

Baromètre de consommation et perception des produits biologiques en France



Vos contacts chez CSA:

Virginie HUET - Directrice de Département R&L – 01.57.00.58.77 – virginie.huet@csa.eu

Cécile PICOUET – Directrice de clientèle R&L – 01.57.00.57.71 – cecile.picouet@csa.eu

Marion DUBOIS – Chef de groupe – 01.57.00.57.77 – marion.dubois@csa.eu

I

Les Français et leurs habitudes alimentaires

- .1 La consommation et l'achat de produits biologiques
- .2 Les habitudes alimentaires des Français
- .3 Focus des habitudes alimentaires des Français pendant la crise sanitaire
- .4 L'aspect prix et budget alimentaire
- .5 Les produits biologiques vus par les Français
- .6 L'information sur les produits biologiques
- .7 Les attentes vis-à-vis des lieux de distribution

II

Les consommateurs de produits biologiques

- .1 Profils des consommateurs de produits biologiques
- .2 Les différents produits biologiques consommés
- .3 Les achats de produits biologiques
- .4 Perspectives et avenir

The slide features two large, irregular yellow shapes. One is a pentagon-like shape in the upper left, and the other is a larger, more complex polygon in the lower right. The text 'Contexte et objectifs' is centered between them.

Contexte et objectifs

Les bouleversements de l'année 2020 n'ont pas enravé la croissance du bio...

Les contraintes de l'année 2020 nous ont poussé à repenser notre façon d'acheter et de manger. Un retour dans nos cuisines, des repas pris à l'extérieur en baisse drastique et des changements de comportement dans la façon de faire ses courses au quotidien !

Le 18ème baromètre de consommation et perception des produits biologiques en France a fait ressortir deux enseignements majeurs :

- L'appétence pour le « manger sain », en plein essor depuis 2019 et qui semble s'installer durablement dans les préoccupations alimentaires des Français.
- L'émergence d'un nouveau consommateur plus « locavore » découvrant de nouveaux points de vente physiques ou en ligne pour ses courses, privilégiant les circuits courts.

Pour près de 6 Français sur 10, la consommation de produits locaux et de saison est devenue un « acte militant » !

Avec un nombre de nouveaux consommateurs de produits bio en France qui a continué à progresser.

Près de $\frac{3}{4}$ des Français consomment des produits bio au moins une fois par mois dont 13% tous les jours : manger bio est désormais ancré dans le mode de vie des Français.

Le bio se démocratise : parmi les nouveaux venus, les jeunes et les employés / ouvriers sont sur-représentés.

Une étude pour décrire précisément la consommation des produits biologiques en France et sa dynamique

- Evaluer l'évolution de la consommation des produits bio (dans l'absolu et par catégorie de produits)
 - Avec un focus post-confinement. Ont-ils conservé les nouvelles pratiques ?
- Eclairer sur les motivations de consommation et d'achat des produits bio et leur évolution. Connaître les attentes des consommateurs en termes d'information sur le bio et de vecteur d'information. Et concernant notamment la restauration collective et commerciale.
- Connaître les produits bio les plus consommés et leurs lieux d'achat
 - Avec un focus post-confinement. Ont-ils conservé les nouvelles pratiques ?
- Identifier les freins à l'achat de produits bio et leur évolution.
- Avoir une image de l'agriculture biologique et des produits bio tels qu'ils sont perçus par les Français,
- Donner des éléments prospectifs sur la consommation des produits bio
- Mesurer la notoriété des logos européen et AB et son évolution, ainsi que la perception de la différence entre les deux logos. Et mesurer la notoriété et la confiance des consommateurs en certains logos, labels et certification (tels HVE, Zéro Résidu de Pesticides ...)



Méthodologie

Méthodologie

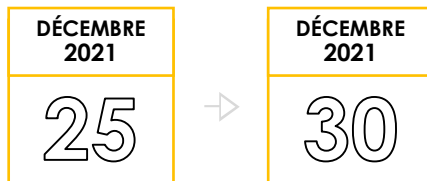
MODE DE RECUEIL

Etude quantitative online
sur **panel**

Un questionnaire d'une vingtaine
de minutes divisé en 2 parties :

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

DATES DE TERRAIN



CIBLE INTERROGÉE

Echantillon de **2 100 Français**,
représentatif au plan national de la
population française métropolitaine
âgée de **18 ans et plus**.

*Représentativité de l'échantillon assurée
par la méthode des quotas sur les critères:
sexe, âge, profession (CSP), région (13
INSEE)*

Profil socio-démographique

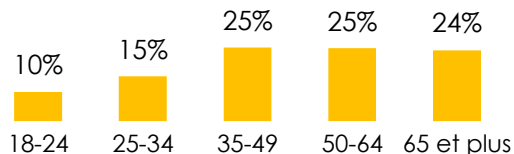
Base : Ensemble (n= 2112)

48%

HOMMES

52%

FEMMES



49
ÂGE MOYEN

PROFESSION

30%

CSP+

30%

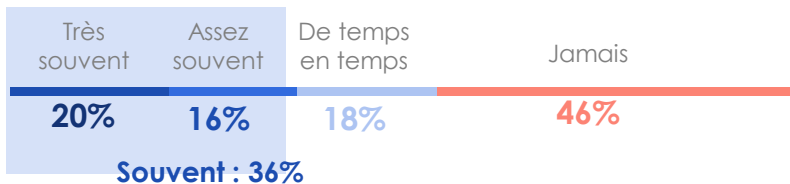
CSP-

40%

INACTIFS

Agriculteur exploitant	1%	Employé(e)	25%	Retraité(e)	28%
Artisan, commerçant, chef d'entreprise	5%	Ouvrier(e)	5%	Étudiant(e)	4%
Cadre supérieur, profession libérale	13%	Autre sans profession		9%	
Profession intermédiaire	12%				

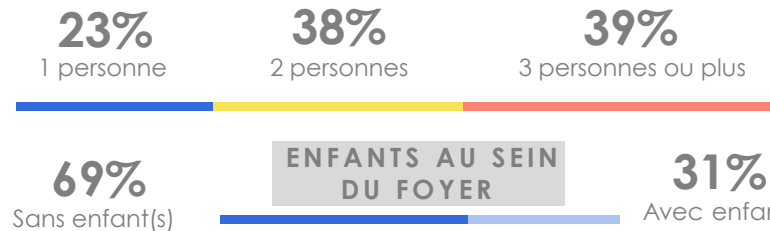
RECOURS AU TELETRAVAIL



TAILLE D'AGGLOMERATION

Moins de 2 000 habitants	19%
2 000 – 20 000 habitants	15%
20 000 – 100 000 habitants	13%
+100 000 habitants	35%
Agglo. parisienne	17%

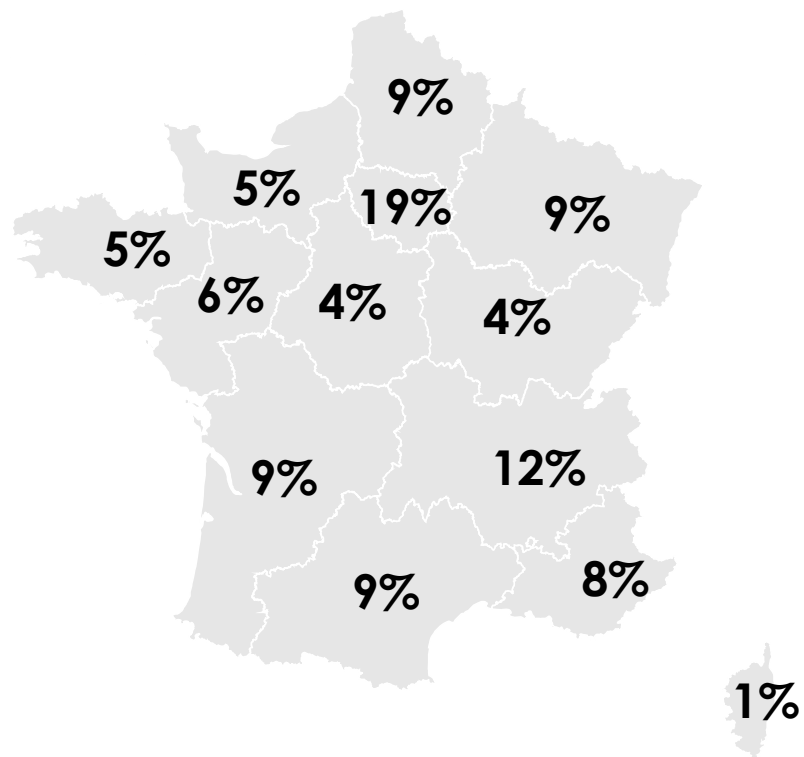
TAILLE DU FOYER



ENFANTS AU SEIN DU FOYER

Profil socio-démographique

Base : Ensemble (n= 2112)



Les Français et leurs habitudes alimentaires

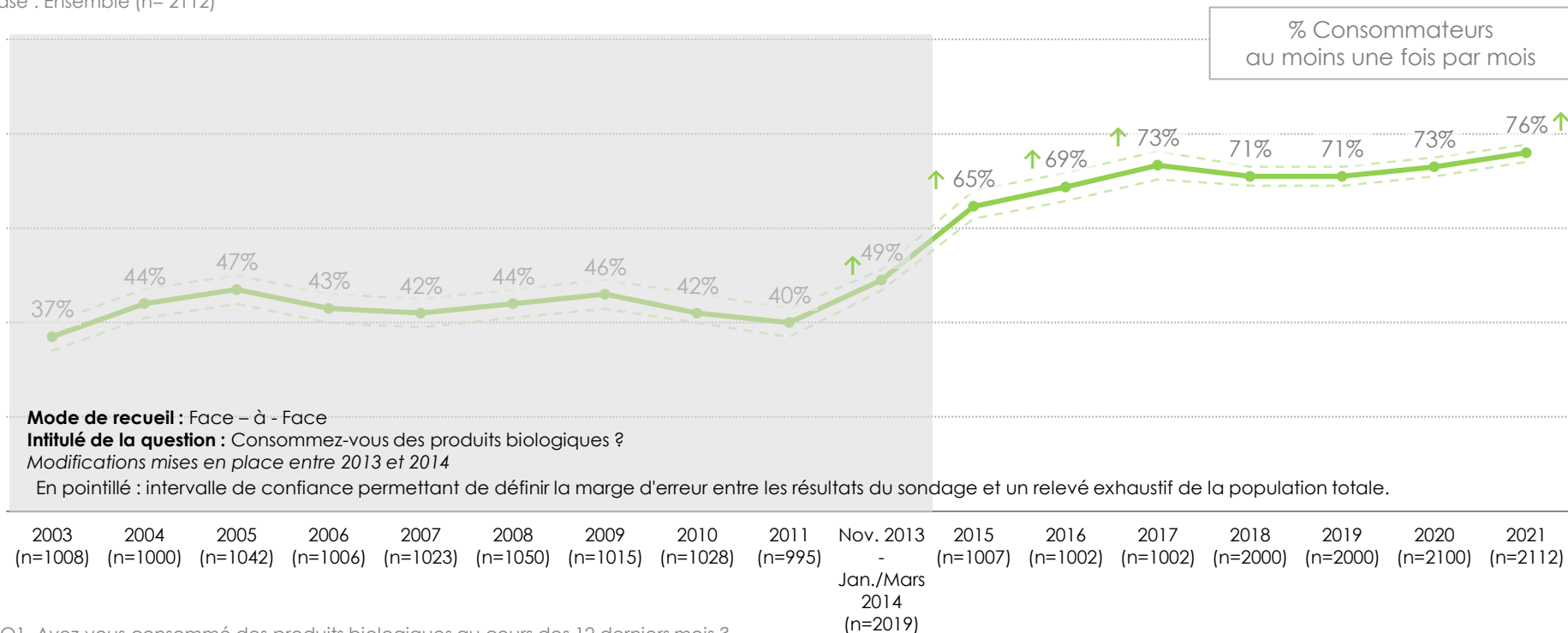
La consommation et l'achat de produits biologiques

1.1

Evolution de la part de consommateurs de produits biologiques

Une part de consommateurs réguliers de produits biologiques en hausse sur l'année 2021.

