en 9 tranches (UDA 9) et taille d'agglomération (avec une conversion en 13 nouvelles régions, mais en ne présentant pas la Corse du fait de bases trop faibles)

Cette année, afin d'avoir une lecture représentative régionale, les échantillons par région ont également été stratifié selon des quotas régionaux de genre du répondant, de catégorie socioprofessionnelle et d'âge du répondant.

Le terrain a été réalisé du 13 novembre au 1er décembre 2020, soit un démarrage deux semaines après le début du deuxième confinement 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 :

43%

35%

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

11%

4%

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

« Etude Spirit Insight pour l'Agence BIO »

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

