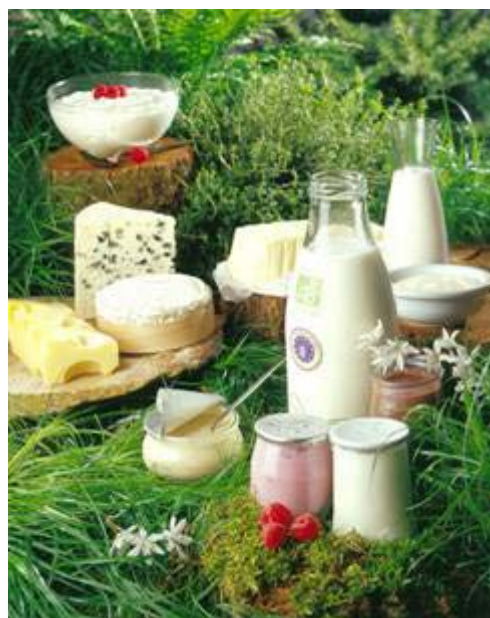


**3<sup>ème</sup> Baromètre CSA Agence BIO**  
**près d'1 Français sur 2 consomme**  
**des produits bio**

*Fruits et légumes, œufs et produits laitiers  
figurent en tête des produits les plus consommés.*



## **Baromètre CSA-Agence BIO 2005**

# **PRES D'1 FRANÇAIS SUR 2 CONSOMME DES PRODUITS BIOLOGIQUES ET PLUS D'1 SUR 2 SE SENT PROCHE DES VALEURS DE LA BIO**

Objet : Ils étaient 37% en 2003, 44% en 2004, les voici 47% en 2005 : les Français consommant des produits bio sont de plus en plus nombreux ! Il s'agit de l'un des principaux enseignements tirés de la troisième édition du Baromètre de l'Agence BIO, réalisé par l'Institut CSA\*.

Dépassant le simple phénomène de société et dans un contexte 2005 morose pour le marché agroalimentaire, les produits issus de l'agriculture biologique s'ancrent de plus en plus dans l'univers de consommation des Français. Aujourd'hui, plus de 8 Français sur 10 en ont une image positive et plus d'1 sur 2 se sent proche des valeurs véhiculées par l'agriculture biologique.

Ces chiffres confirment l'attention grandissante qu'ont les Français pour leur alimentation et la montée en puissance de la consommation des produits bio. Une tendance de fond à laquelle s'ajoute un intérêt croissant pour l'impact des modes de production agricoles sur l'environnement : en effet, près de 9 Français sur 10 estiment que les produits bio contribuent à préserver l'environnement.

Les Français et la bio, quelques chiffres :

- **47% des Français ont consommé au moins un produit bio** au moins une fois par mois en 2005, alors qu'ils n'étaient encore que 37% en 2003.
- **45% des Français ont acheté, eux-mêmes ou un membre de leur foyer, au moins un produit biologique** au cours des 4 semaines précédant l'enquête, contre 33% en 2003.
- **56% des Français se disent proches des valeurs portées par l'agriculture biologique,**
- **86% des Français émettent des commentaires positifs** à l'évocation des produits biologiques,
- **87% des Français estiment que les produits bio contribuent à préserver l'environnement,**
- **92% des consommateurs/acheteurs bio connaissent le logo AB,**
- **En moyenne, chaque consommateur bio achète plus de 4 catégories différentes de produits bio,**
- **Les produits bio vedettes :**
  - **73% des consommateurs/acheteurs bio consomment des fruits et légumes bio,**
  - **61% des œufs.**
- **23% des consommateurs/acheteurs bio ont l'intention d'augmenter leur consommation dans les 6 prochains mois et 76% de la maintenir.**

\* Enquête quantitative en face à face à domicile menée du 24 au 29 octobre 2005 auprès d'un échantillon de 1042 personnes représentatif de la population française (en terme de sexe, âge -15 ans et plus -, catégorie socio-professionnelle, région et taille d'agglomération).

ADOCOM

AGENCE DOGNIN COMMUNICATION

- 11 rue du Chemin Vert – 75011 Paris – Tél : 01.48.05.19.00. – Fax. : 01.43.55.35.08 -

e-mail : [adocom@adocom.fr](mailto:adocom@adocom.fr) - site : [www.adocom.fr](http://www.adocom.fr)

Agence Certifiée OPQCM

# **PRES D'1 FRANÇAIS SUR 2 CONSOMME DES PRODUITS BIO**

**ET PLUS D'1 SUR 2 SE SENT PROCHE DES VALEURS DE LA BIO**

## **Sommaire**

### **SUCCES GRANDISSANT DES PRODUITS BIO AUPRES DES FRANÇAIS**

1 Français sur 2 consomme bio <i>Toujours plus de consommateurs et d'acheteurs</i>	p.4
La bonne image des produits bio auprès des Français	p.5
Les Français proches des valeurs et des principes de l'agriculture bio	p.6
Une demande d'informations sur les lieux d'achat et de consommation	p.7