Base : Ensemble (n= 2112)

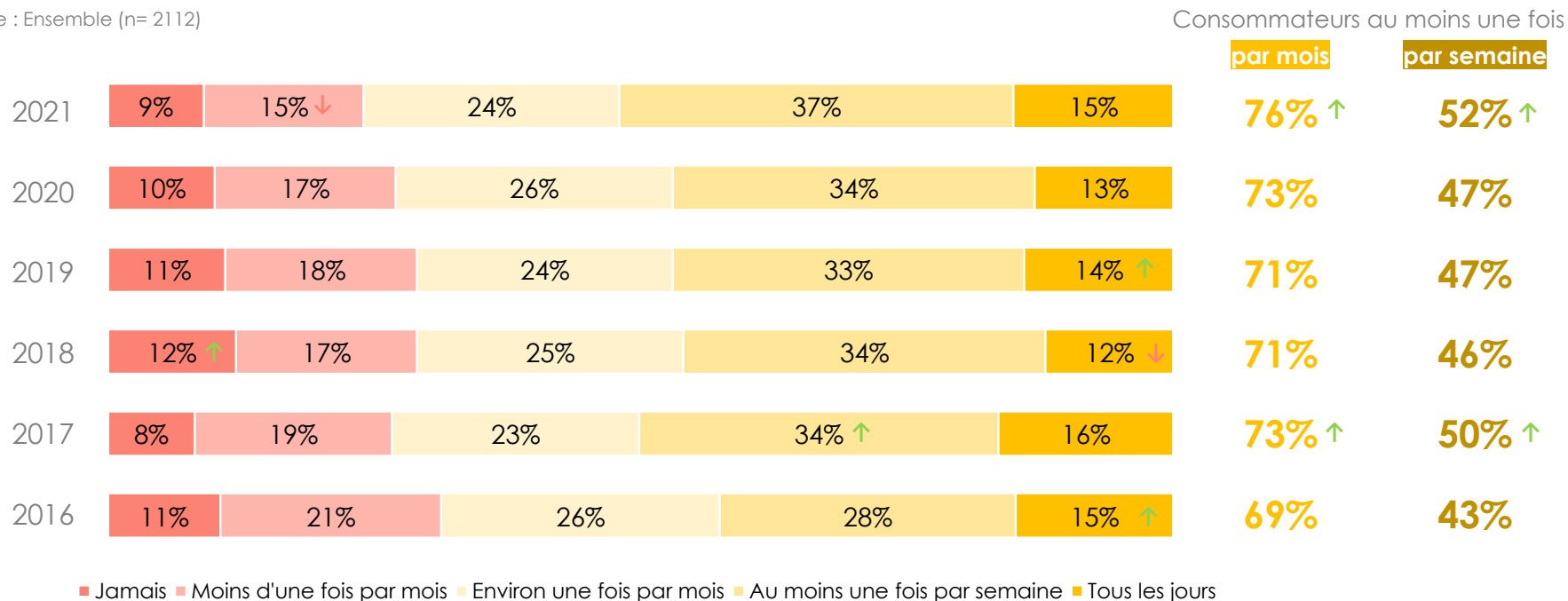


Q1. Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois ?

Part de consommateurs de produits biologiques

Une hausse tirée par les consommateurs les plus fréquents (au moins une fois par semaine voire tous les jours).

Base : Ensemble (n= 2112)



Q1. Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois ?

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

Part de consommateurs de produits biologiques

Des CSP+ nettement plus consommateurs de produits biologiques à l'inverse des inactifs.
Des jeunes qui en consomment de manière plus régulière.

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
ST Consommateurs (dont rarement)	91%	90%	91%	87%	89%	90%	93%	92%	96%	88%	89%
ST Consommateurs au moins une fois par mois	76%	74%	78%	76%	80%	77%	76%	72%	86%	73%	70%
ST Consommateurs au moins une fois par semaine	52%	49%	54%	55%	59%	50%	52%	47%	63%	48%	46%
Oui, tous les jours	15%	13%	16%	20%	18%	13%	10%	18%	17%	13%	14%
Oui, régulièrement (au moins une fois par semaine)	37%	36%	37%	34%	41%	37%	42%	29%	45%	35%	32%
Oui, de temps en temps (environ une fois par mois)	24%	25%	24%	22%	21%	27%	23%	26%	23%	25%	24%
ST Non consommateurs (moins d'une fois par mois)	24%	26%	22%	24%	20%	23%	24%	28%	14%	27%	30%
Oui, rarement (moins souvent qu'une fois par mois)	15%	16%	14%	11%	9%	13%	17%	19%	10%	15%	18%
Non, jamais	9%	10%	9%	13%	11%	10%	7%	8%	4%	12%	11%

Q1. Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois ?

Part de consommateurs de produits biologiques

Peu de différence d'une région à une autre.

Base : Ensemble (n= 2112)

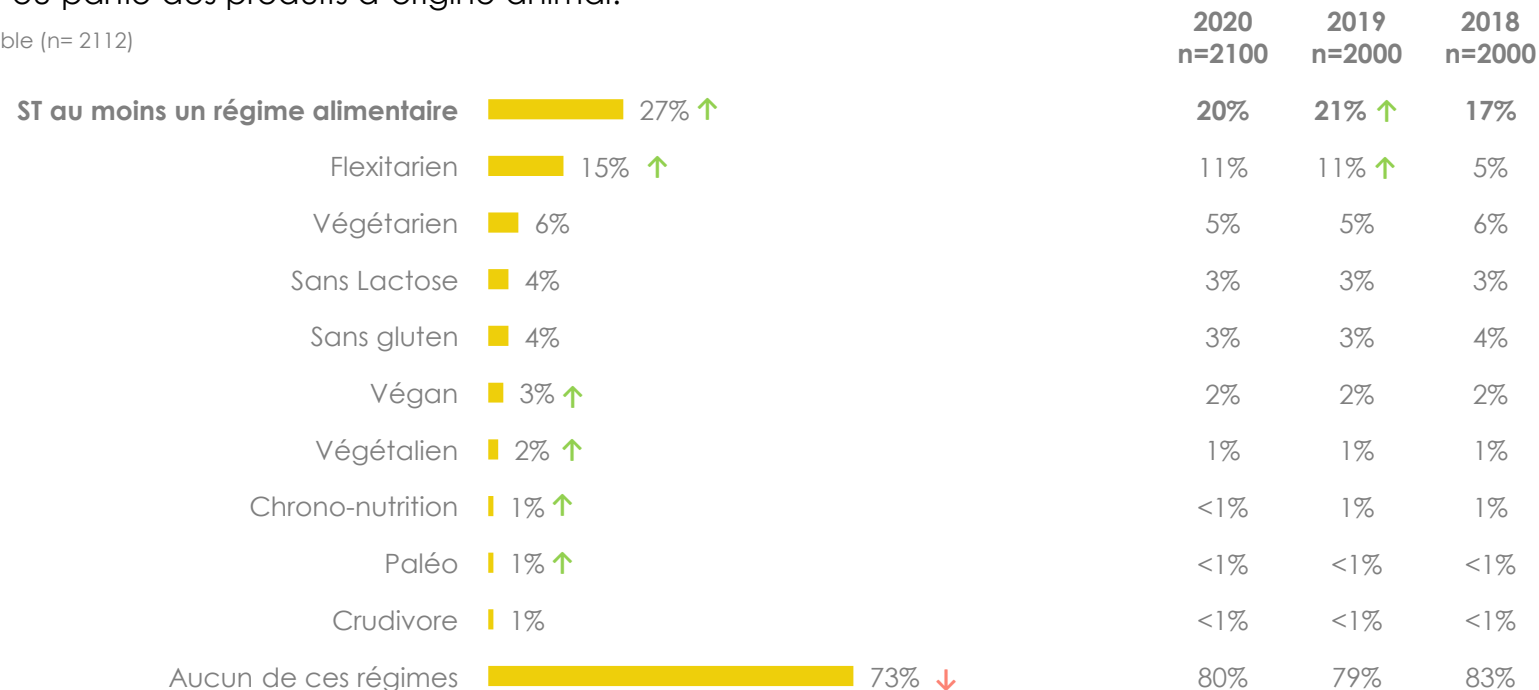
	REGIONS													
	ENSEMBLE	Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse	
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155	
ST Consommateurs (dont rarement)	91%	91%	92%	90%	88%	90%	88%	91%	92%	89%	91%	92%	92%	
ST Consommateurs au moins une fois par mois	76%	79%	76%	69%	71%	77%	70%	73%	77%	73%	78%	77%	81%	
ST Consommateurs au moins une fois par semaine	52%	52%	51%	47%	39%	52%	53%	55%	56%	50%	52%	51%	57%	
Oui, tous les jours	15%	17%	14%	8%	10%	15%	21%	17%	17%	12%	16%	12%	14%	
Oui, régulièrement (au moins une fois par semaine)	37%	35%	37%	38%	29%	37%	32%	38%	39%	38%	36%	39%	44%	
Oui, de temps en temps (environ une fois par mois)	24%	27%	24%	22%	32%	25%	17%	19%	21%	24%	26%	26%	24%	
ST Non consommateurs (moins d'une fois par mois)	24%	21%	24%	31%	29%	23%	30%	27%	23%	27%	22%	23%	19%	
Oui, rarement (moins souvent qu'une fois par mois)	15%	12%	16%	21%	17%	13%	19%	17%	14%	16%	13%	15%	12%	
Non, jamais	9%	9%	8%	10%	12%	10%	12%	9%	8%	11%	9%	8%	8%	

Q1. Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois ?

Le régime alimentaire pratiqué par un ou des membres du foyer

Une hausse des Français pratiquant un régime alimentaire spécifique, tirée notamment par les répondants se déclarant flexitarien. On observe également une augmentation de la pratique des régimes excluant tout ou partie des produits d'origine animal.

Base : Ensemble (n= 2112)



QS8 Pouvez-vous nous dire si vous ou un des membres de votre foyer pratiquez l'un des régimes suivants ?

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre 17

Le régime alimentaire pratiqué par un ou des membres du foyer

Des consommateurs réguliers de produits biologiques plus adeptes des différents régimes alimentaires : la moitié des consommateurs quotidiens de produits bio pratique au moins un de ces régimes.

Base : Ensemble (n= 2112)

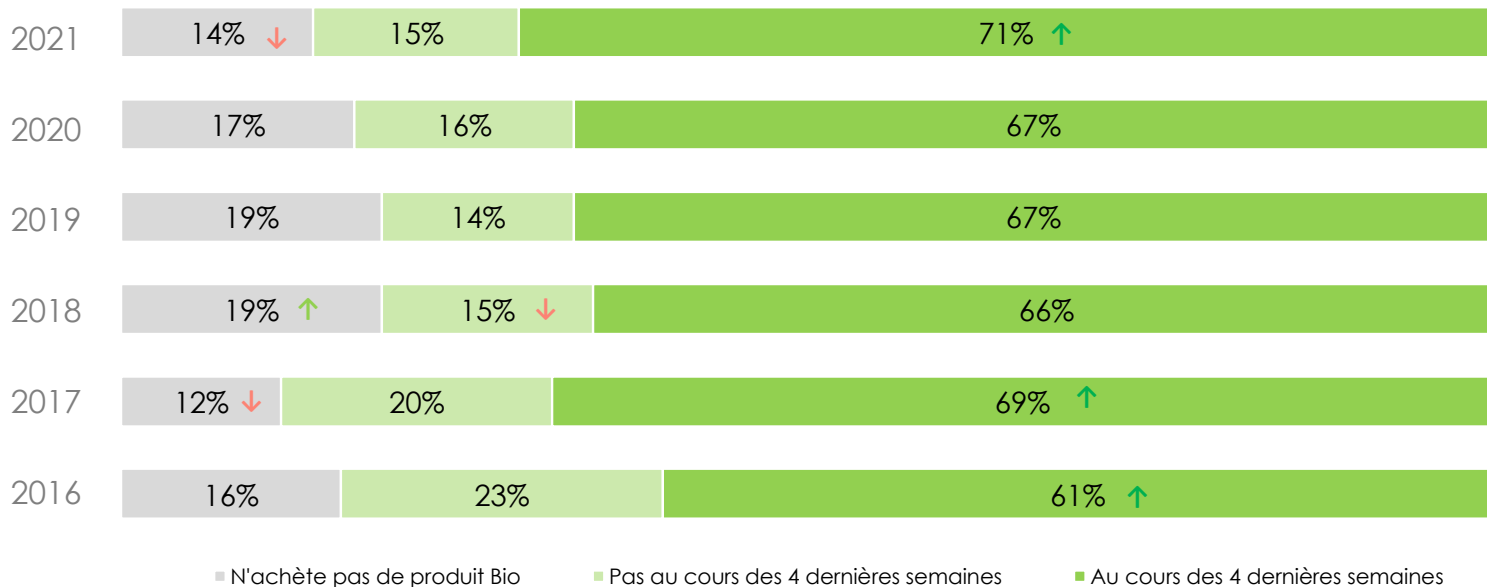
	Consommation de produits bio 12 DM									
	ENSEMBLE	ST Conso.	ST Conso. au moins une fois par mois	ST Conso. au moins une fois par semaine	Oui, tous les jours	Oui, régulièrement	Oui, de temps en temps	ST Non conso.	Oui, rarement	Non, jamais
Base	2112	1919	1602	1091	319	772	511	510	317	193
ST Au moins un régime alimentaire	27%	29%	33%	40%	49%	36%	18%	10%	10%	11%
Flexitarien	15%	16%	18%	22%	25%	21%	10%	5%	5%	6%
Végétarien	6%	6%	7%	10%	16%	7%	2%	1%	1%	2%
Sans Lactose	4%	4%	5%	6%	9%	5%	2%	1%	1%	1%
Sans gluten	4%	4%	4%	6%	9%	4%	2%	1%	1%	1%
Végan	3%	3%	3%	4%	7%	3%	1%	1%	1%	1%
Végétalien	2%	3%	3%	4%	7%	3%	1%	0%	1%	
Chrono-nutrition	1%	1%	1%	2%	5%	1%	1%	0%	0%	
Paléo	1%	1%	1%	1%	2%	1%		0%		1%
Crudivore	1%	1%	1%	1%	2%	1%	0%			
Autres régimes	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Aucun de ces régimes	73%	71%	67%	60%	51%	64%	82%	90%	90%	89%

QS8 Pouvez-vous nous dire si vous ou un des membres de votre foyer pratiquez l'un des régimes suivants ?

