

Baromètre de consommation et de perception des aliments biologiques en France.



2 000 Français âgés de 18 ans et plus, échantillon représentatif de la population française, ont été interrogés sur leur consommation et leur perception des aliments biologiques par une étude quantitative en ligne (via le panel SPIRIT INSIGHT) entre le 15 et le 27 novembre 2019. Ils ont répondu à un questionnaire auto-administré d'une vingtaine de minutes comprenant : une première partie commune à tous les participants et une seconde posée uniquement aux consommateurs de produits biologiques (au moins une fois par mois).

- Consommation des aliments biologiques en France

71 % des français consomment des aliments biologiques au moins une fois par mois, ceci est stable depuis deux ans, et 47 % sont des consommateurs réguliers (au moins une fois par semaine, vs 37 % en 2015). Les moins de 35 ans sont les plus sensibilisés, 72 à 78 % d'entre eux en consomment régulièrement, alors que les plus réfractaires sont les 50-64 ans (14 %) et les moins aisés (CSP- et inactifs, 11 %).

Pour ceux qui en consomment tous les jours, le bio représente 25 à 50 % des volumes consommés pour 1/3 d'entre eux et 50 à 75 % pour un autre 1/3. 20 % sont des consommateurs exclusivement de bio.

- Pour quelles raisons consomme-t-on des produits biologiques en France ?

Les français consomment des aliments biologiques pour préserver leur santé (59 %, surtout les seniors et les femmes), pour le goût et la qualité des produits (51 %), pour préserver l'environnement (45 %), parce que l'offre bio dans leurs lieux d'achats habituels est accessible (34 %), pour le bien-être animal (34 %) et, surtout chez les 18-24 ans, pour des raisons éthiques et/ou sociales (juste rémunération des producteurs, pas d'exploitation des travailleurs salariés, bonnes conditions de travail..., 31 %).

- « Manger moins mais mieux manger » : changement de comportement alimentaire des français

Plus de la moitié des Français (58 %) ont modifié leurs habitudes alimentaires au cours des trois dernières années, et surtout les consommateurs d'aliments biologiques (67 %, + 18 points en 3 ans), les femmes (63 %), les 25-34 ans (64 %), et les catégories socioprofessionnelles plus aisées (63 %).

Pour plus de 50 %, ils ont ainsi limité les pertes et le gaspillage en achetant plus de produits frais et de produits de saison et en privilégiant les produits locaux et les circuits courts. Les français sont aussi de plus en plus sensibilisés au « fait maison », présentant un intérêt croissant quant à l'origine des aliments et des méthodes de production lors de la composition des repas, ils évoquent leur plaisir à prendre à nouveau le temps de cuisiner pour assurer une alimentation saine et variée à leur foyer. Ils sont aussi plus attentifs aux prix des produits, à leur origine, leur qualité et ils privilégient les circuits courts. On assiste à une prise de conscience globale de l'importance de « manger moins

mais mieux » avec une progression du régime flexitarien (= consommer moins de viande rouge ou de poisson sans y renoncer totalement) qui séduit 11 % des français.

- Ce sont surtout les jeunes qui s'engagent vers une consommation plus responsable

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

Ainsi, par un mode de production respectueux de la planète, des hommes, des animaux et de tout l'écosystème, les jeunes générations ont pleinement intégré toute la philosophie de l'agriculture biologique.

- Qu'en est-il des seniors ?

Les seniors commencent, quant à eux, à revendiquer une démarche citoyenne dans leurs modes de consommation : ils sont particulièrement sensibles à la qualité des produits et privilégient des produits de saison (61 %), ainsi que des produits avec un minimum de pesticides (35 %). Ils consomment des produits locaux (51 %) et souhaitent assurer une meilleure rémunération des producteurs (31 %). Ils sont donc très attentifs aux enjeux économiques et sociétaux de l'agriculture biologique.

- Perception des logos et points de vente

97 % des Français connaissent le logo AB, contre seulement 63 % pour le logo européen, « l'Euro feuille ». Pour une large majorité des Français (64 %), la perception des deux labels en termes de qualité est équivalente. Cependant, 1/3 des consommateurs de produits biologiques attribue une qualité supérieure aux aliments biologiques identifiés par le logo AB (notamment les hommes, les 35-49 ans et les CSP +). 56 % des Français pensent que le cahier des charges de l'agriculture biologique est devenu plus contraignant au cours des 5 dernières années et plus de 60 % estiment ne pas avoir assez d'informations sur la réglementation en agriculture biologique et le contrôle des produits.

Les Grandes et Moyennes Surfaces (GMS) restent le circuit d'achat le plus fréquemment cité par les consommateurs bio, tous produits confondus, mais il est en baisse, au profit des points de vente à taille plus humaine, plus proches du domicile et privilégiant une relation directe avec les producteurs. Ainsi, c'est d'abord chez les artisans (boulangers-pâtisseries, bouchers-charcutiers et primeurs) que les consommateurs attendent de trouver plus de produits bio, et les marchés, surtout les seniors. Les commerces de proximité et les achats en direct chez le producteur se maintiennent. Le drive et Internet sont plus utilisés par les plus jeunes.

Source [Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France. Etude Spirit Insight pour l'Agence BIO. - Dossier de presse - Février 2020](#)

Source image : <https://pixabay.com/fr/photos/1%C3%A9gumes-v%C3%A9g%C3%A9talien-en-bonne-sant%C3%A9-1085065/>