### **ZOOM SUR LES CONSOMMATEURS/ACHETEURS DE PRODUITS BIO**

Profil-type du consommateur/acheteur de produits bio	p.8
Préservation de l'environnement : une raison de consommation qui gagne du terrain	p.8
Logo AB : le meilleur moyen de reconnaître un produit bio	p.9
Des consommateurs attachés à la provenance des produits	p.10

### **ZOOM SUR LE PANIER BIO**

Les vedettes du panier bio : les fruits et légumes	p.11
Epicerie et boissons : les produits bio les plus recruteurs	p.11
Pourquoi les œufs ont tout bio	p.12
Des lieux d'achat diversifiés	p.12
Croissance de la consommation en perspective	p.14
<b>EN SAVOIR PLUS : QUELQUES TENDANCES REGIONALES</b>	p.14

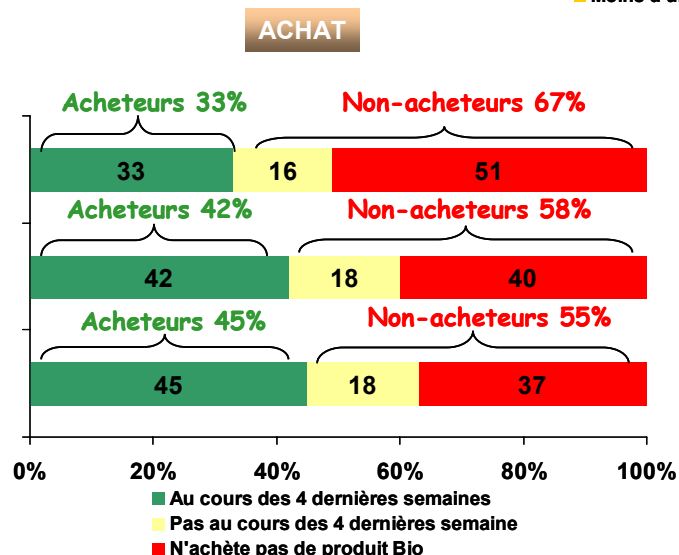
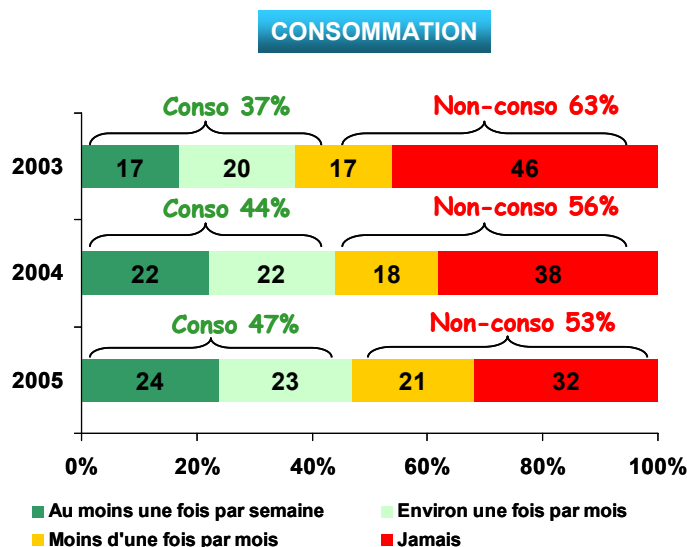
# SUCCESSION GRANDISSANT DES PRODUITS BIO AUPRES DES FRANÇAIS

## 1 Français sur 2 consomme des produits bio *Toujours plus de consommateurs et d'acheteurs*

### 47% de consommateurs

Entre 2003 et 2005, la part des consommateurs de produits issus de l'agriculture bio a progressé de 10 points. En effet, selon le Baromètre 2005 de l'Agence BIO, 47% des Français sont consommateurs d'au moins un produit bio au moins une fois par mois, alors qu'ils n'étaient que 37% en 2003 (44% en 2004).

24% des Français consomment bio au moins une fois par semaine, 23% une fois par mois et 21% moins d'une fois par mois. Seuls 32% de Français disent ne jamais consommer bio alors qu'ils étaient 38% en 2004 et 46% en 2003. Les produits bio séduisent donc de plus en plus de monde.



### 45% d'acheteurs

Dans le même temps, la part de foyers acheteurs a bondi de 12 points. En 2003, 33% des Français déclaraient avoir acheté bio, eux-mêmes ou une personne de leur foyer, au cours des 4 semaines précédentes l'enquête, ils sont 45% en 2005.

