



Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France

13^{ème} édition

Janvier 2016
Étude n°1400610

CSA
COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Sommaire

INTRODUCTION	3
Contexte	4
Méthodologie	5
ECHANTILLON	7
SYNTHESE	9
RESULTATS DETAILLES	
1. Les Français et les produits biologiques	13
1.1. Consommation de produits biologiques	14
1.2. L'aspect prix et budget alimentaire	23
1.3. L'information sur les produits biologiques	28
1.4. Les produits biologiques vus par les Français	38
1.5. La place de l'environnement	45
1.6. Les attentes des Français vis-à-vis de l'offre Bio	51
2. Les consommateurs-acheteurs de produits biologiques	58
2.1. Ancienneté, raisons et impact de la consommation de produits biologiques	59
2.2. Les différents produits biologiques consommés	74
2.3. Les lieux d'achat de produits biologiques	88
2.4. Perspectives et avenir	99
ANNEXES	105
1. Focus sur les 18-24 ans	106
2. Détail des lieux d'achat par produit	109
3. Fiches récapitulatives par produit	130

INTRODUCTION

Contexte de l'édition 2015

- Depuis 2003, un baromètre de consommation et de perception des produits biologiques est réalisé habituellement en octobre-novembre auprès des Français par l'Agence Bio avec l'appui de CSA.
- Afin d'adapter le mode de recueil aux nouvelles techniques d'enquêtes, une mesure complémentaire a été réalisée on line en mars 2014. Pour s'assurer d'une méthodologie comparable, plusieurs indicateurs clés ont été mesurés et validés entre temps à la fois en face-à-face (approche historique) et on line (nouvelle approche) pour s'assurer de la bonne transition entre ces deux modes de recueil.
- En 2015, le dispositif de suivi barométrique de consommation et de perception des produits biologiques s'est déroulé uniquement **on line**, et selon **2 phases de terrain** pour couvrir une période glissante :



- Après la 1^{ère} phase de terrain, l'Agence Bio disposait ainsi déjà de 1^{ères} tendances de l'année en cours; la 2^{ème} phase vient consolider cette mesure annuelle.

Méthodologie



Mesures 2015

Mode de recueil	Etude quantitative réalisée on line via notre panel d'internautes Grand Public Le recueil des données a été effectué à l'aide du système CAWI (Computer Assisted Web Interview)			
Date de terrain	Phase 1 : Du 22 au 28 janvier 2015	Phase 2 : Du 3 au 8 décembre 2015		
Cible	500 Français âgés de 18 ans et plus national représentatifs en termes de sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle du chef de famille, région et taille d'agglomération de résidence	500 Français âgés de 18 ans et plus national représentatifs en termes de sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle du chef de famille, région et taille d'agglomération de résidence		
Questionnaire	Questionnaire d'une vingtaine de minutes <table border="1"><tr><td>Une partie commune posée à tous les interviewés base : population française questionnaire de 13 minutes</td><td>Une partie posée uniquement aux consommateurs* base : consommateur de produits bio 10 minutes supplémentaires</td></tr></table>		Une partie commune posée à tous les interviewés base : population française questionnaire de 13 minutes	Une partie posée uniquement aux consommateurs* base : consommateur de produits bio 10 minutes supplémentaires
Une partie commune posée à tous les interviewés base : population française questionnaire de 13 minutes	Une partie posée uniquement aux consommateurs* base : consommateur de produits bio 10 minutes supplémentaires			

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

Tests de significativité à partir de 95%

Remarques préliminaires

- Dans ce rapport, les deux vagues de mesure 2015 sont présentées (V1 et V2), ainsi que le résultat consolidé sur l'ensemble de l'année 2015 : *consolidé*
- La mesure historique « Point 0 » réalisée en Face-à-face est également indiquée par le logo suivant : 
- Certaines questions ajoutées lors de la seconde vague d'enquête de l'année 2015 sont identifiées : 

Echantillon



Echantillon représentatif de la population Française

	Mesure 2015	
	Brut	Redressé
BASE	1007	1007
SEXE		
Homme	47%	48%
Femme	53%	52%
AGE		
18-24 ans	11%	11%
25 - 34 ans	16%	16%
35 - 49 ans	27%	27%
50 - 64 ans	25%	25%
65 et plus	20%	21%
<i>Age Moyen</i>	<i>46,9</i>	<i>47,2</i>
PROFESSION INTERVIEWE		
CSP +	21%	23%
CSP -	38%	37%
Inactifs	41%	40%

	Mesure 2015	
	Brut	Redressé
BASE	1007	1007
TAILLE D'AGGLOMERATION		
Communes rurales	22%	23%
De 2 000 à - 20 000 habitants	17%	17%
De 20 000 à - 100 000 habitants	14%	14%
100 000 habitants et plus	30%	30%
Agglomération Parisienne	17%	17%
REGIONS		
Région Parisienne	18%	18%
Nord	7%	6%
Est	8%	8%
Bassin Parisien Est	8%	9%
Bassin Parisien Ouest	10%	10%
Ouest	13%	13%
Sud-Ouest	11%	11%
Sud-Est	12%	12%
Méditerranée	13%	13%
NOMBRE D'ENFANTS AU FOYER		
1 personne	20%	20%
2 personnes	38%	38%
3 personnes	19%	19%
4 personnes	17%	17%
5 personnes et plus	7%	7%
<i>Nombre Moyen</i>	<i>2,6</i>	<i>2,5</i>

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

SYNTHESE



csa

COMPRENDRE
POUR MIEUX DECIDER

Les Français et la Bio

Des produits en lesquels les Français ont confiance, malgré un sentiment d'information toujours à optimiser

Une filière bien perçue des Français, et en laquelle ils ont confiance :

82% des Français ont confiance dans les produits de l'agriculture biologique (dont 17% ont tout à fait confiance).

Celle-ci est, pour 78% d'entre eux, **une solution face aux problématiques environnementales**. Notons par ailleurs la **très bonne perception** de la filière par les Français, en termes de : **environnement & naturalité** (*sans OGM : 90%, sans colorants et arômes artificiels : 75%*), **production & contrôles** (*cahier des charges strict : 88%, contrôles annuels : 80%*) et **éthique** (*bien-être animal : 87%*).

Associée à une image positive des bénéfices des produits biologiques :

Les produits biologiques présentent une image **très marquée santé** (*naturels : 91%, bons pour la santé : 89%, qualités nutritionnelles préservées : 79%*), **environnement** (*bons pour l'environnement : 90%*), avec une reconnaissance de leur **goût** (*ont meilleur goût : 72%*).

Avec un intérêt déclaré pour le développement de l'offre bio :

9 Français sur dix déclarent privilégier les produits eco responsables dans leurs actes d'achat. Ils sont d'ailleurs 7 Français sur 10 à avoir acheté des produits non alimentaires biologiques (produits d'entretien et cosmétiques notamment).

Par ailleurs, les Français semblent avoir un **intérêt croissant pour l'offre bio hors domicile**, notamment les restaurants (79%) et la restauration collective (hôpitaux : 75%, maisons de retraite : 74%, centres de vacances : 71%)... Mais également **dans l'ensemble de leurs lieux d'achat habituels**, notamment les **GMS** (69%), le **marché** (44%) et les **artisans** (44%).

Malgré un sentiment de ne pas être assez informés :

Quasiment tous les Français connaissent le logo Français AB. Mais seul **1 Français sur 2 se considère bien informé sur la Bio**. Les Français se déclarent principalement en **manque d'informations sur** : **le mode de production** biologique (48% de bien informés), **les contrôles** (36%) et **le mode de transport** (27%). A noter que les principaux canaux d'information à propos de la Bio sont la publicité (40%) et les documentaires / reportages (39%).

La consommation de produits bio

Une consommation bio en progression et réfléchie

Une hausse de la part de consommateurs réguliers de produits biologiques :

La part des consommateurs de produits biologiques au moins une fois par mois **poursuit sa croissance** amorcée en 2012 (37% des Français en 2003 vs. 43% en 2012 vs. 65% en 2015). Le **recrutement de nouveaux consommateurs** de produits biologiques (ancienneté = 2 ans ou moins) se **maintient** (26%).

Les produits biologiques les plus consommés restent **les fruits et légumes** (78%), suivis **des produits laitiers** (65%), **des œufs** (53%) et de **l'huile/épicerie** (51%). A noter que **93% des consommateurs envisagent d'augmenter ou de maintenir leur consommation de produits biologiques au cours des 6 prochains mois**.

Passer au bio change les habitudes d'un consommateur sur trois :

Les consommateurs de produits biologiques déclarent être passés au bio pour préserver leur **santé principalement** (63%), **préserver l'environnement** (58%) et pour **la qualité et le goût des produits** (56%).

Les consommateurs ayant modifié leur comportement et leurs habitudes achètent **de plus en plus bio** (73%), plus de **produits de saison** (70%), de **produits frais** (63%) et **évitent davantage les pertes et le gaspillage** (56%).

Consommer bio est un choix et non une habitude :

Les consommateurs de produits biologiques se définissent comme **Vigilants** (82% consomment bio pour leur santé et celle de leurs enfants) et **Pragmatiques** (81% consomment bio pour des produits bien particuliers, ou quand ils en trouvent). 59% d'entre eux s'estiment **Engagés** (pour soutenir l'agriculture biologique) et 55% sont **Hédonistes** (par plaisir).

Consommer bio est une **habitude pour seulement 13%** des consommateurs.

Les achats de produits bio

Des achats avant tout réalisés en GMS, et toujours freinés par le prix et un manque de réflexe

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

La part d'acheteurs de produits biologiques, par rapport à la 1^{ère} mesure historique réalisée en 2003, apparaît en nette progression (33% en 2003 vs. 55% en 2015).

Aujourd'hui, les produits biologiques sont principalement achetés en **grandes et moyennes surfaces** (81%), suivies par **le marché** (33%) et **les magasins spécialisés en produits bio** (29%). A noter que les consommateurs sont plus nombreux à se rendre dans **les magasins spécialisés** que chez **les artisans** (21%) mais qu'en termes de fréquence de fréquentation, ils y vont moins souvent.

Les paniers constituent également un mode de distribution non négligeable : 23% des consommateurs déclarent y avoir recours.

Le prix des produits au cœur de la problématique budgétaire des consommateurs :

Pour la majorité des acheteurs de produits biologiques, le **budget consacré à l'alimentaire** (bio ou non bio) est déclaré **stable** cette année ; et pour la grande majorité (79%), la part de **budget consacré aux produits biologiques reste faible** (<25%).

Par ailleurs, pour près de 9 consommateurs sur 10, **le prix** des produits biologiques **reste le principal frein à l'achat**, loin devant **le manque de réflexe** (56%), une offre inadaptée aux besoins (38%), le manque d'information (30%) ou l'absence d'une offre bio dans les lieux d'achat habituels (28%).

1. Les Français et les produits biologiques

1.1

Consommation de produits biologiques

CSA

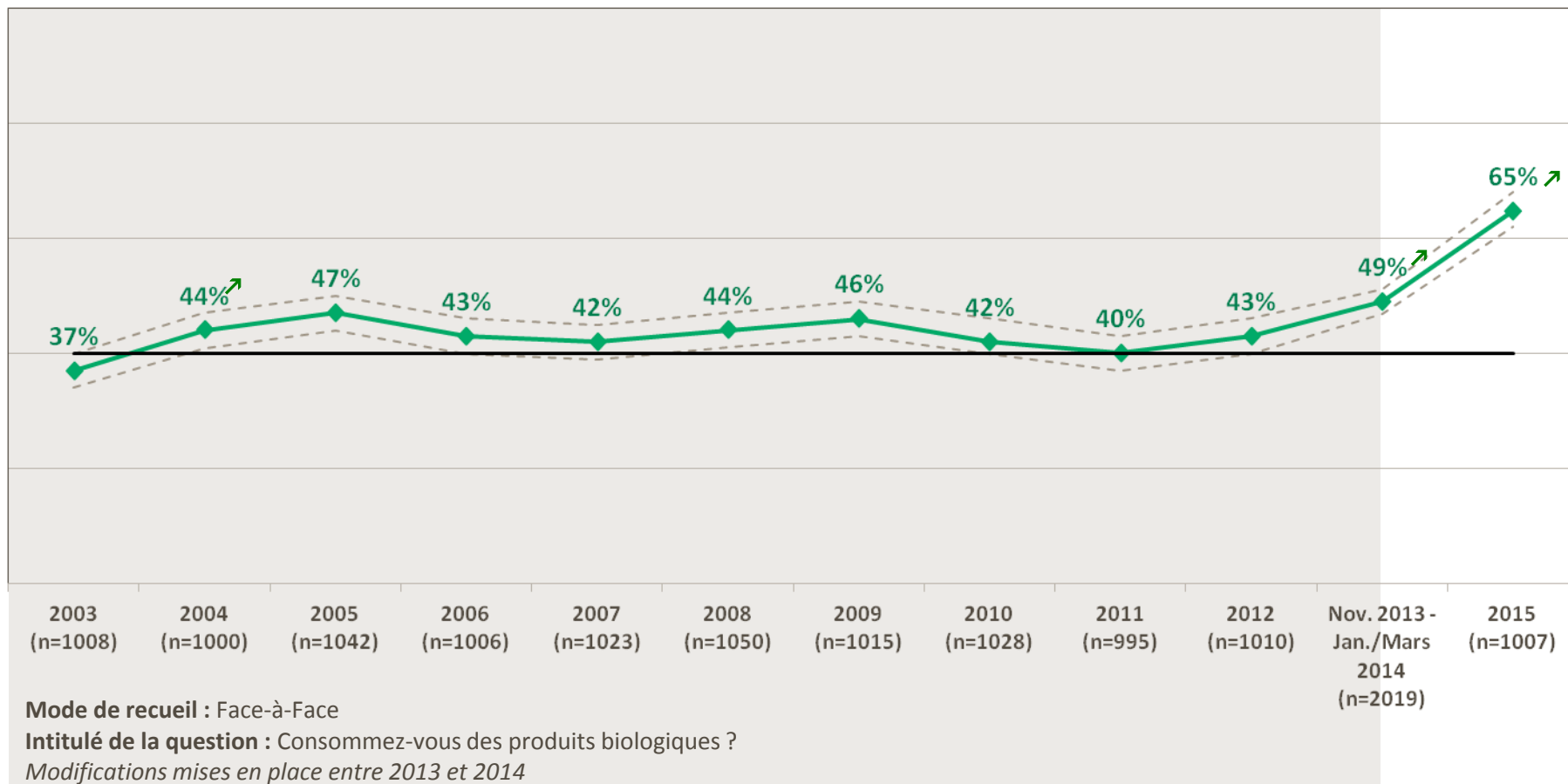
COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Evolution de la part de consommateurs de produits biologiques

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

Base total Français

% Consommateurs au moins une fois par mois



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

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

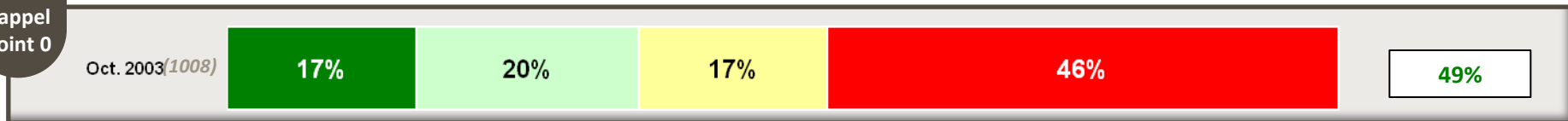
Part de consommateurs de produits biologiques

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

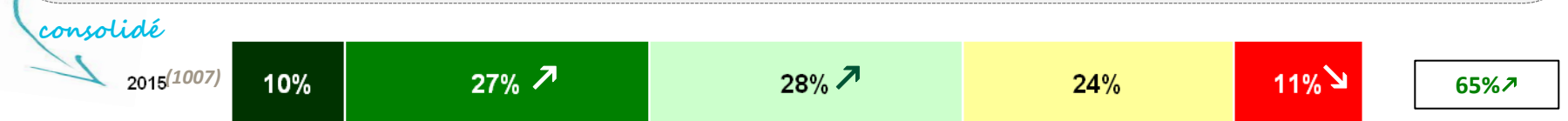
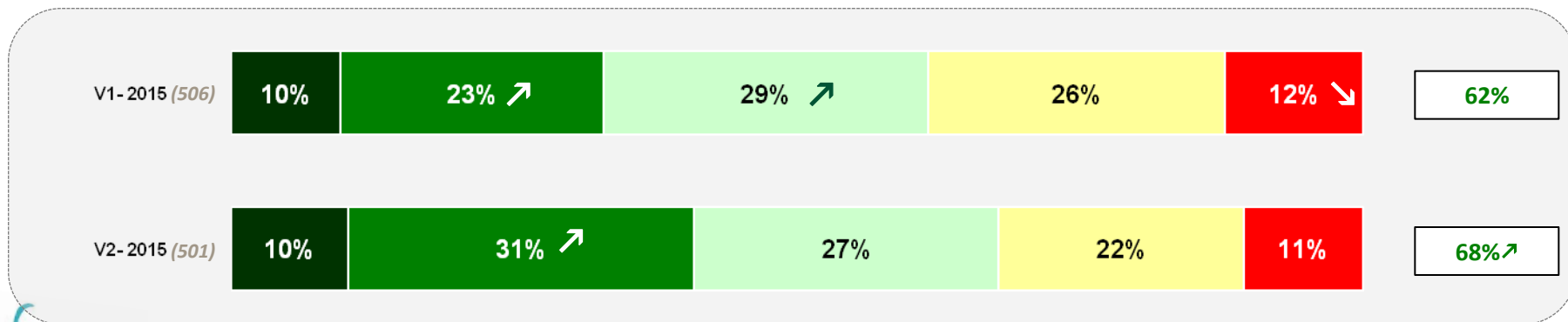
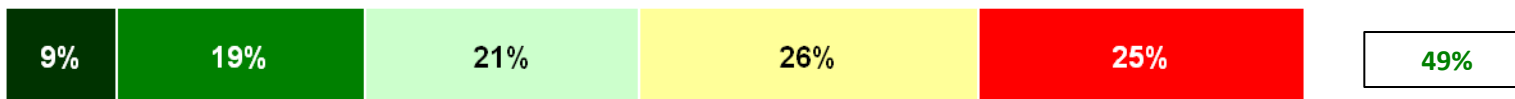
Base total Français

Consommateurs au moins une fois par mois

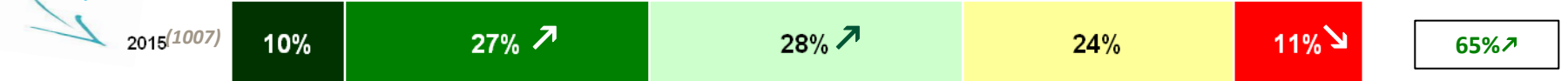
Rappel Point 0



Nov 2013 - Janv 2014 (2019)
Mars 2014



consolidé



■ Tous les jours ■ Au moins une fois par semaine ■ Environ une fois par mois ■ Moins d'une fois par mois ■ Jamais ■ nsp



Source : consolidé de l'ensemble des mesures 2013 et 2014

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

Part de consommateurs; critères discriminants

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

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1007	477	530	112	162	276	256	201	212	385	410
ST Consommateurs au moins une fois par mois	65%	64%	65%	71%	65%	54%	72%	66%	76%	60%	63%
Oui, tous les jours	10%	9%	11%	5%	12%	10%	11%	11%	11%	9%	10%
Oui, régulièrement (c'est-à-dire au moins une fois par semaine)	27%	28%	26%	31%	32%	18%	30%	28%	34%	23%	26%
Oui, de temps en temps (c'est-à-dire environ une fois par mois)	28%	26%	29%	34%	21%	26%	31%	27%	31%	27%	26%
Non consommateurs	35%	36%	35%	29%	35%	46%	28%	34%	24%	40%	37%
Oui, rarement (c'est-à-dire moins souvent qu'une fois par mois)	24%	24%	24%	18%	27%	29%	19%	24%	20%	25%	25%
Non, jamais	11%	12%	11%	12%	8%	17%	9%	10%	4%	15%	12%

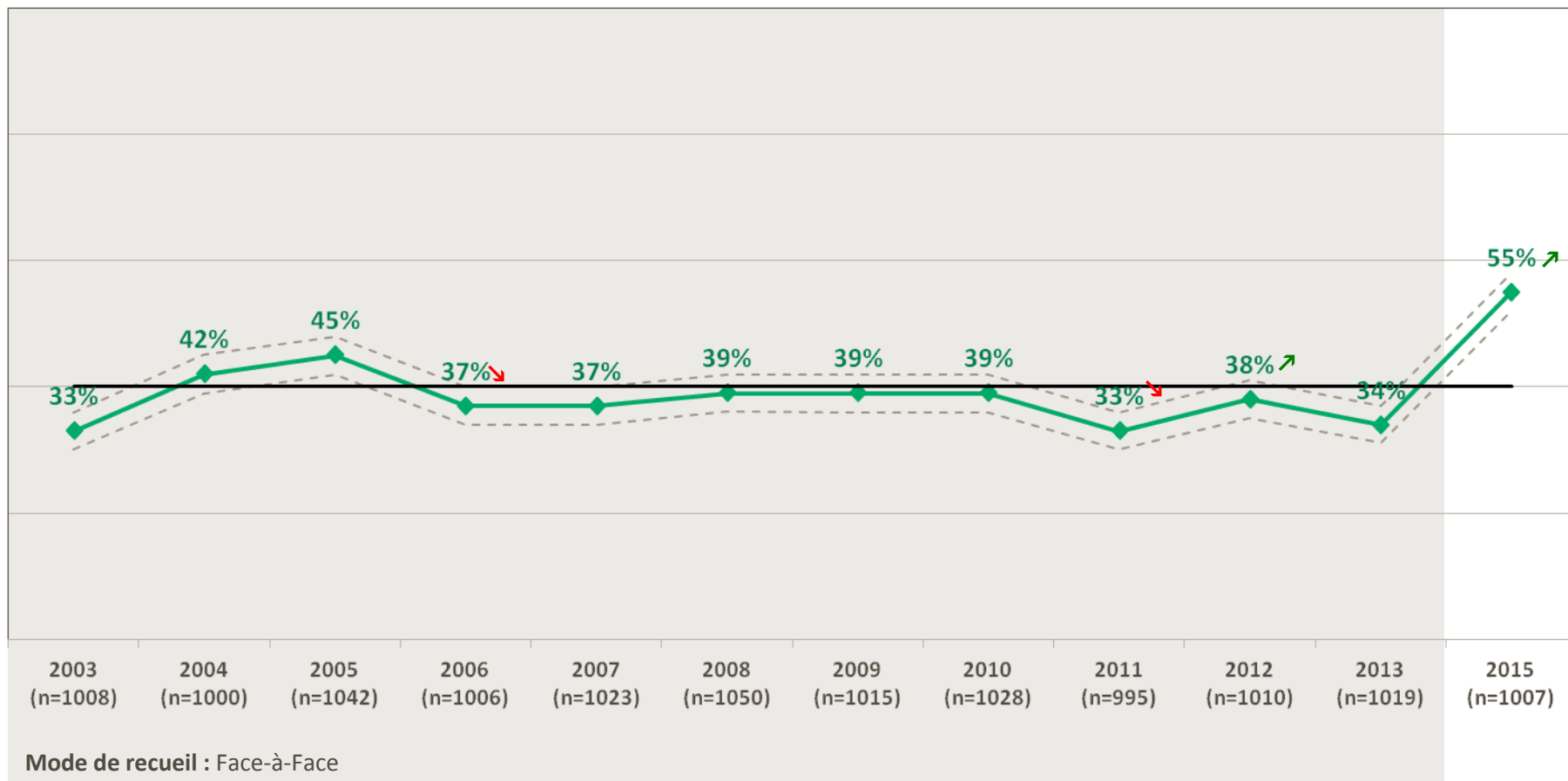
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1007	185	65	81	84	100	130	110	123	129
ST Consommateurs au moins une fois par mois	65%	69%	61%	59%	52%	69%	66%	56%	68%	72%
Oui, tous les jours	10%	11%	9%	11%	8%	9%	9%	11%	11%	9%
Oui, régulièrement (c'est-à-dire au moins une fois par semaine)	27%	24%	26%	26%	22%	31%	28%	22%	33%	29%
Oui, de temps en temps (c'est-à-dire environ une fois par mois)	28%	33%	26%	22%	22%	30%	28%	24%	24%	33%
Non consommateurs	35%	31%	39%	41%	48%	31%	34%	44%	32%	28%
Oui, rarement (c'est-à-dire moins souvent qu'une fois par mois)	24%	22%	22%	27%	33%	21%	23%	26%	26%	19%
Non, jamais	11%	9%	16%	15%	15%	10%	12%	17%	6%	9%

Evolution de la part d'acheteurs de produits biologiques

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

Base total Français

% Au cours des 4 dernières semaines



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

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

Part d'acheteurs de produits biologiques

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

Base Total Français : 1007

Rappel
Point 0

2003 (1008)

33%

16%

51%

V1- 2015 (506)

52%

28%

20%

V2- 2015 (501)

57%

25%

17%

consolidé

2015 (1007)

55%

27%

19%

■ Au cours des 4 dernières semaines ■ Pas au cours des 4 dernières semaines ■ N'achète pas de produit Bio ■ NSP

Part d'acheteurs; critères discriminants

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

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1007	477	530	112	162	276	256	201	212	385	410
Oui, vous avez acheté des produits biologiques au cours des 4 dernières semaines	55%	53%	56%	62%	61%	46%	56%	55%	65%	49%	53%
ST Non	45%	47%	44%	38%	39%	54%	44%	45%	35%	51%	47%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1007	185	65	81	84	100	130	110	123	129
Oui, vous avez acheté des produits biologiques au cours des 4 dernières semaines	55%	56%	51%	57%	43%	53%	51%	49%	63%	62%
ST Non	45%	44%	49%	43%	57%	47%	49%	51%	37%	38%

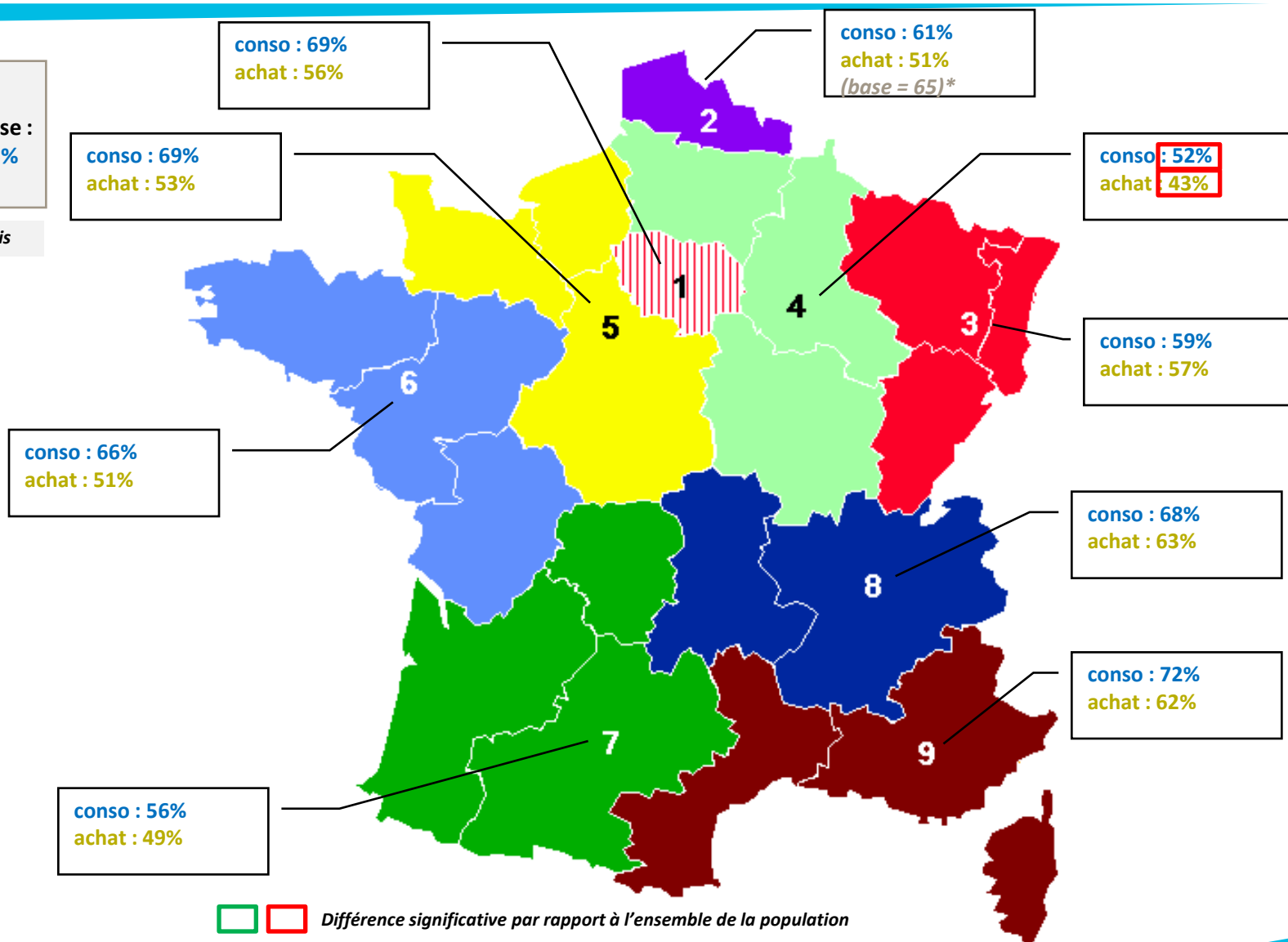
Focus sur les régions; consommation et achat

Rappel :

Sur la population française :

- consommateurs : 65%
- acheteurs : 55%

Base total Français



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

Après de l'ensemble des Français

- **L'augmentation de la part de consommateurs** de produits biologiques observée depuis 2012 **se renforce** cette année (68% fin 2015 vs 62% début 2015 vs. 49% en 2014 vs. 43% en 2012). Parallèlement, le niveau de non-consommateurs déclarés diminue significativement : **seulement 11% des Français déclarent n'avoir consommé aucun produit biologique au cours des 12 derniers mois** (vs 25% n'en ayant jamais consommé en 2014).
 - Le taux de consommateurs quotidiens reste cependant stable (10% vs 9% en 2014). C'est la part de consommateurs occasionnels qui progresse significativement (environ une fois par mois : +7 points au global 2015, environ une fois par semaine : +8 points au global 2015).
 - Les consommateurs de produits biologiques sont surreprésentés chez les 50-64 ans et les CSP+ .
-
- **Plus de la moitié des Français ont acheté des produits biologiques au cours des 4 dernières semaines et seulement 19% n'en n'ont jamais acheté.** A noter que cette part d'acheteurs déclarés apparaît en progression par rapport aux mesures historiques en face-à-face (33% d'acheteurs en 2003).
 - Les acheteurs de produits biologiques sont là encore surreprésentés chez les CSP+, quand les non acheteurs sont davantage les habitant du bassin parisien Est, les CSP- et les 35-49 ans.

