



# BAROMÈTRE DES PRODUITS BIOLOGIQUES EN FRANCE - 2024

Consommation et Perception

Rapport détaillé

# SOMMAIRE

## 1. LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

- Consommation & achats de produits biologiques
- Le rapport au prix
- Les préoccupations santé
- La pratique de la cuisine
- L'engagement dans la transition alimentaire

## 2. LE RAPPORT AUX PRODUITS ALIMENTAIRES BIOLOGIQUES

- Les attributs du bio
- La concurrence du local
- Connaissance du bio
- Confiance dans le bio
- L'accessibilité des produits biologiques
- Les catégories de produits consommés
- Perspectives & avenir

## 3. PORTRAITS DE FRANÇAIS SELON LEUR RAPPORT AU BIO

## 4. FOCUS 2024 : LA RESTAURATION HORS DOMICILE

# Méthodologie

---



Enquête auto-administrée en ligne sur un échantillon de **4 000 personnes**, représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans (genre, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et taille de l'agglomération de résidence, niveau du diplôme le plus élevé)

Un questionnaire d'une vingtaine de minutes composé d'un tronc commun adressé à tous les répondants et d'un module dédié aux seuls **consommateurs réguliers** (au moins une fois par mois) de produits bio (**2208 personnes**)



Terrain d'enquête du **21 novembre au 7 décembre 2023**

# Structure démographique de l'échantillon

GENRE	
Hommes	49%
Femmes	51%
AGE	
18-24 ans	11%
25-34 ans	16%
35-44 ans	18%
45-54 ans	19%
55-64 ans	19%
65-75 ans	16%
CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE	
CSP+	14%
CSP intermédiaires	14%
CSP-	30%
Inactifs	43%

TAILLE DE L'AGGLOMERATION DE RESIDENCE	
Communes rurales	23%
De 2 000 à 20 000 habitants	17%
De 20 000 à 100 000 habitants	13%
Plus de 100 000 habitants (hors agglomération parisienne)	30%
Agglomération parisienne	17%
Communes rurales	23%

NIVEAU DE DIPLÔME	
Sans diplôme, CEP, brevet des collèges	26%
CAP, BEP	25%
Baccalauréat	18%
Bac +2 à +3	19%
Bac + 4 à +5	13%

# 1.

# LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

[Retour au sommaire](#)

# Les habitudes alimentaires des Français – A retenir

## La baisse de la consommation de produits bio se poursuit en 2023

La chute de la consommation de produits bio constatée lors de la précédente édition du baromètre se poursuit en 2023 : 54% des Français déclarent avoir consommé des produits alimentaires biologiques au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, une part en baisse de 6 points par rapport à 2022. Alors qu'ils représentaient un peu plus d'un Français sur 2 en 2021, la part de ceux qui consomment du bio au moins une fois par semaine tombe quant à elle à 30% des Français. Et ceux qui disent n'avoir jamais consommé de bio au cours de l'année passée représentent désormais plus d'un Français sur 5.

Une baisse de la consommation qui se reflète dans les achats : la part d'acheteurs de produits alimentaires biologiques sur une période de 4 semaines précédant l'enquête recule encore cette année et concerne 46% des Français (baisse de 8 points par rapport à 2022).

## La consommation de produits bio très marquée socialement

Le profil des consommateurs réguliers (au moins une fois par semaine) de produits alimentaires biologiques reste très marqué socialement : la consommation de produits bio est très nettement liée aux niveaux de

revenus et de diplôme. Ainsi, la moitié des Français disposant d'un diplôme Bac +4 ou supérieur consomment des produits bio au moins une fois par semaine, pour seulement 21% des personnes avec un niveau BEPC ou inférieur. De même, les Français dont le niveau de vie du foyer est inférieur à 1 000 € par mois et par unité de consommation sont 23% à consommer des produits bio de façon hebdomadaire, pour 42% de ceux gagnant plus de 2 500 € par unité de consommation.

La consommation régulière de produits alimentaires biologiques et également très corrélée aux sensibilités aux enjeux environnementaux et aux effets de l'alimentation sur la santé. Elle est cependant moins sensible à l'âge ou à la présence d'enfants au foyer, même si les néo-consommateurs de bio (qui en consomment depuis moins d'un an) se recrutent davantage chez les 25-34 ans et les personnes en couple avec (jeunes) enfants.

## Une baisse de la consommation de bio plus marquée chez les « gros » consommateurs

L'analyse de l'évolution de la consommation hebdomadaire de produits bio montre une baisse plus marquée chez les Français âgés de 25 à 54 ans, les CSP + et surtout les CSP intermédiaires, ainsi que chez les personnes diplômées.

Elle est également plus importante chez les personnes se disant très attentives aux effets de l'alimentation sur leur santé : chez ces dernières, la part de consommateurs hebdomadaires de produits bio passe de 53% en 2022 à 43% en 2023.

## Le prix reste le 1er frein à la consommation de produits bio

Interrogés sur les 3 principales raisons pour lesquels ils ne consomment pas, ou pas plus souvent, de produits alimentaires biologiques, 75% des Français indiquent que les produits biologiques sont trop chers, en hausse de 4 points par rapport à 2022. La part des Français exprimant des doutes sur le fait que les produits biologiques soient réellement bio se maintient en 2<sup>ème</sup> position des freins (54% de citations, en baisse de 3 points), devant le manque d'intérêt (41% ; -3 points).

Cette dernière raison est, sans surprise, nettement plus fréquemment invoquée par les Français ne consommant jamais de produits bio. Ces derniers expriment en outre plus souvent des doutes sur la réalité du bio que les Français consommant des produits biologiques au moins une fois par semaine. Chez ceux-là, le fait de privilégier des produits locaux non bio ou de disposer de leur propre potager sont des freins nettement plus fréquemment invoqués que chez les consommateurs plus occasionnels ou les non-consommateurs.

## Les habitudes alimentaires des Français – A retenir

Enfin, on note également des freins liés au manque d'accessibilité (« vous n'en trouvez pas sur vos lieux d'achat habituels ») de l'offre de bio plus importants chez les consommateurs hebdomadaires de produits bio (23% évoquent ce frein, pour 12% chez les consommateurs occasionnels et 6% chez les non-consommateurs).

Invités à s'exprimer de manière ouverte sur leurs doutes à l'égard du bio, les consommateurs concernés évoquent notamment l'impossibilité de cultiver bio dans un environnement où tout (air, sols, eau) est susceptible d'être pollué, ou encore les risques de contamination des terrains bio par des produits utilisés dans des exploitations conventionnelles situées à proximité, mais également des doutes sur le respect des normes dans les étapes de fabrication ou encore sur l'origine et la traçabilité des produits biologiques.

### Une image prix du bio dégradée...

Si le prix reste de loin le 1<sup>er</sup> frein à la consommation de produits bio, c'est notamment parce que le bio souffre à cet égard d'une image très dégradée, dégradation qui s'accroît encore en 2023.

Ainsi, 94% des Français interrogés s'accordent sur l'affirmation « les produits biologiques sont souvent plus chers » (dont 62% qui se disent « tout à fait d'accord », en hausse de 2 points par rapport à 2022). Ils sont

également une majorité à considérer que « le bio, c'est surtout pour justifier des prix plus élevés » (64%) ou encore que « le bio c'est surtout du marketing » (62%). Enfin, la part des Français estimant anormal qu'un produit bio puisse coûter plus cher qu'un produit non biologique, qui avait augmenté en 2022 (passant de 53% à 59%), reste stable en 2023.

### ...qui pèse dans un contexte d'attention au prix renforcée

Alors que les prix de l'alimentation ont augmenté de 22% en 2 ans, 44% des Français disent avoir le sentiment de se restreindre pour des raisons financières sur leurs dépenses alimentaires, dont 17% qui doivent faire face à d'importantes restrictions (+ 3 points par rapport à 2022).

Le bio pâtit particulièrement de ces contraintes. Ainsi, 86% des Français déclarant des restrictions sur leurs dépenses alimentaires indiquent éviter d'acheter des produits biologiques car ils pensent qu'ils sont trop chers, dont 48% « souvent » (+5 points par rapport à 2022). La part des consommateurs se restreignant sur leurs dépenses alimentaires passe de 24% chez les consommateurs quotidiens de produits bio à 49% chez les non-consommateurs, soit un rapport de 1 à 2.

De fait, l'attention portée au prix est très forte : 88% des Français comparent toujours le prix des produits alimentaires avant d'acheter et ils sont 68% à regarder le prix comme premier critère de leurs achats

alimentaires (+ 3 points / 2022).

Enfin, lorsqu'il s'agit de choisir entre le prix et la qualité pour leurs achats alimentaires, 51% des Français indiquent réaliser des arbitrages en faveur du prix (+2 points par rapport à 2022). On note une corrélation très nette entre ces arbitrages et la consommation de produits biologiques : 78% des consommateurs quotidiens de bio privilégient la qualité pour seulement 30% des non-consommateurs.

### Recul de l'attention à la santé au profit du plaisir dans l'alimentation

La place de la santé recule dans les représentations du « bien manger », au profit du plaisir et de la commensalité. Ainsi, invités à sélectionner, parmi une liste de 9 propositions, les 2 qu'ils rapprochent le plus de leur conception du « bien manger », 42% des Français ont sélectionné « le plaisir des sens » (dont 29% en première instance), soit une hausse de 15 points par rapport à 2022.

Cette proposition arrive ainsi en 2<sup>ème</sup> position des représentations associées au bien manger, juste derrière « une alimentation équilibrée ».

De même, « un moment de convivialité partagé » gagne 10 points par rapport à 2022 (sélectionné par 32% des Français, dont 14% qui le placent en 1<sup>er</sup>) et se positionne en 3<sup>ème</sup> place des représentations du bien manger.

## Les habitudes alimentaires des Français – A retenir

Mécaniquement, la place accordée à la santé recule : 28% des Français associent « bien manger » à une alimentation qui ne porte pas atteinte à la santé (en baisse de 6 points par rapport à 2022).

Les considérations environnementales enregistrent également un recul important : 13% des Français associent le bien manger à « une alimentation produite dans des conditions qui respectent la nature », soit 9 points de moins qu'en 2022.

Le recul des dimensions santé au profit du plaisir dans les représentations du « bien manger » est plus marqué chez les plus modestes : les Français dont le niveau de vie du ménage est inférieur à 1000 € par unité de consommation, les jeunes et les familles monoparentales. Il est en revanche moins fort chez les consommateurs hebdomadaires de bio. Le lien entre alimentation et santé est en effet nettement plus marqué chez ces derniers, qui sont 64% à estimer que l'alimentation est un moyen de prévenir les problèmes de santé, pour 34% de ceux qui ne consomment pas bio.

### Une sensibilité à la santé qui entre en conflit avec d'autres préoccupations dans le rapport à l'alimentation...

Le reflux de l'attention portée à la santé dans l'alimentation s'illustre également par le recul des

habitudes santé : attention portée aux perturbateurs endocriniens, à la composition nutritionnelle des produits, et plus largement aux différentes mentions sur les produits alimentaires.

Pourtant, la part des Français se disant inquiets des effets de l'alimentation sur leur santé reste stable et à un niveau relativement élevé (62% d'inquiets, dont 7% de « très inquiets »). Mais l'on observe un léger recul de la proportion de Français se déclarant attentifs aux effets de l'alimentation sur leur santé (65%, en baisse de 4 points par rapport à 2022).

Les préoccupations santé restent donc fortes mais l'attention reflue, au profit d'autres préoccupations (prix, plaisir). Une dissonance qui s'accroît donc, notamment et là encore chez les plus fragiles : les familles monoparentales, les plus modestes et les Français s'imposant d'importantes restrictions sur leurs dépenses alimentaires.

### ...et qui pénalise le bio

Or, ce reflux est d'autant plus dommageable pour le bio que « Pour préserver votre santé » est de loin la première motivation à la consommation de produits alimentaires biologiques, que ce soit la raison invoquée pour se mettre au bio ou pour continuer à consommer des produits biologiques. On note en outre que parmi les raisons de consommer bio, les dimensions liées au goût

ou à la préservation de l'environnement sont en retrait par rapport à 2022 (respectivement -5 et -6 points).

### Des attentes renouvelées en matière de plaisir des sens...mais aussi de fonctionnel dans l'alimentation

Les résultats de cette édition 2023 du baromètre montrent également un reflux de la pratique de la cuisine et une hausse de l'attention portée au gaspillage (+3 points par rapport à 2022). Ainsi, 36% des Français ayant modifié leurs habitudes alimentaires au cours de l'année passée indiquent avoir cuisiné davantage, un taux en baisse de 7 points par rapport à 2022 (et 9 points par rapport à 2021).

De même, la part des Français se disant « tout à fait d'accord » avec l'affirmation « J'aime prendre le temps de préparer les repas, même en semaine », baisse de 5 points par rapport à 2022. A l'inverse, la part de ceux considérant la cuisine comme une corvée (34%) augmente de 4 points par rapport à l'année dernière. Ils sont en outre 62% à indiquer privilégier l'aspect pratique, gains de temps dans leurs achats de produits alimentaires. Une demande de praticité donc, susceptible là encore de pénaliser le bio, quand on voit que l'essentiel des produits biologiques achetés concernent des légumes frais et plus largement des produits bruts, qu'il faut savoir cuisiner et pouvoir conserver pour éviter le gaspillage.

# LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

Consommation & achats de produits  
biologiques

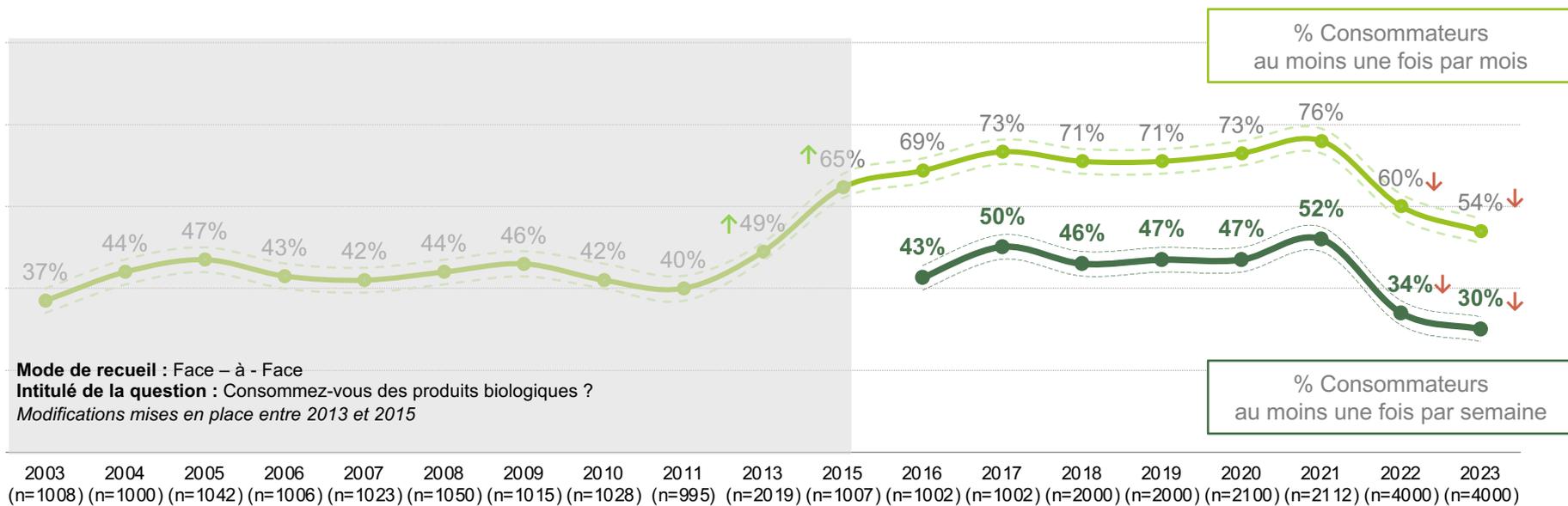


[Retour au sommaire](#)

# Consommation de produits biologiques

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

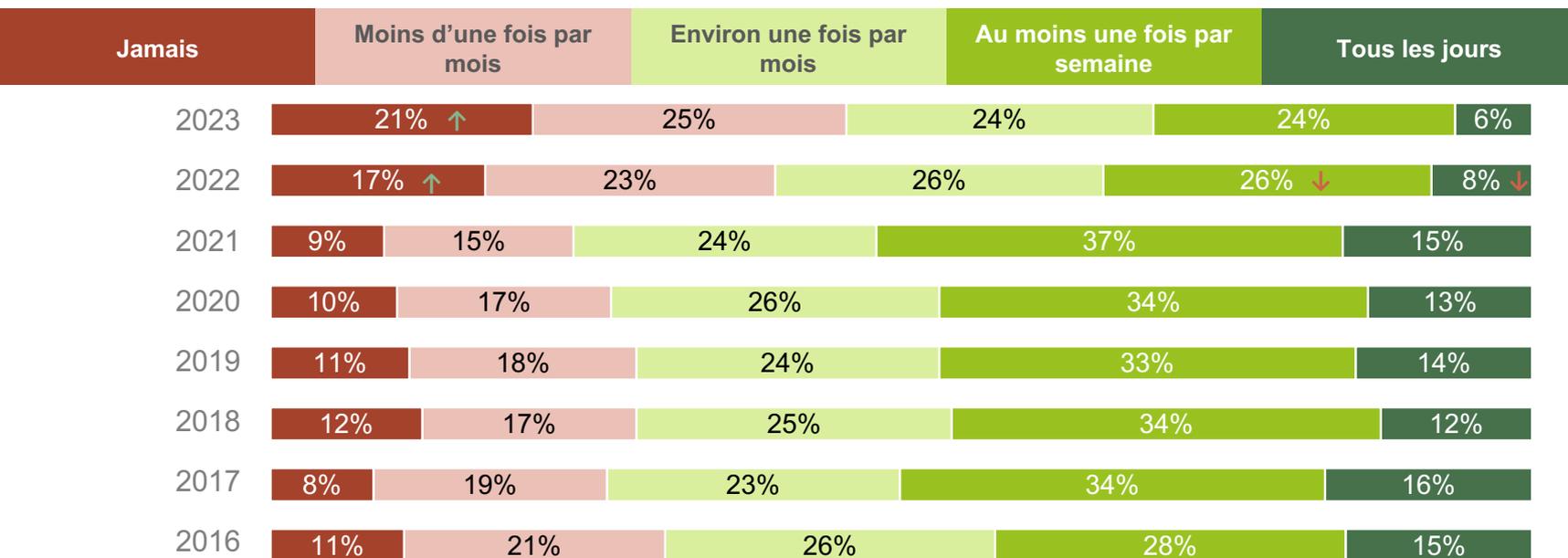
Base totale, n=4000



# Consommation de produits biologiques

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

Base totale, n=4000

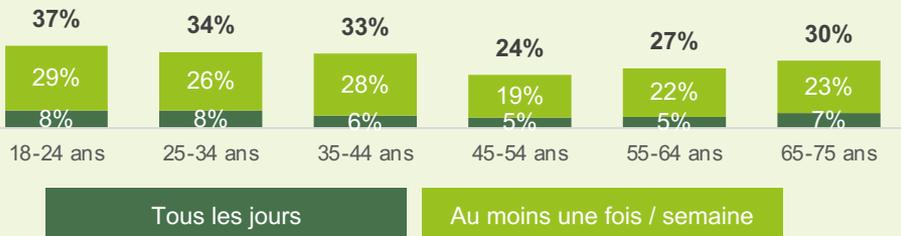


# Consommation de produits biologiques

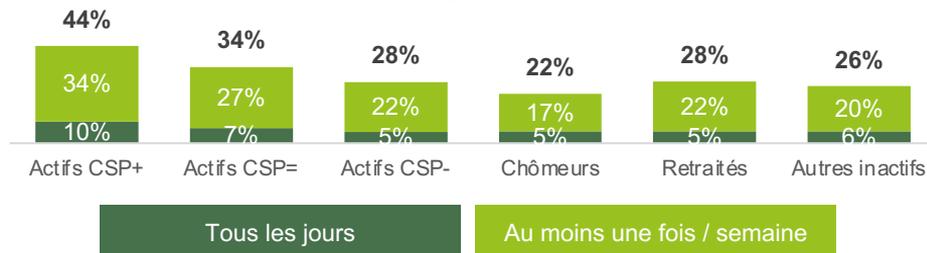
Part de Français consommant des produits biologiques au moins une fois par semaine

Base totale, n=4000

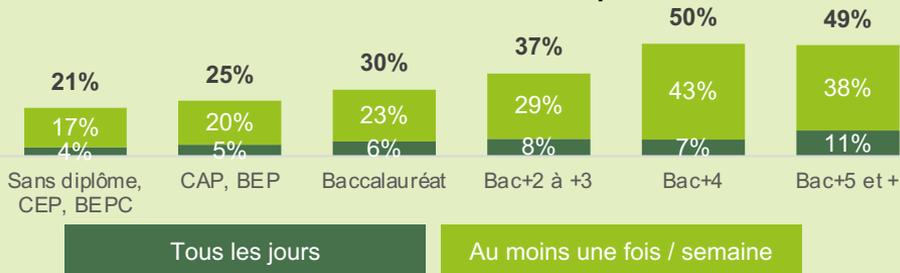
## En fonction de l'âge



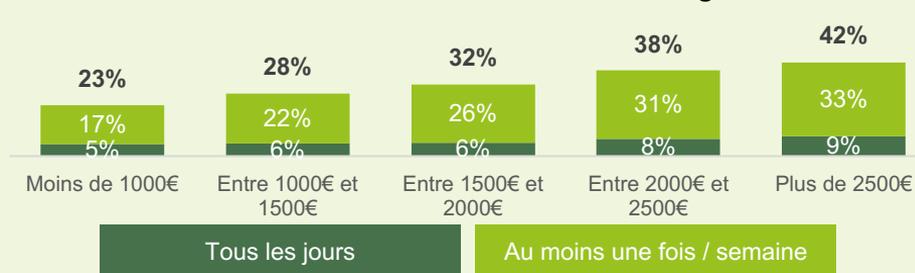
## En fonction de la catégorie socioprofessionnelle



## En fonction du niveau de diplôme



## En fonction du niveau de vie du ménage



# Une baisse de la consommation régulière plus marquée chez les plus gros consommateurs de bio

## Part de Français consommant des produits biologiques au moins une fois par semaine

Base totale, n=4000

	18-24 ans		25-34 ans		35-44 ans		45-54 ans		55-64 ans		65-75 ans	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Tous les jours	8%	9%	8%	9%	6%	9%	5%	8%	5%	8%	7%	7%
Au moins une fois par semaine	29%	27%	26%	32%	28%	31%	19%	20%	22%	24%	23%	22%
<b>ST Une fois par semaine ou plus</b>	<b>37%</b>	<b>36%</b>	<b>34%</b>	<b>42%</b>	<b>33%</b>	<b>40%</b>	<b>24%</b>	<b>29%</b>	<b>27%</b>	<b>31%</b>	<b>30%</b>	<b>29%</b>

Baisse  
significative

	CSP +		CSP intermédiaires		CSP -		Chômeurs		Retraités		Autres inactifs	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Tous les jours	10%	13%	7%	10%	5%	7%	5%	9%	5%	7%	6%	6%
Au moins une fois par semaine	34%	37%	27%	35%	22%	25%	17%	17%	22%	19%	20%	23%
<b>ST Une fois par semaine ou plus</b>	<b>44%</b>	<b>50%</b>	<b>34%</b>	<b>45%</b>	<b>28%</b>	<b>32%</b>	<b>22%</b>	<b>26%</b>	<b>28%</b>	<b>26%</b>	<b>26%</b>	<b>29%</b>

Hausse  
significative

	BEPC ou inférieur		CAP/BEP		Baccalauréat		Bac +2/+3		Bac+4		Bac+5 ou plus	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Tous les jours	4%	7%	5%	6%	6%	8%	8%	10%	7%	16%	11%	12%
Au moins une fois par semaine	17%	15%	20%	20%	23%	29%	29%	35%	43%	40%	38%	43%
<b>ST Une fois par semaine ou plus</b>	<b>21%</b>	<b>22%</b>	<b>25%</b>	<b>26%</b>	<b>30%</b>	<b>37%</b>	<b>37%</b>	<b>45%</b>	<b>50%</b>	<b>55%</b>	<b>49%</b>	<b>56%</b>

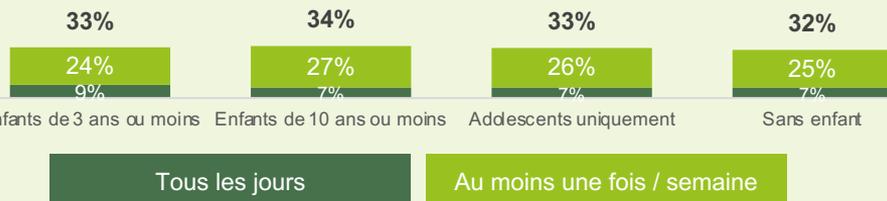
	Moins de 1000€		Entre 1000€ et 1500€		Entre 1500€ et 2000€		Entre 2000€ et 2500€		Plus de 2500€	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Tous les jours	5%	9%	6%	5%	6%	9%	8%	12%	9%	9%
Au moins une fois par semaine	17%	19%	22%	26%	26%	27%	31%	31%	33%	37%
<b>ST Une fois par semaine ou plus</b>	<b>23%</b>	<b>27%</b>	<b>28%</b>	<b>31%</b>	<b>32%</b>	<b>36%</b>	<b>38%</b>	<b>43%</b>	<b>42%</b>	<b>46%</b>

# Consommation de produits biologiques

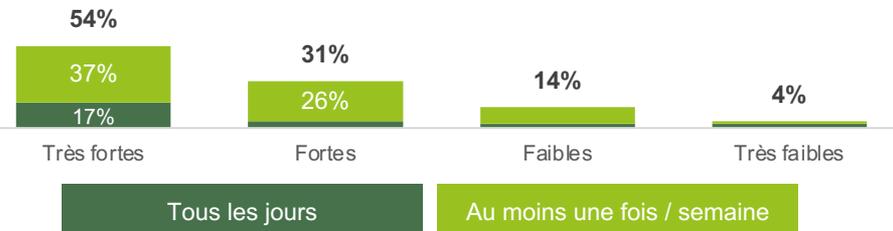
## Part de Français consommant des produits biologiques au moins une fois par semaine

Base totale, n=4000

### En fonction de l'âge des enfants au foyer



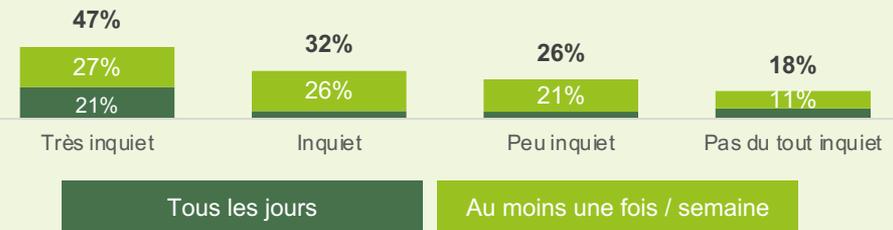
### En fonction des préoccupations à l'égard de l'environnement



### En fonction de l'attention aux effets de l'alimentation sur la santé



### En fonction de l'inquiétude à l'égard des effets de l'alimentation sur la santé



# Une baisse de la consommation régulière de bio plus forte chez les consommateurs attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé

## Part de Français consommant des produits biologiques au moins une fois par semaine

Base totale, n=4000

### En fonction des préoccupations à l'égard de l'environnement

	Très fortes		Fortes		Faibles		Très faibles	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Tous les jours	17%	18%	4%	6%	2%	2%	3%	2%
Au moins une fois par semaine	37%	38%	26%	27%	11%	10%	2%	8%
<b>ST Une fois par semaine ou plus</b>	<b>54%</b>	<b>56%</b>	<b>31%</b>	<b>33%</b>	<b>14%</b>	<b>12%</b>	<b>4%</b>	<b>10%</b>

Baisse  
significative

Hausse  
significative

### En fonction de l'attention aux effets de l'alimentation sur la santé

	Très attentifs		Assez attentifs		Peu attentifs		Pas du tout attentifs	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Tous les jours	13%	22%	8%	8%	1%	2%	1%	1%
Au moins une fois par semaine	31%	30%	30%	32%	15%	15%	6%	6%
<b>ST Une fois par semaine ou plus</b>	<b>43%</b>	<b>53%</b>	<b>38%</b>	<b>41%</b>	<b>16%</b>	<b>17%</b>	<b>7%</b>	<b>6%</b>

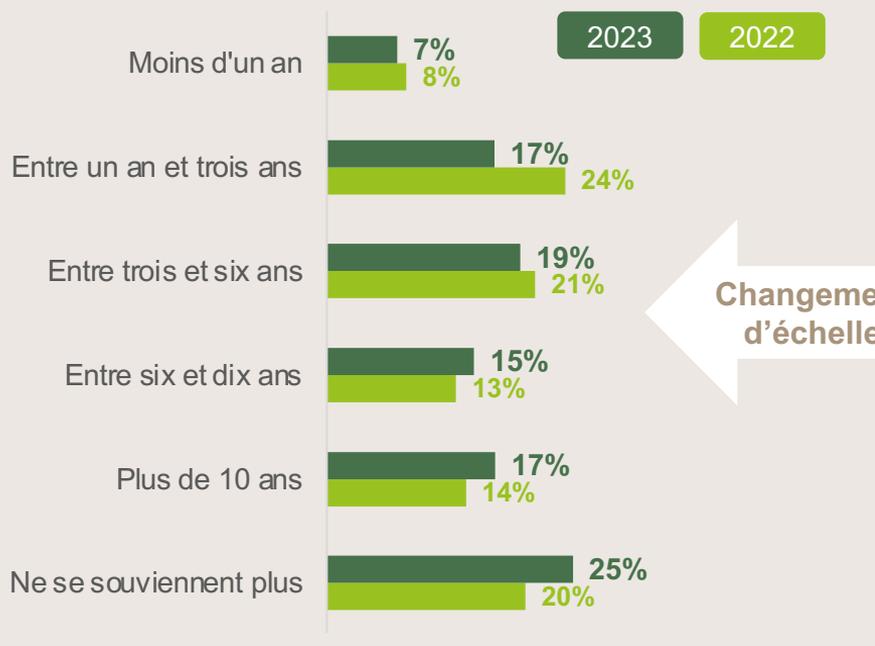
### En fonction de l'inquiétude à l'égard des effets de l'alimentation sur la santé

	Très inquiets		Plutôt inquiets		Peu inquiets		Pas du tout inquiets	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Tous les jours	21%	20%	5%	8%	5%	6%	7%	8%
Au moins une fois par semaine	27%	30%	26%	29%	21%	22%	11%	16%
<b>ST Une fois par semaine ou plus</b>	<b>47%</b>	<b>50%</b>	<b>32%</b>	<b>37%</b>	<b>26%</b>	<b>28%</b>	<b>18%</b>	<b>24%</b>

# Ancienneté de consommation de produits bio

Depuis combien de temps consommez-vous des produits biologiques ?

Base : consommateurs réguliers de produits biologiques, n = 2208



Changement  
d'échelle

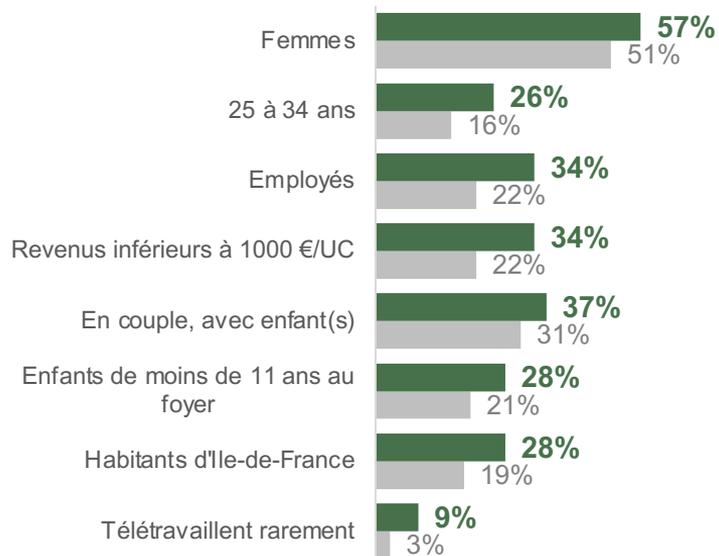
	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Moins d'un an	11%	15%	16%	17%	9%	12%
1 an	2%	3%	3%	4%	3%	3%
2 ans	9%	13%	13%	13%	14%	15%
3 ans	11%	13%	16%	15%	16%	11%
4 ans	6%	5%	6%	6%	4%	6%
5 ans	20%	18%	19%	18%	22%	22%
6 à 9 ans	7%	9%	6%	5%	7%	7%
10 à 19 ans	22%	16%	13%	14%	18%	19%
20 ans plus	12%	8%	8%	8%	6%	7%

## Profil des néo-consommateurs de bio

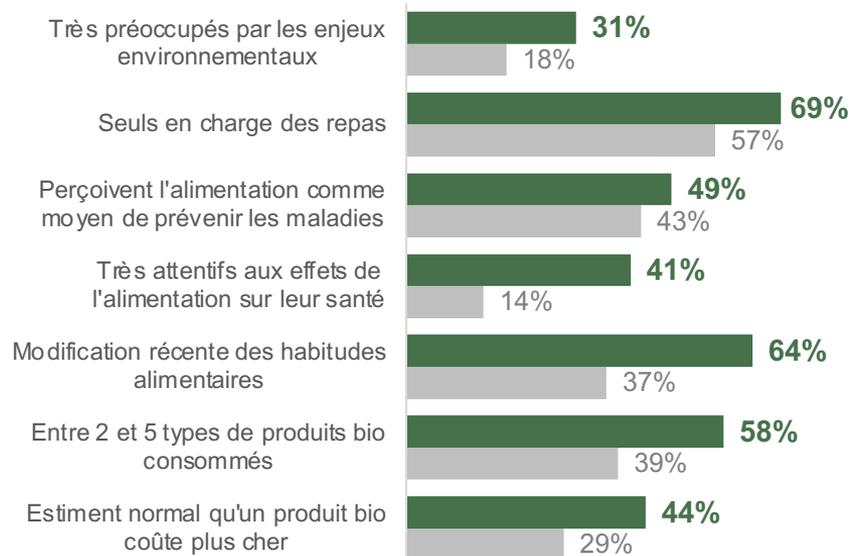
### Profil des néo-consommateurs de bio

Bases : Consommateurs de bio depuis moins d'un an, n=154 ; Ensemble : base totale, n=4000

#### Parmi les néo-consommateurs de bio



#### Parmi l'ensemble de la population

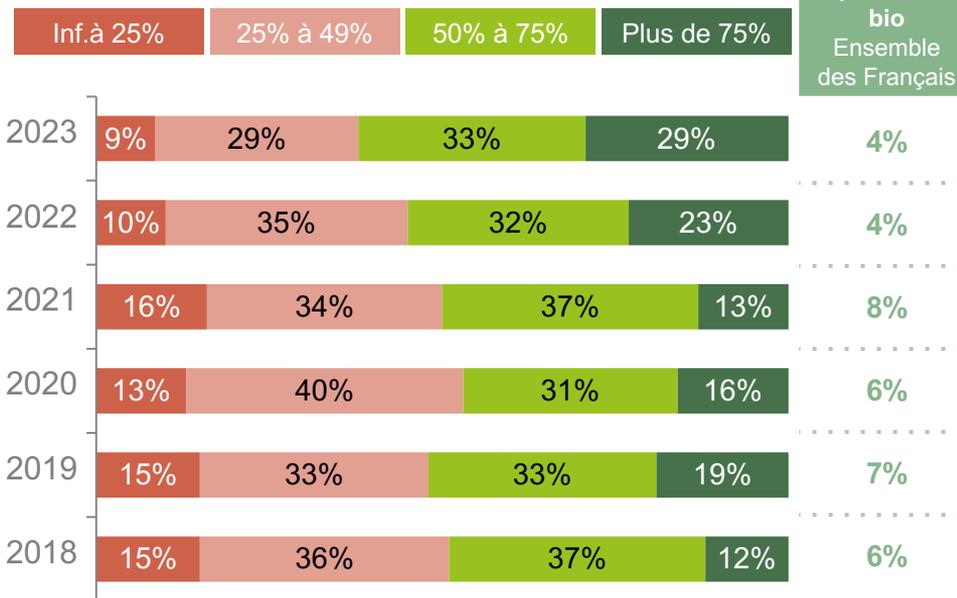
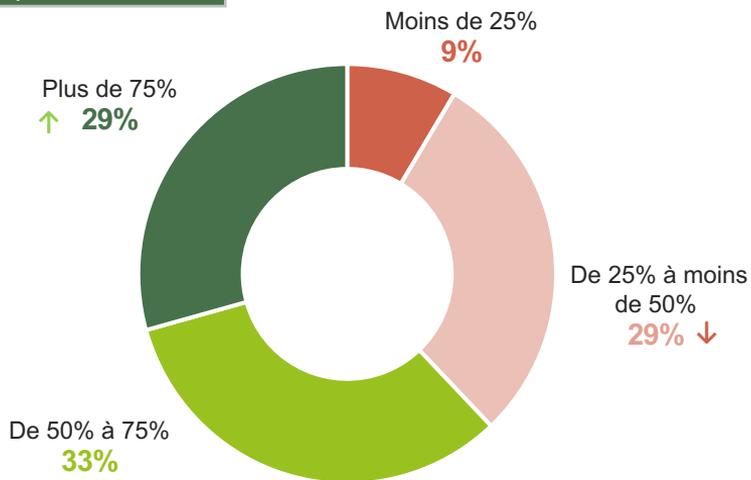


# Part de consommation alimentaire bio pour les consommateurs journaliers de bio

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

Base : consommateurs quotidiens de produits alimentaires biologiques, n=241

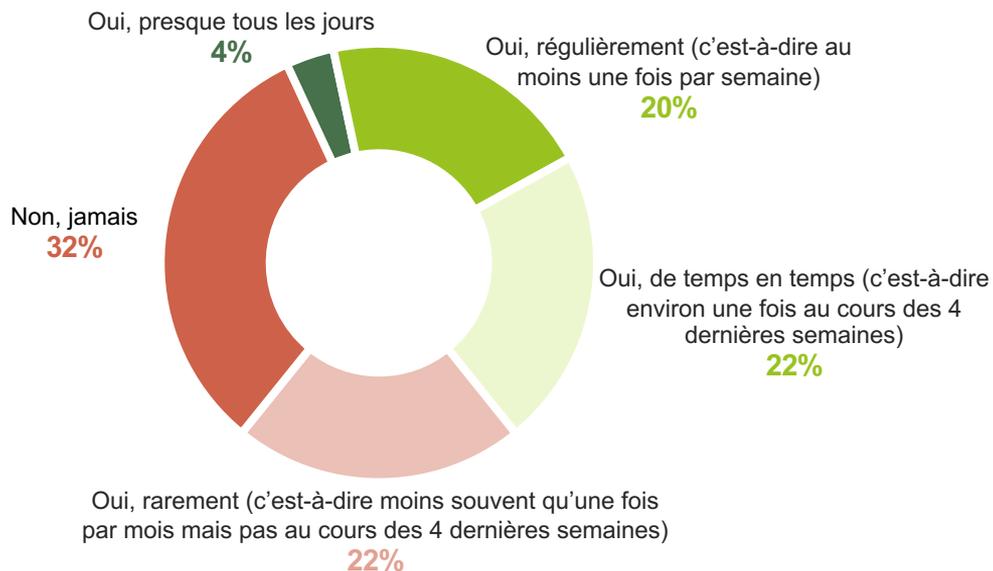
Consommateurs  
quotidiens



## Fréquence d'achat de produits bio

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

Base totale, n=4000

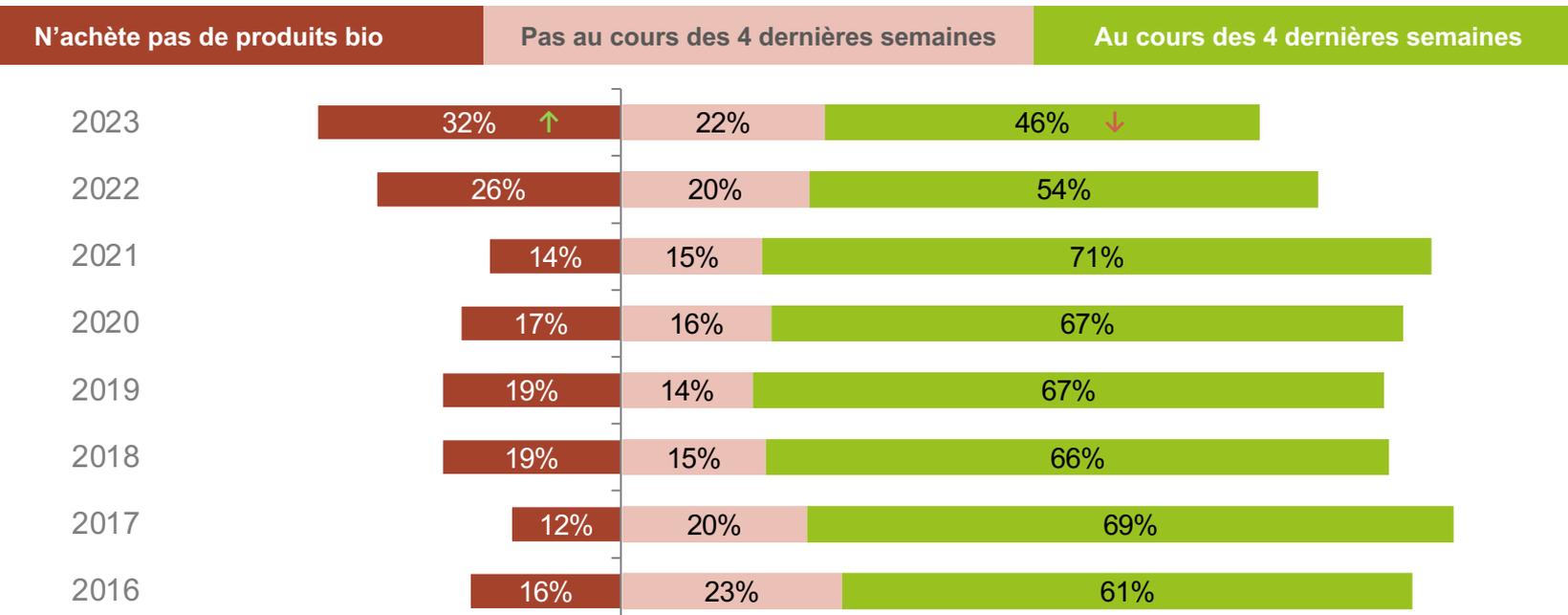


Oui  
fréquemment  
24%

## Achats de produits biologiques

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

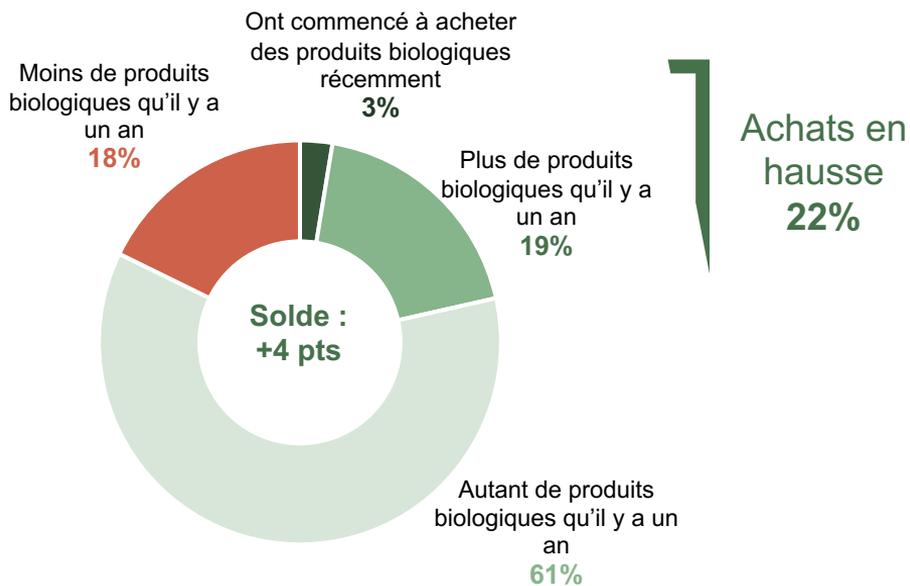
Base totale, n=4000



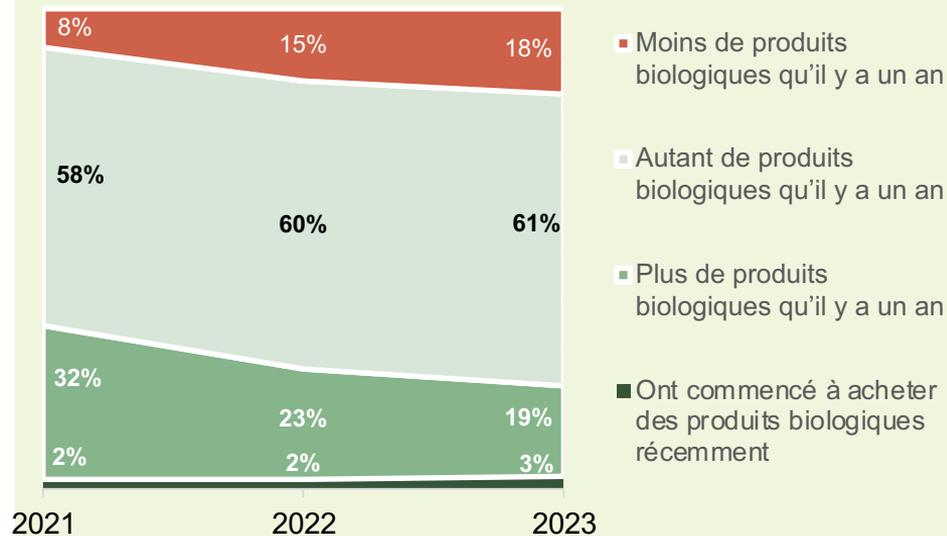
## Evolution des achats de produits biologiques

Et concernant vos achats de produits biologiques, diriez-vous qu'aujourd'hui, vous achetez, pour vous ou votre foyer ... ?

Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n=2208



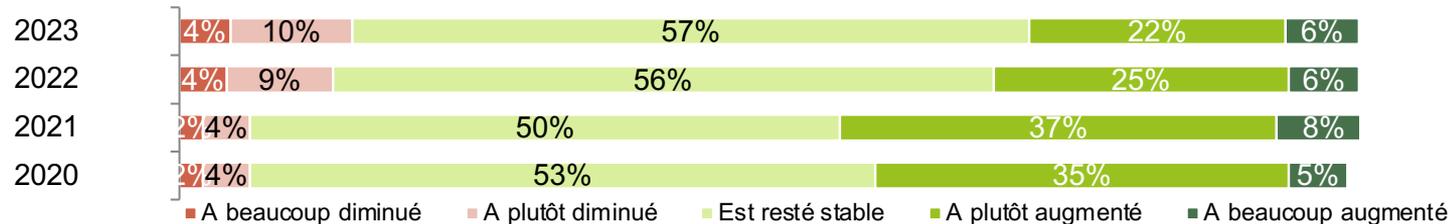
### Evolution des achats de produits biologiques



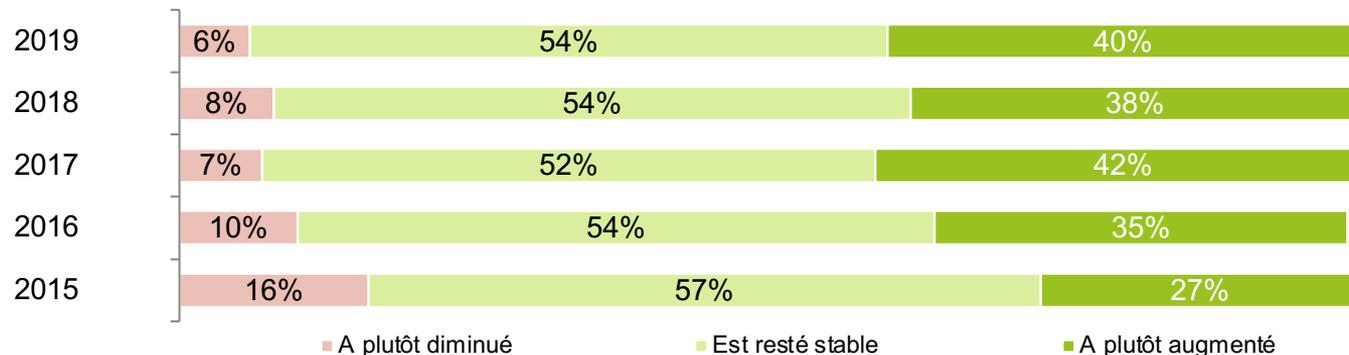
# Evolution de la part de produits bio dans les achats alimentaires

Diriez-vous que la part des produits bio dans vos achats alimentaires, ces 12 derniers mois... ?

Base individus ayant acheté des produits biologiques, n=1959



Changement d'échelle

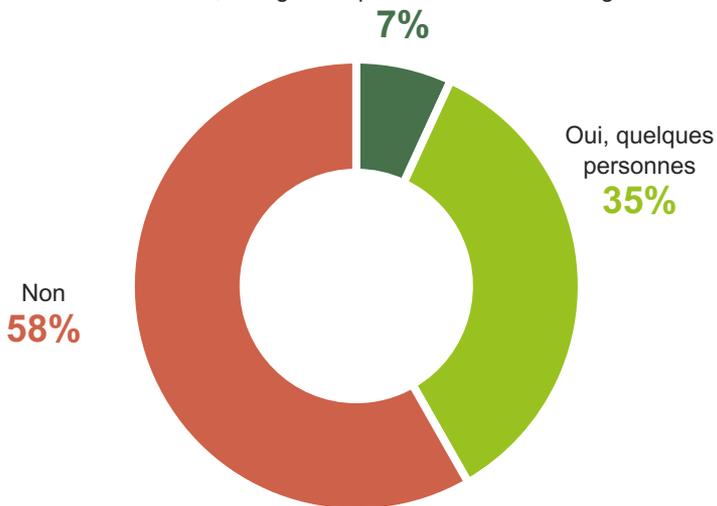


# Consommation bio de l'entourage

Avez-vous dans votre entourage (famille, amis), des personnes qui mangent bio quotidiennement ?