En 2005, seuls 37% des Français disent ne jamais acheter de produits bio alors qu'ils étaient encore 51% en 2003.

## La bonne image des produits bio auprès des Français

Les deux premiers baromètres l'avaient déjà montré : les Français ont une image positive des produits bio. Une constatation confirmée par cette nouvelle enquête.

### 86% de commentaires positifs

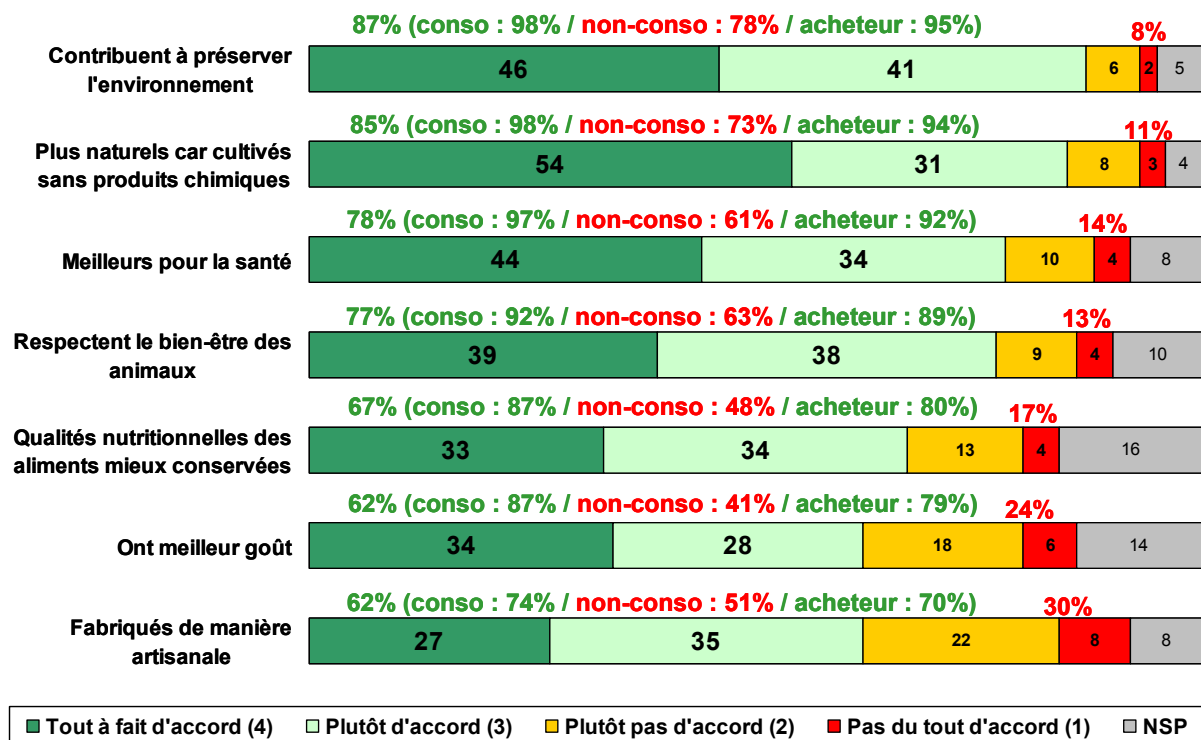
L'évocation des produits bio inspire spontanément des commentaires positifs à 86% de Français (97% de consommateurs et 77% de non consommateurs).

81% des commentaires émis sont en rapport avec le caractère sain et naturel des produits bio. Parmi ceux-ci, 43% parlent de « produits naturels » et « cultivés de façon naturelle » ; 44% d'aliments sans produits chimiques ; 33% les qualifient de « produits sains, plus sains, meilleurs pour la santé, bon pour la santé » et 12% « d'aliments qui ne subissent aucun traitement ».

### Pour près de 9 Français sur 10, les produits bio « contribuent à préserver l'environnement »

En assisté, trois propositions arrivent en tête, dont deux quasiment ex-aequo, relatives aux aspects environnementaux.

87% des Français affirment en effet que les produits bio « contribuent à préserver l'environnement », 85% les qualifient de « plus naturels car cultivés sans produits chimiques », 85% les qualifient de « plus naturels car cultivés sans produits chimiques ».