1.2

L'aspect prix et budget alimentaire



csa

COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

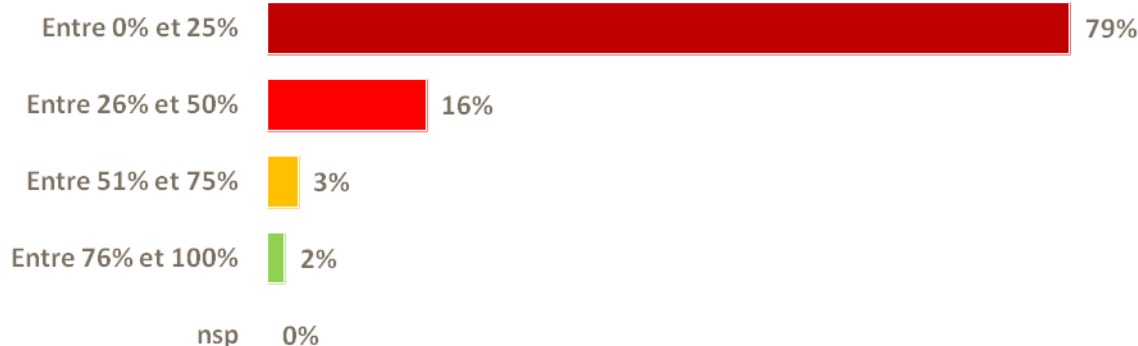
Budget consacré aux produits alimentaires biologiques

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

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

Base « a acheté des produits biologiques = 815

Part du budget consacré aux produits biologiques représente...



consolidé

	V2 2015 b=414	V1 2015 b=401
	77%	82%
	17%	14%
	4% ↗	2%
	1%	2%
	0%	0%

Budget consacré aux produits alimentaires ...

Base « a acheté des produits biologiques = 815



Delta
Augmentation -
Diminution

consolidé

Budget consacré aux produits alimentaires biologiques; critères discriminants

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

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

Base « a acheté des produits biologiques »

	Ensemble	Consommation de produits biologiques au cours des 12 derniers mois	
		ST Consommateurs au moins une fois par mois	ST Consommateurs réguliers
Total brut	815	635	368
Budget alimentaire au cours des 12DM			
A plutôt augmenté	27%	32%	42%
Est resté stable	57%	57%	<u>51%</u>
A plutôt diminué	16%	<u>11%</u>	<u>7%</u>
Part du budget alimentaire BIO			
Entre 0% et 25%	79%	<u>75%</u>	<u>62%</u>
Entre 26% et 50%	16%	20%	29%
Entre 51% et 75%	3%	3%	5%
Entre 76% et 100%	2%	2%	4%

Définition :

ST Consommateurs réguliers : Consommateurs au moins une fois par semaine

Budget consacré aux produits alimentaires biologiques; critères discriminants

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

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

Base « a acheté des produits biologiques »

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	815	377	438	93	132	213	210	167	185	295	335
Budget alimentaire au cours des 12DM											
A plutôt augmenté	27%	27%	26%	26%	35%	20%	30%	25%	30%	29%	23%
Est resté stable	57%	60%	54%	54%	54%	57%	52%	68%	59%	51%	62%
A plutôt diminué	16%	12%	19%	20%	11%	23%	18%	8%	11%	20%	15%
Part du budget alimentaire BIO											
Entre 0% et 25%	79%	79%	80%	77%	74%	81%	79%	83%	78%	77%	82%
Entre 26% et 50%	16%	17%	15%	16%	20%	16%	15%	13%	17%	18%	13%
Entre 51% et 75%	3%	3%	3%	5%	3%	3%	4%	1%	3%	3%	3%
Entre 76% et 100%	2%	1%	2%	1%	3%	-	3%	2%	1%	2%	2%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	815	154	46	66	62	84	104	82	106	111
Budget alimentaire au cours des 12DM										
A plutôt augmenté	27%	25%	Base faible	31%	34%	13%	23%	28%	36%	24%
Est resté stable	57%	59%		52%	45%	66%	64%	62%	51%	56%
A plutôt diminué	16%	16%		17%	21%	21%	12%	11%	13%	19%
Part du budget alimentaire BIO										
Entre 0% et 25%	79%	77%	Base faible	77%	83%	84%	84%	78%	71%	87%
Entre 26% et 50%	16%	15%		20%	14%	15%	14%	16%	23%	7%
Entre 51% et 75%	3%	5%		3%	3%	-	-	6%	4%	3%
Entre 76% et 100%	2%	3%		-	-	1%	3%	-	2%	3%

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

Une part du budget consacré aux produits biologiques encore limitée

Auprès des acheteurs de produits biologiques

- Le **budget alimentaire dédié aux produits biologiques reste limité** dans l'enveloppe globale alimentaire : 4 acheteurs sur 5 déclarent consacrer $\frac{1}{4}$ de leur budget global ou moins aux produits bios en 2015. Plus les acheteurs sont des consommateurs réguliers de produits biologiques, plus le budget dédié aux produits biologiques représente une grande part dans l'enveloppe budgétaire alimentaire globale. Malgré tout, **l'enveloppe ne dépasse que rarement les 50% du budget alimentaire.**
- Pour la majorité des acheteurs de produits biologiques, le budget consacré aux aliments (bio et non bio) est déclaré stable en 2015. Pour autant, 27% des consommateurs déclarent avoir augmenté leur budget en 2015, quand 16% l'ont, à l'inverse, réduit.
- A noter que **les consommateurs réguliers de produits biologiques (au moins une fois par semaine) et les 25-34 ans ont davantage augmenté leur budget alimentaire cette année.**

1.3

L'information sur les produits biologiques

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

CSA

COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER



Connaissance des logos

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

Base total Français

Marque AB



Logo bio européen



Rappel Point 0

2007 (1023) 81%

2010 (1028) 13%

2014 (1000) 97%

2014 (1000) 38%

V1-2015 (506) 98%

V1-2015 (506) 33%

V2-2015 (501) 98%

V2-2015 (501) 40% ↗

consolidé 2015 (1007) 98%

2015 (1007) 37%

Base « Consommateurs bios »

consolidé

	2014	V1-2015	V2-2015	2015
Bases	598	311	340	651
Connaît le logo AB	97%	99%	99%	99%
Connaît le logo bio européen	47%	44%	49%	47%

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

Connaissance des logos; critères discriminants

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

Connait

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	1007	477	530	112	162	276	256	201	212	385	410
Marque AB	98%	97%	99%	97%	98%	98%	98%	97%	100%	97%	97%
Logo européen	37%	33%	41%	42%	48%	34%	35%	31%	43%	35%	34%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	1007	185	65	81	84	100	130	110	123	129
Marque AB	98%	97%	92%	99%	97%	98%	100%	96%	100%	99%
Logo européen	37%	34%	36%	40%	34%	30%	38%	32%	47%	39%

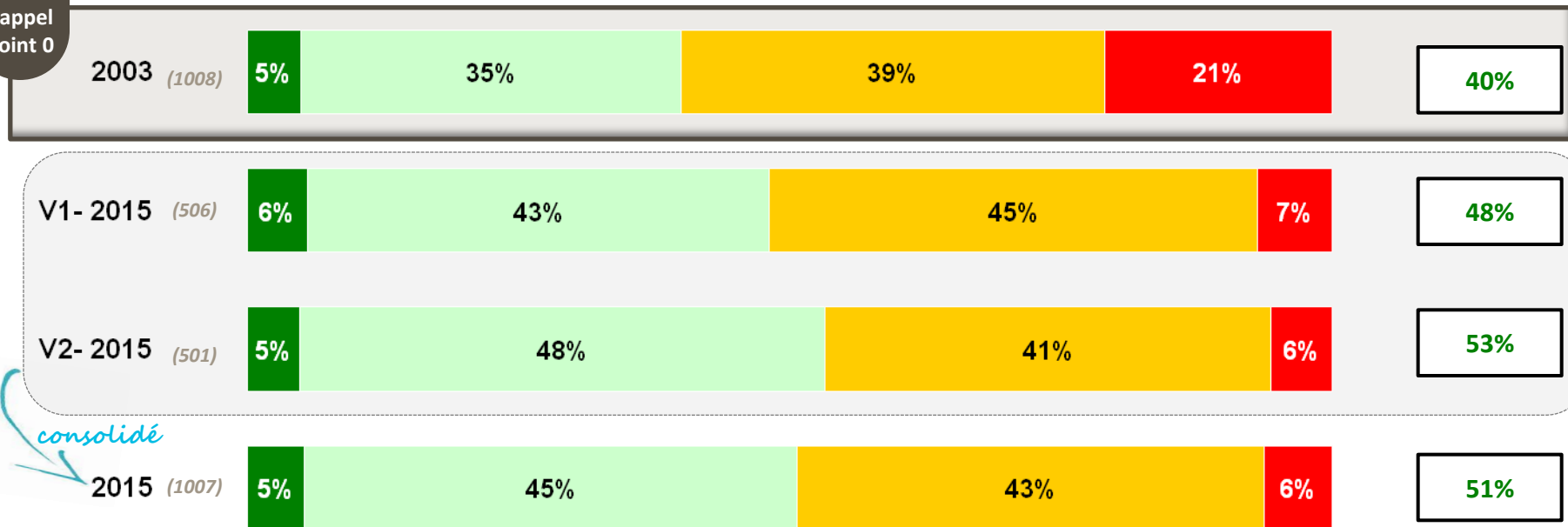
Information du public

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

Base Total Français : 1007

Bien informé

Rappel Point 0



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

Consommateurs Bio :	5%	49%	42%	4%	-
Non consommateurs :	2%	27%	57%	14%	-



Information du public; critères discriminants

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

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	1007	477	530	112	162	276	256	201	212	385	410
ST Bien informé	51%	52%	49%	47%	44%	48%	55%	55%	53%	49%	51%
ST Mal informé	49%	48%	51%	53%	56%	52%	45%	45%	47%	51%	49%

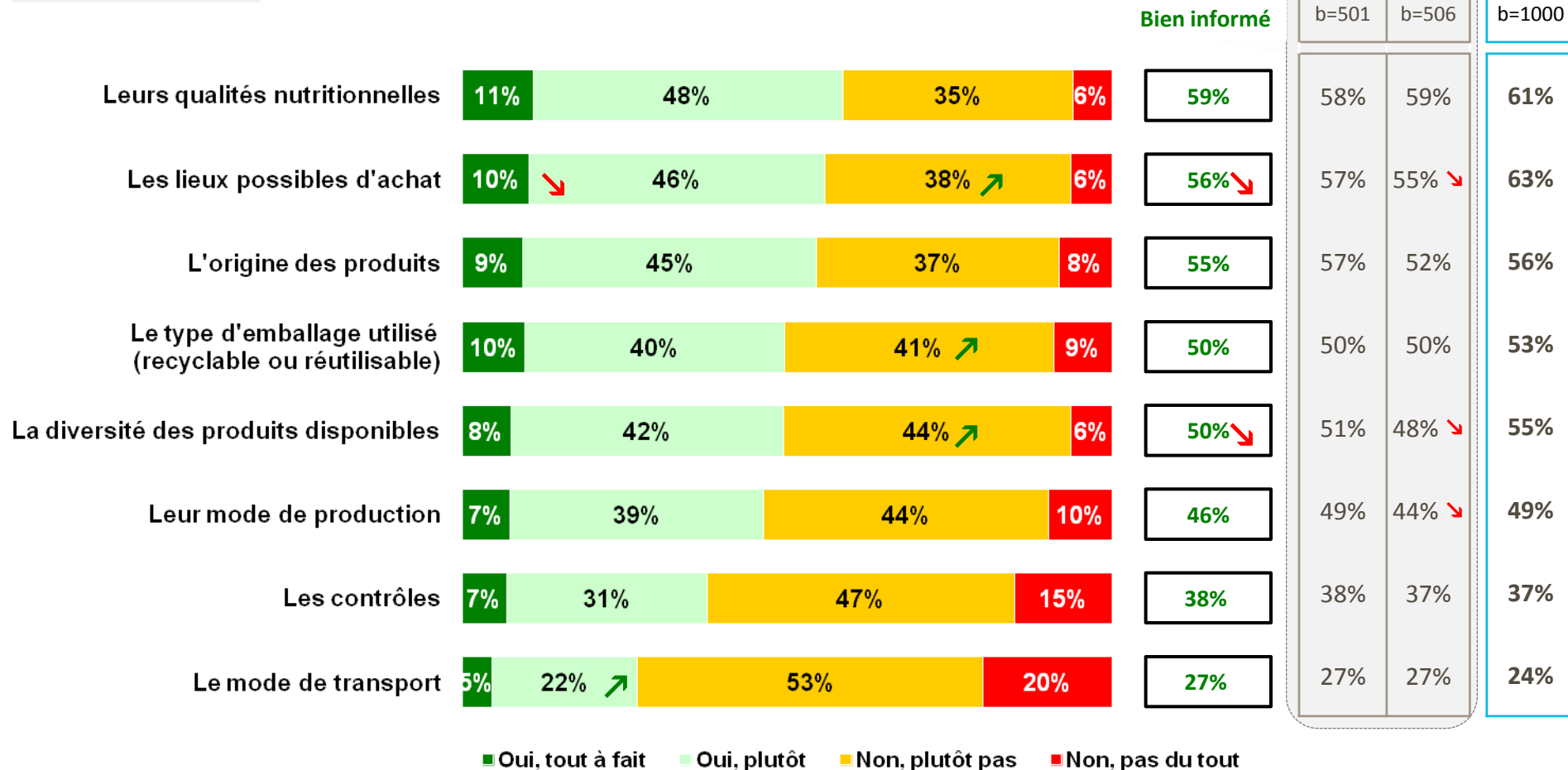
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	1007	185	65	81	84	100	130	110	123	129
ST Bien informé	51%	45%	46%	48%	38%	46%	57%	48%	69%	54%
ST Mal informé	49%	55%	54%	52%	62%	54%	43%	52%	31%	46%

Information détaillée du public

Q109. Diriez-vous que vous avez assez d'informations sur les produits biologiques concernant... ?

Base total Français : 1007

consolidé



↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre
 Pas d'évolution significative d'une vague sur l'autre

Information détaillée du public; critères discriminants

Q109. Diriez-vous que vous avez assez d'informations sur les produits biologiques concernant... ?

ST Bien informé

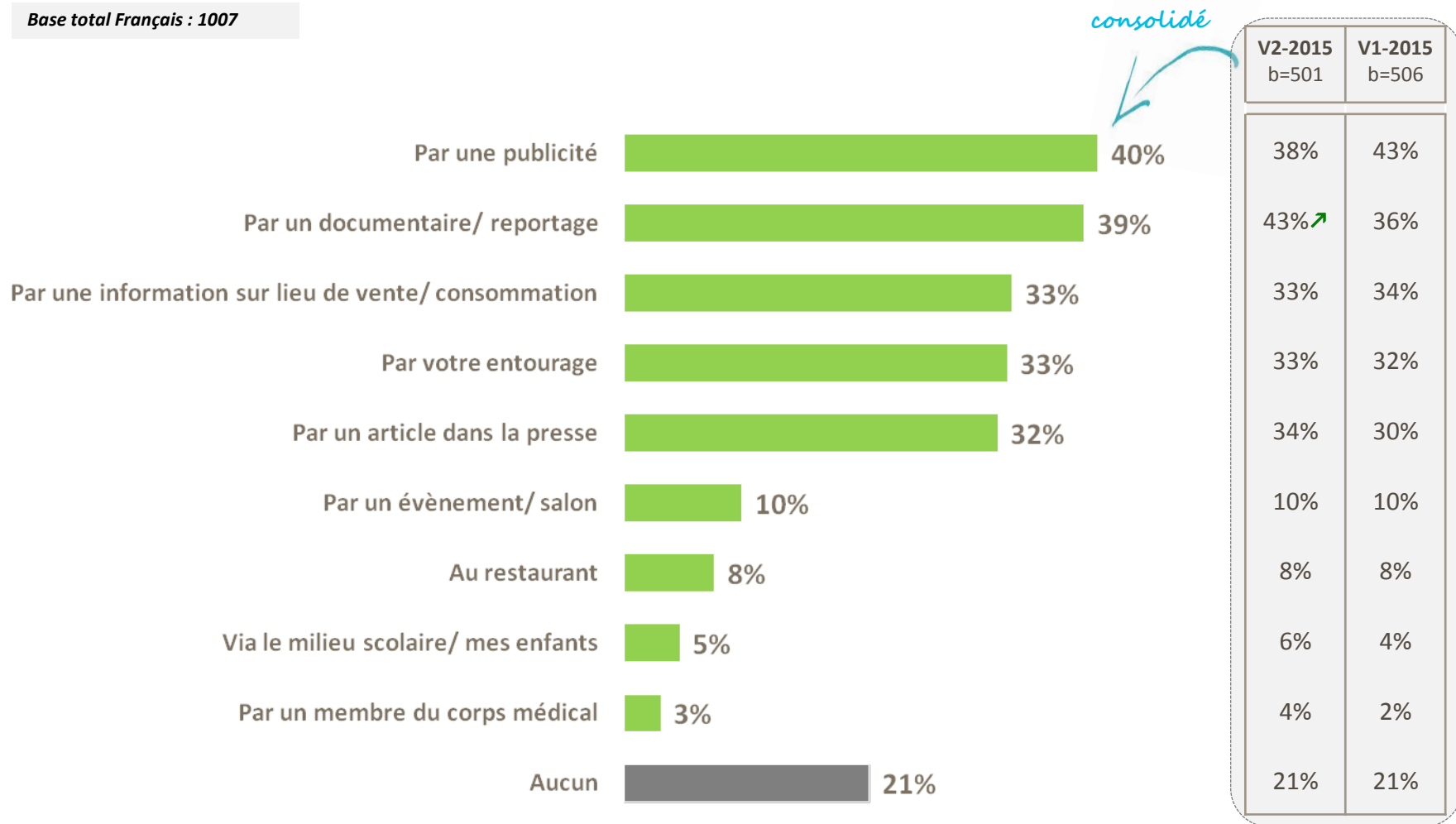
	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1007	477	530	112	162	276	256	201	212	385	410
Leurs qualités nutritionnelles	59%	56%	61%	64%	58%	57%	61%	55%	62%	56%	59%
Les lieux possibles d'achat	56%	54%	58%	60%	59%	56%	53%	54%	63%	57%	51%
L'origine des produits	55%	54%	55%	58%	52%	55%	57%	51%	54%	56%	54%
Le type d'emballage utilisé	50%	46%	53%	58%	48%	48%	53%	46%	49%	52%	48%
La diversité des produits disponibles	50%	49%	50%	55%	49%	45%	53%	49%	54%	47%	50%
Leur mode de production	46%	46%	47%	48%	47%	46%	47%	45%	51%	44%	45%
Les contrôles	38%	38%	38%	33%	36%	38%	43%	35%	41%	41%	33%
Le mode de transport	27%	27%	28%	27%	28%	31%	29%	20%	29%	30%	24%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1007	185	65	81	84	100	130	110	123	129
Leurs qualités nutritionnelles	59%	56%	56%	57%	47%	53%	67%	56%	67%	62%
Les lieux possibles d'achat	56%	54%	53%	54%	41%	55%	66%	55%	61%	57%
L'origine des produits	55%	57%	57%	52%	37%	52%	57%	50%	63%	61%
Le type d'emballage utilisé	50%	50%	62%	47%	41%	47%	51%	46%	50%	54%
La diversité des produits disponibles	50%	53%	57%	53%	37%	36%	49%	44%	58%	55%
Leur mode de production	46%	46%	51%	47%	31%	45%	53%	47%	47%	49%
Les contrôles	38%	37%	49%	39%	22%	35%	43%	37%	38%	41%
Le mode de transport	27%	30%	40%	33%	16%	22%	24%	28%	25%	30%

Bruit des supports d'informations

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

Base total Français : 1007



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

Bruit des supports d'informations; critères discriminants

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

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1007	477	530	112	162	276	256	201	212	385	410
Au moins un support	79%	82%	77%	76%	82%	72%	80%	86%	82%	77%	80%
Par une publicité	40%	42%	40%	52%	48%	33%	38%	41%	41%	41%	40%
Par un documentaire / reportage	39%	40%	39%	26%	41%	37%	42%	45%	43%	37%	39%
Par une information sur un lieu de vente / consommation	33%	37%	30%	36%	29%	25%	35%	43%	33%	28%	38%
Par votre entourage	33%	30%	35%	43%	38%	28%	34%	29%	35%	32%	32%
Par un article dans la presse	32%	34%	30%	31%	26%	27%	34%	40%	30%	30%	35%
Par un événement / salon	10%	10%	10%	12%	9%	8%	14%	8%	12%	10%	9%
Au restaurant	8%	9%	7%	9%	17%	6%	7%	3%	10%	10%	4%
Via le milieu scolaire, mes enfants	5%	5%	4%	1%	10%	8%	4%	-	7%	6%	2%
Par un membre du corps médical	3%	3%	4%	3%	6%	3%	2%	2%	3%	4%	2%
Aucun de ces supports	21%	18%	23%	24%	18%	28%	20%	14%	18%	23%	20%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1007	185	65	81	84	100	130	110	123	129
Au moins un support	79%	78%	66%	83%	71%	82%	79%	71%	89%	85%
Par une publicité	40%	43%	33%	43%	49%	37%	40%	40%	42%	36%
Par un documentaire / reportage	39%	41%	34%	38%	36%	43%	39%	29%	45%	45%
Par une information sur un lieu de vente / consommation	33%	29%	27%	27%	30%	39%	42%	28%	35%	37%
Par votre entourage	33%	27%	22%	40%	17%	31%	42%	30%	42%	38%
Par un article dans la presse	32%	32%	29%	39%	32%	34%	32%	24%	38%	28%
Par un événement / salon	10%	10%	9%	14%	10%	12%	12%	8%	7%	10%
Au restaurant	8%	8%	13%	9%	8%	6%	6%	7%	5%	9%
Via le milieu scolaire, mes enfants	5%	6%	2%	3%	3%	5%	8%	4%	8%	1%
Par un membre du corps médical	3%	3%	9%	3%	5%	2%	1%	1%	5%	4%
Aucun de ces supports	21%	22%	34%	17%	29%	18%	21%	29%	11%	15%

Une meilleure connaissance du logo AB que du logo européen; et toujours une attente d'informations sur les produits bios, notamment concernant le mode de production et les contrôles

Auprès de l'ensemble des Français

- **Si les Français connaissent très bien le logo Français AB identifiant les produits biologiques** (98% de notoriété), ils sont **moins nombreux à connaître le logo européen** (moins de 4 français sur 10); et cela même parmi les consommateurs bio Français où seulement la moitié déclare reconnaître ce logo.
- **1 Français sur 2 seulement se sent bien informé d'une manière générale** sur les produits biologiques.
- La majorité des Français se considèrent relativement **bien informés sur les qualités nutritionnelles** (59%), les **lieux possibles d'achat** (malgré une baisse vs. 2014 : 56% vs. 63% en 2014) et **l'origine produits** (55%). Les informations concernant les types d'emballage et la diversité des produits disponibles suffisent seulement à 1 Français sur 2. Enfin, les Français estiment n'être **pas suffisamment informés** sur les modes de transport (27% de bien informés), les **contrôles** (38%) et, dans une moindre mesure, le **mode de production** (46%).
- **Les Français ont entendu parler Bio principalement à travers une publicité** (40%) ou un **documentaire/ reportage** (39%). Un tiers d'entre eux a vu une information sur le lieu de vente (33%), en a entendu parler par l'entourage (32%), ou a lu un article dans la presse (32%). Très peu de Français ont entendu parler Bio par un événement/ salon, au restaurant, via le milieu scolaire, ou par un membre du corps médical.

1.4

Les produits biologiques vus par les Français



csa

COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Perception de l'agriculture et des produits biologiques

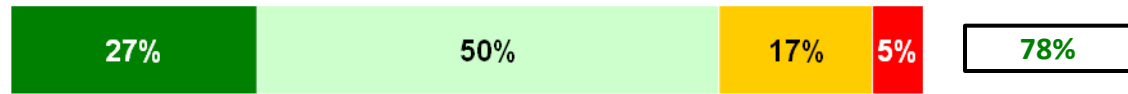
Nouvelle question
Dec. 2015

Q106A. Pour vous, l'agriculture biologique est-elle une solution d'avenir face aux problèmes environnementaux ?

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

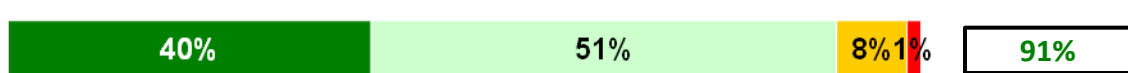
Base total Français : 501

L'agriculture biologique est **une solution d'avenir** face aux problèmes environnementaux

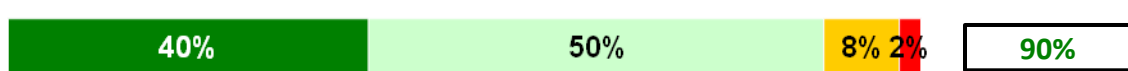


■ Oui certainement ■ Oui probablement ■ Non probablement pas ■ Non certainement pas ■ NSP

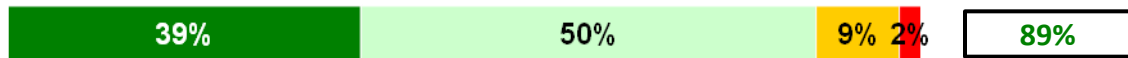
Les produits biologiques sont **plus naturels**, car ils sont cultivés sans produits chimiques de synthèse



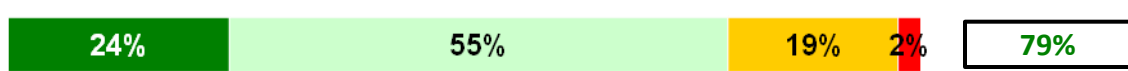
L'agriculture biologique **contribue à préserver l'environnement**, la qualité des sols, les ressources en eau



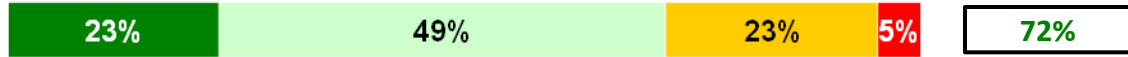
Les produits biologiques **sont meilleurs pour la santé**



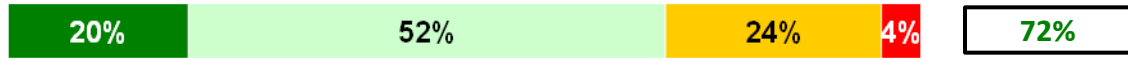
Dans les produits biologiques, **les qualités nutritionnelles** des aliments sont mieux préservées



Les produits biologiques **ont meilleur goût**



Les produits biologiques **sont source d'emplois**



■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord ■ NSP

Rappel
Point 0

2004
(1000)

84%

84%

79%

69%

61%

NC

Perception de l'agriculture et des produits biologiques; critères discriminants

Nouvelle question
Dec. 2015

Q106A. Pour vous, l'agriculture biologique est-elle une solution d'avenir face aux problèmes environnementaux ?

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

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant			
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs	
Total brut	501	237	264	53	84	139	126	99	140	157	204	
ST OUI												
L'agriculture bio est une solution d'avenir face aux problèmes environnementaux	78%	76%	79%	Base faible	78%	73%	84%	80%	81%	81%	73%	
ST D'ACCORD												
Les produits bio sont plus naturels, car ils sont cultivés sans produits chimiques de synthèse	91%	91%	90%		93%	92%	89%	94%	95%	90%	89%	
L'agriculture bio contribue à préserver l'environnement, qualité des sols, ressources en eau	90%	89%	90%		90%	84%	92%	91%	92%	87%	90%	
Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé	89%	89%	89%		91%	87%	90%	88%	92%	89%	86%	
Dans les produits bio, les qualités nutritionnelles des aliments sont mieux préservées	79%	77%	80%		82%	78%	79%	84%	83%	78%	78%	
Les produits bio ont meilleur goût	72%	71%	73%		74%	70%	77%	72%	83%	68%	68%	
Les produits bio sont source d'emplois	72%	73%	72%		71%	71%	77%	71%	79%	66%	72%	

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	501	91	34	35	43	53	63	57	60*	65**
ST OUI										
L'agriculture bio est une solution d'avenir face aux problèmes environnementaux	78%	84%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	75%	Base faible	74%	75%
ST D'ACCORD										
Les produits bio sont plus naturels, car ils sont cultivés sans produits chimiques de synthèse	91%	93%					90%		88%	89%
L'agriculture bio contribue à préserver l'environnement, qualité des sols, ressources en eau	90%	94%					93%		89%	87%
Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé	89%	94%					85%		87%	85%
Dans les produits bio, les qualités nutritionnelles des aliments sont mieux préservées	79%	83%					73%		82%	76%
Les produits bio ont meilleur goût	72%	74%					67%		77%	75%
Les produits bio sont source d'emplois	72%	73%					73%		71%	71%

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

Perception de l'agriculture biologique

Q107. Toujours sur le même principe, je vais maintenant vous citer un certain nombre d'affirmations, pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas, ou pas du tout d'accord avec chacune d'entre elles ?