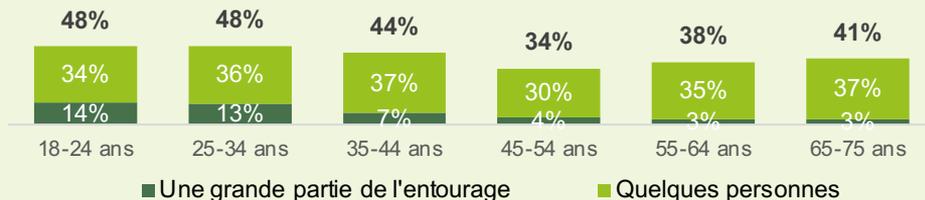
Base totale, n=4000

Oui, une grande partie de votre entourage

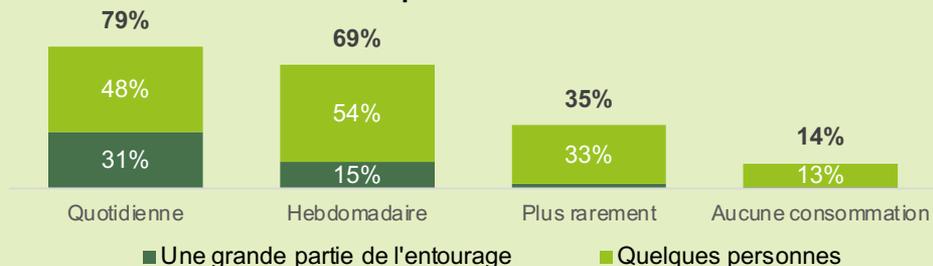


Oui  
42%

## En fonction de l'âge



## En fonction de la fréquence de consommation de bio



# LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

Le rapport au prix

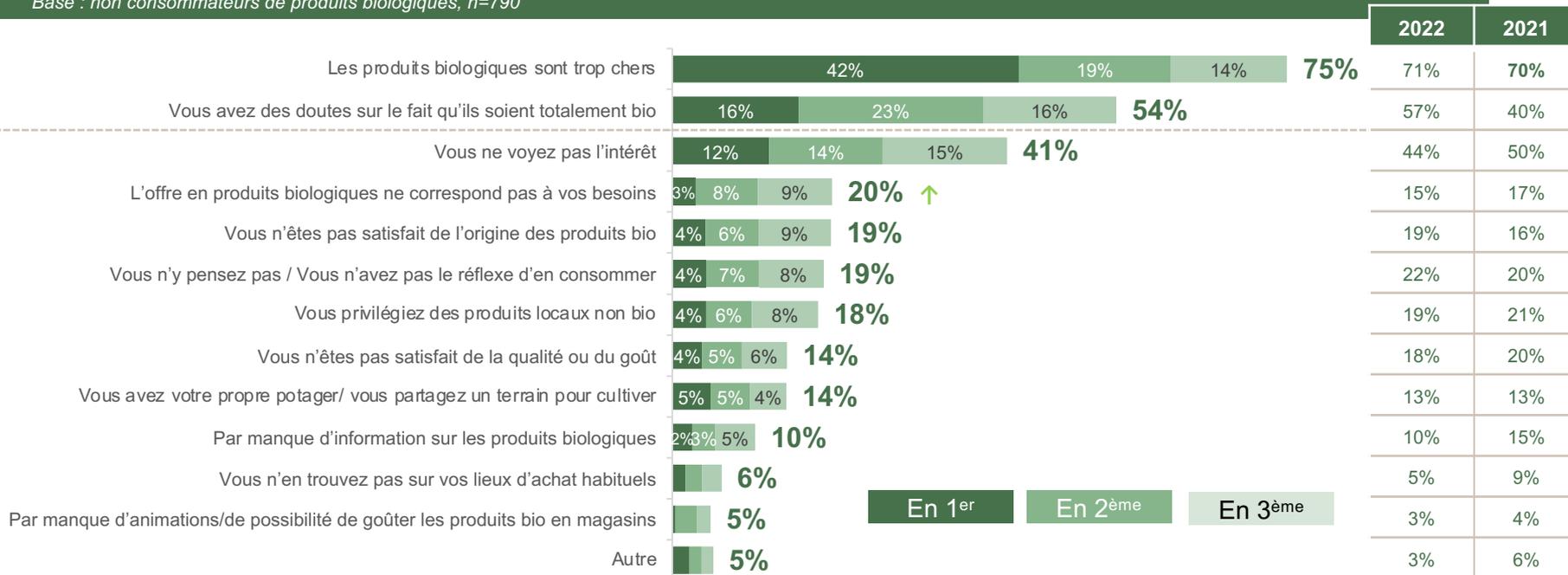


[Retour au sommaire](#)

# Freins à la consommation de bio des non-consommateurs

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas de produits biologiques ?

Base : non consommateurs de produits biologiques, n=790

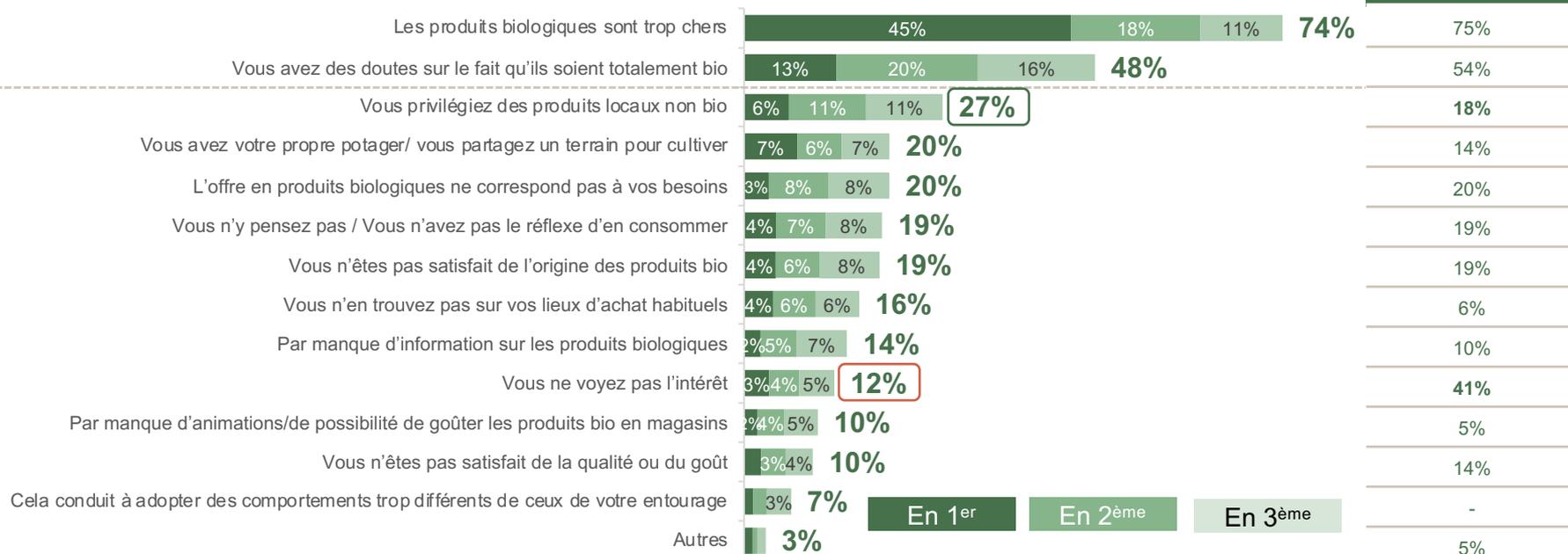


# Principaux à la consommation de bio des consommateurs

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas plus souvent de produits biologiques ?

Base : consommateurs de produits biologiques, n=3210

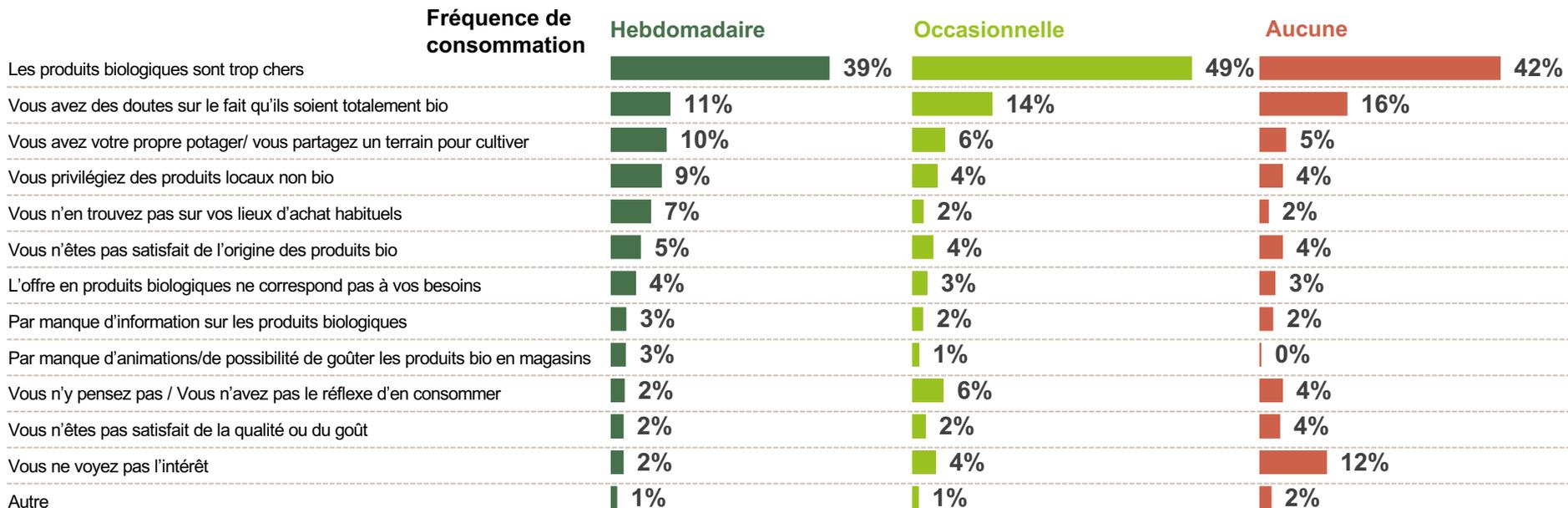
Parmi les non-  
consommateurs



## Premier frein selon la fréquence de consommation de bio

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas / pas plus souvent de produits biologiques ? / En premier

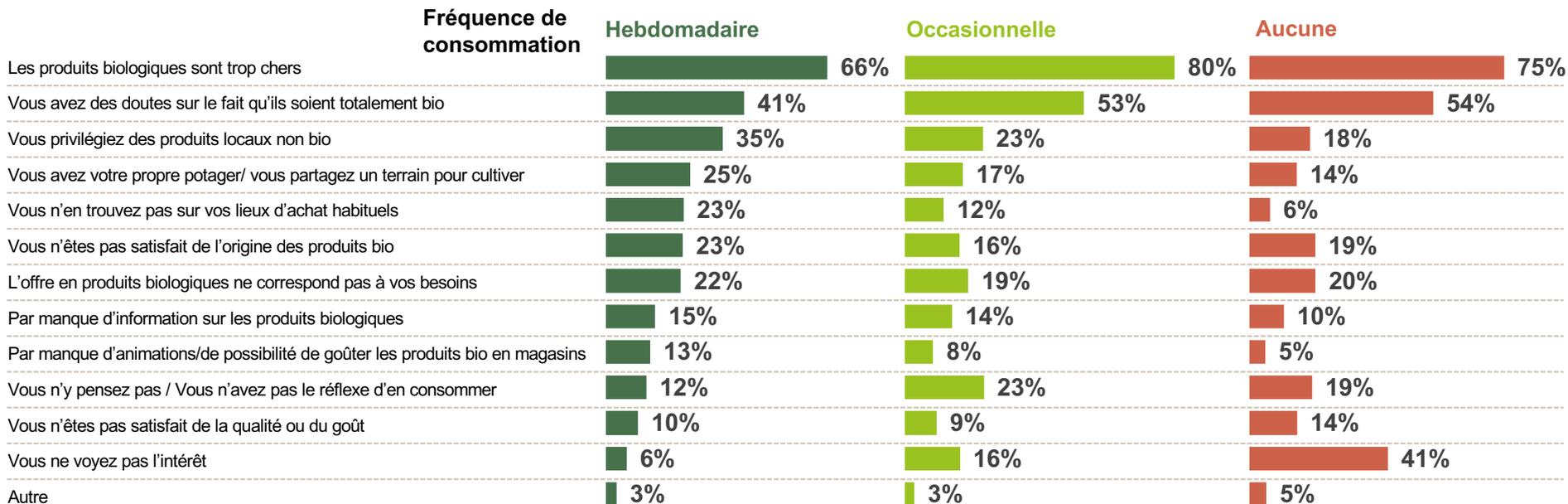
Base consommateurs hebdomadaires, n=1229 ; Base consommateurs occasionnels, n=1981 ; Base non-consommateurs, n=790



## Freins selon la fréquence de consommation de bio

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas / pas plus souvent de produits biologiques ? / Total

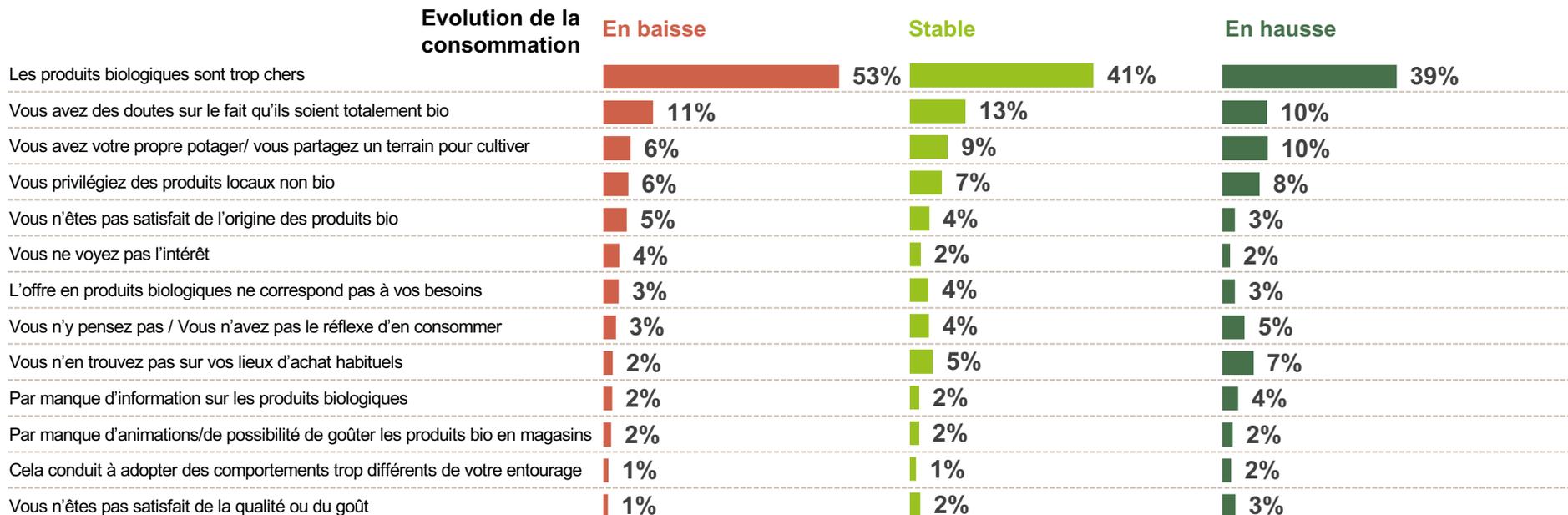
Base consommateurs hebdomadaires, n=1229 ; Base consommateurs occasionnels, n=1981 ; Base non-consommateurs, n=790



## Premier frein selon l'évolution de la consommation de bio

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas / pas plus souvent de produits biologiques ? / En premier

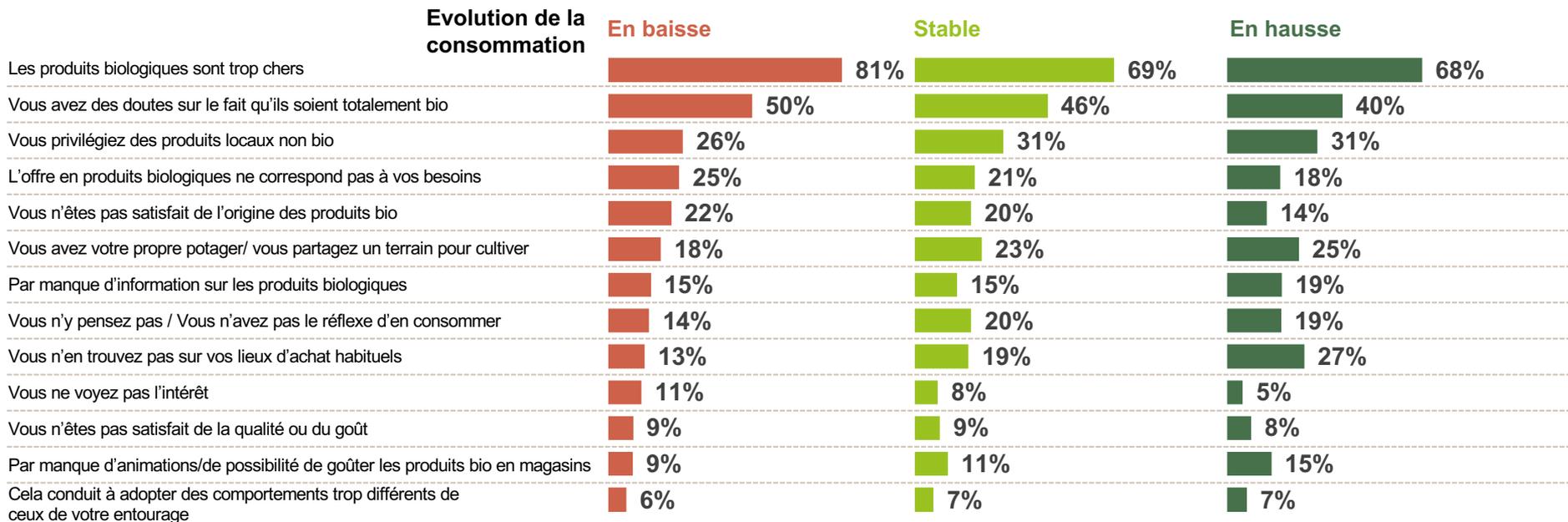
Base consommation en baisse, n=387 ; Base consommation stable, n=1321 ; Base consommation en hausse, n=467



## Freins selon l'évolution de la consommation de bio

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas / pas plus souvent de produits biologiques ? / Total

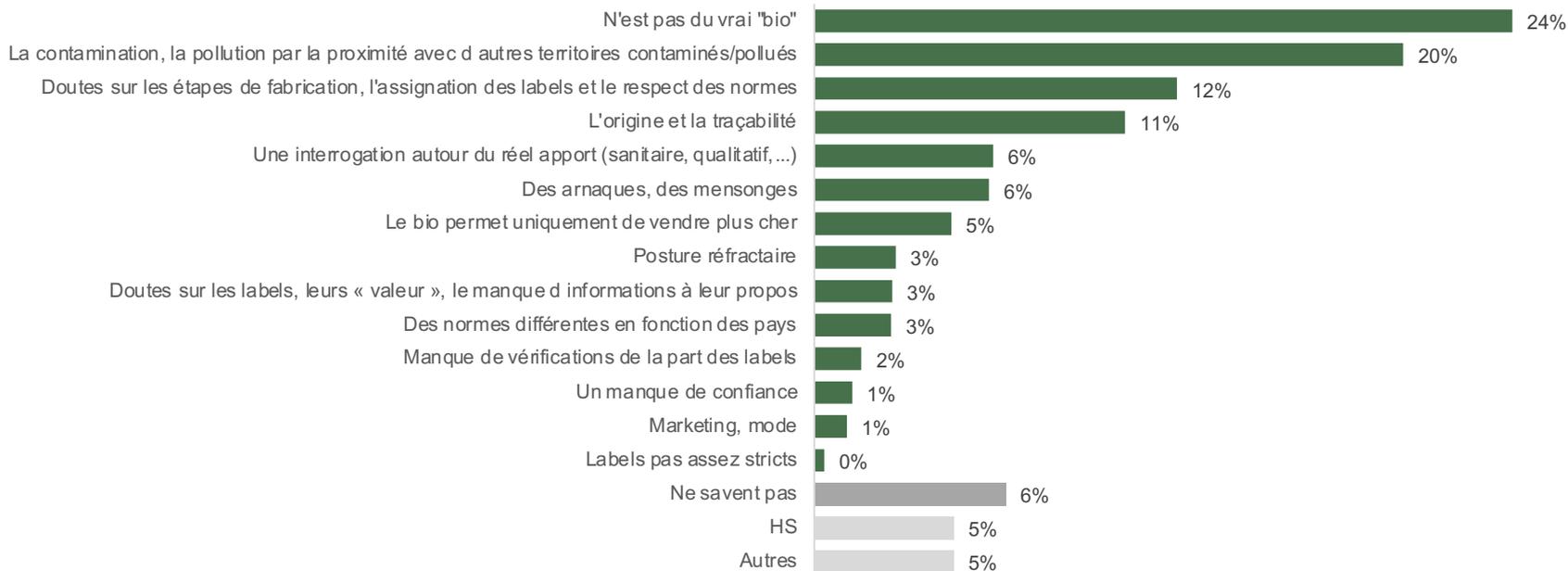
Base consommation en baisse, n=387 ; Base consommation stable, n=1321 ; Base consommation en hausse, n=467



## Les raisons du doute sur le bio

### Quels sont vos principaux doutes quant aux produits bio?

Base : répondants ayant cité « Vous avez des doutes sur le fait qu'ils soient totalement bio » dans les freins à la consommation de bio, n=1996 – Question ouverte recodée



## Les doutes quant aux produits bio - Verbatim

### Quels sont vos principaux doutes quant aux produits bio ?

Base : Répondants ayant déclaré ne pas consommer ou ne pas consommer plus de produits bio en raison de doutes sur le caractère réellement « bio » de ces produits

« Je pense qu'ils ne sont pas bio à 100%. C'est quasi-impossible de nos jours de faire d'aussi beaux légumes bio sans ajout de substances quelconques. »

Femme, 55-64 ans, CSP -, Consomme rarement du bio

« Quand certains produits font trop de route pour arriver aux magasins, on ne peut pas être vraiment sûr de ce qu'ils ont côtoyé. »

Homme, 55-64 ans, CSP -, Consomme rarement du bio

« Je pense qu'ils ne sont pas vraiment BIO, les labels peuvent être donnés selon des accords, ou alors peuvent être donnés et derrière les personnes ne respectent pas... Je trouve que c'est plus une mode que réellement une solution. »

Femme, 18-24 ans, CSP -, Consomme rarement du bio

« Je m'inquiète de l'absence de réglementation dans l'industrie des aliments biologiques et de la possibilité d'écoblanchiment, où les aliments sont commercialisés comme biologiques même s'ils ne répondent pas aux normes strictes établies par l'USD. »

Homme, 25-34 ans, CSP =, Consomme régulièrement du bio

« Je doute que les produits bio le soient réellement car il y a souvent des parcelles non-bio proches et qui peuvent contaminer les bios. Ensuite, il y a eu des preuves que certains produits bio contenaient des choses mauvaises pour la santé. »

Femme, 35-44 ans, Inactive, Consomme régulièrement du bio

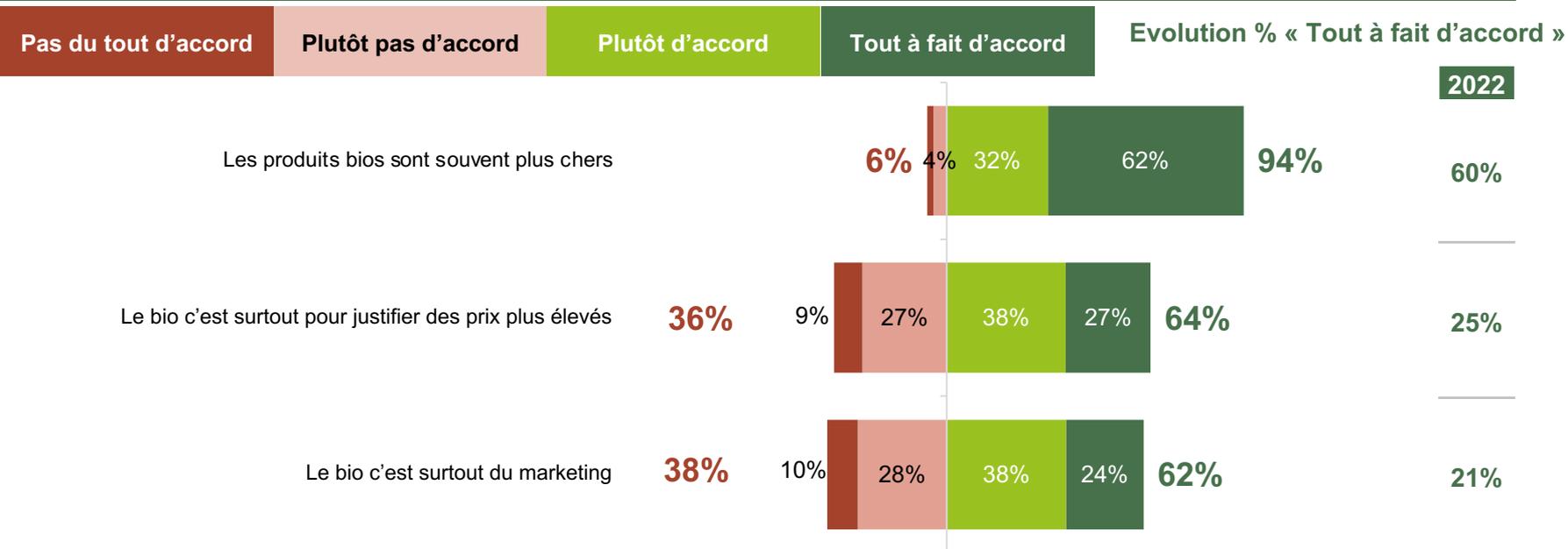
« Je pense que souvent les produits dit bio ne sont pas bio surtout dans les grandes surfaces car quand je regarde les ingrédients de certains produits, souvent il y a des ingrédients ajoutés. »

Femme, 54-65 ans, CSP -, Consomme régulièrement du bio

## Image prix des produits bios

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

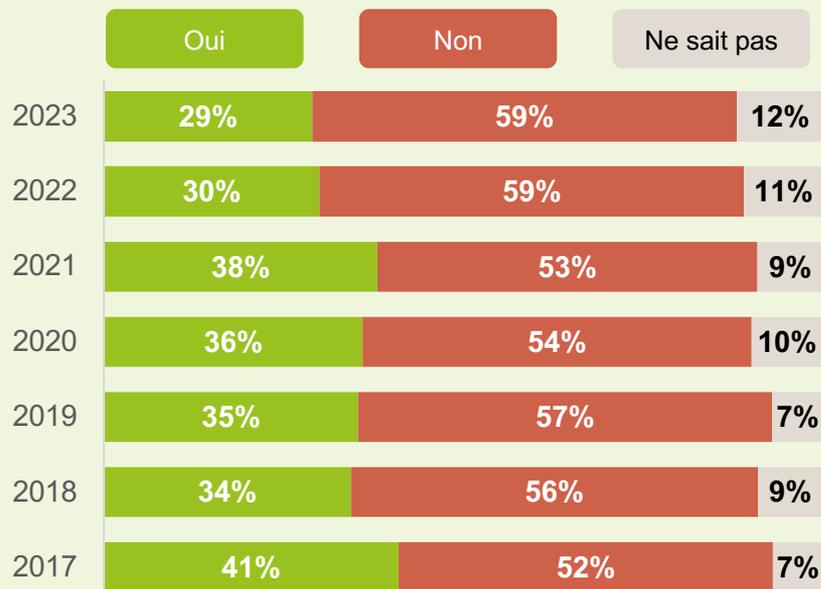
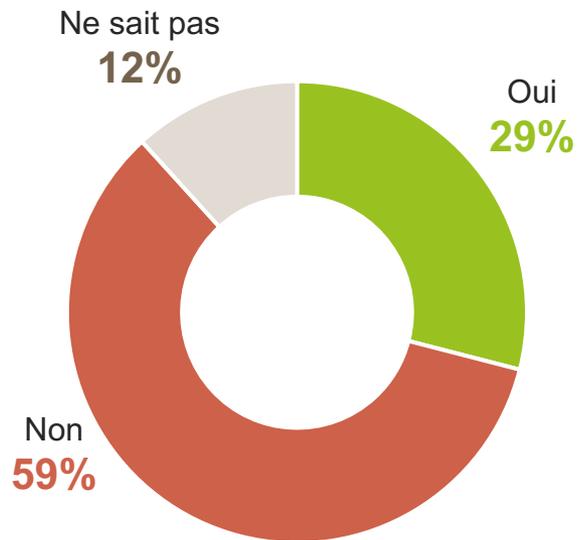
Base totale, n=4000



## Perception des écarts de prix

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

Base totale, n=4000

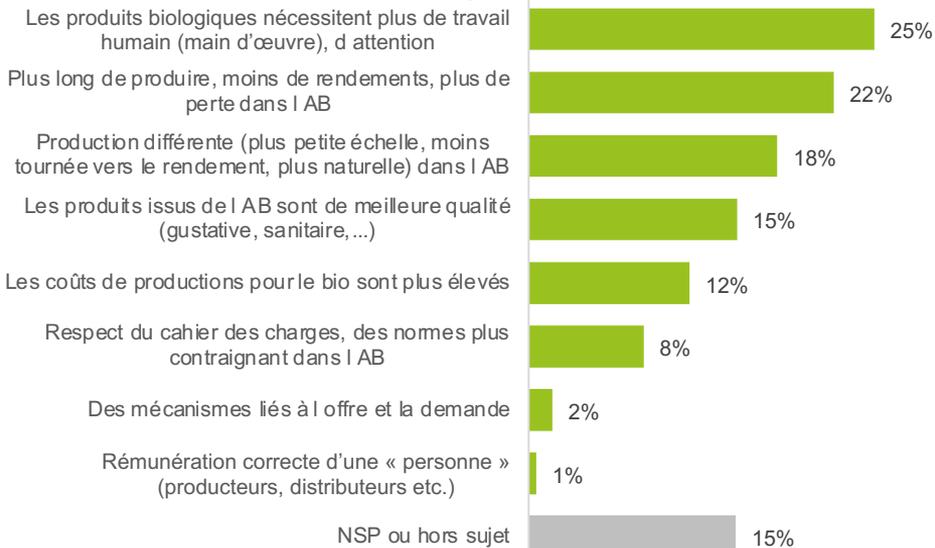


# Les justifications quant à la perception des différences de prix

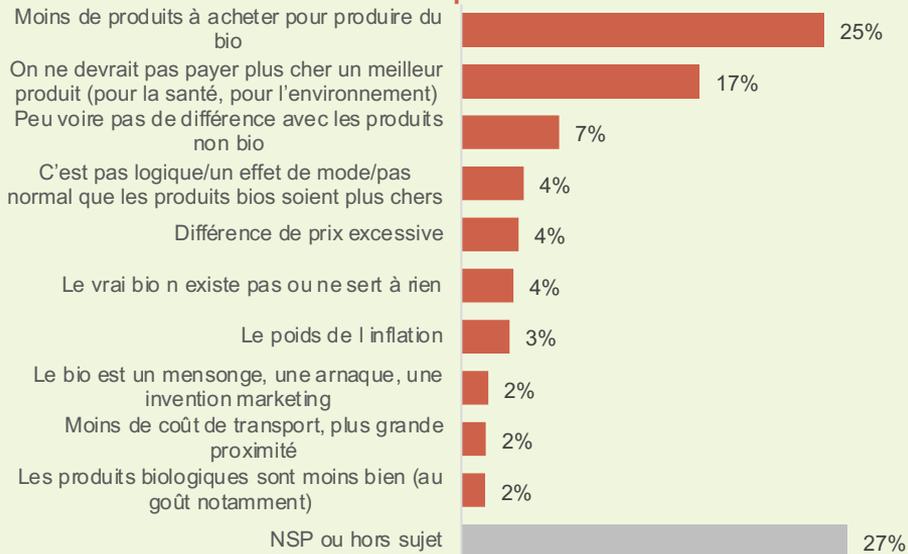
## Pouvez-vous expliquer pourquoi ?

Base : répondants trouvant normal ou non qu'un produit biologique coûte plus cher qu'un produit conventionnel, n=3543 – Question ouverte recodée

### Parmi les répondants estimant normal qu'un produit biologique coûte plus cher



### Parmi les répondants estimant anormal qu'un produit biologique coûte plus cher



# Pourquoi un produit bio serait plus cher qu'un produit non-bio ?

Il est **normal** qu'un produit biologique puisse coûter plus cher qu'un produit non biologique  
Pouvez-vous nous dire pourquoi ?

Base : répondants estimant qu'il est normal qu'un produit biologique puisse coûter plus cher qu'un produit non biologique – Sélection de verbatim

« Parce que les produits qualitatifs coûtent plus cher. »

Femme, 35-44 ans, Inactive, Consomme régulièrement du bio

« Cela devrait être identique mais le rendement étant plus faible, il faut bien que le coût de vente soit supérieur afin que le producteur s'y retrouve.»

Homme, 55-64 ans, CSP =, Consomme quotidiennement du bio

« Parce que le temps de travail et de culture n'est pas le même que l'agriculture traditionnelle qui balance insecticides, pesticides... pour accélérer la pousse et le rendement. Dans le bio, il y a de la perte et le temps est plus long .»

Femme, 35-44 ans, CSP +, Consomme quotidiennement du bio

« Ne pas utiliser de pesticides et autres produits rend la pousse et la récolte plus longues et complexes. Ça demande plus d'efforts et de moyens : c'est normal que ça apparaisse sur le prix final »

Femme, 18-24 ans, Inactive, Consomme rarement du bio

« Meilleure agriculture, qui demande plus de temps et d'argent, plus respectueuse. »

Femme, 55-64 ans, CSP =, Consomme rarement du bio

« L'agriculture biologique ne repose pas sur des produits visant à augmenter le rendement des récoltes. Moins de produits à vendre et donc la nécessité de les vendre plus cher pour rester rentable »

Femme, 18-24 ans, CSP +, Consomme rarement du bio

# Pourquoi un produit bio ne devrait pas être plus cher qu'un produit non-bio ?

Il n'est **pas normal** qu'un produit biologique puisse coûter plus cher qu'un produit non biologique  
Pouvez-vous nous dire pourquoi ?

Base : répondants estimant qu'il est anormal qu'un produit biologique puisse coûter plus cher qu'un produit non biologique, sélection de verbatim

« Dans le coût global du produit, son impact sur la société, il devrait coûter moins cher : moins d'impact sur la santé (consommateur et producteur), moins d'impact sur l'environnement, créé plus d'emplois non délocalisables, favorise le tissu social. »

Homme, 45-54 ans, CSP +, Consomme quotidiennement du bio

« Si on commence à faire des distinctions de prix entre des mêmes produits juste parce qu'ils ont une petite spécificité, ce n'est pas égal ni équitable et cela pousse encore moins les gens à acheter pour découvrir. »

Femme, 18-24 ans, Inactive, Consomme régulièrement du bio

« Je ne pense pas que cela coûte plus cher. Les producteurs et distributeurs profitent de l'effet de mode pour gonfler leur marge »

Homme, 35-44 ans, CSP +, Consomme rarement du bio

« Il y a 30 ans tout était bio. L'industrie a tout éradiqué et maintenant, la mode c'est de revenir comme avant. »

Homme, 55-64 ans, Retraité, Consomme rarement du bio

« Il faut mieux manger mais cela passe par un budget plus conséquent, donc ça favorise l'élitisme. Ça revient à dire que quelqu'un qui n'a pas de moyens ne mangera jamais bio donc bien. »

Femme, 18-24 ans, CSP =, Consomme rarement du bio

« Car ils utilisent aucun produit donc pourquoi faire payer plus cher alors qu'il n'y a rien d'autre à mettre dans la plante que de l'eau et du soleil ? »

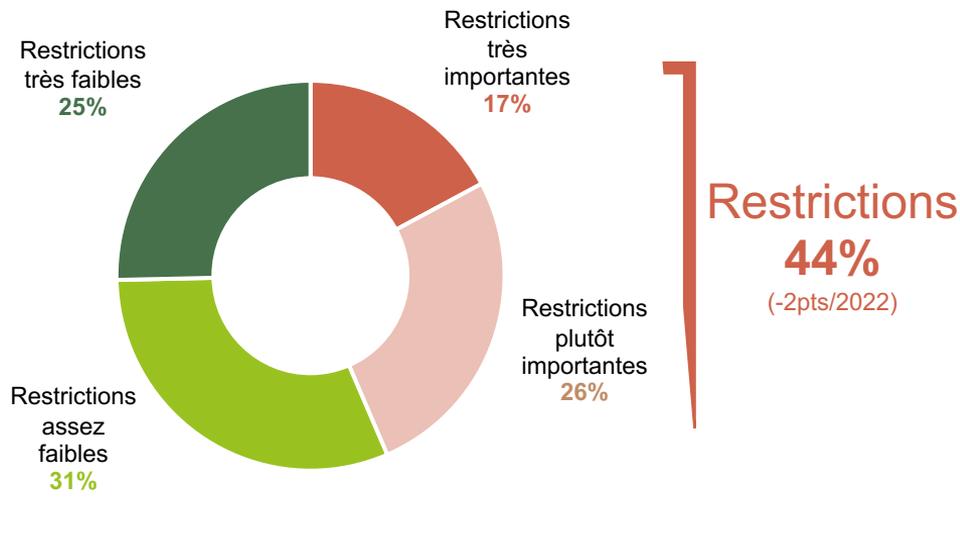
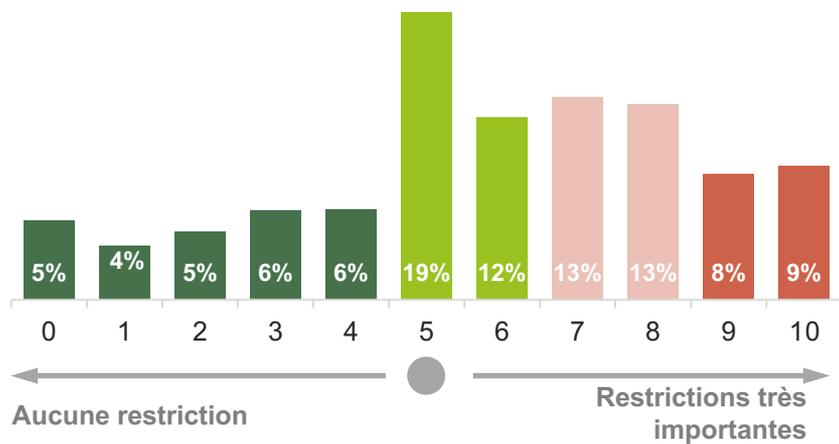
Homme, 55-64 ans, Retraité, Consomme rarement du bio

## Contraintes financières sur les dépenses alimentaires

Dans quelle mesure avez-vous le sentiment que, dans votre foyer, vous êtes contraints de vous restreindre pour des raisons financières sur les dépenses alimentaires ?

Base totale, n=4000

Moyenne : 5,8 (-0,2pts/2022)  
Ecart-type : 2,7

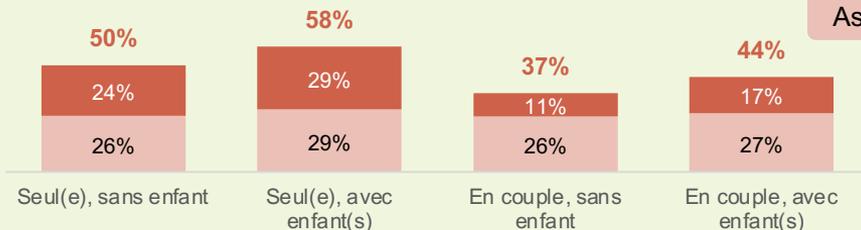


# Profil des consommateurs s'imposant des restrictions sur leurs dépenses alimentaires

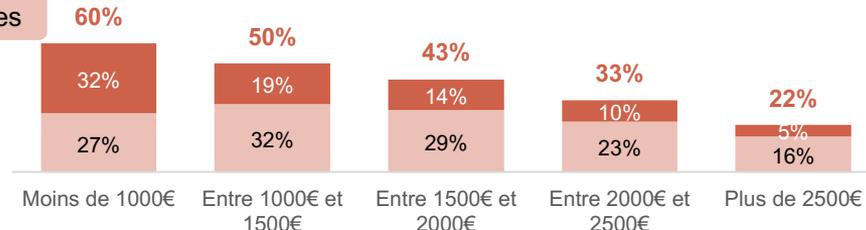
## Part des consommateurs déclarant s'imposer des restrictions sur leurs dépenses alimentaires

Base totale, n=4000

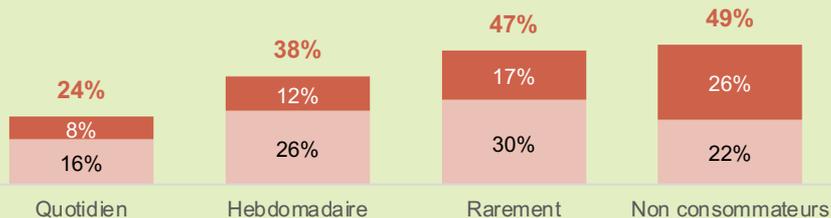
### En fonction de la situation familiale



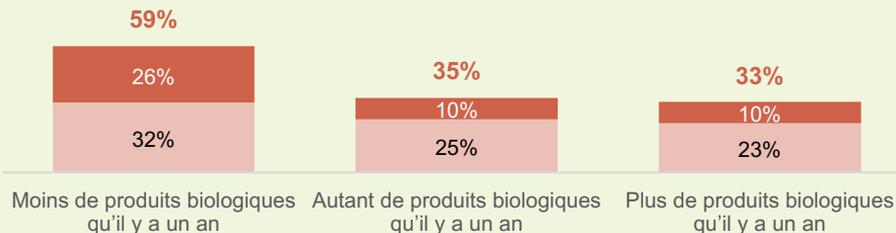
### En fonction du niveau de vie du foyer



### En fonction de la fréquence de consommation de produits bio



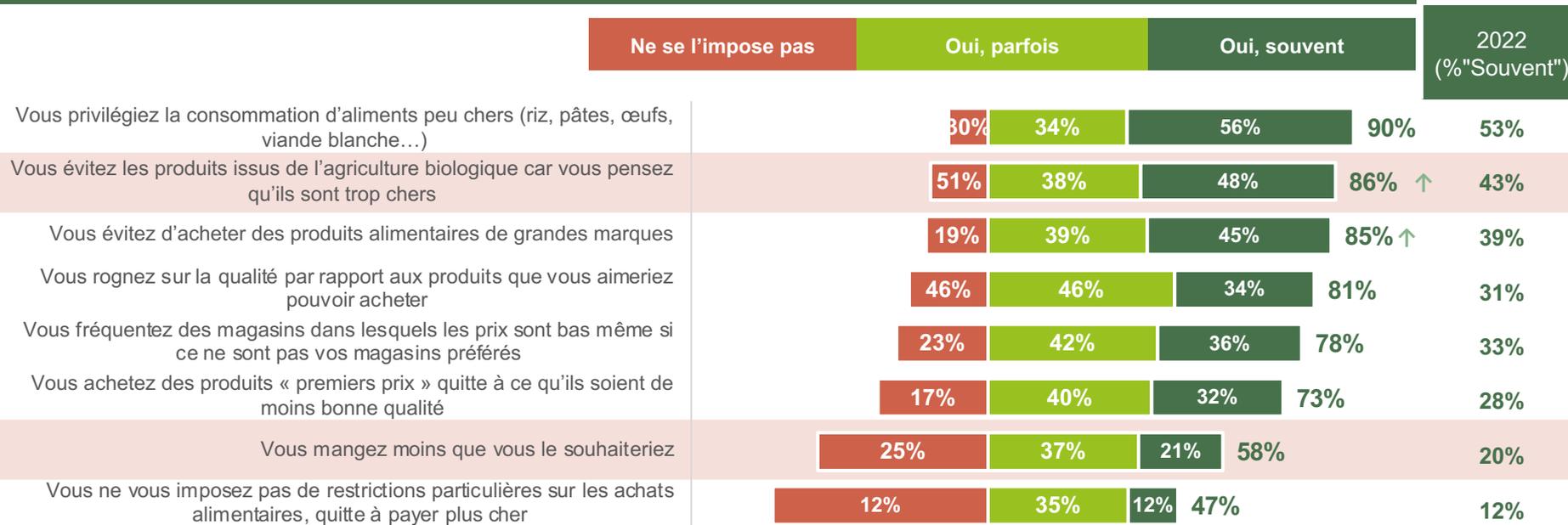
### En fonction de l'évolution de la consommation de bio



## Nature des restrictions alimentaires

Quelle est la nature des restrictions que vous vous imposez en termes d'alimentation pour des raisons financières ?

Base : Français se restreignant sur les dépenses alimentaires (note supérieure à 5 à la question précédente) : n=2198

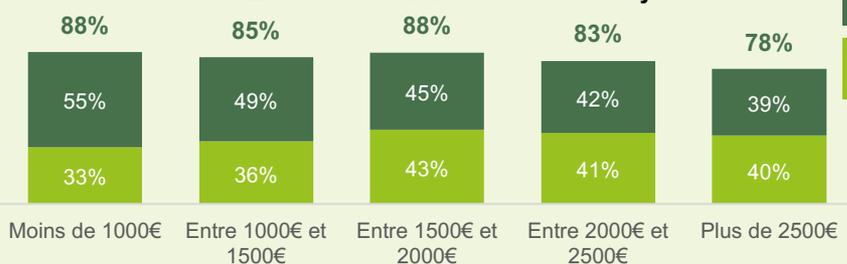


# Profil des consommateurs évitant les produits biologiques en raison de leur prix

« Vous évitez les produits issus de l'agriculture biologique car vous pensez qu'ils sont trop chers »

Base : Français se restreignant sur les dépenses alimentaires (note supérieure à 5 à la question précédente) : n=2198

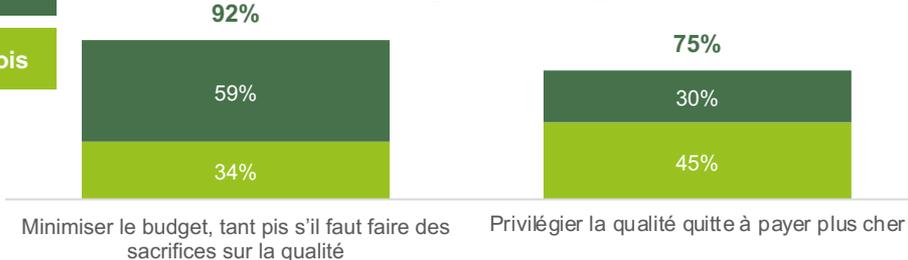
## En fonction du niveau de vie du foyer



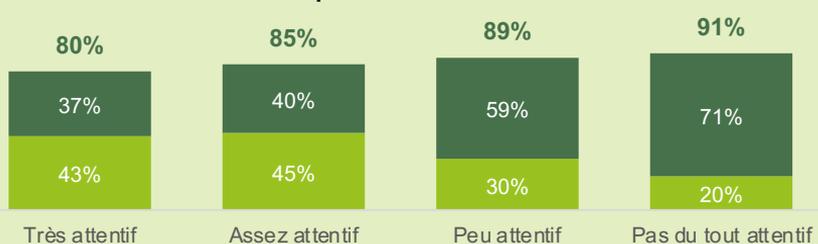
Oui, souvent

Oui, parfois

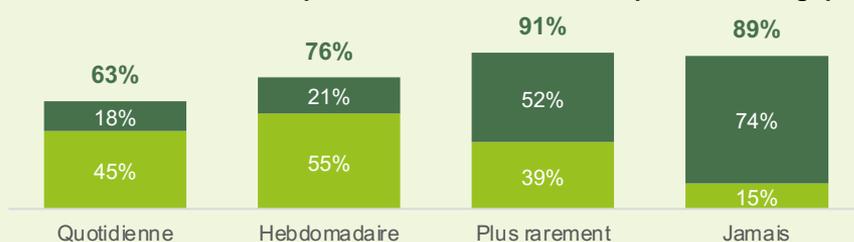
## En fonction des arbitrages sur le budget alimentaire



## En fonction de l'attention portée aux effets de l'alimentation sur la santé



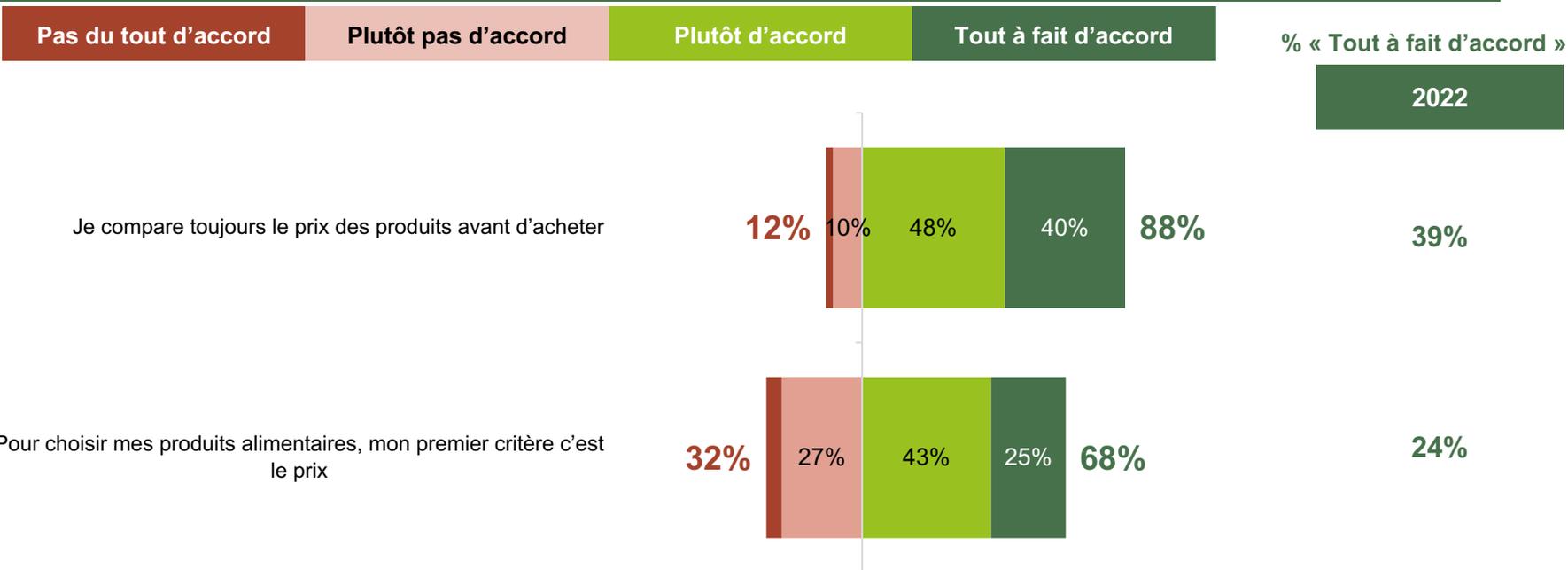
## En fonction de la fréquence de consommation de produits biologiques



## Habitudes alimentaires : rapport au prix

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

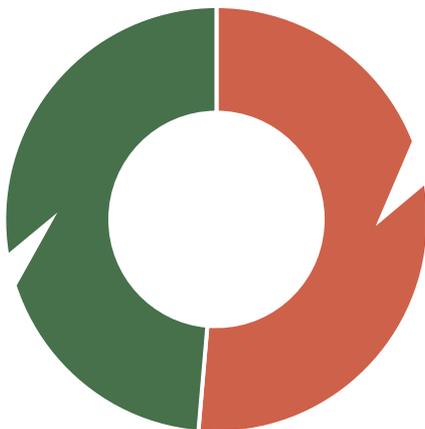
Base totale, n=4000



## Arbitrages qualité / prix dans l'alimentation

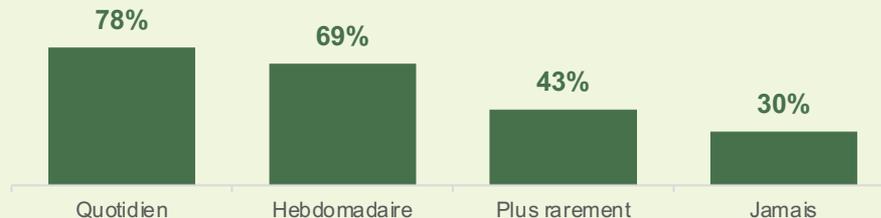
De manière générale, lorsque vous réalisez des achats de produits alimentaires, vous avez tendance à... ?