Part d'acheteurs de produits biologiques

Une part d'acheteurs en nette hausse sur 2021 : 7 français sur 10 ont acheté des produits biologiques au cours des 4 semaines précédant le terrain de l'étude.

Base : Ensemble (n= 2112)



Q4. Et avez-vous, vous-même ou quelqu'un de votre foyer, acheté un ou plusieurs produits biologiques au cours des 4 dernières semaines ?

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre 19

Part d'acheteurs de produits biologiques

En lien avec la consommation, les CSP+ et les jeunes sont les acheteurs les plus réguliers de produits biologiques.

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
ST Acheteurs au cours des 4 dernières semaines	71%	70%	73%	69%	77%	72%	71%	68%	82%	69%	65%
Oui, presque tous les jours	9%	8%	10%	17%	14%	9%	6%	5%	11%	10%	6%
Oui, régulièrement (au moins une fois par semaine)	37%	37%	38%	29%	39%	35%	40%	39%	46%	32%	35%
Oui, de temps en temps (environ une fois au cours des 4 dernières semaines)	25%	25%	25%	22%	24%	28%	25%	24%	25%	26%	24%
Oui, rarement (moins souvent qu'une fois par mois et pas au cours des 4 dernières semaines)	15%	16%	14%	17%	11%	14%	15%	18%	11%	15%	18%
Non, jamais	14%	14%	13%	14%	13%	14%	14%	14%	7%	16%	17%

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
ST Acheteurs au cours des 4 dernières semaines	71%	74%	67%	68%	61%	71%	64%	75%	75%	71%	74%	73%	74%
Oui, presque tous les jours	9%	11%	8%	5%	10%	10%	10%	14%	5%	6%	8%	7%	9%
Oui, régulièrement (au moins une fois par semaine)	37%	37%	38%	38%	26%	36%	35%	37%	45%	38%	41%	38%	41%
Oui, de temps en temps (environ une fois au cours des 4 dernières semaines)	25%	26%	21%	25%	25%	25%	19%	24%	25%	27%	25%	28%	25%
Oui, rarement (moins souvent qu'une fois par mois et pas au cours des 4 dernières semaines)	15%	14%	18%	20%	19%	16%	17%	8%	14%	15%	12%	14%	17%
Non, jamais	14%	12%	16%	13%	20%	13%	19%	17%	11%	14%	14%	13%	9%

Q4. Et avez-vous, vous-même ou quelqu'un de votre foyer, acheté un ou plusieurs produits biologiques au cours des 4 dernières semaines ?

Part d'acheteurs de produits biologiques

Une fréquence d'achat en lien direct avec la fréquence de consommation.

Base : Ensemble (n= 2112)

	Achat de produits bio 4 dernières semaines							Acheteurs	
	ENSEMBLE	ST Acheteurs au cours des 4 dernières semaines	Oui, presque tous les jours	Oui, régulière- ment	Oui, de temps en temps	Oui, rarement	Non, jamais		
	Base	2112	1502	188	791	523	318	292	1820
ST Consommateurs (dont rarement)		91%	99%	98%	100%	98%	98%	40%	99%
ST Consommateurs au moins une fois par mois		76%	97%	98%	100%	92%	38%	9%	87%
ST Consommateurs au moins une fois par semaine		52%	71%	95%	94%	27%	7%	2%	60%
Oui, tous les jours		15%	20%	70%	20%	3%	2%	0%	17%
Oui, régulièrement (au moins une fois par semaine)		37%	50%	25%	73%	24%	5%	1%	42%
Oui, de temps en temps (environ une fois par mois)		24%	26%	3%	6%	65%	31%	7%	27%
ST Non consommateurs (moins d'une fois par mois)		24%	3%	2%	0%	8%	62%	91%	13%
Oui, rarement (moins souvent qu'une fois par mois)		15%	2%		0%	6%	60%	31%	12%
Non, jamais		9%	1%	2%	0%	2%	2%	60%	1%

Q1. Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois ?

Consommation de produits bio

Une **progression de la part de consommateurs réguliers de produits bio** après 3 années de stabilité.

- Plus des trois quarts de Français consomment aujourd'hui des produits bio au moins une fois par mois (76%, en hausse de 3 points vs. 2020)
- Des consommateurs réguliers sur-représentés chez les CSP+
- Les plus jeunes (moins de 35 ans) consomment des produits bio plus fréquemment que les autres (20% des 18-24 ans en consomment tous les jours (vs. 15% sur l'ensemble des Français) et 59% des 25-34 ans en consomment au moins une fois par semaine (vs. 52%)).

Une hausse tirée par les consommateurs les plus fréquents

- 52% des Français en consomment au moins une fois par semaine (15% tous les jours), en hausse de 5 points

Dans le même temps, une **grande stabilité de la part des réfractaires** qui ne consomment jamais de produits bio : 1 Français sur 10 depuis 2019.

Achats de produits bio

Une **évolution à la hausse de la part d'acheteurs de produits bio** qui atteint désormais 71% au cours des 4 dernières semaines (+ 4 points). Des achats en lien direct avec la consommation.

Régime spécifique

Une hausse de la pratique d'un régime spécifique (27% des Français en pratiquent au moins un , +7 points) tirée notamment par le **régime flexitarien**, le plus pratiqué (15%) et qui enregistre une hausse de 4pts. Les **régimes excluant en partie ou en totalité les produits d'origine animale** sont également en augmentation.

Les consommateurs de produits bio plus adeptes encore de ces régimes (le tiers des consommateurs réguliers de produits bio en pratique au moins un, une proportion qui monte à 49% chez les consommateurs quotidiens)

ESSENTIELS

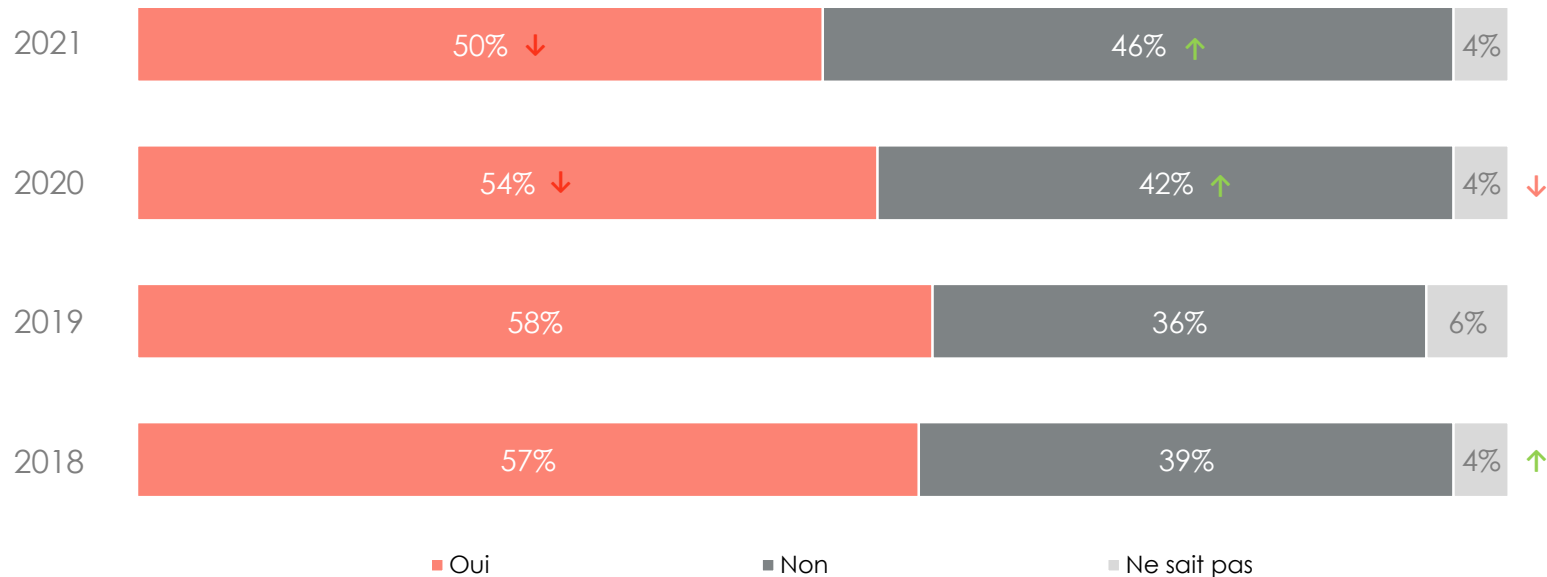
Les habitudes alimentaires des Français

1.2

Evolution du comportement alimentaire au cours des 3 dernières années

Un recul de la part des Français déclarant avoir modifié leurs comportements depuis 2 ans.

Base : Ensemble (n= 2112)



Q9. De façon générale, pensez-vous avoir modifié vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années (depuis 2018)

Evolution du comportement alimentaire au cours des 3 dernières années

Des changements qui amènent le plus souvent à privilégier les circuits courts, acheter plus de produits frais et de saison et à passer davantage de temps à cuisiner.

Les consommateurs réguliers de produits bio ont davantage modifié leurs habitudes avec, notamment, l'objectif de réduire l'impact environnemental (moins de gaspillage, d'emballage, de produits importés...)

Auprès des consommateurs de bio

Base : Ensemble (n= 2112)

De quelles manières (n=1056)

Rappel



ont modifié leur habitudes d'achat, comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années

Auprès des consommateurs de bio

2021	2020	2019	2018	2017	2016
n=1602	n=1526	n=1420	n=1417	n=733	n=688
59%+	64%	67%	66%	57%	49%

	2021	2020	2019	2018	2017	2016
	n=943	n=974	n=955	n=942	n=419	n=337
Privilégie les produits locaux et les circuits courts	48% ↓ (59%)	50%	61%	56%	56%	-
Achète plus de produits frais	47% ↓ (57%)	47%	59%	59%	57%	62%
Achète plus de produits de saison	45% ↓ (57%)	45%	59%	57%	60%	66%
Cuisine davantage	45% ↓ (54%)	45%	55%	46%	46%	42%
Evite les pertes/ le gaspillage	40% ↓ (56%)	40%	57%	57%	60%	55%
Achète de plus en plus de produits biologiques	40%	44%	46%	52%	52%	55%
Réduit l'utilisation de plastiques et d'emballages	35% ↓ (41%)	37%	43%	47%	44%	-
Limite les achats de produits importés	31% ↓ (36%)	33%	39%	37%	37%	-
Achète plus de produits en vrac	30%	31%	33%	34%	27%	31%
Achète plus de produits respectueux de l'env.	28% ↓ (39%)	30%	41%	44%	41%	-
Regarde systématiquement la composition des produits	23% ↓ (29%)	24%	31%	38%	36%	-
Achète plus de produits avec un label	20%	22%	25%	-	-	-
Achète plus de produits moins calibrés	18%	19%	22%	28%	29%	-
Dépense plus pour l'alimentaire	17% ↓ (21%)	18%	21%	20%	20%	31%
Diversifie ses lieux d'achat	16% ↓ (17%)	16%	20%	26%	28%	36%
A restreint ses lieux d'achat	16%	16%	17%	-	-	-
A réduit sa consommation alimentaire	15%	15%	18%	25%	23%	20%
Dépense moins pour l'alimentaire	11%	10%	8%	12%	13%	-
Achète de plus en plus de plats préparés	5% ↑ (2%)	4%	2%	-	-	-

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

+ - Différences significatives vs. l'ensemble des Français

Q9. De façon générale, pensez-vous avoir modifié vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années (depuis 2018) ? Q10. De quelles manières avez-vous modifié vos habitudes, votre comportement au cours des 3 dernières années ? Vous avez...

Changement de comportement alimentaire - Selon les critères sociodémographiques

Des jeunes plus enclins à modifier leurs habitudes ou comportement.