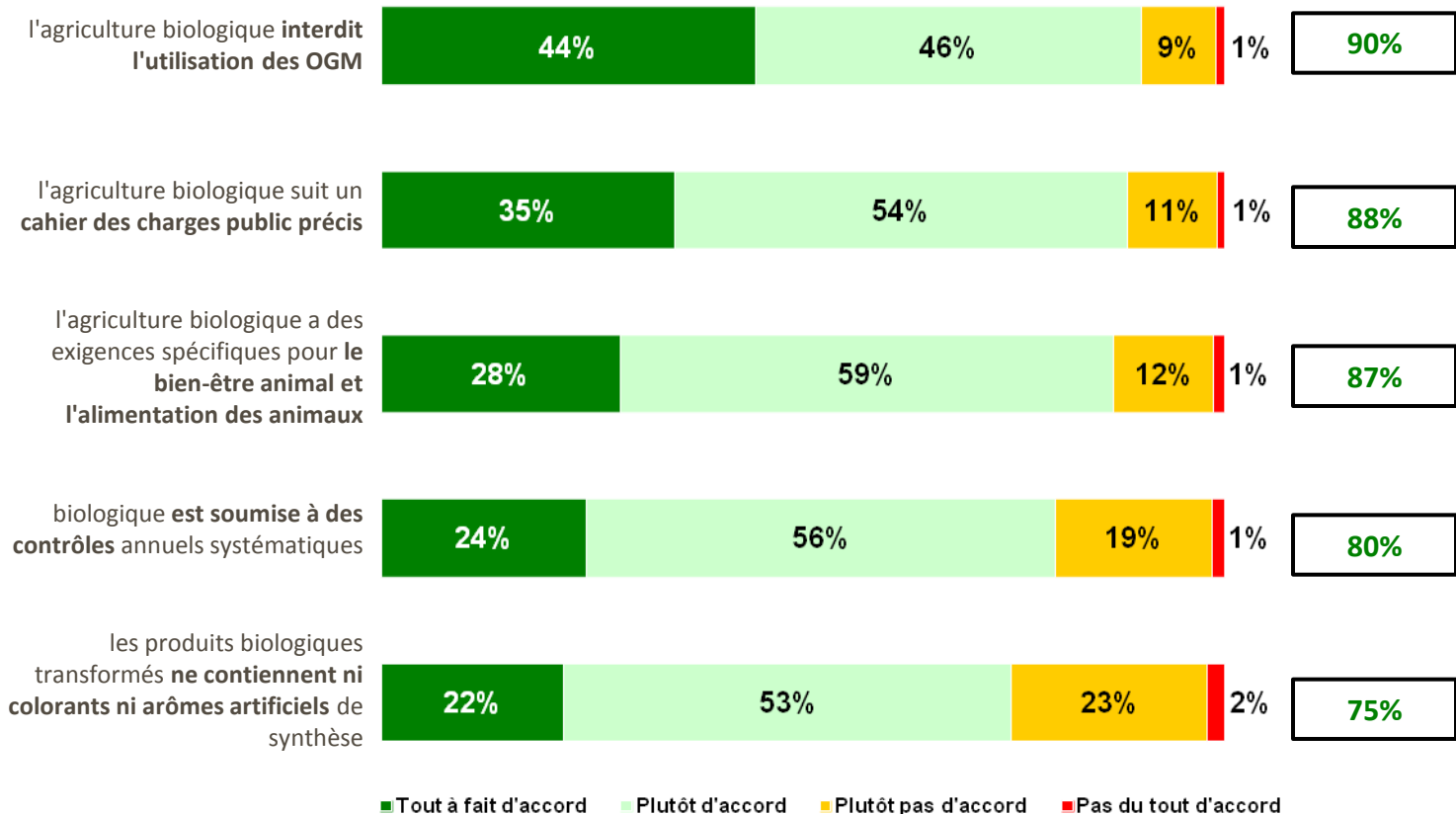
Base total Français : 1007

Rappel Point 0

consolidé

ST D'accord

	V2-2015 (501)	V1-2015 (506)	2005 (1042)
l'agriculture biologique interdit l'utilisation des OGM	92% ↗	88%	83%
l'agriculture biologique suit un cahier des charges public précis	91% ↗	86%	77%
l'agriculture biologique a des exigences spécifiques pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux	90% ↗	83%	84%
biologique est soumise à des contrôles annuels systématiques	83% ↗	77%	77%
les produits biologiques transformés ne contiennent ni colorants ni arômes artificiels de synthèse	74%	75%	80%



■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord

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

Perception de l'agriculture biologique ; critères discriminants

Q107. Toujours sur le même principe, je vais maintenant vous citer un certain nombre d'affirmations, pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas, ou pas du tout d'accord avec chacune d'entre elles ?

ST D'accord

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1007	477	530	112	162	276	256	201	212	385	410
Interdit l'utilisation des / OGM	90%	90%	90%	85%	91%	88%	91%	94%	91%	88%	92%
Suit un cahier des charges public précis	88%	86%	91%	81%	87%	88%	92%	90%	86%	89%	89%
A des exigences spécifiques pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux	87%	85%	88%	85%	85%	84%	91%	88%	87%	86%	87%
Est soumise à des contrôles annuels systématiques	80%	76%	84%	76%	82%	78%	82%	81%	79%	79%	81%
Les produits biologiques transformés ne contiennent ni colorant ni arôme artificiel de synthèse	75%	75%	75%	64%	79%	70%	76%	82%	72%	75%	76%

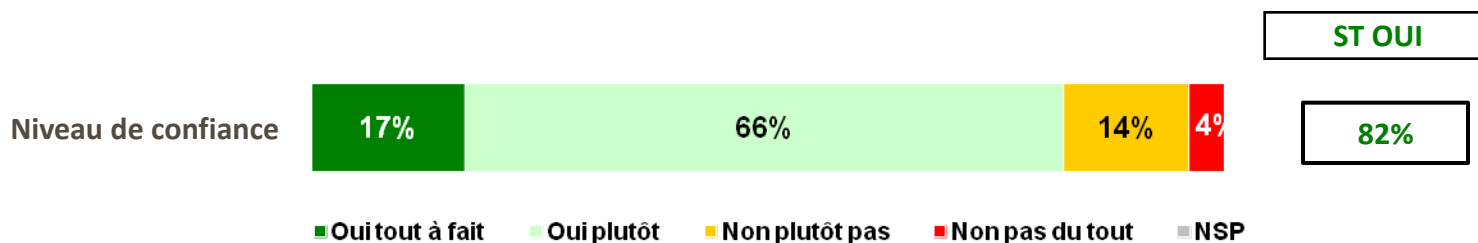
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1007	185	65	81	84	100	130	110	123	129
Interdit l'utilisation des / OGM	90%	91%	82%	86%	86%	96%	92%	91%	89%	93%
Suit un cahier des charges public précis	88%	86%	89%	83%	88%	93%	90%	90%	89%	88%
A des exigences spécifiques pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux	87%	85%	81%	85%	85%	88%	90%	88%	84%	93%
Est soumise à des contrôles annuels systématiques	80%	78%	86%	81%	78%	79%	81%	79%	78%	83%
Les produits biologiques transformés ne contiennent ni colorant ni arôme artificiel de synthèse	75%	73%	77%	68%	77%	80%	78%	72%	74%	76%

Confiance dans les produits biologiques

Nouvelle question
Dec. 2015

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

Base total Français : 501



	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	501	237	264	53	84	139	126	99	140	157	204
ST Oui	82%	80%	85%	Base faible	92%	79%	80%	85%	89%	78%	82%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	501	91	34	35	43	53	63*	57	60	65
ST Oui	82%	89%		Base faible			81%	Base faible	82%	79%

Les produits biologiques ont une image forte de produits respectueux de l'environnement, naturels, sains... et inspirent plutôt confiance

Auprès de l'ensemble des Français

- **Plus de 3 Français sur 4** s'accordent à dire que l'agriculture bio est une **solution face aux problèmes environnementaux**. Plus d'1 sur 4 en sont même convaincus.
- Les produits bio ont une image forte de produits naturels (91%), préservant l'environnement (90%) et bons pour la santé (89%). L'agriculture bio préserve également les qualités nutritionnelles des aliments (79%). Les Français estiment également que les produits bios ont meilleur goût et sont source d'emploi (72%).
- Les Français ont également une bonne perception des caractéristiques de l'agriculture et des produits biologiques (avec une amélioration significative au cours de l'année 2015) :
 - **Environnement et Naturalité** : interdit l'utilisation des OGM (90%) et produits cultivés colorants ni arômes artificiels, sans produits chimique de synthèse (75%)
 - **Production et Contrôle** : suit un cahier des charges public précis (88%), contrôles annuels systématiques (80%)
 - **Éthique** : a des exigences pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux (87%)
- **Globalement, 8 Français sur dix déclarent avoir confiance dans les produits biologiques** : 6 sur dix sont « plutôt » confiants et 2 Français sur dix « tout à fait » confiants.
- Les 25-34 ans et les CSP+ sont ceux qui ont le plus confiance dans l'agriculture biologique.

1.5

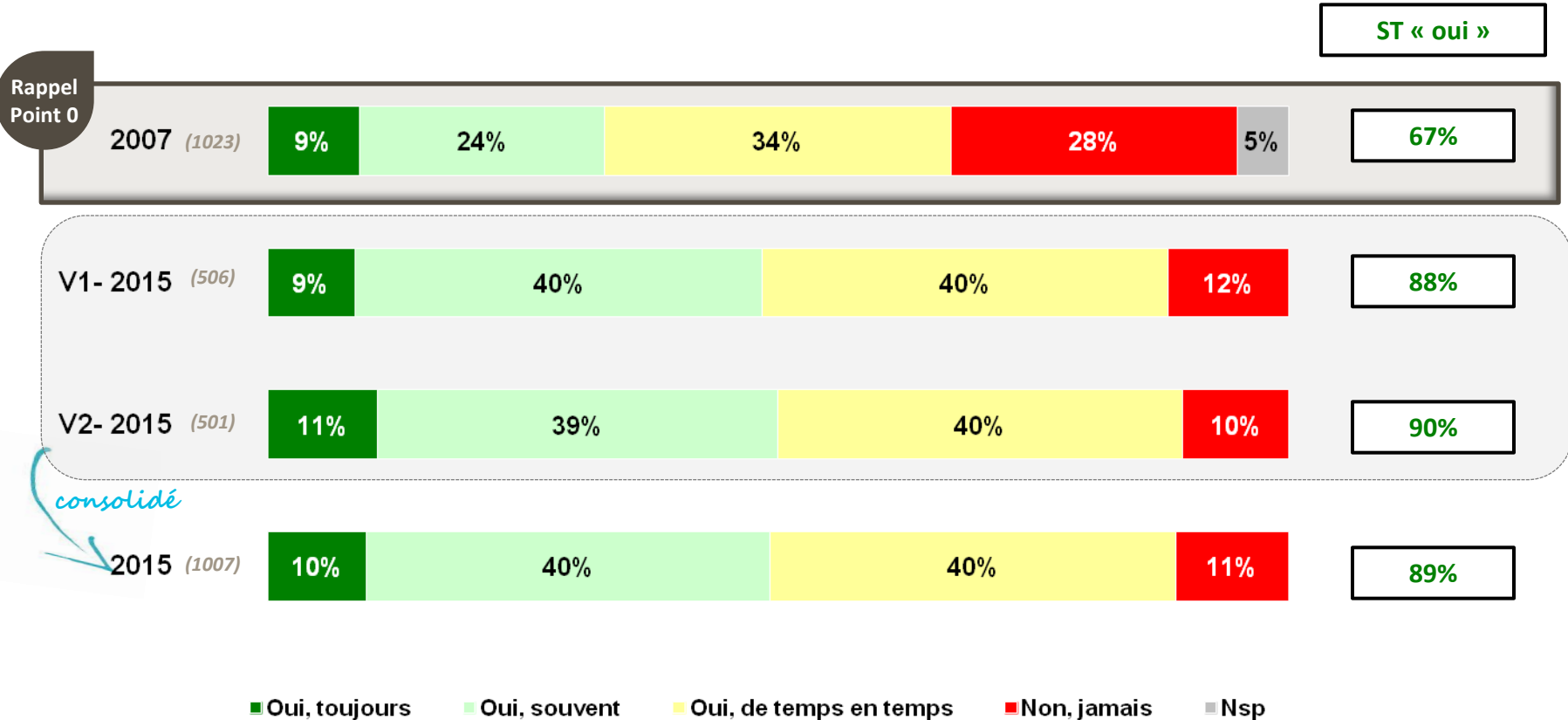
La place de l'environnement



Achat de produits respectueux de l'environnement / du développement durable

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

Base total Français



Pas d'évolution significative lors de l'année 2015

Achat de produits respectueux de l'environnement; critères discriminants

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

ST Oui

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	1007	477	530	112	162	276	256	201	212	385	410
Je privilégie les produits respectueux de l'environnement	89%	88%	90%	82%	87%	86%	93%	93%	91%	88%	89%

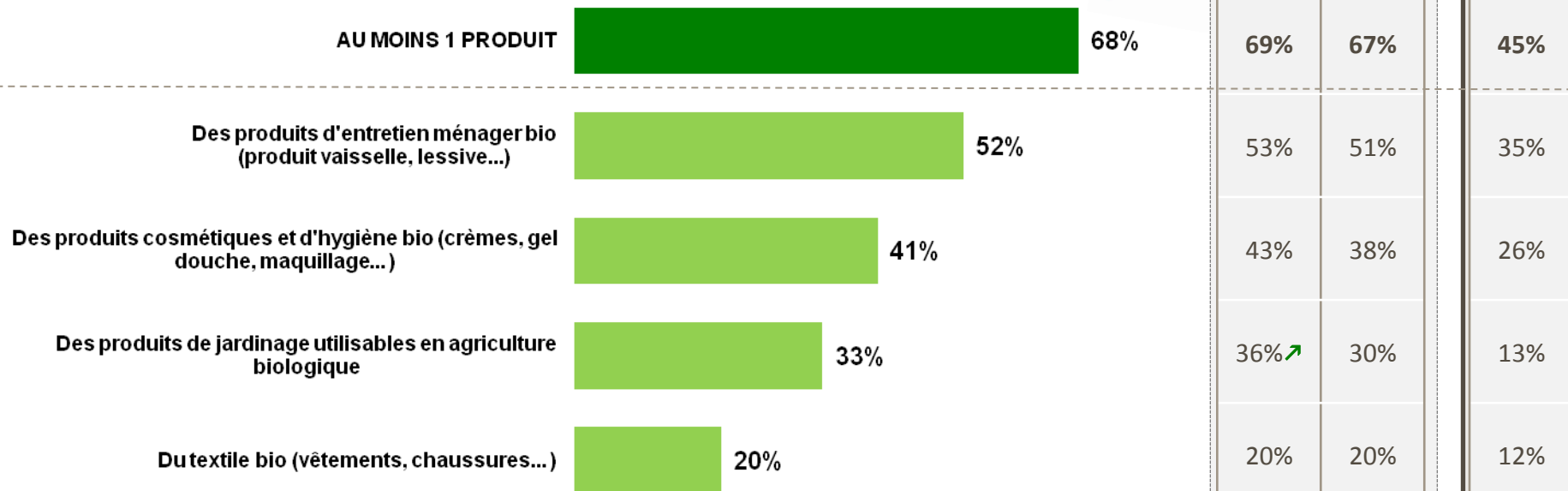
	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	1007	185	65	81	84	100	130	110	123	129
Je privilégie les produits respectueux de l'environnement	89%	88%	89%	86%	83%	93%	93%	88%	89%	89%

Achat de produits biologiques autres que des produits alimentaires

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

Rappel Point 0

Base total Français : 1007



Auprès des consommateurs de produits bio :

	2015	V2-2015	V1-2015
Base	651	340	311
Au moins 1 produit	82%	83%	80%
Des produits d'entretien ménager bio	64%	65%	64%
Des produits cosmétiques et d'hygiène bio	54%	56%	52%
Des produits de jardinage	43%	46%	40%
Du textile bio	26%	25%	26%

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

Achat de produits biologiques autres; critères discriminants

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

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1007	477	530	112	162	276	256	201	212	385	410
Des produits d'entretien ménager bios (produits vaisselle, lessive...)	52%	47%	57%	47%	53%	53%	56%	49%	57%	51%	50%
Des produits cosmétiques et d'hygiène bios (crèmes, gel douches, maquillages...)	41%	32%	49%	48%	48%	36%	41%	37%	45%	40%	39%
Des produits de jardinage utilisables en agriculture biologique	33%	34%	33%	26%	29%	27%	41%	39%	34%	31%	34%
Du textile bio (vêtements, chaussures...)	20%	15%	23%	13%	27%	22%	23%	11%	25%	21%	15%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1007	185	65	81	84	100	130	110	123	129
Des produits d'entretien ménager bios (produits vaisselle, lessive...)	52%	51%	51%	48%	52%	47%	57%	55%	50%	56%
Des produits cosmétiques et d'hygiène bios (crèmes, gel douches, maquillages...)	41%	40%	45%	40%	39%	43%	43%	33%	42%	42%
Des produits de jardinage utilisables en agriculture biologique	33%	25%	30%	35%	34%	33%	38%	32%	36%	39%
Du textile bio (vêtements, chaussures...)	20%	22%	20%	18%	17%	15%	16%	13%	23%	28%

Une large majorité des Français privilégie les achats éco respectueux, et cela ne se limite pas aux produits alimentaires

Auprès de l'ensemble des Français

- **9 Français sur 10 déclarent privilégier les produits respectueux de l'environnement** et/ou des principes du développement durable dans leurs actes d'achat. En revanche, cette préférence n'est pas encore systématique : elle l'est pour un Français sur dix seulement, 4 Français sur dix déclarant le faire souvent, 4 autres le faire de temps en temps.
- Les plus de 50 ans sont ceux qui déclarent le plus adopter cette pratique (93%).

- Près de **sept Français sur dix** déclarent avoir acheté des **produits** (autres qu'alimentaires) **biologiques ou utilisables en agriculture biologique** au cours des 12 derniers mois, notamment les femmes.
- Les **produits d'entretien et ménagers sont les plus achetés** (un Français sur deux), devant les **cosmétiques** (4 Français sur dix), les **produits de jardinage** (un tiers des Français) et enfin **le textile bio** qui a encore une marge importante de progression (un Français sur cinq).

1.6

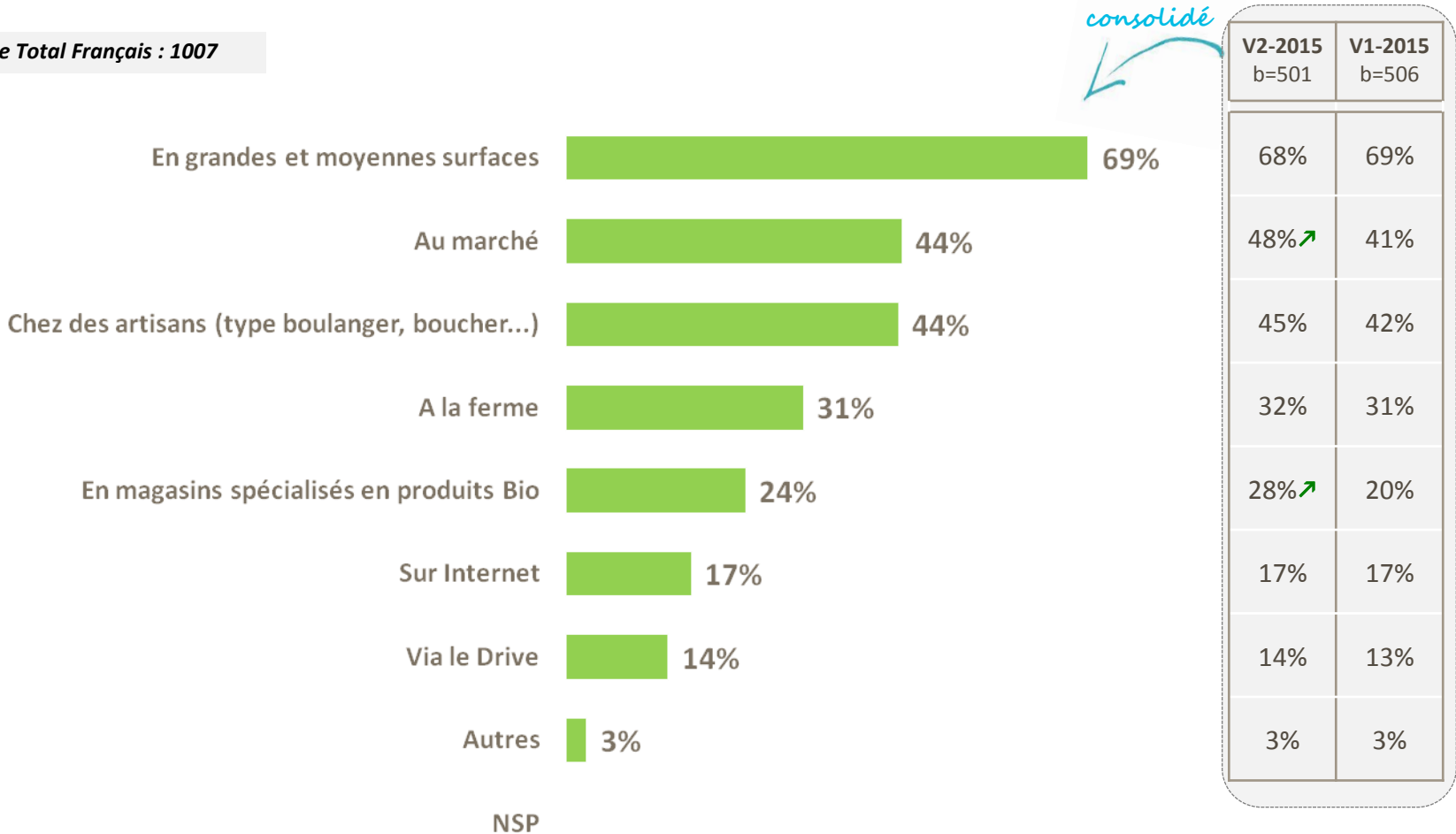
Les attentes des Français vis-à-vis de l'offre Bio



Lieux d'achat où une plus grande offre bio est souhaitée

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

Base Total Français : 1007



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

Lieux d'achat où une plus grande offre bio est souhaitée; critères discriminants

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

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	1007	477	530	112	162	276	256	201	212	385	410
Au moins 1 lieu d'achat	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Grandes et moyennes surfaces	69%	68%	70%	68%	67%	68%	71%	70%	68%	66%	73%
Marché	44%	44%	44%	47%	42%	39%	46%	50%	47%	40%	46%
Artisans	44%	44%	44%	44%	43%	37%	45%	51%	48%	41%	44%
Ferme	31%	31%	31%	25%	33%	31%	33%	32%	30%	35%	29%
Magasins spécialisés en produits Bio	24%	23%	24%	27%	19%	18%	28%	28%	23%	23%	25%
Internet	17%	14%	19%	28%	22%	17%	16%	6%	17%	19%	15%
Drive	14%	11%	16%	20%	24%	15%	11%	4%	17%	17%	8%
Autres	3%	3%	3%	3%	3%	3%	2%	3%	1%	2%	4%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	1007	185	65	81	84	100	130	110	123	129
Au moins 1 lieu d'achat	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Grandes et moyennes surfaces	69%	76%	50%	67%	68%	71%	64%	67%	67%	77%
Marché	44%	47%	49%	33%	43%	54%	44%	42%	45%	41%
Artisans	44%	45%	43%	48%	46%	46%	45%	37%	45%	41%
Ferme	31%	22%	39%	31%	42%	36%	33%	34%	28%	29%
Magasins spécialisés en produits Bio	24%	31%	23%	28%	12%	24%	18%	24%	22%	26%
Internet	17%	22%	26%	7%	14%	16%	11%	15%	19%	17%
Drive	14%	7%	13%	16%	18%	11%	14%	11%	20%	16%
Autres	3%	1%	2%	2%	5%	1%	4%	4%	4%	2%

Des attentes fortes de développement de l'offre bio en GMS et, dans une moindre mesure, sur les marchés et chez les artisans

Auprès de l'ensemble des Français

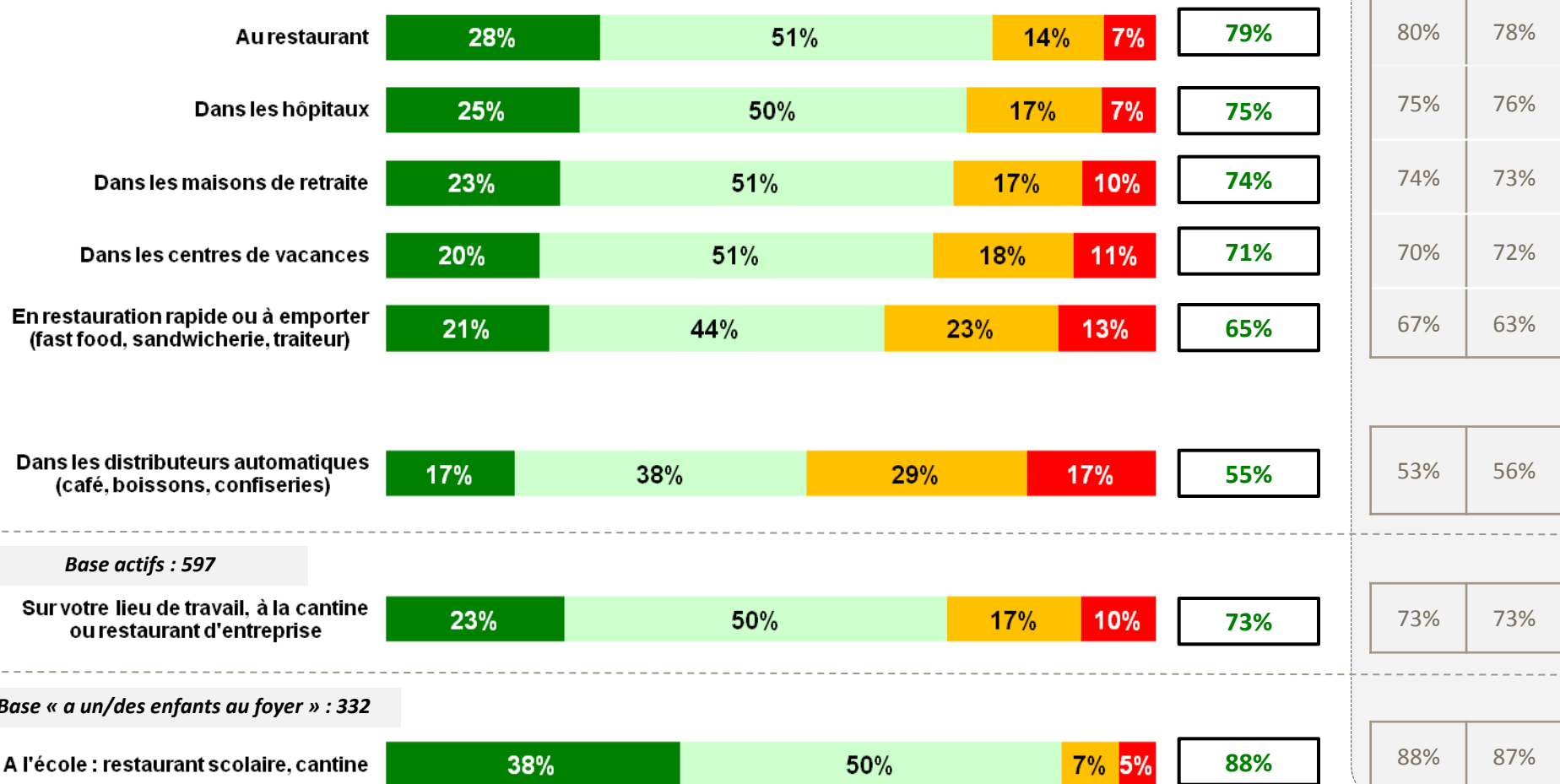
- Les réseaux de distribution où les **Français souhaitent voir l'offre bio se développer** sont surtout :
 - Les **grandes et moyennes surfaces**, lieux d'achat les plus cités (7 Français sur 10), notamment en Ile de France et en Méditerranée,
 - Le **marché** (44%) et les **artisans** (44%),
 - La **ferme** pour un tiers des Français,
 - Les **magasins spécialisés** dans une moindre mesure (1 Français sur 4).
- Peu de Français attendent davantage de produits biologiques sur Internet ou via le drive (moins d'1 Français sur 5). Pour autant, ces réseaux de distribution web intéressent une part non négligeable des plus jeunes (un quart des 18-34 ans), et des habitants d'Ile de France et du Nord (un quart également).

Souhait de repas avec produits bios hors domicile

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

consolidé

Base Total Français : 1007



■ Oui, très intéressé

■ Oui, plutôt intéressé

■ Non, plutôt pas intéressé

■ Non, pas du tout intéressé

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

Souhait de repas avec produits bios hors domicile; critères discriminants

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

Base Total Français : 1007

ST Intéressé

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Un homme	Une femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	1007	477	530	112	162	276	256	201	212	385	410
Au restaurant	79%	76%	81%	82%	85%	79%	78%	73%	85%	79%	76%
Dans les hôpitaux	75%	73%	78%	76%	81%	75%	73%	75%	78%	75%	75%
Dans les maisons de retraite	74%	68%	79%	74%	76%	76%	72%	70%	75%	74%	73%
Dans les centres de vacances	71%	67%	75%	70%	77%	76%	69%	64%	75%	75%	65%
En restauration rapide ou à emporter	65%	61%	68%	72%	74%	72%	62%	48%	73%	68%	57%
Dans les distributeurs automatiques	55%	49%	60%	65%	66%	60%	54%	36%	61%	59%	47%
Total brut	597	262	335	41	138	237	174	7	212	385	-
Sur votre lieu de travail, à la cantine	73%	70%	75%	Base faible	79%	73%	69%	Base faible	77%	71%	-
Total brut	332	128	204	29	87	177	38	1	100	168	64
A l'école : restaurant scolaire, cantine	88%	87%	89%	Base faible	88%	88%	Base faible	Base faible	92%	86%	86%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	1007	185	65	81	84	100	130	110	123	129
Au restaurant	79%	81%	80%	73%	75%	79%	80%	75%	80%	82%
Dans les hôpitaux	75%	75%	68%	73%	68%	75%	78%	76%	81%	78%
Dans les maisons de retraite	74%	76%	69%	74%	73%	75%	70%	73%	74%	76%
Dans les centres de vacances	71%	71%	71%	69%	69%	73%	66%	70%	77%	73%
En restauration rapide ou à emporter	65%	69%	58%	61%	63%	67%	64%	60%	66%	68%
Dans les distributeurs automatiques	55%	56%	57%	51%	53%	57%	48%	52%	59%	58%
Total brut	597	117	37	57	50	64	68	54	75	75
Sur votre lieu de travail, à la cantine	73%	74%	Base faible	Base faible	Base faible	76%	80%	Base faible	82%	73%
Total brut	332	60	26	30	30	34	40	36	44	32
A l'école : restaurant scolaire, cantine	88%	89%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible

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

Les Français montrent un intérêt manifeste pour des repas bio à l'extérieur de chez eux, particulièrement au restaurant et en restauration collective (scolaires, hôpitaux, maisons de retraite...)