## Les Français proches des valeurs et des principes de l'agriculture bio

### Plus d'1 Français sur 2 proche des valeurs de l'agriculture bio

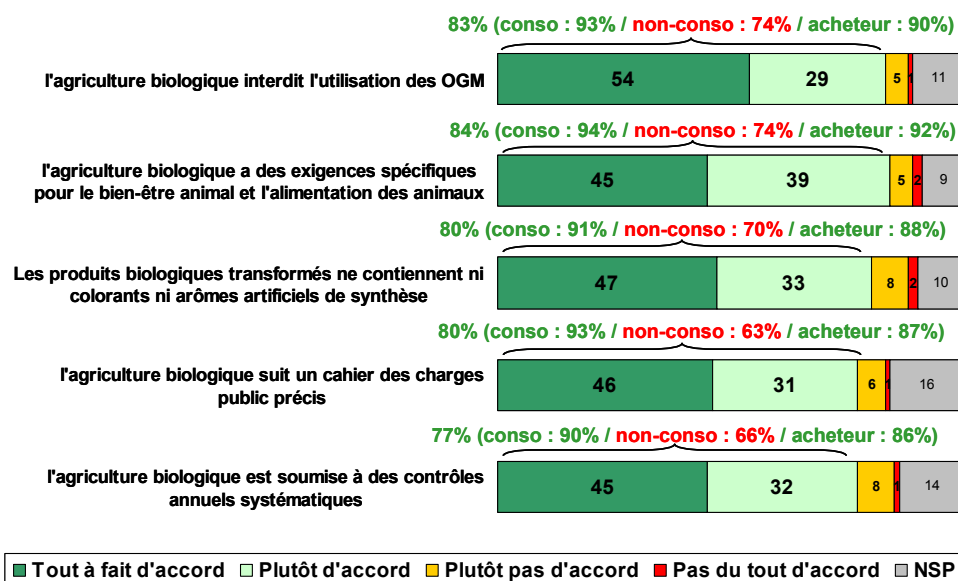
56% des Français se déclarent proches des valeurs portées par l'agriculture biologique et 89% des consommateurs de produits bio.

### Des valeurs incarnées par des principes connus et reconnus

Comme le montre le Baromètre CSA Agence BIO 2005, les Français ont, en assisté, une assez bonne connaissance des grands principes régissant l'agriculture biologique. Cependant, certains principes sont mieux connus que d'autres :

- 84% des Français sont d'accord pour dire que « l'agriculture biologique a des exigences spécifiques pour le bien-être animal et l'alimentation des animaux »,
- 83% que « l'agriculture biologique interdit l'utilisation des OGM »,
- 80% que « les produits biologiques transformés ne contiennent ni colorants ni arômes artificiels de synthèse »,
- 80% que « l'agriculture biologique suit un cahier des charges public précis »,
- 77% que l'agriculture biologique est soumise à des contrôles annuels spécifiques ».

Côté consommateurs, ils sont en moyenne plus de 9 sur 10 à connaître chacun de ces principes.

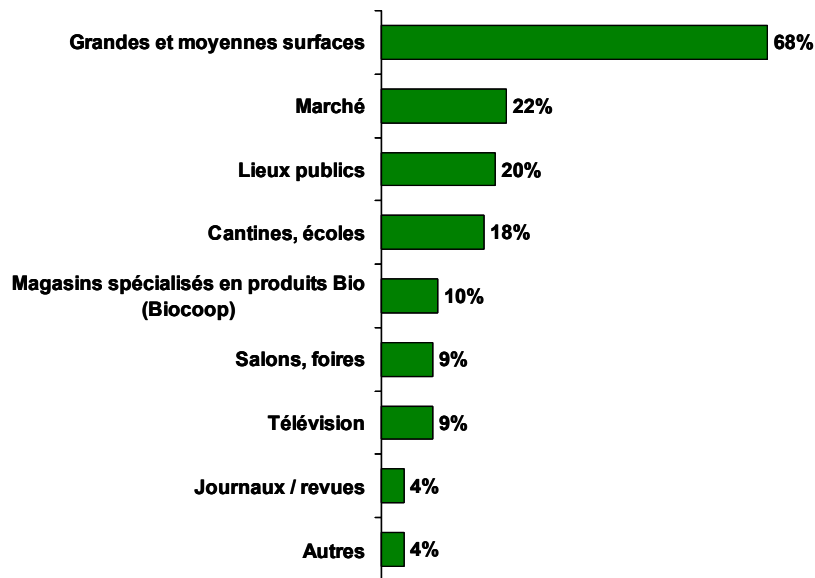


## Une demande d'informations sur les lieux d'achat et de consommation

40% des Français s'estiment bien informés sur les produits issus de l'agriculture biologique.

Parmi les lieux où les Français souhaiteraient voir des actions d'information sur les produits bio, les GMS arrivent largement en tête (68%), suivies de loin des marchés (22%), des lieux publics (20%) ou des cantines et écoles (18%).