Base totale, n=4000

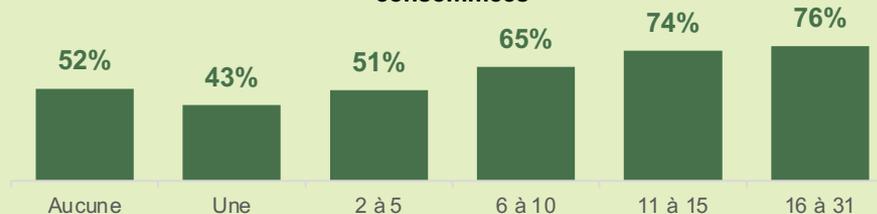


Minimiser le budget, tant pis s'il faut faire des sacrifices sur la qualité  
**51%**  
(+2pts/2022)

% « Privilégier la qualité »  
En fonction de la fréquence de consommation de produits biologiques



% « Privilégier la qualité »  
En fonction du nombre de catégories de produits biologiques consommées



# LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

Recul des préoccupations santé

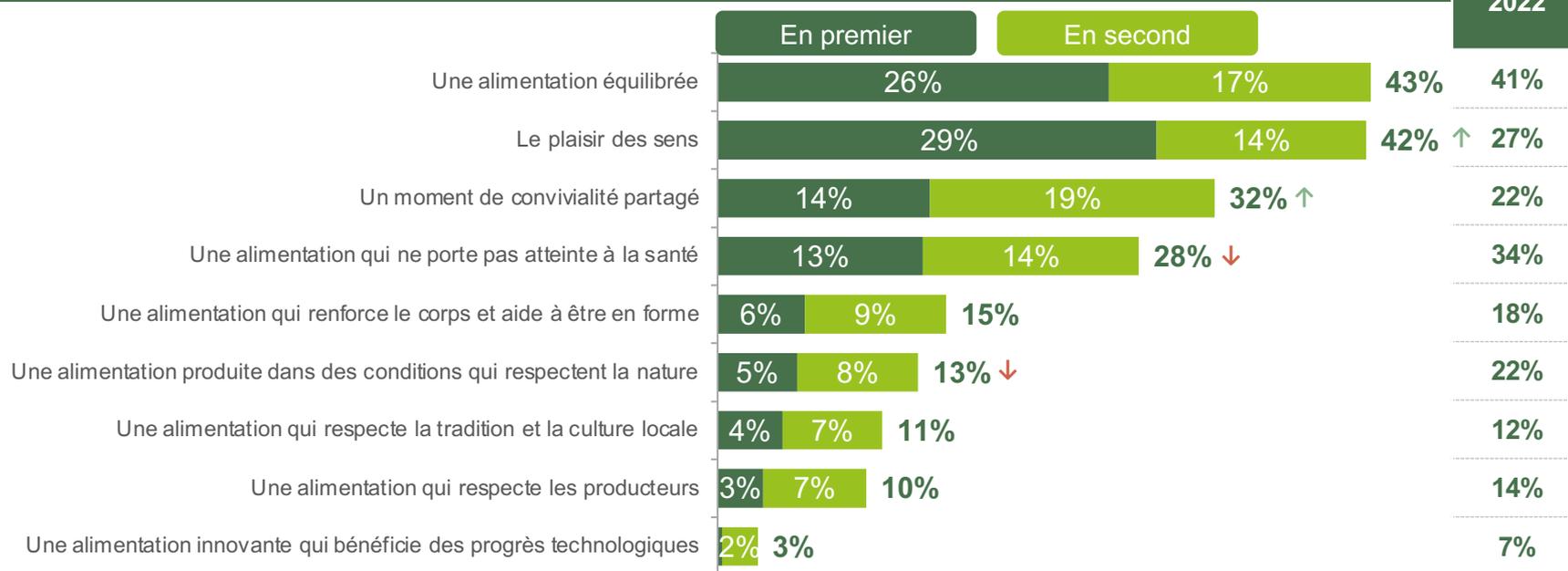


[Retour au sommaire](#)

## Représentations du « bien manger »

Pour vous, « bien manger », c'est avant tout :

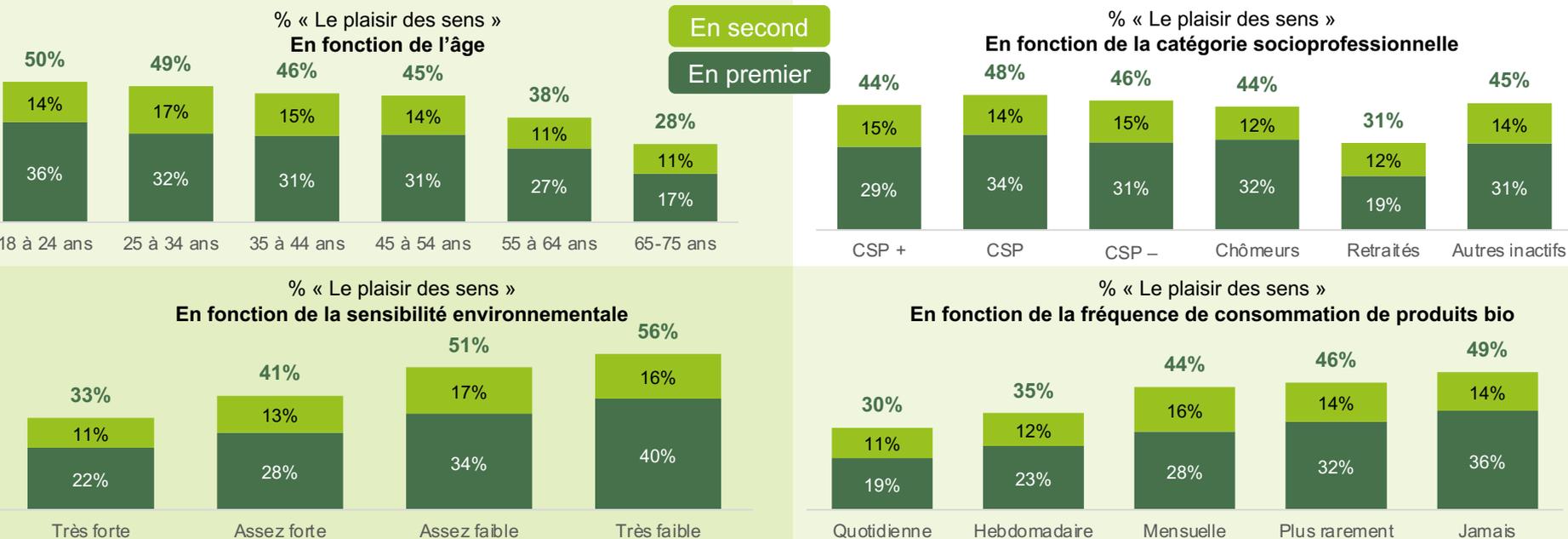
Base totale, n=4000



# L'association du « bien manger » au plaisir des sens plus fréquente chez les jeunes et les petits consommateurs de bio

Pour vous, « bien manger », c'est avant tout :

Base totale, n=4000

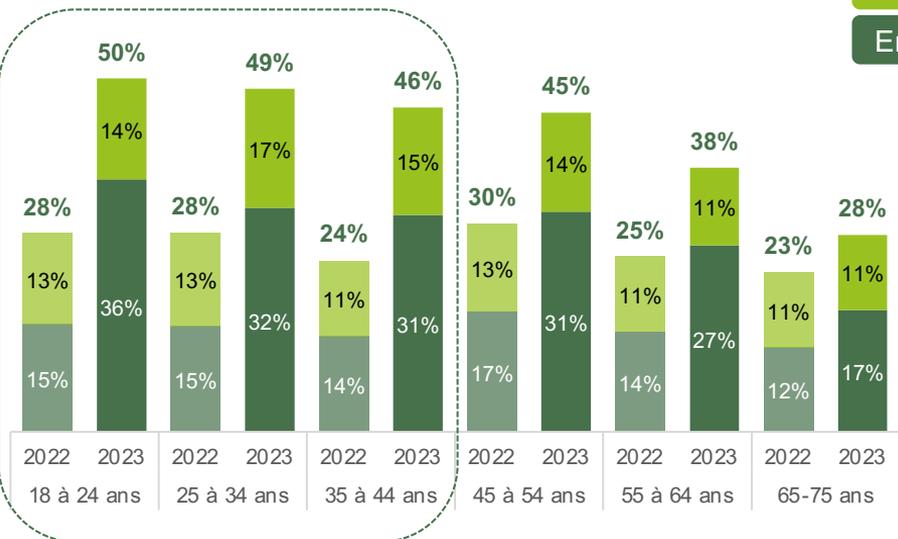


# Un recul de la dimension santé en faveur du plaisir des sens plus marqué chez les jeunes

Pour vous, « bien manger », c'est avant tout :

Base totale, n=4000

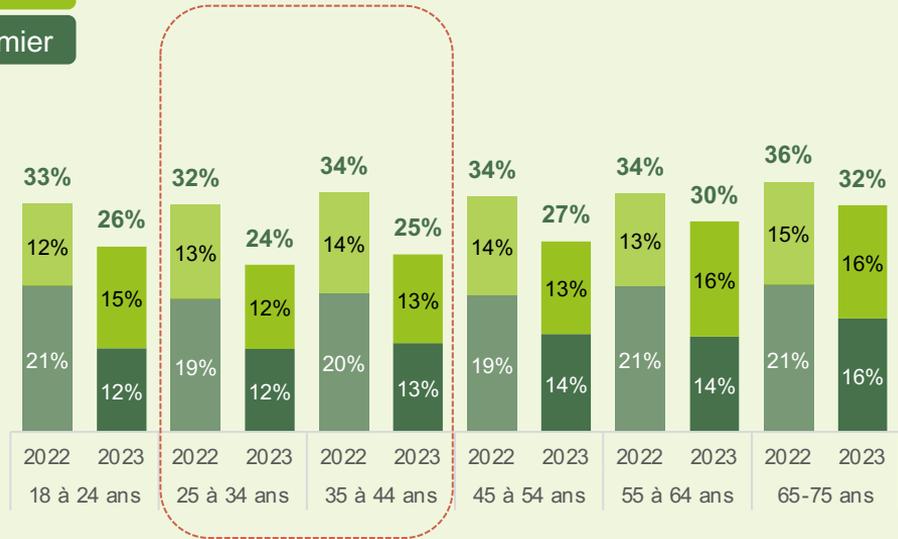
% « Le plaisir des sens »  
En fonction de l'âge



En second

En premier

% « Une alimentation qui ne porte pas atteinte à la santé »  
En fonction de l'âge

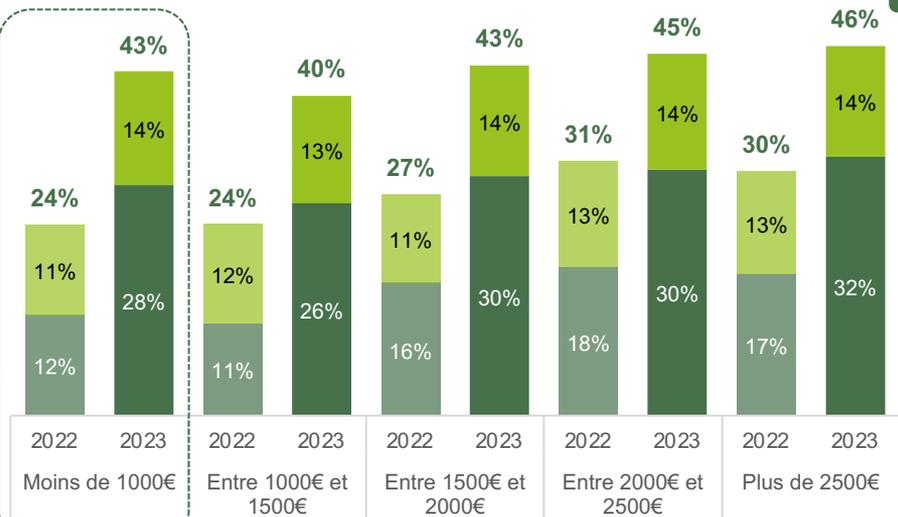


# Ainsi que chez les plus précaires

Pour vous, « bien manger », c'est avant tout :

Base totale, n=4000

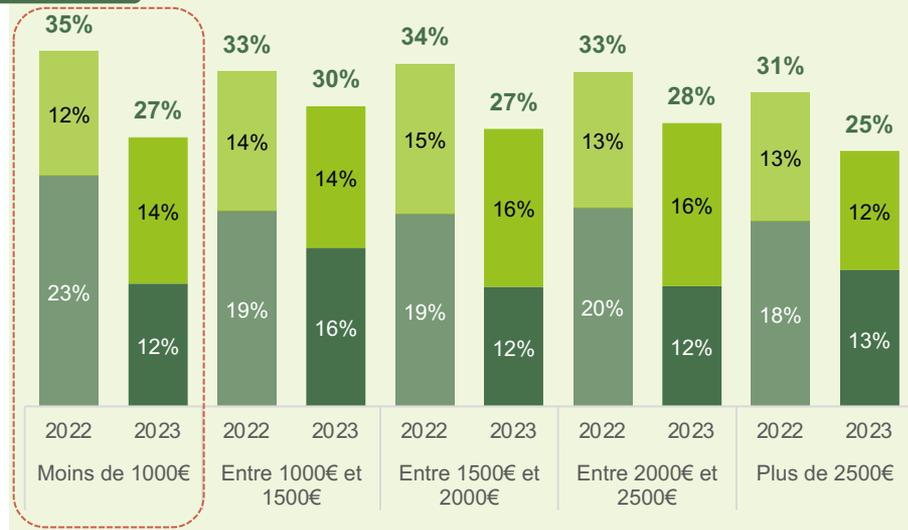
% « Le plaisir des sens »  
En fonction du niveau de vie du ménage



En second

En premier

% « Une alimentation qui ne porte pas atteinte à la santé »  
En fonction du niveau de vie du ménage

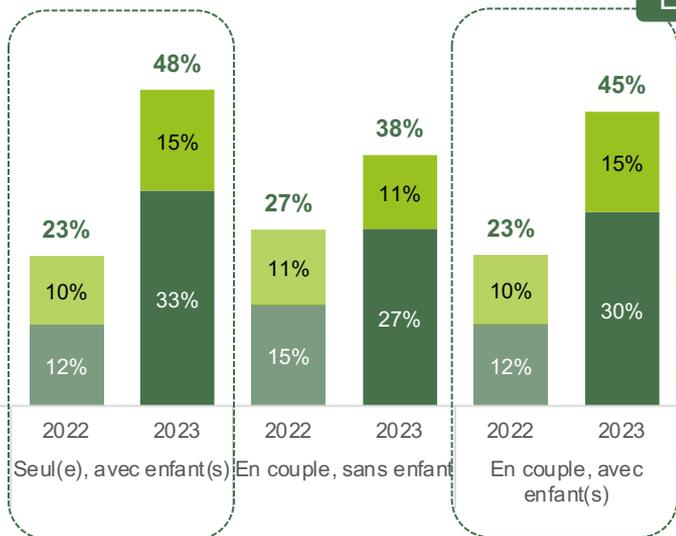


# Une plus forte hausse de la dimension plaisir dans les représentations du « bien manger » chez les personnes vivant avec des enfants

Pour vous, « bien manger », c'est avant tout :

Base totale, n=4000

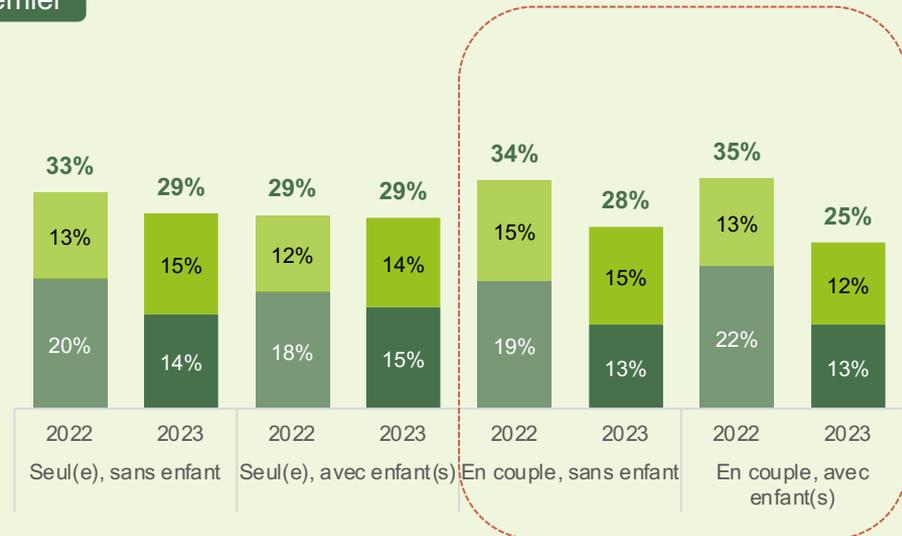
% « Le plaisir des sens »  
En fonction de la composition du foyer



En second

En premier

% « Une alimentation qui ne porte pas atteinte à la santé »  
En fonction de la composition du foyer

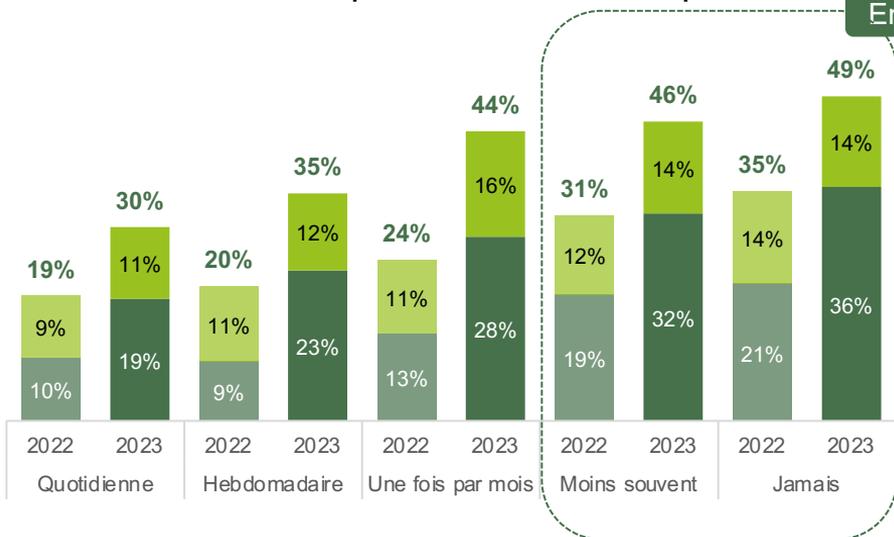


# Un recul de la dimension santé en faveur du plaisir des sens moins marqué chez les consommateurs réguliers de bio

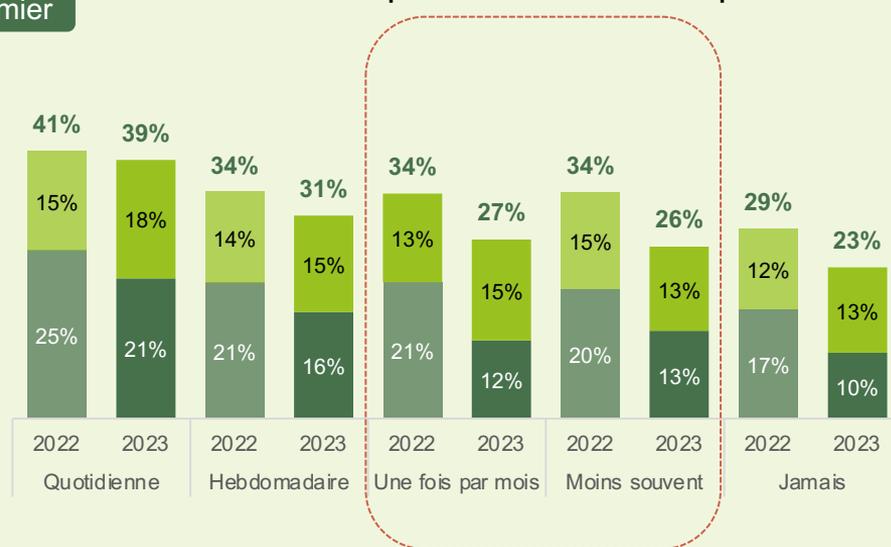
Pour vous, « bien manger », c'est avant tout :

Base totale, n=4000

% « Le plaisir des sens »  
En fonction de la fréquence de consommation de produits bio



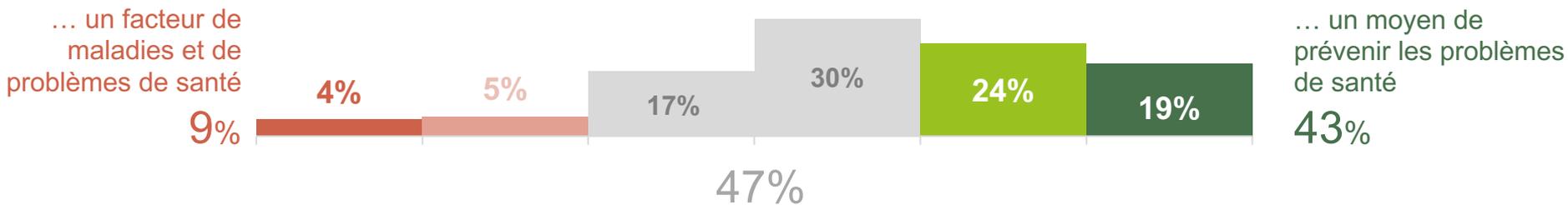
% « Une alimentation qui ne porte pas atteinte à la santé »  
En fonction de la fréquence de consommation de produits bio



## Représentations de l'alimentation

Et de manière générale, vous voyez votre alimentation plutôt comme... ?

Base totale, n=4000

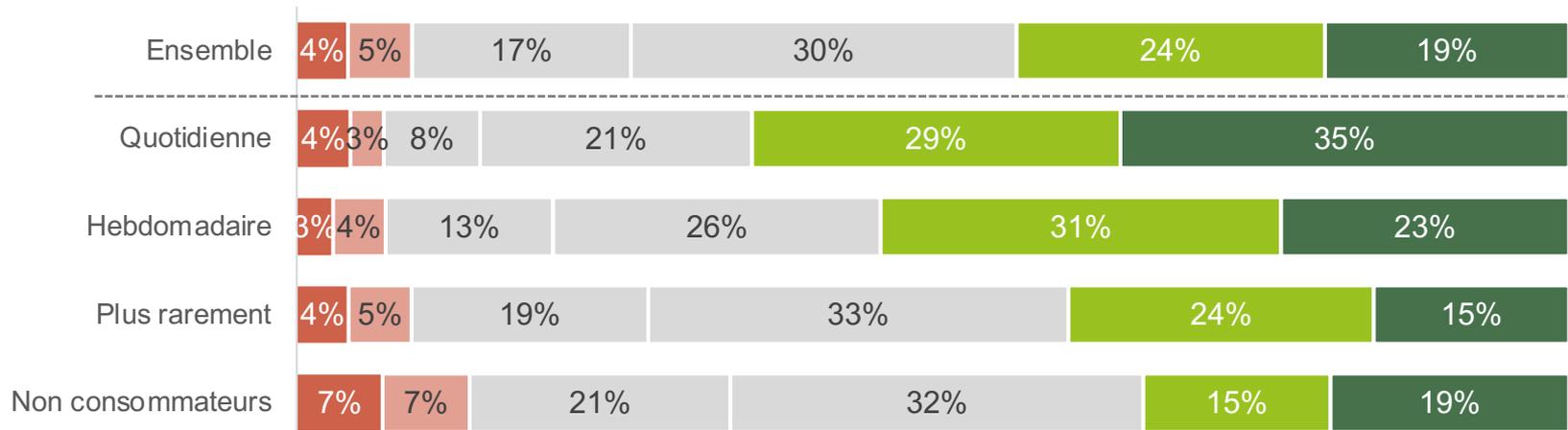


# Un lien alimentation/santé nettement plus marqué chez les consommateurs de produits biologiques

Et de manière générale, vous voyez votre alimentation plutôt comme... ?

Base totale, n=4000

En fonction de la fréquence de consommation de produits biologiques



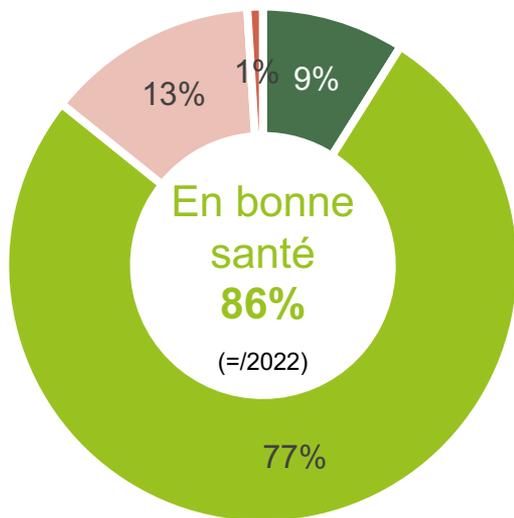
... un facteur de  
maladies et de  
problèmes de santé

... un moyen de  
prévenir les problèmes  
de santé

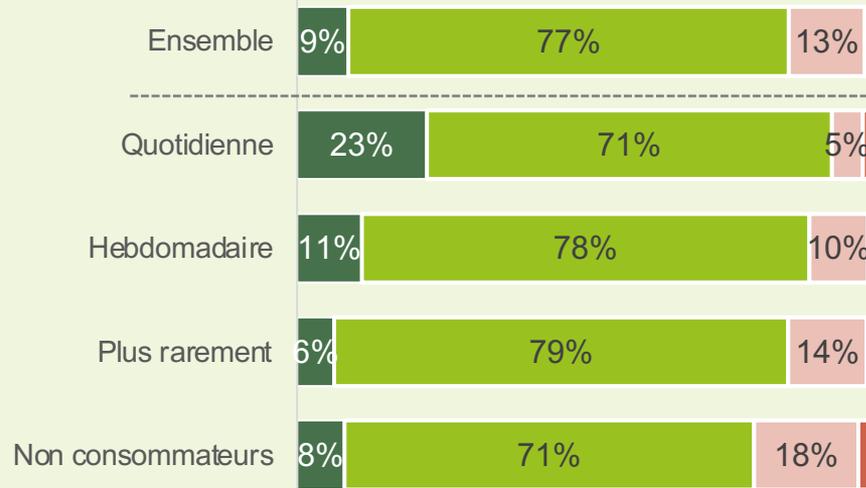
## Perception de sa santé

Avez-vous le sentiment d'être... ?

Base totale, n=4000



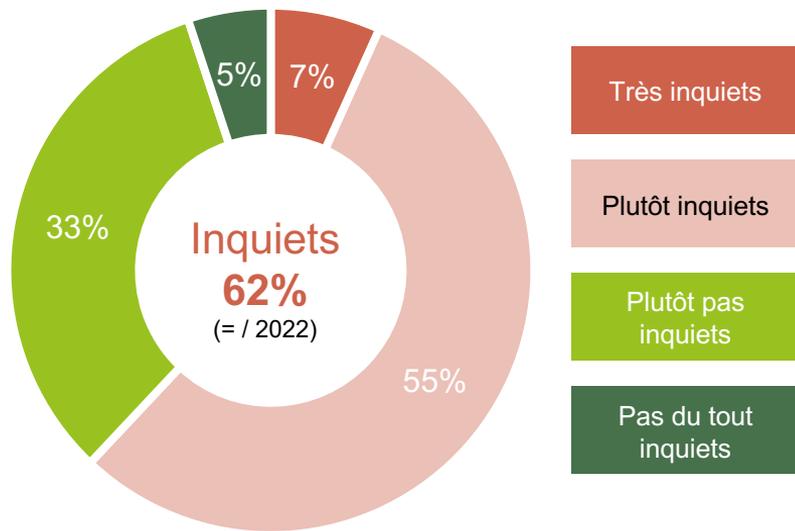
### En fonction de la fréquence de consommation de produits biologiques



# Inquiétudes quant aux effets de l'alimentation sur la santé

Aujourd'hui, quand vous pensez aux effets possibles sur votre santé des aliments que vous pouvez être amené(e) à consommer, vous vous sentez :

Base totale, n=4000



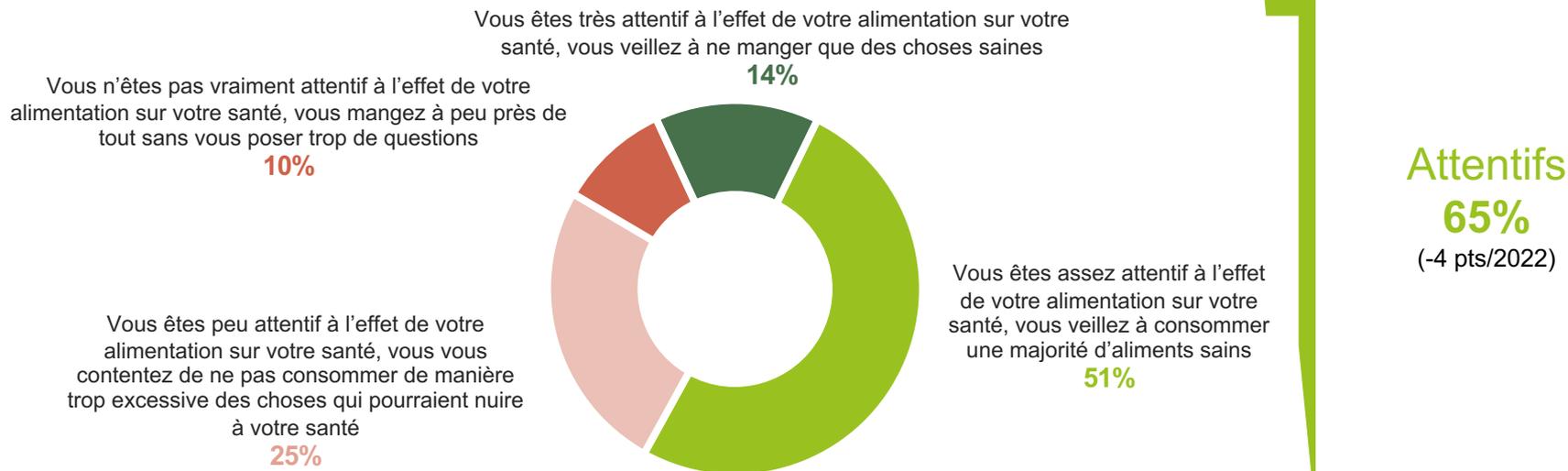
## En fonction de la fréquence de consommation de produits biologiques

	%			% Inquiets	
	Très inquiets	Plutôt inquiets	Plutôt pas inquiets	2023	2022
Ensemble	7%	55%	33%	62%	62%
Quotidienne	23%	47%	25%	70%	72%
Hebdomadaire	8%	61%	29%	69%	69%
Plus rarement	5%	58%	34%	63%	60%
Non consommateurs	5%	45%	37%	50%	51%

## Attention portée à l'alimentation sur la santé

Parmi les affirmations suivantes, quelle est celle qui vous correspond le mieux ?

Base totale, n=4000

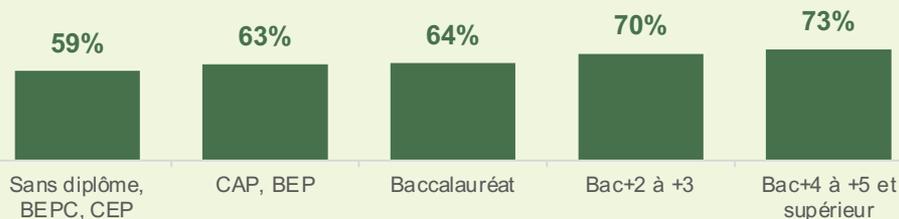


## Attention portée à l'alimentation sur la santé

Parmi les affirmations suivantes, quelle est celle qui vous correspond le mieux ?

Base totale, n=4000

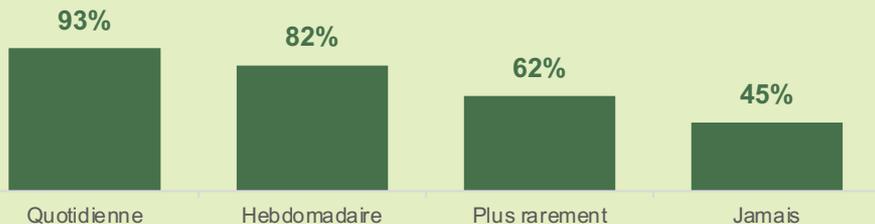
% Attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé  
En fonction du niveau de diplôme



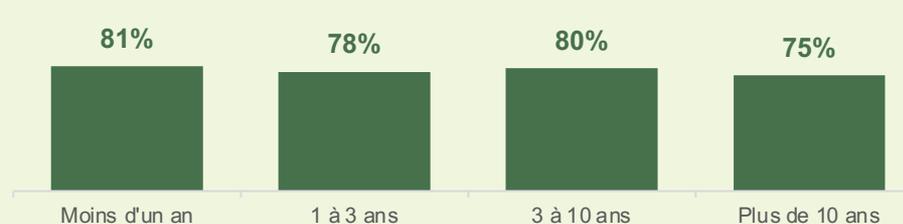
% Attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé  
En fonction du niveau de vie



% Attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé  
En fonction de la fréquence de consommation de produits biologiques



% Attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé  
En fonction de l'ancienneté de la consommation de bio



# Une dissonance entre inquiétude et attention plus forte chez les plus précaires

Attention portée aux effets de l'alimentation sur la santé x inquiétude

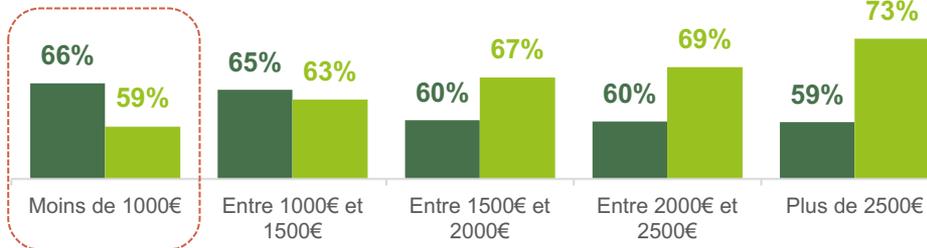
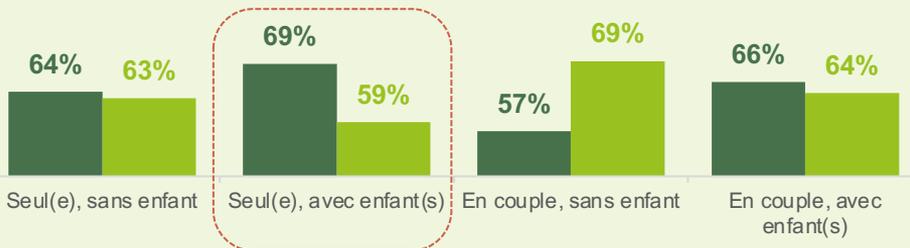
Base totale, n=4000

En fonction de la composition du foyer

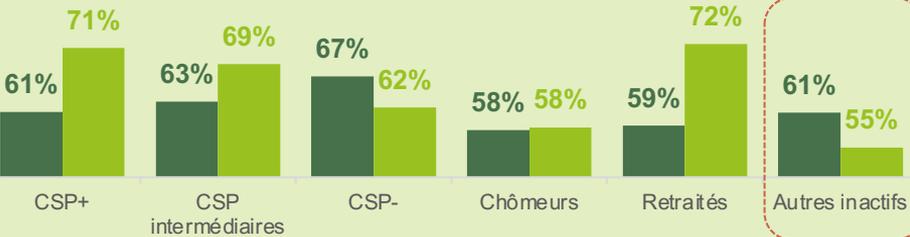
Inquiets

Attentifs

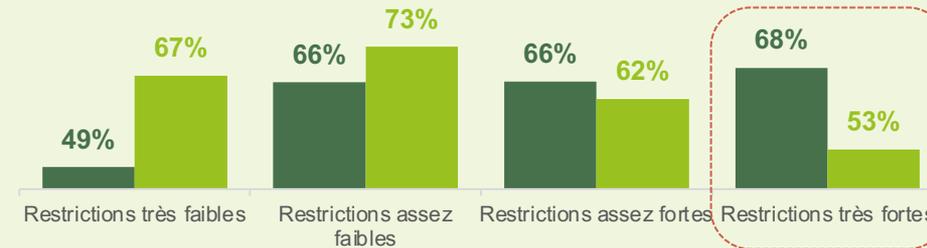
En fonction du niveau de vie du ménage



En fonction de la catégorie socioprofessionnelle



En fonction des restrictions sur les dépenses alimentaires

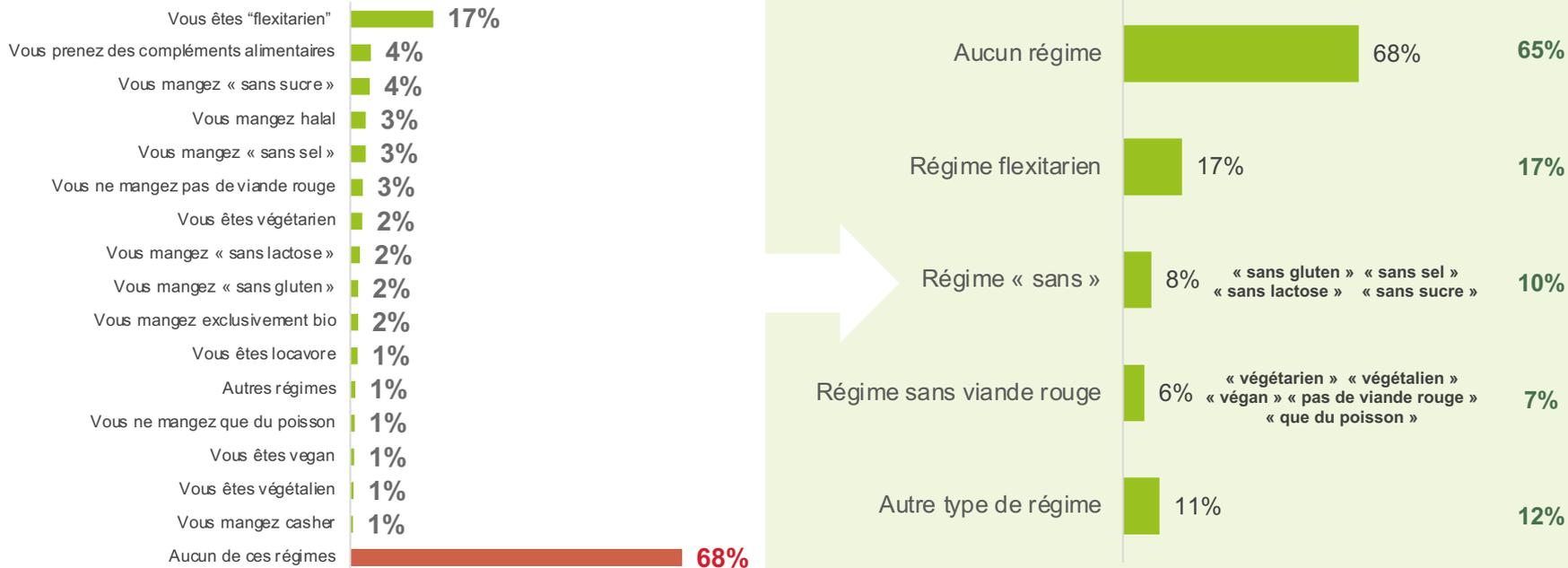


# Une baisse de l'engagement dans des régimes alimentaires

Pouvez-vous nous dire si vous suivez l'un des régimes suivants ?

2022

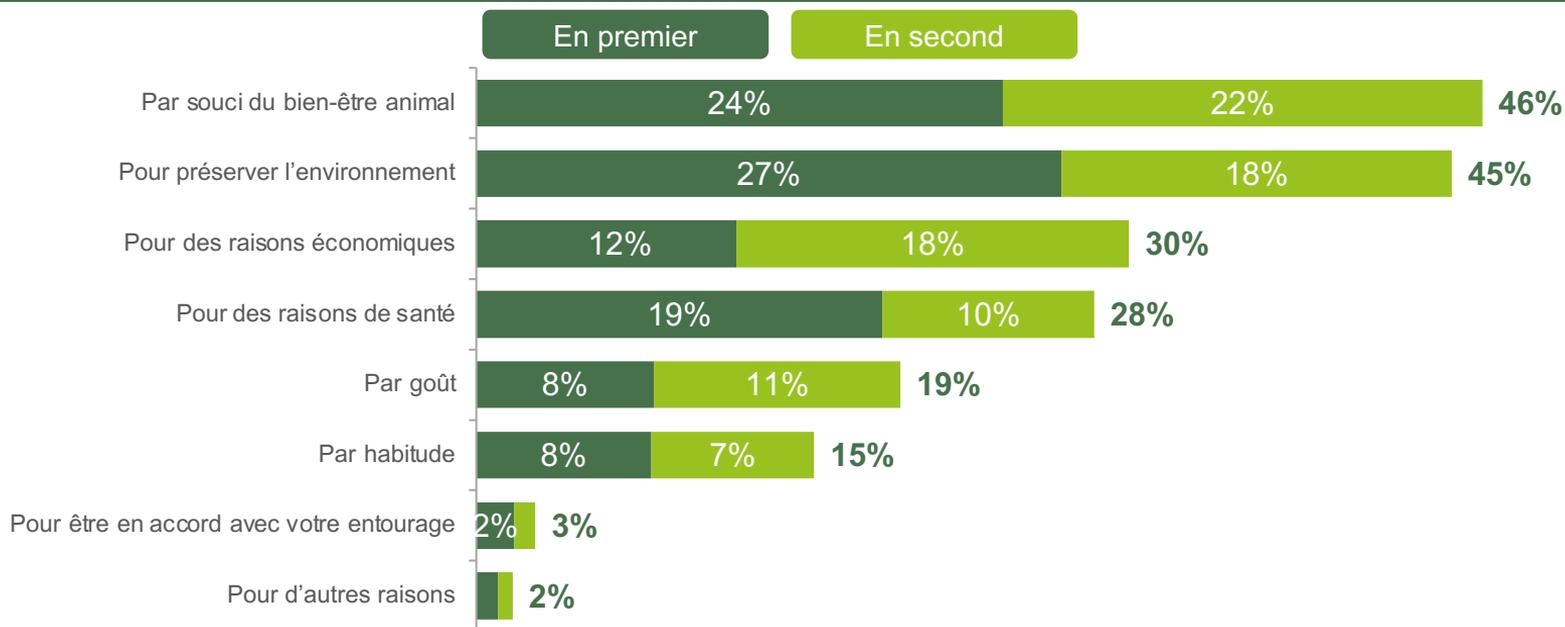
Base totale, n=4000



## Motivations au régime flexitarien

Pour quelle(s) raison(s) suivez-vous un régime flexitarien ?

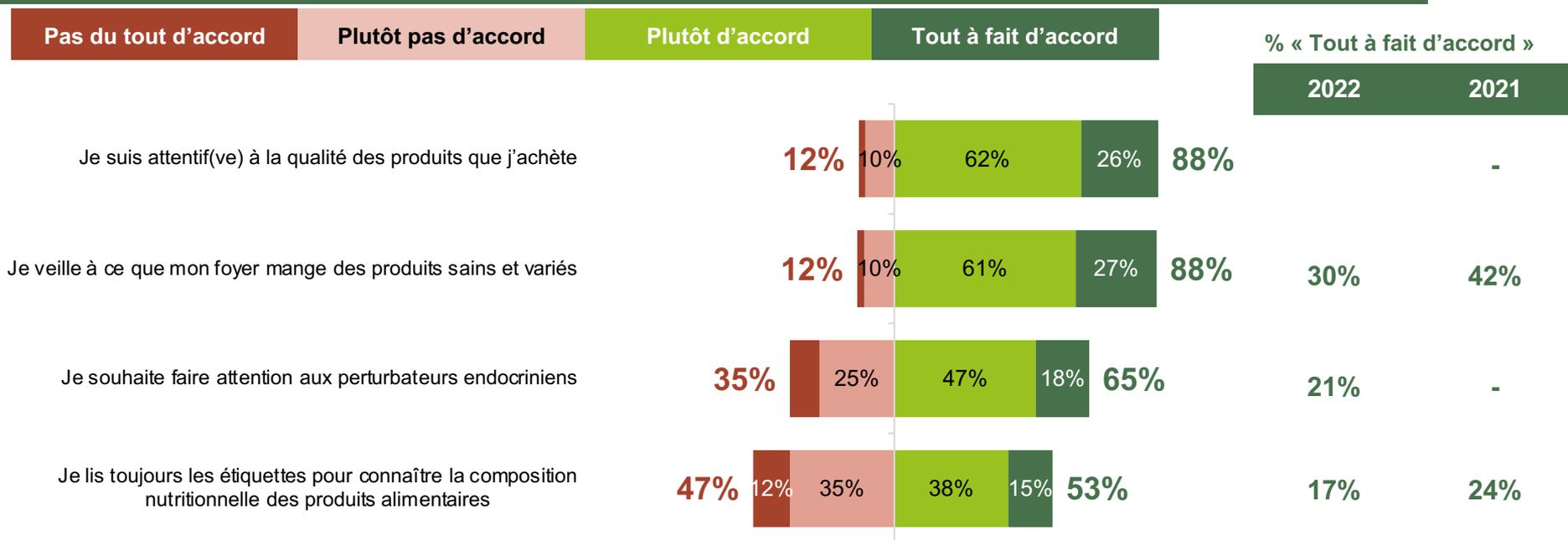
Base : individus suivant un régime flexitarien, n=689



## Habitudes alimentaires : rapport à la santé

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000



# Attention portée aux mentions

A quelle(s) mention(s) sur la composition produit faites-vous attention lorsque vous achetez des produits alimentaires ?