	ENSEMBLE	SEXE		AGE				CSP			
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
A modifié des habitudes d'achat, du comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années	50%	44%	55%	58%	60%	52%	47%	39%	58%	54%	40%
Base	1056	440	616	134	177	285	238	222	370	335	351
Privilègie les produits locaux et les circuits courts	48%	52%	46%	32%	35%	48%	56%	63%	50%	41%	55%
Achète plus de produits frais	47%	46%	47%	37%	38%	47%	52%	53%	45%	43%	52%
Achète plus de produits de saison	45%	43%	47%	43%	51%	47%	48%	36%	45%	49%	41%
Cuisine davantage	45%	46%	44%	35%	34%	42%	51%	57%	43%	40%	52%
Evite les pertes/ le gaspillage	40%	44%	37%	30%	32%	41%	45%	45%	42%	36%	42%
Achète de plus en plus de produits biologiques	40%	36%	43%	37%	34%	42%	42%	42%	37%	39%	44%
Réduit l'utilisation de plastiques et d'emballages	35%	33%	37%	29%	27%	33%	41%	44%	35%	30%	40%
Limite les achats de produits importés	31%	34%	29%	19%	17%	26%	35%	55%	29%	21%	43%
Achète plus de produits en vrac	30%	31%	29%	19%	23%	31%	34%	37%	32%	25%	32%
Achète plus de produits respectueux de l'env.	28%	28%	27%	30%	24%	24%	31%	31%	29%	23%	31%
Regarde systématiquement la composition des produits	23%	25%	22%	17%	22%	21%	24%	31%	22%	20%	28%
Achète plus de produits avec un label	20%	24%	17%	14%	18%	16%	22%	29%	19%	18%	24%
Achète plus de produits moins calibrés	18%	22%	15%	13%	11%	18%	20%	24%	17%	17%	19%
Dépense plus pour l'alimentaire	17%	20%	15%	19%	25%	18%	13%	13%	20%	16%	15%
Diversifie ses lieux d'achat	16%	15%	17%	10%	14%	17%	15%	21%	14%	17%	17%
A restreint ses lieux d'achat	16%	19%	13%	16%	15%	17%	13%	17%	15%	17%	14%
A réduit sa consommation alimentaire	15%	15%	15%	17%	16%	13%	19%	13%	13%	18%	14%
Dépense moins pour l'alimentaire	11%	9%	11%	15%	11%	8%	12%	8%	8%	13%	11%
Achète de plus en plus de plats préparés	5%	6%	4%	8%	7%	5%	3%	3%	5%	6%	3%
Autres	2%	2%	2%	2%	1%	1%	1%	4%	1%	2%	3%

Q9. De façon générale, pensez-vous avoir modifié vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années (depuis 2018) ?

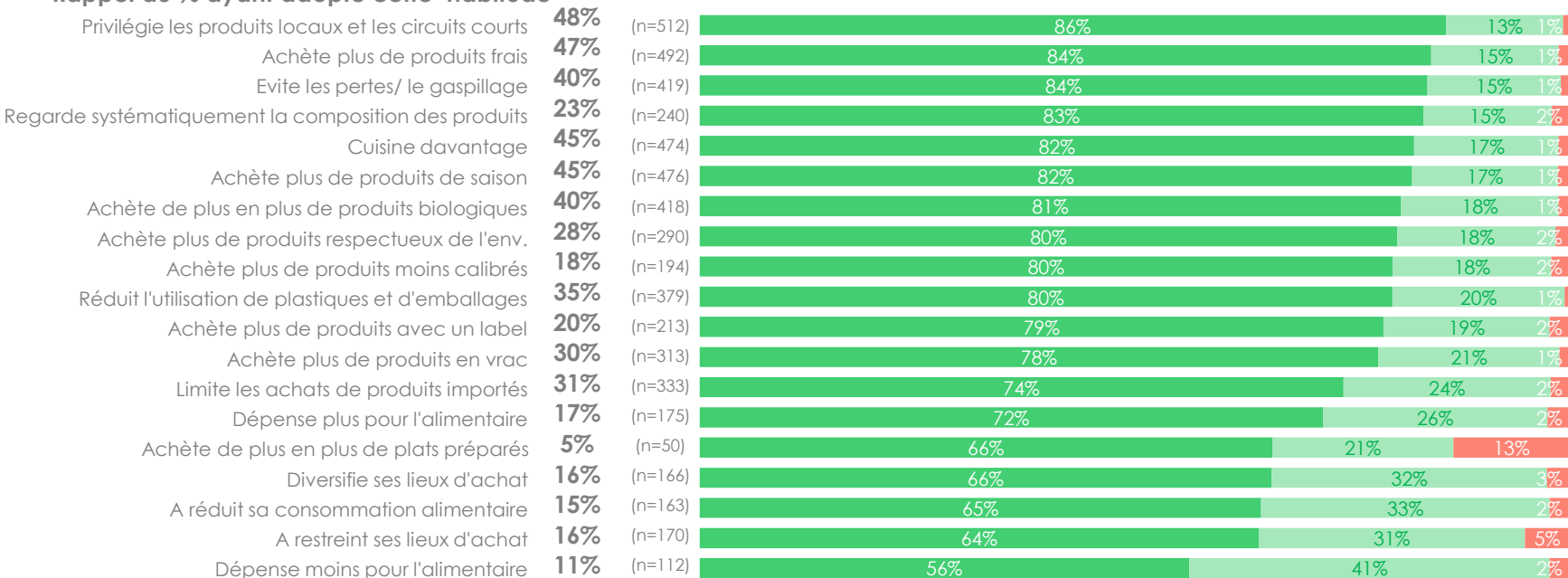
Q10. De quelles manières avez-vous modifié vos habitudes, votre comportement au cours des 3 dernières années ? Vous avez...

Conservation des changements adoptés au cours des 3 dernières années

Des changements qui, dans la grande majorité des cas, ont été conservés à l'identique. Et ce notamment concernant les produits locaux/circuits courts, les produits frais, de saison, l'anti-gaspillage, la composition des produits, de plus en plus de bio et le cuisiné maison...

Base : A modifié ses habitudes d'achat ou ses comportements alimentaires ou culinaires

Rappel du % ayant adopté cette habitude ▼



A conservé à l'identique

A conservé une partie seulement

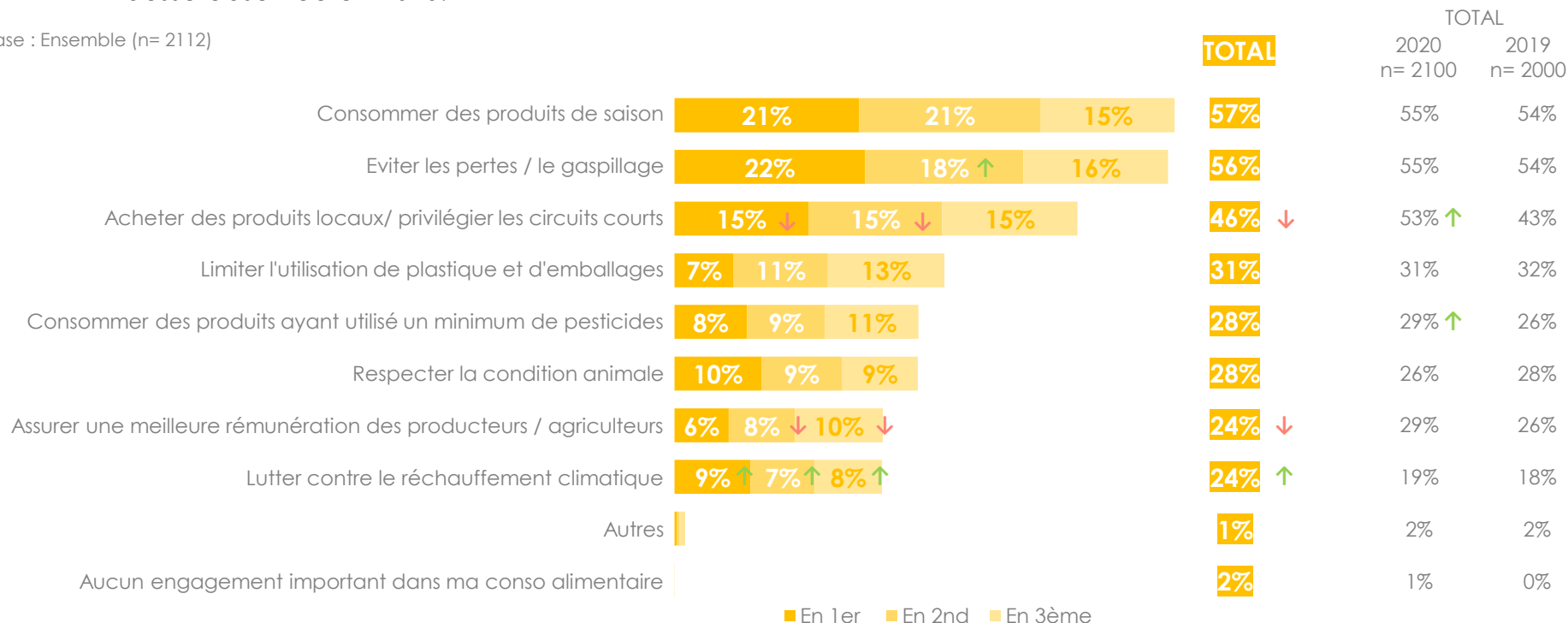
Ne l'a pas conservé

Q50. Concernant ces changements d'habitudes d'achat, de comportements alimentaires ou culinaires que vous avez pris au cours des 3 dernières années, direz-vous que vous les a conservés depuis ... ? **Nouvelle question**

Les engagements prioritaires dans le cadre de la consommation alimentaire

Réduire son impact environnemental en privilégiant les produits de saison et en évitant le gaspillage est l'enjeu prioritaire tandis que l'achat en circuits courts retrouve un niveau proche de 2019 après la forte hausse observée en 2020.

Base : Ensemble (n= 2112)



■ En 1er ■ En 2nd ■ En 3ème

Q10bis. Dans le cadre de votre consommation alimentaire (et celle de votre foyer), quels sont les 3 engagements que vous jugez les plus importants aujourd'hui ?
En premier ? En second ? Et en troisième ?

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre 28

Les engagements prioritaires dans le cadre de la consommation alimentaire

La préférence pour les produits de saison est particulièrement importante chez les plus âgés tandis que les plus jeunes priorisent le respect de la condition animale, 2^{ème} enjeu pour eux après la limitation du gaspillage (6^{ème} chez les Français).

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
Consommer des produits de saison	57%	58%	56%	39%	46%	54%	61%	70%	55%	51%	63%
Eviter les pertes/ le gaspillage	56%	55%	57%	59%	59%	57%	55%	54%	54%	59%	55%
Acheter des produits locaux / privilégier les circuits courts	46%	49%	43%	30%	37%	41%	49%	59%	46%	39%	51%
Limiter l'utilisation de plastiques et d'emballages	31%	30%	31%	37%	37%	35%	26%	24%	33%	34%	27%
Consommer des produits ayant utilisé un minimum de pesticides	28%	27%	28%	24%	30%	27%	27%	30%	29%	26%	28%
Respecter la condition animale	28%	23%	32%	44%	30%	29%	28%	17%	27%	32%	25%
Assurer une meilleure rémunération des producteurs / agriculteurs	24%	25%	23%	22%	27%	21%	23%	25%	26%	21%	23%
Lutter contre le réchauffement climatique	24%	25%	22%	38%	23%	23%	24%	18%	26%	24%	22%
Autres	1%	2%	1%	2%	1%	2%	1%	0%	1%	2%	1%
Aucun engagement	2%	3%	2%	1%	3%	3%	2%	1%	1%	4%	2%

Q10bis. Dans le cadre de votre consommation alimentaire (et celle de votre foyer), quels sont les 3 engagements que vous jugez les plus importants aujourd'hui ?
En premier ? En second ? Et en troisième ?

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre 29

Les engagements prioritaires dans le cadre de la consommation alimentaire

Les consommateurs de produits bio s'engagent davantage pour les circuits courts, pour une consommation de produits utilisant un minimum de pesticides et pour lutter contre le réchauffement climatique.

Base : Ensemble (n= 2112)