Q7bis-Quels sont les lieux où vous aimeriez voir des actions d'information sur les produits Bio ? (spontané)



Nombre moyen de réponses = 1,6

# ZOOM SUR LES CONSOMMATEURS/ACHETEURS DE PRODUITS BIO

Partie basée sur les consommateurs et acheteurs de produits bio (consomme des produits bio au moins une fois par mois et en a acheté au cours des 4 semaines précédant l'enquête).

## Profil-type du consommateur/acheteur bio

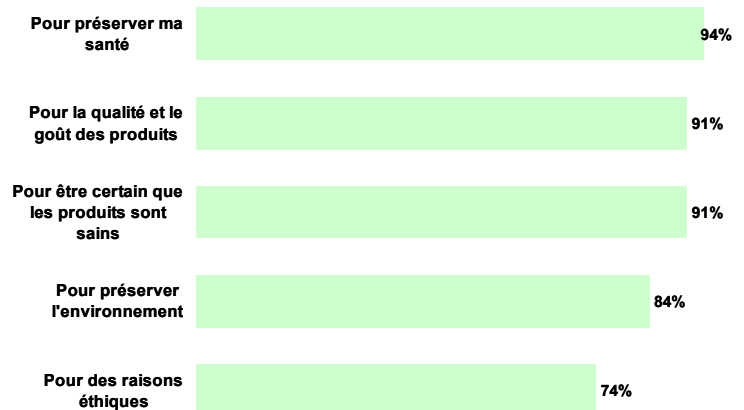
Il s'agit plutôt de femmes, de personnes de plus de 35 ans, de résidents de villes de plus de 100 000 habitants et de consommateurs localisés dans les régions Ile de France et Méditerranée.

En moyenne, les consommateurs bio achètent plus de 4 catégories différentes de produits bio.

## La préservation de l'environnement : une raison de consommation qui gagne du terrain

Parmi les raisons de consommation évoquées en assistant, les consommateurs / acheteurs donnent une place de plus en plus importante à la préservation de l'environnement.

Aujourd'hui, 84% affirment en effet consommer des produits bio « pour préserver l'environnement », alors qu'ils n'étaient que 79% en 2003.



En tête des raisons de consommation : « **pour préserver ma santé** » (94% en 2005 ; 92% en 2004 ; 91% en 2003), « **pour la qualité et le goût des produits** » (91% en 2005 ; 92% en 2004 ; 91% en 2003), « **pour être certain que les produits soient sains** » (91% en 2005 ; 92% en 2004 ; 90% en 2003).

Enfin, les consommateurs/acheteurs accordent toujours une place importante à la proposition « pour des raisons éthiques » : elle marque même une légère augmentation par rapport aux années précédentes et recueille 74% de suffrages (vs 72% en 2004 et 70% en 2003).



## Logo AB : le meilleur moyen de reconnaître un produit bio

Le logo AB, signe officiel de reconnaissance des produits issus de l'agriculture biologique est connu par 92% des consommateurs/acheteurs de bio (90% en 2004 ; 89% en 2003).



La connaissance du logo européen continue de progresser : 42% des consommateurs/acheteurs déclarent le connaître alors qu'ils n'étaient que 31% en 2004.

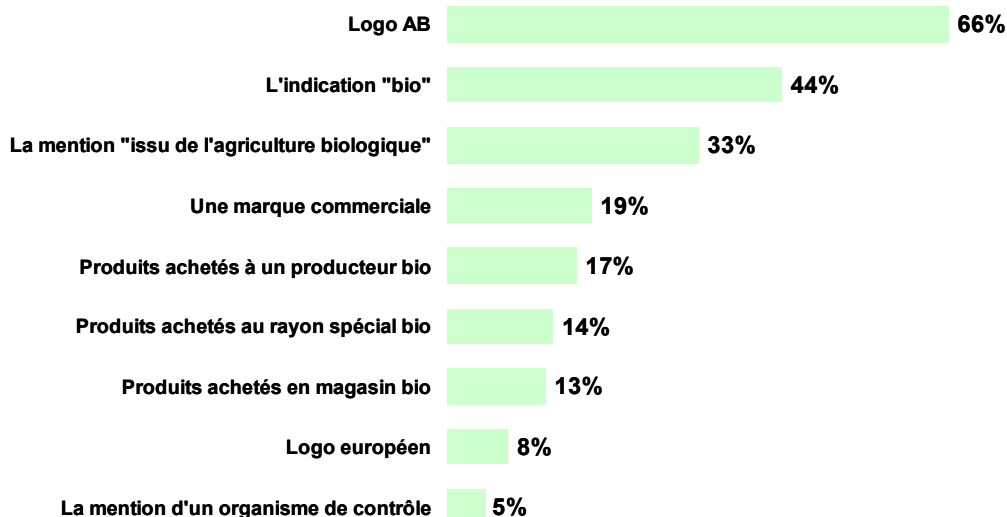


Pour repérer un produit bio lorsqu'ils font leurs achats, la majorité des consommateurs/acheteurs, 66%, se fient toujours avant tout à la présence du logo AB (66% en 2004, 64% en 2003).