Base totale, n=4000

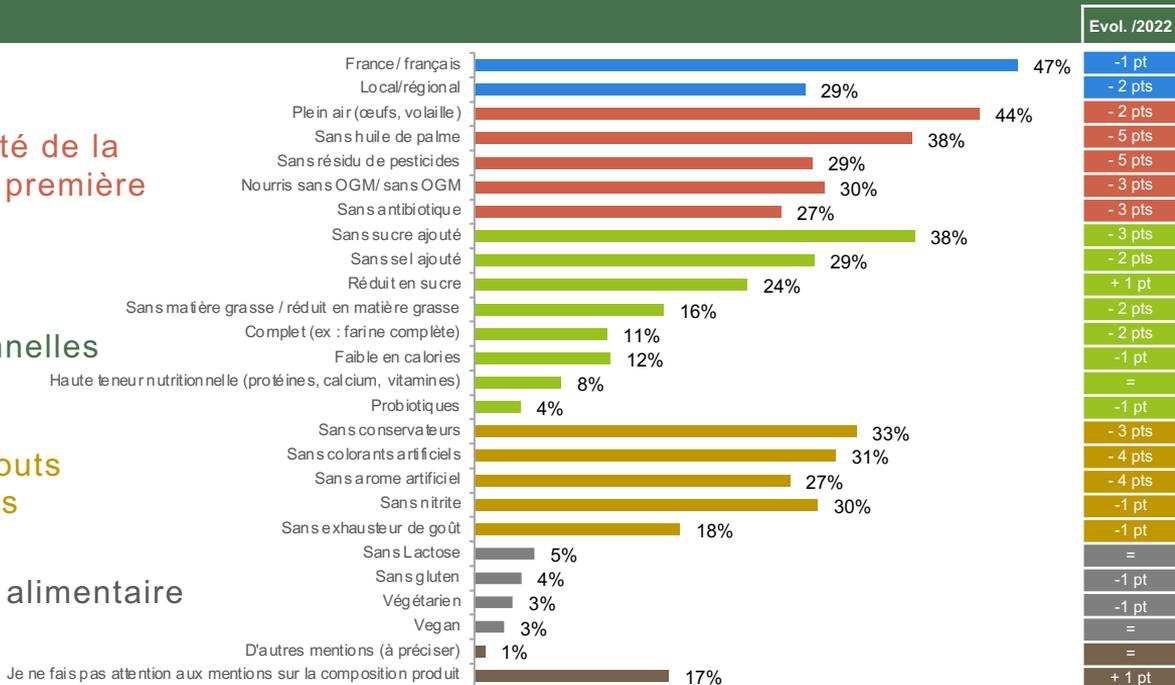
## Origine

## Naturalité de la matière première

## Valeurs nutritionnelles

## Sans ajouts artificiels

## Régime alimentaire



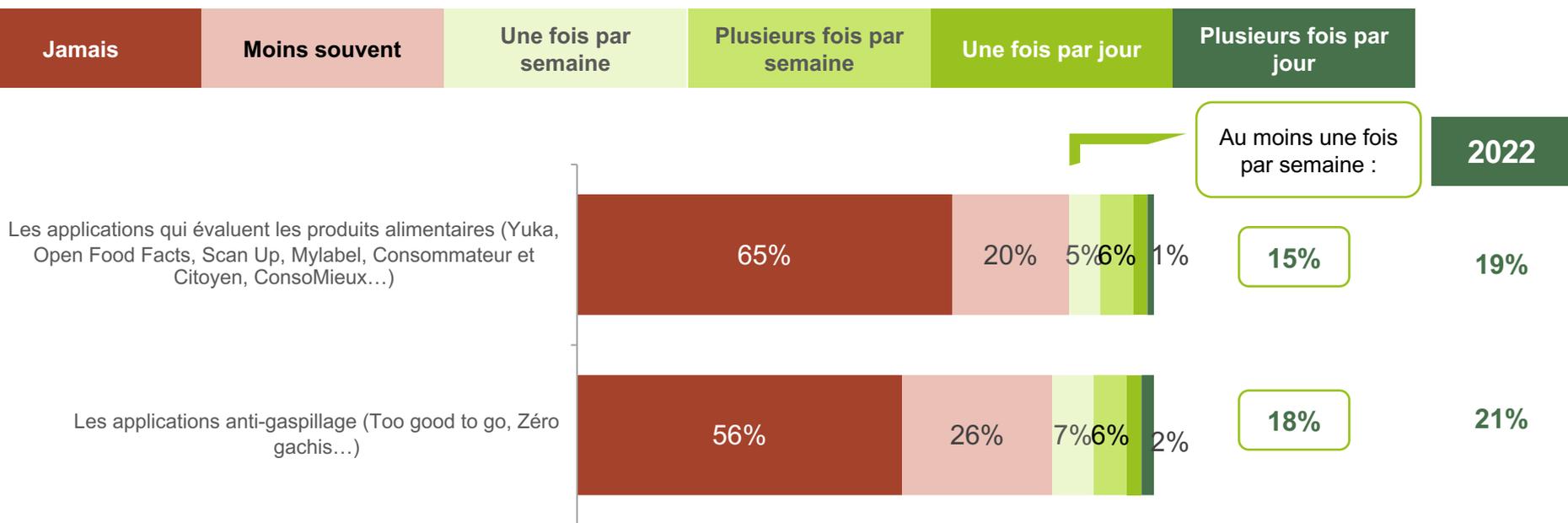
**83%** (-1pt)

Des Français sont attentifs à au moins une mention lors de leurs achats alimentaires

# Habitudes alimentaires : usage des applications

A quelle fréquence utilisez-vous les applications suivantes ?

Base totale, n=4000



# Baisse de la consultation régulière des applications d'évaluation des produits alimentaires chez les consommateurs réguliers de bio

A quelle fréquence utilisez-vous les applications suivantes ?

Base totale, n=4000

Les applications qui évaluent les produits alimentaires  
En fonction de la fréquence de consommation de produits biologiques

Fréquence de consommation de produits bio	Plusieurs fois par jour		Une fois par jour		Plusieurs fois par semaine		Une fois par semaine		Au moins une fois par semaine		Moins souvent		Jamais	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Ensemble	1%	2%	2%	3%	6%	7%	5%	7%	15%	19%	20%	21%	65%	60%
Quotidienne	4%	8%	7%	6%	10%	14%	9%	8%	31%	36%	24%	21%	46%	42%
Hebdomadaire	2%	3%	5%	5%	10%	12%	8%	12%	25%	31%	25%	25%	50%	44%
Plus rarement	1%	0%	1%	2%	5%	6%	5%	6%	12%	14%	21%	23%	66%	63%
Jamais	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	2%	4%	6%	11%	10%	85%	83%

Baisse significative

Hausse significative

Les applications qui évaluent les produits alimentaires  
En fonction de la fréquence de consommation de produits biologiques

Fréquence de consommation de produits bio	Plusieurs fois par jour		Une fois par jour		Plusieurs fois par semaine		Une fois par semaine		Au moins une fois par semaine		Moins souvent		Jamais	
	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022	2023	2022
Ensemble	2%	2%	2%	3%	6%	7%	7%	9%	18%	21%	26%	24%	56%	55%
Quotidienne	8%	10%	3%	4%	6%	10%	7%	9%	24%	34%	23%	23%	53%	44%
Hebdomadaire	3%	3%	5%	5%	7%	8%	9%	11%	25%	28%	28%	29%	47%	44%
Plus rarement	1%	1%	2%	2%	6%	6%	7%	9%	16%	18%	29%	25%	55%	57%
Non conso	2%	1%	1%	1%	3%	5%	5%	5%	11%	12%	18%	15%	71%	72%

## Raison à l'origine de la consommation de produits bio

Quelle est la principale raison qui vous a amené à consommer des produits biologiques au départ ?

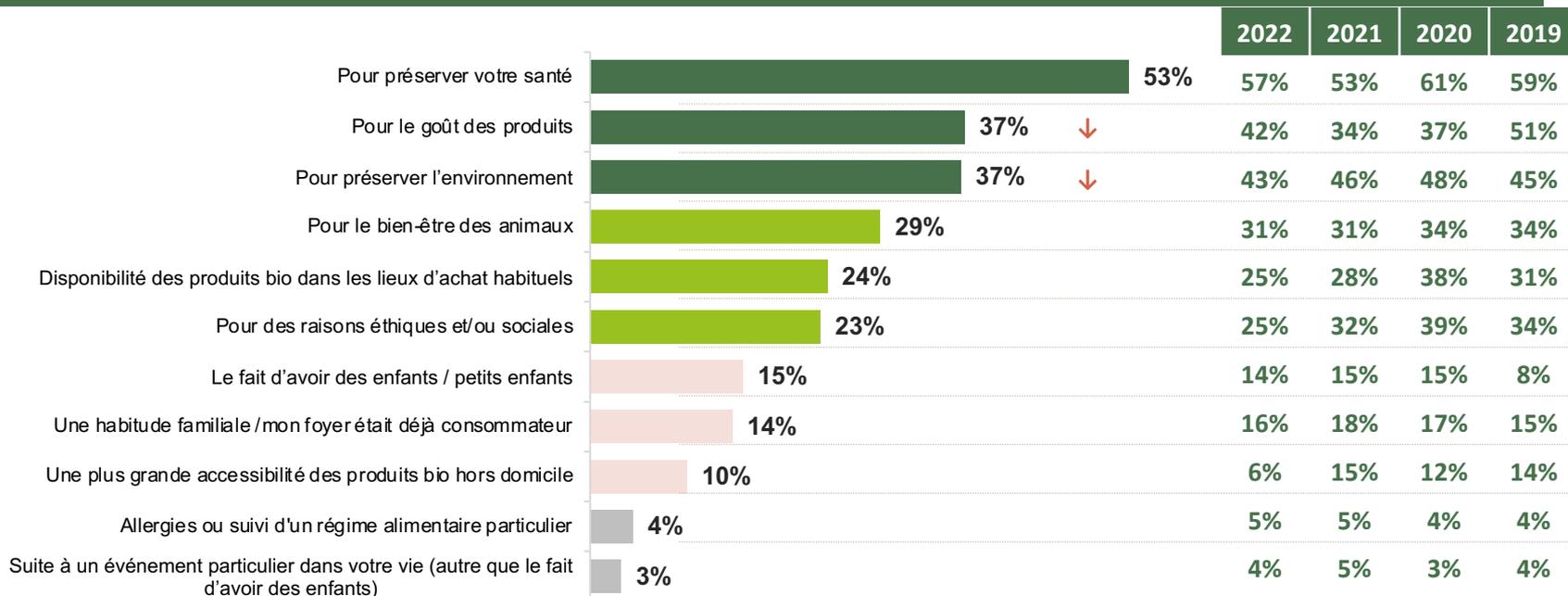
Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n = 2208

		2022	2021	2020	2019
Pour préserver votre santé	29%	33%	27%	29%	30%
Pour le goût des produits	13%	13%	10%	9%	15%
Pour préserver l'environnement	12%	12%	13%	12%	11%
Parce que j'ai trouvé les produits bio dans mes lieux d'achat habituels	11%	10%	11%	15%	12%
Une habitude familiale / mon foyer était déjà consommateur	8%	8%	9%	7%	6%
Pour le bien-être des animaux	6%	6%	6%	4%	5%
Pour des raisons éthiques et/ou sociales	5%	4%	6%	8%	6%
Suite à une naissance dans votre famille, le fait d'avoir des enfants / petits-enfants	3%	3%	4%	4%	3%
Suite à la découverte des produits hors de mon domicile	2%	1%	3%	1%	1%
Parce que vous avez eu des allergies ou suiviez un régime alimentaire particulier	1%	2%	2%	2%	2%
Suite à un événement particulier dans votre vie (autre que le fait d'avoir des enfants)	1%	2%	2%	2%	2%
Autres raisons	9%	6%	7%	7%	7%

## Raisons pour consommer des produits bio

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

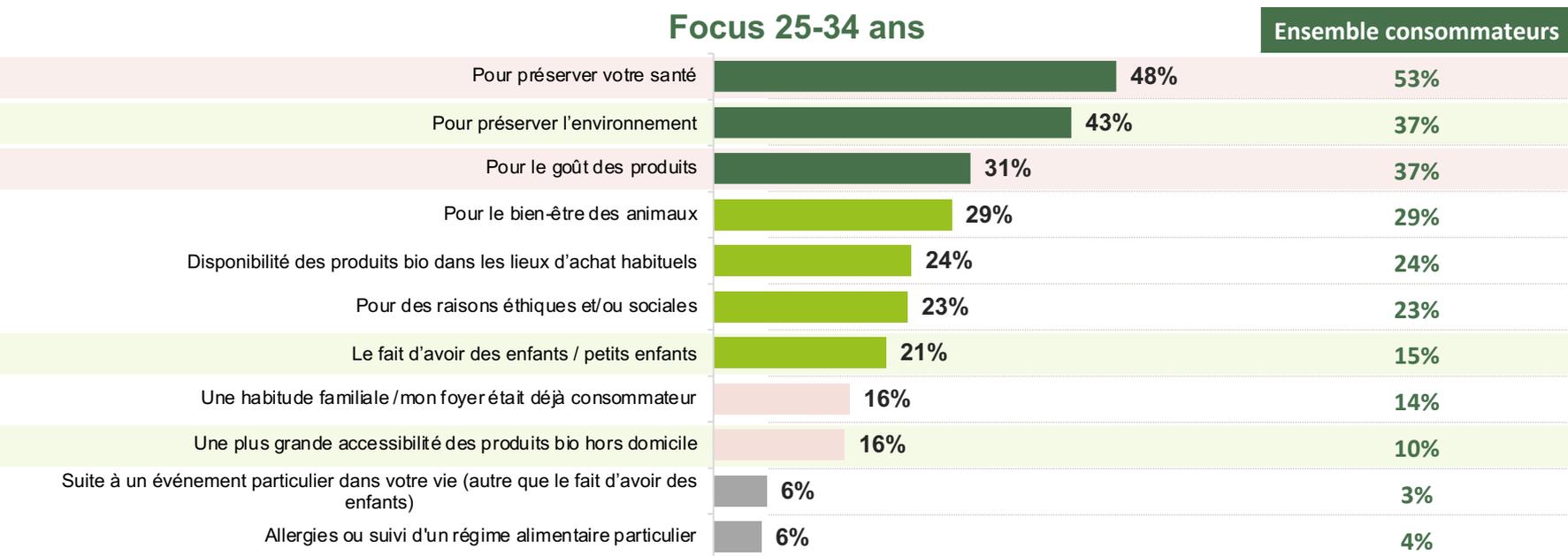
Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n = 2208



# Raisons pour consommer des produits bio

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

Base : consommateurs 25-34 ans de produits biologiques au moins une fois par mois, n = 436



# LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

Recul de la pratique de la cuisine

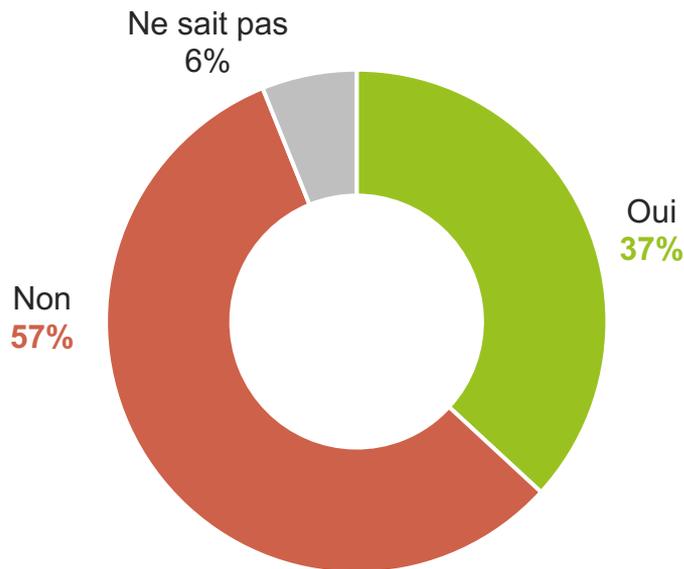


[Retour au sommaire](#)

## Evolution des habitudes alimentaires

De façon générale, pensez-vous avoir modifié vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire au cours de l'année passée ?

Base totale, n=4000



## Types des habitudes alimentaires modifiées

De quelles manières avez-vous modifié vos habitudes, votre comportement ? Vous avez...

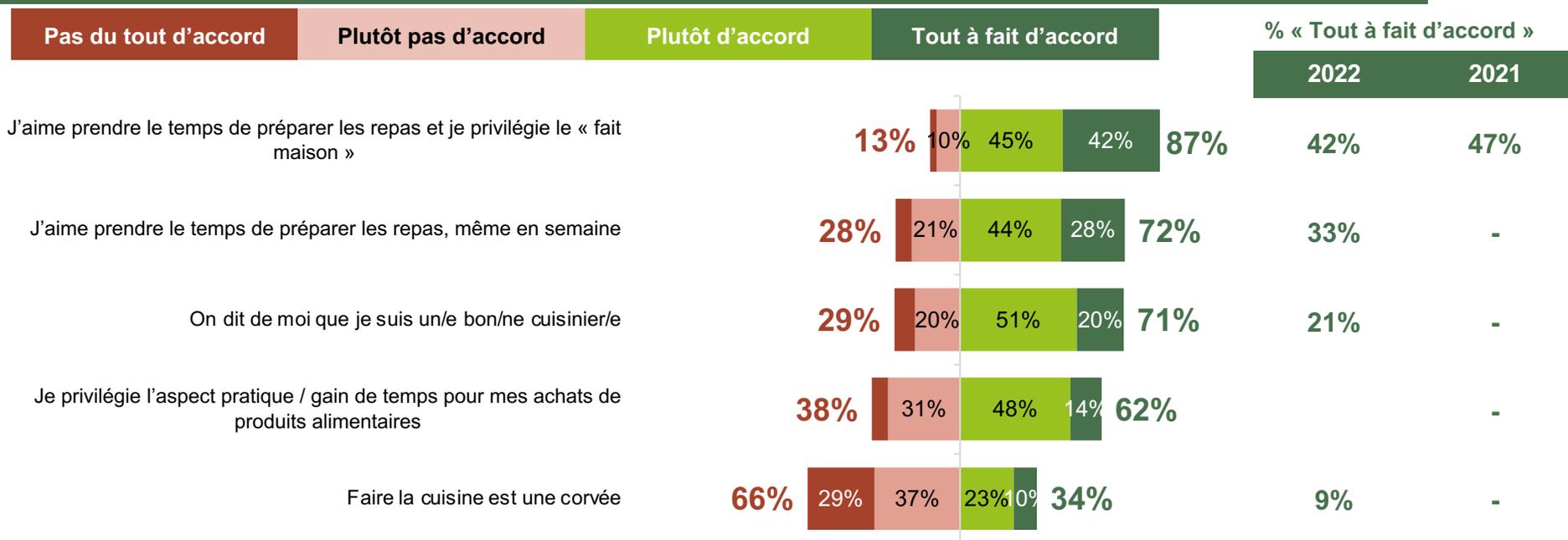
Base des individus ayant modifié leurs habitudes alimentaires, n=1490

		2022	2021		2022	2021	
Davantage évité les pertes/ le gaspillage	44%	46%	40%	Restreint vos lieux d'achat	16%	14%	
Cuisiné davantage	36% ↓	43%	45%	Acheté de + en + de produits moins calibrés, moins esthétiques	14% ↓	19%	
Acheté plus de produits de saison	30% ↓	48%	45%	Regardé systématiquement la composition des produits, à l'aide ou..	12%	14%	
Dépensé moins pour l'alimentaire	29%	29%	11%	Acheté de + en + de produits respectueux de l'environnement et / ou..	11%	15%	
Réduit votre consommation alimentaire	28% ↓	33%	15%	Acheté plus de produits en vrac	11% ↓	16%	
Acheté davantage de produits alimentaires 1er prix	26%	Nouveau		Acheté plus de produits bio	11% ↓	23%	
Acheté plus de produits frais	26%	47%	47%	Dépensé plus pour l'alimentaire	10%	13%	
Priviliégié les produits locaux et les circuits courts	22% ↓	28%	48%	Acheté moins de produits bio	7%	Nouveau	
Réduit l'utilisation de plastiques et d'emballages	21%	26%	35%	Cuisiné moins	6%	Nouveau	
Acheté des produits alimentaires de meilleure qualité	19%	Nouveau		Acheté plus de produits avec un label	6% ↓	12%	
Diversifié vos lieux d'achat	17%	21%	16%	Acheté plus de plats préparés	3%	4%	
Vous limitez vos achats de produits importés	17%	18%	31%	Autres	3%	3%	
						0%	

## Habitudes alimentaires : rapport à la cuisine

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

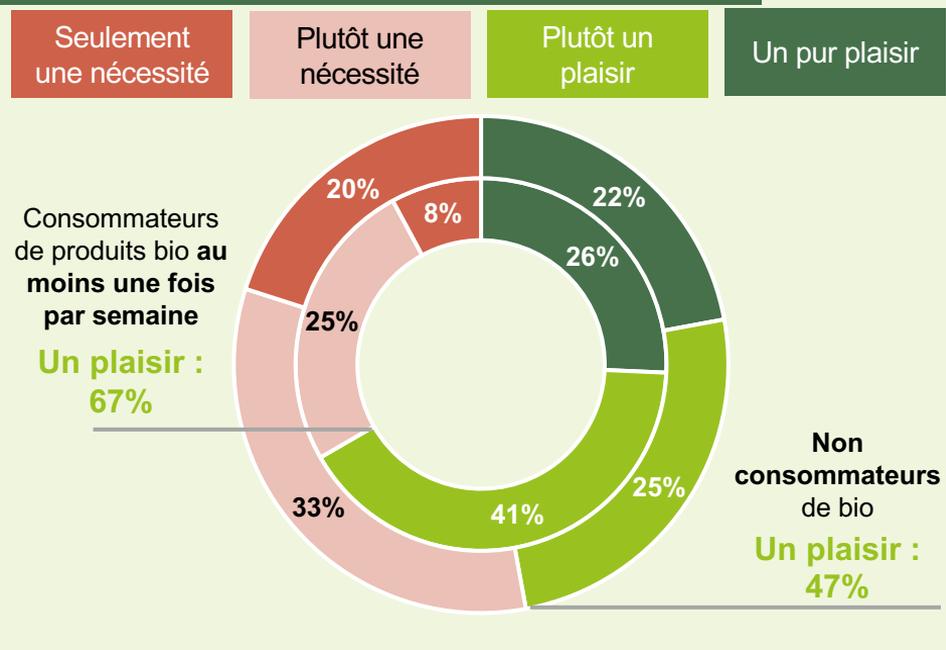
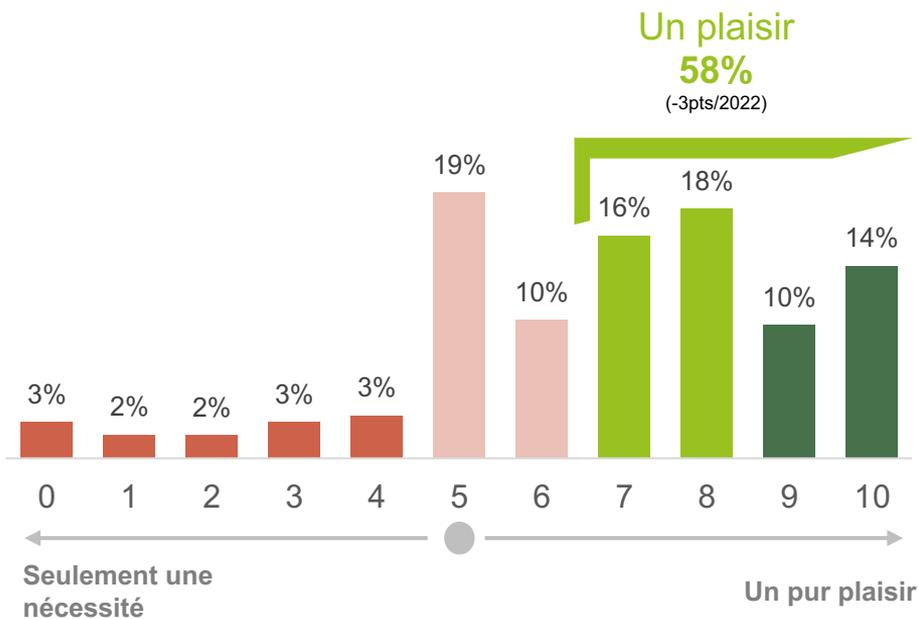
Base totale, n=4000



# L'alimentation : plaisir ou nécessité ?

Pour vous, l'alimentation, est-ce plutôt un plaisir ou plutôt une nécessité ?

Base totale, n=4000 - Note comprise entre 0 et 100 = C'est seulement une nécessité 10 = C'est un pur plaisir



# LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

L'engagement dans la transition  
alimentaire

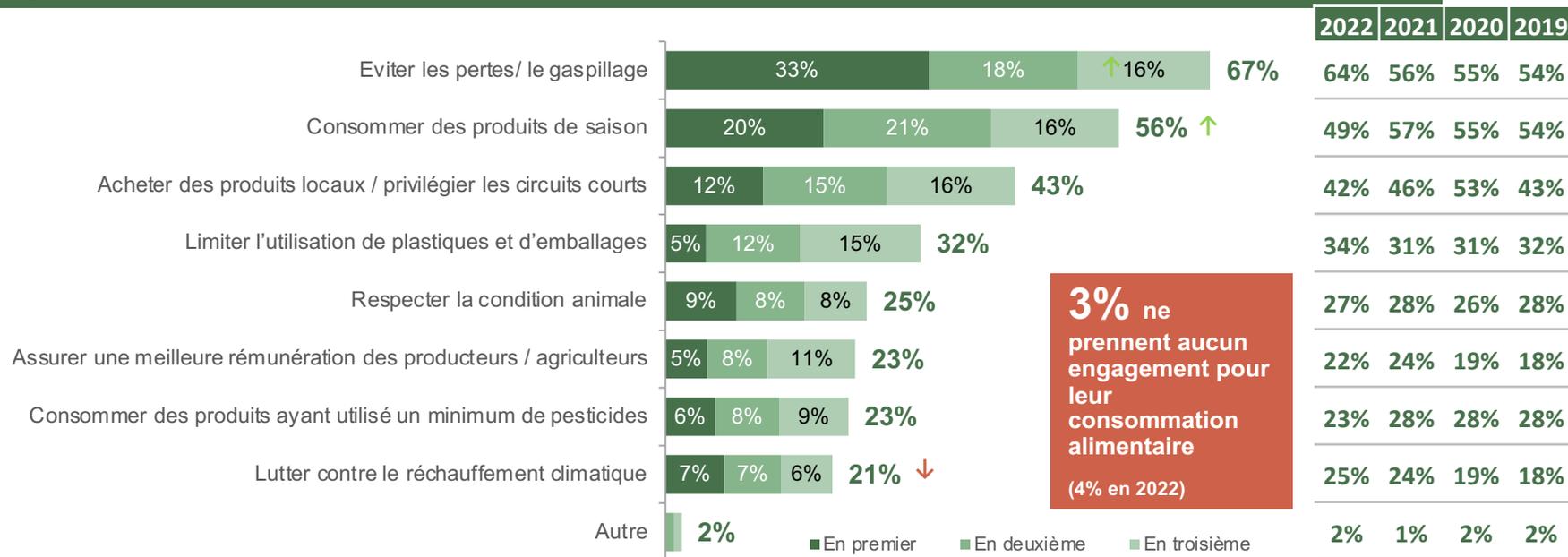


[Retour au sommaire](#)

## Engagements liés à la consommation alimentaire

Dans le cadre de votre consommation alimentaire (et celle de votre foyer), quels sont les 3 engagements (parmi les suivants) que vous jugez les plus importants aujourd'hui ?

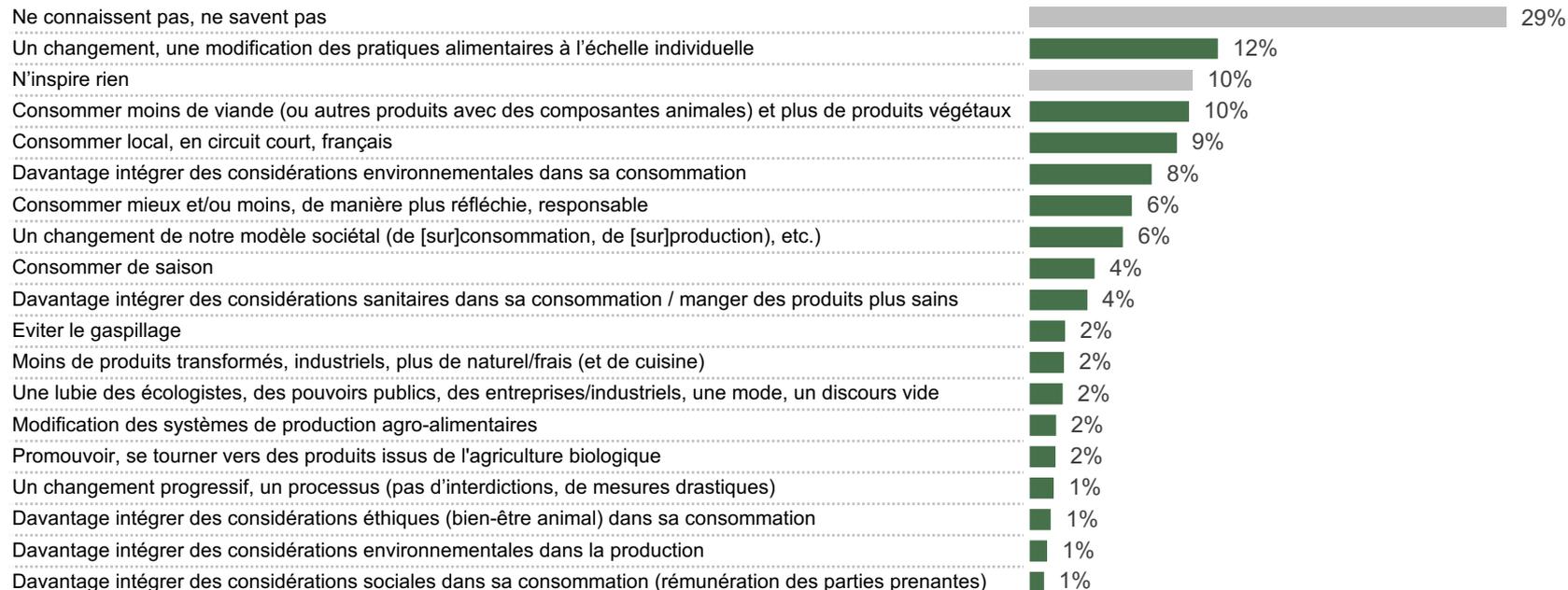
Base totale, n=4000



## Les représentations de la transition alimentaire

On entend souvent parler de transition alimentaire. Pour vous, qu'est-ce que cela signifie ?

Base totale, n=4000 – Question ouverte recodée



## Représentations de la transition alimentaire - Verbatims

On entend souvent parler de transition alimentaire. Pour vous, qu'est-ce que cela signifie ?

Base totale, n=4000 – Question ouverte recodée

« Modifier les comportements vers une alimentation plus raisonnée, saine, soucieuse de la provenance et pérenne pour l'avenir. »

Femme, 35-44 ans, CSP =, Consomme régulièrement du bio

« C'est pour respecter d'avantage l'environnement, améliorer le statut nutritionnel des aliments, développer les produits bio et frais, produire dans des conditions plus respectueuses du bien-être animal. »

Homme, 65-75 ans, Retraité, Consomme régulièrement du bio

« Passer à une alimentation plus respectueuse des enjeux actuels : environnement, bien-être animal, rémunération des producteurs... Globalement, cela passe par réduire la consommation de viande (principalement viande rouge), consommer plus local... »

Femme, 18-24 ans, CSP -, Consomme régulièrement du bio

« Changer nos habitudes d'alimentation: manger moins de produits préparés, moins de viande, utilisation d'emballages et plastiques, etc.»

Femme, 55-64 ans, Inactive, Consomme rarement du bio

« Moins de plastique ( sac de transport plastique au profit de sac en osier ou autre, les emballages des produits alimentaires... ). Une meilleure qualité d'aliment avec moins de pesticide et de chimique et plus de naturel.»

Homme, 25-34 ans, CSP-, Consomme rarement du bio

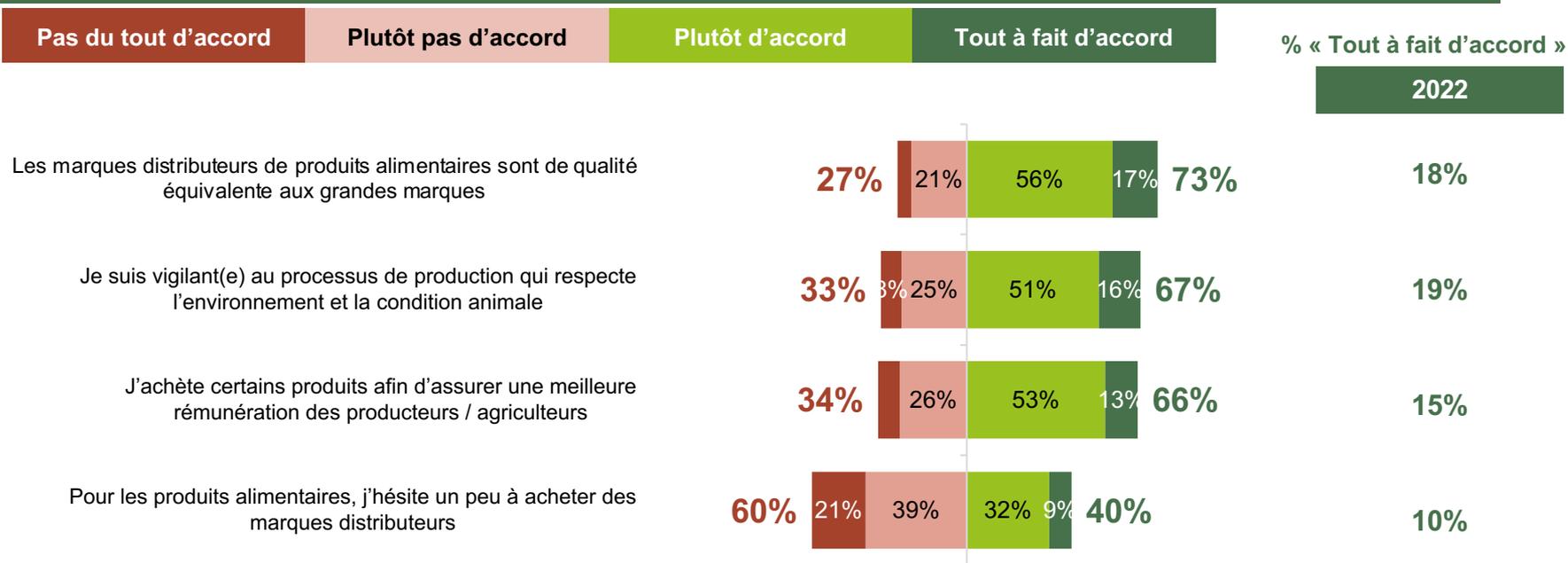
« Passer d'une alimentation omnivore à une alimentation moins riche en produits provenant des animaux, que ce soit de la viande ou tout autre produit issu de ces derniers. Régime végétarien, végétan, ... »

Femme, 18-24 ans, CSP -, Consomme régulièrement du bio

# Habitudes alimentaires : rapport à l'environnement et au social

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000



# 2.

## LE RAPPORT AUX PRODUITS ALIMENTAIRES BIOLOGIQUES

[Retour au sommaire](#)

# Le rapport aux produits alimentaires biologiques – A retenir

## Un recul de la connaissance des attributs du bio

Si les qualités environnementales et santé des produits alimentaires biologiques restent largement reconnues, par plus de 7 Français sur 10, les convictions en la matière continuent de refluer sur la dernière édition du baromètre.

Ainsi, si 79% des Français s'accordent sur le fait que l'agriculture biologique contribue à préserver l'environnement, la qualité des sols et les ressources en eau, la part de Français qui sont « tout à fait d'accord » est en baisse de 4 points par rapport à 2022. De même, si 72% des Français reconnaissent que les produits biologiques sont meilleurs pour la santé, cette part baisse de 3 points par rapport à la précédente édition du baromètre.

Sur les autres aspects, notamment le goût ou l'impact économique et social du bio, les Français se révèlent nettement plus partagés : seuls 58% d'entre eux estiment que les produits biologiques sont source d'emplois et 56% que l'agriculture biologique permet une juste rémunération des producteurs français. Des opinions là aussi en recul de 4 points par rapport à 2022.

Sur ces aspects justement, le bio subit la concurrence du « local ». Alors que 68% des Français disent

privilégier les achats de produits locaux et les circuits courts, l'enquête compare les attributs du bio à ceux du local. Alors que le 1<sup>er</sup> est très largement reconnu pour la limitation de l'usage des pesticides, la dimension santé ou le soutien à la biodiversité, le local surpasse le bio sur les dimensions liées à la saisonnalité et à la fraîcheur des produits, mais aussi et surtout sur la souveraineté alimentaire et le soutien aux petites exploitations.

Ainsi, pour 37% des Français, acheter des produits alimentaires locaux revient à soutenir ces dernières. Ils ne sont que 20% à faire le même constat pour les achats de produits alimentaires biologiques. Le local est également perçu, par 20% des Français, comme un moyen de valoriser les patrimoines régionaux, une part qui tombe à 13% s'agissant des produits biologiques.

## Trop de repères tue les repères ?

Les résultats de l'édition 2023 du baromètre révèlent une baisse globale de l'attention portée aux différents labels et certifications lors des achats alimentaires. C'est notamment le cas pour le label AB : 60% des Français s'y disent attentifs, en baisse de 5 points par rapport à 2022, et du label AOC (56% d'attentifs, en baisse de 5 points également). On notera cependant que l'attention portée au Nutriscore (69% de consommateurs qui s'y disent attentifs) reste stable par rapport à l'année dernière.

Une baisse de l'attention qui s'illustre également par un recul de la connaissance des normes et des conditions de production du bio. Ainsi, 71% des Français s'accordent sur le fait que les produits bio sont soumis à des contrôles annuels systématiques en France, en baisse de 6 points par rapport à 2022. 61% pensent que les produits bio sont sans OGM, soit 3 points de moins que l'année dernière. Et seulement 50% estiment que l'agriculture biologique favorise le bien-être animal (stable).

De même, si les trois quarts des Français reconnaissent que le bio répond à un cahier des charges exigeant, 28% estiment qu'il s'est assoupli au cours des dernières années.

## Une défiance quant à l'information sur les produits bio qui progresse

La note de confiance accordée par les Français à l'information fournie sur les produits bio diminue encore en 2023, passant sous le seuil des 6/10 (5,9), 56% des Français ayant donné une note inférieure à 7 (en hausse de 6 points par rapport à 2022). Cette montée de la défiance est également perceptible chez les consommateurs de produits bio (+6 points).

# Le rapport aux produits alimentaires biologiques – A retenir

De fait, le déficit d'information déclaré par les Français progresse et concerne l'ensemble des dimensions testées dans l'enquête, de l'impact sur la santé en passant par celui sur l'environnement ou encore l'origine et le contrôle des produits biologiques.

Cette montée de la défiance s'illustre également dans la position intermédiaire qu'occupe le bio dans le traditionnel clivage entre petits et grands acteurs de l'alimentaire. Ainsi, si 89% des Français estiment qu'en tant que consommateur on peut faire confiance aux petits producteurs, 86% aux artisans, ils ne sont que 56% à avoir cette position quant aux magasins d'alimentation bio et 41% pour les produits estampillés bio. Un niveau de confiance qui par ailleurs baisse de respectivement 3 et 4 points par rapport à 2022.

Ce faisant, la confiance dans les produits bio se situe à un niveau similaire à celle placée dans les grandes marques alimentaires (40% de confiants).

## Une accessibilité très inégale de l'offre de bio

Interrogés sur les formats commerciaux au sein desquels ils réalisent leurs achats alimentaires, 79% des Français disent fréquenter les supermarchés au moins 2 ou 3 fois par mois, 71% les artisans de l'alimentaire et 69% les hypermarchés. Seuls 17% ont une fréquence de fréquentation similaire des magasins d'alimentation bio. Or, si l'offre de produits bio apparaît suffisamment

étendue dans les magasins bio (87% des Français qui y réalisent des achats l'estiment suffisamment étendue), les AMAP (71%) ou les achats direct producteurs (64%), c'est nettement moins le cas au sein de formats commerciaux pourtant très fréquentés, notamment les artisans de l'alimentaire (seuls 35% de leurs clients estiment l'offre suffisamment développée), les enseignes de hard discount (37%) ou encore les petites surfaces de proximité de la grande distribution (40%).

A ces attentes s'ajoute un intérêt assez marqué pour le développement d'une offre de repas avec des produits biologiques dans différents espaces de restauration, notamment les restaurants d'entreprise, les cantines scolaires, les hôpitaux et maisons de retraite ou encore les restaurants.

## Les fruits et légumes restent les produits bio les plus consommés

Parmi les Français consommant des produits alimentaires biologiques au moins une fois par mois, 70% consomment des légumes frais, 66% des fruits frais et 60% des œufs issus de l'agriculture biologique.

Les autres catégories de produits testés dans l'enquête comptabilisent moins de 50% de consommateurs. La quasi-totalité des catégories testées accuse un recul de la part de consommateurs, à l'exception des légumes frais (+5 points par rapport à 2022), des fromages (+2

points), du pain (+5 points) et des céréales, légumineuses et produits associés (+6 points).

A noter, la part de consommateurs de produits biologiques achetant des plats préparés baisse de 3 points par rapport à 2022, pour s'établir à 7%.

Les achats au sein des enseignes de grande distribution continuent de dominer (78% des consommateurs achètent au moins un type de produit bio au sein de ces formats), suivis par les marchés (31%) et les artisans de l'alimentaire (30%). Les magasins spécialisés dans les produits biologiques ne sont cités que par 22% des acheteurs des différentes catégories testées, en baisse de 6 points par rapport à 2022.

# LE RAPPORT AUX PRODUITS BIO

Les attributs du bio



[Retour au sommaire](#)

## Valeur santé des produits bio

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Evolution % « Tout à fait d'accord »

2022	2021	2020	2019	2018	2017
------	------	------	------	------	------

Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé

28% 21% 50% 22% 72%

24% 32% 30% 27% 30% 41%

L'alimentation bio est meilleure pour les enfants

30% 23% 49% 21% 70%

/ / / / / /

Dans les produits biologiques, les qualités nutritionnelles des aliments sont mieux préservées

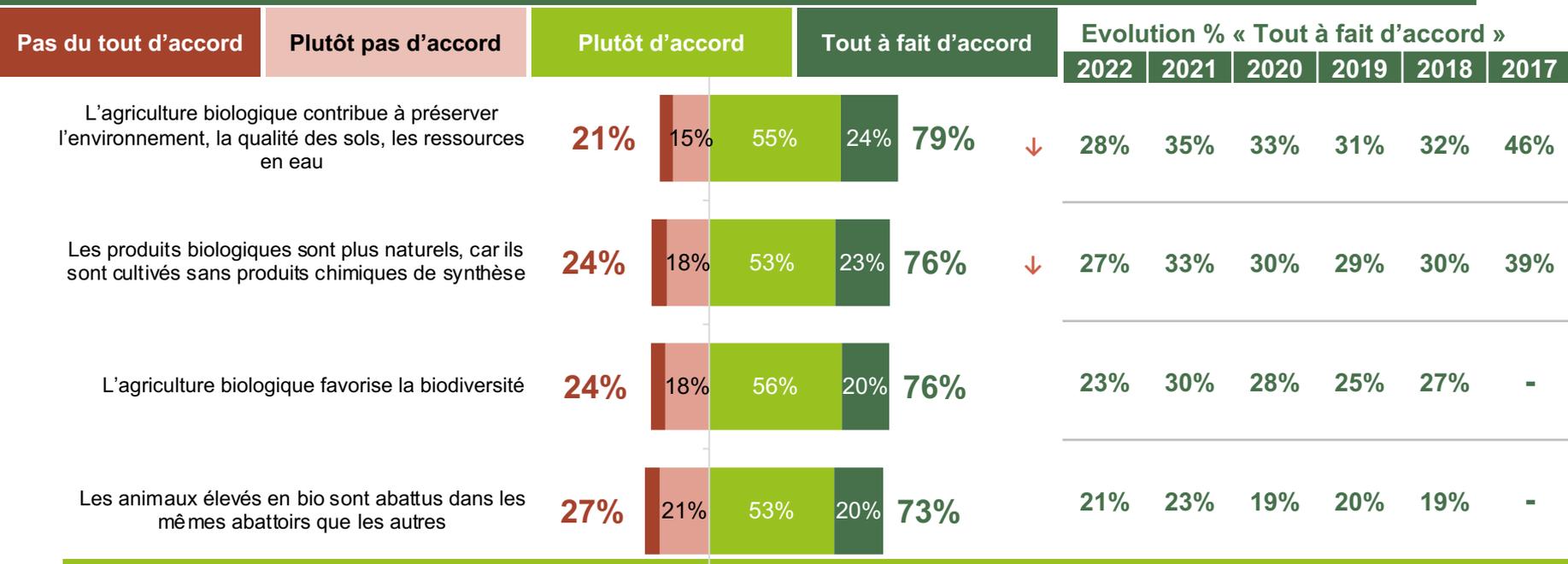
34% 27% 52% 14% 66%

↓ 19% 21% 18% 18% 20% 27%

## Qualités environnementales des produits bio

Voici un certain nombre de phrases que des personnes nous ont dites à propos des produits biologiques. Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec ces affirmations ?

Base totale, n=4000



## Valeurs gustatives des produits bio

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Evolution % « Tout à fait d'accord »

2022	2021	2020	2019	2018	2017
------	------	------	------	------	------

Les produits biologiques ont meilleur goût

47% 1% 36% 40% 13% 53%

15%	20%	16%	18%	18%	27%
-----	-----	-----	-----	-----	-----

Les produits bio sont en général moins bons

76% 24% 53% 18% 6% 24%

6%	/	/	/	/	/
----	---	---	---	---	---

## Impact économique et social du bio

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Evolution % « Tout à fait d'accord »

2022	2021	2020	2019	2018	2017
------	------	------	------	------	------

Les produits biologiques sont source d'emplois

**42%**

33%

46%

12%

**58%**

13%	21%	15%	15%	18%	26%
-----	-----	-----	-----	-----	-----

L'agriculture biologique permet une juste rémunération des producteurs français

**44%**

35%

44%

12%

**56%**

14%	18%	-	-	-	-
-----	-----	---	---	---	---

# Critères d'achats des produits bio : attentes des consommateurs

Pour chacun des critères de choix d'achat suivants d'un produit biologique, quels sont ceux qui sont très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important, lors de vos achats ?

Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n=2208

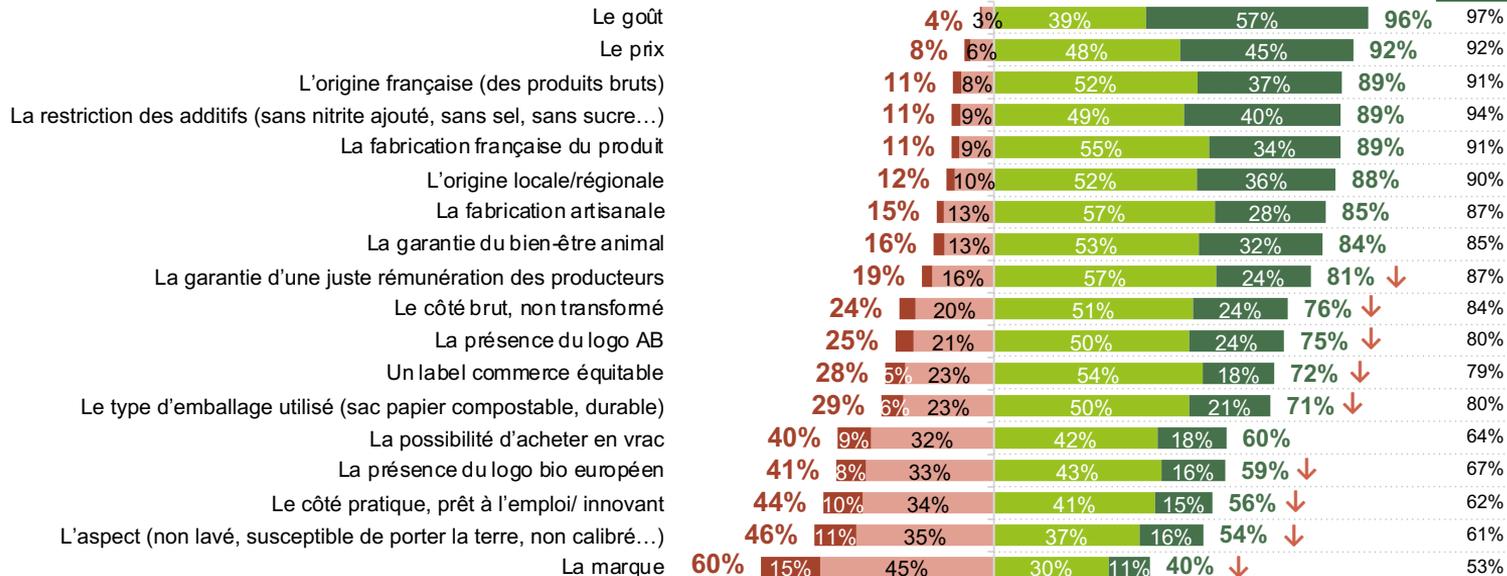
Pas du tout important

Pas vraiment important

Plutôt important

Très important

2022

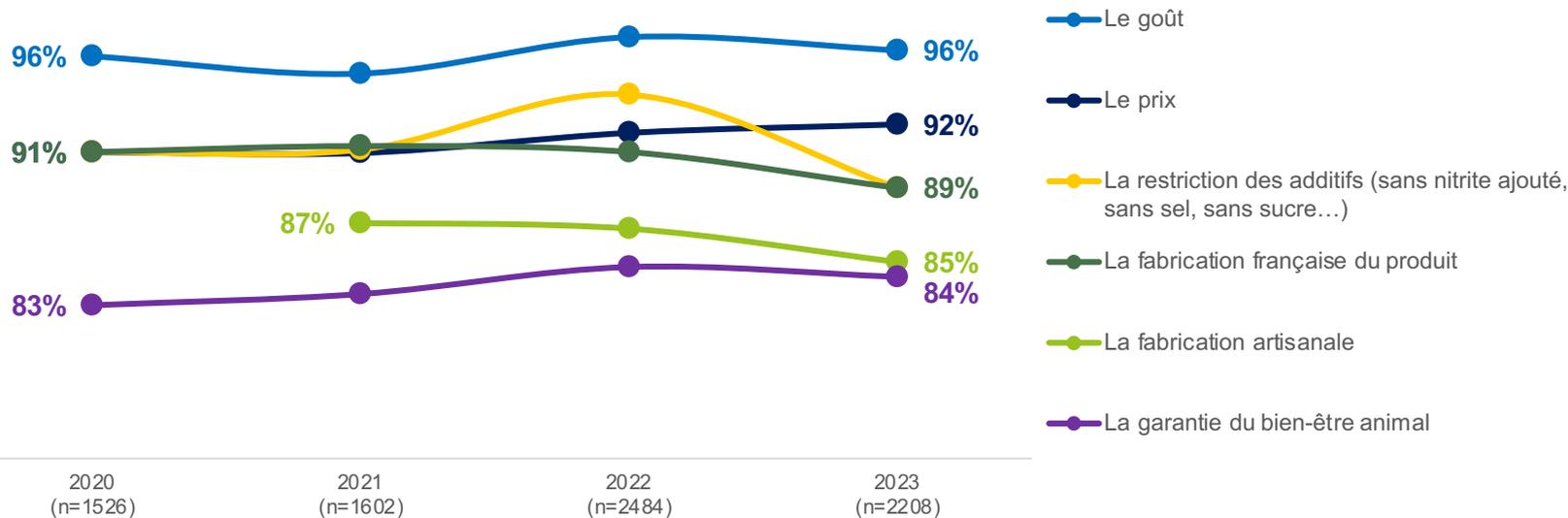


# Critères d'achats des produits bio : évolution des attentes des consommateurs

Pour chacun des critères de choix d'achat suivants d'un produit biologique, quels sont ceux qui sont très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important, lors de vos achats ?

Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n=2208

% « Important » + % « Très important »

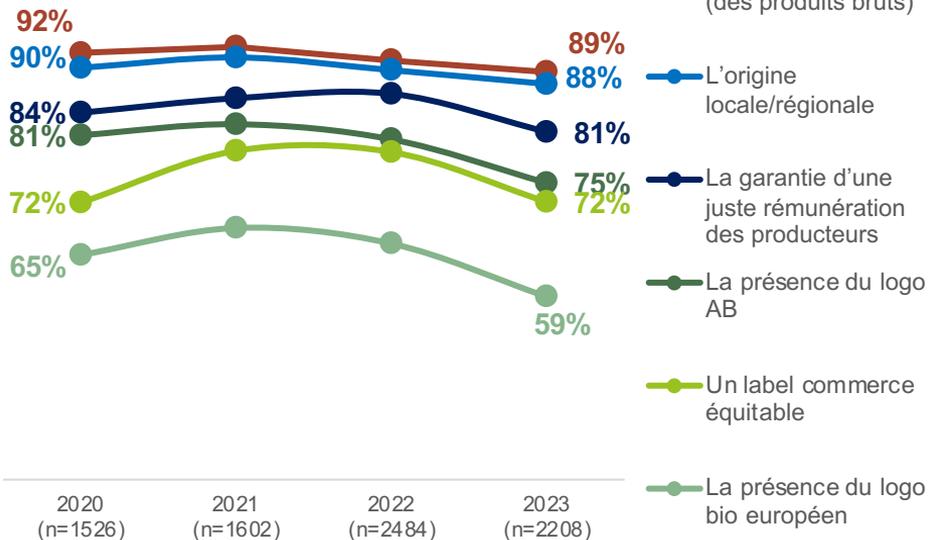


# Critères d'achats des produits bio : évolution des attentes des consommateurs

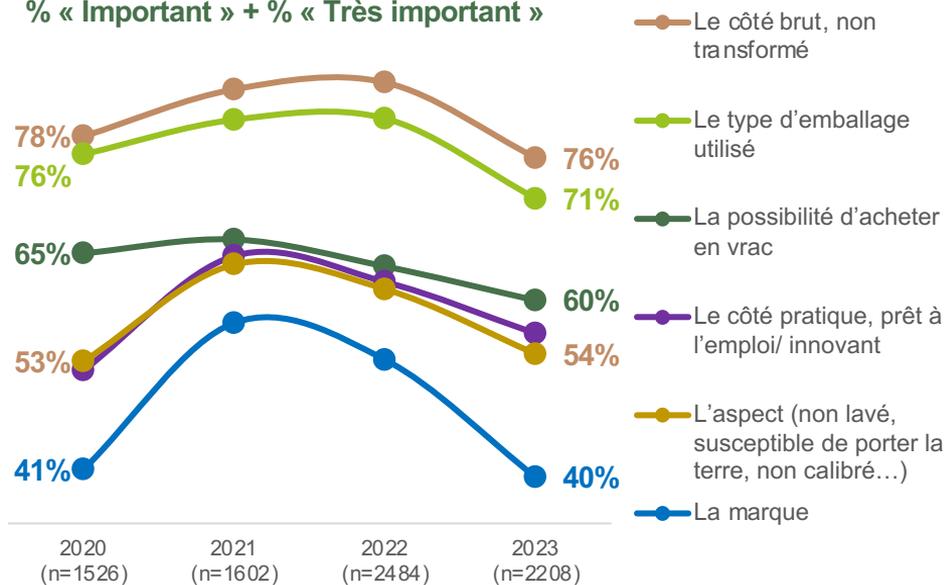
Pour chacun des critères de choix d'achat suivants d'un produit biologique, quels sont ceux qui sont très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important, lors de vos achats ?

Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n=2208

% « Important » + % « Très important »



% « Important » + % « Très important »



# LE RAPPORT AUX PRODUITS BIO

La concurrence du local

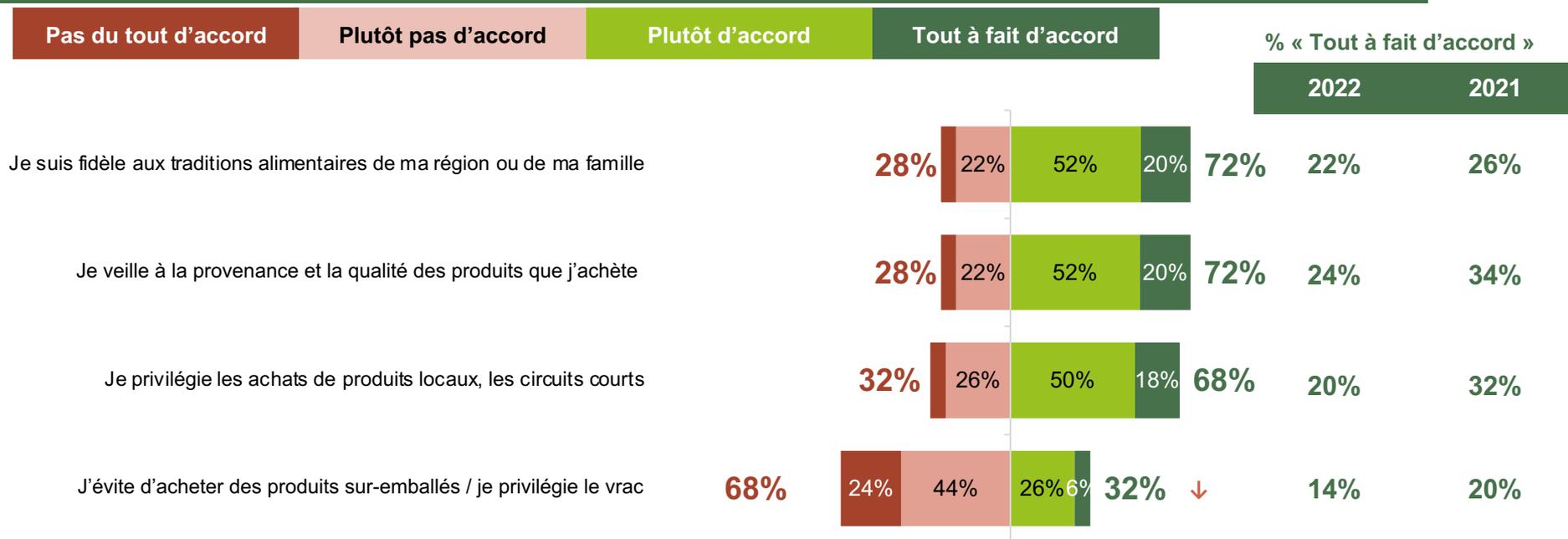


[Retour au sommaire](#)

## Habitudes alimentaires : provenance et localisme

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

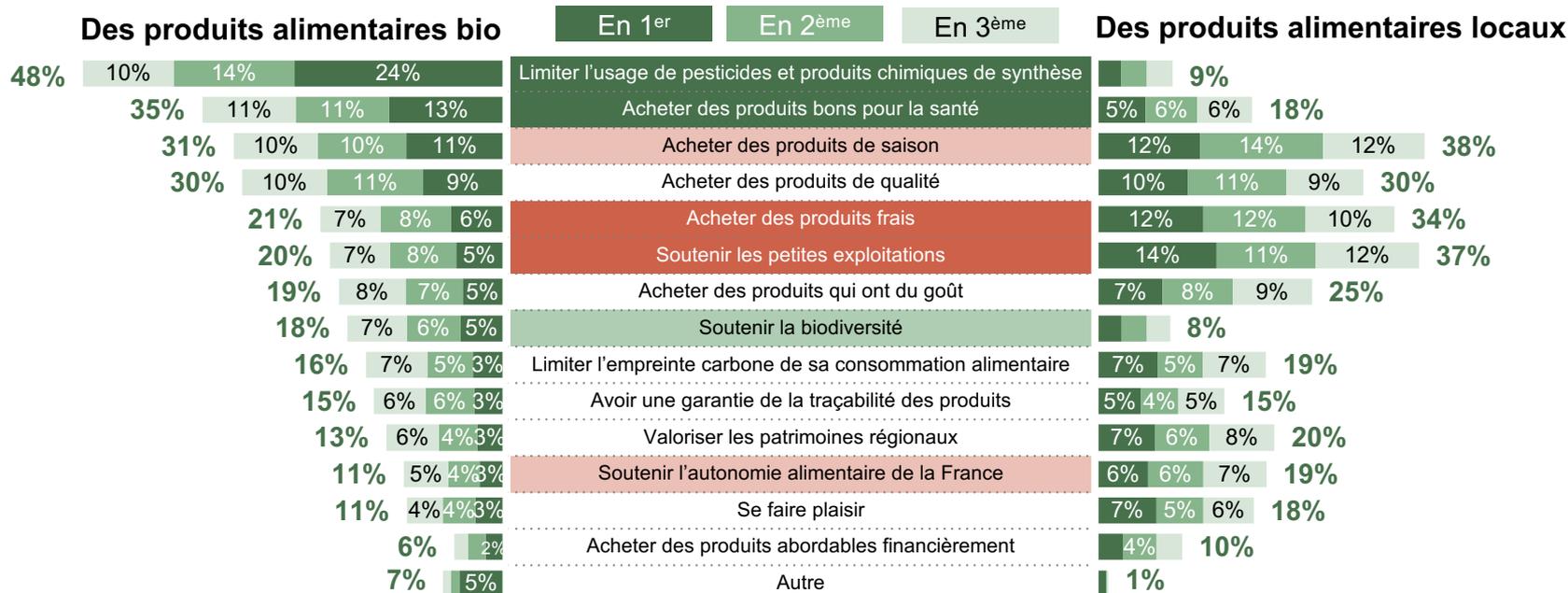
Base totale, n=4000



# Achats de produits bio ou de produits locaux

Pour vous, acheter des produits alimentaires bio / acheter des produits alimentaires locaux c'est...

Base totale, n=4000; Division de la base en 2 sous-échantillons (S1 : produits bio, n=2000; S2 : produits locaux, n=2000)

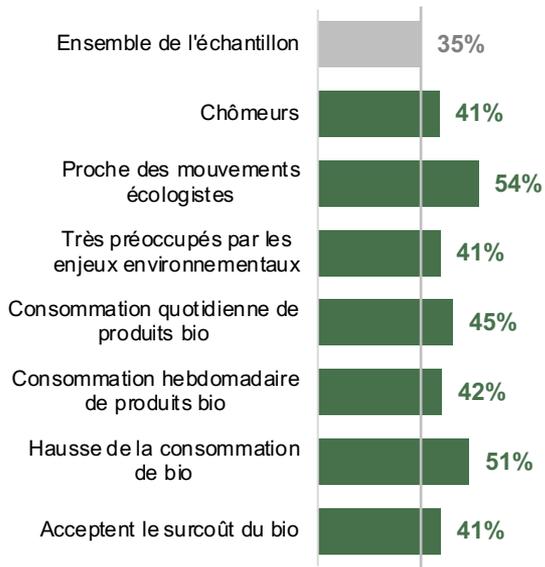


# Représentations des achats de bio - Profils

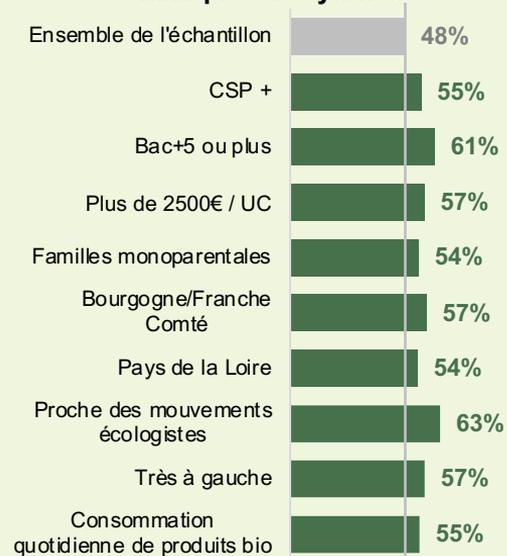
Pour vous, acheter des produits alimentaires bio c'est...

Base : sous-échantillon produits bio, n=2000 / « En premier » + « En deuxième » + « En troisième »

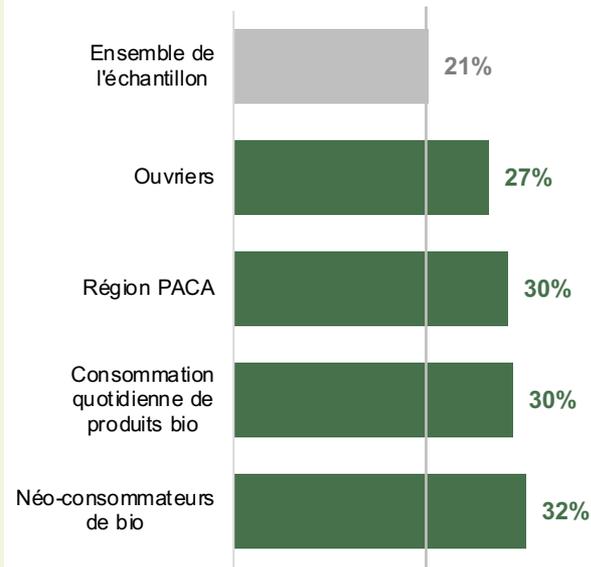
## « Acheter des produits bons pour la santé »



## « Limiter l'usage des pesticides et produits chimiques de synthèse »



## « Acheter des produits frais »

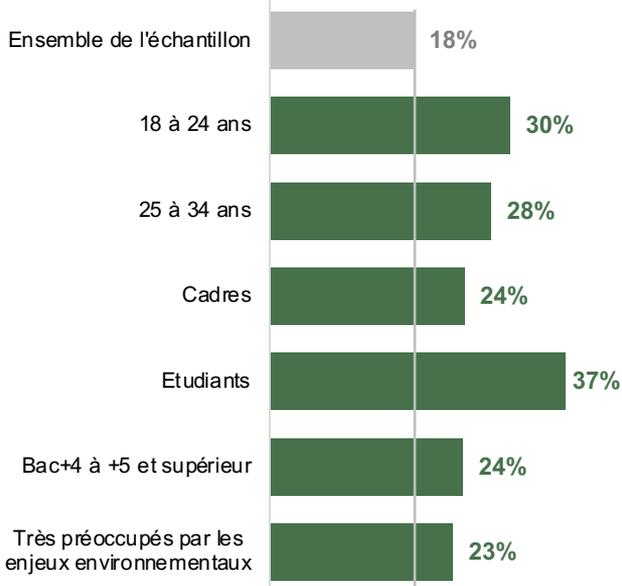


## Perception des impacts des achat bio - Profils

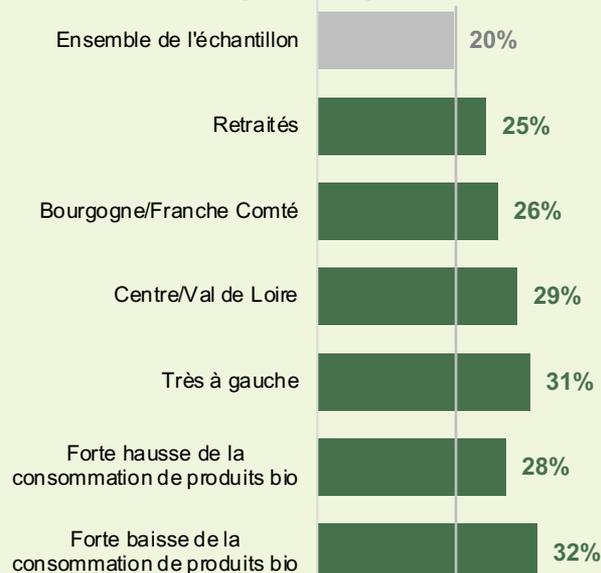
Pour vous, acheter des produits alimentaires bio c'est...

Base : sous-échantillon produits bio, n=2000 / « En premier » + « En deuxième » + « En troisième »

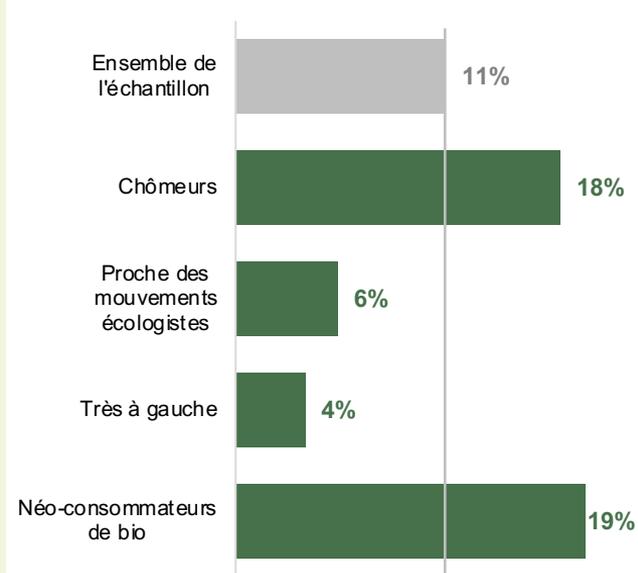
### « Soutenir la biodiversité »



### « Soutenir les petites exploitations »



### « Soutenir l'autonomie alimentaire de la France »



# LE RAPPORT AUX PRODUITS BIO

Connaissance du bio

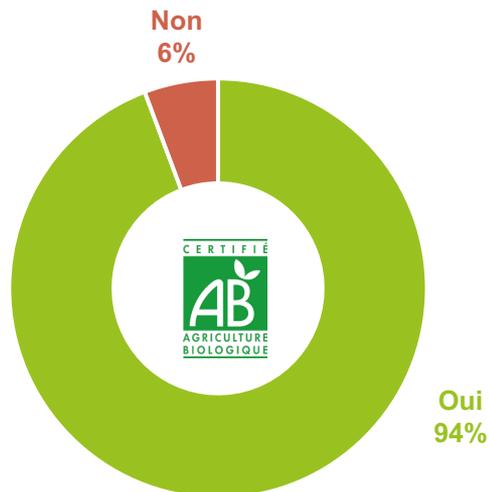


[Retour au sommaire](#)

## Connaissance des labels bio

Connaissez-vous ces 2 logos...

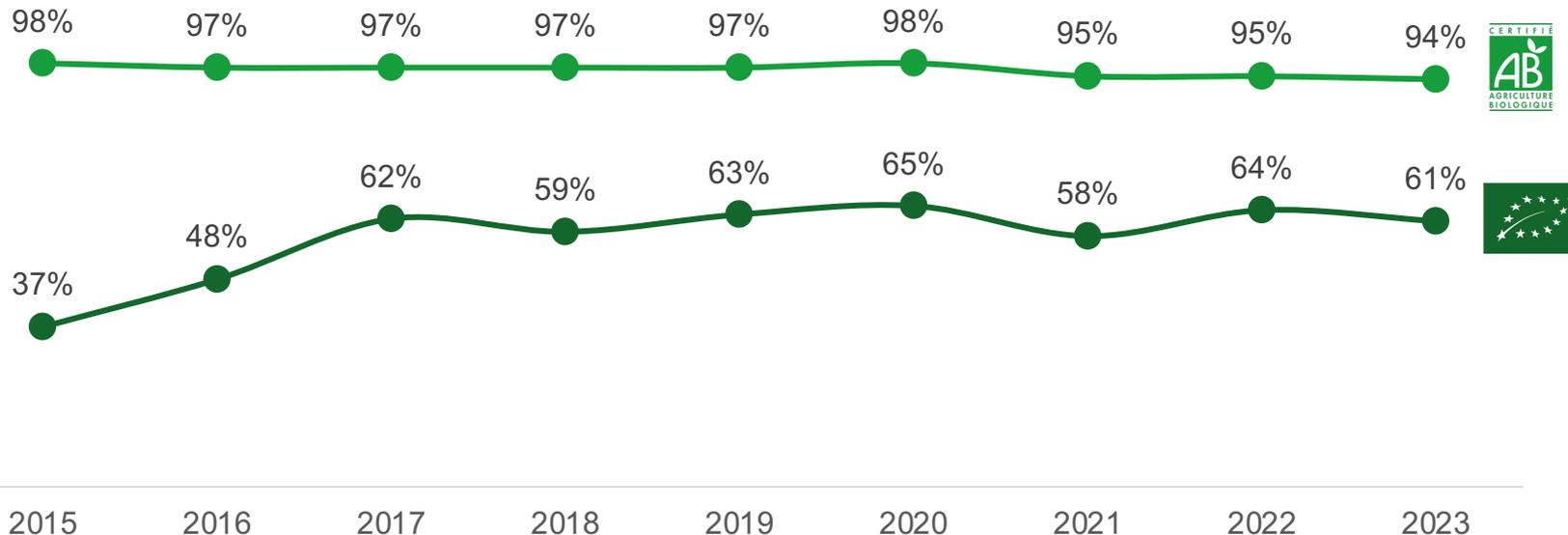
Base totale, n=4000



## Evolution de la connaissance des labels bio

Connaissez-vous ces 2 logos...

Base totale, n=4000



## Notoriété des labels / logos

Nous allons vous montrer différents labels, logos ou certifications. Pour chacun d'eux, veuillez indiquer si vous connaissez ce label/logo/certification.

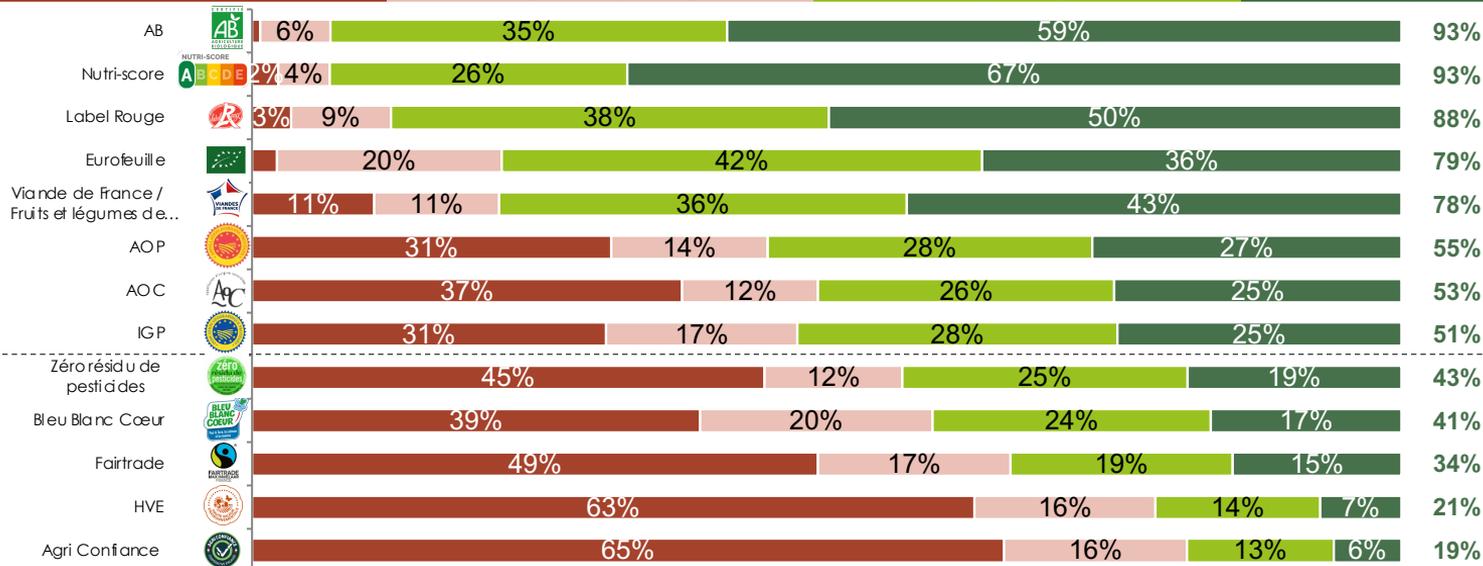
Base totale, n=4000

Non, vous ne l'avez jamais vu

Oui, vous l'avez déjà vu mais ne savez pas ce qu'il signifie

Oui, vous avez une vague idée de ce qu'il signifie

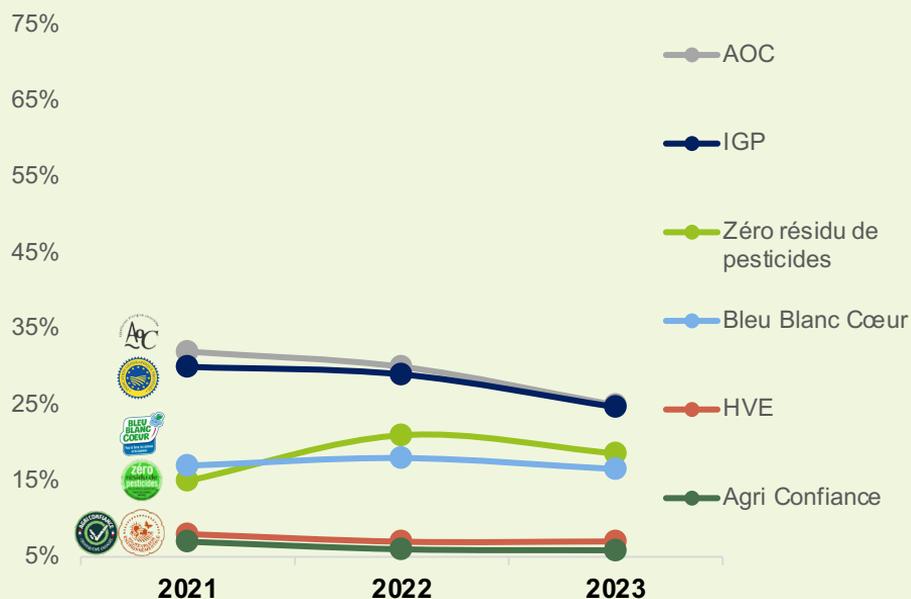
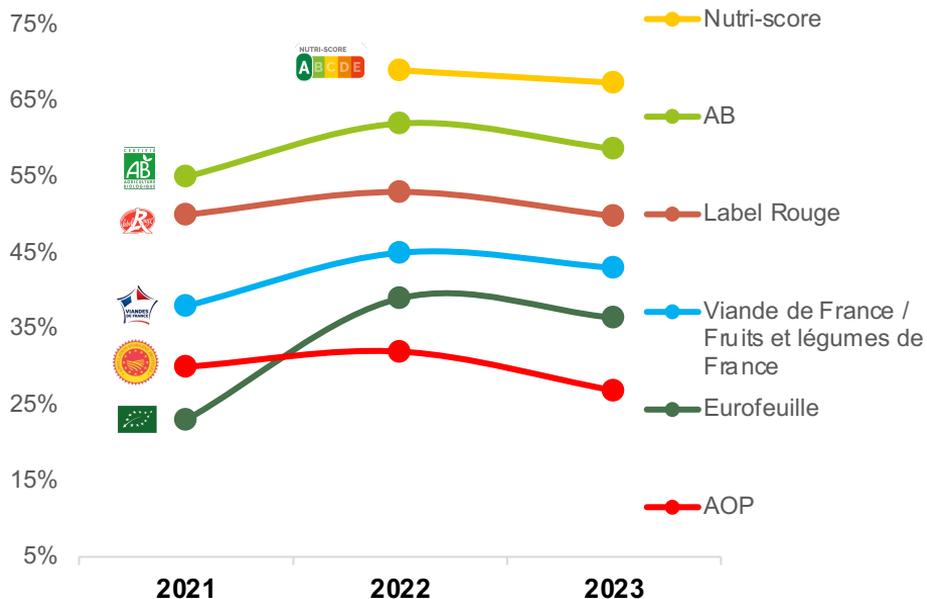
Oui, et vous savez précisément ce qu'il signifie



## Evolution de la notoriété des labels / logos

Nous allons vous montrer différents labels, logos ou certifications. Pour chacun d'eux, veuillez indiquer si vous connaissez ce label/logo/certification. / « Vous le connaissez et vous savez précisément ce qu'il signifie »

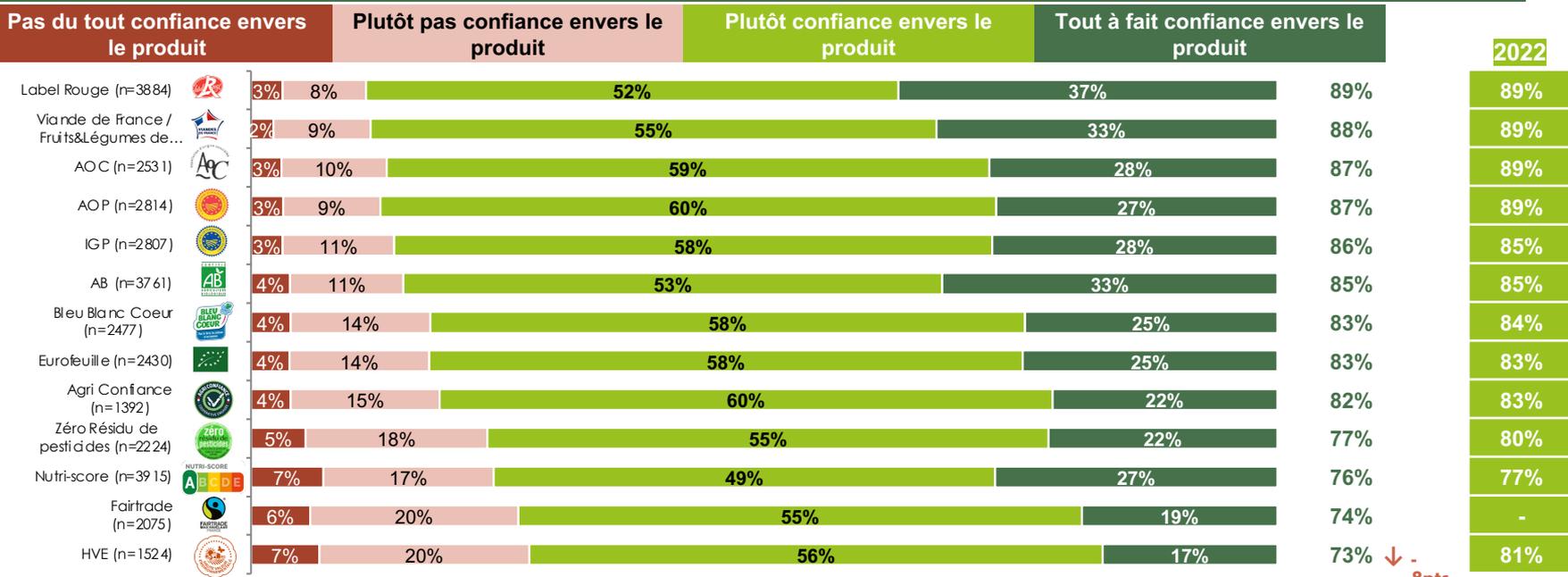
Base totale, n=4000



# Confiance envers les labels

Pour chacun de ces labels/logos/certifications, veuillez indiquer si, personnellement, il vous donne ... ?

Base : répondants ayant indiqué avoir déjà vu le label, 1392 < n < 3761

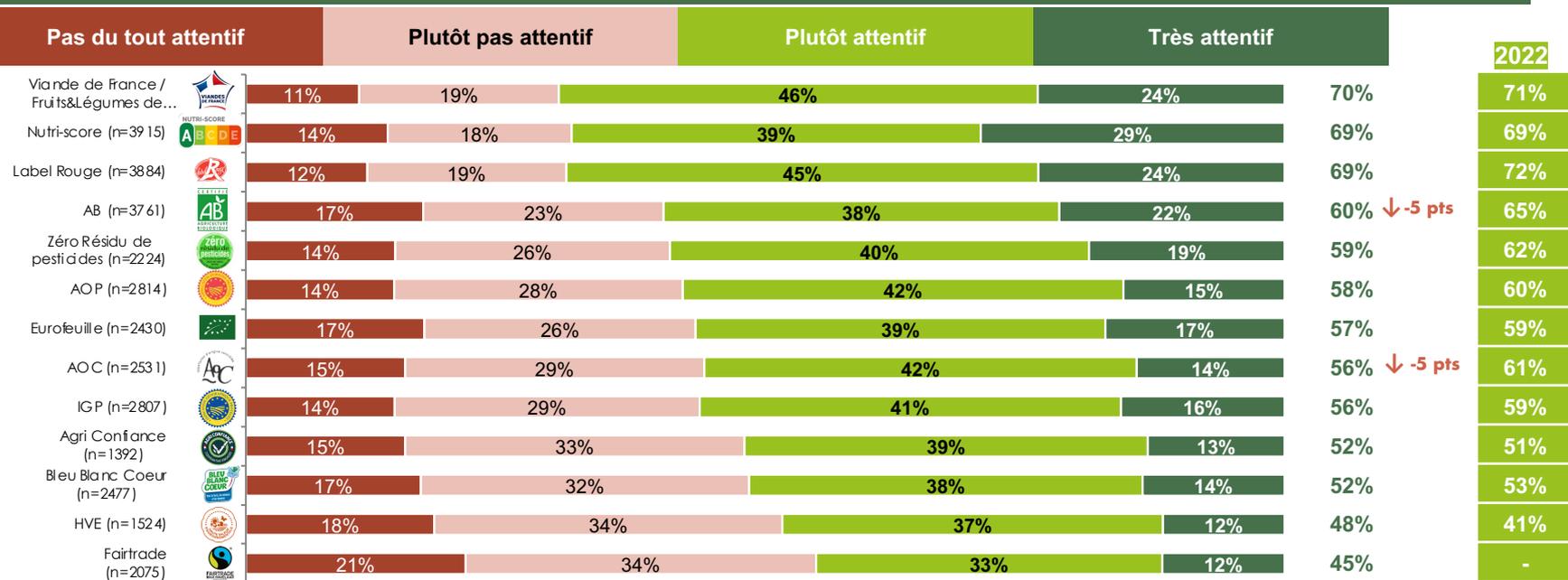


8pts

## Attention portée aux labels

Toujours concernant ces labels/logos/certifications. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si, lors de vos achats de produits alimentaires, vous y êtes personnellement...

Base : répondants ayant indiqué avoir déjà vu le label, 1392 < n < 3761



# Evolution de l'attention portée au label AB selon les profils

## Part des consommateurs attentifs au label AB lors de leurs achats alimentaires

Base : répondants ayant indiqué avoir déjà vu le label AB ; n=3761 en 2023; n=3824

		2023	2022		2023	2022		
<b>Genre</b>	Un homme	62%	64%	<b>Niveau de diplôme</b>	BEPC ou inférieur	58%	64%	Baisse significative
	Une femme	58%	65%		CAP/BEP	57%	61%	
<b>Âge</b>	18-24 ans	62%	61%		Baccalauréat	57%	63%	
	25-34 ans	59%	69%		Bac +2/+3	63%	69%	
	35-44 ans	61%	66%		Bac+4	66%	68%	
	45-54 ans	56%	63%		Bac+5 ou plus	68%	71%	
	55-64 ans	57%	65%		<b>Niveau de vie</b>	Moins de 1000€	58%	61%
	65-75 ans	66%	64%			Entre 1000€ et 1500€	58%	66%
<b>CSP</b>	CSP +	64%	72%			Entre 1500€ et 2000€	62%	65%
	CSP	58%	66%			Entre 2000€ et 2500€	58%	66%
	CSP –	60%	66%	Plus de 2500€		66%	70%	
	Chômeurs	60%	60%	<b>Pratique du télétravail</b>		Oui, très souvent	69%	72%
	Retraités	61%	62%		Oui, assez souvent	68%	82%	
	Autres inactifs	55%	62%		Oui, de temps en temps	64%	72%	
<b>Situation familiale</b>	Seul(e), sans enfant	61%	61%		Non	57%	62%	
	Seul(e), avec enfant(s)	57%	59%					
	En couple, sans enfant	60%	67%					
	En couple, avec enfant(s)	58%	68%					

# Evolution de l'attention portée au label AB selon les profils

## Part des consommateurs attentifs au label AB lors de leurs achats alimentaires

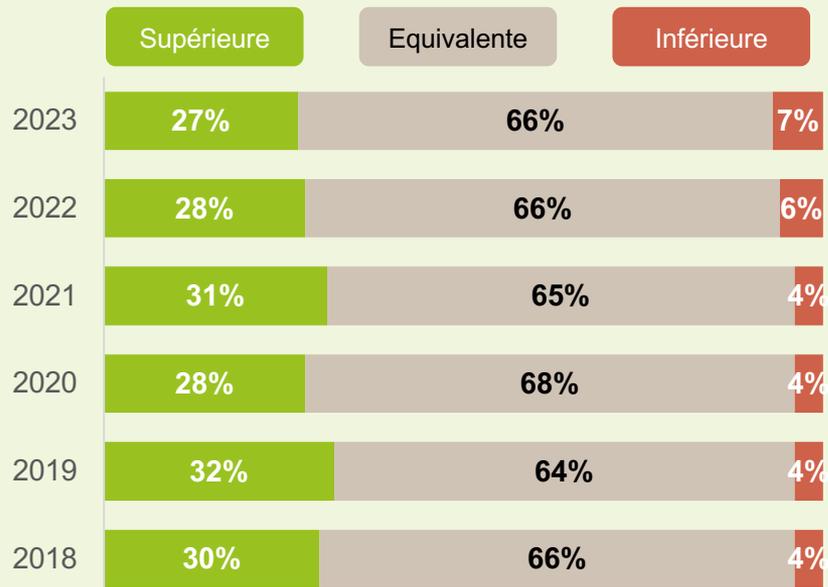
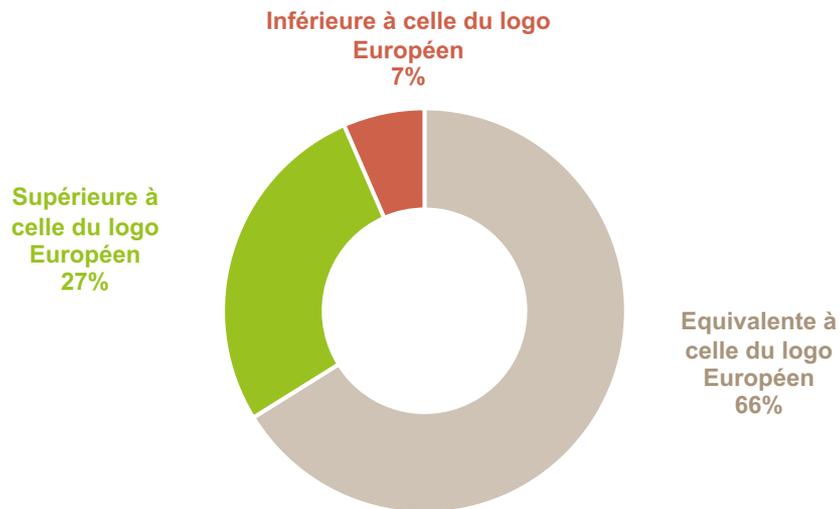
Base : répondants ayant indiqué avoir déjà vu le label AB ; n=3761 en 2023; n=3824

		2023	2022			2023	2022	
<b>Préoccupations environnementales</b>	Très préoccupé(e)	80%	83%	<b>Inquiétude quant aux effets de l'alimentation sur la santé</b>	Très inquiet(e)	75%	77%	Baisse significative
	Assez préoccupé(e)	63%	66%		Plutôt inquiet(e)	65%	71%	
	Très peu préoccupé(e)	37%	38%		Plutôt pas inquiet(e)	51%	56%	
	Pas du tout préoccupé(e)	38%	31%		Pas du tout inquiet(e)	41%	41%	Hausse significative
<b>Perception de sa santé</b>	En très bonne santé	69%	70%	<b>Fréquence de consommation de produits alimentaires bio</b>	Quotidienne	95%	96%	
	En bonne santé	60%	65%		Hebdomadaire	87%	90%	
	En mauvaise santé	52%	60%		Une fois par mois	70%	70%	
	En très mauvaise santé	47%	40%		Plus rarement	40%	43%	
					Jamais	24%	25%	
<b>Attention portée aux effets de l'alimentation sur la santé</b>	Très attentif	81%	81%	<b>Restrictions sur les achats alimentaires</b>	Très faibles	58%	62%	
	Assez attentif	67%	71%		Assez faibles	69%	67%	
	Peu attentif	44%	49%		Assez fortes	56%	69%	
	Pas du tout attentif	27%	28%		Très fortes	51%	56%	

## Connaissance des labels bio

Pensez-vous que le logo AB identifie des produits biologiques de qualité ... ?

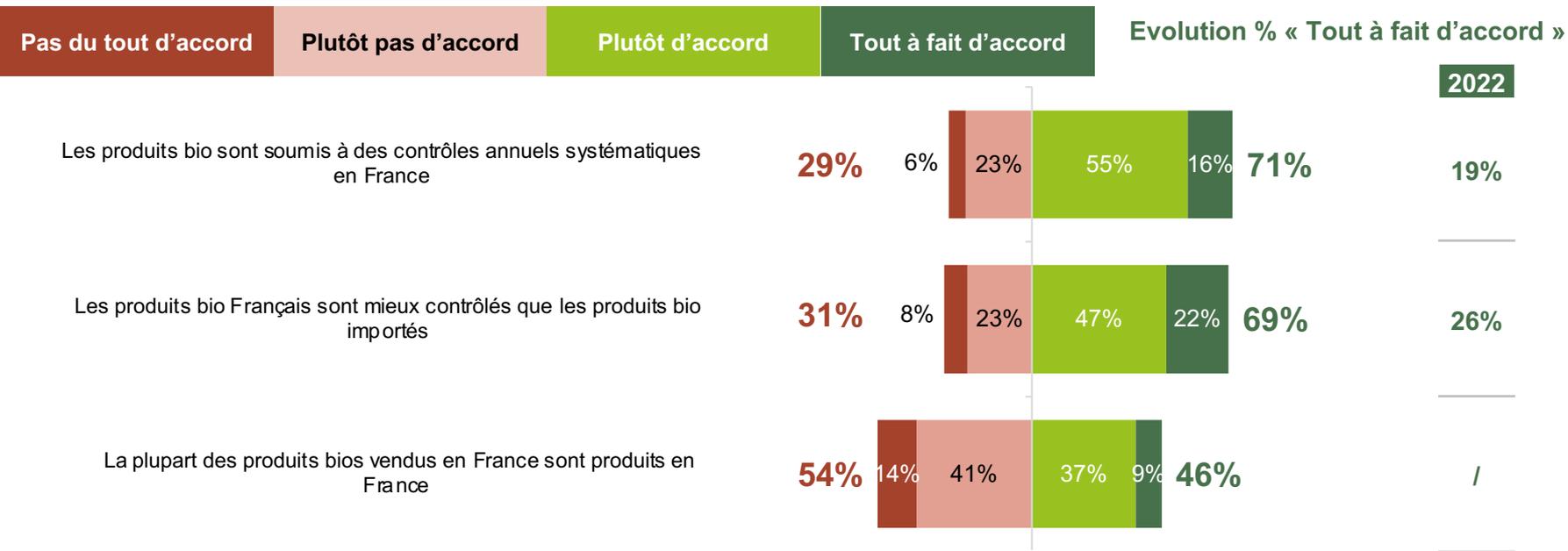
Base totale, n=4000



# Contrôle et provenance des produits bios

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

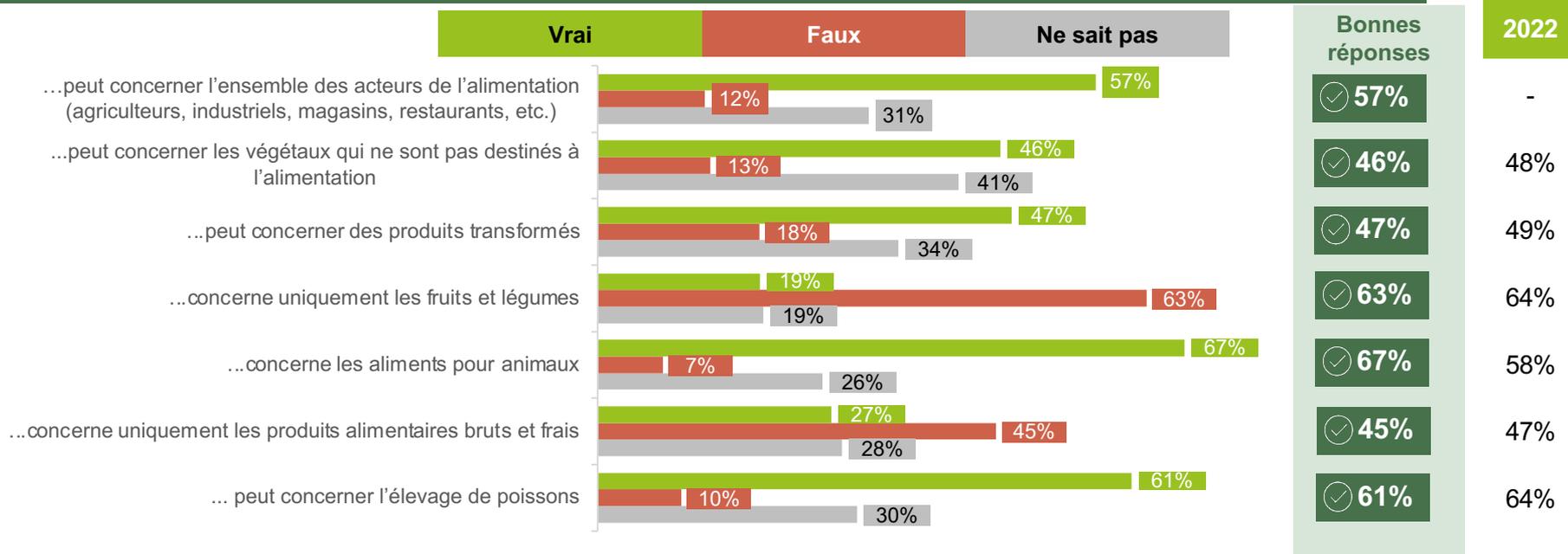
Base totale, n=4000



## Connaissances des normes bio

Pour les propositions suivantes sur l'agriculture biologique, indiquez si, selon vous, elles sont vraies ou fausses. La réglementation sur l'agriculture biologique...

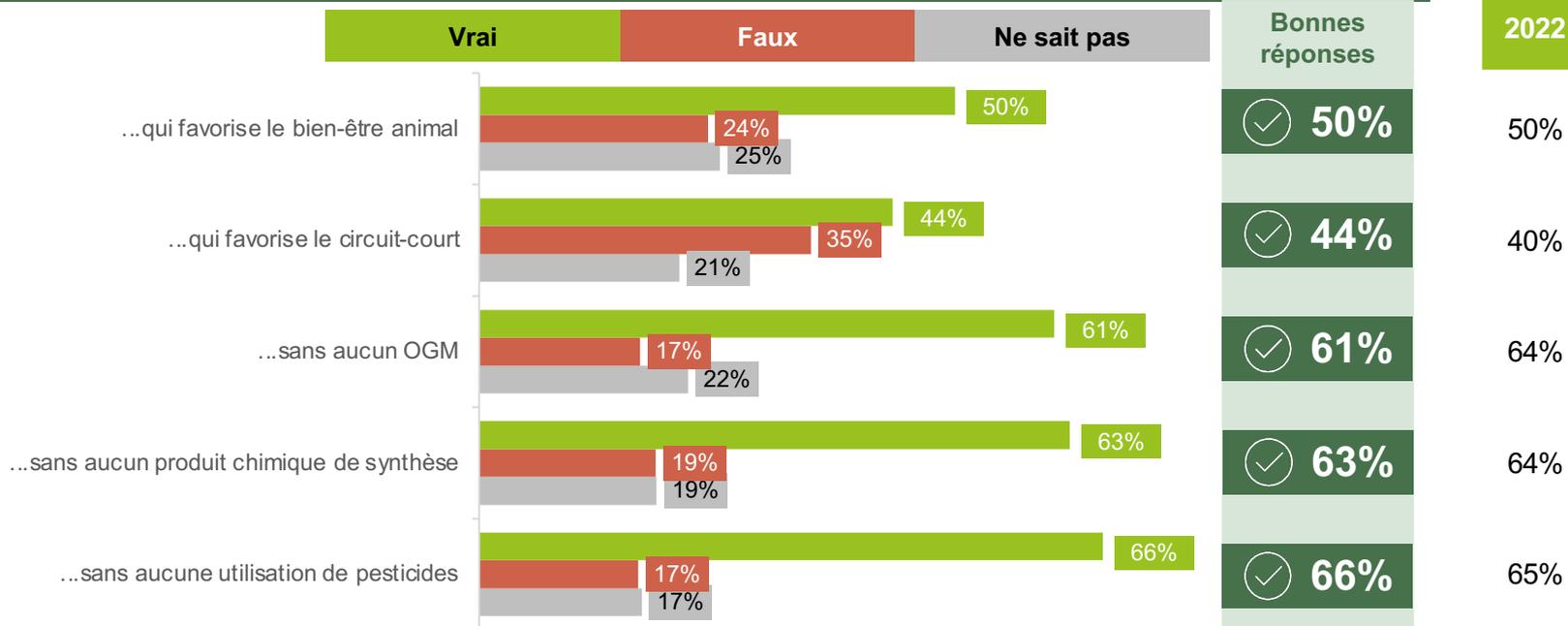
Base totale, n=4000



## Connaissances des normes bio

Selon vous, en général, un produit bio est un produit...