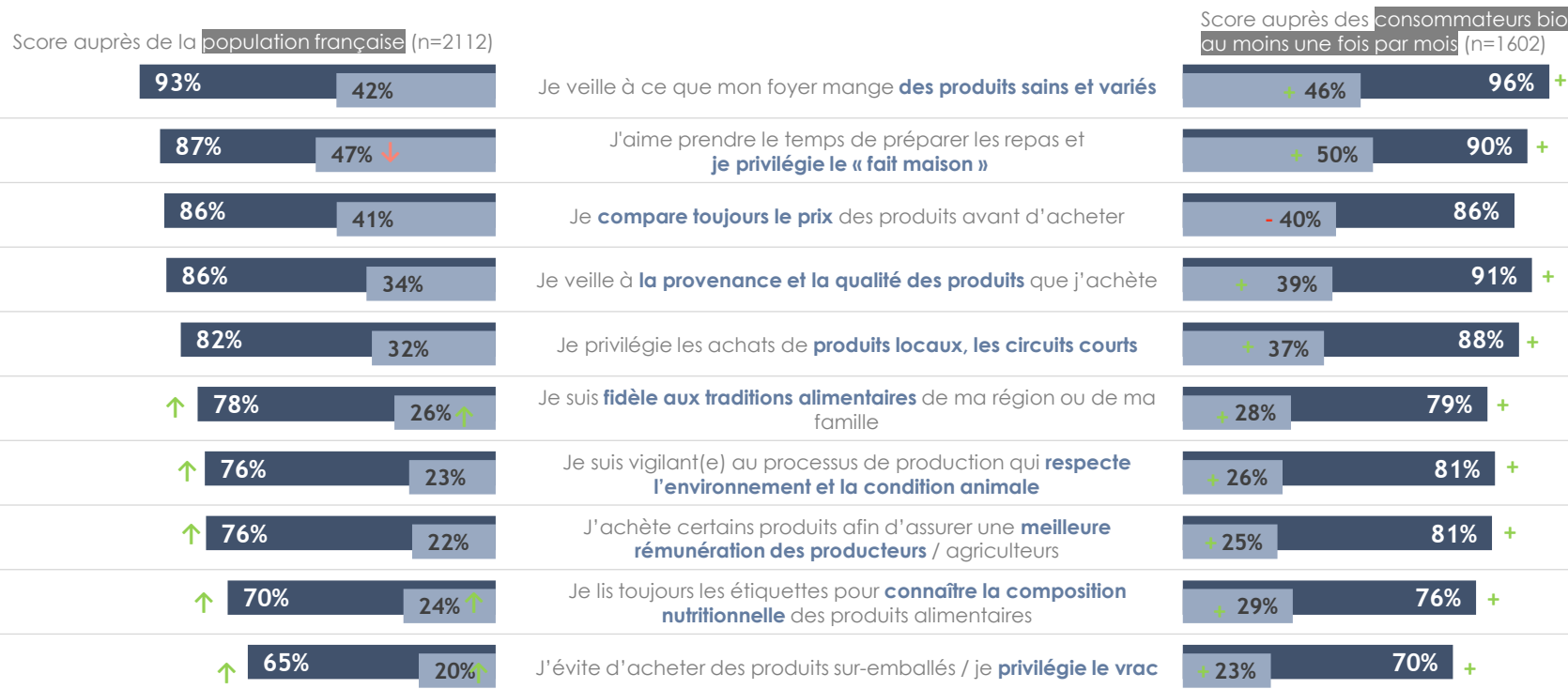
	ENSEMBLE	Consommation de produits bio 12 DM								
		ST Conso,	ST Conso, au moins une fois par mois	ST Conso, au moins une fois par semaine	Oui, tous les jours	Oui, régulièrement	Oui, de temps en temps	ST Non conso,	Oui, rarement	Non, jamais
Base	2112	1919	1602	1091	319	772	511	510	317	193
Consommer des produits de saison	57%	57%	56%	53%	48%	55%	63%	60%	64%	53%
Eviter les pertes/ le gaspillage	56%	55%	53%	48%	38%	53%	63%	66%	68%	63%
Acheter des produits locaux / privilégier les circuits courts	46%	47%	49%	49%	48%	50%	47%	37%	40%	32%
Limiter l'utilisation de plastiques et d'emballages	31%	30%	31%	31%	26%	33%	30%	31%	29%	35%
Consommer des produits ayant utilisé un minimum de pesticides	28%	29%	30%	33%	41%	30%	22%	22%	23%	19%
Respecter la condition animale	28%	28%	28%	29%	30%	29%	24%	28%	27%	28%
Assurer une meilleure rémunération des producteurs / agriculteurs	24%	24%	24%	25%	30%	23%	22%	22%	23%	22%
Lutter contre le réchauffement climatique	24%	24%	25%	26%	32%	23%	24%	19%	19%	19%
Autres	1%	1%	1%	1%	1%	1%	1%	2%	1%	3%
Aucun engagement	2%	2%	1%	2%	2%	1%	1%	5%	2%	8%

Q10bis. Dans le cadre de votre consommation alimentaire (et celle de votre foyer), quels sont les 3 engagements que vous jugez les plus importants aujourd'hui ?
En premier ? En second ? Et en troisième ?

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre 30

Les habitudes alimentaires des Français et des consommateurs bio

Une hausse des valeurs de respect de l'environnement, de la condition animale, du producteur mais également de l'attention portée à la composition des produits et aux traditions régionales.
Des consommateurs de produits bio globalement plus engagés.



Q8. Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Les habitudes alimentaires des Français

Les plus âgés partagent davantage ces différentes valeurs à l'inverse des plus jeunes qui s'y reconnaissent moins.

% ST D'accord

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
Je veille à ce que mon foyer mange des produits sains et variés	93%	92%	94%	83%	91%	93%	93%	97%	94%	91%	93%
J'aime prendre le temps de préparer les repas et je privilégie le « fait maison »	87%	84%	90%	82%	87%	87%	87%	92%	90%	85%	88%
Je compare toujours le prix des produits avant d'acheter	86%	83%	89%	80%	86%	90%	87%	85%	86%	89%	85%
Je veille à la provenance et la qualité des produits que j'achète	86%	86%	86%	77%	81%	84%	87%	93%	89%	81%	87%
Je privilégie les achats de produits locaux, les circuits courts	82%	83%	82%	73%	78%	81%	83%	90%	84%	79%	83%
Je suis fidèle aux traditions alimentaires de ma région ou de ma famille	78%	81%	75%	64%	79%	76%	78%	84%	77%	77%	79%
Je suis vigilant(e) au processus de production qui respecte l'environnement et la condition animale	76%	73%	79%	73%	79%	76%	75%	76%	79%	75%	74%
J'achète certains produits afin d'assurer une meilleure rémunération des producteurs / agriculteurs	76%	73%	77%	70%	76%	75%	75%	79%	77%	75%	75%
Je lis toujours les étiquettes pour connaître la composition nutritionnelle des produits alimentaires	70%	69%	71%	66%	71%	70%	66%	74%	75%	64%	71%
J'évite d'acheter des produits sur-emballés / je privilégie le vrac	65%	64%	66%	69%	67%	61%	65%	64%	68%	63%	63%

% Tout à fait d'accord

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
Je veille à ce que mon foyer mange des produits sains et variés	42%	41%	42%	35%	34%	38%	43%	52%	45%	34%	45%
J'aime prendre le temps de préparer les repas et je privilégie le « fait maison »	47%	44%	50%	43%	39%	42%	48%	58%	45%	41%	53%
Je compare toujours le prix des produits avant d'acheter	41%	39%	44%	42%	42%	43%	42%	39%	43%	39%	42%
Je veille à la provenance et la qualité des produits que j'achète	34%	33%	34%	29%	27%	30%	34%	43%	35%	27%	38%
Je privilégie les achats de produits locaux, les circuits courts	32%	31%	33%	31%	25%	27%	35%	40%	33%	27%	35%
Je suis fidèle aux traditions alimentaires de ma région ou de ma famille	26%	27%	25%	24%	26%	21%	27%	33%	24%	23%	31%
Je suis vigilant(e) au processus de production qui respecte l'environnement et la condition animale	23%	19%	26%	27%	25%	20%	23%	21%	25%	20%	23%
J'achète certains produits afin d'assurer une meilleure rémunération des producteurs / agriculteurs	22%	19%	24%	29%	25%	18%	21%	21%	23%	20%	22%
Je lis toujours les étiquettes pour connaître la composition nutritionnelle des produits alimentaires	24%	22%	26%	27%	23%	24%	22%	26%	27%	21%	24%
J'évite d'acheter des produits sur-emballés / je privilégie le vrac	20%	19%	21%	29%	20%	18%	20%	19%	22%	20%	19%

Q8. Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Habitudes d'achats et comportement alimentaires

Des habitudes d'achats et des comportements alimentaires qui **tendent à se stabiliser depuis 2 ans**.

Malgré tout, **la moitié des Français déclarent avoir opéré des changements** au cours des 3 dernières années (en recul de 4 points vs. 2020 et de 8 points vs. 2019).

- des changements portant sur la préférence pour les circuits courts, les produits frais et de saison et davantage de temps passé à cuisiner.
- Des femmes et des jeunes qui déclarent plus souvent avoir modifié leurs habitudes et comportements (58% des 18-24 ans, 60% des 25-34 ans)
- Des comportements qui, dans la grande majorité des cas, ont été conservés à l'identique.

Des **consommateurs de produits bio plus ouverts au changement** : 59% d'entre eux ont adopté des modifications dans leurs habitudes et comportements avec des enjeux environnementaux plus marqués (moins de gaspillage, d'emballage, de produits importés...).

Les engagements des Français dans leur alimentation

Des dimensions de changements que l'on retrouve en filigrane dans les engagements prioritaires des Français.

- **Consommer des produits de saison, éviter les pertes et le gaspillage et acheter des produits locaux sont les plus gros enjeux aux yeux des Français**. En parallèle, ils accordent de plus en plus d'importance à la lutte contre le réchauffement climatique (cité par le quart des Français vs. 19% en 2020)
- **Des enjeux différents d'une génération à l'autre** avec des jeunes plus soucieux de respecter la condition animale (2^{ème} engagement chez les 18-24 ans vs. 6^{ème} pour l'ensemble des Français), lutter contre le réchauffement climatique et limiter les emballages plastiques. Chez les plus anciens, la priorité étant de consommer des produits de saison et de privilégier les circuits courts.
- Des **enjeux plus environnementaux se font ressentir chez les consommateurs** réguliers de produits bio avec davantage de citation de l'achat de produits locaux, la consommation de produit ayant utilisé un minimum de pesticides et, plus globalement, la lutte contre le réchauffement climatique.

Les habitudes alimentaires

Des habitudes de « manger sain et varié » et « fait maison » stables mais une hausse des dimensions de respect de l'environnement, de la condition animale ou encore du producteur; mais également de l'attention portée à la composition des produits et aux traditions régionales.

- Les femmes et les plus anciens globalement plus engagés tout comme les consommateurs réguliers de produits bio.

ESSENTIELS

Focus des habitudes alimentaires des Français pendant la crise sanitaire

1.3

Comportement alimentaire et périodes de confinement

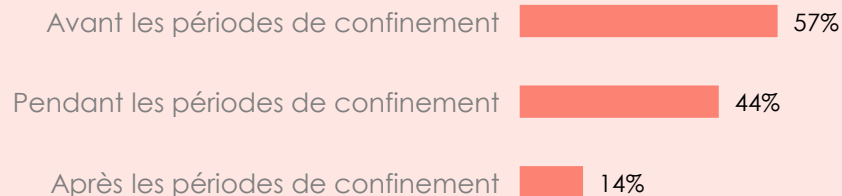
Des changements qui, pour la majorité d'entre eux, ont été adoptés avant ou pendant les périodes de confinements.

Base : Ensemble (n= 2112)



ont modifié leur habitudes d'achat, comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années

Ces changements ont eu lieu ... (n=1056)



Après des consommateurs de bio

2021
n=943

58%

44%

14%

+ - Différences significatives vs. l'ensemble des Français

Q9. De façon générale, pensez-vous avoir modifié vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années (depuis 2018) ? Q10b. Ces changements ont-ils eu lieu ...

Comportement alimentaire et périodes de confinement

Les consommateurs de produits bio les plus fréquents ont plus souvent modifié leurs habitudes au cours des 3 dernières années et notamment avant les périodes de confinements.

	Consommation de produits bio 12 DM									
	ENSEMBLE	ST Conso,	ST Conso, au moins une fois par mois	ST Conso, au moins une fois par semaine	Oui, tous les jours	Oui, régulière- ment	Oui, de temps en temps	ST Non conso,	Oui, rarement	Non, jamais
Base	2112	1919	1602	1091	319	772	511	510	317	193
A modifié des habitudes d'achat, du comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années	50%	53%	59%	64%	69%	62%	47%	22%	27%	14%
Base	1056	1026	943	700	220	480	243	113	83	30
Avant les périodes de confinement	57%	57%	58%	61%	71%	56%	50%	48%	46%	55%
Pendant les périodes de confinement	44%	45%	44%	42%	36%	45%	50%	44%	48%	34%
Après les périodes de confinement	15%	15%	14%	14%	11%	16%	12%	22%	24%	14%

Q9. De façon générale, pensez-vous avoir modifié vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années (depuis 2018) ?
Q10b. Ces changements ont-ils eu lieu ...

Comportement alimentaire et périodes de confinements

Peu de différences selon les critères sociodémographiques ou la région d'habitation.

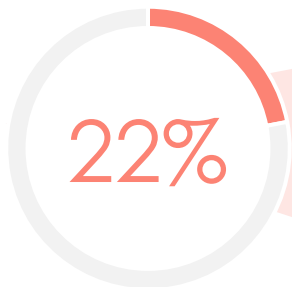
	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
A modifié des habitudes d'achat, du comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années	50%	44%	55%	58%	60%	52%	47%	39%	58%	54%	40%
Base	1056	440	616	134	177	285	238	222	370	335	351
Avant les périodes de confinement	57%	56%	57%	54%	52%	57%	58%	63%	57%	53%	61%
Pendant les périodes de confinement	44%	44%	44%	50%	54%	43%	42%	35%	47%	47%	39%
Après les périodes de confinement	15%	12%	16%	14%	15%	18%	16%	8%	15%	18%	11%

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
A modifié des habitudes d'achat, du comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années	50%	52%	46%	54%	47%	46%	52%	47%	52%	51%	52%	52%	42%
Base	1056	193	55	66	61	83	88	64	69	97	95	119	66
Avant les périodes de confinement	57%	53%	59%	57%	54%	47%	59%	54%	47%	63%	75%	54%	62%
Pendant les périodes de confinement	44%	47%	52%	41%	50%	50%	41%	43%	53%	40%	35%	47%	37%
Après les périodes de confinement	15%	21%	24%	21%	14%	11%	14%	7%	17%	10%	9%	15%	10%

Q9. De façon générale, pensez-vous avoir modifié vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire au cours des 3 dernières années (depuis 2018) ?
 Q10b. Ces changements ont-ils eu lieu ...