Dans une moindre proportion, ils sont 44% à déclarer utiliser l'indication « bio » pour repérer les produits. Ce moyen d'identification retrouve ainsi son niveau de 2003, après être passé à 37% en 2004.

La mention « issu de l'agriculture biologique » est, quant à elle, utilisée comme repère par 33% des consommateurs/acheteurs (37% en 2004, 40% en 2003).

*Q19-Lorsque vous faites vos courses, comment reconnaissez-vous un produit biologique ? (Spontané)*

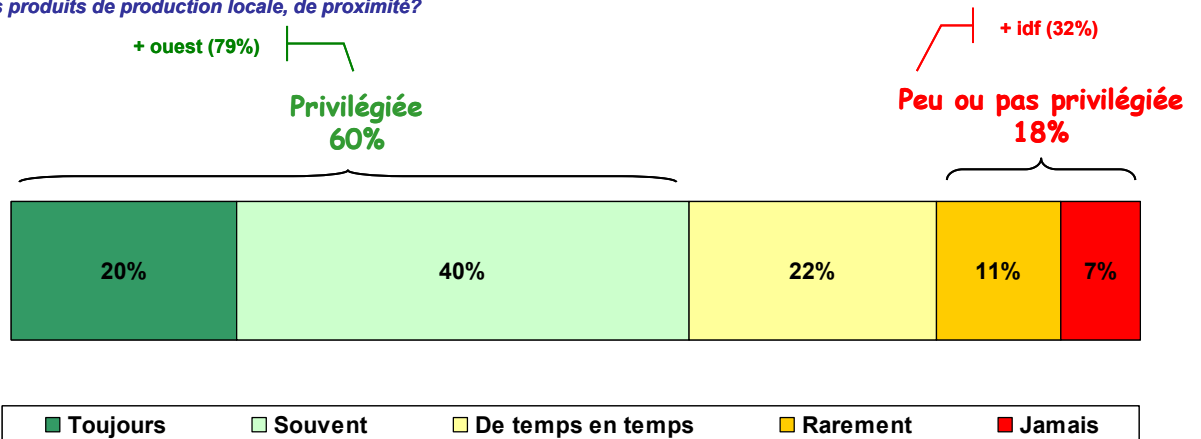


Base « consommateur et acheteur bio » : 442

## Des consommateurs attachés à la provenance des produits

Les consommateurs/acheteurs bio attachent de l'importance à la provenance des produits bio. Plus de 8 sur 10 (60% toujours ou souvent + 22% de temps en temps) privilégient, dans leur consommation, les produits issus d'une production locale, de proximité.

*Q14ter-Dans votre consommation de produits Bio, privilégiez-vous toujours, souvent, de temps en temps, rarement ou jamais les produits de production locale, de proximité?*



42% des consommateurs/acheteurs bio jugent normal de payer un produit issu de l'agriculture biologique plus cher qu'un produit non bio (vs 39% en 2004 et 40% en 2003). Ils sont en moyenne prêts à payer 11% de plus pour un produit bio.

Les consommateurs/acheteurs sont prêts à payer plus cher pour les fruits et légumes (63%) et la volaille (63%). Viennent ensuite le bœuf (57%), les œufs (54%), le porc, la charcuterie, l'agneau (53%).

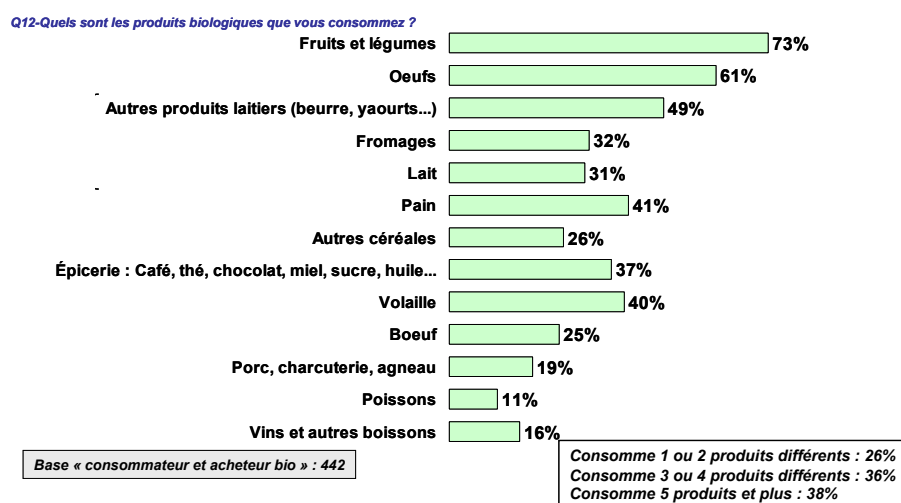


## ZOOM SUR LE PANIER BIO

### Les vedettes du panier bio : les fruits et légumes

Comme les années précédentes, les produits bio les plus consommés sont les fruits et légumes (consommés par 73% des consommateurs/acheteurs) et les œufs (61%).