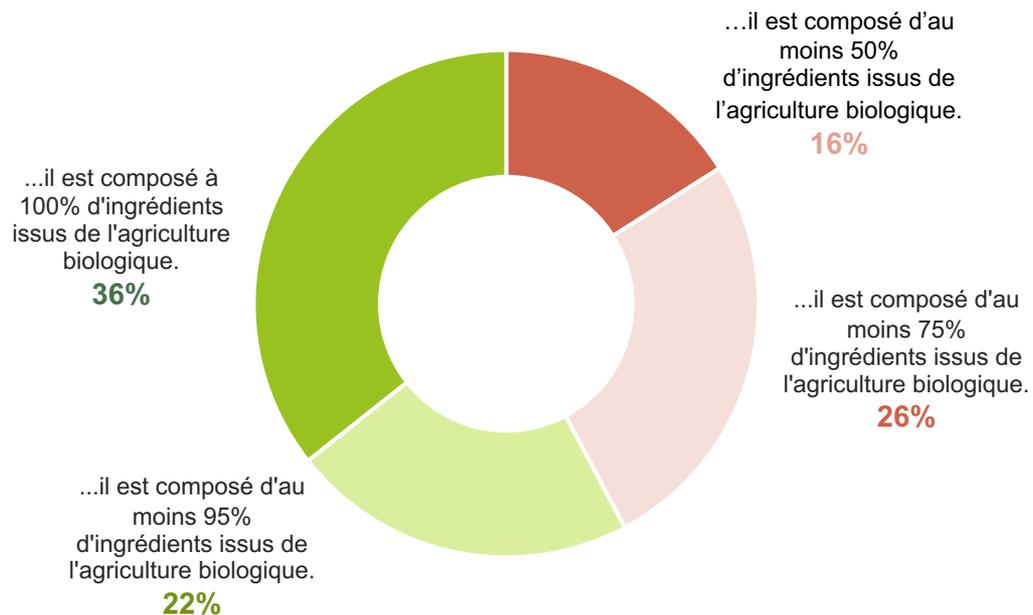
Base totale, n=4000



## Connaissance de la définition d'un produit bio

Selon vous, un produit est considéré comme bio quand...

Base totale, n=4000

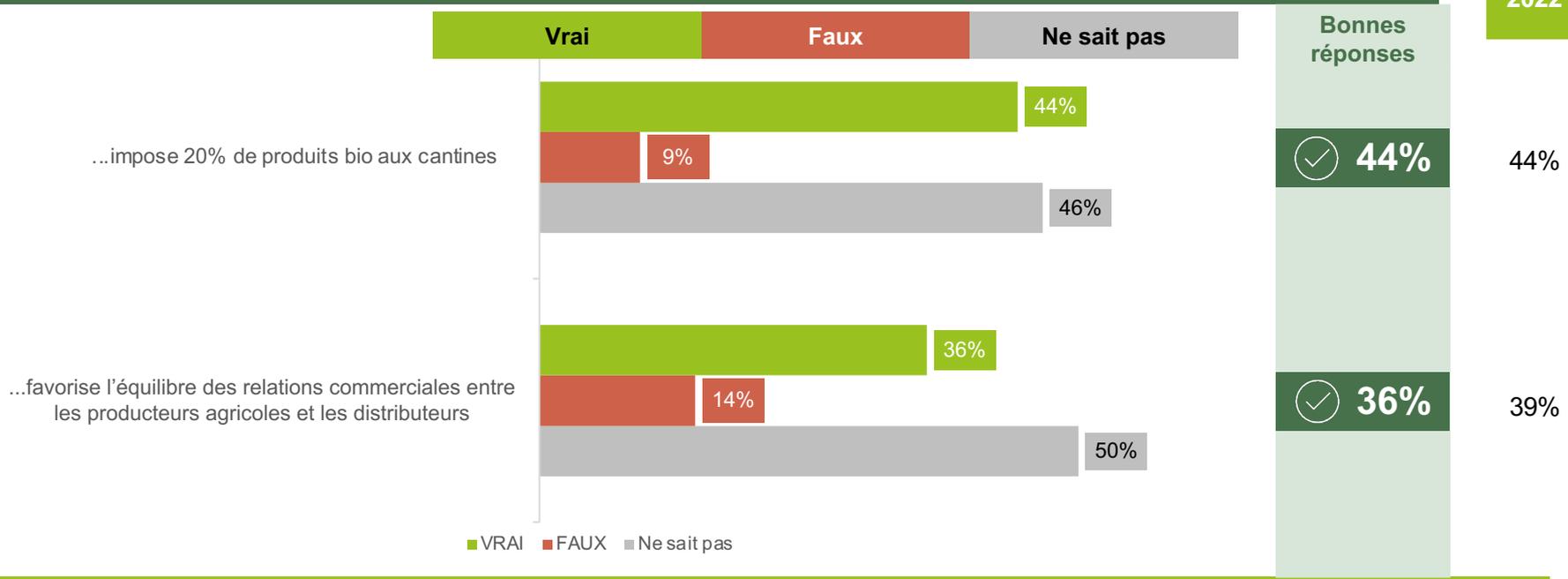


# Connaissance des normes réglementaires

Il existe aujourd'hui une loi qui...

Base totale, n=4000

2022



■ VRAI ■ FAUX ■ Ne sait pas

# LE RAPPORT AUX PRODUITS BIO

Confiance dans le bio

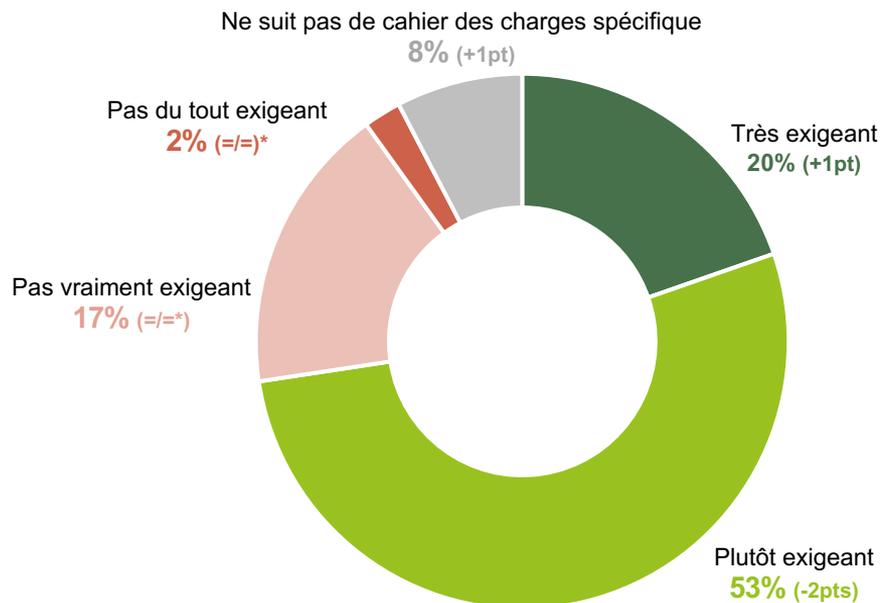


[Retour au sommaire](#)

## Exigence du cahier des charges

Selon vous l'agriculture biologique suit un cahier des charges (c'est-à-dire un document contractuel à respecter)...

Base totale, n=4000



**73%** (-1pt/2022)  
estiment le CDC  
exigeant

## Evolution de l'exigence du cahier des charges

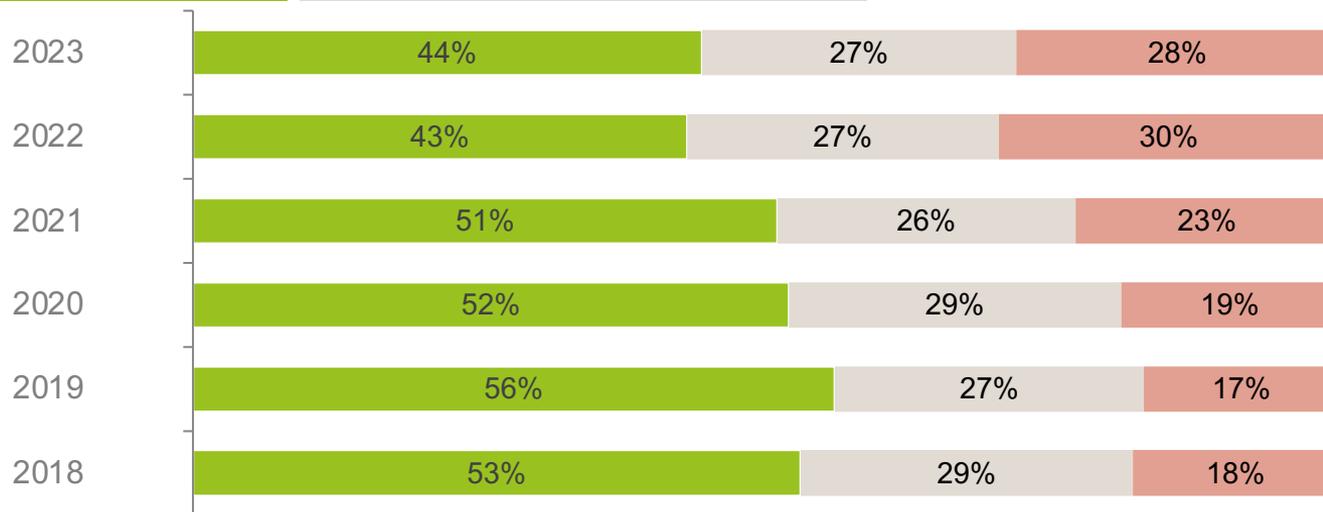
Selon vous, l'agriculture biologique Française suit un cahier des charges qui ... ?

Base totale, n=4000

**Est devenu plus exigeant au cours de ces dernières années**

**Est resté identique au cours des 5 dernières années**

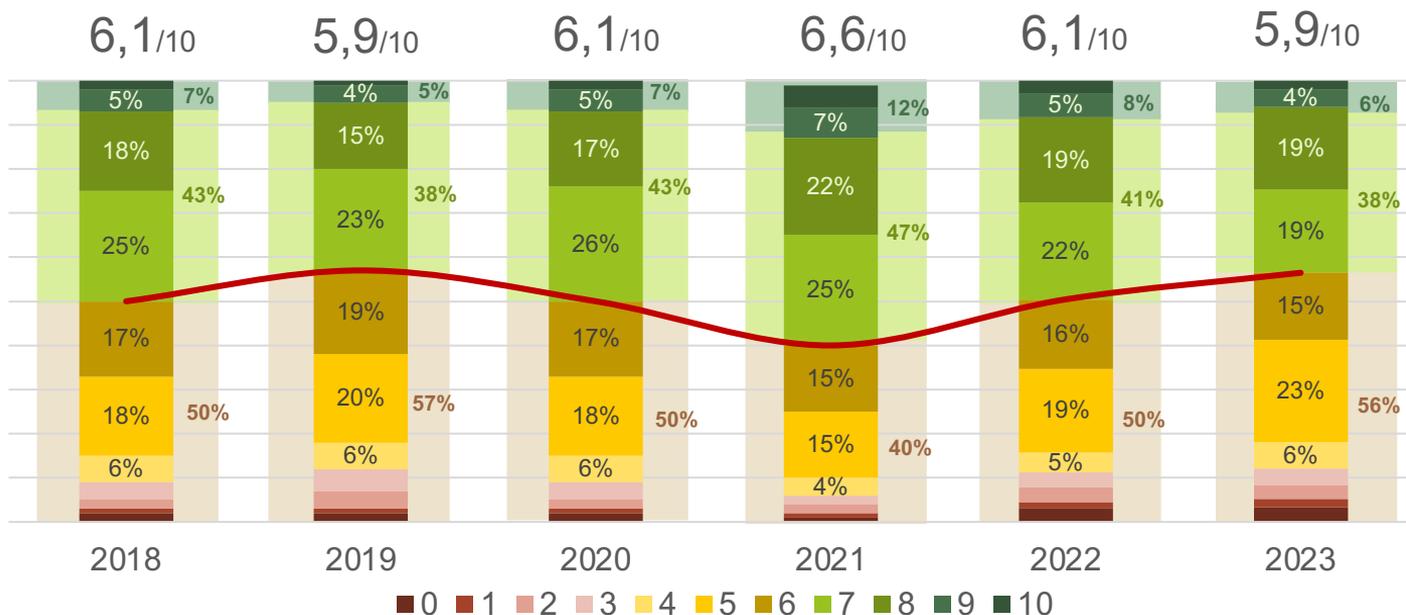
**S'est assoupli au cours de ces dernières années**



## Confiance en l'information sur les produits bio

Globalement, quelle note de confiance de 0 à 10, donneriez-vous à l'information fournie sur les produits bio ?

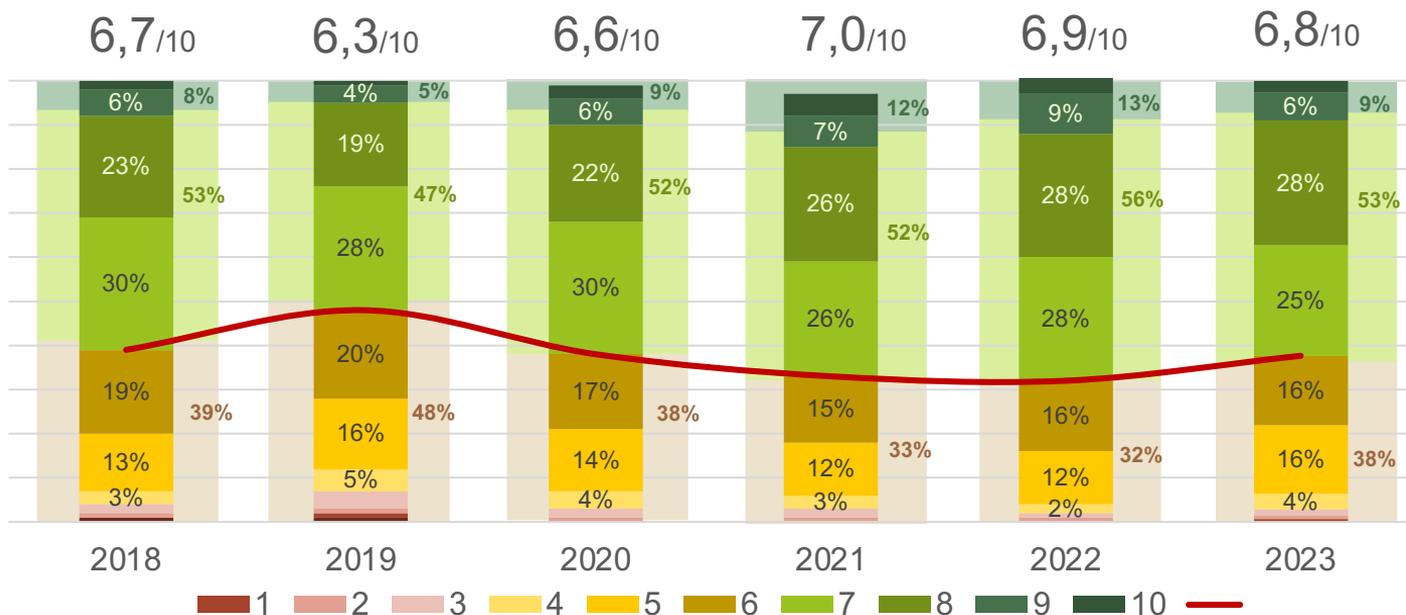
Base totale, n=4000



## Confiance en l'information sur les produits bio

Globalement, quelle note de confiance de 0 à 10, donneriez-vous à l'information fournie sur les produits bio ?

Base individus consommant régulièrement des produits bio, n=2208



Consommateurs de produits bio au moins une fois par mois

# Niveau d'information sur l'impact sanitaire et environnemental

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

Base totale, n=4000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

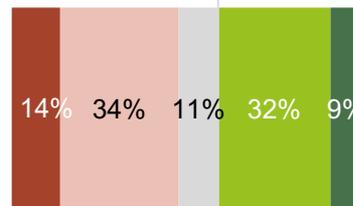
Tout à fait d'accord

Ne se sent pas concerné

2022

L'impact sur la santé de l'agriculture biologique (résidus de pesticides, aspects nutritionnels, additifs autorisés)

48%



41%



45%

L'impact environnemental de l'agriculture biologique (qualité de l'eau et des sols, bien-être animal, maintien de la biodiversité et bilan carbone)

49%



39%



43%

# Niveau d'information sur les contrôles et la réglementation

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

Base totale, n=4000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Ne se sent pas  
concerné

2022

L'origine des produits biologiques

45%

13%

32%

11%

35%

9%

44%

↓

48%

Le contrôle des produits biologiques (récurrence des contrôles sur place, traçabilité des produits)

53%

18%

36%

12%

27%

8%

35%

37%

La réglementation en agriculture biologique (les produits concernés, l'encadrement des pratiques, les ingrédients autorisés, et les différences avec les réglementations à l'international)

53%

16%

37%

13%

27%

7%

34%

37%

## Confiance accordée aux acteurs

Considérez-vous que, de manière générale, en tant que consommateur on peut faire confiance... ?

Base totale, n=4000

Non, pas du tout

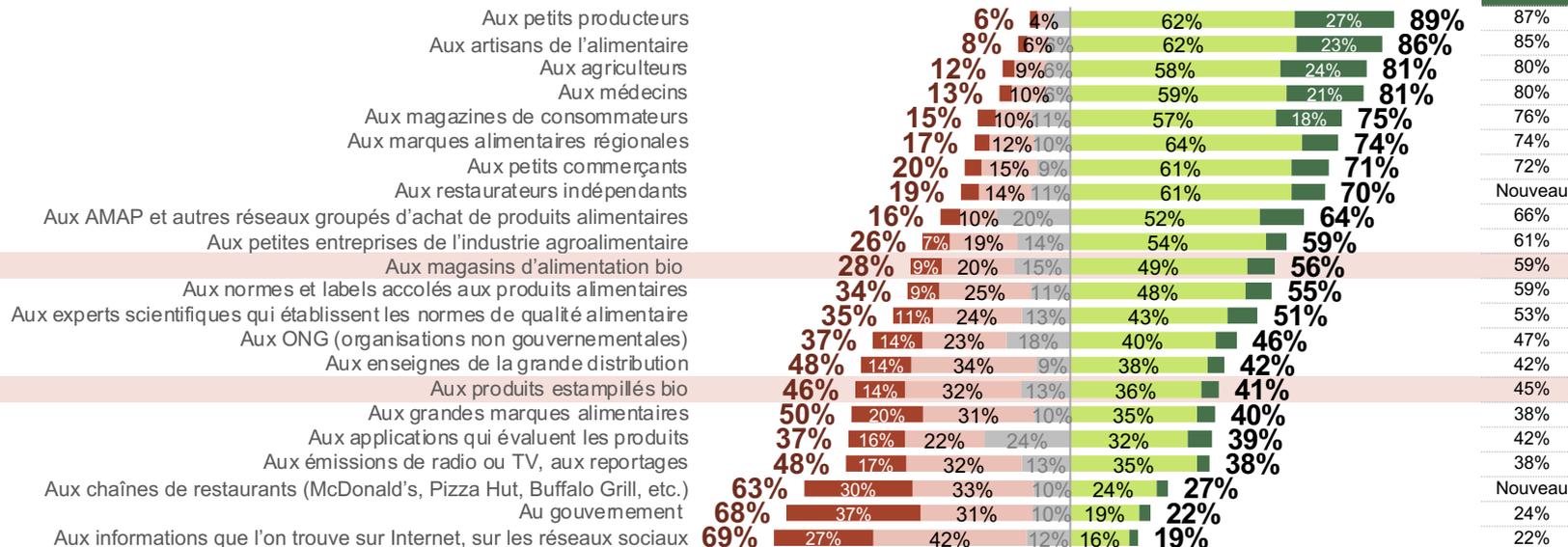
Non, plutôt pas

Sans opinion

Oui, plutôt

Oui, tout à fait

2022



## Evolution de la confiance dans les acteurs

Considérez-vous que, de manière générale, en tant que consommateur on peut faire confiance... ?

Base totale, n=4000

	2017	2020	2021	2022	2023
Aux petits producteurs	87%	86%	86%	87%	89%
Aux artisans de l'alimentaire	81%	84%	83%	85%	86%
Aux agriculteurs	73%	75%	78%	80%	81%
Aux médecins	-	-	75%	80%	81%
Aux magazines de consommateurs	-	-	77%	76%	75%
Aux marques alimentaires régionales	70%	72%	74%	74%	74%
Aux petits commerçants	55%	62%	64%	72%	71%
Aux AMAP et autres réseaux groupés d'achat de produits alimentaires	74%	-	71%	66%	64%
Aux petites entreprises de l'industrie agroalimentaire	52%	61%	60%	61%	59%
<b>Aux magasins d'alimentation bio</b>	<b>64%</b>	<b>59%</b>	<b>60%</b>	<b>59%</b>	<b>56%</b>
Aux normes et labels accolés aux produits alimentaires	58%	64%	65%	59%	55%
Aux experts scientifiques qui établissent les normes de qualité alimentaire	49%	56%	55%	53%	51%
Aux ONG (organisations non gouvernementales)	-	56%	53%	47%	46%
Aux enseignes de la grande distribution	31%	37%	45%	42%	42%
<b>Aux produits estampillés bio</b>	<b>54%</b>	<b>48%</b>	<b>45%</b>	<b>45%</b>	<b>41%</b>
Aux grandes marques alimentaires	33%	35%	51%	38%	40%
Aux applications qui évaluent les produits	-	44%	45%	42%	39%
Aux émissions de radio ou TV, aux reportages	-	40%	41%	38%	38%
Au gouvernement	-	-	27%	24%	22%
Aux informations que l'on trouve sur Internet, sur les réseaux sociaux	-	-	21%	22%	19%

# LE RAPPORT AUX PRODUITS BIO

Accessibilité des produits biologiques

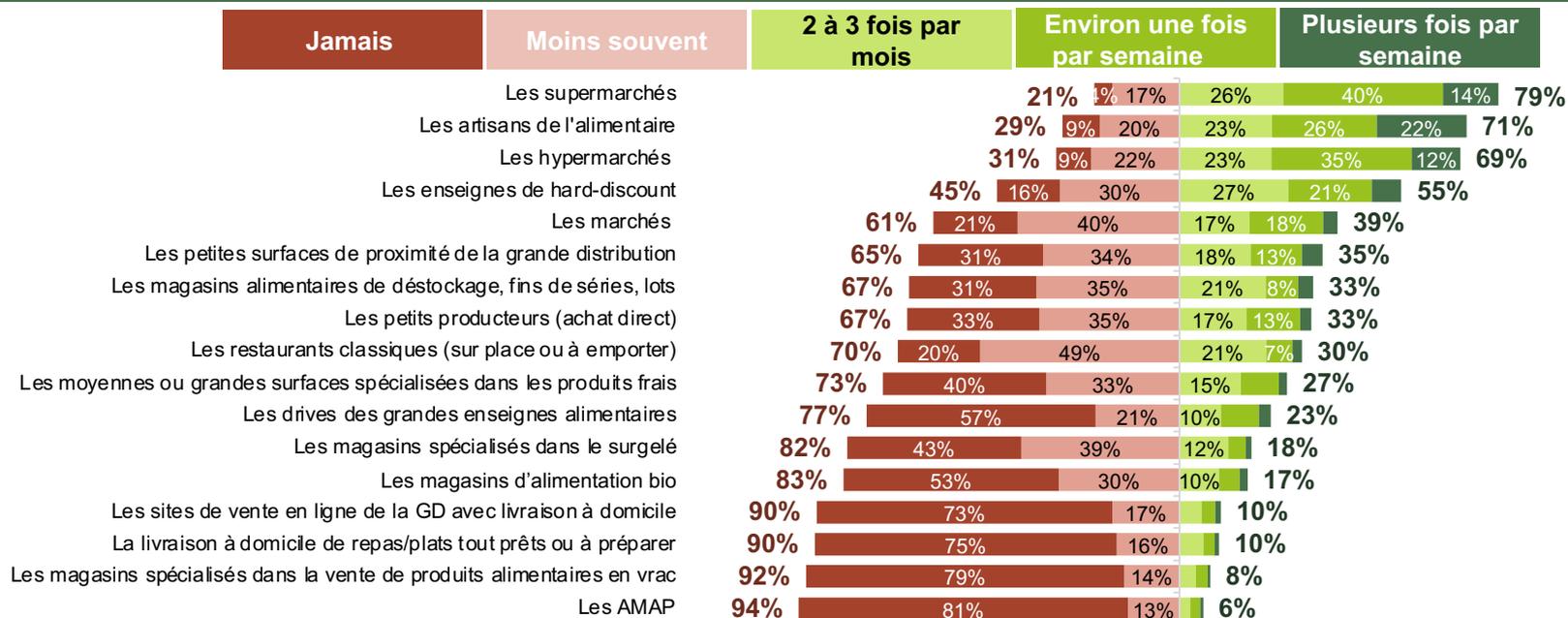


[Retour au sommaire](#)

## Fréquentation des circuits de distribution

Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous réalisé des achats alimentaires dans les points de vente suivants ?

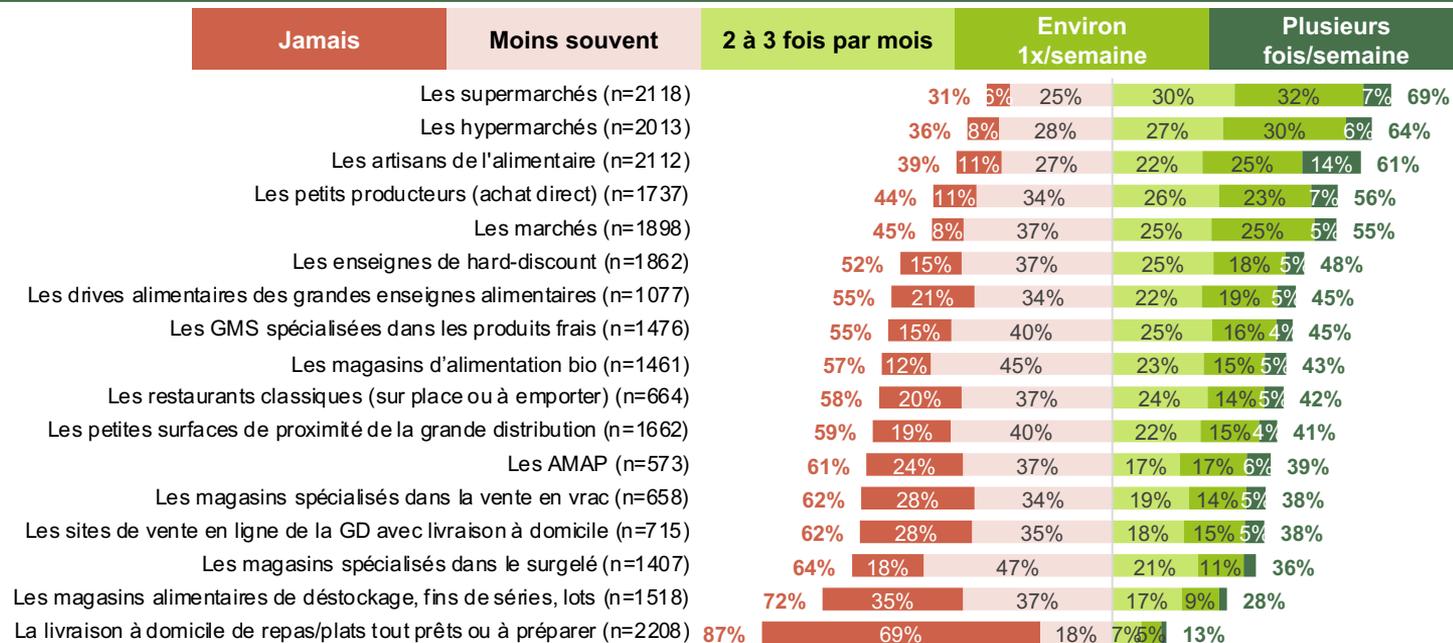
Base totale, n=4000



# Fréquence d'achat de produits bio selon le circuit de distribution

Parmi les circuits de distribution suivants, à quelle fréquence achetez-vous (vous ou quelqu'un de votre foyer) des produits biologiques ?

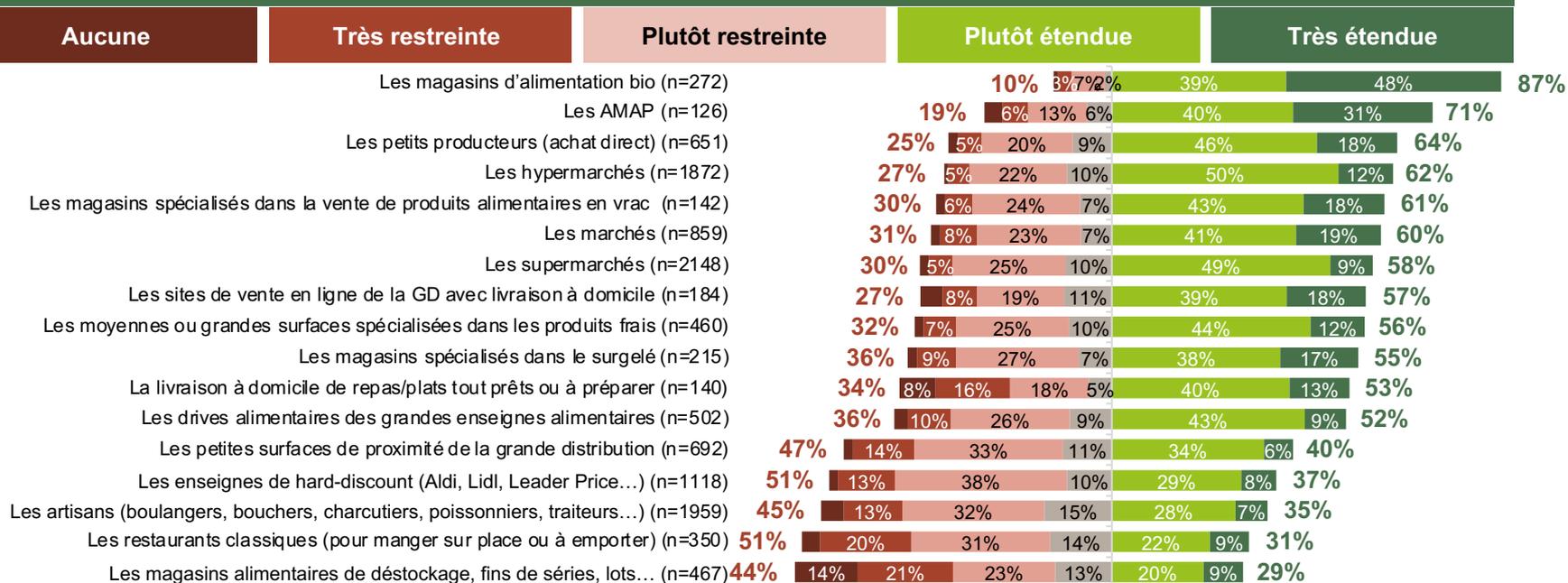
Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois et fréquentant les formats; n = 573 à 2118



## Accessibilité de l'offre de bio

Vous avez déclaré effectuer régulièrement des achats alimentaires dans les points de vente suivants. Diriez-vous que l'offre de produits bio y est...

Base : individus effectuant des achats régulièrement dans les points de vente; n=140 à 1959



## Fréquentation x étendue de l'offre

+ Fréquentation régulière

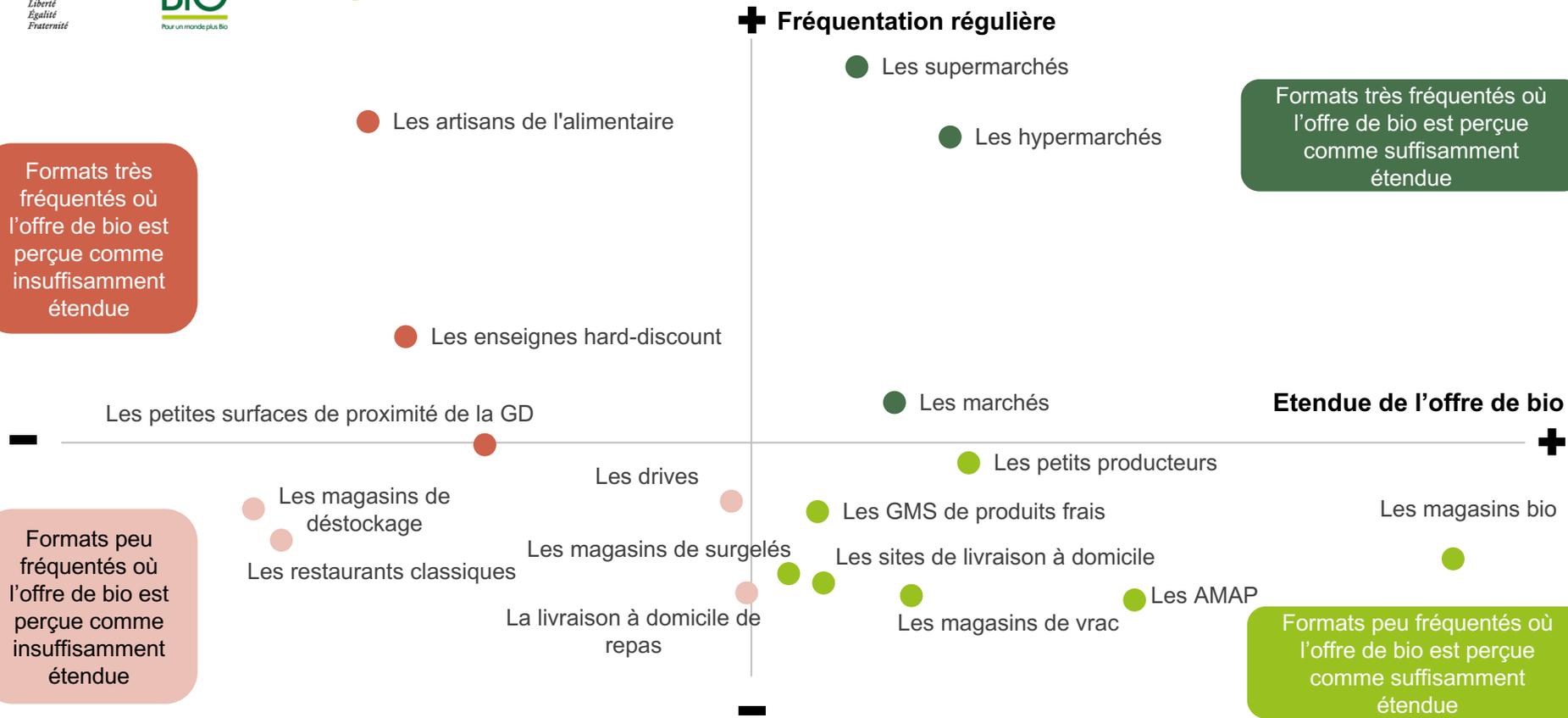
Formats très fréquentés où l'offre de bio est perçue comme insuffisamment étendue

Formats très fréquentés où l'offre de bio est perçue comme suffisamment étendue

Formats peu fréquentés où l'offre de bio est perçue comme insuffisamment étendue

Etendue de l'offre de bio +

Formats peu fréquentés où l'offre de bio est perçue comme suffisamment étendue

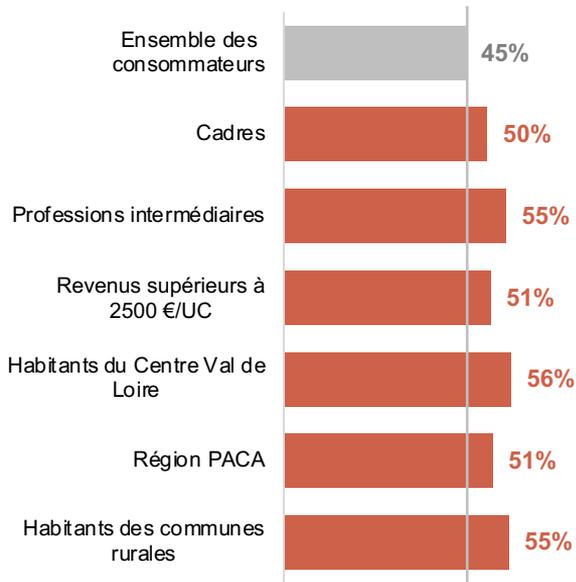


# Profils des consommateurs estimant l'offre bio insuffisante sur leurs lieux d'achat

Part des consommateurs estimant l'offre de bio insuffisante au sein des formats qu'ils fréquentent

Base : individus effectuant des achats régulièrement dans les points de vente : Artisans, n=1959 ; Hard discount, n=1118 ; Proxi GD, n=692

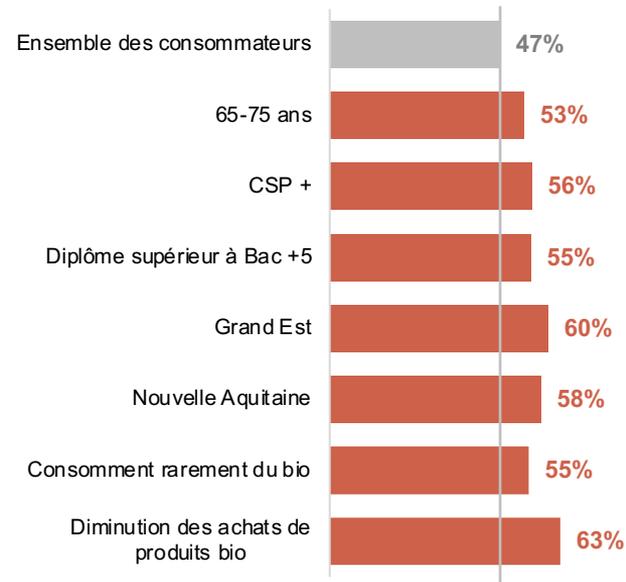
## Les artisans de l'alimentaire



## Les enseignes de hard-discount



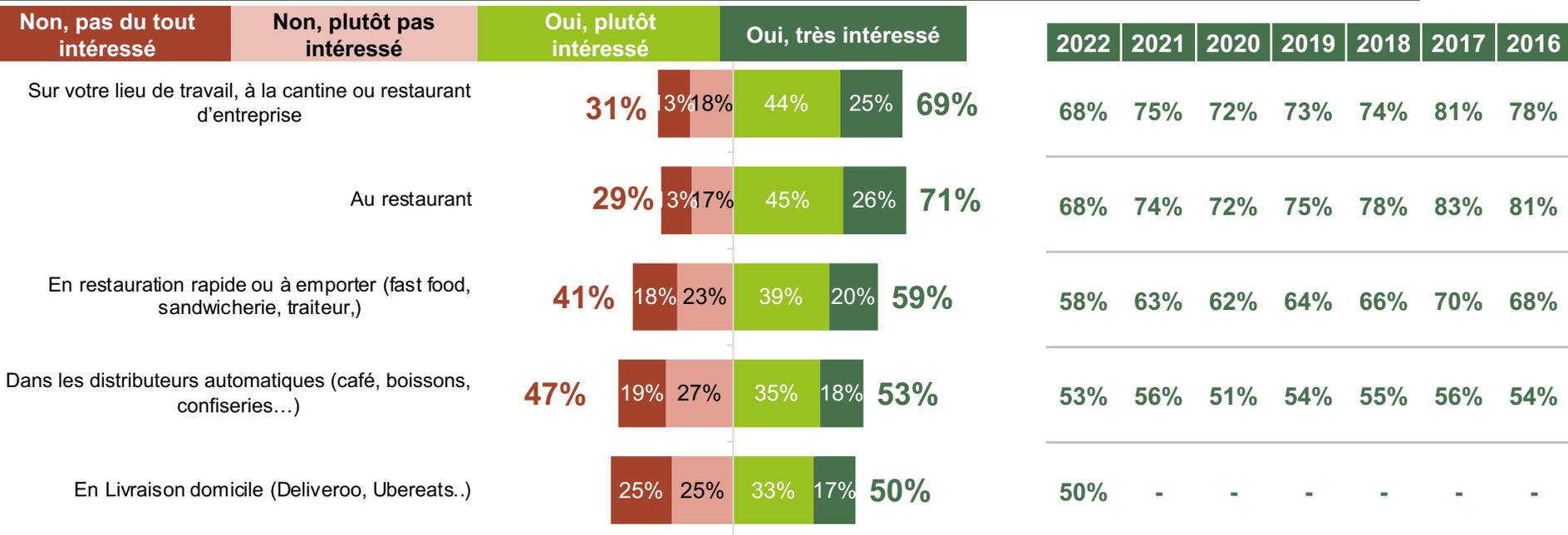
## Les surfaces de proximité de la GD



# Distribution des produits bio : attentes des consommateurs

D'une manière générale, êtes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques... ?

Base totale, n=4000



# Distribution des produits bio : attentes des consommateurs

D'une manière générale, êtes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques... ?

Base totale, n=4000

Non, pas du tout intéressé

Non, plutôt pas intéressé

Oui, plutôt intéressé

Oui, très intéressé

2022 2021 2020 2019 2018 2017 2016

A l'école : restaurant scolaire, cantine

24% 10% 43% 33% 76%

77% 82% 80% 84% 85% 90% 89%

Dans les hôpitaux

29% 3% 45% 26% 71%

71% 71% 72% 75% 76% 80% 77%

Dans les maisons de retraite

29% 3% 45% 26% 71%

68% 70% 71% 73% 74% 77% 72%

Dans les centres de vacances

35% 15% 44% 21% 65% ↑

62% 67% 66% 70% 69% 73% 70%

Au restaurant universitaire

36% 17% 42% 22% 64% ↑

61% 65% 63% - - - -

# LE RAPPORT AUX PRODUITS BIO

Les produits biologiques consommés

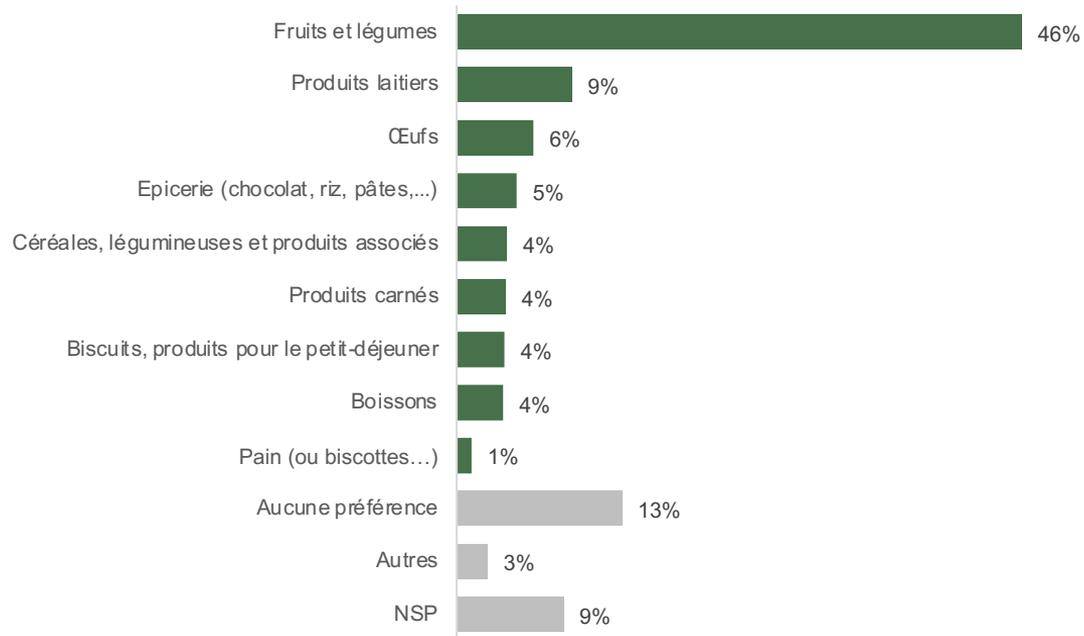


[Retour au sommaire](#)

## Les produits bio préférés

Quel est votre produit bio préféré ? Pourquoi ?

Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n = 2208 – Question ouverte recodée



## Les produits bio préférés

Quel est votre produit bio préféré ? Pourquoi ?

Base : consommateurs réguliers de produits biologiques, n = 2208

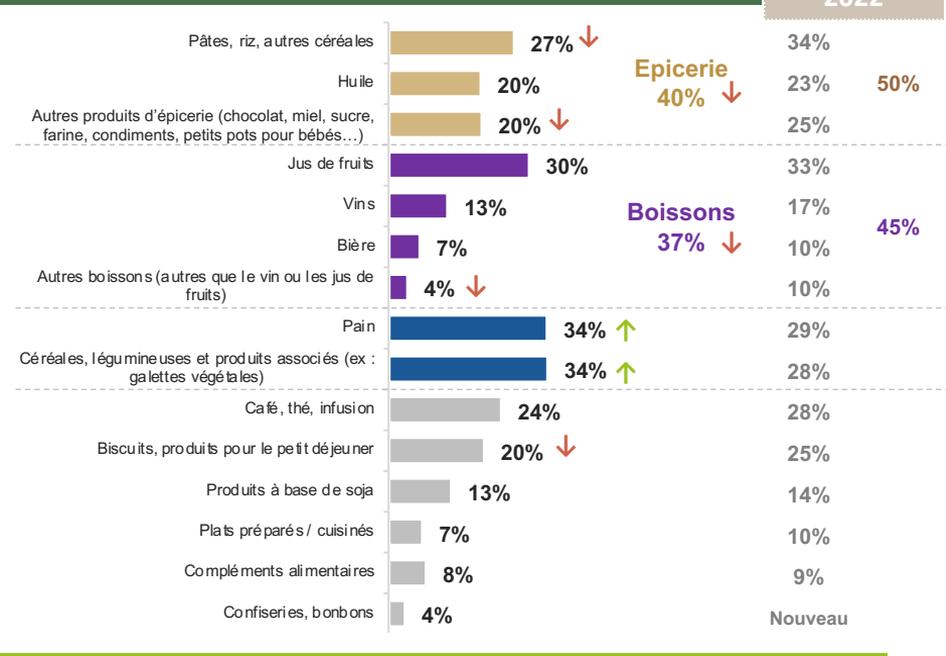
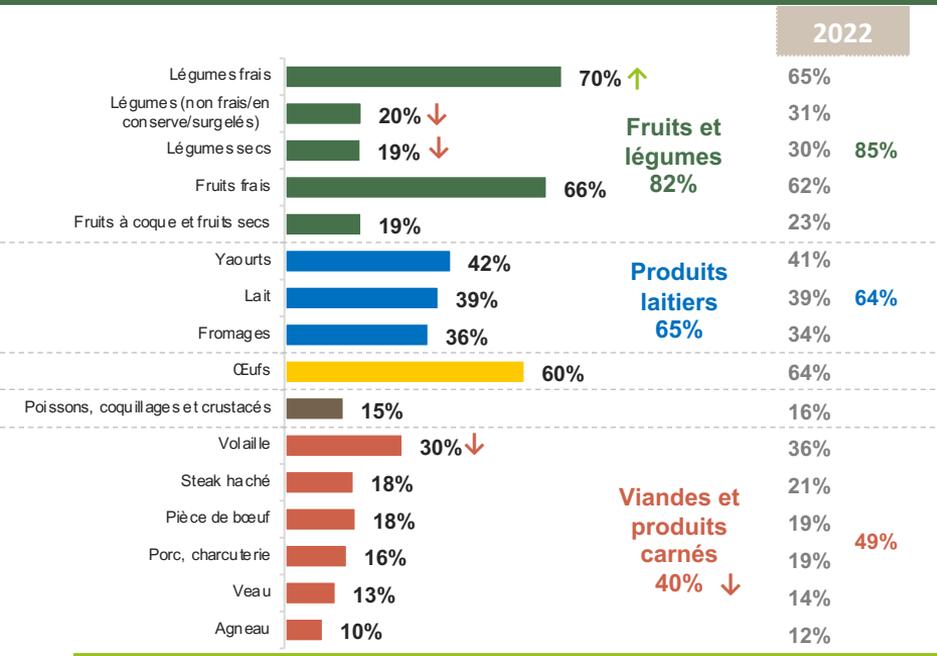


# Produits bio consommés

Quels sont tous les produits biologiques que vous consommez ?

Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n = 2208

2022



# Les jeunes consomment moins de produits carnés et de fruits et légumes bio que leurs aînés

Base : Consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois

	Ensemble	Genre		Age						CSP					
		Un homme	Une femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 44 ans	45 à 54 ans	55 à 64 ans	65-75 ans	CSP +	CSP	CSP –	Chômeurs	Retraités	Autres inactifs
Base	2 208	1 081	1 127	222	436	441	386	371	352	426	322	686	72	449	253
<b>Fruits et légumes</b>	<b>82%</b>	<b>80%</b>	<b>85%</b>	<b>72%</b>	<b>80%</b>	<b>80%</b>	<b>84%</b>	<b>88%</b>	<b>88%</b>	<b>84%</b>	<b>82%</b>	<b>81%</b>	<b>80%</b>	<b>88%</b>	<b>76%</b>
Légumes	74%	70%	79%	59%	73%	72%	78%	79%	81%	77%	75%	70%	77%	80%	65%
Fruits	69%	68%	70%	65%	65%	68%	68%	73%	72%	71%	69%	67%	67%	72%	62%
<b>Produits laitiers</b>	<b>65%</b>	<b>68%</b>	<b>63%</b>	<b>66%</b>	<b>68%</b>	<b>64%</b>	<b>65%</b>	<b>66%</b>	<b>65%</b>	<b>65%</b>	<b>68%</b>	<b>65%</b>	<b>76%</b>	<b>63%</b>	<b>61%</b>
Lait	39%	41%	37%	36%	42%	38%	37%	38%	41%	42%	41%	36%	36%	41%	35%
Fromages	36%	40%	32%	40%	38%	39%	37%	34%	30%	37%	38%	37%	41%	30%	38%
Yaourts	42%	42%	42%	43%	40%	40%	42%	47%	41%	44%	39%	42%	52%	40%	39%
<b>Céufs</b>	<b>60%</b>	<b>59%</b>	<b>62%</b>	<b>56%</b>	<b>60%</b>	<b>55%</b>	<b>60%</b>	<b>62%</b>	<b>69%</b>	<b>62%</b>	<b>63%</b>	<b>53%</b>	<b>65%</b>	<b>66%</b>	<b>59%</b>
<b>Épicerie</b>	<b>40%</b>	<b>40%</b>	<b>41%</b>	<b>43%</b>	<b>43%</b>	<b>37%</b>	<b>42%</b>	<b>39%</b>	<b>38%</b>	<b>43%</b>	<b>38%</b>	<b>38%</b>	<b>55%</b>	<b>37%</b>	<b>42%</b>
Pâtes, riz, autres céréales	27%	28%	26%	33%	29%	26%	24%	26%	23%	30%	25%	25%	40%	22%	29%
Huile	20%	21%	18%	21%	22%	19%	20%	16%	20%	22%	22%	16%	24%	20%	20%
Autres produits d'épicerie	20%	17%	23%	15%	21%	21%	22%	21%	18%	23%	22%	17%	24%	18%	21%
<b>Boissons</b>	<b>37%</b>	<b>38%</b>	<b>35%</b>	<b>37%</b>	<b>39%</b>	<b>41%</b>	<b>36%</b>	<b>31%</b>	<b>36%</b>	<b>40%</b>	<b>40%</b>	<b>34%</b>	<b>47%</b>	<b>34%</b>	<b>35%</b>
Vins	13%	15%	10%	8%	13%	12%	11%	14%	17%	14%	15%	10%	13%	16%	8%
Jus de fruits	30%	29%	31%	32%	32%	34%	29%	24%	28%	32%	33%	27%	44%	25%	31%
Autres boissons	4%	4%	4%	6%	5%	5%	2%	4%	3%	4%	4%	5%	5%	3%	5%
Bière	7%	9%	5%	7%	9%	6%	5%	8%	6%	7%	7%	6%	10%	6%	7%
<b>Viandes et volaille</b>	<b>40%</b>	<b>43%</b>	<b>38%</b>	<b>32%</b>	<b>38%</b>	<b>34%</b>	<b>41%</b>	<b>47%</b>	<b>48%</b>	<b>40%</b>	<b>36%</b>	<b>39%</b>	<b>44%</b>	<b>48%</b>	<b>36%</b>
Volaille	30%	32%	27%	24%	25%	25%	28%	37%	40%	30%	25%	25%	35%	40%	27%
<b>Bœuf, veau</b>	<b>27%</b>	<b>27%</b>	<b>26%</b>	<b>20%</b>	<b>28%</b>	<b>25%</b>	<b>25%</b>	<b>30%</b>	<b>31%</b>	<b>29%</b>	<b>25%</b>	<b>26%</b>	<b>29%</b>	<b>30%</b>	<b>20%</b>
Steak haché	18%	17%	18%	12%	21%	18%	18%	19%	15%	21%	17%	17%	24%	15%	14%
Pièce de bœuf	18%	18%	18%	14%	17%	20%	15%	18%	23%	20%	17%	16%	19%	22%	13%
Veau	13%	14%	13%	10%	13%	12%	9%	14%	21%	16%	11%	10%	10%	19%	11%
<b>Porc agneau</b>	<b>18%</b>	<b>19%</b>	<b>17%</b>	<b>13%</b>	<b>17%</b>	<b>16%</b>	<b>14%</b>	<b>22%</b>	<b>24%</b>	<b>19%</b>	<b>16%</b>	<b>15%</b>	<b>15%</b>	<b>25%</b>	<b>15%</b>
Porc, charcuterie	16%	17%	15%	11%	14%	15%	13%	21%	21%	18%	14%	13%	14%	22%	13%
Agneau	10%	10%	10%	8%	10%	9%	7%	11%	15%	10%	8%	8%	11%	14%	8%
Pain	34%	36%	32%	32%	34%	36%	34%	35%	32%	36%	34%	34%	33%	33%	30%
Café, thé, infusion	24%	22%	27%	24%	24%	25%	27%	22%	21%	27%	24%	22%	31%	20%	28%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	20%	18%	23%	26%	25%	23%	19%	17%	14%	21%	22%	21%	27%	13%	25%
Produits à base de soja	13%	12%	14%	19%	14%	13%	11%	13%	12%	12%	15%	15%	20%	11%	10%
Poissons, coquillages et crustacés	15%	18%	12%	15%	18%	13%	12%	13%	19%	17%	13%	13%	18%	17%	14%
Compléments alimentaires	8%	7%	9%	9%	9%	7%	6%	9%	9%	10%	6%	7%	11%	8%	9%
Plats préparés / cuisinés	7%	7%	7%	13%	8%	6%	8%	6%	4%	6%	7%	7%	13%	5%	10%

# Une variété de produits bio consommés plus forte chez les plus aisés

Base : Consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois

	Ensemble	Niveau de diplôme						Niveau de vie du ménage (revenus mensuels nets par unité de consommation)				
		BEPC ou inférieur	CAP/BEP	Baccalauréat	Bac +2/+3	Bac+4	Bac+5 ou plus	Moins de 1000€	Entre 1000€ et 1500€	Entre 1500€ et 2000€	Entre 2000€ et 2500€	Plus de 2500€
Base	2 208	327	506	395	555	108	317	332	484	507	359	388
<b>Fruits et légumes</b>	<b>82%</b>	<b>81%</b>	<b>85%</b>	<b>79%</b>	<b>83%</b>	<b>85%</b>	<b>82%</b>	<b>73%</b>	<b>85%</b>	<b>84%</b>	<b>83%</b>	<b>87%</b>
Légumes	74%	72%	78%	73%	74%	78%	73%	67%	76%	76%	74%	77%
Fruits	69%	67%	70%	66%	70%	69%	70%	59%	70%	70%	68%	75%
<b>Produits laitiers</b>	<b>65%</b>	<b>68%</b>	<b>60%</b>	<b>65%</b>	<b>67%</b>	<b>72%</b>	<b>67%</b>	<b>64%</b>	<b>66%</b>	<b>67%</b>	<b>63%</b>	<b>69%</b>
Lait	39%	36%	34%	39%	39%	45%	47%	32%	39%	44%	36%	43%
Fromages	36%	37%	31%	35%	40%	43%	36%	36%	40%	35%	34%	41%
Yaourts	42%	47%	39%	40%	40%	48%	43%	40%	40%	45%	38%	47%
<b>Œufs</b>	<b>60%</b>	<b>66%</b>	<b>57%</b>	<b>59%</b>	<b>60%</b>	<b>58%</b>	<b>61%</b>	<b>56%</b>	<b>58%</b>	<b>62%</b>	<b>59%</b>	<b>66%</b>
<b>Épicerie</b>	<b>40%</b>	<b>41%</b>	<b>38%</b>	<b>38%</b>	<b>41%</b>	<b>52%</b>	<b>39%</b>	<b>40%</b>	<b>40%</b>	<b>42%</b>	<b>40%</b>	<b>40%</b>
Pâtes, riz, autres céréales	27%	28%	25%	27%	26%	32%	29%	28%	28%	28%	25%	26%
Huile	20%	19%	16%	19%	20%	33%	23%	21%	18%	22%	21%	18%
Autres produits d'épicerie	20%	19%	18%	21%	21%	23%	20%	15%	21%	22%	18%	21%
<b>Boissons</b>	<b>37%</b>	<b>32%</b>	<b>29%</b>	<b>38%</b>	<b>43%</b>	<b>49%</b>	<b>41%</b>	<b>34%</b>	<b>35%</b>	<b>38%</b>	<b>35%</b>	<b>44%</b>
Vins	13%	12%	10%	14%	14%	14%	14%	10%	11%	13%	15%	17%
Jus de fruits	30%	29%	21%	29%	35%	41%	35%	30%	29%	31%	27%	34%
Autres boissons	4%	4%	3%	5%	5%	6%	3%	3%	5%	5%	4%	4%
Bière	7%	5%	6%	6%	8%	10%	9%	5%	7%	7%	9%	6%
<b>Viandes et volaille</b>	<b>40%</b>	<b>44%</b>	<b>42%</b>	<b>40%</b>	<b>39%</b>	<b>37%</b>	<b>34%</b>	<b>37%</b>	<b>39%</b>	<b>43%</b>	<b>36%</b>	<b>45%</b>
Volaille	30%	35%	30%	31%	26%	18%	29%	29%	30%	32%	25%	34%
<b>Bœuf, veau</b>	<b>27%</b>	<b>27%</b>	<b>26%</b>	<b>27%</b>	<b>28%</b>	<b>26%</b>	<b>24%</b>	<b>22%</b>	<b>26%</b>	<b>28%</b>	<b>28%</b>	<b>31%</b>
Steak haché	18%	16%	15%	17%	21%	17%	20%	16%	17%	19%	18%	20%
Pièce de bœuf	18%	19%	17%	19%	18%	15%	17%	15%	18%	19%	17%	21%
Veau	13%	15%	13%	14%	12%	11%	13%	9%	13%	15%	13%	16%
<b>Porc agneau</b>	<b>18%</b>	<b>20%</b>	<b>17%</b>	<b>18%</b>	<b>16%</b>	<b>23%</b>	<b>17%</b>	<b>13%</b>	<b>20%</b>	<b>19%</b>	<b>16%</b>	<b>21%</b>
Porc, charcuterie	16%	19%	15%	16%	14%	17%	15%	11%	18%	16%	16%	19%
Agneau	10%	12%	8%	10%	10%	11%	9%	8%	8%	13%	9%	11%
Pain	34%	32%	30%	34%	35%	44%	38%	34%	36%	31%	34%	36%
Café, thé, infusion	24%	22%	20%	25%	25%	35%	28%	24%	24%	25%	24%	25%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	20%	17%	19%	21%	22%	21%	25%	22%	21%	20%	22%	18%
Produits à base de soja	13%	11%	15%	13%	14%	20%	13%	14%	17%	12%	13%	10%
Poissons, coquillages et crustacés	15%	15%	14%	14%	17%	16%	13%	14%	15%	19%	14%	15%
Compléments alimentaires	8%	9%	9%	6%	9%	8%	7%	8%	10%	8%	8%	6%
Plats préparés / cuisinés	7%	7%	6%	10%	7%	7%	7%	8%	8%	7%	8%	6%

# Les habitants de Bourgogne France Comté, de Normandie ou des Hauts-de-France en retrait sur la consommation de produits bio

Base : Consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois

	Ensemble	Régions											
		Auvergne/Rhône-Alpes	Bourgogne/France Comté	Bretagne	Centre/Val de Loire	Grand Est	Hauts-de-France	Ile-De-France	Normandie	Nouvelle Aquitaine	Occitanie	Pays de la Loire	PACA
Base	2 208	271	93	135	74	177	174	448	108	196	210	140	168
<b>Fruits et légumes</b>	<b>82%</b>	<b>84%</b>	<b>86%</b>	<b>78%</b>	<b>92%</b>	<b>86%</b>	<b>77%</b>	<b>79%</b>	<b>81%</b>	<b>86%</b>	<b>81%</b>	<b>79%</b>	<b>85%</b>
Légumes	74%	74%	78%	74%	83%	75%	67%	70%	71%	80%	77%	73%	77%
Fruits	69%	68%	76%	56%	77%	78%	61%	68%	66%	72%	70%	65%	71%
<b>Produits laitiers</b>	<b>65%</b>	<b>69%</b>	<b>59%</b>	<b>60%</b>	<b>70%</b>	<b>70%</b>	<b>64%</b>	<b>69%</b>	<b>61%</b>	<b>66%</b>	<b>62%</b>	<b>61%</b>	<b>63%</b>
Lait	39%	41%	41%	34%	39%	40%	37%	43%	30%	32%	38%	41%	40%
Fromages	36%	38%	25%	36%	38%	37%	40%	40%	27%	34%	33%	32%	38%
Yaourts	42%	38%	32%	39%	54%	50%	44%	43%	42%	41%	42%	37%	42%
<b>Œufs</b>	<b>60%</b>	<b>56%</b>	<b>59%</b>	<b>55%</b>	<b>66%</b>	<b>59%</b>	<b>59%</b>	<b>58%</b>	<b>59%</b>	<b>66%</b>	<b>65%</b>	<b>63%</b>	<b>66%</b>
<b>Épicerie</b>	<b>40%</b>	<b>39%</b>	<b>35%</b>	<b>37%</b>	<b>36%</b>	<b>47%</b>	<b>39%</b>	<b>39%</b>	<b>29%</b>	<b>44%</b>	<b>40%</b>	<b>46%</b>	<b>44%</b>
Pâtes, riz, autres céréales	27%	28%	26%	27%	22%	26%	30%	25%	17%	32%	27%	31%	26%
Huile	20%	20%	14%	16%	19%	24%	15%	22%	17%	21%	18%	18%	22%
Autres produits d'épicerie	20%	19%	14%	18%	18%	28%	14%	20%	14%	24%	21%	22%	22%
<b>Boissons</b>	<b>37%</b>	<b>41%</b>	<b>23%</b>	<b>39%</b>	<b>42%</b>	<b>47%</b>	<b>33%</b>	<b>33%</b>	<b>37%</b>	<b>35%</b>	<b>37%</b>	<b>37%</b>	<b>38%</b>
Vins	13%	14%	6%	11%	16%	15%	10%	9%	10%	15%	16%	15%	17%
Jus de fruits	30%	36%	21%	27%	34%	40%	27%	27%	30%	29%	28%	27%	31%
Autres boissons	4%	6%	0%	4%	1%	6%	5%	5%	1%	2%	5%	4%	4%
Bière	7%	7%	2%	8%	5%	8%	7%	6%	4%	8%	9%	7%	7%
<b>Viandes et volaille</b>	<b>40%</b>	<b>38%</b>	<b>41%</b>	<b>40%</b>	<b>41%</b>	<b>42%</b>	<b>36%</b>	<b>38%</b>	<b>42%</b>	<b>43%</b>	<b>44%</b>	<b>39%</b>	<b>45%</b>
Volaille	30%	25%	30%	30%	33%	27%	25%	26%	35%	35%	35%	32%	35%
<b>Bœuf, veau</b>	<b>27%</b>	<b>26%</b>	<b>30%</b>	<b>23%</b>	<b>27%</b>	<b>31%</b>	<b>23%</b>	<b>27%</b>	<b>23%</b>	<b>25%</b>	<b>27%</b>	<b>28%</b>	<b>32%</b>
Steak haché	18%	17%	17%	16%	19%	18%	13%	18%	17%	17%	18%	16%	22%
Pièce de bœuf	18%	18%	22%	17%	21%	22%	18%	16%	15%	15%	16%	22%	22%
Veau	13%	14%	14%	10%	15%	13%	14%	13%	10%	13%	12%	13%	16%
<b>Porc agneau</b>	<b>18%</b>	<b>19%</b>	<b>14%</b>	<b>20%</b>	<b>18%</b>	<b>20%</b>	<b>18%</b>	<b>17%</b>	<b>21%</b>	<b>16%</b>	<b>18%</b>	<b>17%</b>	<b>20%</b>
Porc, charcuterie	16%	17%	14%	17%	17%	16%	16%	14%	19%	14%	16%	16%	18%
Agneau	10%	10%	8%	11%	10%	11%	8%	10%	11%	7%	11%	8%	14%
Pain	34%	39%	25%	39%	33%	37%	26%	37%	20%	34%	33%	35%	32%
Café, thé, infusion	24%	28%	23%	21%	22%	28%	16%	23%	20%	29%	24%	25%	24%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	20%	24%	18%	14%	22%	23%	18%	22%	15%	22%	21%	20%	20%
Produits à base de soja	13%	11%	8%	18%	11%	14%	7%	18%	12%	13%	17%	10%	11%
Poissons, coquillages et crustacés	15%	17%	8%	21%	13%	13%	17%	15%	12%	15%	13%	18%	14%
Compléments alimentaires	8%	9%	4%	8%	5%	9%	6%	9%	7%	7%	7%	9%	10%
Plats préparés / cuisinés	7%	8%	5%	12%	9%	13%	7%	8%	4%	8%	7%	2%	4%

# L'attention portée à la qualité de son alimentation ou à l'effet de celle-ci sur sa santé encourage la consommation de bio

Base : Consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois

	Ensemble	Arbitrages achats alimentaires		Attention aux effets de l'alimentation sur sa santé				Acceptation du surcoût du bio		
		Minimiser le budget	Privilégier la qualité	Très attentif	Assez attentif	Assez peu attentif	Pas du tout attentif	Oui	Non	Ne sais pas
Base	2 208	848	1 360	370	1 352	418	68	869	1 123	216
<b>Fruits et légumes</b>	<b>82%</b>	<b>75%</b>	<b>87%</b>	<b>81%</b>	<b>84%</b>	<b>82%</b>	<b>72%</b>	<b>85%</b>	<b>81%</b>	<b>79%</b>
Légumes	74%	65%	80%	75%	76%	72%	59%	76%	73%	70%
Fruits	69%	59%	75%	66%	71%	67%	55%	73%	66%	64%
<b>Produits laitiers</b>	<b>65%</b>	<b>62%</b>	<b>68%</b>	<b>73%</b>	<b>66%</b>	<b>58%</b>	<b>57%</b>	<b>71%</b>	<b>62%</b>	<b>62%</b>
Lait	39%	36%	41%	42%	39%	36%	33%	43%	36%	35%
Fromages	36%	33%	39%	46%	36%	29%	43%	43%	33%	29%
Yaourts	42%	37%	45%	52%	41%	38%	27%	47%	39%	36%
<b>Œufs</b>	<b>60%</b>	<b>52%</b>	<b>65%</b>	<b>57%</b>	<b>61%</b>	<b>60%</b>	<b>62%</b>	<b>63%</b>	<b>57%</b>	<b>64%</b>
<b>Épicerie</b>	<b>40%</b>	<b>32%</b>	<b>46%</b>	<b>42%</b>	<b>44%</b>	<b>29%</b>	<b>26%</b>	<b>47%</b>	<b>36%</b>	<b>36%</b>
Pâtes, riz, autres céréales	27%	19%	32%	29%	30%	17%	20%	31%	24%	23%
Huile	20%	15%	23%	24%	21%	13%	9%	26%	16%	14%
Autres produits d'épicerie	20%	14%	24%	22%	21%	16%	7%	23%	18%	18%
<b>Boissons</b>	<b>37%</b>	<b>31%</b>	<b>40%</b>	<b>39%</b>	<b>39%</b>	<b>30%</b>	<b>22%</b>	<b>43%</b>	<b>35%</b>	<b>25%</b>
Vins	13%	10%	14%	16%	13%	10%	6%	14%	13%	8%
Jus de fruits	30%	24%	34%	34%	31%	25%	17%	35%	28%	21%
Autres boissons	4%	4%	5%	6%	4%	4%	5%	5%	4%	4%
Bière	7%	5%	8%	8%	7%	5%	3%	8%	6%	4%
<b>Viandes et volaille</b>	<b>40%</b>	<b>33%</b>	<b>45%</b>	<b>47%</b>	<b>39%</b>	<b>37%</b>	<b>40%</b>	<b>43%</b>	<b>38%</b>	<b>40%</b>
Volaille	30%	23%	34%	34%	30%	27%	29%	30%	30%	25%
<b>Bœuf, veau</b>	<b>27%</b>	<b>23%</b>	<b>29%</b>	<b>33%</b>	<b>26%</b>	<b>25%</b>	<b>21%</b>	<b>30%</b>	<b>25%</b>	<b>24%</b>
Steak haché	18%	16%	19%	19%	17%	17%	19%	20%	17%	13%
Pièce de bœuf	18%	15%	20%	20%	17%	19%	18%	19%	18%	14%
Veau	13%	10%	15%	18%	12%	12%	10%	14%	13%	9%
<b>Porc agneau</b>	<b>18%</b>	<b>13%</b>	<b>21%</b>	<b>23%</b>	<b>17%</b>	<b>15%</b>	<b>20%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>	<b>18%</b>
Porc, charcuterie	16%	12%	19%	19%	15%	14%	18%	16%	15%	17%
<b>Agneau</b>	<b>10%</b>	<b>7%</b>	<b>12%</b>	<b>14%</b>	<b>9%</b>	<b>9%</b>	<b>9%</b>	<b>11%</b>	<b>10%</b>	<b>8%</b>
Pain	34%	29%	37%	45%	33%	27%	25%	39%	31%	30%
Café, thé, infusion	24%	16%	29%	25%	26%	19%	16%	29%	21%	24%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	20%	16%	23%	24%	21%	18%	6%	23%	19%	21%
Produits à base de soja	13%	12%	15%	16%	14%	10%	7%	16%	13%	8%
Poissons, coquillages et crustacés	15%	12%	17%	21%	14%	12%	17%	17%	14%	11%
Compléments alimentaires	8%	6%	9%	11%	8%	5%	3%	9%	7%	7%
Plats préparés / cuisinés	7%	6%	8%	8%	7%	8%	4%	10%	6%	6%

# Les néo-consommateurs de bio consomment également moins souvent des produits bio, notamment les viandes

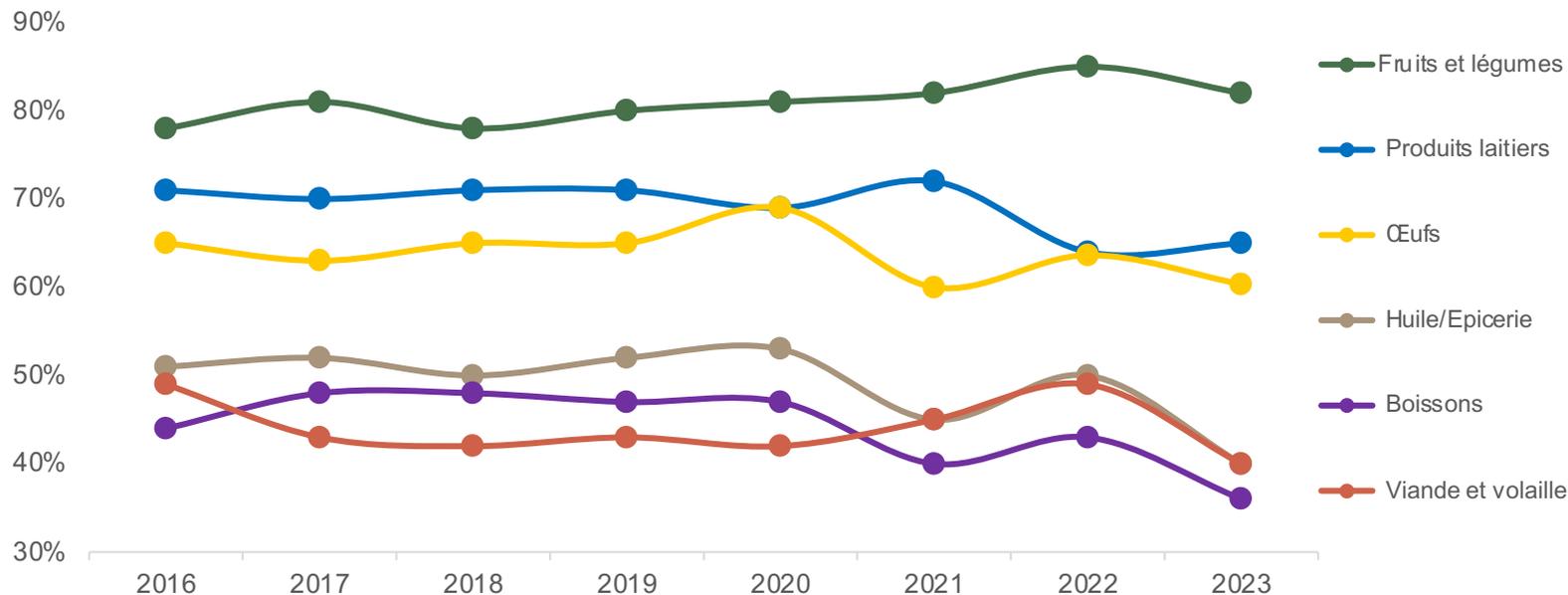
Base : Consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois

	Ensemble	Ancienneté de la consommation de bio				Evolution de la consommation de bio sur un an		
		Moins d'un an	1 à 3 ans	3 à 10 ans	Plus de 10 ans	En baisse	Stable	En hausse
Base	2 208	154	374	765	915	401	1 333	474
<b>Fruits et légumes</b>	<b>82%</b>	<b>74%</b>	<b>78%</b>	<b>83%</b>	<b>85%</b>	<b>74%</b>	<b>85%</b>	<b>83%</b>
Légumes	74%	62%	69%	74%	78%	66%	77%	75%
Fruits	69%	55%	64%	69%	72%	60%	71%	69%
<b>Produits laitiers</b>	<b>65%</b>	<b>59%</b>	<b>65%</b>	<b>69%</b>	<b>64%</b>	<b>61%</b>	<b>65%</b>	<b>70%</b>
Lait	39%	32%	33%	42%	40%	35%	39%	42%
Fromages	36%	31%	35%	38%	36%	33%	36%	40%
Yaourts	42%	34%	43%	42%	43%	39%	41%	48%
<b>Œufs</b>	<b>60%</b>	<b>47%</b>	<b>56%</b>	<b>62%</b>	<b>63%</b>	<b>51%</b>	<b>62%</b>	<b>64%</b>
<b>Épicerie</b>	<b>40%</b>	<b>26%</b>	<b>37%</b>	<b>43%</b>	<b>42%</b>	<b>34%</b>	<b>38%</b>	<b>51%</b>
Pâtes, riz, autres céréales	27%	17%	23%	27%	30%	23%	25%	35%
Huile	20%	14%	16%	20%	22%	15%	18%	28%
Autres produits d'épicerie	20%	9%	13%	22%	23%	16%	20%	24%
<b>Boissons</b>	<b>37%</b>	<b>30%</b>	<b>29%</b>	<b>39%</b>	<b>39%</b>	<b>33%</b>	<b>35%</b>	<b>45%</b>
Vins	13%	7%	10%	13%	15%	11%	12%	15%
Jus de fruits	30%	25%	25%	31%	32%	25%	29%	39%
Autres boissons	4%	6%	2%	4%	5%	4%	4%	5%
Bière	7%	5%	3%	6%	9%	8%	5%	9%
<b>Viandes et volaille</b>	<b>40%</b>	<b>29%</b>	<b>39%</b>	<b>38%</b>	<b>44%</b>	<b>34%</b>	<b>41%</b>	<b>44%</b>
Volaille	30%	20%	24%	28%	35%	23%	31%	32%
<b>Bœuf, veau</b>	<b>27%</b>	<b>16%</b>	<b>30%</b>	<b>24%</b>	<b>30%</b>	<b>21%</b>	<b>27%</b>	<b>31%</b>
Steak haché	18%	9%	18%	16%	20%	14%	18%	21%
Pièce de bœuf	18%	9%	19%	15%	22%	14%	18%	21%
Veau	13%	10%	12%	11%	16%	10%	13%	16%
<b>Porc agneau</b>	<b>18%</b>	<b>8%</b>	<b>17%</b>	<b>14%</b>	<b>23%</b>	<b>14%</b>	<b>18%</b>	<b>22%</b>
Porc, charcuterie	16%	6%	15%	13%	21%	13%	16%	18%
Agneau	10%	7%	8%	8%	13%	6%	10%	14%
Pain	34%	34%	31%	33%	35%	31%	33%	39%
Café, thé, infusion	24%	14%	17%	25%	28%	18%	23%	31%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	20%	13%	18%	24%	20%	16%	19%	28%
Produits à base de soja	13%	13%	15%	14%	13%	10%	12%	20%
Poissons, coquillages et crustacés	15%	12%	16%	14%	16%	10%	13%	24%
Compléments alimentaires	8%	7%	7%	8%	9%	7%	8%	11%
Plats préparés / cuisinés	7%	8%	7%	8%	7%	6%	7%	9%

# Evolution de la consommation par catégories de produits

Quels sont tous les produits biologiques que vous consommez ?

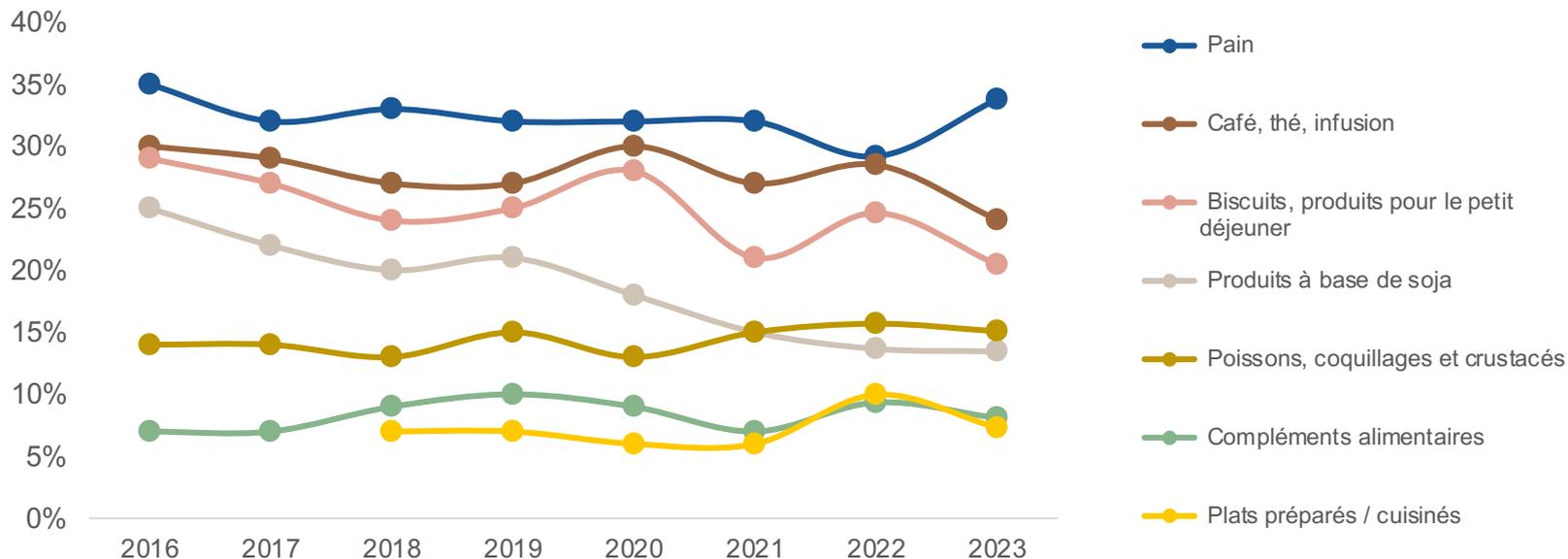
Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n=2208



# Evolution de la consommation par catégories de produits

Quels sont tous les produits biologiques que vous consommez ?

Base : consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n=2208



# Lieux d'achats par catégorie de produits bios

## Ou achetez-vous principalement ces produits biologiques ? 1/3

Base : acheteurs des produits biologiques, n=72 à 1515

		Magasins spécialisés en produits Bio	Grande distribution	Grandes et moyennes surfaces	Via Internet	Producteurs locaux	Marché	A la ferme/ producteurs locaux / AMAP	Autres circuits	Artisans, comme les boulangers, bouchers...	Les magasins de produits en vrac	Les enseignes de hard-discount ou déstockage	Les magasins spécialisés dans les produits frais ou surgelés
<b>Fruits et légumes</b>													
Légumes frais	(n=1515)	9%	<b>36%</b>	35%	1%	<b>41%</b>	27%	13%	<b>15%</b>	3%	1%	4%	7%
Légumes (non frais/en conserve/surgelés)	(n=422)	9%	<b>63%</b>	61%	2%	<b>9%</b>	5%	3%	<b>19%</b>	2%	1%	4%	12%
Légumes secs	(n=413)	26%	<b>49%</b>	46%	2%	<b>11%</b>	6%	5%	<b>14%</b>	2%	2%	7%	3%
Fruits frais	(n=1450)	11%	<b>39%</b>	37%	1%	<b>36%</b>	27%	9%	<b>15%</b>	3%	1%	4%	7%
Fruits à coque et fruits secs	(n=408)	25%	<b>43%</b>	42%	1%	<b>17%</b>	10%	7%	<b>14%</b>	3%	3%	4%	5%
<b>Produits laitiers</b>													
Lait	(n=859)	7%	<b>74%</b>	71%	3%	<b>7%</b>	2%	5%	<b>12%</b>	1%	1%	6%	3%
Fromages	(n=795)	9%	<b>45%</b>	43%	2%	<b>26%</b>	14%	12%	<b>20%</b>	11%	1%	5%	4%
Yaourts	(n=908)	9%	<b>71%</b>	69%	1%	<b>8%</b>	3%	5%	<b>12%</b>	1%	1%	6%	4%
Œufs	(n=1273)	6%	<b>57%</b>	56%	1%	<b>26%</b>	12%	14%	<b>11%</b>	4%	1%	4%	2%

# Lieux d'achats par catégorie de produits bios

## Ou achetez-vous principalement ces produits biologiques ? 2/3

Base : acheteurs des produits biologiques, n=72 à 1515

		Magasins spécialisés en produits Bio	Grande distribution	Grandes et moyennes surfaces	Via Internet	Producteurs locaux	Marché	A la ferme/ producteurs locaux / AMAP	Autres circuits	Artisans, comme les boulangers, bouchers...	Les magasins de produits en vrac	Les enseignes de hard-discount ou destockage	Les magasins spécialisés dans les produits frais ou surgelés
<b>Épicerie</b>													
Pâtes, riz, autres céréales	(n=573)	16%	71%	68%	2%	4%	2%	2%	9%	1%	1%	6%	1%
Huile	(n=426)	18%	63%	61%	3%	8%	3%	5%	11%	1%	1%	5%	3%
Autres produits d'épicerie	(n=438)	19%	60%	58%	2%	10%	2%	7%	12%	3%	1%	6%	2%
<b>Boissons</b>													
Vins	(n=281)	12%	56%	56%	1%	17%	5%	13%	15%	8%	0%	5%	2%
Jus de fruits	(n=648)	11%	72%	71%	2%	7%	3%	3%	11%	1%	0%	6%	3%
Autres boissons	(n=91)	20%	60%	60%	1%	5%	3%	2%	15%	1%	4%	6%	3%
Bière	(n=150)	16%	59%	58%	0%	11%	4%	7%	14%	7%	1%	4%	1%
<b>Viandes et volailles</b>													
Volaille	(n=642)	5%	47%	46%	1%	21%	9%	13%	27%	23%	0%	2%	2%
Steak haché	(n=390)	7%	44%	42%	2%	14%	4%	10%	35%	27%	1%	4%	4%
Pièce de bœuf	(n=397)	5%	31%	29%	2%	22%	5%	17%	43%	37%	1%	2%	2%
Veau	(n=277)	6%	30%	29%	1%	23%	7%	16%	41%	35%	1%	1%	4%
Porc, charcuterie	(n=353)	5%	36%	34%	2%	23%	8%	15%	36%	32%	0%	2%	2%
Agneau	(n=214)	6%	30%	27%	4%	20%	6%	13%	44%	40%	0%	2%	2%

## Lieux d'achats par catégorie de produits bios

### Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ? 3/3

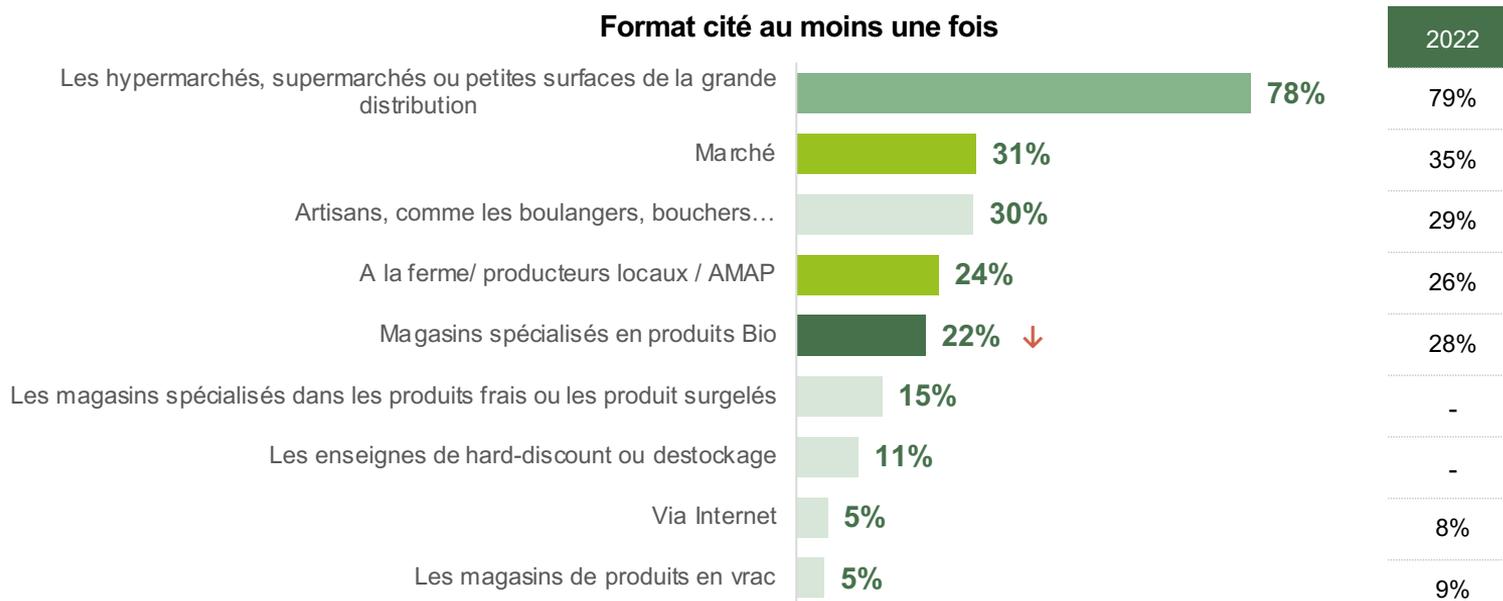
Base : acheteurs des produits biologiques, n=72 à 1515

		Magasins spécialisés en produits Bio	Grande distribution	Grandes et moyennes surfaces	Via Internet	Producteurs locaux	Marché	A la ferme/ producteurs locaux / AMAP	Autres circuits	Artisans, comme les boulangers, bouchers...	Les magasins de produits en vrac	Les enseignes de hard-discount ou destockage	Les magasins spécialisés dans les produits frais ou surgelés
<b>Autres produits</b>													
Pain	(n=734)	10%	<b>22%</b>	21%	1%	<b>13%</b>	8%	4%	<b>56%</b>	51%	1%	2%	2%
Céréales, légumineuses et produits associés	(n=743)	22%	<b>55%</b>	53%	2%	<b>9%</b>	5%	4%	<b>14%</b>	2%	2%	6%	4%
Café, thé, infusion	(n=528)	17%	<b>68%</b>	65%	3%	<b>3%</b>	1%	2%	<b>12%</b>	3%	2%	5%	3%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	(n=447)	15%	<b>73%</b>	71%	3%	<b>3%</b>	2%	1%	<b>9%</b>	2%	1%	5%	1%
Produits à base de soja	(n=274)	22%	<b>65%</b>	64%	1%	<b>1%</b>	1%	0%	<b>12%</b>	3%	2%	5%	2%
Poissons, coquillages et crustacés	(n=322)	8%	<b>44%</b>	42%	2%	<b>19%</b>	14%	4%	<b>29%</b>	19%	2%	3%	5%
Compléments alimentaires	(n=148)	37%	<b>50%</b>	33%	17%	<b>3%</b>	1%	2%	<b>11%</b>	2%	1%	3%	4%
Plats préparés / cuisinés	(n=150)	11%	<b>70%</b>	66%	4%	<b>4%</b>	2%	1%	<b>15%</b>	3%	0%	6%	6%
Confiseries, bonbons	(n=72)	18%	<b>60%</b>	60%	0%	<b>4%</b>	1%	2%	<b>18%</b>	3%	2%	10%	3%

# Lieux d'achats tous produits biologiques confondus

## Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base : acheteurs des produits biologiques, n=2140

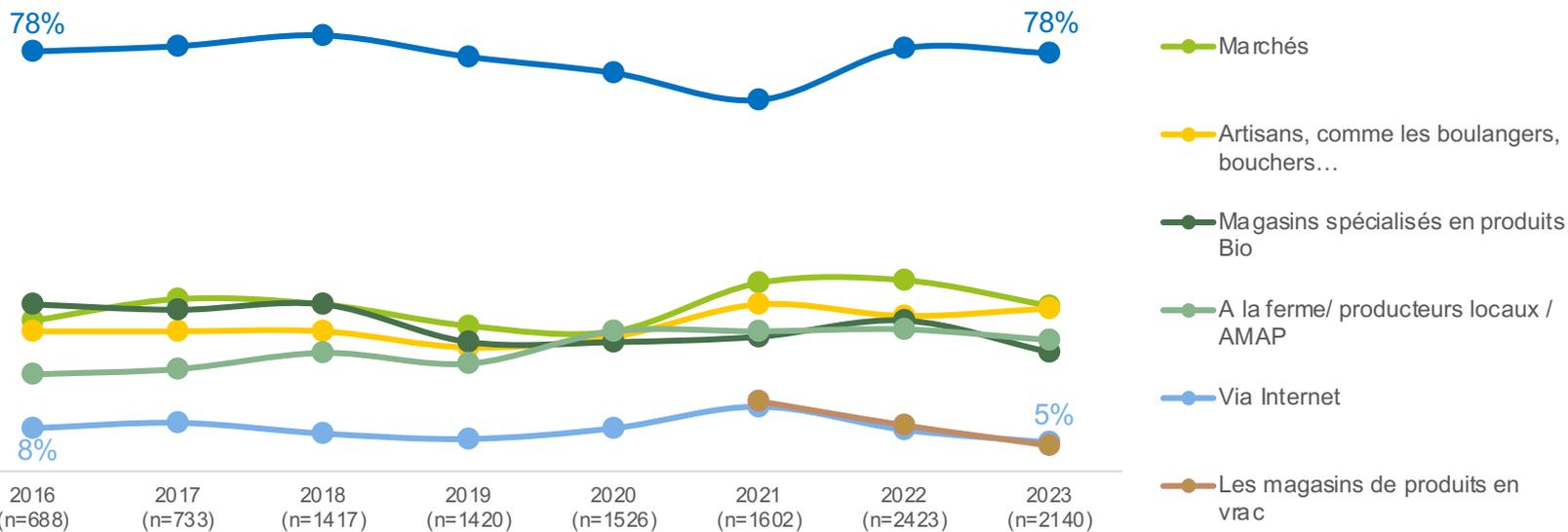


# Lieux d'achats tous produits biologiques confondus

## Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base : acheteurs des produits biologiques, n=2140

### Format cité au moins une fois



# LE RAPPORT AUX PRODUITS BIO

Perspectives & avenir



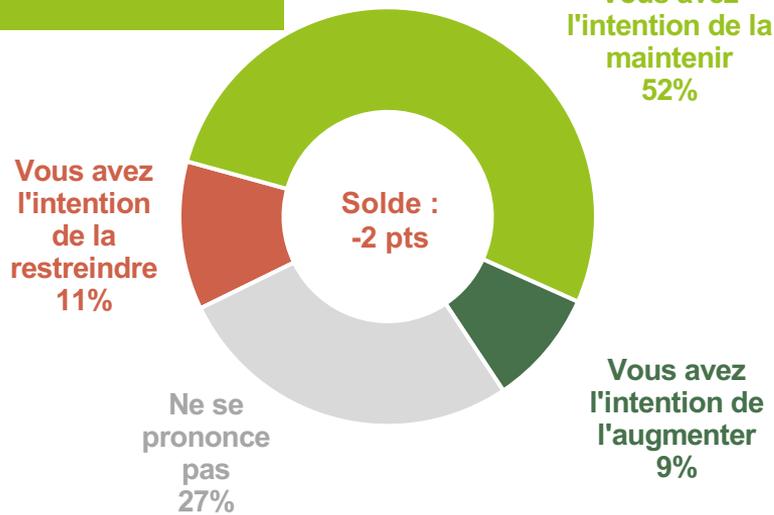
[Retour au sommaire](#)

## Projection de l'évolution de consommation de produits bio

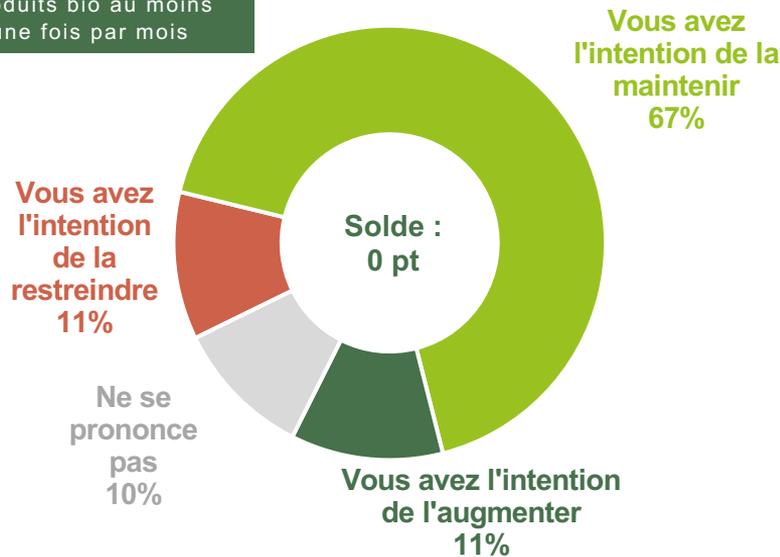
Avez-vous l'intention, dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits bio (tous produits bio confondus) ?

Base totale, n = 4000 ; Base consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois, n=2208

Ensemble



Consommateurs de produits bio au moins une fois par mois

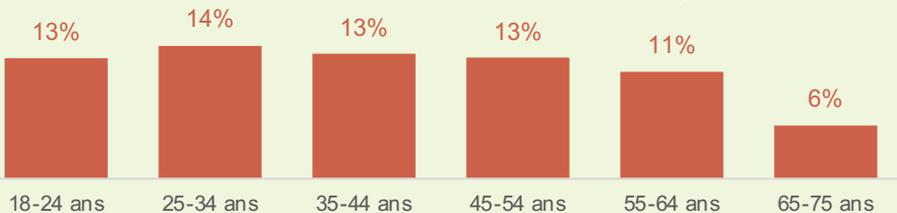


# Projection de l'évolution de consommation de produits bio

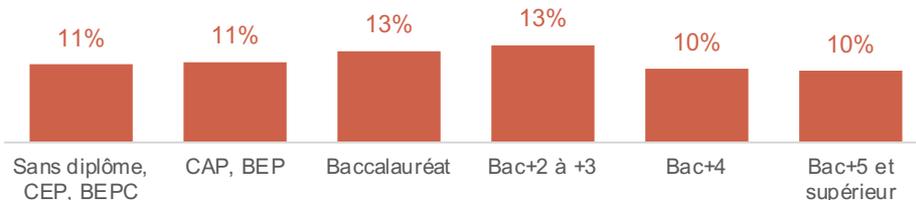
Avez-vous l'intention, dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits bio (tous produits bio confondus) ?

Base totale, n = 4000

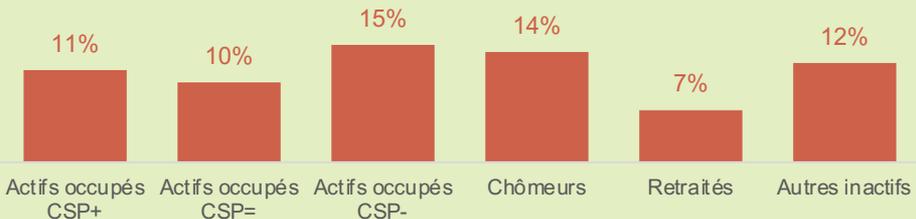
% « La restreindre » - En fonction de l'âge



% « La restreindre » - En fonction du niveau de diplôme



% « La restreindre » - En fonction de la catégorie socio-professionnelle



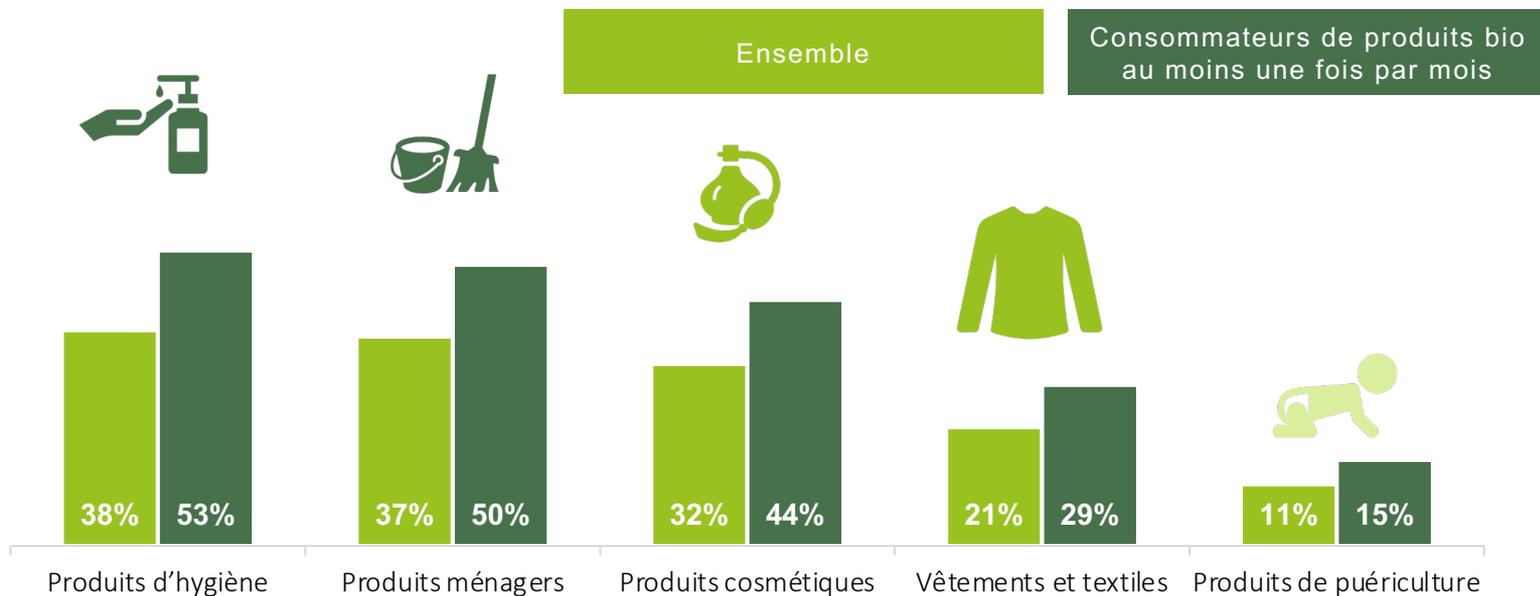
% « La restreindre » - En fonction du niveau de vie (revenus mensuels par UC)



## Consommation de produits bio non alimentaires

Est-ce qu'il vous arrive d'acheter les produits bio suivants ?