Auprès de l'ensemble des Français

- **Les Français sont très intéressés par des repas avec des produits biologiques hors domicile**, notamment les femmes.
- **Les restaurants (8 Français sur dix), les hôpitaux/maisons de retraite (75%/74%)** et les centres de vacances (71%) sont les principaux lieux cités favorablement.
- **Près de 9 parents sur 10 sont favorables à une offre de produits biologiques à l'école**, les trois quart des actifs le souhaiteraient sur leur **lieu de travail**, dans leur restaurant d'entreprise.
- 2 Français sur 3 apprécieraient des produits biologiques en **restauration rapide**, notamment les CSP+ et les 25-49 ans.
- La présence de produits bio dans les **distributeurs automatiques** intéresse 1 Français sur 2, avant tout les plus jeunes (moins de 34 ans).

2. Les consommateurs de produits biologiques

2.1

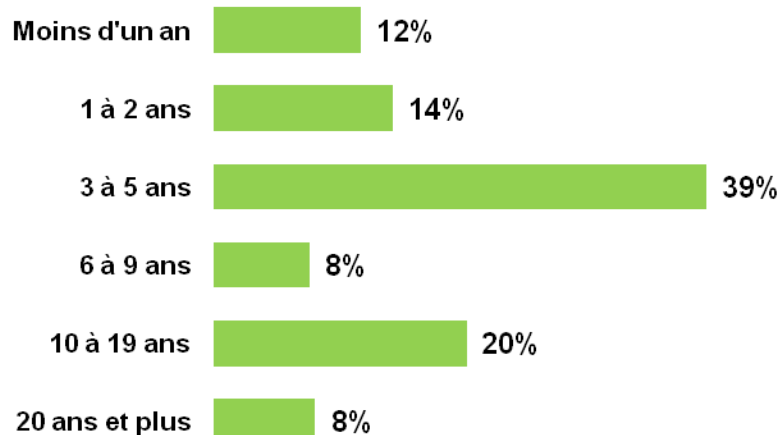
Profils des consommateurs de produits biologiques



Ancienneté globale de consommation de produits biologiques

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

Base « consommateur bio » : 651



Ancienneté moyenne = 7 ans

Consommateurs depuis 2 ans ou moins = 26%

consolidé

V2-2015 b=340	V1-2015 b=311	2014 b=598
10%	14%	14%
14%	14%	15%
41%	37%	38%
9%	6%	5%
19%	21%	17%
8%	8%	11%
8 ans	7 ans	8 ans
24%	27%	28%

Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre
Pas d'évolution significative lors de l'année 2015

Ancienneté de consommation; critères discriminants

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

Base « consommateur bio » : 651

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Un homme	Une femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	651	305	346	79	107	151	182	132	165	230	256
Consommateurs depuis 2 ans ou moins	26%	23%	28%	46%	32%	23%	23%	15%	24%	34%	20%
Ancienneté moyenne (moins d'un an et plus)	7,4	8,4	6,5	4,2	5,8	6,1	8,3	10,6	7,6	6,1	8,4

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	651	129	39	49	43	69	83	61	84	94
Consommateurs depuis 2 ans ou moins	26%	25%	Base faible	Base faible	Base faible	28%	29%	22%	27%	27%
Ancienneté moyenne (moins d'un an et plus)	7,4	6,9				7,3	6,8	9,7	7,7	7,9

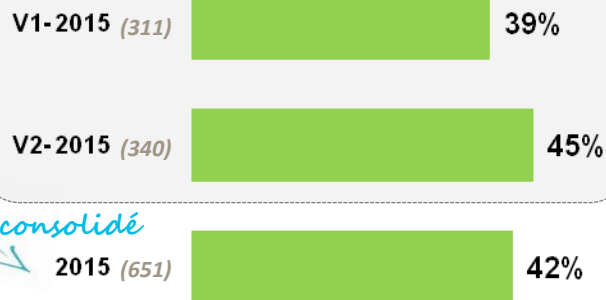
Changement de comportement lié à la consommation de produits biologiques

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

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

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

Base « consommateur bio » : 651



De quelle(s) manière(s)

Base V2 : 127

Achète de plus en plus de produits biologiques ⁽²⁾ 73%

Base consolidé : 282

Achète plus de produits de saison 70%

Achète plus de produits frais 63%

Évite les pertes/ le gaspillage 56%

N'achète pas tout à fait les mêmes types de produits qu'auparavant 47%

Cuisine davantage 47%

Achète plus de produits en vrac 39%

Diversifie ses lieux d'achat 33%

Dépense plus pour l'alimentaire 29%

A limité sa consommation alimentaire 22%

Réalise des économies dans autres domaines 16%

	V2-2015 (127)	V1-2015 (155)
Achète de plus en plus de produits biologiques ⁽²⁾	73%	/
Achète plus de produits de saison	71%	67%
Achète plus de produits frais	65%	62%
Évite les pertes/ le gaspillage	55%	57%
N'achète pas tout à fait les mêmes types de produits qu'auparavant	49%	45%
Cuisine davantage	47%	46%
Achète plus de produits en vrac	32% ↘	47%
Diversifie ses lieux d'achat	35%	32%
Dépense plus pour l'alimentaire	28%	31%
A limité sa consommation alimentaire	22%	21%
Réalise des économies dans autres domaines	15%	18%

(2) Item ajouté en vague 2 2015

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

Changement de comportement lié à la consommation de produits biologiques; critères discriminants

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

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

Base « consommateur bio » : 651

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	651	305	346	79	107	151	182	132	165	230	256
Habitudes modifiées	42%	42%	43%	38%	46%	43%	45%	40%	41%	44%	42%
Total brut	282	130	152	30	49	67	83	53	73	101	108
Achete plus de produits de saison	70%	66%	73%	Base faible	Base faible	66%	77%	Base faible	74%	65%	71%
Achete plus de produits frais	63%	61%	66%			62%	66%		58%	63%	68%
Evite les pertes/ le gaspillage	56%	52%	59%			42%	61%		56%	51%	60%
N'achete pas tout à fait les mêmes types de produits qu'auparavant	47%	47%	48%			40%	49%		44%	37%	58%
Cuisine davantage	47%	41%	52%			52%	44%		53%	47%	43%
Achete plus de produits en vrac	39%	37%	41%			36%	39%		34%	38%	43%
Diversifie ses lieux d'achat	33%	31%	35%	28%	35%	32%	29%	38%			
Dépense plus pour l'alimentaire	29%	29%	29%	29%	26%	30%	24%	33%			
Az limité votre consommation alimentaire	22%	25%	19%	17%	28%	21%	24%	20%			
Réalise des économies dans d'autres domaines	16%	16%	16%	10%	17%	18%	14%	17%			

Données disponibles uniquement sur les items communs aux 2 vagues 2015

Consommer bio modifie les habitudes de consommation pour recentrer l'alimentation autour du respect du produit (achat bio, de saison, frais, limitation du gaspillage, fait maison)

Auprès des consommateurs de produits biologiques

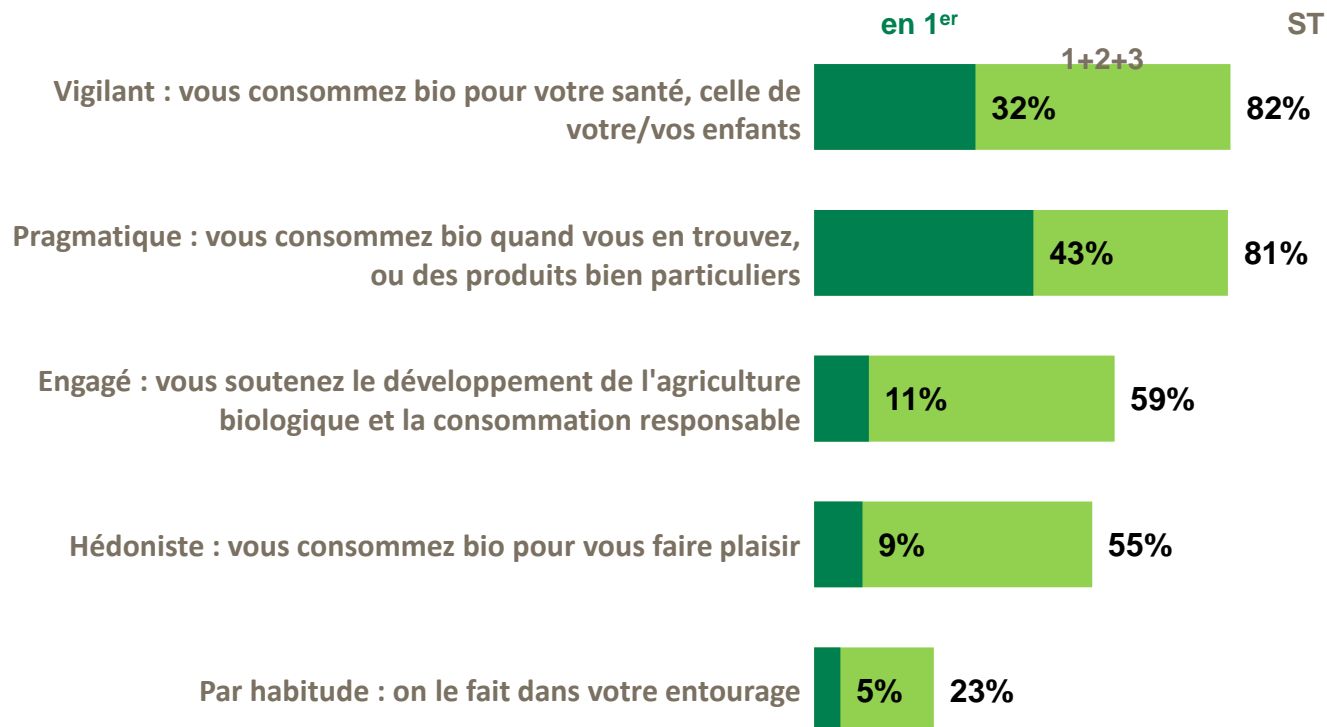
- **L'arrivée de nouveaux consommateurs** (depuis 2 ans ou moins) **est constante par rapport à 2014** (26% en 2015 vs. 28% en 2014). Les nouveaux consommateurs sont surtout des **18-24 ans** et des **CSP-**.
- Acheter bio **modifie les comportements alimentaires ou culinaires de 2 consommateurs sur 5** :
 - Ils **achètent de plus en plus de produits biologiques** (73%)
 - Ils achètent plus de **produits de saison** (70%), et de produits **frais** (63%)
 - Ils **évitent le gaspillage** (56%)
 - Ils **n'achètent pas tout à fait les mêmes types de produits qu'avant** (47%) et **cuisinent davantage** (47%)
- Dans une moindre mesure, les consommateurs achètent davantage de produits en vrac (39% avec une baisse observée entre les deux vagues 2015) et diversifient leurs lieux d'achat (33%) ou dépensent plus pour l'alimentaire (29%).
- **Enfin, peu se restreignent pour consommer bio** :
 - 22% ont limité leur consommation alimentaire,
 - seuls 16% réalisent des économies dans d'autres domaines.

Profil des consommateurs de produits biologiques

Nouvelle question
Dec. 2015

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

Base « consommateur bio » : 340



Profil des consommateurs de produits biologiques; critères discriminants

Nouvelle question
Dec. 2015

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

en 1er

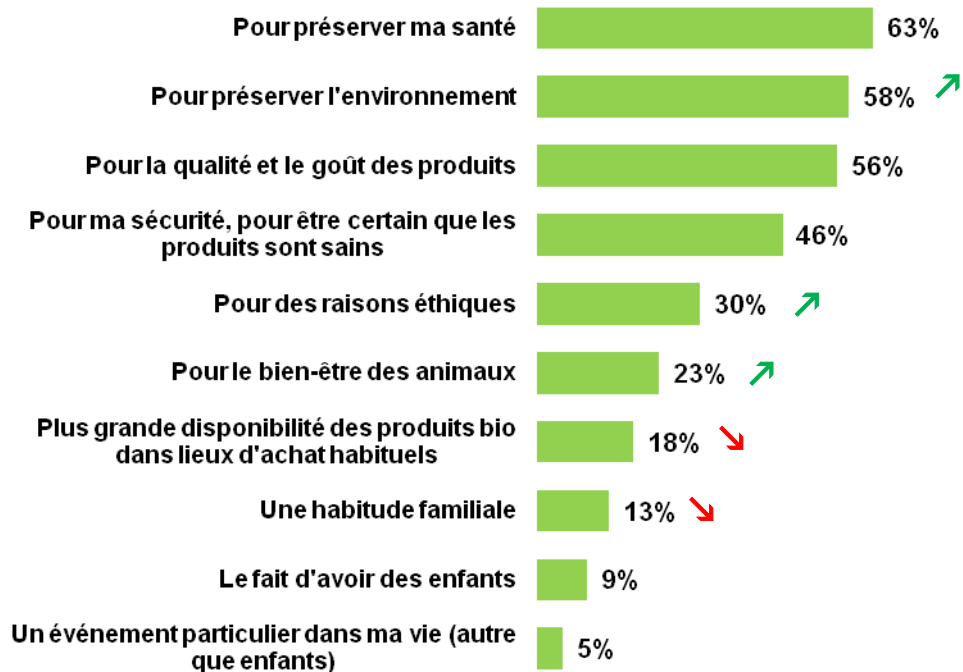
	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	340	163	177	35	59	81	94	71	113	93	134
Pragmatique : vous consommez bio quand vous en trouvez, ou des produits bien particuliers	43%	42%	44%	Base faible	Base faible	40%	43%	45%	41%	44%	44%
Vigilant : vous consommez bio pour votre santé, celle de votre/vos enfants	32%	33%	30%			32%	33%	35%	31%	30%	33%
Engagé : vous soutenez le développement de l'agriculture biologique et la consommation responsable	11%	10%	11%			8%	14%	11%	13%	5%	13%
Hédoniste : vous consommez bio pour vous faire plaisir	9%	10%	9%			14%	7%	4%	9%	15%	6%
Par habitude : on le fait dans votre entourage	5%	5%	6%			6%	3%	4%	6%	5%	4%

	Ensemble	Régions UDA9									Au moins UN enfant au foyer	Ancienneté de conso : ST 2 ans ou moins
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE		
<i>Total brut</i>	340	63	21	24	28	38	39	34	44	49	114	82
Pragmatique : vous consommez bio quand vous en trouvez, ou des produits bien particuliers	43%	49%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	37%	45%
Vigilant : vous consommez bio pour votre santé, celle de votre/vos enfants	32%	31%									33%	25%
Engagé : vous soutenez le développement de l'agriculture biologique et la consommation responsable	11%	6%									12%	5%
Hédoniste : vous consommez bio pour vous faire plaisir	9%	11%									10%	17%
Par habitude : on le fait dans votre entourage	5%	3%									7%	9%

Raisons de consommation de produits biologiques

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

Base « consommateur bio » : 651



consolidé

V2-2015 b=340	V1-2015 b=311	2014 b=598
64%	62%	65%
59%	57%	49%
63% ↗	48%	56%
45%	47%	46%
34%	27%	25%
23%	23%	17%
21% ↗	14%	31%
14%	13%	18%
10%	9%	7%
6%	3%	4%
5%	/	/

Base « consommateur bio » V2 : 340

Parce que vous avez des allergies ⁽²⁾ 5%

(2) Item ajouté en vague 2 2015

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

Raisons de consommation de produits biologiques; critères discriminants

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

Base « consommateur bio » : 651

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant			Au moins UN enfant au
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs	
<i>Total brut</i>	651	305	346	79	107	151	182	132	165	230	256	202
Pour préserver votre santé	63%	61%	65%	58%	44%	64%	69%	71%	53%	64%	70%	55%
Pour préserver l'environnement	58%	56%	61%	55%	45%	61%	66%	57%	60%	56%	59%	50%
Pour la qualité, le goût des produits	56%	51%	61%	54%	56%	50%	61%	59%	50%	60%	57%	51%
Pour votre sécurité, pour être certain que les produits sont sains	46%	45%	47%	31%	46%	45%	47%	54%	46%	42%	50%	43%
Pour des raisons éthiques et/ou sociales	30%	28%	33%	39%	28%	28%	33%	27%	36%	25%	32%	29%
Pour le bien-être des animaux	23%	19%	26%	32%	15%	19%	24%	26%	18%	22%	27%	17%
Une plus grande disponibilité des produits bios dans mes lieux d'achat habituel	18%	19%	17%	15%	12%	18%	21%	20%	19%	15%	20%	18%
Une habitude familiale	13%	11%	15%	17%	20%	15%	11%	8%	16%	13%	12%	21%
Suite à une naissance dans votre famille, le fait d'avoir des enfants / petits-enfants	9%	8%	10%	6%	23%	9%	5%	5%	15%	10%	5%	21%
Suite à un événement particulier dans votre vie (autre que le fait d'avoir des enfants)	5%	4%	5%	1%	6%	6%	6%	3%	6%	5%	4%	7%
Parce que vous avez des allergies	3%	2%	4%	-	2%	3%	4%	2%	3%	3%	3%	3%

L'achat bio est un acte réfléchi et responsable pour soi (santé, sécurité), ainsi que pour l'environnement

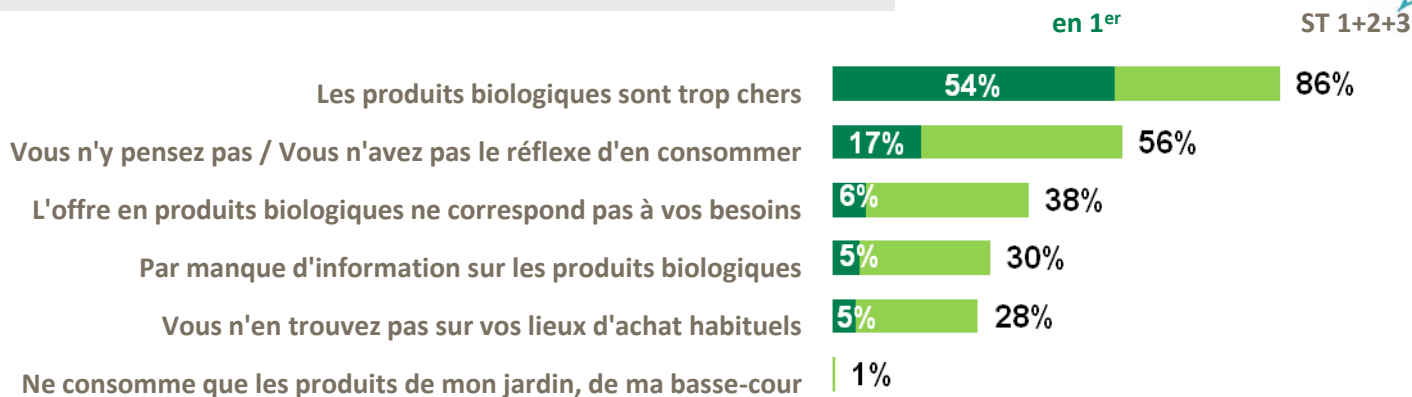
Auprès des consommateurs de produits biologiques

- **Les consommateurs bio se définissent avant tout comme :**
 - **Vigilants** : 82% consomment bio pour leur santé et celle de leurs enfants (dont 32% principalement pour cette raison).
 - **Pragmatiques** : 81% consomment bio pour des produits bien particuliers où quand ils en trouvent (dont 43% en principale raison).
 - Viennent ensuite les :
 - **Engagés** : 59% d'entre eux le font pour soutenir l'agriculture bio.
 - **Hédonistes** : 55% le font par plaisir, c'est notamment une **motivation principale plus importante** pour les **CSP-** et les **nouveaux consommateurs bio de ces deux dernières années**.
-
- Plus que jamais, **consommer bio est un acte volontaire** et non une habitude (13% des consommateurs le font par habitude, en baisse significative par rapport à 18% en 2014), ou fonction de la disponibilité des produits en magasin (18% vs 31% en 2014).
 - **Les raisons de consommation** de produits biologiques sont doubles :
 - La **santé** et la **sécurité alimentaire** : *préserver ma santé* (63%), *pour ma sécurité* (46%) ; sans oublier que les produits bio ont une *meilleure qualité et un meilleur goût* (56%)
 - La **responsabilité morale / l'éthique en progression depuis 2014** : *pour préserver l'environnement* (58% vs. 49% en 2014), *pour des raisons éthiques* (30% vs. 25% en 2014) et *pour le bien-être animal* (23% vs. 17% en 2014).

Freins à la consommation de produits biologiques

Q300. Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas (plus souvent) des produits biologique(s) ? En 1^{er} ? En 2^{ème} ? En 3^{ème} ?

Base « consommateur bio et consommateur occasionnel bio » : 903

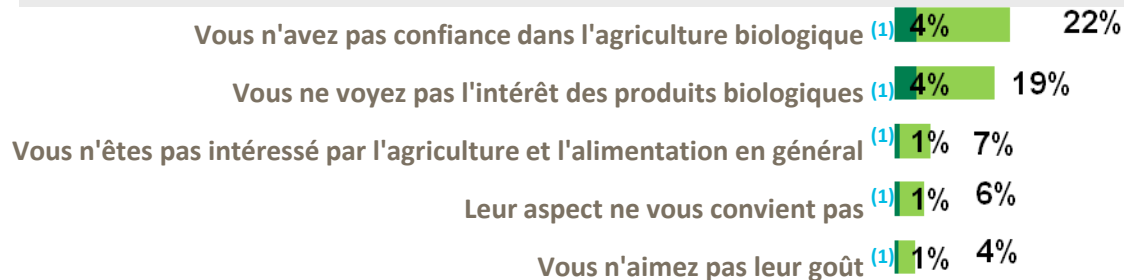


consolidé

Base V2 seulement : 448



Base V1 seulement : 455



V2-2015 B=448	V1-2015 b=455
85%	87%
56%	55%
42% ↗	34%
30%	31%
26%	30%
- ↘	1%
32%	/
23%	/
/	22%
/	19%
/	7%
/	6%
/	4%

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

(2) Item ajouté en vague 2 2015

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

Freins à la consommation de produits biologiques; critères discriminants 1/2

Q300. Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas (plus souvent) des produits biologique(s) ? En 1^{er} ? En 2^{ème} ? En 3^{ème} ?

Base « consommateur bio et consommateur occasionnel bio »

ST 1+2+3

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	903	432	471	106	141	249	227	180	187	348	368
Trop chers	86%	82%	90%	89%	91%	90%	83%	79%	86%	89%	83%
N'y pense pas / pas le réflexe	56%	60%	52%	62%	55%	58%	52%	55%	54%	58%	55%
L'offre ne correspond pas à vos besoins	38%	36%	39%	42%	41%	31%	40%	39%	36%	35%	42%
Par manque d'information	30%	32%	29%	30%	25%	29%	34%	32%	27%	31%	31%
Pas dans vos lieux d'achat habituels	28%	23%	32%	25%	31%	28%	29%	25%	34%	23%	29%
N'en trouve pas d'origine locale	16%	15%	17%	11%	15%	15%	17%	19%	20%	12%	17%
N'a pas confiance dans l'agriculture biologique	13%	14%	12%	11%	7%	12%	14%	17%	9%	14%	14%
Par manque d'animations/ de possibilité de goûter	11%	12%	11%	11%	11%	13%	12%	10%	12%	13%	10%
Ne voit pas l'intérêt	11%	13%	9%	4%	11%	12%	9%	15%	11%	12%	10%
Pas intéressé par l'agriculture et l'alimentation en général	4%	5%	2%	6%	4%	4%	4%	3%	2%	5%	3%
Leur aspect ne vous convient pas	3%	3%	3%	1%	4%	4%	2%	2%	2%	4%	2%
N'aime pas leur goût	2%	2%	2%	5%	2%	2%	2%	2%	1%	3%	2%
Ne consomme que les produits du jardin	1%	1%	0%	1%	-	-	0%	2%	1%	0%	1%
Autres	1%	1%	1%	1%	1%	0%	2%	1%	2%	1%	1%

Freins à la consommation de produits biologiques; critères discriminants 2/2

Q300. Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas (plus souvent) des produits biologique(s) ? En 1^{er} ? En 2^{ème} ? En 3^{ème} ?

Base « consommateur bio et consommateur occasionnel bio »

ST 1+2+3

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	903	163	59	72	77	91	117	99	109	116
Trop chers	86%	84%	Base faible	90%	89%	81%	86%	83%	88%	88%
N'y pense pas / pas le réflexe	56%	60%		50%	51%	62%	63%	54%	50%	55%
L'offre ne correspond pas à vos besoins	38%	34%		43%	33%	35%	41%	38%	35%	41%
Par manque d'information	30%	28%		27%	34%	30%	29%	32%	32%	29%
Pas dans vos lieux d'achat habituels	28%	26%		23%	27%	30%	26%	27%	29%	33%
N'en trouve pas d'origine locale	16%	17%		11%	21%	16%	12%	15%	15%	17%
N'a pas confiance dans l'agriculture biologique	13%	13%		27%	10%	9%	13%	13%	13%	11%
Par manque d'animations/ de possibilité de goûter	11%	15%		6%	8%	15%	8%	13%	14%	11%
Ne voit pas l'intérêt	11%	11%		14%	12%	11%	14%	12%	10%	8%
Pas intéressé par l'agriculture et l'alimentation en général	4%	2%		2%	7%	5%	2%	4%	6%	1%
Leur aspect ne vous convient pas	3%	5%		1%	4%	2%	3%	2%	3%	3%
N'aime pas leur goût	2%	2%		1%	2%	-	1%	4%	2%	2%
Ne consomme que les produits du jardin	1%	-		-	1%	2%	-	-	2%	-
Autres	1%	2%	-	-	-	1%	2%	2%	1%	

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

Le prix est le principal frein déclaré par les consommateurs, le manque de réflexe le second

Auprès des consommateurs (dont occasionnels) de produits biologiques

- Selon 86% des consommateurs bio, le **principal frein à l'achat** de produits biologiques est **leur prix**. C'est le frein principal de plus de la moitié des consommateurs bio.
- **56% déclarent ne pas avoir le réflexe d'en consommer** (dont 17% pour qui c'est la principale raison).
- Puis 38% des consommateurs déclarent que **l'offre ne correspond pas à leurs besoins**, 30% qu'ils **manquent d'information** et 28% qu'ils n'en trouvent **pas dans leurs lieux d'achat habituels**.
- Nous pouvons noter également que :
 - L'absence de produits bio **d'origine locale** est un frein pour 32% des consommateurs, l'absence de possibilité de **goûter les produits** par 23%.

2.2

Les différents produits biologiques consommés



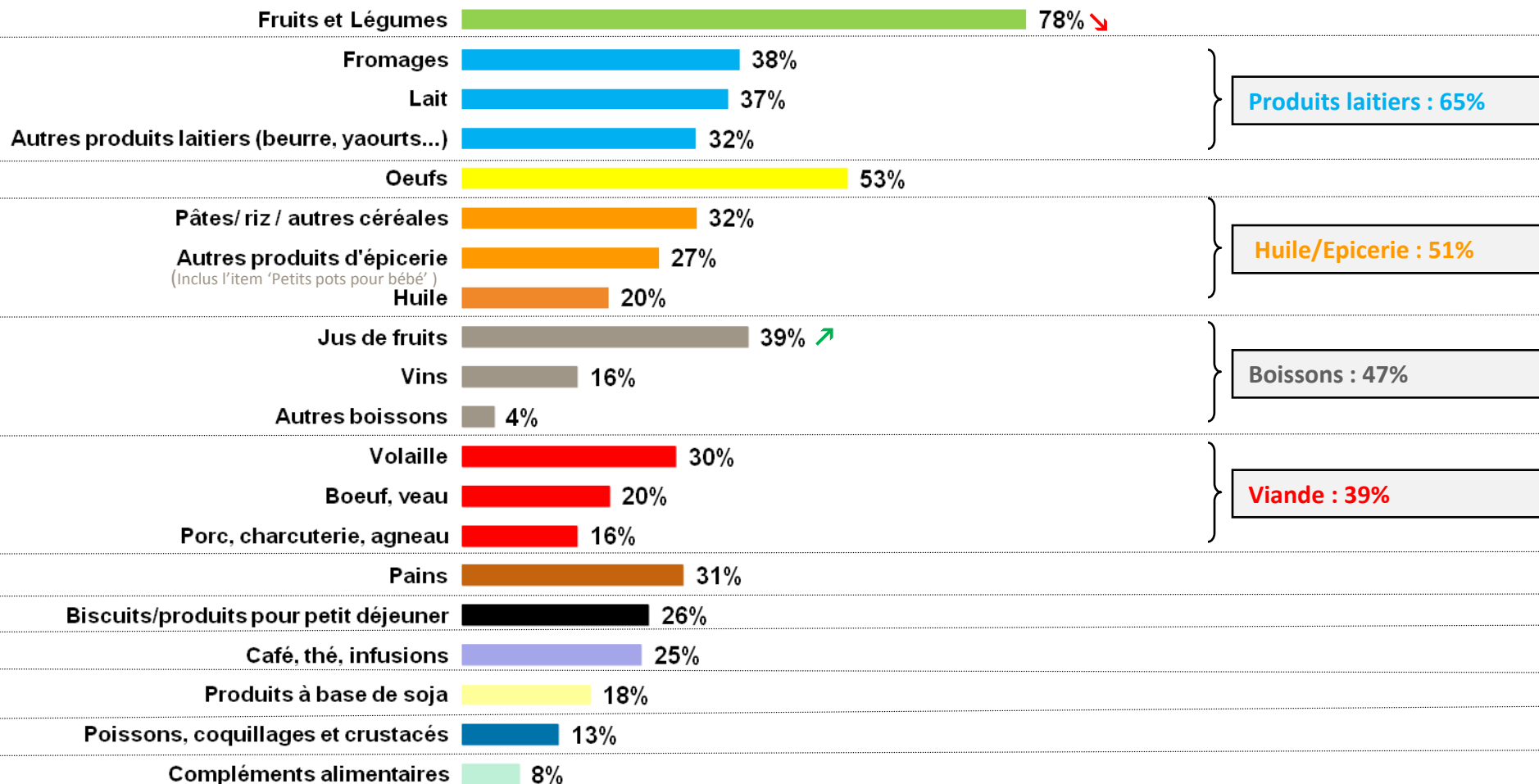
CSA

COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Familles de produits biologiques consommés

Q207. Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?