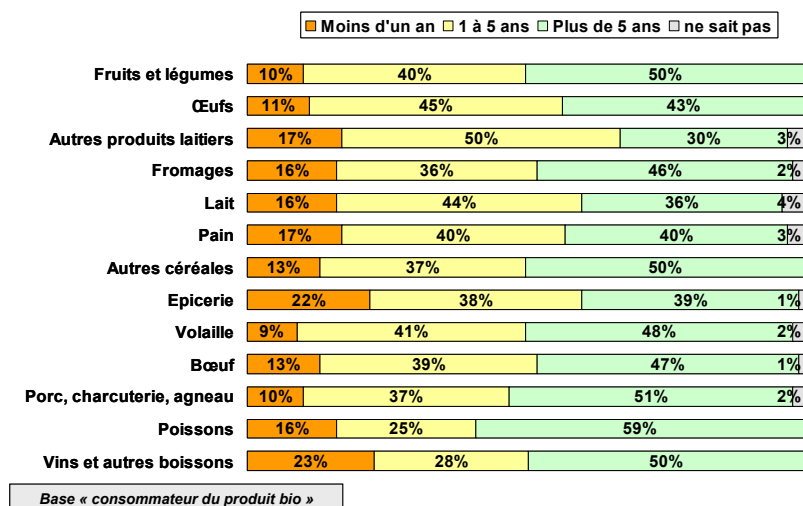
Avec respectivement 41% et 40% de consommateurs/acheteurs, pain et volaille bio tiennent aussi une place importante au sein des paniers.



### Épicerie et boissons : les produits bio les plus recruteurs en 2005

En tête des produits bio attirant le plus de nouveaux consommateurs, on trouve la famille des vins et autres boissons et l'épicerie. **23% de consommateurs bio se sont en effet tournés vers les vins et autres boissons depuis moins d'1 an et l'épicerie a, quant à elle, attiré 22% de nouveaux consommateurs en un an.**

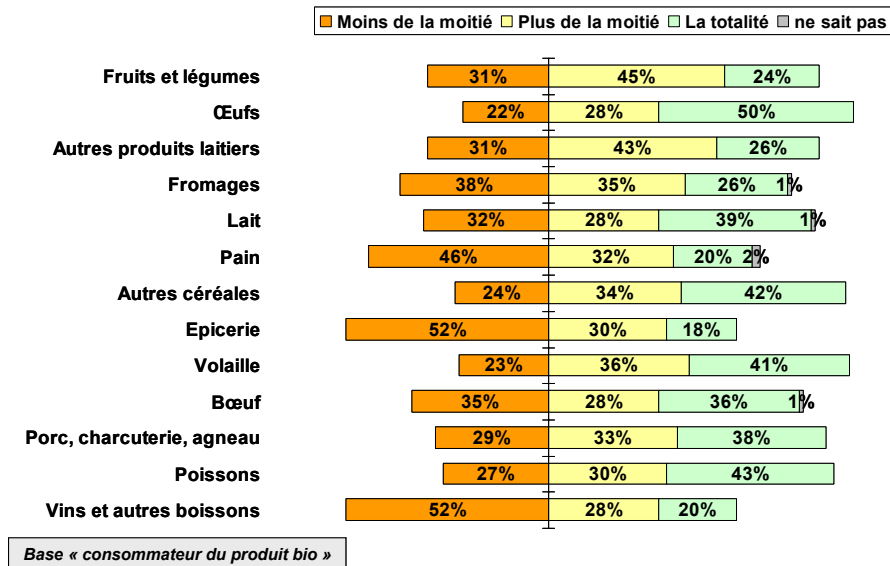
Pour une grande majorité des produits, les consommateurs sont fidèles depuis plus de 5 ans.



## Pourquoi les œufs ont tout bio

Un consommateur d'œufs bio sur deux ne consomme ses œufs qu'en mode bio. Il s'agit de la famille de produits qui engendre le plus fort taux de consommation totalement bio devant les « céréales » (42%), la volaille (41%), le lait (39%).

Q13-Quelle part de votre consommation de ce(s) produit (s) est biologique ?



Parmi les motivations entraînant les consommateurs à ne consommer que des œufs bio, deux grandes raisons apparaissent : « caractéristiques produit/qualité » (goût, fraîcheur, qualité,...) indiquée par 57% des consommateurs d'œufs uniquement bio et « confiance/sécurité », qui rassemble 42% des raisons citées.