Evolution du comportement alimentaire pendant les confinements

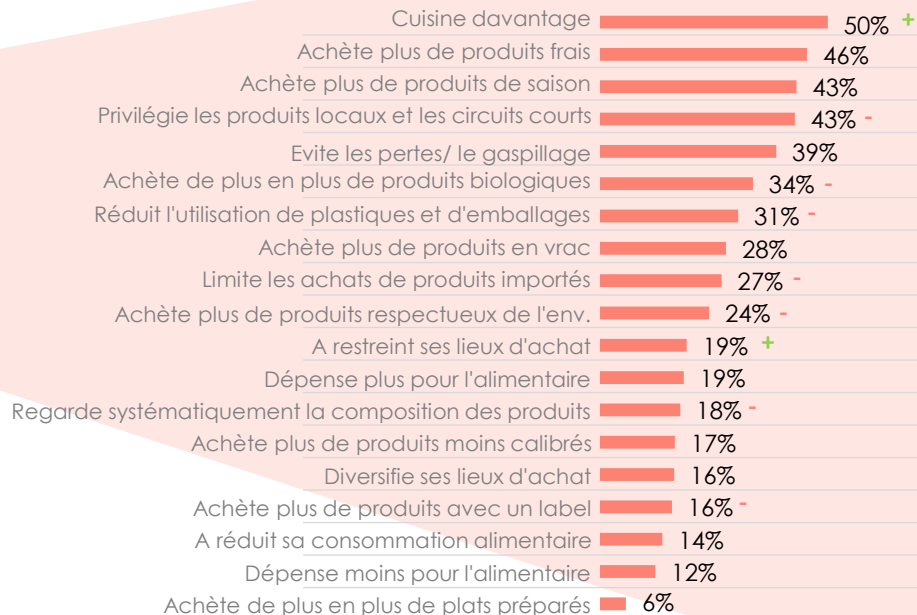
Lorsque les changements ont eu lieu pendant les périodes de confinements, ils ont davantage porté sur le fait de cuisiner davantage mais aussi sur la restriction des lieux d'achat (certainement due aux fermetures)



ont modifié leur habitudes d'achat, comportement alimentaire ou culinaire pendant les périodes de confinement

De quelles manières

Base : A modifié ses comportements pendant les confinements (n= 465)



+ - Différences significatives vs. Ceux qui ont modifié leurs habitudes au cours des 3 dernières années

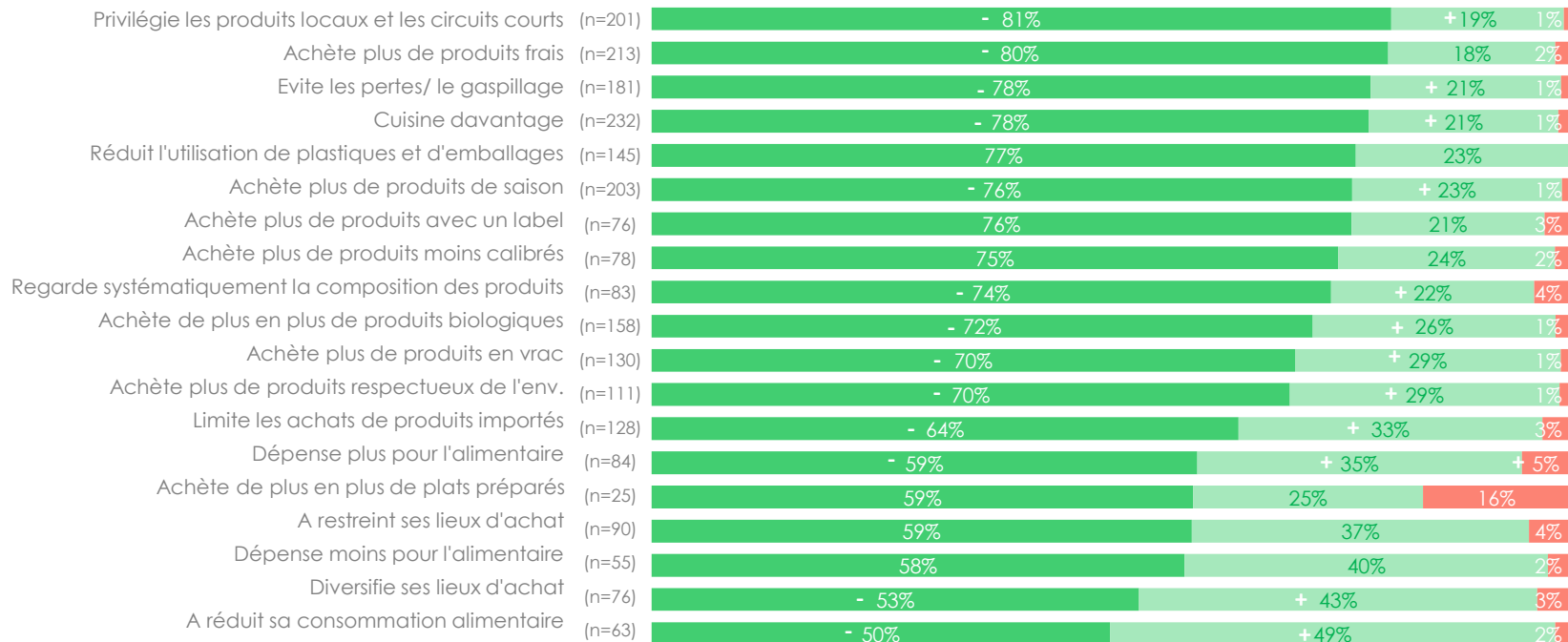
Q10b. Ces changements ont-ils eu lieu ...

Q10. De quelles manières avez-vous modifié vos habitudes, votre comportement au cours des 3 dernières années ? Vous avez...

Evolution du comportement alimentaire pendant les confinements

Des comportements adoptés pendant les confinements qui ont également été pour la plupart conservés mais plus souvent en partie seulement.

Base : A modifié ses comportements pendant les confinements



A conservé à l'identique

A conservé une partie seulement

Ne l'a pas conservé

Q50. Concernant ces changements d'habitudes d'achat, de comportements alimentaires ou culinaires que vous avez pris au cours des 3 dernières années, direz-vous que vous les a conservés depuis ... ? **Nouvelle question**

+ - Différences significatives vs. l'ensemble des Français

Impact de la crise sanitaire sur les habitudes des Français

Les **périodes de confinements ont été propices aux changements d'habitudes et de comportements.**

- Parmi les Français ayant modifié leurs habitudes et comportements au cours des 3 dernières années, 44% l'ont fait pendant les périodes de confinement.
- Les 25-34 ans ont été plus nombreux à opérer des changements pendant ces périodes. Suivis par les 18-24 ans.

Comme attendu, des changements qui ont particulièrement porté sur davantage de temps passé à cuisiner.

Ces changements opérés pendant les périodes de confinements ont été moins souvent conservés à l'identique que lorsqu'ils ont été adoptés avant. Ainsi, on les a **plus souvent conservé en partie seulement.**

Certaines habitudes sont restées néanmoins ancrées :

- Privilégier les circuits courts, habitude conservée à l'identique dans 81% des cas
- Acheter plus de produits frais, conservée dans 80% des cas
- Eviter les pertes, les gaspillages, conservée dans 78% des cas,
- Cuisiner davantage conservée dans 78% des cas...

L'aspect prix et budget alimentaire

1.4

Budget consacré aux produits alimentaires biologiques

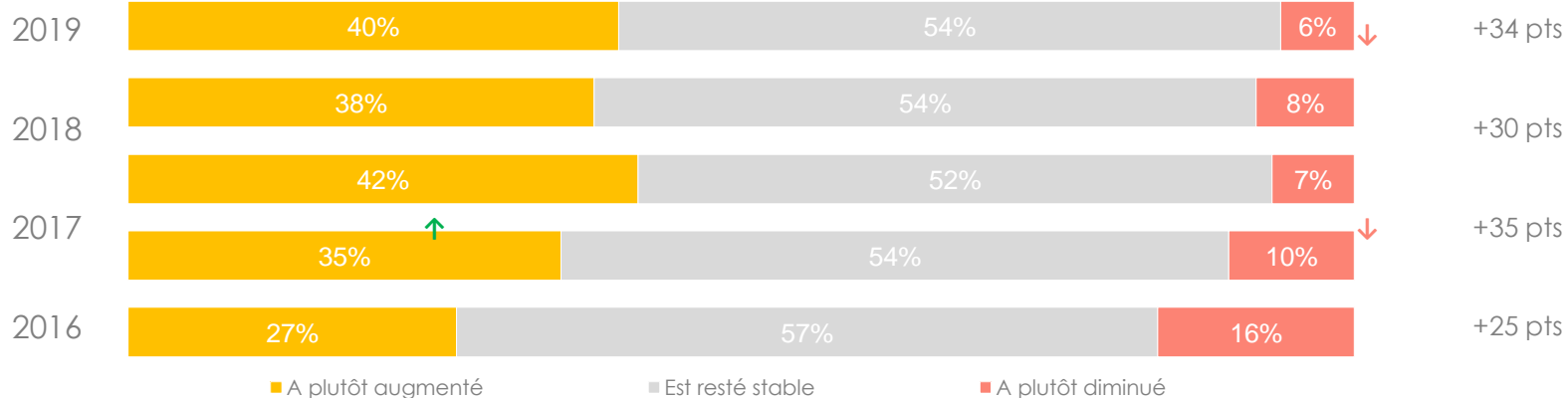
Des acheteurs de produits biologiques qui déclarent davantage avoir beaucoup augmenté leur budget consacré à ces produits par rapport à 2020.

Base : A acheté des produits biologiques (n= 1820)

Ratio
augmentation - diminution



Changement d'échelle



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

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

Budget consacré aux produits alimentaires biologiques

C'est particulièrement vrai chez les plus jeunes.

Base : A acheté des produits biologiques (n= 1820)

	ENSEMBLE											
	SEXE		AGE						CSP			
	ENSEMBLE	Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs	
Base	1820	858	962	197	256	457	431	479	593	514	713	
ST A augmenté	45%	43%	47%	50%	54%	45%	40%	42%	49%	47%	39%	
A beaucoup augmenté	8%	6%	10%	12%	13%	9%	5%	5%	8%	11%	5%	
A plutôt augmenté	37%	37%	37%	38%	41%	36%	35%	37%	41%	36%	34%	
Est resté stable	50%	52%	48%	44%	40%	50%	54%	54%	49%	46%	54%	
ST A diminué	5%	5%	5%	6%	6%	5%	6%	4%	2%	7%	6%	
A plutôt diminué	4%	3%	4%	6%	5%	2%	4%	2%	1%	5%	4%	
A beaucoup diminué	2%	2%	2%	1%	1%	3%	1%	2%	1%	2%	2%	

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

Budget consacré aux produits alimentaires biologiques

Aucune différence notable selon les régions d'habitation.

Base : A acheté des produits biologiques (n= 1820)

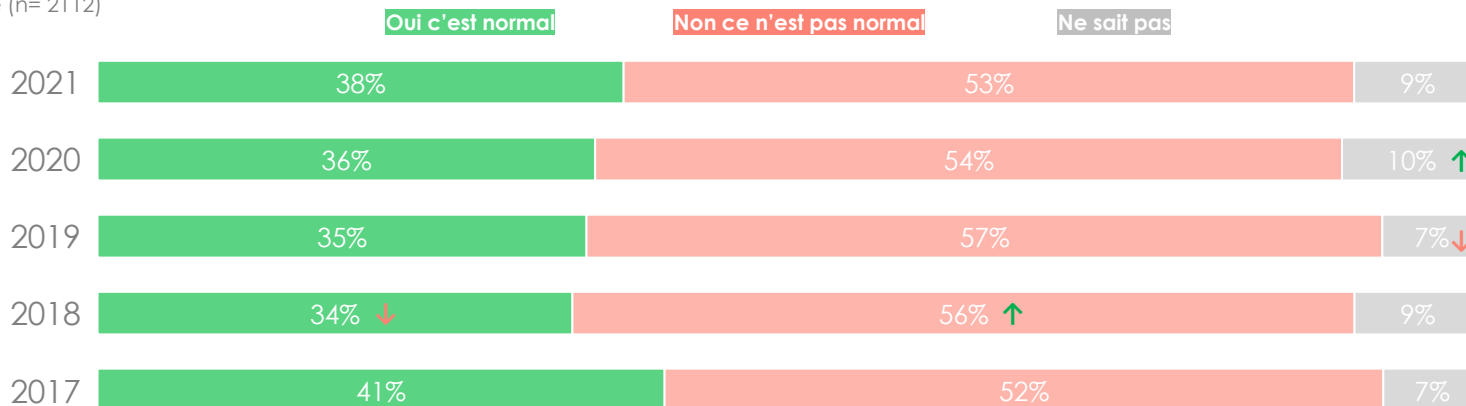
	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	1820	326	104	105	102	158	140	114	114	163	154	199	141
ST A augmenté	45%	45%	47%	40%	35%	41%	51%	44%	42%	46%	45%	49%	43%
A beaucoup augmenté	8%	8%	8%	8%	7%	5%	8%	11%	9%	10%	7%	8%	7%
A plutôt augmenté	37%	37%	39%	32%	28%	36%	43%	33%	32%	37%	38%	41%	37%
Est resté stable	50%	50%	45%	54%	59%	53%	47%	50%	53%	47%	47%	47%	53%
ST A diminué	5%	5%	7%	6%	6%	6%	2%	6%	5%	7%	7%	4%	4%
A plutôt diminué	4%	2%	6%	4%	4%	3%	2%	3%	4%	6%	5%	3%	3%
A beaucoup diminué	2%	2%	1%	2%	2%	3%		3%	1%	1%	2%	1%	1%

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

Perception du coût plus élevé d'un produit biologique par rapport à un produit non biologique

Une perception stable de la cherté d'un produit biologique par rapport à un produit non biologique. A l'instar des années précédentes, un taux d'acceptation légèrement plus élevé auprès des consommateurs et acheteurs bio.