Base « consommateur bio » : 651



↗ ↘ Évolution significative vs. 2014

Évolution des catégories de produits biologiques consommés

Q207. Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?

consolidé

	2014	V1-2015	V2-2015	2015
Bases : consommateurs bio	598	311	340	651
Fruits et légumes	83%	79%	77%	78% ↘
Produits laitiers	63%	58%	72% ↗	65%
Fromage	35%	33%	43% ↗	38%
Lait	37%	34%	39%	37%
Autres produits laitiers (beurre, yaourts...)	31%	31%	34%	32%
Œufs	58%	45%	60% ↗	53%
Huile / épicerie	48%	48%	53%	51%
Pâtes / riz / autres céréales	31%	32%	33%	32%
Autres produits d'épicerie	23%	28%	26%	27%
Huile	19%	18%	22%	20%
Boissons	42%	45%	49%	47%
Jus de fruits	33%	39%	40%	39% ↗
Vin	16%	15%	17%	16%
Autres boissons	3%	6%	3%	4%
Viande	37%	33%	44% ↗	39%
Volaille	29%	23%	36% ↗	30%
Bœuf, veau	23%	18%	22%	20%
Porc, charcuterie, agneau	15%	15%	16%	16%
Pain	31%	30%	31%	31%
Biscuits / produits pour petit déjeuner	23%	28%	24%	26%
Café, thé, infusions	25%	27%	23%	25%
Produits à base de soja	18%	15%	20%	18%
Poisson, coquillages et crustacés	11%	12%	14%	13%
Compléments alimentaires	8%	8%	8%	8%

Produits biologiques consommés; critères discriminants

Q207. Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?

Base « consommateur bio » : 651

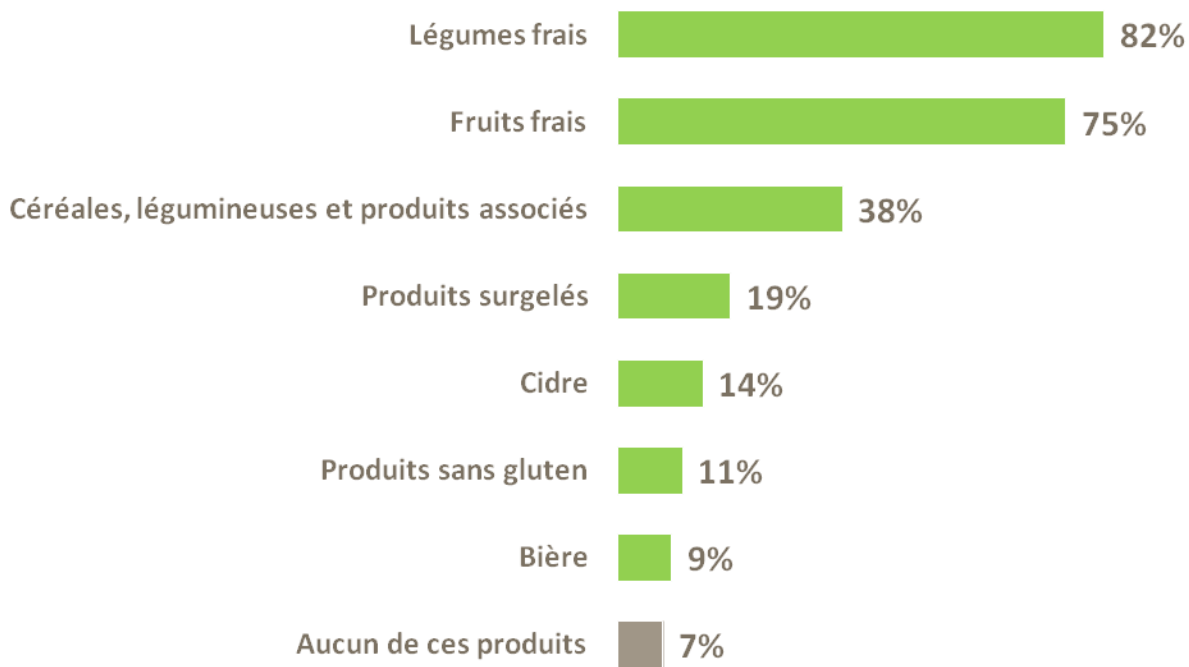
	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	651	305	346	79	107	151	182	132	165	230	256
Fruits et légumes	78%	75%	81%	78%	77%	77%	79%	79%	78%	79%	77%
Produits laitiers	65%	67%	64%	60%	63%	68%	69%	62%	68%	64%	64%
Fromages	38%	42%	35%	28%	42%	41%	41%	35%	41%	39%	36%
Lait	37%	37%	37%	35%	33%	38%	39%	35%	36%	37%	37%
Autres produits laitiers	32%	29%	35%	32%	32%	31%	29%	38%	32%	28%	36%
Oeufs	53%	52%	55%	52%	48%	46%	57%	60%	56%	47%	57%
Huile/Epicerie	51%	49%	53%	52%	56%	49%	51%	48%	53%	47%	53%
Pâtes, riz, autres céréales	32%	30%	34%	34%	39%	30%	32%	29%	34%	31%	33%
Autres produits d'épicerie	27%	22%	32%	30%	30%	29%	27%	22%	28%	25%	28%
Huile	20%	21%	19%	21%	23%	15%	23%	19%	18%	20%	22%
Boissons	47%	44%	50%	49%	45%	44%	48%	49%	44%	45%	51%
Jus de fruits	39%	35%	43%	44%	39%	39%	39%	37%	37%	38%	42%
Vins	16%	17%	15%	10%	12%	15%	19%	18%	18%	13%	17%
Autres boissons (autres que le vin ou les jus de fruits)	4%	5%	4%	4%	7%	4%	5%	3%	4%	6%	3%
Viande	39%	43%	35%	27%	29%	40%	41%	49%	43%	33%	41%
Volaille	30%	33%	27%	21%	24%	28%	31%	38%	36%	23%	31%
Boeuf, veau	20%	21%	19%	15%	23%	21%	21%	20%	20%	21%	20%
Porc, charcuterie, agneau	16%	17%	15%	14%	17%	14%	18%	16%	18%	14%	16%
Pain	31%	32%	30%	25%	33%	39%	30%	24%	36%	30%	27%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	26%	24%	27%	28%	34%	27%	26%	17%	28%	27%	24%
Café, thé, infusion	25%	22%	27%	19%	33%	28%	23%	20%	27%	25%	23%
Produits à base de soja	18%	17%	18%	18%	23%	15%	18%	17%	20%	17%	16%
Poissons,coquillages et crustacés	13%	15%	11%	11%	16%	10%	11%	18%	14%	13%	13%
Compléments alimentaires	8%	6%	10%	1%	5%	7%	12%	9%	4%	8%	10%

Consommation de produits biologiques spécifiques

Nouvelle question
Dec. 2015

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

Base « consommateur bio » : 340



Consommation de produits biologiques spécifiques; critères discriminants

Nouvelle question
Dec. 2015

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

Base « consommateur bio » : 340

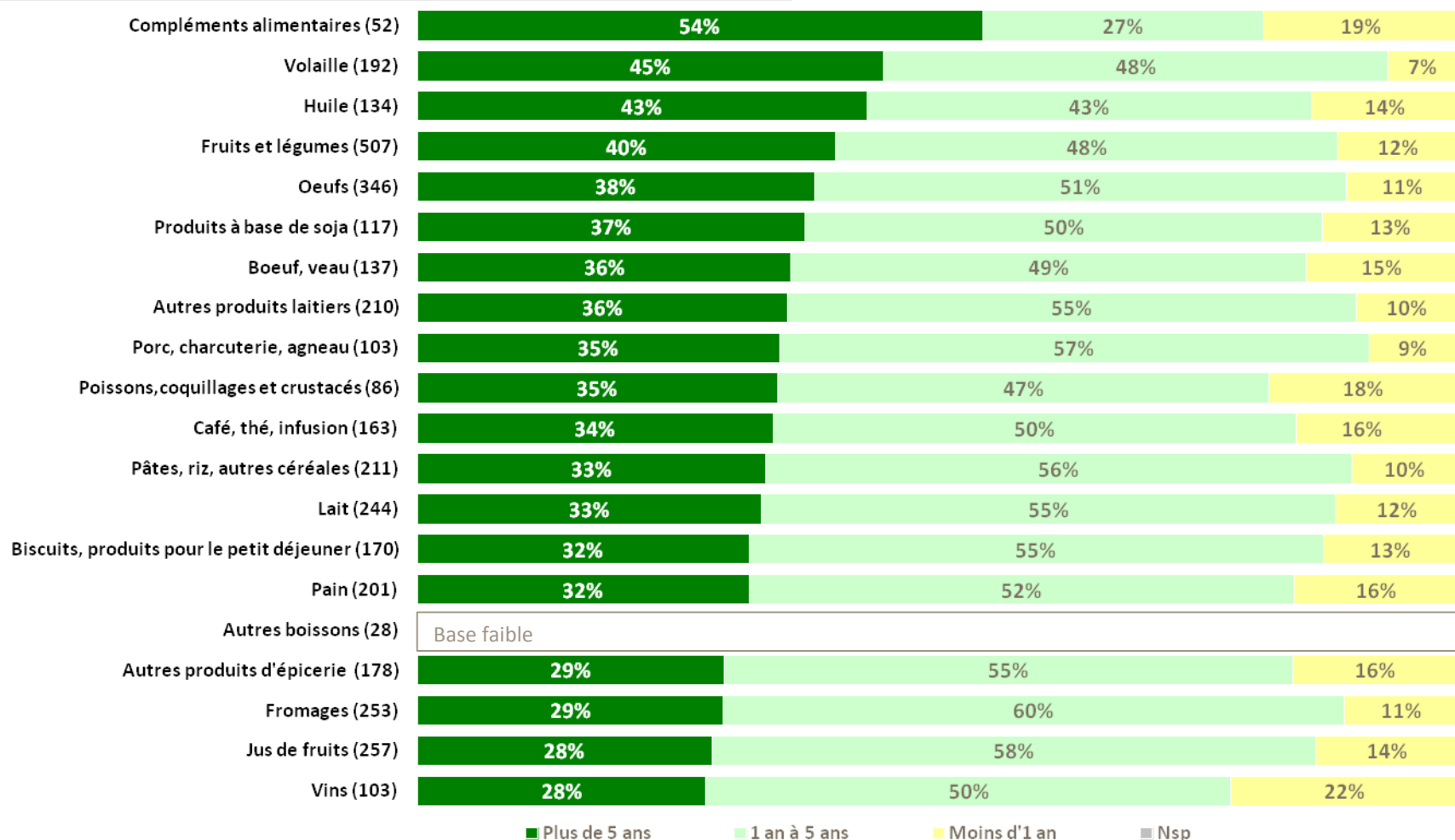
	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	340	163	177	35	59	81	94	71	113	93	134
Légumes frais	82%	80%	84%	Base faible	Base faible	83%	77%	83%	78%	84%	83%
Fruits frais	75%	73%	77%			79%	74%	69%	74%	77%	75%
Céréales, légumineuses et produits associés	38%	29%	46%			36%	39%	27%	41%	43%	32%
Produits surgelés	19%	17%	21%			10%	25%	18%	19%	20%	18%
Cidre	14%	13%	15%			17%	15%	13%	21%	14%	9%
Produits sans gluten	11%	10%	12%			9%	8%	10%	13%	6%	12%
Bière	9%	10%	8%			11%	11%	6%	11%	8%	7%
Aucun de ces produits	7%	10%	5%			5%	11%	10%	7%	4%	10%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
<i>Total brut</i>	340	63	21	24	28	38	39	34	44	49
Légumes frais	82%	80%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible
Fruits frais	75%	72%								
Céréales, légumineuses et produits associés	38%	35%								
Produits surgelés	19%	16%								
Cidre	14%	11%								
Produits sans gluten	11%	17%								
Bière	9%	8%								
Aucun de ces produits	7%	11%								

Ancienneté de consommation des différentes catégories de produits biologiques

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

Base « consommateur bio » : consommateurs respectifs des produits cités



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

Les consommateurs les plus récents (moins d'1 an); évolutions

Base : consommateurs respectifs des produits cités

consolidé

En %	V1-2015	V2-2015	2015
Vin	20%	Base faible	
Compléments alimentaires *	Base faible		19%
Poissons, coquillages, crustacés	17%	Base faible	
Autres produits d'épicerie	17%	15%	16%
Pain	17%	14%	16%
Café, Thé, infusions	17%	14%	16%
Bœuf	13%	16%	15%
Huile	21%	9%	14%
Jus de fruits	16%	12%	14%
Produits à base de soja	15%	Base faible	
Biscuits, produits pour petit déjeuner	12%	14%	13%
Lait	10%	13%	12%
Fruits et légumes	14%	9%	12%
Fromage	13%	10%	11%
Œufs	11%	11%	11%
Pâtes, riz, autres céréales	13%	8%	10%
Autres produits laitiers	10%	9%	10%
Porc, charcuterie, agneau	3%	Base faible	
Autres boissons *	Base faible		
Volaille	7%	6%	7%

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

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

Les consommateurs les plus anciens (plus de 5 ans); évolutions

Base : consommateurs respectifs des produits cités

consolidé

En %	V1-2015	V2-2015	2015
Compléments alimentaires *	Base faible		54%
Volaille	50%	42%	45%
Huile	42%	44%	43%
Fruits et légumes	41%	40%	40%
Œufs	43%	35%	38%
Produits à base de soja	40%	Base faible	
Bœuf	38%	34%	36%
Autres produits laitiers	38%	34%	36%
Porc, charcuterie, agneau	44%	Base faible	
Poisson, coquillages, crustacés	43%	Base faible	
Café, thé, infusions	34%	35%	34%
Pâtes, riz, autres céréales	37%	30%	33%
Lait	36%	31%	33%
Biscuits, produits pour petit déjeuner	38%	25%	32%
Pain	28%	35%	32%
Autres boissons *	Base faible		
Autres produits d'épicerie	30%	29%	29%
Fromage	33%	27%	29%
Jus de fruits	29%	27%	28%
Vin	26%	Base faible	

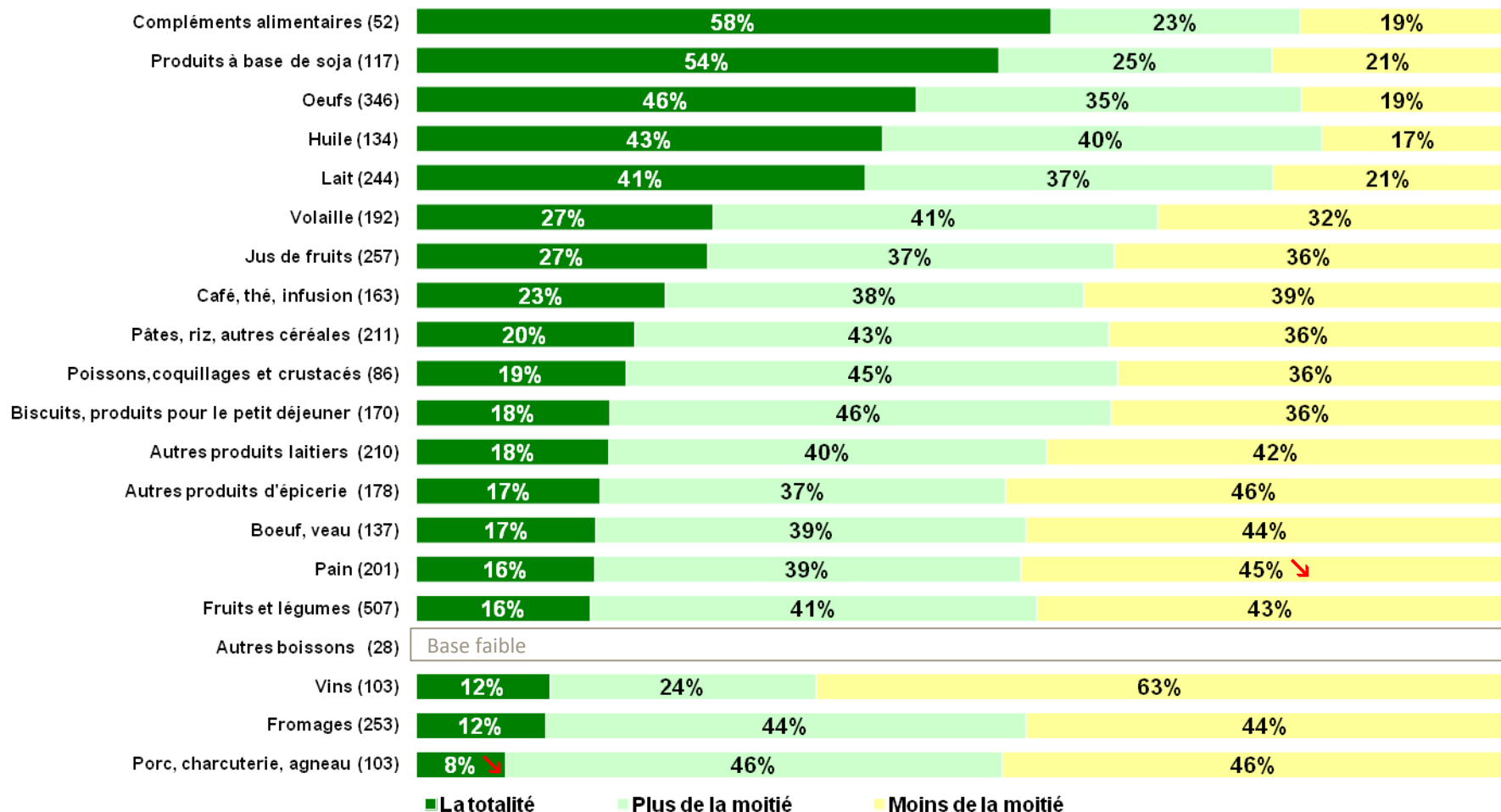
Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

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

La part des produits biologiques dans la consommation

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

Base « consommateur bio » : consommateurs respectifs des produits cités



■ La totalité ■ Plus de la moitié ■ Moins de la moitié

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

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

Totalité de consommation de produits biologiques; évolutions

Base : consommateurs respectifs des produits cités

consolidé

En %	Mars 2014	V1-2015	V2-2015	2015
Compléments alimentaires *	Base faible			57
Produits à base de soja	45%	Base faible		54%
Œufs	51%	45%	46%	46%
Huile	50%	48%	39%	43%
Lait	44%	43%	39%	41%
Volaille	29%	33%	24%	27%
Jus de fruits	23%	28%	26%	27%
Café, thé, infusions	22%	22%	24%	23%
Pâtes, riz, autres céréales	25%	21%	19%	20%
Poisson, coquillages, crustacés	22%	Base faible		19%
Biscuits, produits pour petit déjeuner	23%	18%	17%	18%
Autres produits laitiers	15%	18%	18%	18%
Autres produits d'épicerie	16%	18%	16%	17%
Bœuf	25%	27%	9% ↘	17%
Pain	24%	22%	11% ↘	16%
Fruits et légumes	21%	18%	14%	16%
Autres boissons *	Base faible			
Vin	15%	Base faible		12%
Fromage	12%	13%	11%	12%
Porc, charcuterie, agneau	20%	Base faible		8% ↘

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

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

Plus de la moitié de consommation de produits biologiques; évolutions

Base : consommateurs respectifs des produits cités

consolidé

En %	Mars 2014	V1-2015	V2-2015	2015
Autres boissons *	Base faible			
Biscuits, produits pour petit déjeuner	37%	45%	47%	46%
Porc, charcuterie, agneau	47%	Base faible		46%
Poisson, coquillages, crustacés	57%	Base faible		45%
Fromage	49%	43%	45%	44%
Pâtes, riz, autres céréales	40%	48%	39%	43%
Fruits et légumes	41%	38%	44%	41%
Volaille	42%	38%	42%	41%
Huile	34%	40%	41%	40%
Autres produits laitiers	44%	39%	42%	40%
Bœuf	41%	41%	39%	39%
Pain	44%	35%	43%	39%
Café, thé, infusions	41%	39%	38%	38%
Lait	34%	37%	37%	37%
Jus de fruits	44%	34%	40%	37%
Autres produits d'épicerie	34%	33%	41%	37%
Œufs	29%	38%	33%	35%
Produits à base de soja	25%	Base faible		25%
Vin	29%	Base faible		24%
Compléments alimentaires *	Base faible			23

Pas d'évolution significative d'une année sur l'autre
Pas d'évolution significative lors de l'année 2015

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

Moins de la moitié de consommation de produits biologiques; évolutions

Base : consommateurs respectifs des produits cités

consolidé

En %	Mars 2014	V1-2015	V2-2015	2015
Vin	56%	Base faible		63%
Porc, charcuterie, agneau	33%	Base faible		46%
Autres produits d'épicerie	50%	49%	43%	46%
Pain	32%	43%	46%	45%
Fromage	39%	44%	44%	44%
Bœuf	34%	33%	52% ↗	44%
Fruits et légumes	38%	44%	42%	43%
Autres produits laitiers	41%	44%	41%	42%
Café, thé, infusions	37%	39%	38%	39%
Pâtes, riz, autres céréales	34%	31%	41%	36%
Biscuits, produits pour petit déjeuner	41%	37%	35%	36%
Jus de fruits	33%	38%	34%	36%
Poisson, coquillages, crustacés	21%	Base faible		36%
Volaille	29%	28%	34%	32%
Autres boissons *	Base faible			
Produits à base de soja	30%	Base faible		21%
Lait	22%	19%	23%	21%
Compléments alimentaires *	Base faible			19
Œufs	19%	17%	20%	19%
Huile	16%	13%	20%	17%

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

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

La consommation de produits bio passe toujours avant tout par les fruits et légumes, les produits laitiers et les œufs

Auprès des consommateurs de produits biologiques

- En moyenne, près de **6 familles de produits biologiques sont consommées** :
 - Les **fruits et légumes** (78% vs. 83% en 2014). La part du bio ne représente la totalité de la consommation de ce type de produits que pour 16% des consommateurs seulement. A noter qu'il s'agit d'un produit consommé en bio depuis plus de 5 ans par 2 consommateur sur 5.
 - Les **produits laitiers** (65%) : fromages (38%), lait (37%) et autres produits laitiers (32%). Si le lait est consommé uniquement bio par 2 consommateurs sur 5, la part du bio pour les autres produits laitiers (dont le fromage) apparaît moins importante.
 - Les **œufs** (53%), à 100% consommés exclusivement en bio par près d'1 consommateur sur 2. C'est l'un des produits dont la consommation en bio est la plus ancienne (38% de plus de 5 ans).
 - Les **produits d'épicerie** (51%), notamment les pâtes, le riz (31%).
 - Les **boissons** (47%), notamment les jus de fruits (39%, en hausse depuis 2014). A noter que 16% des consommateurs bio boivent du vin bio. Il s'agit d'une consommation récente (22% de moins d'1 an), et occasionnelle (moins de la moitié de la part de consommation de vin est bio : 63%).
 - La **viande** (39%), notamment la volaille (30%).
- Certaines catégories alimentaires bio restent moins consommées :
 - Le **pain** (31%), les **biscuits** / produits pour le petit déjeuner (26%), le **café / thé** (25%).
 - Les **produits à base de soja** (18%). Malgré tout, pour 54% des consommateurs de ce types de produits, la part du bio représente **la totalité de leur consommation** de produits à base de soja.
 - Les **poissons , coquillages et crustacés** (13%), ainsi que les **compléments alimentaires** (8%).

2.3

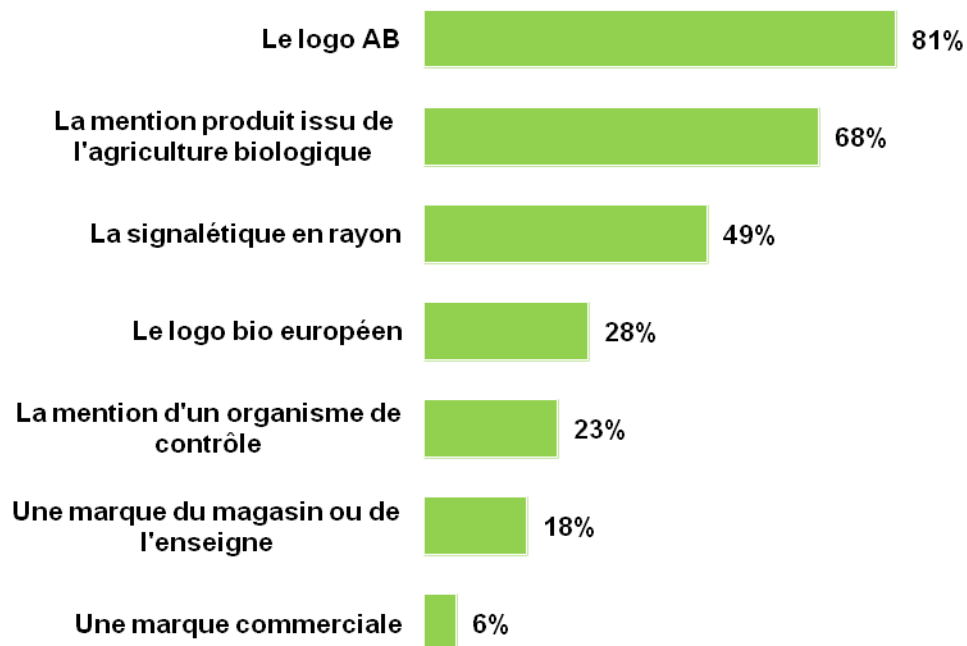
Les lieux d'achat de produits biologiques



Les moyens de reconnaissance des produits biologiques à l'achat

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

Base « consommateur bio » : 651



Base « consommateur bio » V1 : 455



consolidé

	V2-2015 B=448	V1-2015 b=455
Le logo AB	81%	81%
La mention produit issu de l'agriculture biologique	69%	67%
La signalétique en rayon	51%	47%
Le logo bio européen	32% ↗	24%
La mention d'un organisme de contrôle	23%	22%
Une marque du magasin ou de l'enseigne	18%	17%
Une marque commerciale	4%	7%
Le vendeur	-	6%

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

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

Les moyens de reconnaissance des produits biologiques à l'achat; critères discriminants

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

Base « consommateur bio » : 651

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	651	305	346	79	107	151	182	132	165	230	256
Le logo AB	81%	81%	82%	86%	82%	75%	83%	83%	81%	79%	83%
La mention « produit issu de l'agriculture biologique » ou « bio »	68%	62%	74%	64%	66%	66%	64%	79%	60%	66%	75%
La signalétique du rayon	49%	49%	48%	50%	40%	54%	44%	56%	46%	44%	55%
Le logo bio européen	28%	25%	31%	36%	37%	29%	24%	22%	27%	28%	29%
La mention d'un organisme de contrôle	23%	22%	24%	20%	22%	24%	26%	20%	25%	22%	22%
La marque du magasin ou de l enseigne	18%	15%	20%	23%	20%	13%	21%	14%	17%	16%	20%
Une marque commerciale	6%	7%	5%	6%	7%	8%	4%	4%	3%	9%	4%
Le vendeur	3%	4%	2%	5%	4%	2%	2%	3%	4%	4%	1%

Le logo AB guide 4 consommateurs sur 5 dans l'acte d'achat de produits bio

Auprès des consommateurs de produits biologiques

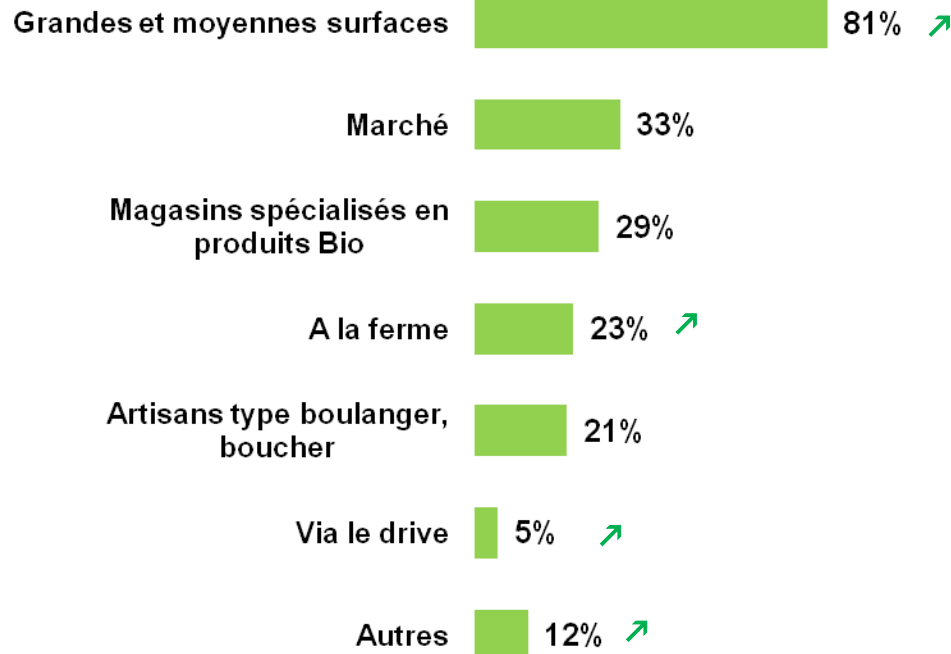
- Le **logo AB est le principal moyen de reconnaissance des produits bio** pour les consommateurs (81%), loin devant la mention « produit issu de l'agriculture biologique » (68%) et la signalétique en rayon (49%).
- Le **logo européen est un moyen de reconnaissance encore peu cité** par les consommateurs (28%), de même que la mention d'un organisme de contrôle (23%) ou la marque du magasin (18%).
- Les autres mentions ont un impact plus marginal sur l'identification des produits biologiques par les consommateurs : marque commerciale (6%), vendeur (3%).