Dans cette catégorie, l'aspect gustatif rassemble le plus de suffrages : 43% des consommateurs estiment en effet que les œufs bio ont « meilleur goût ».

## Des lieux d'achat diversifiés

72% des consommateurs/acheteurs bio achètent des produits bio en Grandes et Moyennes Surfaces (GMS), 43% sur les marchés, 29% en magasins spécialisés en produits bio, 22% auprès d'artisans / commerçants et 22% à la ferme.

En GMS, 58% des clients bio préféreraient trouver leurs produits bio dans un espace dédié contre 30% qui les souhaiteraient répartis dans tous les rayons et seulement 12% n'ont pas de préférence particulière.



Pour chacun de ces distributeurs, certains types d'achats sont privilégiés :

- les magasins spécialisés sont privilégiés pour les céréales, épicerie et boissons,
- le marché est préféré pour les fruits et légumes et le fromage,
- les commerçants et artisans pour le pain, bœuf, porc et charcuterie,
- la ferme pour les viandes et les œufs.

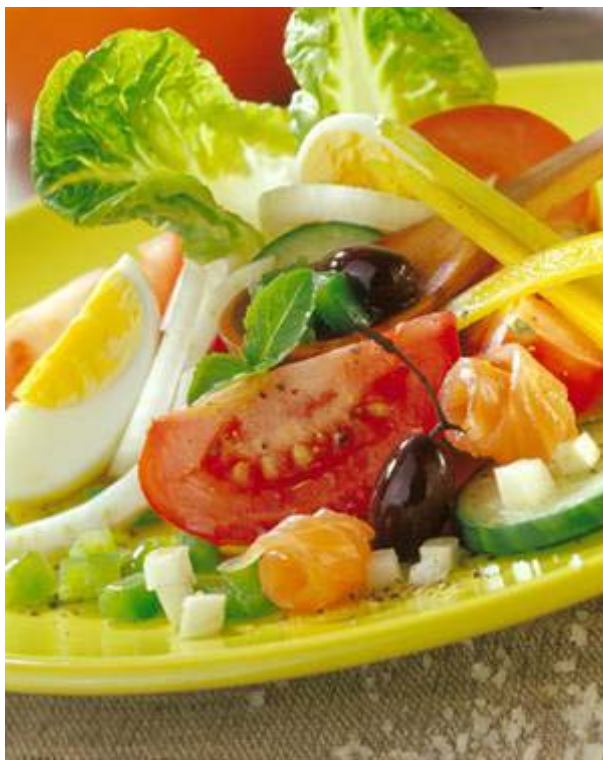
Cependant, 40% des consommateurs considèrent que certains produits biologiques font défaut ou sont difficilement trouvables, comme les viandes/volailles et poissons, les fruits et les produits laitiers.

## Croissance de la consommation en perspective

Au cours des 6 prochains mois, 23% des consommateurs/acheteurs bio ont l'intention d'augmenter leur consommation et 76% de la maintenir.

43% des consommateurs/acheteurs ayant l'intention d'augmenter leur consommation comptent acheter plus de fruits et légumes, 38% plus de bœuf et 37% davantage de volaille.

Parmi les facteurs qui pourraient jouer en faveur d'une augmentation de la consommation : 90% des consommateurs/acheteurs citent « des prix moins élevés » (86% en 2004), 85% « des produits plus facilement disponibles dans [leurs] magasins habituels » (79% en 2004) et 84% « une meilleure information sur les produits » (76% en 2004).



La Salade Bio Façon Niçoise



Omelette Bio en Chausson à la Vigneronne

## EN SAVOIR PLUS : QUELQUES TENDANCES REGIONALES

### Répartition géographique des consommateurs

Une majorité de consommateurs/acheteurs se concentre dans les régions parisiennes et méditerranéennes. A l'inverse, on a moins de chance d'en croiser dans la région Nord.

### Part des produits bio dans les dépenses alimentaires

D'après le Baromètre CSA/Agence BIO, les consommateurs/acheteurs bio des régions Est et du Bassin parisien ouest consacrent une part plus importante de leurs dépenses alimentaires aux produits bio que la moyenne nationale.

### Familles de produits bio consommés

Les consommateurs/acheteurs de la région parisienne consomment plus d'œufs bio que la moyenne (75% vs 61%).

Viandes, volailles et poissons issus de l'agriculture biologique ont, quant à eux, plus de succès dans la région du Bassin parisien ouest. Lait et poissons sont plus consommés que la moyenne dans la région Est. Enfin, consommateurs et acheteurs bio de la région méditerranéenne consomment plus de pain, fromages et produits laitiers que la moyenne nationale.