Base : Ensemble (n= 2112)



	ENSEMBLE	Consommation / Achat de produits bio			
		Consommateurs ou acheteurs de produits bio	Consommateurs et acheteurs de produits bio	Consommateurs	Acheteurs
	Base 2112	1848	1574	1602	1820
Oui (c'est normal)	38%	42%	46%	46%	42%
Non (ce n'est pas normal)	53%	50%	47%	47%	50%
Ne sait pas	9%	8%	7%	7%	8%

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

Perception du coût plus élevé d'un produit biologique par rapport à un produit non biologique

Des jeunes qui trouvent plus normal qu'un produit bio soit plus cher qu'un produit non bio.

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
Oui (c'est normal)	38%	41%	36%	46%	48%	38%	35%	32%	48%	34%	33%
Non (ce n'est pas normal)	53%	50%	56%	42%	43%	52%	56%	61%	43%	57%	57%
Ne sait pas	9%	9%	9%	13%	9%	10%	9%	7%	8%	9%	10%

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
Oui (c'est normal)	38%	41%	36%	32%	37%	35%	39%	48%	38%	40%	39%	32%	36%
Non (ce n'est pas normal)	53%	48%	50%	59%	46%	54%	54%	48%	53%	52%	54%	60%	55%
Ne sait pas	9%	11%	14%	9%	16%	11%	8%	4%	9%	8%	7%	7%	9%

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

Budget consacré aux produits alimentaires biologiques

Toujours dans cette **dynamique positive en faveur de la consommation de produits biologiques**, on note une hausse de la part des Français déclarant avoir **augmenté leur budget** consacré aux produits alimentaires biologiques (45% vs. 40%), tirée par la hausse de ceux déclarant l'avoir « beaucoup augmenté » (8% vs. 5%).

- Un constat particulièrement vrai chez les plus jeunes (12% des 18-24 ans déclarent avoir beaucoup augmenté leur budget consacré aux produits bio, 13% des 25-34 ans)

Une perception de la cherté relative d'un produit bio par rapport à un produit non bio qui tend à se normaliser dans l'esprit des Français d'année en année : **38% des Français estiment l'écart de prix normal** : c'est 2 points de plus qu'en 2020, 4 points de plus qu'en 2018.

- Des acheteurs et/ou consommateurs de produits bio plus nombreux à défendre cet écart de prix tout comme les plus jeunes et les CSP+.

Une majorité des Français continuer tout de même à trouver cet écart de prix anormal (53%). Une perception renforcée chez les femmes, les 65 ans et plus, les CSP- et les inactifs.

Les produits biologiques vus par les Français

1.5

Perception de l'agriculture et des produits biologiques

Des produits bio particulièrement liés dans l'esprit des Français à la préservation de l'environnement, la naturalité, la biodiversité et qui apparaissent comme meilleurs pour la santé. Une hausse des items en lien avec la réglementation et les contrôles.

Base : Ensemble (n= 2112)	Pas du tout d'accord	Plutôt pas d'accord	Plutôt d'accord	Tout à fait d'accord	ST D'accord	2020 (n=2000)	2019 (n=2000)	2018 (n=1002)	2017 (n=1002)	2016 (n=501)
L'agriculture biologique contribue à préserver l'environnement, la qualité des sols, les ressources en eau	3% 10%	52%	35%	87%	86%	87%	87%	87%	91%	92%
Les produits biologiques sont plus naturels, car ils sont cultivés sans produits chimiques de synthèse	4% 12% ↓	51%	33%	84%	82%	82%	83%	-	-	-
L'agriculture biologique favorise la biodiversité	4% 13%	53%	30%	83%	82%	82%	84%	↓	88%	89%
Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé	4% ↑ 4% ↓	50%	32%	82%	81%	82%	83%	↓	89%	88%
Les produits bio sont soumis à des contrôles annuels systématiques en France	4% 16% ↓	55%	25% ↑	80% ↑	76%	76%	76%	-	-	-
Les animaux élevés en bio sont abattus dans les mêmes abattoirs que les autres	5% 16% ↓	56%	23% ↑	80% ↑	75%	75%	73%	-	-	-
Les produits bio Français sont mieux contrôlés que les produits bio importés	4% 17% ↓	49%	30%	79% ↑	75%	75%	74%	-	-	-
Les produits biologiques sont source d'emplois	4% 20% ↓	56%	21% ↑	76% ↑	71%	70%	72%	75%	75%	-
Dans les produits biologiques, les qualités nutritionnelles des aliments sont mieux préservées	4% 20% ↓	54%	21% ↑	75% ↑	72%	72%	74%	↓	81%	80%
L'agriculture biologique permet une juste rémunération des producteurs français NEW	5%	25%	52%	18%	70%	-	-	-	-	-
Les produits biologiques ont meilleur goût	7% 28% ↓	45%	20% ↑	65% ↑	61%	64%	64%	↓	73%	70%

Q12. Parlons plus en détail des produits biologiques. Voici un certain nombre de phrases que des personnes nous ont dites à propos des produits biologiques. Pour chacune d'entre elles, dites si vous êtes [...] d'accord.

Perception de l'agriculture et des produits biologiques

Les femmes et les CSP+ ont une image plus nourrie des produits biologiques.

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
L'agriculture biologique contribue à préserver l'environnement, la qualité des sols, les ressources en eau	87%	85%	89%	86%	88%	86%	88%	88%	91%	85%	86%
Les produits biologiques sont plus naturels, car ils sont cultivés sans produits chimiques de synthèse	84%	82%	86%	82%	88%	82%	84%	84%	87%	84%	82%
L'agriculture biologique favorise la biodiversité	83%	81%	85%	80%	83%	84%	86%	81%	89%	83%	79%
Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé	82%	80%	84%	81%	85%	80%	83%	82%	86%	81%	80%
Les produits bio sont soumis à des contrôles annuels systématiques en France	80%	77%	82%	79%	86%	77%	80%	77%	82%	81%	77%
Les animaux élevés en bio sont abattus dans les mêmes abattoirs que les autres	80%	82%	77%	72%	77%	79%	81%	83%	81%	77%	81%
Les produits bio Français sont mieux contrôlés que les produits bio importés	79%	78%	79%	79%	84%	79%	78%	77%	84%	78%	76%
Les produits biologiques sont source d'emplois	76%	76%	77%	78%	79%	75%	77%	75%	81%	74%	75%
Dans les produits biologiques, les qualités nutritionnelles des aliments (comme la richesse en magnésium, vitamines, fer?) sont mieux préservées	75%	72%	78%	83%	79%	72%	76%	72%	79%	75%	73%
L'agriculture biologique permet une juste rémunération des producteurs français	70%	68%	71%	75%	73%	66%	71%	68%	72%	68%	69%
Les produits biologiques ont meilleur goût	65%	62%	68%	71%	73%	66%	68%	53%	70%	70%	58%

Q12. Parlons plus en détail des produits biologiques. Voici un certain nombre de phrases que des personnes nous ont dites à propos des produits biologiques. Pour chacune d'entre elles, dites si vous êtes [...] d'accord.

Perception de l'agriculture et des produits biologiques

Une image également plus riche des produits biologiques chez les habitants de la région Hauts-de-France.

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	REGIONS												
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse	
	Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
L'agriculture biologique contribue à préserver l'environnement, la qualité des sols, les ressources en eau	87%	87%	87%	83%	87%	93%	81%	88%	87%	85%	85%	89%	93%	
Les produits biologiques sont plus naturels, car ils sont cultivés sans produits chimiques de synthèse	84%	81%	85%	85%	86%	89%	80%	87%	82%	80%	83%	87%	86%	
L'agriculture biologique favorise la biodiversité	83%	82%	76%	81%	78%	88%	76%	84%	84%	83%	83%	87%	90%	
Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé	82%	82%	78%	75%	81%	88%	74%	82%	78%	83%	83%	84%	87%	
Les produits bio sont soumis à des contrôles annuels systématiques en France	80%	78%	81%	81%	73%	88%	73%	80%	78%	82%	80%	80%	79%	
Les animaux élevés en bio sont abattus dans les mêmes abattoirs que les autres	80%	71%	82%	85%	85%	80%	77%	79%	78%	81%	84%	83%	82%	
Les produits bio Français sont mieux contrôlés que les produits bio importés	79%	77%	79%	79%	76%	86%	75%	81%	78%	75%	82%	82%	79%	
Les produits biologiques sont source d'emplois	76%	75%	74%	70%	75%	84%	73%	73%	82%	71%	82%	76%	77%	
Dans les produits biologiques, les qualités nutritionnelles des aliments (comme la richesse en magnésium, vitamines, fer?) sont mieux préservées	75%	73%	74%	73%	71%	80%	68%	75%	76%	76%	78%	78%	81%	
L'agriculture biologique permet une juste rémunération des producteurs français	70%	67%	68%	65%	67%	77%	65%	68%	75%	69%	75%	72%	67%	
Les produits biologiques ont meilleur goût	65%	64%	66%	61%	66%	70%	59%	67%	71%	65%	67%	64%	66%	

Q12. Parlons plus en détail des produits biologiques. Voici un certain nombre de phrases que des personnes nous ont dites à propos des produits biologiques. Pour chacune d'entre elles, dites si vous êtes [...] d'accord.

Perception de l'agriculture et des produits biologiques

Enfin, des consommateurs de produits bio qui en ont également une image enrichie.

Base : Ensemble (n= 2112)

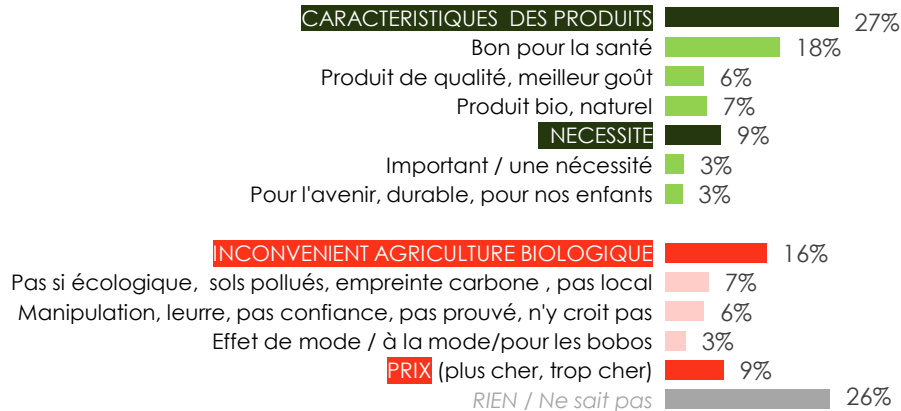
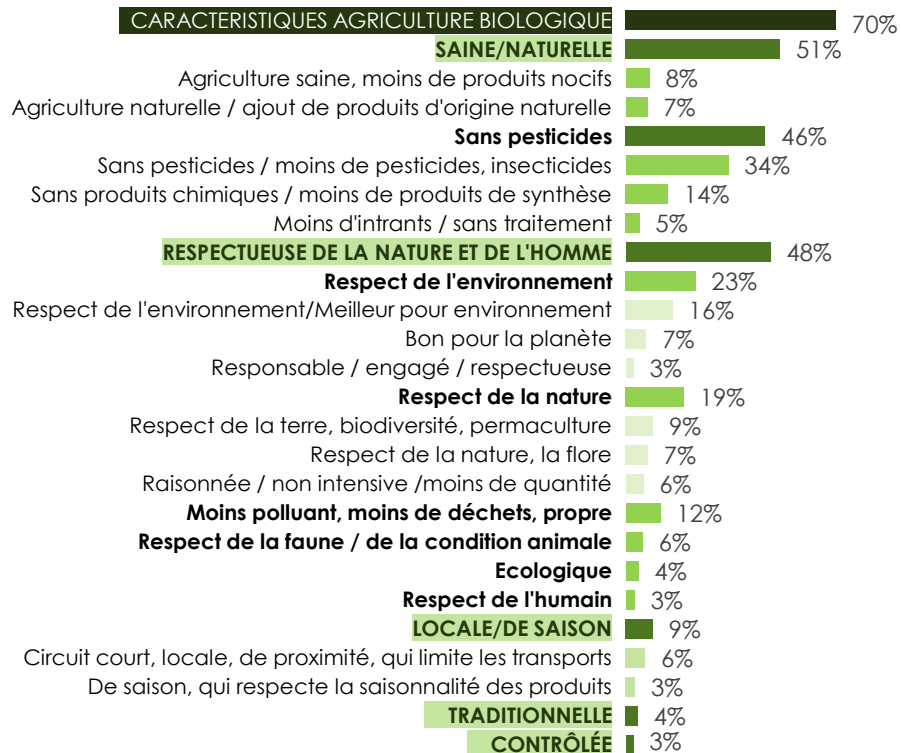
	Consommation de produits bio 12 DM									
	ENSEMBLE	ST Conso,	ST Conso, au moins une fois par mois	ST Conso, au moins une fois par semaine	Oui, tous les jours	Oui, régulièrement	Oui, de temps en temps	ST Non conso,	Oui, rarement	Non, jamais
Base	2112	1919	1602	1091	319	772	511	510	317	193
L'agriculture biologique contribue à préserver l'environnement, la qualité des sols, les ressources en eau	87%	90%	92%	93%	94%	92%	90%	72%	79%	60%
Les produits biologiques sont plus naturels, car ils sont cultivés sans produits chimiques de synthèse	84%	88%	90%	93%	93%	92%	86%	64%	73%	49%
L'agriculture biologique favorise la biodiversité	83%	87%	90%	92%	95%	90%	86%	63%	71%	49%
Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé	82%	86%	90%	92%	96%	91%	84%	57%	65%	46%
Les produits bio sont soumis à des contrôles annuels systématiques en France	80%	82%	84%	87%	88%	87%	78%	65%	73%	52%
Les animaux élevés en bio sont abattus dans les mêmes abattoirs que les autres	80%	81%	81%	82%	83%	81%	79%	76%	80%	69%
Les produits bio Français sont mieux contrôlés que les produits bio importés	79%	82%	84%	87%	91%	85%	80%	61%	68%	50%
Les produits biologiques sont source d'emplois	76%	79%	83%	87%	91%	85%	76%	54%	58%	48%
Dans les produits biologiques, les qualités nutritionnelles des aliments (comme la richesse en magnésium, vitamines, fer?) sont mieux préservées	75%	79%	82%	86%	89%	85%	72%	56%	62%	45%
L'agriculture biologique permet une juste rémunération des producteurs français	70%	72%	75%	77%	80%	76%	72%	53%	57%	47%
Les produits biologiques ont meilleur goût	65%	68%	73%	79%	83%	77%	60%	41%	45%	35%