Lieux d'achat tous produits biologiques confondus

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur bio » : 651

CITÉ AU MOINS UNE FOIS :



consolidé

	V2-2015 b=340	V1-2015 b=311	2014 b=598
Grandes et moyennes surfaces	82%	80%	75%
Marché	37% ↗	29%	19%
Magasins spécialisés en produits Bio	32%	25%	26%
A la ferme	26%	20%	17%
Artisans type boulanger, boucher	24%	18%	18%
Via le drive	5%	5%	2%
Autres	14%	11%	8%

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

Lieux d'achat tous produits biologiques confondus; critères discriminants

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur bio » : 651

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
<i>Total brut</i>	651	305	346	79	107	151	182	132	165	230	256
Grandes et moyennes surfaces	81%	81%	81%	81%	79%	80%	82%	83%	81%	77%	85%
Marché	33%	35%	32%	17%	30%	32%	38%	41%	34%	29%	37%
Magasins spécialisés en produits Bio	29%	26%	30%	24%	28%	26%	34%	28%	30%	28%	28%
A la ferme	23%	24%	21%	9%	19%	30%	21%	27%	20%	26%	21%
Artisans (boulangers, bouchers)	21%	25%	18%	11%	21%	19%	24%	26%	23%	18%	23%
Via le drive	5%	3%	7%	7%	12%	8%	3%	-	8%	7%	2%
Autres	12%	12%	12%	13%	8%	11%	14%	14%	10%	11%	15%

Produits bio achetés par lieux d'achat

Q209. Où achetez-vous principalement ce(s) produit(s) biologique(s) ?

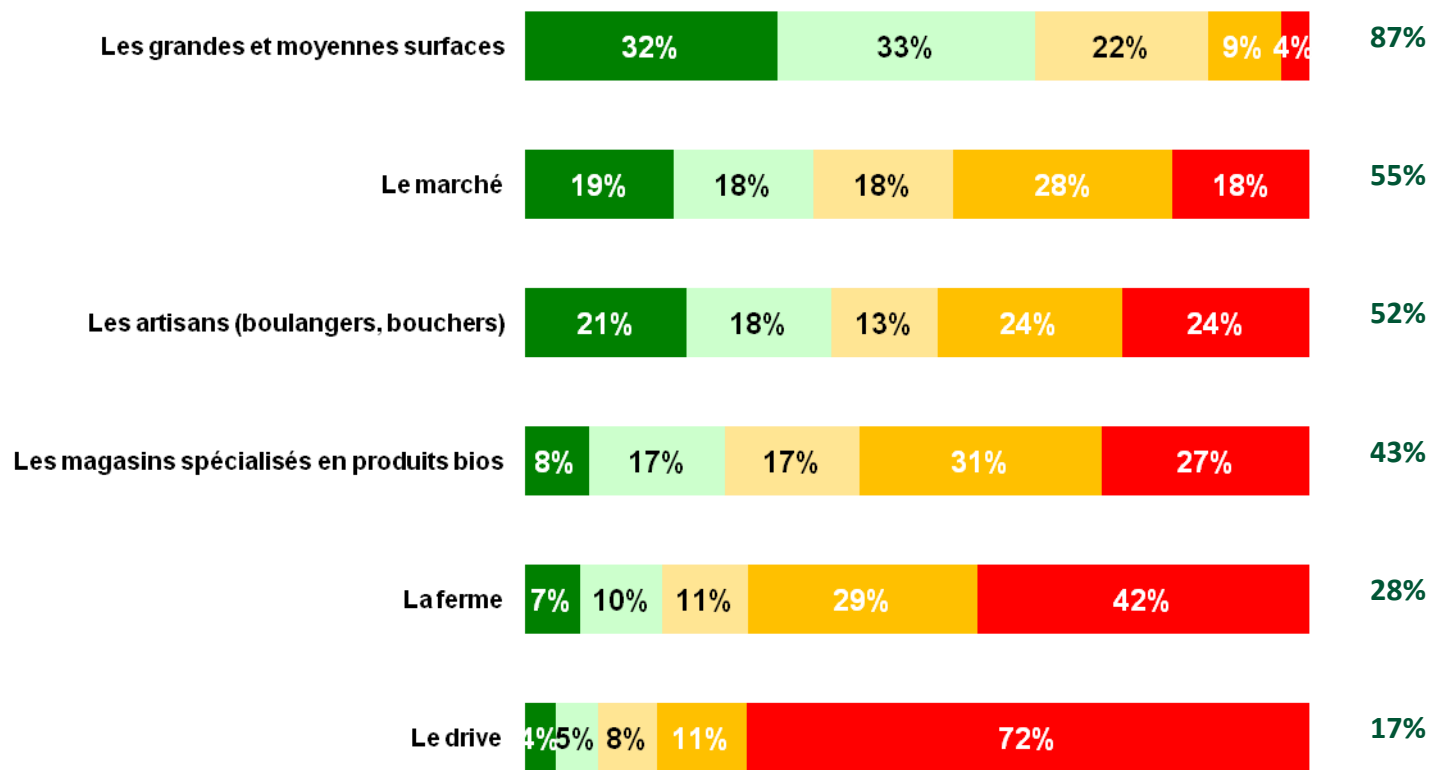
Base « consommateur bio »

	Ensemble	Magasins spécialisés en produits Bio	Marché	Grandes et moyennes surfaces	Artisans (boulangers, bouchers)	A la ferme	Via le drive	Autres	N'achete pas ce produit	NSP	
Compléments alimentaires	52	Base faible									100%
Autres boissons	28	Base faible									100%
Pâtes, riz, autres céréales	211	34%	1%	59%	1%	-	3%	1%	-	0%	100%
Produits à base de soja	117	28%	4%	62%	1%	-	1%	3%	1%	1%	100%
Autres produits d'épicerie	178	27%	2%	63%	1%	1%	3%	1%	1%	-	100%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	170	23%	2%	69%	1%	-	4%	0%	1%	-	100%
Café, thé, infusion	163	22%	1%	67%	2%	1%	1%	5%	1%	-	100%
Vins	103	22%	2%	43%	5%	10%	1%	16%	2%	-	100%
Pain	201	20%	7%	26%	39%	2%	1%	1%	4%	1%	100%
Huile	134	19%	4%	57%	3%	2%	7%	6%	2%	-	100%
Jus de fruits	257	14%	2%	73%	1%	2%	4%	2%	1%	1%	100%
Autres produits laitiers	210	14%	5%	69%	1%	4%	6%	1%	-	-	100%
Fromages	253	13%	20%	46%	7%	11%	2%	2%	-	-	100%
Porc, charcuterie, agneau	103	13%	6%	40%	15%	22%	-	3%	2%	-	100%
Boeuf, veau	137	13%	4%	32%	23%	23%	2%	3%	-	-	100%
Fruits et légumes	507	12%	30%	40%	3%	9%	2%	3%	1%	0%	100%
Lait	244	11%	4%	72%	2%	5%	5%	1%	-	-	100%
Volaille	192	7%	9%	42%	15%	17%	2%	5%	2%	-	100%
Oeufs	346	6%	11%	54%	3%	16%	3%	4%	3%	-	100%
Poissons,coquillages et crustacés	86	5%	20%	45%	16%	3%	3%	6%	1%	-	100%

Fréquence d'achat par circuit de distribution

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

Base « consommateur bio » : 651



consolidé

ST Au moins 1 fois par mois

	V2-2015 b=340	V1-2015 b=311
Les grandes et moyennes surfaces	88%	86%
Le marché	57%	52%
Les artisans (boulangers, bouchers)	56% ↗	48%
Les magasins spécialisés en produits bios	46%	39%
La ferme	29%	27%
Le drive	17%	17%

■ Au moins 1 fois par semaine ■ 2 à 3 fois par mois ■ 1 fois par mois ■ Moins souvent ■ Jamais

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

Fréquence d'achat par circuit de distribution; critères discriminants

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

Base « consommateur bio » : 651

Au moins 1 fois par mois

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	651	305	346	79	107	151	182	132	165	230	256
Les grandes et moyennes surfaces	87%	84%	90%	86%	92%	90%	86%	82%	90%	86%	86%
Le marché	55%	58%	51%	43%	50%	59%	56%	58%	58%	52%	54%
Les artisans (boulangers, bouchers)	52%	55%	50%	48%	48%	58%	54%	51%	54%	57%	48%
Les magasins spécialisés en produits bios	43%	41%	44%	39%	50%	41%	47%	35%	48%	42%	39%
La ferme	28%	31%	26%	16%	27%	34%	29%	29%	26%	35%	24%
Le drive	17%	15%	18%	17%	36%	22%	13%	2%	25%	22%	6%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	651	129	39	49	43	69	83	61	84	94
Les grandes et moyennes surfaces	87%	88%	Base faible	Base faible	Base faible	89%	83%	87%	89%	86%
Le marché	55%	57%				44%	57%	54%	56%	58%
Les artisans (boulangers, bouchers)	52%	49%				47%	54%	49%	54%	51%
Les magasins spécialisés en produits bios	43%	48%				31%	42%	45%	47%	39%
La ferme	28%	15%				22%	32%	30%	30%	27%
Le drive	17%	12%				17%	11%	11%	23%	17%

L'achat de produits bio via Internet ou sous forme de paniers

Nouvelle question
Dec. 2015

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

Base « consommateur bio » : 340

Sous forme de paniers, via une AMAP



23%

Par Internet



12%

	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et +	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	340	163	177	35	59	81	94	71	113	93	134
Sous forme de paniers, AMAP	23%	26%	20%	Base faible	Base faible	23%	28%	15%	30%	23%	17%
Par Internet	12%	9%	15%			15%	10%	4%	12%	15%	10%

	Ensemble	Régions UDA9								
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	340	63	21	24	28	38	39	34	44	49
Sous forme de paniers, AMAP	23%	14%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible
Par Internet	12%	14%								

Les GMS restent le principal lieu d'achat des produits biologiques

Après des consommateurs de produits biologiques

- Les **grandes et moyennes surfaces alimentaires** représentent à elles seules 81% des lieux d'achats principaux déclarés, en hausse par rapport à 2014 (75%). Elles sont suivies :
 - du **marché** (33%), notamment pour les fruits et légumes, les produits laitiers et les produits de la mer.
 - des **magasins spécialisés** (29%), notamment pour les produits d'épicerie, le vin et le pain.
 - de **la ferme** (23%, vs 21% en 2014), avant tout pour la viande.
 - des **artisans** (21%) pour le bœuf ou le veau, et pour le pain.
 - A noter que le **drive** progresse cette année (5% vs 2% en 2014).
 - **En termes de fréquence d'achat de produits bio**, les **GMS** sont les plus souvent fréquentées (32% des consommateurs s'y rendent au moins une fois par semaine, 87% au moins une fois par mois), devant le **marché** (19% au moins une fois par semaine, 55% au moins une fois par mois), les **artisans** (21% au moins une fois par semaine, 52% au moins une fois par mois) et les **magasins spécialisés** (8% au moins une fois par semaine, 43% au moins une fois par mois).
 - La **ferme** et le **drive** sont fréquentés moins régulièrement.
-
- Si les achats sur **Internet** sont encore assez marginaux (12% des consommateurs bio), **l'achat sous forme de panier** est cité par **23% des consommateurs bio**, notamment les CSP+ (30% d'entre eux).

2.4 Perspectives et avenir



Consommation future envisagée

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

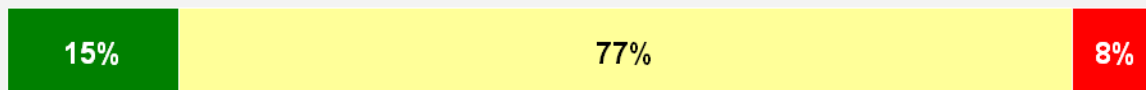
Base « consommateurs bio »

■ augmenter ■ maintenir ■ restreindre ■ nsp

Mars 2014 (598)



V1-2015 (311)



V2-2015 (340)



consolidé

2015 (651)



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

Consommation future envisagée; critères discriminants

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

Base « consommateur bio » : 651

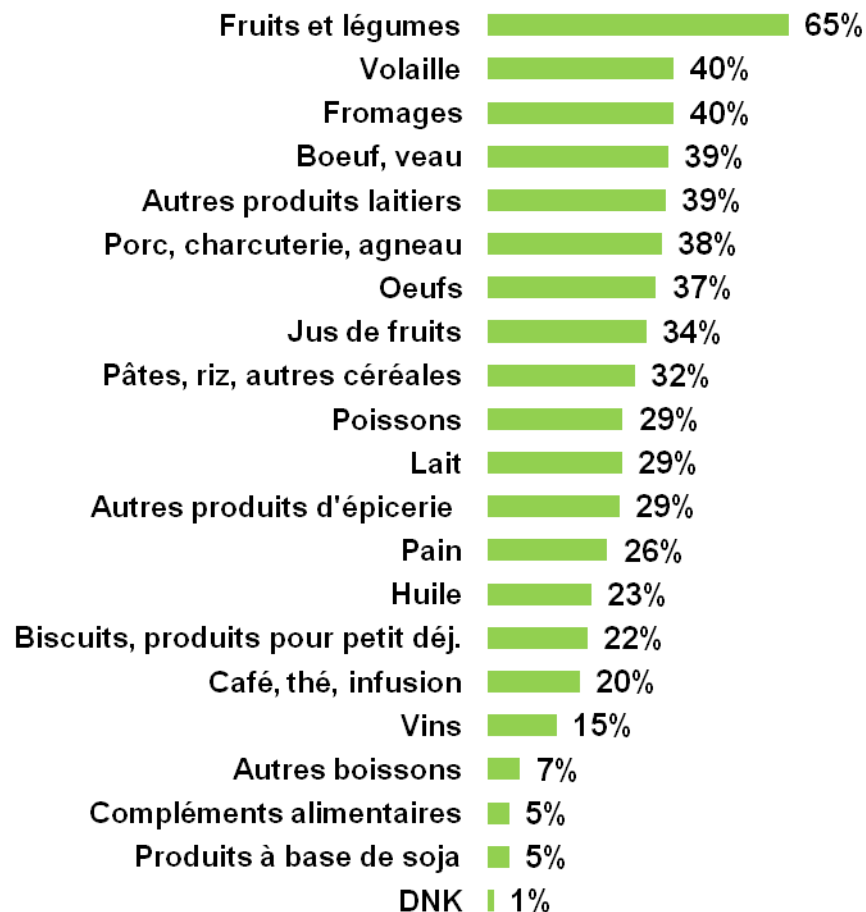
	Ensemble	Sexe		Age					CSP Répondant		
		Un homme	Une femme	18-24	25-34	35-49	50-64	65 ans et plus	CSP +	CSP -	Inactifs
Total brut	651	305	346	79	107	151	182	132	165	230	256
Vous avez l'intention de la maintenir	72%	73%	72%	67%	67%	74%	73%	77%	63%	77%	75%
Vous avez l'intention de la restreindre	6%	7%	6%	7%	9%	11%	6%	1%	8%	8%	4%
Vous avez l'intention de l'augmenter	21%	21%	21%	27%	24%	16%	21%	21%	29%	15%	21%

	Ensemble	Régions UDA9							
		IDF	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	SUD OUEST	CENTRE EST	MEDITERRANEE
Total brut	651	129	39	49	43	69	61	84	94
Vous avez l'intention de la maintenir	72%	70%	Base faible	Base faible	Base faible	73%	75%	70%	80%
Vous avez l'intention de la restreindre	6%	7%				4%	13%	4%	3%
Vous avez l'intention de l'augmenter	21%	23%				23%	12%	26%	17%

Prévision d'augmentation de consommation : sur quels produits

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

Base : A l'intention dans les 6 prochains mois, d'augmenter sa consommation BIO de.. : 134



Éléments incitatifs pour augmenter sa consommation de pain et/ou de vin bio

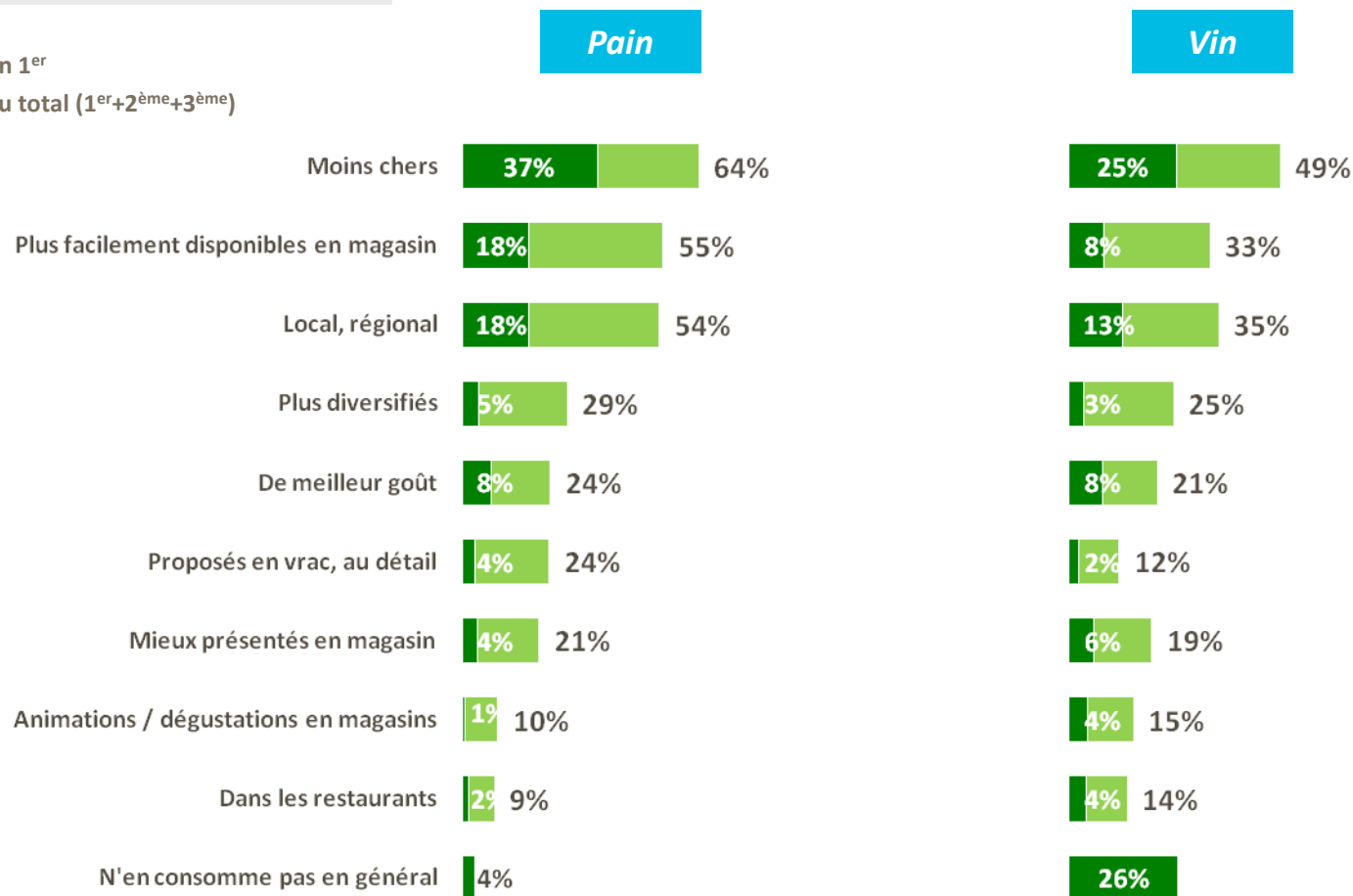
Nouvelle question
Dec. 2015

Q215_1. Parmi cette liste, pouvez-vous indiquer les 3 critères qui pourraient vous faire consommer davantage de pain biologique ?

Q215_B. Parmi cette liste, pouvez-vous indiquer les 3 critères qui pourraient vous faire consommer davantage de vin biologique ?

Base « consommateur bio » : 340

■ Cité en 1^{er}
■ Cité au total (1^{er}+2^{ème}+3^{ème})



Une intention de consommation bio à la hausse pour 1 consommateur sur 5 autour des fruits et légumes, viandes, produits laitiers et œufs

Auprès des consommateurs de produits biologiques

- **Près de 3 consommateurs sur 4 déclarent avoir l'intention de maintenir leur consommation** de produits biologiques au cours des 6 prochains mois (parmi eux les CSP- : 77%) et **21% estiment qu'ils vont l'augmenter** (dont davantage de CSP+ : 29%). A noter que le delta entre ceux qui pensent augmenter leur consommation et ceux qui pensent la réduire est positif : +15.
- Parmi ceux qui envisagent d'accroître leur consommation, les produits privilégiés sont :
 - Les **fruits et légumes** (65%)
 - Les **viandes** ont également une bonne place : la volaille (40%), le bœuf et le veau (39%) et le porc, l'agneau et la charcuterie (38%)
 - Les **produits laitiers** : les fromages (40%) et autres produits laitiers (39%)
 - Les **œufs** (37%)
- Les produits **les moins cités** : les **autres boissons** (7%), les **compléments alimentaires** (5%) et les **produits à base de soja** (5%).

- Les **trois principaux leviers de la consommation de pain et de vin** sont, dans le détail :
 - Le **prix** (64% pour le pain, 49% pour le vin),
 - Le **local / régional** (54% pour le pain, 35% pour le vin),
 - La **disponibilité en magasin** (55% pour le pain, 33% pour le vin).

Annexes

1. Focus sur les 18-24 ans

Focus sur les 18-24 ans (11% du total échantillon)

	Ensemble des Français	18-24 ans	
		Score supérieur à la moyenne des Français	Score inférieur à la moyenne des Français
Consommateurs/ Acheteurs de produits biologiques			
- Non consommateurs	35%		29%
- Acheteurs de produits BIO	55%	62%	
Ancienneté de consommation			
- Consommateurs depuis 2 ans ou moins	26%	46%	
Produits BIO consommés			
- Viande	39%		27%
- Compléments alimentaires	8%		1%
Lieux d'achat des produits BIO			
- Au marché	33%		17%
- A la ferme	23%		9%
- Chez un artisan (boulangier, boucher...)	21%		11%
Raisons de consommation des produits BIO			
- Pour votre sécurité, pour être certain que les produits sont sains	46%		31%
- Pour le bien être des animaux	23%	32%	
Freins à la consommation de produits BIO au global (1+2+3)			
- N'en voit pas l'intérêt	11%		4%
- N'ai me pas leur goût	2%	5%	
Faciles à reconnaître			
- Sont des produits faciles à reconnaître	60%	74%	
Image des produits BIO			
- Naturels, sans produits chimiques de synthèse (ST D'accord)	91%		82%
- Ont meilleur goût	72%		60%
Image de l'agriculture BIO			
- Interdit l'utilisation d'OGM	90%		85%
- Cahier des charges public précis	88%		81%
- Ne contiennent ni colorant, ni arôme artificiel	75%		64%

Focus sur les 18-24 ans

(11% du total échantillon)

	Ensemble des Français	18-24 ans	
		Score supérieur à la moyenne des Français	Score inférieur à la moyenne des Français
Souhait de repas hors domicile avec des produits BIO			
- Distributeurs automatiques	56%	72%	
Intérêt d'une offre BIO en restauration rapide (ST Intéressé)			
- Des menus composés exclusivement de produits biologiques	72%	83%	
- Des plats réalisés avec quelques ingrédients biologiques	70%	83%	
Réseaux de distribution où l'offre BIO est souhaitée			
- Sur Internet	17%	28%	
- Via le Drive	14%	20%	

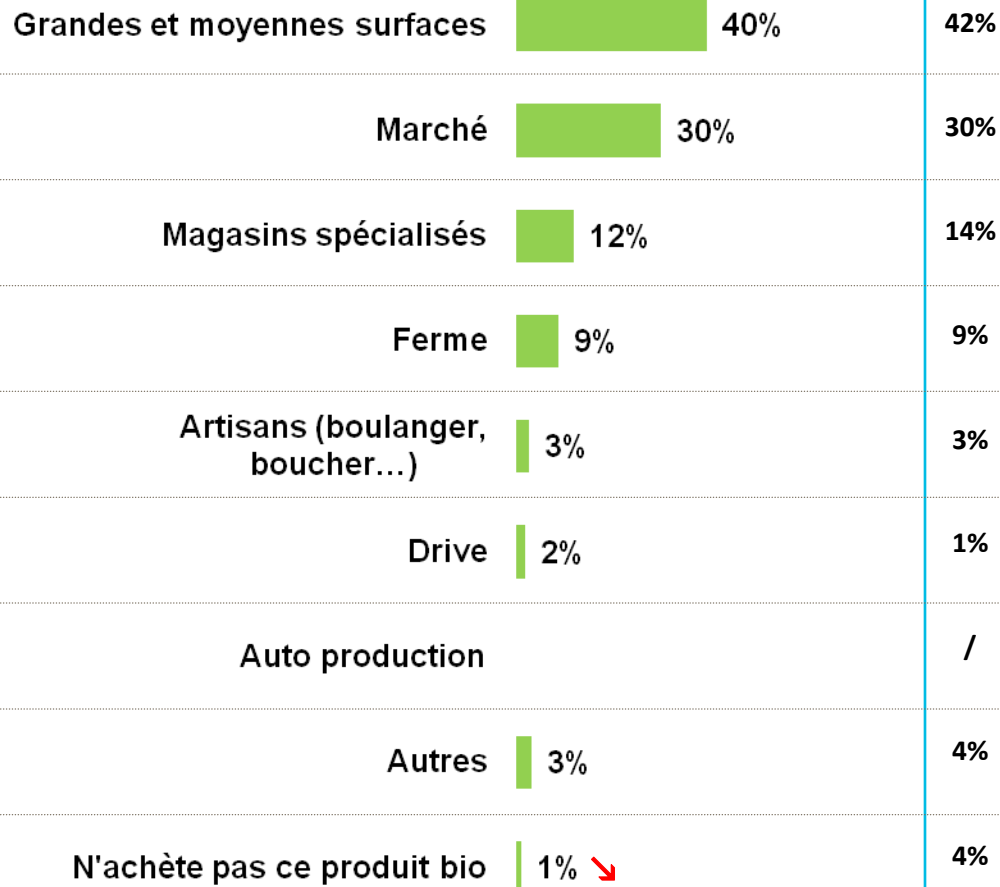
2. Détails des lieux d'achats par produit

Lieux d'achat - Fruits et légumes biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 507

2014
b=496

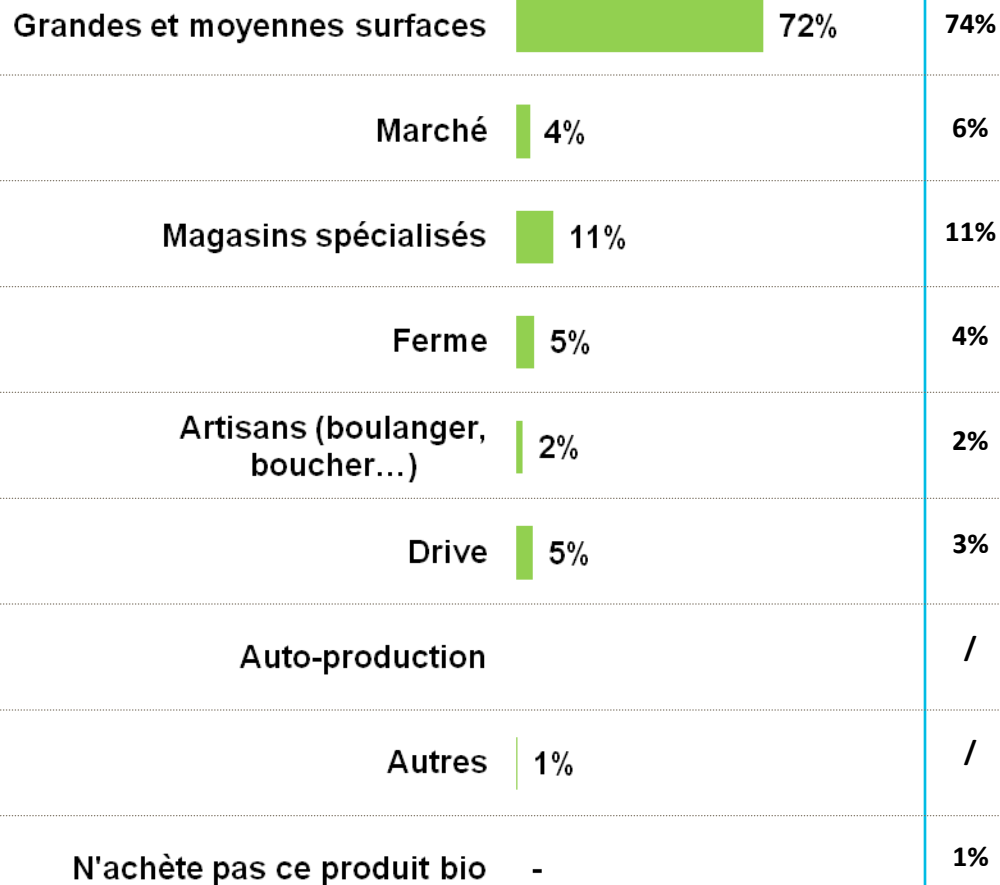


Lieux d'achat - Lait biologique

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 244

2014
b=223

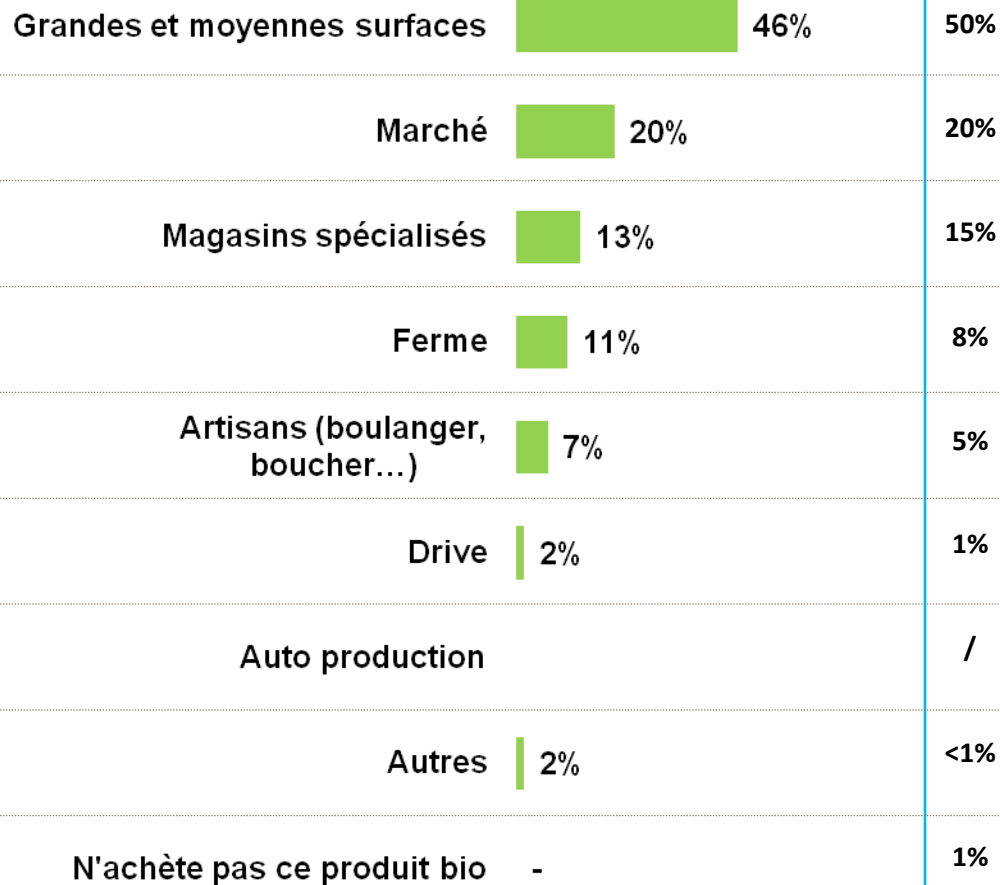


Lieux d'achat - Fromage biologique

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 253

2014
b=207

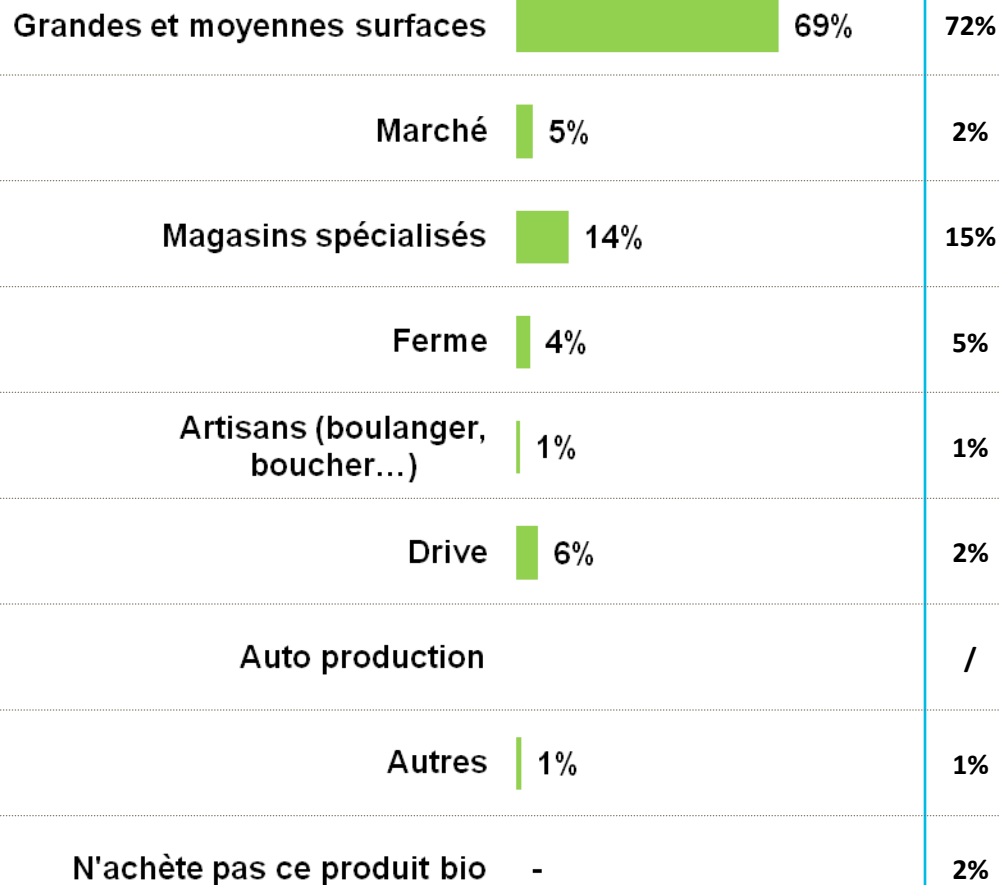


Lieux d'achat - Autres produits laitiers biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 210