Base totale, n=4000



# 3.

## PORTRAITS DE FRANÇAIS SELON LEUR RAPPORT AU BIO

[Retour au sommaire](#)

# TYPOLOGIE SUR L'ENSEMBLE DES FRANÇAIS



## 5 profils de consommateurs

23%

### Les bio-écologistes

Gros consommateurs de bio, les membres de ce groupe sont nettement plus nombreux que la moyenne à s'être mis au bio par souci de l'environnement et du bien-être animal. Ils témoignent d'une très bonne image du bio, en ont une bonne connaissance et se montrent également très confiants dans les acteurs de l'alimentaire et les labels.

25%

### Les bio-santé

2ème groupe le plus consommateur de produits alimentaires biologiques, leur rapport à l'alimentation en général, et au bio en particulier, est très marqué par des préoccupations santé. Très attentifs à la qualité des produits alimentaires qu'ils consomment, ils sont nettement moins disposés à rogner sur la qualité. Ils témoignent d'une bonne image et d'une confiance importante dans les produits alimentaires bio.

5%

### Les occasionnels

Groupe qui consomme très peu de produits bio : 71% en consomment environ une fois par mois. Ceux qui en consomment plus régulièrement ont une consommation très ancienne. Ils témoignent d'une moins bonne image du bio et également d'une moindre confiance dans les labels. Ils y sont par ailleurs moins attentifs, de même qu'aux mentions sur les produits alimentaires, que la moyenne des Français.

31%

### Les distants

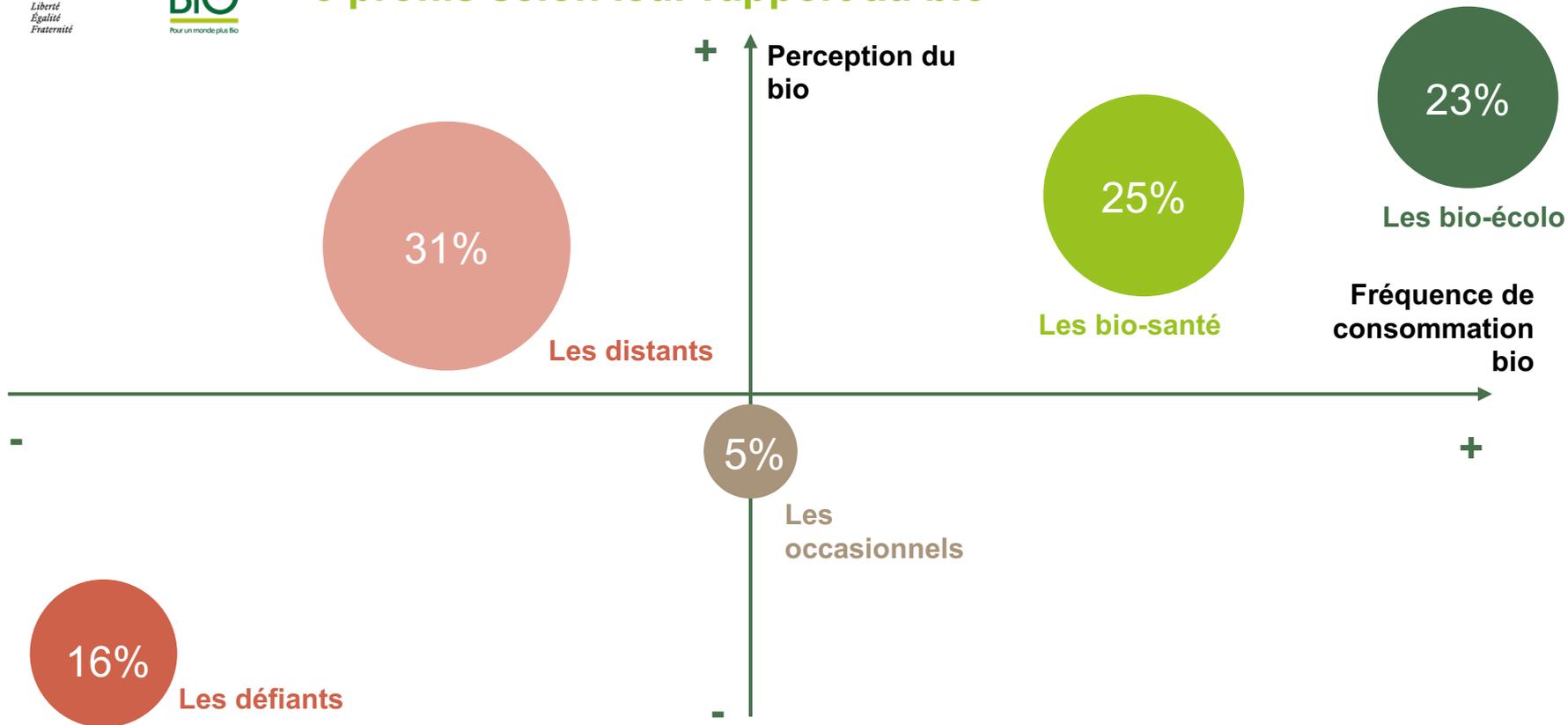
Les membres de ce groupe consomment rarement voire pas du tout de produits bio. Ceux qui en consomment ont une consommation plus récente que la moyenne. Leur consommation de bio est, davantage que la moyenne, motivée au départ par des problèmes de santé, par habitude familiale ou par un événement dans leur vie. Ils témoignent de plutôt bonnes représentations des produits bio (sauf pour le goût) mais s'estiment plus souvent mal informés.

16%

### Les défiants

65% des membres de ce groupe ne consomment jamais de bio. Le manque d'intérêt et les doutes sur les produits bio sont des freins nettement plus marqués chez ces consommateurs, par ailleurs très peu soucieux des enjeux environnementaux. Ils témoignent d'une perception très dégradée du bio, et plus largement de l'ensemble des acteurs de l'alimentaire. Le prix des produits alimentaires est un critère d'achat nettement plus marqué chez les membres de ce groupe, plus contraints sur leurs dépenses alimentaires.

## 5 profils selon leur rapport au bio



## Les profils en synthèse

23%

### Les bio-écologues

Plus jeunes (36% ont moins de 35 ans), plus diplômés, légèrement plus aisés que la moyenne.

Préoccupations environnement



Préoccupations santé / alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



25%

### Les bio-santé

Pas de distinctions sociodémographiques par rapport à la moyenne française.

Préoccupations environnement



Préoccupations santé / alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



5%

### Les occasionnels

Plus souvent CSP intermédiaires, plus aisés que la moyenne

Préoccupations environnement



Préoccupations santé / alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



31%

### Les distants

Un peu moins diplômés, légèrement moins aisés que la moyenne

Préoccupations environnement



Préoccupations santé / alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



21%

### Les défiants

Groupe plus âgé que la moyenne (43% ont plus de 55 ans), retraités, peu diplômés, un peu moins aisés que la moyenne

Préoccupations environnement



Préoccupations santé / alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



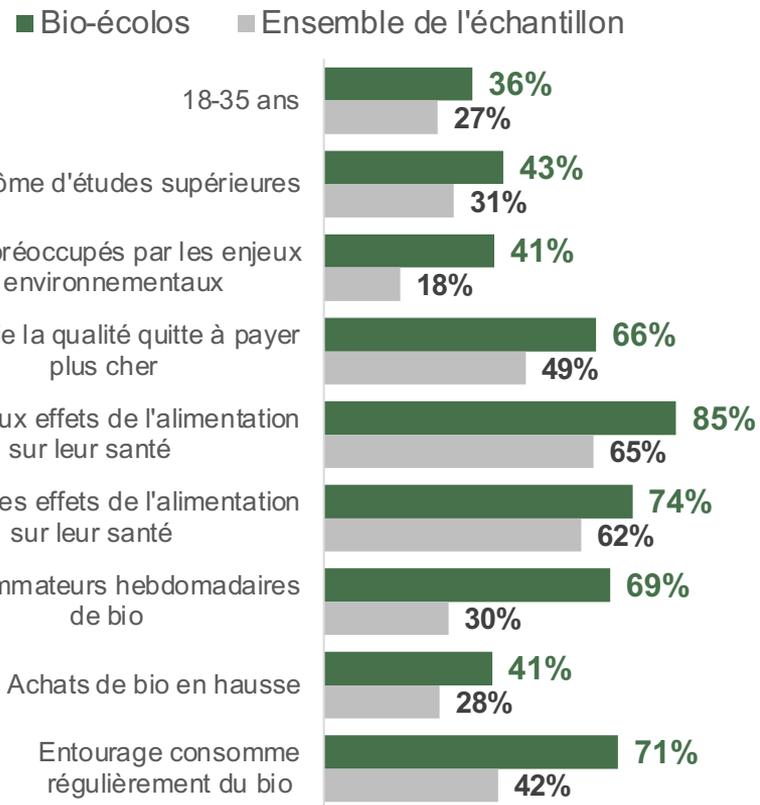
## Les bio-écologues : 23% de la population

Les membres du groupe des bio-écologues représentent 23% de l'échantillon. C'est le groupe le plus jeune de la typologie (36% ont moins de 35 ans, pour 27% à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon). Ils sont également légèrement plus diplômés et plus aisés que la moyenne et plus souvent positionnés à gauche de l'échiquier politique.

Le groupe des bio-écologues est le plus préoccupé par les enjeux environnementaux.

1er groupe le plus consommateur de produits bio, avec une consommation en hausse, les membres de ce groupe sont nettement plus nombreux que la moyenne à s'être mis au bio par souci de l'environnement et du bien-être animal. Les causes externes (environnement, bien-être animal, motivations éthiques et sociales) ou le fait d'avoir des enfants sont également plus marquées dans les raisons de la poursuite de la consommation de produits bio chez les membres de ce groupe. C'est également le groupe le plus attentif et le plus inquiet des effets de l'alimentation sur leur santé. Pour ces consommateurs, « bien manger » est plus souvent qu'en moyenne synonyme de respect de la nature et d'une alimentation qui ne porte pas atteinte à la santé.

Ils témoignent d'une très bonne image du bio, en ont une bonne connaissance et sont également très confiants dans les acteurs et dans les labels. Ils consomment également nettement plus fréquemment que la moyenne des produits non alimentaires bio, et se montrent très intéressés par le développement du bio dans les offres de restauration.



## Les bio-santé : 25% de la population

Les membres du groupe des bio-santé représentent 25% de l'échantillon. Leur profil sociodémographique se distingue peu du reste de l'échantillon. C'est le 2<sup>ème</sup> groupe le plus préoccupé par les enjeux environnementaux.

C'est également le 2<sup>ème</sup> groupe le plus consommateur de produits alimentaires biologiques : 45% consomment des produits bio au moins une fois par semaine (pour 30% à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon).

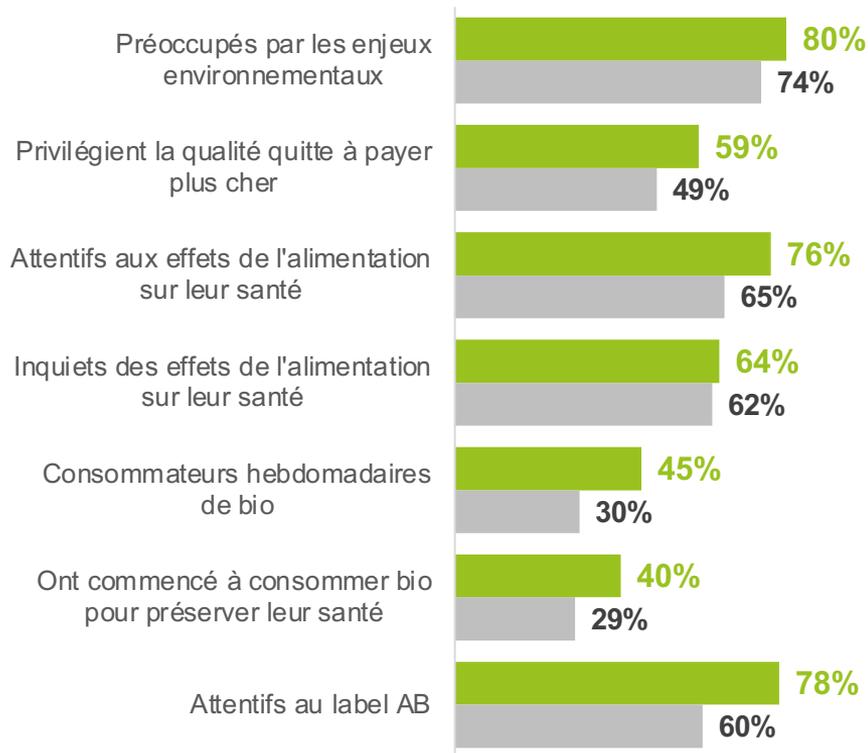
Leur rapport à l'alimentation en général, et au bio en particulier, est très marqué par des préoccupations santé. Plus attentifs que la moyenne aux effets de l'alimentation sur leur santé (mais pas plus inquiets), ils associent, plus souvent que la moyenne, le « bien manger » à une alimentation équilibrée. Ils sont également plus attentifs à la qualité des produits alimentaires qu'ils consomment et sont nettement moins disposés à rogner sur la qualité dans leurs arbitrages de consommation.

Ils témoignent d'une bonne image des produits alimentaires bio et sont nettement plus nombreux que la moyenne à avoir confiance dans les magasins bio, les produits bio et les labels bio auxquels ils se montrent plus attentifs au moment de l'achat de leurs produits alimentaires.

Ils considèrent plus souvent que la moyenne que l'offre de bio est trop restreinte chez les artisans, les magasins de hard discount, les magasins surgelés, les repas livrés à domicile ou les restaurants classiques.

Ils achètent également plus souvent que la moyenne leurs produits bio en hypermarchés ou supermarchés et témoignent d'un intérêt plus marqué que le reste des Français pour le développement d'une offre bio dans les différents circuits de restauration.

■ Bio-santé ■ Ensemble de l'échantillon



## Les occasionnels : 5% de la population

Les membres du groupe des occasionnels représentent 5% de l'échantillon. D'âge moyen, ils sont légèrement plus aisés que le reste de la population. Moins préoccupés que la moyenne par les enjeux environnementaux, ils se montrent également moins inquiets des effets de l'alimentation sur leur santé. Leurs représentations du « bien manger » penchent davantage que la moyenne vers la convivialité et moins souvent vers une alimentation équilibrée ou le respect de la nature que le reste de l'échantillon. 79% disent ne pratiquer aucun régime particulier (pour 68% à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon). Le groupe des occasionnels consomme très peu de produits bio : 71% en consomment environ une fois par mois. Parmi les 29% restant ayant une consommation plus régulière, la majorité consomme bio depuis plus de 10 ans et ont plus de mal à se souvenir des raisons pour lesquelles ils se sont mis ou poursuivent leur consommation de produits bio. Ils témoignent d'une moins bonne image du bio que la moyenne des Français et sont plus souvent d'accord avec le fait que le bio est surtout du marketing ou utilisé pour justifier des prix plus élevés. 70% estiment anormal qu'un produit bio coûte plus cher qu'un produit non-bio. Ils estiment plus souvent que la moyenne manquer d'informations sur les produits bio et font preuve de davantage de défiance à l'égard des produits bio. Ils témoignent également d'une moindre confiance dans les labels (y compris le nutriscore) et sont plus largement moins attentifs aux labels ou aux mentions sur les produits alimentaires que la moyenne des Français.



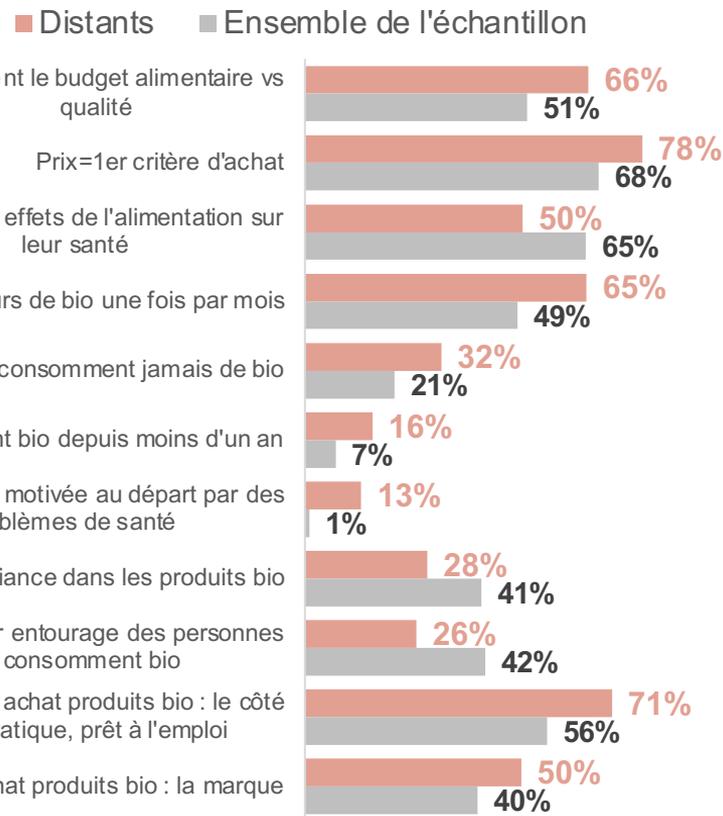
## Les distants : 31% de la population

Les membres du groupe des distants représentent 31% de l'échantillon. Ils sont un peu moins diplômés et moins aisés que la moyenne. Ils se révèlent également moins préoccupés que la moyenne par les enjeux environnementaux, et moins attentifs aux effets de l'alimentation sur leur santé. Ils associent plus fréquemment que la moyenne le « bien manger » au plaisir des sens et à la convivialité et ont plus largement un rapport plus distancié à l'alimentation.

Les membres de ce groupe consomment rarement voire pas du tout de produits bio. Ceux qui en consomment ont une consommation plus récente que la moyenne. Leur consommation de bio est, davantage que la moyenne, motivée au départ par des problèmes de santé, par habitude familiale ou par un évènement dans leur vie. C'est aussi plus souvent pour ces raisons qu'ils continuent de consommer bio. Leurs critères d'achat des produits bio sont, davantage que la moyenne, le côté pratique et prêt à l'emploi des produits, ou la marque. Les freins à la consommation de produits bio sont plus souvent le prix et l'absence d'intérêt que pour le reste des Français.

Ils ont cependant de plutôt bonnes représentations des produits bio (sauf pour le goût). Ils sont également assez confiants dans l'information sur les produits bio mais s'estiment plus souvent mal informés. Ils ont de fait une moins bonne connaissance des normes bio que la moyenne des Français.

Seuls ¼ des membres du groupe des distants ont dans leur entourage une personne qui consomme bio quotidiennement.

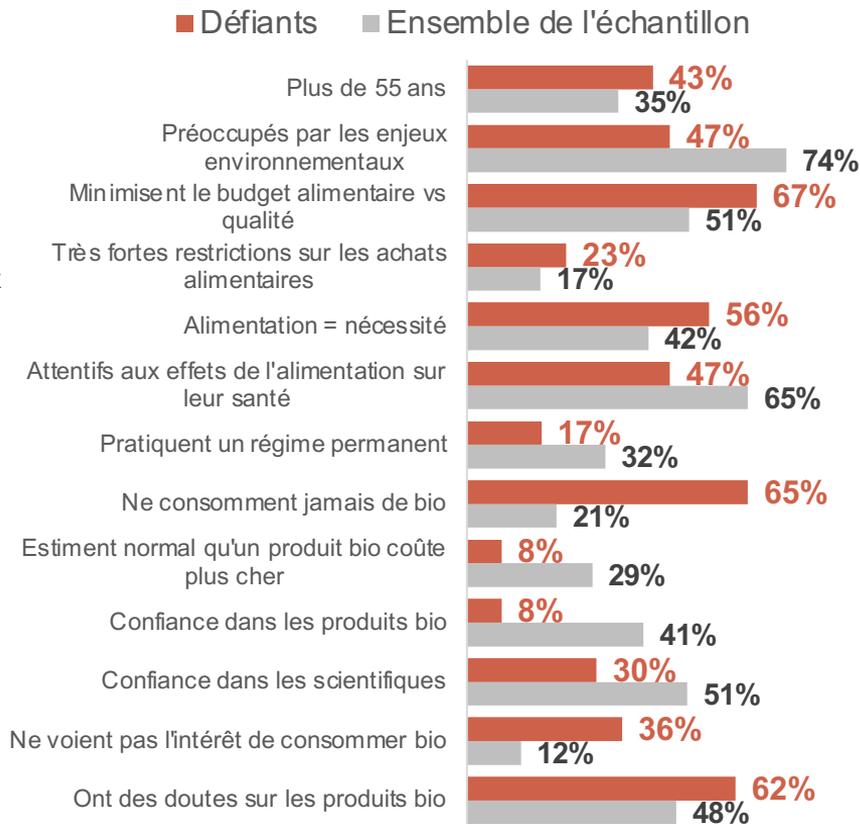


## Les défiants : 16% de la population

Les membres du groupe des défiants représentent 16% de l'échantillon. C'est le groupe le plus âgé de la typologie (43% ont plus de 55 ans) et aussi le moins diplômé. C'est le groupe qui se sent le moins concerné par les enjeux environnementaux, et qui est également le moins inquiet des effets de l'alimentation sur la santé. L'alimentation est pour eux nettement plus souvent une nécessité que pour le reste des Français. Peu attentifs aux effets de l'alimentation sur leur santé, ils portent également une attention moins importante que la moyenne aux mentions sur les produits alimentaires. Le prix des produits alimentaires est en revanche un critère de choix nettement plus marqué chez les membres de ce groupe, dont près d'un quart s'imposent d'importantes restrictions sur leurs dépenses alimentaires.

Le groupe des défiants est celui qui consomme le moins de produits bio : 65% de ses membres n'en consomment jamais. Le manque d'intérêt et les doutes sur les produits bio sont des freins nettement plus marqués chez ces consommateurs. Près de 8 membres de ce groupe sur 10 trouvent anormal qu'un produit bio coûte plus cher qu'un produit non-bio. Ils témoignent d'une perception très dégradée du bio, et plus largement de l'ensemble des acteurs de l'alimentaire envers lesquels ils se montrent nettement plus défiants que la moyenne, notamment concernant les labels, les normes et les scientifiques.

86% des membres du groupe des défiants connaissent le label AB et 43% l'Eurofeuille. Leur connaissance des autres labels est également plus faible que la moyenne, en dehors du Nutriscore.





# 4. LA RESTAURATION HORS- DOMICILE

[Retour au sommaire](#)

## La restauration hors-domicile – A retenir

### Une offre de plats bio jugée globalement insuffisante

Interrogés sur leurs achats de produits préparés ou leur consommation alimentaire hors-domicile, 30% des Français déclarent consommer des plats préparés surgelés au moins 2 à 3 fois par mois, 29% des plats pris dans un restaurant et une proportion similaire (28%) des plats tout prêts du rayon traiteur frais ou des plats ou sandwiches vendus chez des artisans de l'alimentaire.

Si le fait de pouvoir consommer des produits bio arrive en dernière position des motivations à manger au restaurant ou à se faire livrer des repas (sélectionnée cependant par respectivement 54% et 56% des Français concernés), l'offre de plats bio y jugée insuffisamment développée par 40% des Français consommant dans les restaurants (pour 37% qui la considèrent comme suffisante) et 44% de ceux qui achètent des plats à emporter ou à livrer (33% jugent l'offre de plats bio suffisante). Pour autant, sur les différents types de restauration hors-domicile testés, entre 20% et 25% des consommateurs concernés se déclarent non intéressés par une offre de produits bio.

Seule la restauration d'entreprise (qui concerne 29% de la population) fait relativement bonne figure : 45% des Français concernés estiment l'offre de plats bio

suffisamment développée, pour 40% qui la trouvent insuffisante.

### Le repas du midi en semaine : un moment qui appelle la praticité

68% des Français déclarent réserver moins de 45 minutes à leur déjeuner du midi en semaine, temps de préparation compris. Ils sont même 28% à y consacrer moins de 30 minutes.

C'est notamment le cas des actifs qui ne sont jamais en télétravail ou des Français se situant dans le milieu du cycle de vie (35-54 ans).

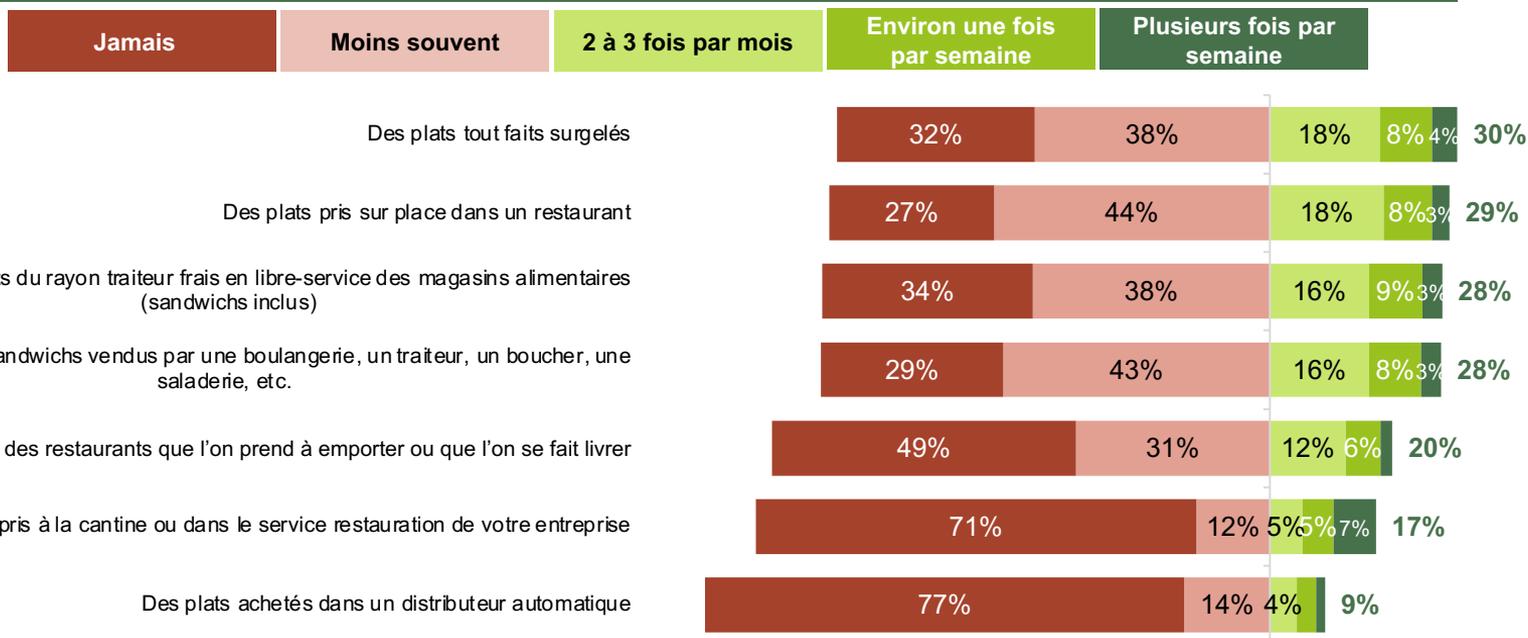
Si pour 93% des Français, ce repas est généralement composé d'un plat, ce dernier est accompagné d'autres éléments pour moins de la moitié des Français. Il s'agit le plus souvent d'un dessert (44%) ou d'un fruit (36%).

Ainsi, le peu de temps dédié au repas de midi en semaine ou la relative simplicité de sa composition appuient le constat précédent quant à la demande de fonctionnel et de praticité dans la cuisine et par conséquent la nécessité de développer une offre de plats biologiques adaptée à ce contexte.

## Consommation de plats préparés hors domicile

A quelle fréquence consommez-vous les produits suivants ?

Base totale, n=4000

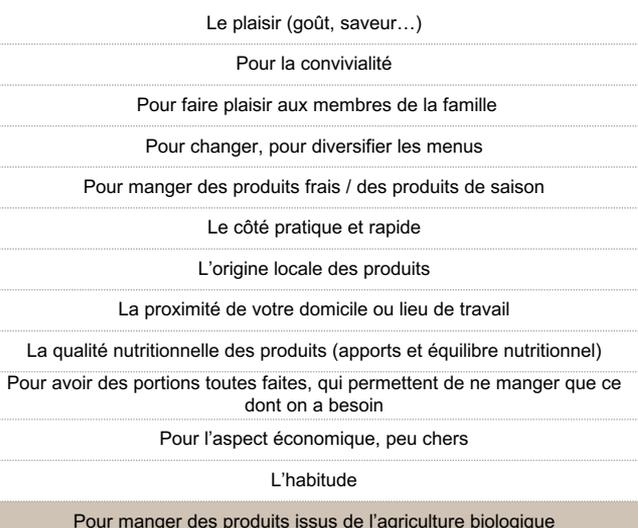
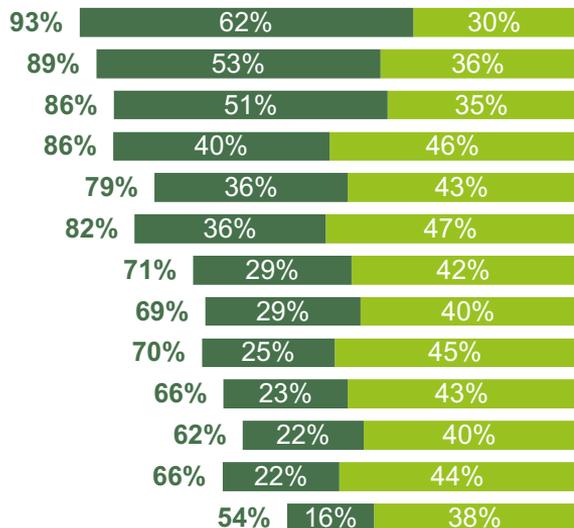


# Motivations à la fréquentation des restaurants

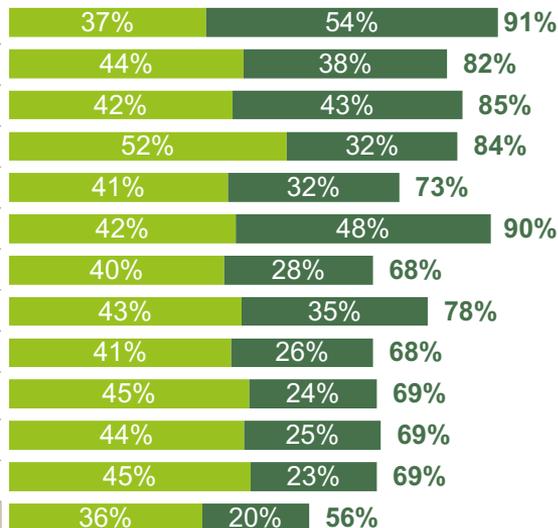
Dans quelle mesure les éléments suivants contribuent-ils à votre choix de ce type de restauration ?

Bases : Plats pris sur place dans un restaurant, n=2990 ; Plats à emporter ou à livrer, n=2116

## Des plats pris sur place dans un restaurant



## Des plats proposés par des restaurants à emporter ou à livrer



# Motivations liées à la consommation de produits biologiques

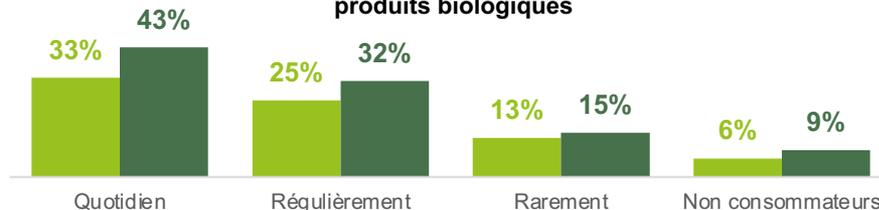
Dans quelle mesure les éléments suivants contribuent-ils à votre choix de ce type de restauration ?  
« Pour manger des produits issus de l'agriculture biologique »

Bases : Plats pris sur place dans un restaurant, n=2990 ; Plats à emporter ou à livrer, n=2116

% « Beaucoup » - En fonction de la fréquence de télétravail



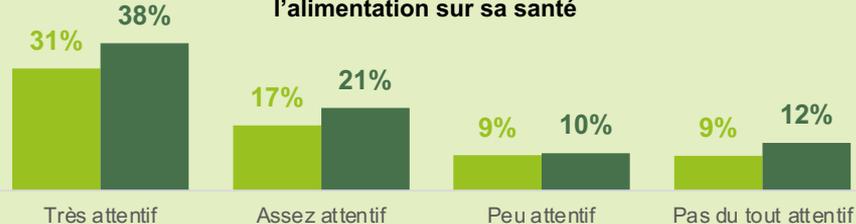
% « Beaucoup » - En fonction de la fréquence de consommation de produits biologiques



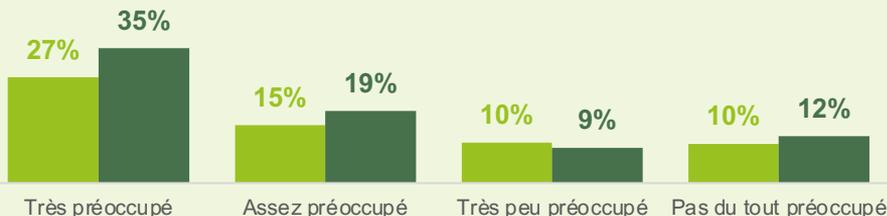
Sur place

A emporter/livrer

% « Beaucoup » - En fonction de l'attention portée aux effets de l'alimentation sur sa santé



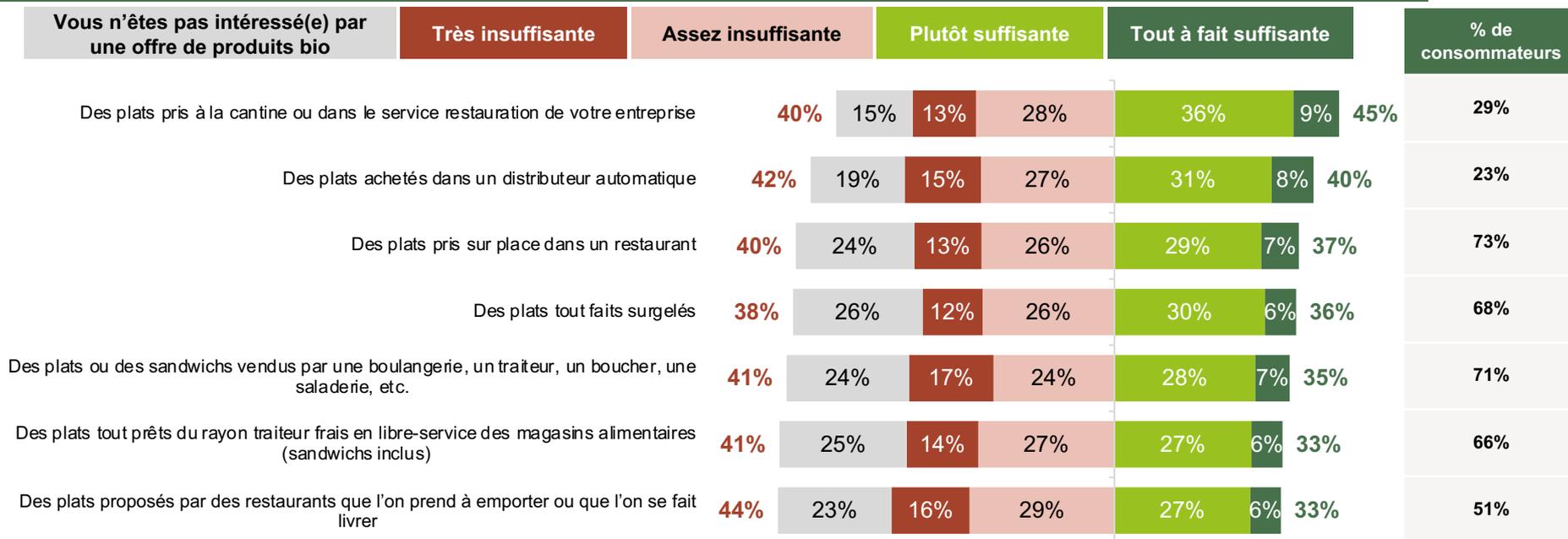
% « Beaucoup » - En fonction de la sensibilité aux enjeux environnementaux



## Perception de l'étendue de l'offre de bio en RHD

Vous avez déclaré consommer les types de plats suivants. Concernant ces plats, diriez-vous que l'offre de bio y est...

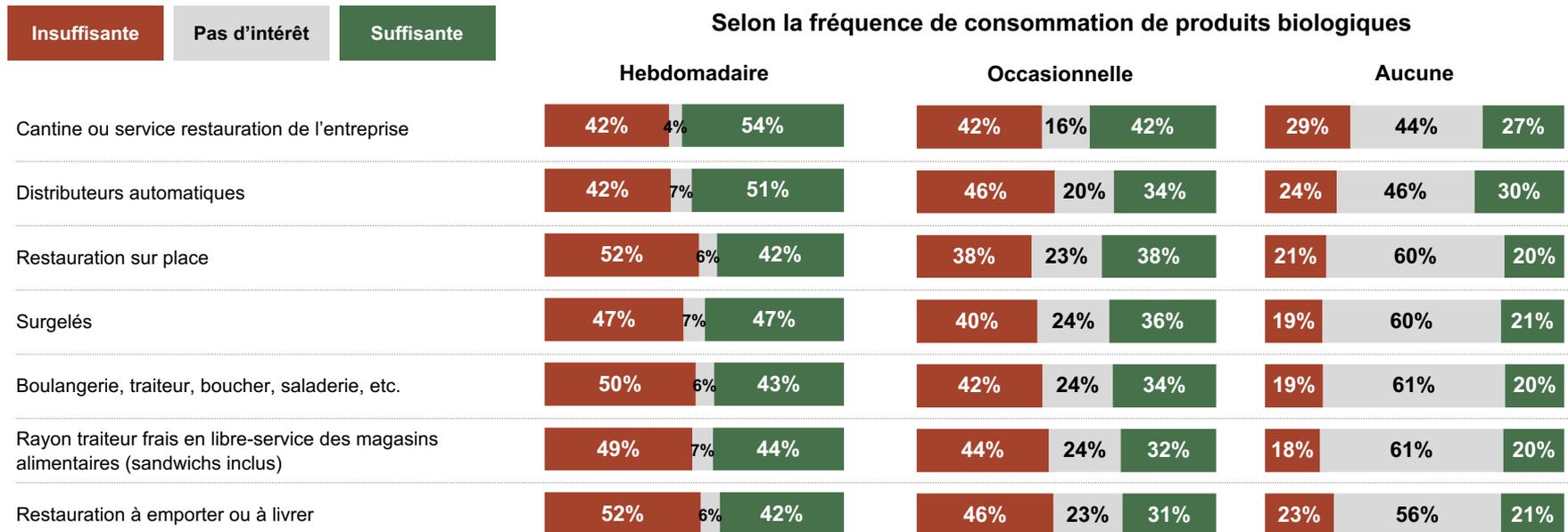
Base : consommateurs des différents types de plats ; n=912 à 2674



## Perception de l'étendue de l'offre de bio en RHD

Vous avez déclaré consommer les types de plats suivants. Concernant ces plats, diriez-vous que l'offre de bio y est...

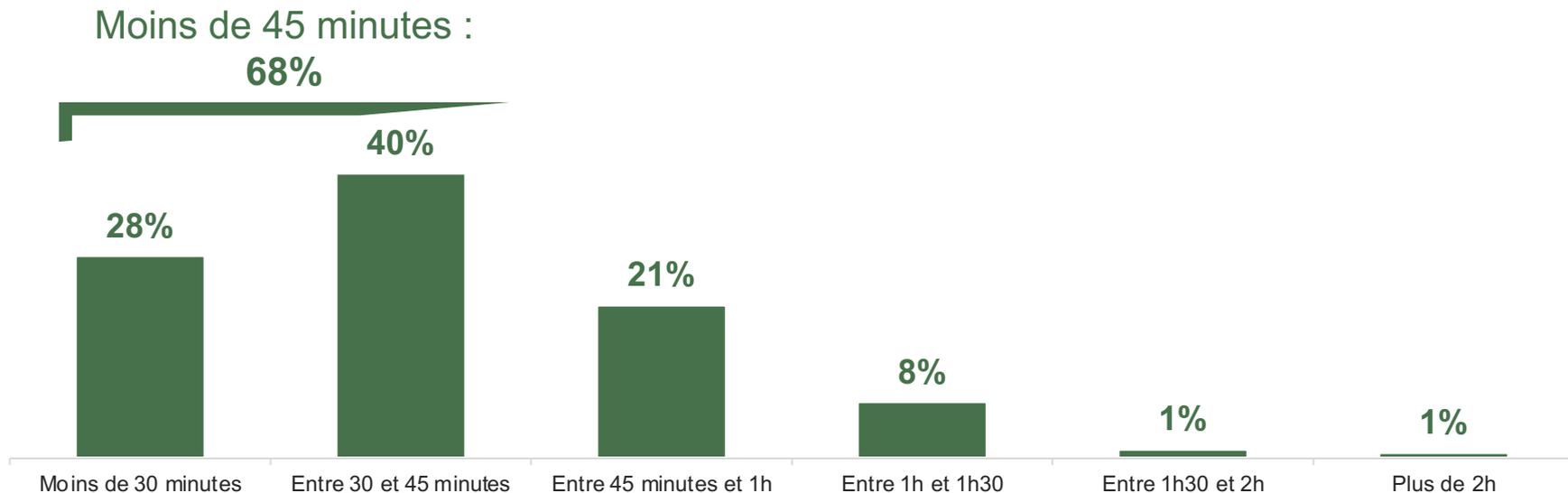
Base : consommateurs des différents types de plats ; n=912 à 2674



## Le temps consacré au déjeuner en semaine

Combien de temps réservez-vous généralement au déjeuner du midi en semaine (temps de préparation compris) ?

Base totale, n=4000

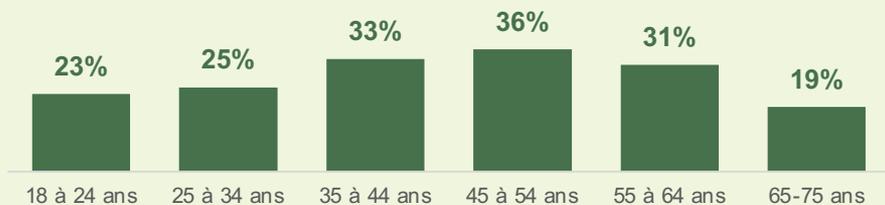


## Le temps consacré au déjeuner en semaine

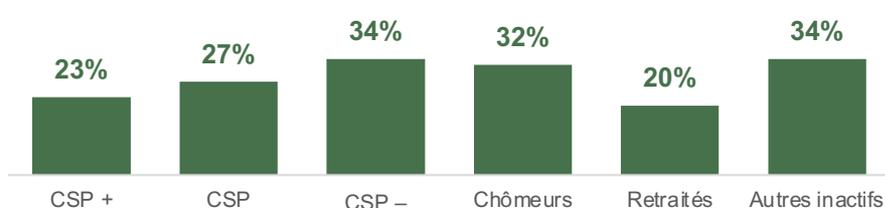
Combien de temps réservez-vous généralement au déjeuner du midi en semaine (temps de préparation compris) ?

Base totale, n=4000

% « Moins de 30 minutes » - En fonction de l'âge



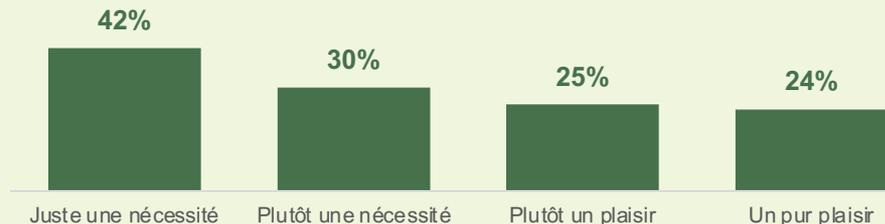
% « Moins de 30 minutes » - En fonction de la catégorie socioprofessionnelle



% « Moins de 30 minutes » - En fonction de la fréquence de télétravail



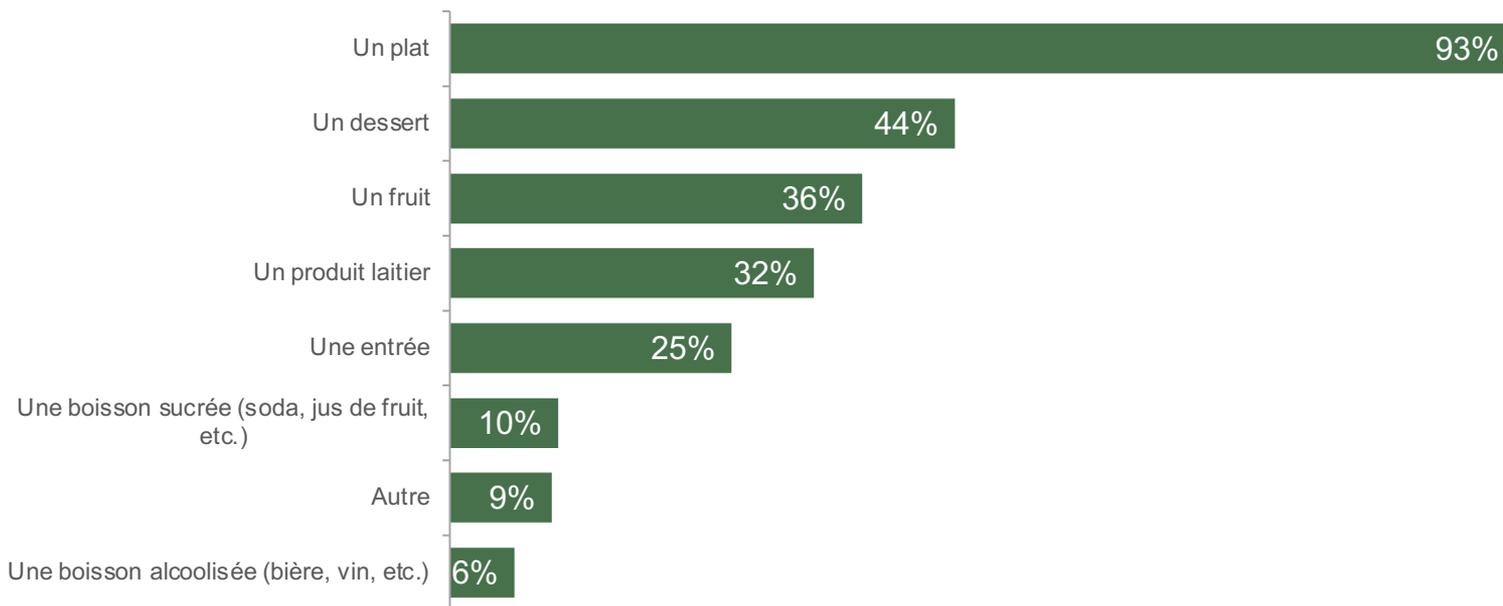
% « Moins de 30 minutes » - En fonction du rapport à l'alimentation



## Composition du déjeuner

Généralement, votre repas du midi en semaine est composé de... ?

Base totale, n=4000



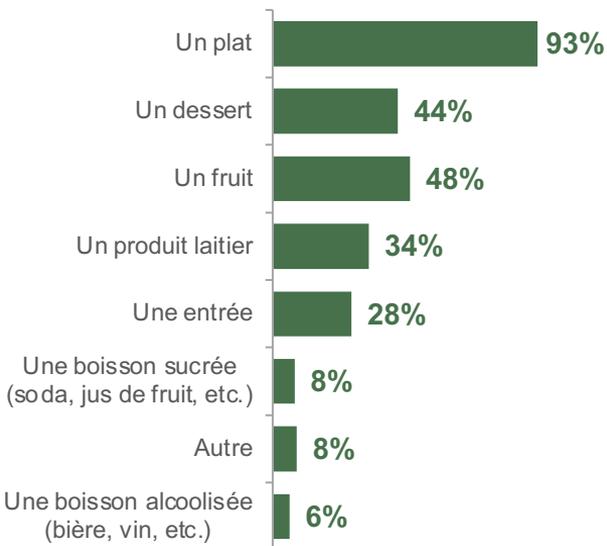
# Composition du déjeuner

Généralement, votre repas du midi en semaine est composé de... ?

Base totale, n=4000

En fonction de la fréquence de consommation de produits biologiques

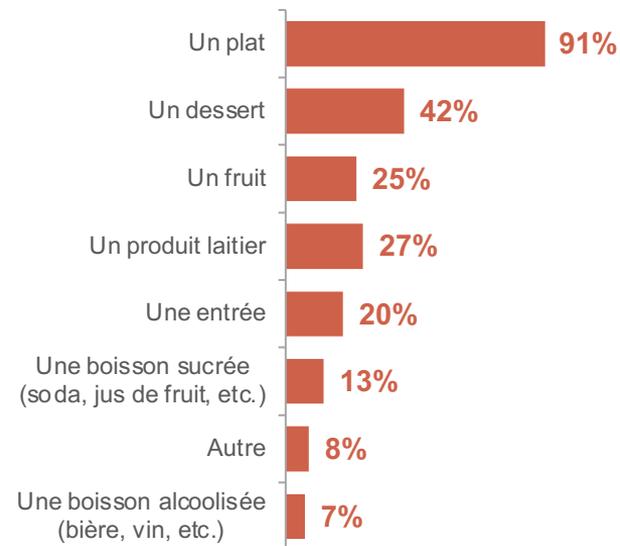
## Hebdomadaire



## Occasionnelle



## Non consommateurs de bio



## Participation de l'employeur au budget repas

Votre employeur contribue-t-il financièrement au budget repas de ses salariés (titres-restaurants, restaurant d'entreprise, indemnité de panier, etc...) ?

Base : actifs occupés, n=2430