2014
b=185

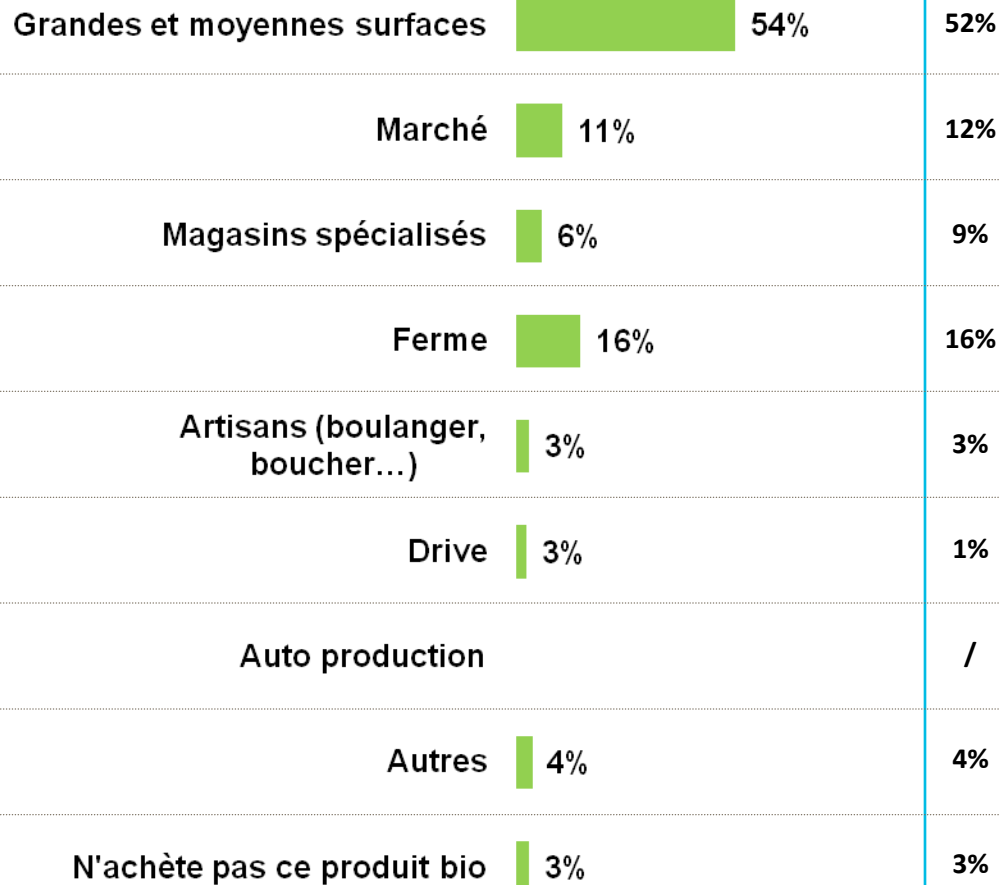


Lieux d'achat - Œufs biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 346

2014
b=345

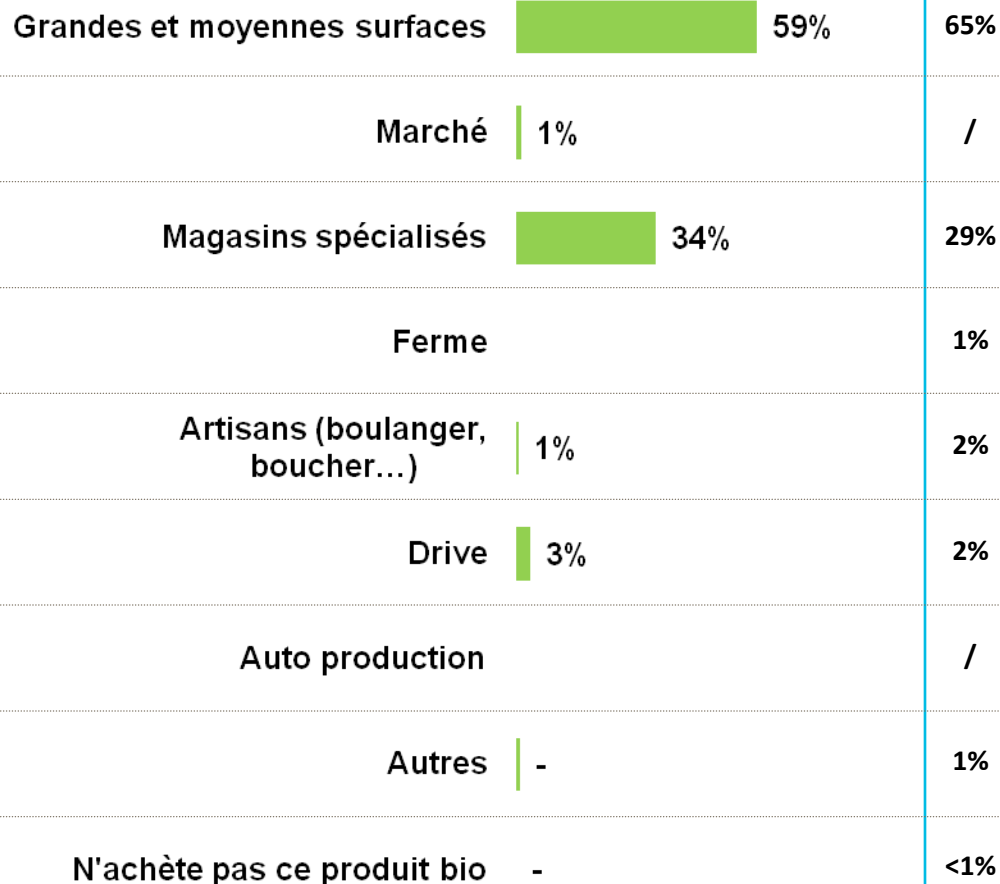


Lieux d'achat - Pâtes, riz, et autres céréales biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 211

2014
b=186

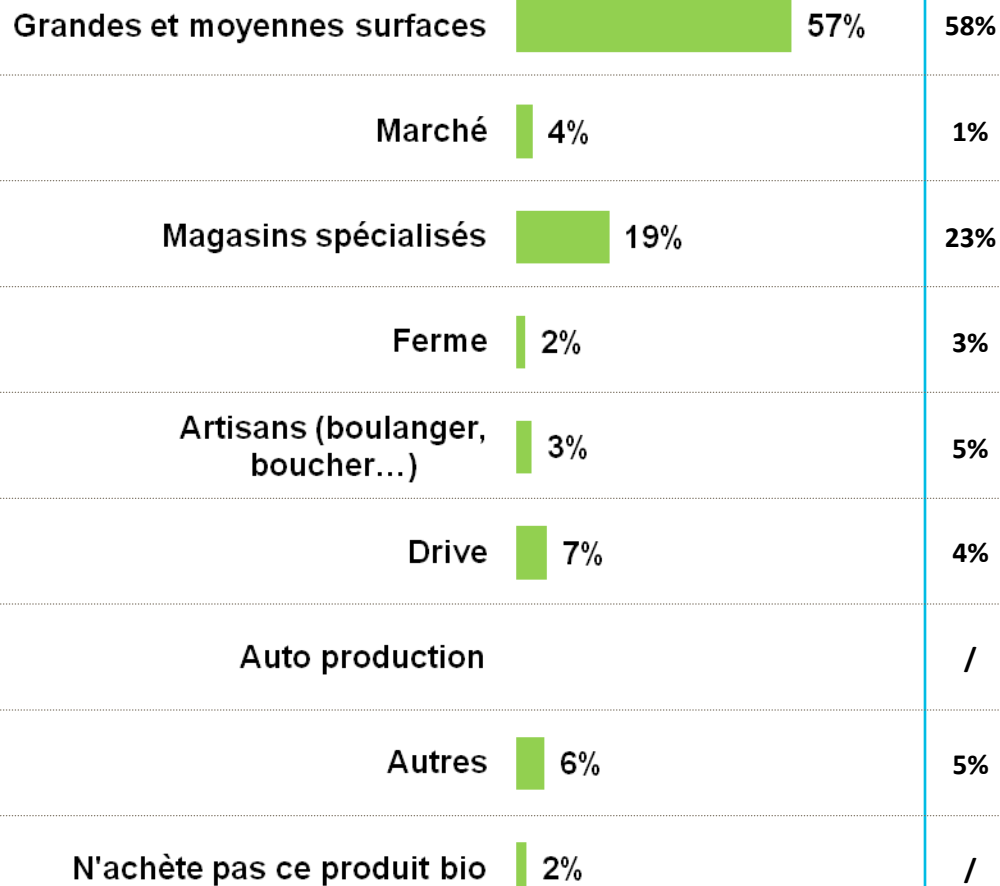


Lieux d'achat - Huile biologique

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 134

2014
b=115

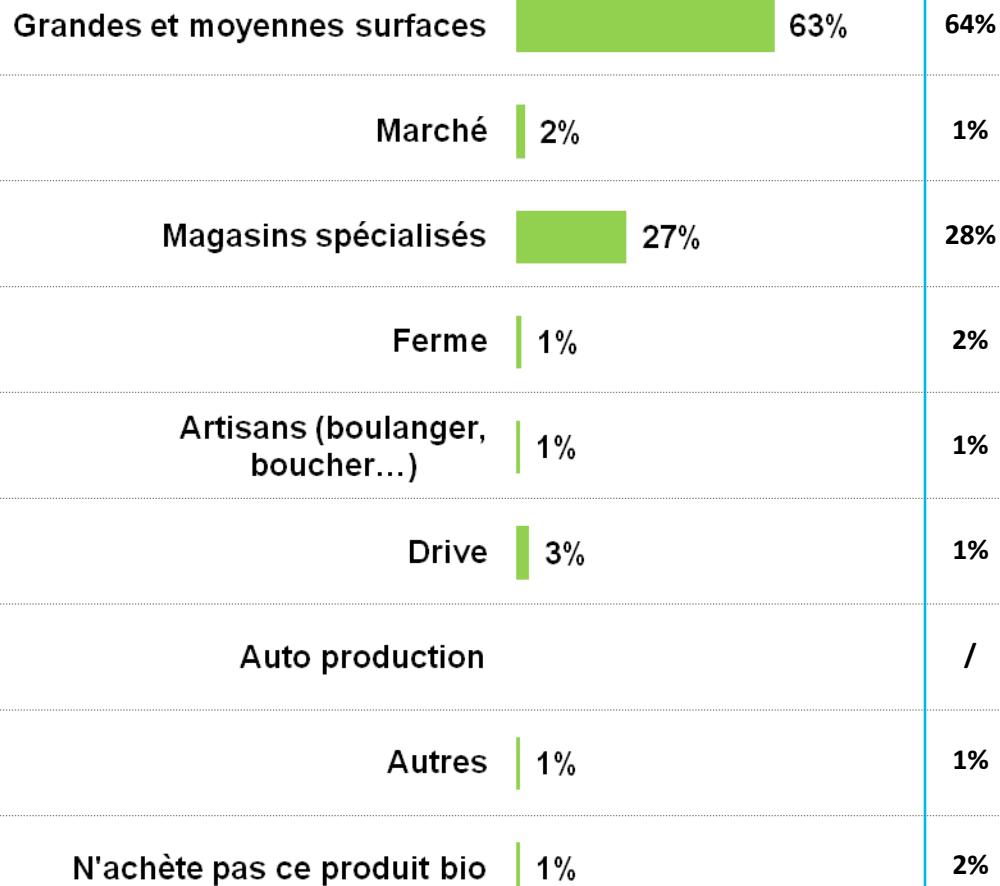


Lieux d'achat - Autres produits d'épicerie biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 178

2014
b=138

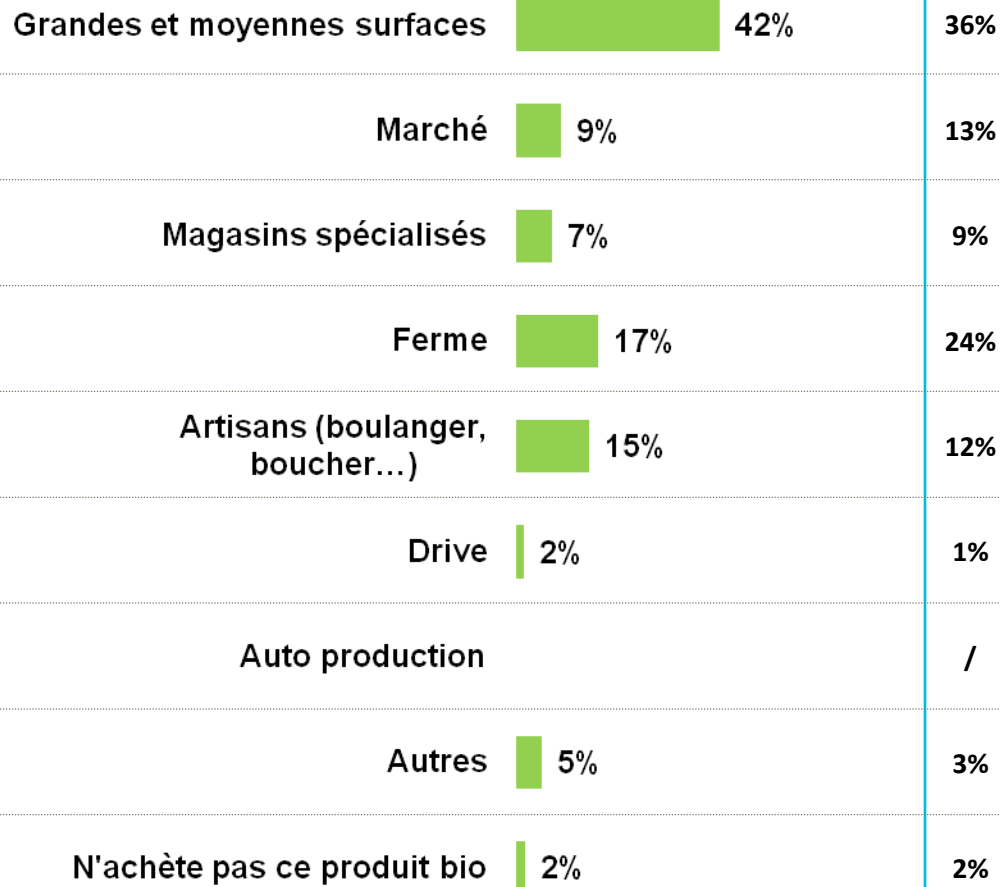


Lieux d'achat - Volaille biologique

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 192

2014
b=174

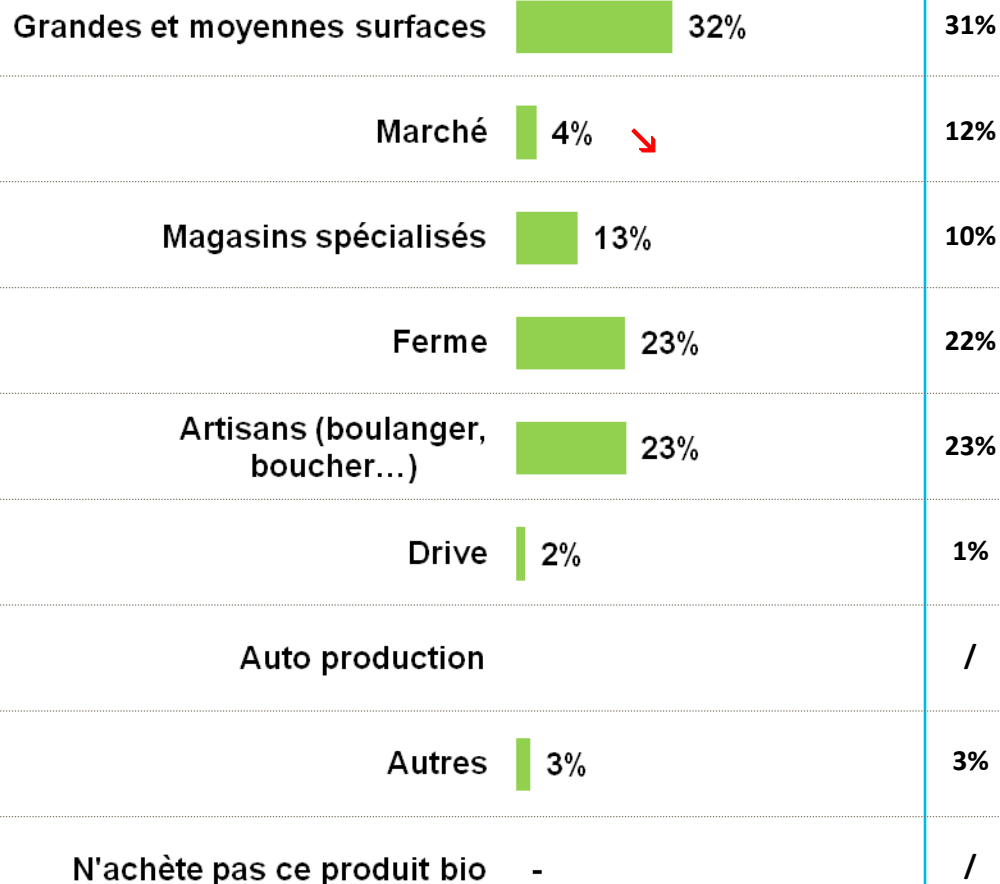


Lieux d'achat - Bœuf biologique

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 137

2014
b=138

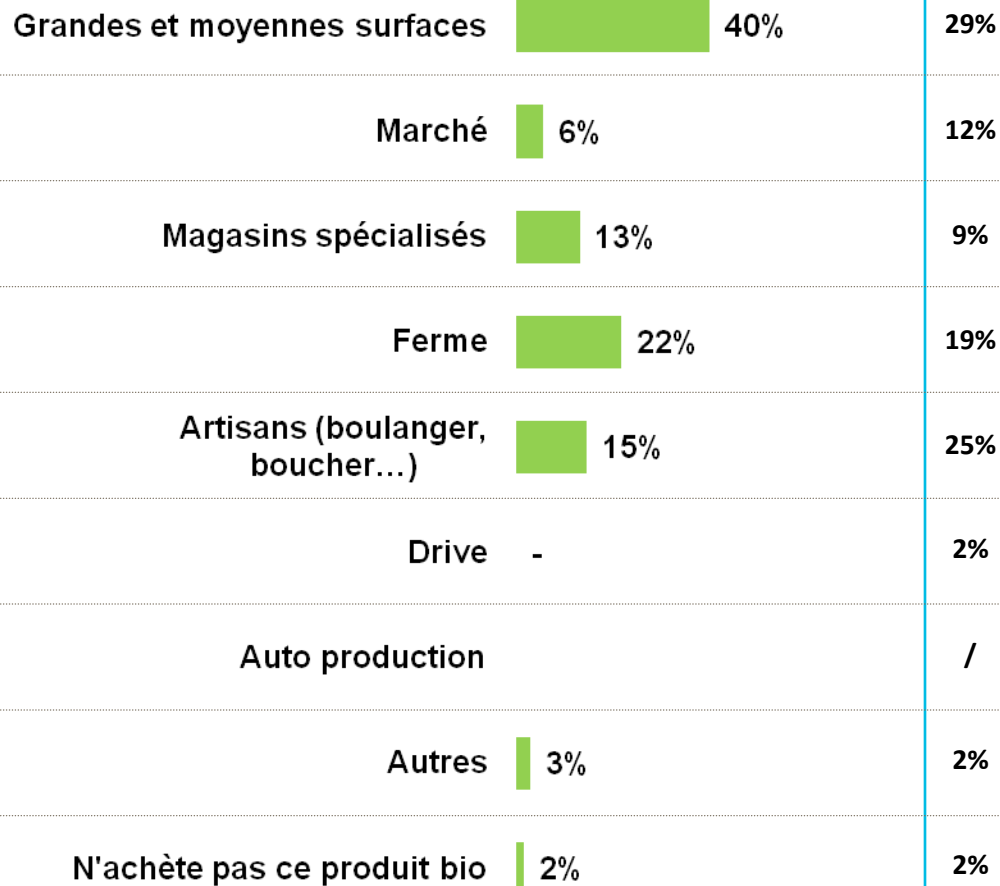


Lieux d'achat - Porc, charcuterie, agneau biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 103

2014
b=94



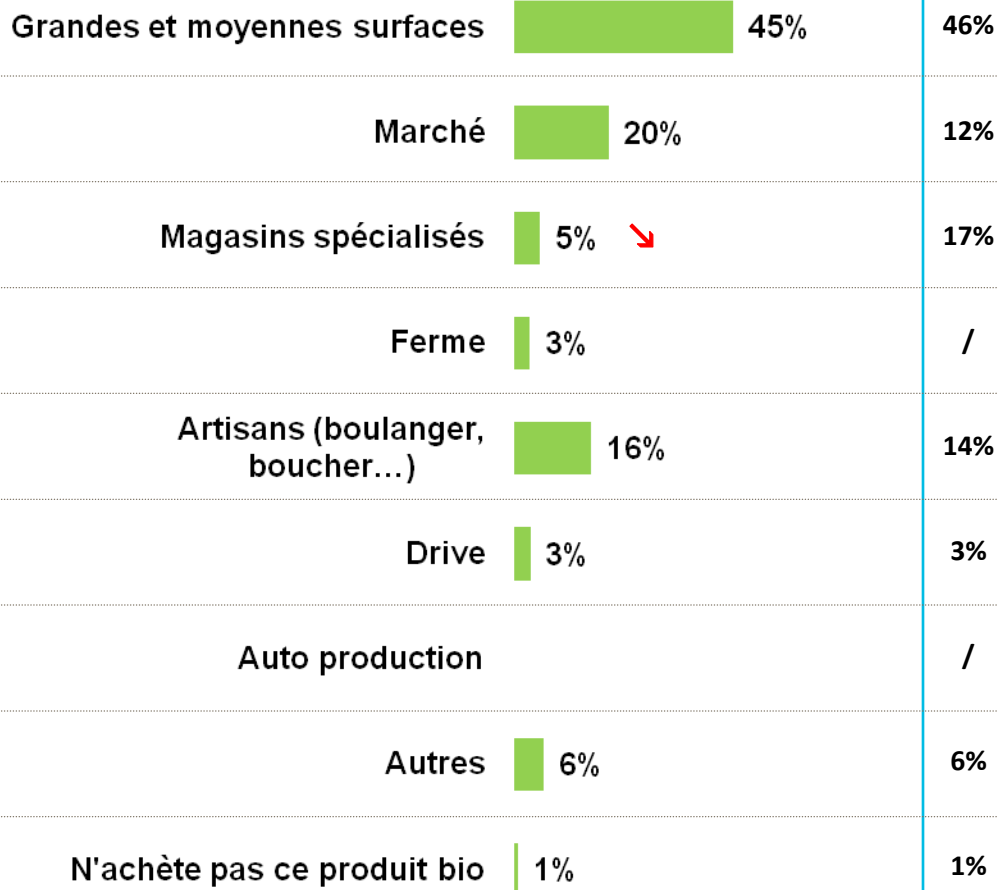
Lieux d'achat – Poissons, coquillages et crustacés biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 86

* Attention bases faibles

2014
b=67



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

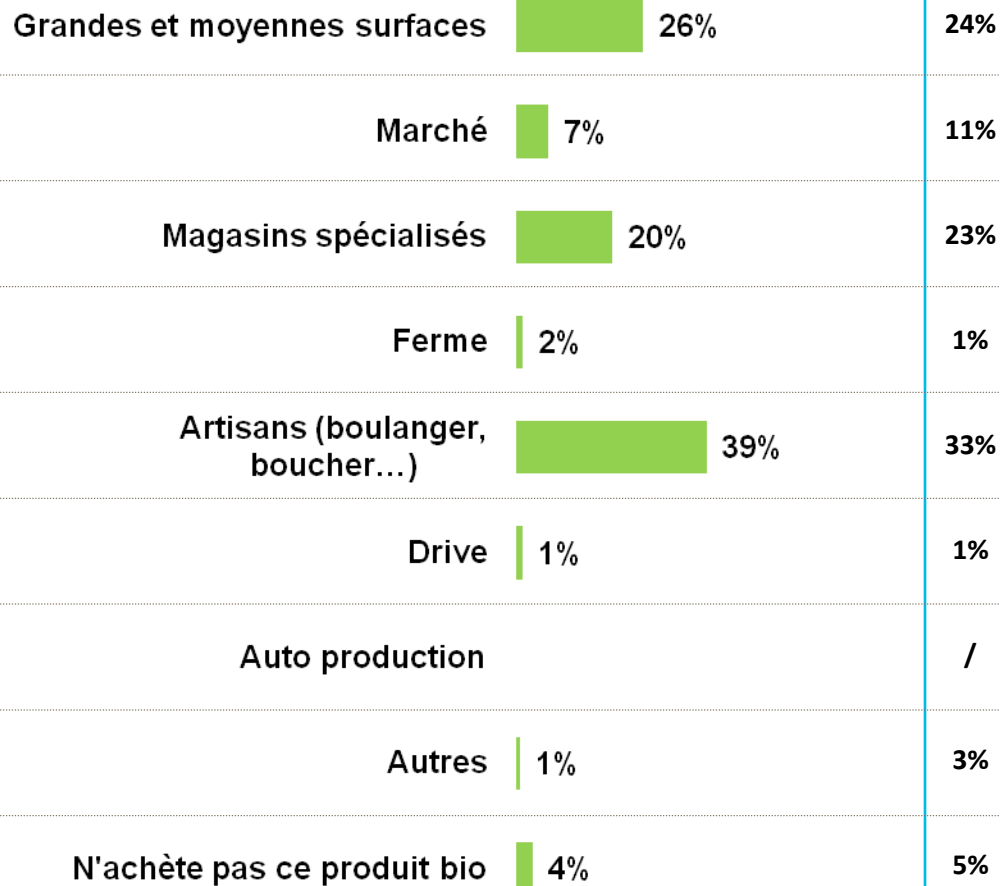
↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Lieux d'achat - Pain biologique

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 201

2014
b=187

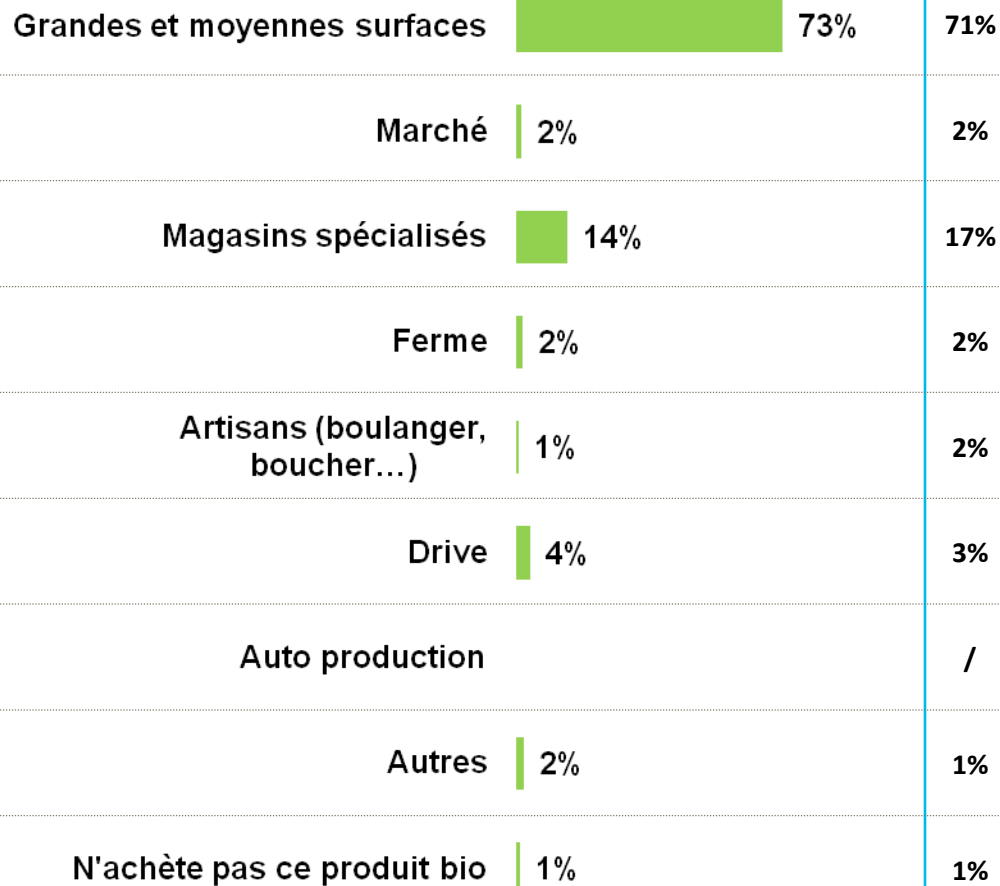


Lieux d'achat - Jus de fruits biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 257

2014
b=196

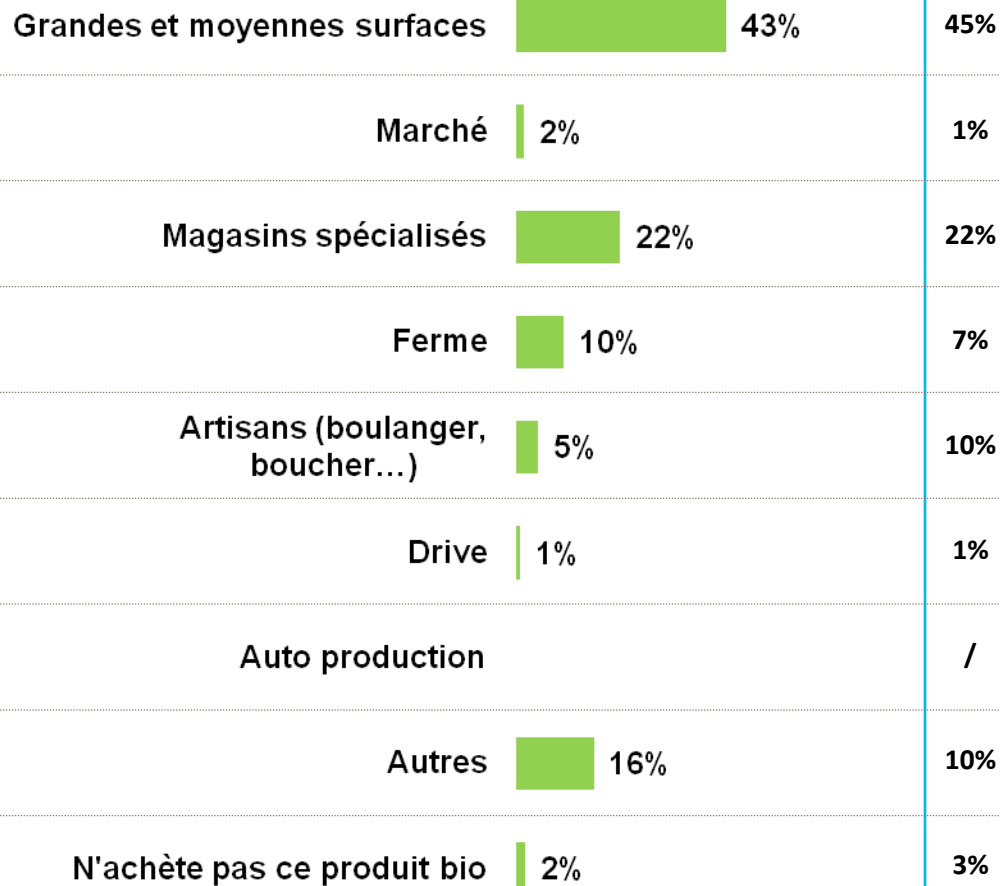


Lieux d'achat - Vin biologique

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 103

2014
b=96



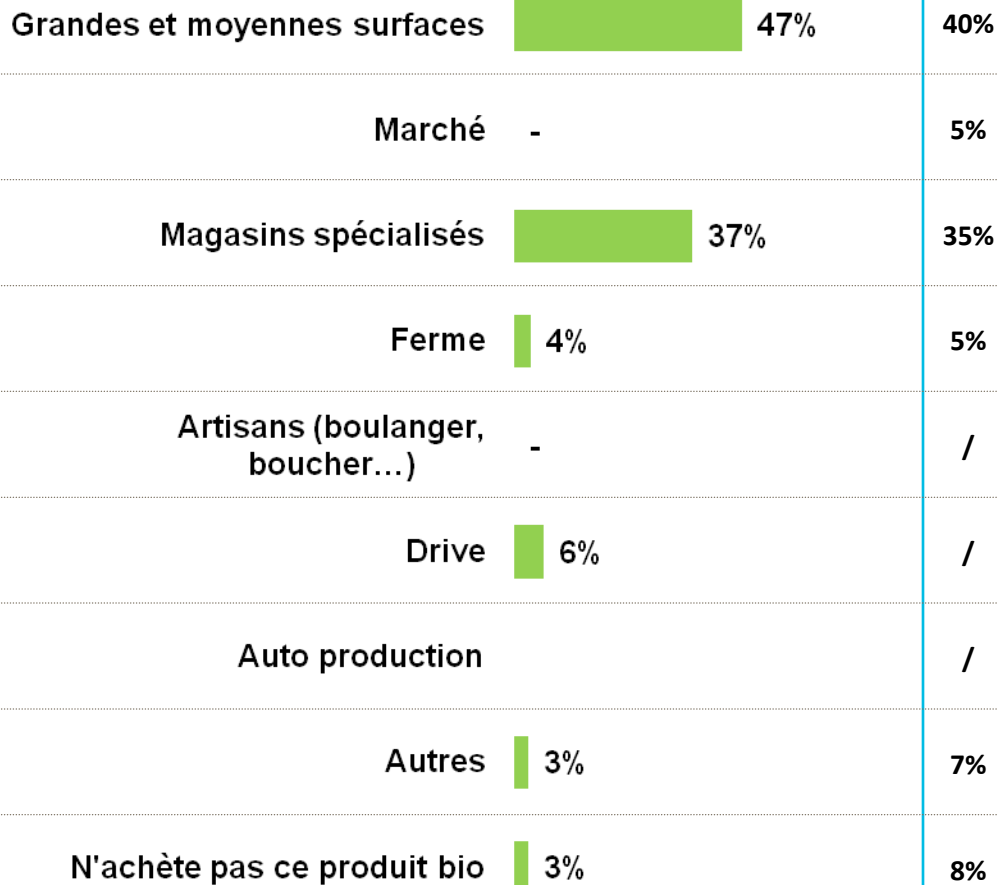
Lieux d'achat - Autres boissons biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 28*

* Attention bases très faibles

2014
b=19*

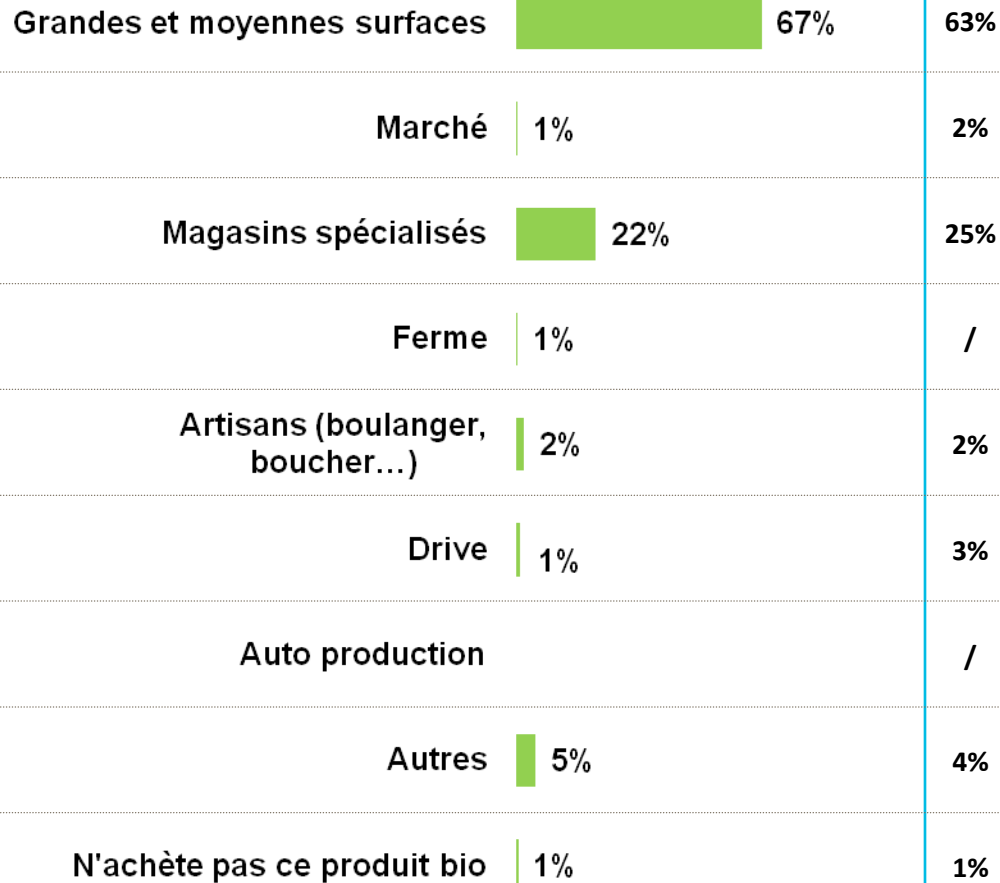


Lieux d'achat - Café , thé, infusions biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 163

2014
b=153

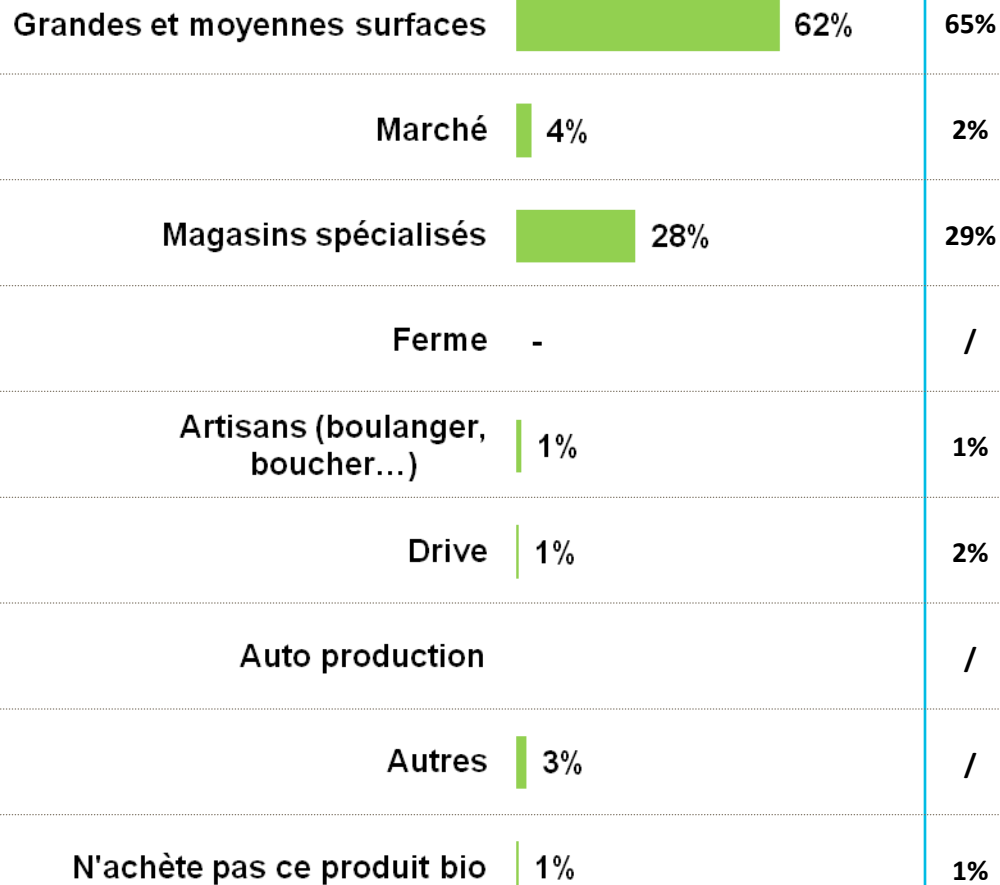


Lieux d'achat - Produits à base de soja biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 117

2014
b=110

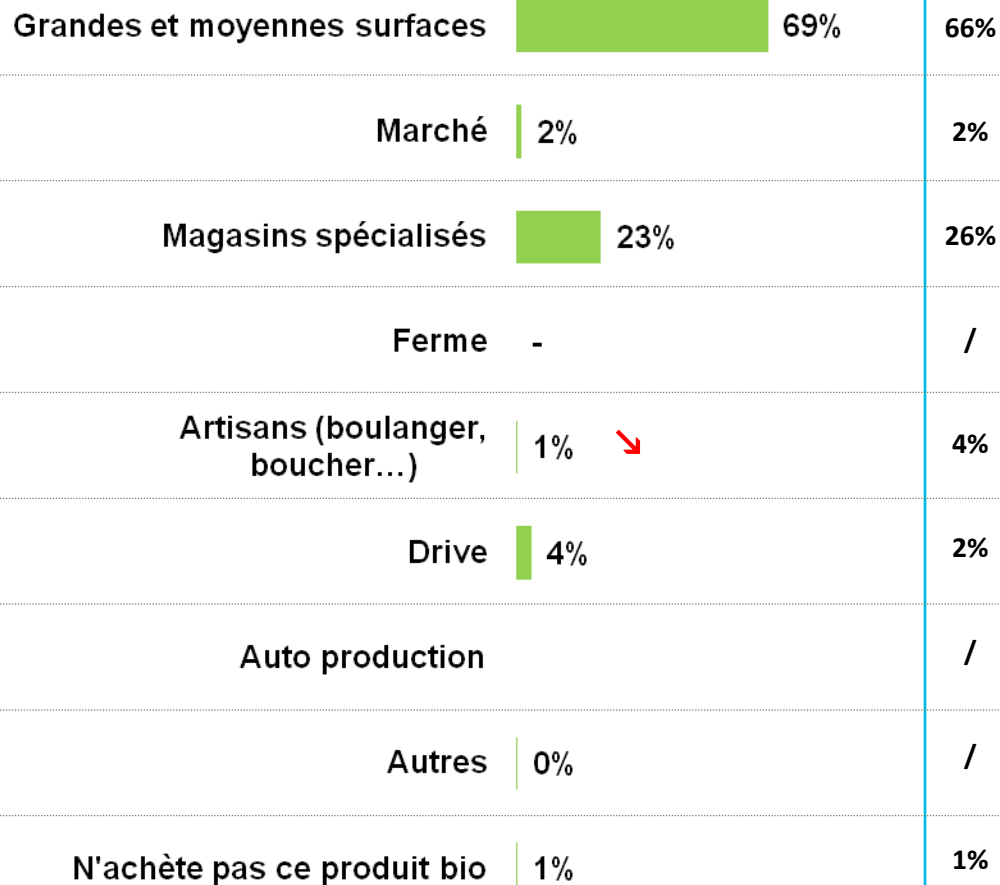


Lieux d'achat - Biscuits, produits pour petit déjeuner biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 170

2014
b=143




Lieux d'achat - Compléments alimentaires biologiques

Q209. Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 52*

* Attention bases faibles


2014
b=52*

Grandes et moyennes surfaces  20%

23%

Marché -

/

Magasins spécialisés  49%

50%

Ferme -

/

Artisans (boulangier,
boucher...)

 4%

/

Drive -

2%

Auto production

/

Autres  26%

25%

N'achète pas ce produit bio -

/

3. Fiches récapitulatives par produits

NOTE DE LECTURE DES FICHES

Exemple de la consommation de fruits et légumes biologiques

- **Les fruits et légumes biologiques sont consommés par :**
 - 50% des Français
 - 78% des consommateurs de produits biologiques
- **La consommation de cette catégorie est entièrement biologique pour :**
 - 8% des Français
 - 12% des consommateurs de produits biologiques
 - 16% des consommateurs-acheteurs de fruits et légumes biologiques

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

Fiche récapitulative des 5 grandes familles de produits

Fruits & légumes, Produits laitiers, Epicerie, Viande, Boissons

		Français	Consommateurs de produits biologiques
	<i>Base</i>	<i>1007</i>	<i>651</i>
FRUITS & LEGUMES	Produit biologique consommé par...	50%	78%
PRODUITS LAITIERS	Produit biologique consommé par...	42%	65%
EPICERIE	Produit biologique consommé par...	33%	51%
VIANDE	Produit biologique consommé par...	25%	39%
BOISSON	Produit biologique consommé par...	30%	47%

Fiche : Fruits & légumes biologiques



Fruits et légumes bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Fruits et légumes bio
	1007	651	507
Produit biologique consommé par...	50%	78%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	20%	31%	40%
1 an à 5 ans	24%	38%	48%
Moins d'1 an	6%	9%	12%
Part de produits biologiques :			
Totalité	8%	12%	16%
Plus de la moitié	21%	32%	41%
Moins de la moitié	22%	33%	43%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	20%	31%	40%
Marché	15%	23%	30%
Magasins spécialisés en produits Bio	6%	9%	12%
A la ferme	4%	7%	9%
Artisans type boulanger, boucher...	1%	2%	3%

Fiche : Lait biologique



Lait bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Lait bio
	1007	651	201
Produit biologique consommé par...	24%	37%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	7%	10%	33%
1 an à 5 ans	11%	17%	55%
Moins d'1 an	2%	4%	12%
Part de produits biologiques :			
Totalité	8%	13%	41%
Plus de la moitié	7%	12%	37%
Moins de la moitié	4%	7%	21%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	14%	22%	72%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	3%	11%
A la ferme	1%	2%	5%
Via le drive	1%	2%	5%
Marché	1%	1%	4%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	1%	2%

Fiche : Fromages biologiques



Fromage bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Fromage bio
	1007	651	253
Produit biologique consommé par...	25%	38%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	7%	11%	29%
1 an à 5 ans	15%	23%	60%
Moins d'1 an	3%	4%	11%
Part de produits biologiques :			
Totalité	3%	5%	12%
Plus de la moitié	11%	17%	44%
Moins de la moitié	11%	17%	44%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	12%	18%	46%
Marché	5%	8%	20%
Magasins spécialisés en produits Bio	3%	5%	13%
A la ferme	3%	4%	11%
Artisans type boulanger, boucher...	2%	3%	7%

Fiche : Autres produits laitiers biologiques



Autres produits laitiers bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Autres produits laitiers bio
	1007	651	210
Produit biologique consommé par...	21%	32%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	7%	11%	36%
1 an à 5 ans	11%	18%	55%
Moins d'1 an	2%	3%	10%
Part de produits biologiques :			
Totalité	4%	6%	18%
Plus de la moitié	8%	13%	40%
Moins de la moitié	9%	14%	42%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	14%	22%	69%
Magasins spécialisés en produits Bio	3%	5%	14%
Via le drive	1%	2%	6%
Marché	1%	1%	5%
A la ferme	1%	1%	4%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	1%

Fiche : Œufs biologiques



Œufs bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Œufs bio
	1007	651	346
Produit biologique consommé par...	34%	53%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	13%	20%	38%
1 an à 5 ans	18%	27%	51%
Moins d'1 an	4%	6%	11%
Part de produits biologiques :			
Totalité	16%	24%	46%
Plus de la moitié	12%	19%	35%
Moins de la moitié	6%	10%	19%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	18%	28%	54%
A la ferme	5%	8%	16%
Marché	4%	6%	11%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	3%	6%
Artisans type boulanger, boucher...	1%	2%	3%
Via le drive	1%	1%	3%

Fiche : Pâtes, riz et autres céréales biologiques



Pâtes et Riz bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Pâtes et Riz bio
	1007	651	211
Produit biologique consommé par...	5%	8%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	7%	11%	33%
1 an à 5 ans	12%	18%	56%
Moins d'1 an	-	-	10%
Part de produits biologiques :			
Totalité	4%	6%	20%
Plus de la moitié	9%	14%	43%
Moins de la moitié	8%	12%	36%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	12%	19%	59%
Magasins spécialisés en produits Bio	7%	11%	34%
Via le drive	1%	1%	3%
Marché	0%	0%	1%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	1%

Fiche : Huile biologique



Huile bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Huile bio
	1007	651	134
Produit biologique consommé par...	13%	20%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	6%	9%	43%
1 an à 5 ans	6%	9%	43%
Moins d'1 an	2%	3%	14%
Part de produits biologiques :			
Totalité	6%	9%	43%
Plus de la moitié	5%	8%	40%
Moins de la moitié	2%	3%	17%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	8%	12%	57%
Magasins spécialisés en produits Bio	3%	4%	19%
Via le drive	1%	1%	7%
Marché	0%	1%	4%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	1%	3%
A la ferme	0%	0%	2%

Fiche : Autres produits d'épicerie biologiques



Autres produits d'épicerie bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Autres produits d'épicerie bio
	1007	651	178
Produit biologique consommé par...	16%	25%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	5%	8%	29%
1 an à 5 ans	10%	15%	55%
Moins d'1 an	3%	4%	16%
Part de produits biologiques :			
Totalité	3%	5%	17%
Plus de la moitié	7%	10%	37%
Moins de la moitié	8%	13%	46%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	11%	17%	63%
Magasins spécialisés en produits Bio	5%	7%	27%
Via le drive	1%	1%	3%
Marché	0%	1%	2%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	1%
A la ferme	0%	0%	1%

Fiche : Volailles biologiques



Volailles bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Volailles bio
	1007	651	192
Produit biologique consommé par...	19%	30%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	9%	13%	45%
1 an à 5 ans	9%	14%	48%
Moins d'1 an	1%	2%	7%
Part de produits biologiques :			
Totalité	5%	8%	27%
Plus de la moitié	8%	12%	41%
Moins de la moitié	6%	9%	32%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	8%	12%	42%
A la ferme	3%	5%	17%
Artisans type boulanger, boucher...	3%	4%	15%
Marché	2%	3%	9%
Magasins spécialisés en produits Bio	1%	2%	7%

Fiche : Bœuf biologique



Bœuf bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Bœuf bio
	1007	651	137
Produit biologique consommé par...	13%	20%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	5%	8%	36%
1 an à 5 ans	7%	10%	49%
Moins d'1 an	2%	3%	15%
Part de produits biologiques :			
Totalité	2%	3%	17%
Plus de la moitié	5%	8%	39%
Moins de la moitié	6%	9%	44%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	4%	7%	32%
Artisans type boulanger, boucher...	3%	5%	23%
A la ferme	3%	5%	23%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	3%	13%
Marché	1%	1%	4%

Fiche : Porc, charcuterie, agneau biologiques



Porc, Charcuterie, Agneau... bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Porc, Charcuterie, Agneau... bio
	1007	651	103
Produit biologique consommé par...	10%	16%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	4%	6%	35%
1 an à 5 ans	6%	9%	57%
Moins d'1 an	1%	1%	9%
Part de produits biologiques :			
Totalité	1%	1%	8%
Plus de la moitié	5%	7%	46%
Moins de la moitié	5%	7%	46%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	4%	6%	40%
A la ferme	2%	3%	22%
Artisans type boulanger, boucher...	2%	2%	15%
Magasins spécialisés en produits Bio	1%	2%	13%
Marché	1%	1%	6%

Fiche : Poissons, coquillages et crustacés biologiques



Poisson, coquillage et crustacés bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Poisson, coquillage et crustacés bio
	1007	651	86
Produit biologique consommé par...	9%	13%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	3%	5%	35%
1 an à 5 ans	4%	6%	47%
Moins d'1 an	2%	2%	18%
Part de produits biologiques :			
Totalité	2%	3%	19%
Plus de la moitié	4%	6%	45%
Moins de la moitié	3%	5%	36%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	4%	6%	45%
Marché	2%	3%	20%
Artisans type boulanger, boucher...	1%	2%	16%
Magasins spécialisés en produits Bio	0%	1%	5%
A la ferme	0%	0%	3%

Fiche : Pain biologique



Pain bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Pain bio
	<i>1007</i>	<i>651</i>	<i>201</i>
Produit biologique consommé par...	20%	31%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	6%	10%	32%
1 an à 5 ans	10%	16%	52%
Moins d'1 an	3%	5%	16%
Part de produits biologiques :			
Totalité	3%	5%	16%
Plus de la moitié	8%	12%	39%
Moins de la moitié	9%	14%	45%
Principaux lieux d'achat :			
Artisans type boulanger, boucher...	8%	12%	39%
Grandes et moyennes Surfaces	5%	8%	26%
Magasins spécialisés en produits Bio	4%	6%	20%
Marché	1%	2%	7%
A la ferme	0%	0%	2%

Fiche : Jus de fruits biologiques



Jus de fruits bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Jus de fruits bio
	1007	651	257
Produit biologique consommé par...	21%	32%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	7%	11%	28%
1 an à 5 ans	15%	23%	58%
Moins d'1 an	3%	5%	14%
Part de produits biologiques :			
Totalité	7%	11%	27%
Plus de la moitié	10%	15%	37%
Moins de la moitié	9%	14%	36%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	19%	29%	73%
Magasins spécialisés en produits Bio	4%	6%	14%
Via le drive	1%	2%	4%
A la ferme	0%	1%	2%
Marché	0%	1%	2%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	1%

Fiche : Vin biologique



Vin bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Vin bio
	1007	651	103
Produit biologique consommé par...	17%	26%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	3%	4%	28%
1 an à 5 ans	5%	8%	50%
Moins d'1 an	2%	3%	22%
Part de produits biologiques :			
Totalité	1%	2%	12%
Plus de la moitié	2%	4%	24%
Moins de la moitié	6%	10%	63%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	4%	7%	43%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	3%	22%
A la ferme			10%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	1%	5%
Marché	0%	0%	2%

Fiche : Autres boissons biologiques



Autres boissons bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Autres boissons bio
	1007	651	28
Produit biologique consommé par...	18%	27%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	1%	1%	31%
1 an à 5 ans	2%	3%	62%
Moins d'1 an	0%	0%	7%
Part de produits biologiques :			
Totalité	0%	1%	13%
Plus de la moitié	2%	2%	57%
Moins de la moitié	1%	1%	30%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	1%	2%	47%
Magasins spécialisés en produits Bio	1%	2%	37%
Via le drive	0%	0%	6%
A la ferme	0%	0%	4%

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

Fiche : café, thé, infusions biologiques



Café bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Café bio
	1007	651	163
Produit biologique consommé par...	10%	16%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	6%	9%	34%
1 an à 5 ans	8%	13%	50%
Moins d'1 an	3%	4%	16%
Part de produits biologiques :			
Totalité	4%	6%	23%
Plus de la moitié	6%	10%	38%
Moins de la moitié	6%	10%	39%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	11%	17%	67%
Magasins spécialisés en produits Bio	4%	6%	22%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	1%	2%
A la ferme	0%	0%	1%
Marché	0%	0%	1%

Fiche : Produits à base de soja biologique



Produits à base de soja	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Produits à base de soja
	1007	651	117
Produit biologique consommé par...	11%	18%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	4%	7%	37%
1 an à 5 ans	6%	9%	50%
Moins d'1 an	2%	2%	13%
Part de produits biologiques :			
Totalité	6%	10%	54%
Plus de la moitié	3%	4%	25%
Moins de la moitié	2%	4%	21%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	7%	11%	62%
Magasins spécialisés en produits Bio	3%	5%	28%
Marché	0%	1%	4%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	1%

Fiche : Biscuits, produits pour petit déjeuner biologiques



Biscuits bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Biscuits bio
	1007	651	170
Produit biologique consommé par...	3%	4%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	5%	8%	32%
1 an à 5 ans	9%	14%	55%
Moins d'1 an	-	-	13%
Part de produits biologiques :			
Totalité	3%	5%	18%
Plus de la moitié	8%	12%	46%
Moins de la moitié	6%	9%	36%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	12%	18%	69%
Magasins spécialisés en produits Bio	4%	6%	23%
Marché	0%	0%	2%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	1%
A la ferme	0%	0%	0%

Fiche : Compléments alimentaires biologiques



Compléments alimentaires	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Compléments alimentaires
	1007	651	52
Produit biologique consommé par...	26%	39%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	3%	4%	54%
1 an à 5 ans	1%	2%	27%
Moins d'1 an	1%	1%	19%
Part de produits biologiques :			
Totalité	3%	5%	58%
Plus de la moitié	1%	2%	23%
Moins de la moitié	1%	2%	19%
Principaux lieux d'achat :			
Magasins spécialisés en produits Bio	3%	4%	49%
Grandes et moyennes Surfaces	1%	2%	20%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	4%
Marché	0%	0%	0%
A la ferme	0%	0%	0%

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



en savoir plus : www.csa.eu - @InstitutCSA

10, rue Godefroy - 92800 Puteaux
Tel . : 01.57.00.58.00 - Fax : 01.57.00.58.01



www.agencebio.org / contact@agencebio.org

**6 rue Lavoisier 93100 Montreuil
Tel : 01 48 70 48 30 – Fax : 01 48 70 48 45**