Q12. Parlons plus en détail des produits biologiques. Voici un certain nombre de phrases que des personnes nous ont dites à propos des produits biologiques. Pour chacune d'entre elles, dites si vous êtes [...] d'accord.

Perception de l'agriculture et des produits biologiques

Une perception très largement positive avec l'évocation des valeurs de naturalité, de non usage des pesticides et de respect de l'environnement / de la nature.

Base : Ensemble (n= 2112)

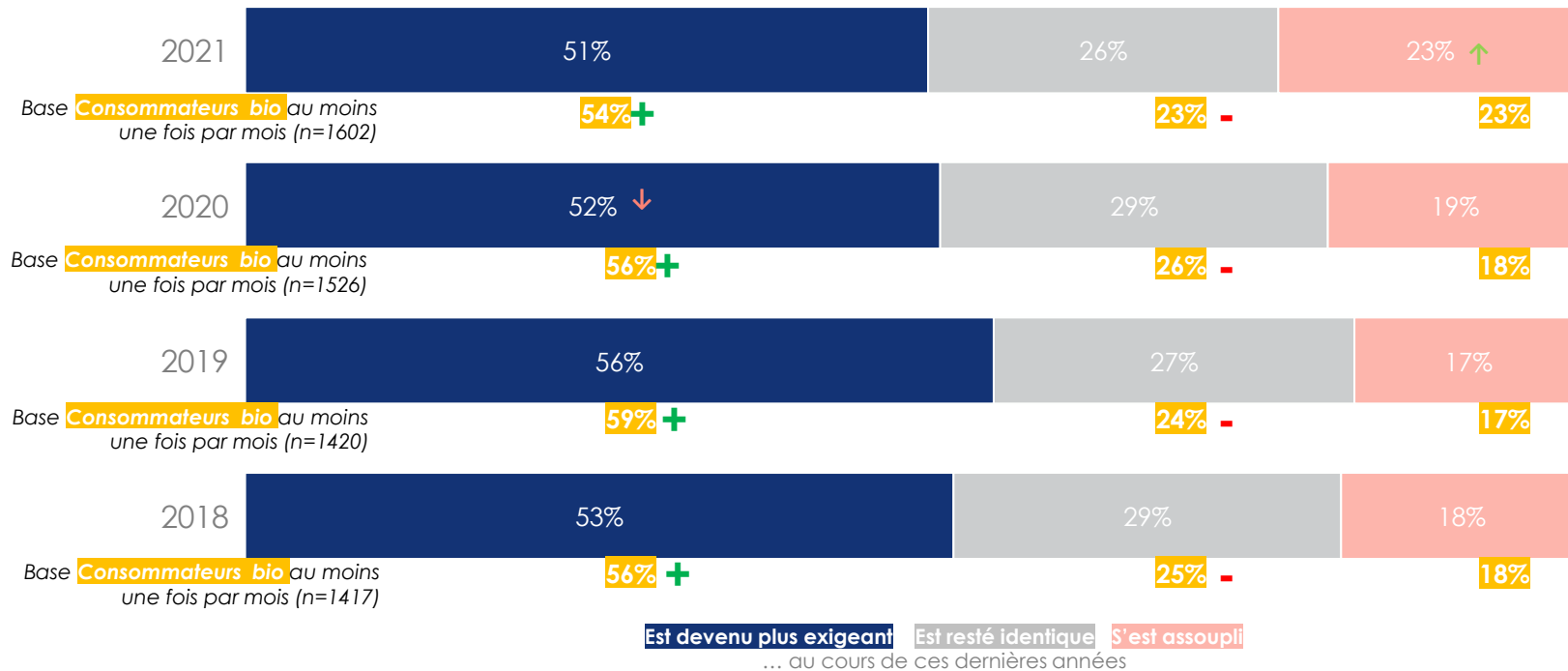


Q59. Parlons d'agriculture biologique. Que vous évoque l'agriculture biologique ? Qu'est-ce que vous vient à l'esprit ? Quelle perception en avez-vous ?

Perception du cahier des charges de l'agriculture biologique

Une majorité de Français qui pense que le cahier des charges de l'agriculture bio en France est de plus en plus exigeants bien qu'on note une hausse de la perception d'un assouplissement des règles.

Base : Ensemble (n= 2112)



Q23. Selon vous, l'agriculture biologique Française suit un cahier des charges qui ... ?

Perception du cahier des charges de l'agriculture biologique

Une perception d'assouplissement plus marquée chez les plus jeunes et les CSP-.

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE				CSP			
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
Est devenu plus exigeant	51%	49%	53%	52%	53%	49%	50%	54%	53%	49%	52%
S'est assoupli	23%	23%	22%	32%	30%	23%	18%	19%	22%	27%	20%
Est resté identique	26%	27%	25%	16%	17%	29%	33%	27%	25%	24%	28%

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
Est devenu plus exigeant	51%	48%	56%	53%	41%	57%	50%	51%	50%	55%	52%	55%	47%
S'est assoupli	23%	23%	18%	23%	33%	25%	22%	21%	21%	22%	18%	21%	27%
Est resté identique	26%	28%	26%	23%	26%	18%	28%	28%	29%	24%	30%	24%	27%

Q23. Selon vous, l'agriculture biologique Française suit un cahier des charges qui ... ?

Perception de l'agriculture et des produits biologiques

Les grandes dimensions attribuées aux produits biologiques sont stables depuis plusieurs années :

- L'agriculture biologique **contribue à préserver l'environnement** (87% d'accord)
- Les produits biologiques sont **plus naturels**
- L'agriculture biologique **favorise la biodiversité**
- Les produits biologiques sont **meilleurs pour la santé**.

En revanche, on note cette année une hausse des **dimensions en lien avec la réglementation** :

- Les produits bio sont soumis à des **contrôles annuels systématiques** en France (80%, +4 points)
- Les animaux élevés en bio sont abattus dans les **mêmes abattoirs que les autres** (80%, +5 points)
- Les produits bio Français sont **mieux contrôlés** que les produits bio importés (79%, +4 points)

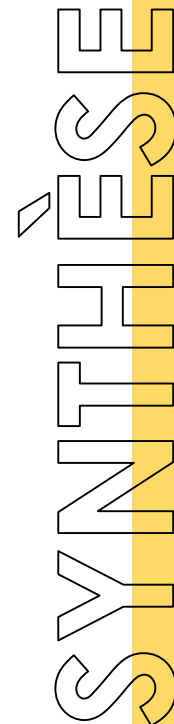
Enfin, les produits biologiques sont **mieux perçus d'un point de vue nutritif et gustatif** :

- Dans les produits biologiques, les qualités nutritionnelles des aliments sont mieux préservées (75%, +3 points)
- Les produits biologiques ont meilleur goût (65%, +4 points)

Les produits biologiques ont une image globalement plus riche auprès des femmes, des 25-34 ans et des CSP+ qui leur attribuent davantage de dimensions. C'est également le cas des habitants de la région Hauts-de-France. Les consommateurs de produits bio en ont logiquement une image plus nourrie.

A l'inverse, les produits biologique pâtissent d'un déficit d'image auprès des hommes, des inactifs, des habitants de la région Grand Est et des non consommateurs de produits bio.

Enfin, on note une hausse de la part des Français ayant **la perception que le cahier des charges de l'agriculture biologique française s'est assoupli** au cours des dernières années. Une perception particulièrement marquée chez les plus jeunes et les CSP-. À l'inverse, les consommateurs de produits bio sont plus nombreux à penser qu'il est devenu plus exigeant (54% vs. 51%)



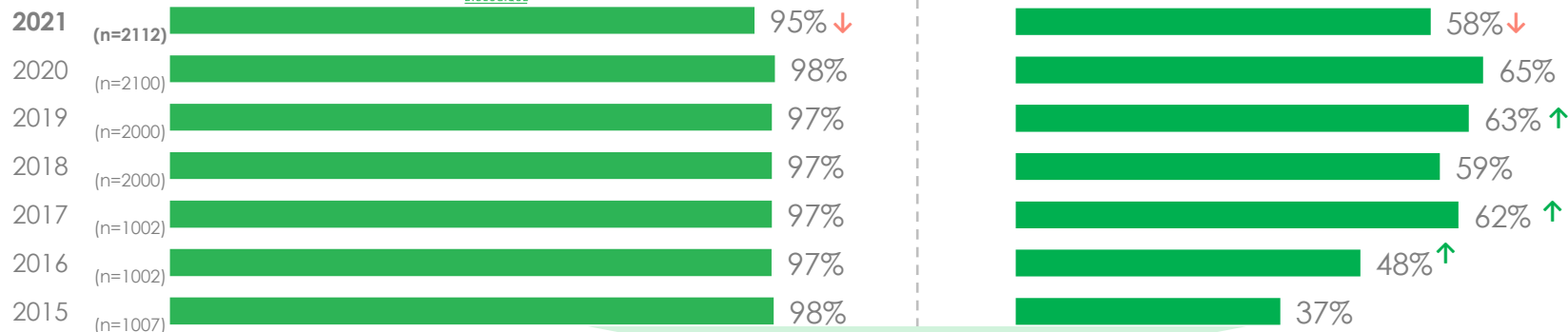
L'information sur les produits biologiques

1.6

Connaissance des logos

Un léger recul de la notoriété des deux logos de l'agriculture biologique. Néanmoins, le logo AB reste connu de la quasi-totalité des Français et le logo européen, par près de 60% d'entre eux. Des scores encore plus élevés auprès des acheteurs et des consommateurs de produits bio.

Base : Ensemble (n= 2112)



Connaît les 2 logos : 56% ↓ (64%)
 parmi les **consommateurs bio** au moins une fois par mois 63% +

Base : A acheté des produits biologiques

	2021	2020	2019	2018	2017	2015	2016
Base	1820	1730	1627	1321	725	635	677
Connaît le logo AB	96% +	99%	98%	99%	99%	99%	99%
Connaît le logo bio européen	62% +	69%	68%	68%	70%	47%	58%

Q21. Connaissez-vous ces 2 logos...



↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre + - Différences significatives vs. l'ensemble des Français 58

Connaissance des logos

Un déficit de notoriété du logo AB qui s'observe chez les plus jeunes.

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
Notoriété du logo AB	95%	93%	96%	87%	93%	95%	98%	96%	97%	93%	95%
Notoriété du logo Européen Eurofeuille	58%	56%	60%	60%	64%	59%	55%	55%	64%	58%	53%

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
Notoriété du logo AB	95%	94%	95%	93%	95%	93%	93%	95%	97%	96%	95%	95%	96%
Notoriété du logo Européen Eurofeuille	58%	58%	54%	53%	60%	49%	59%	64%	60%	56%	61%	55%	65%

Q21. Connaissez-vous ces 2 logos...



Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

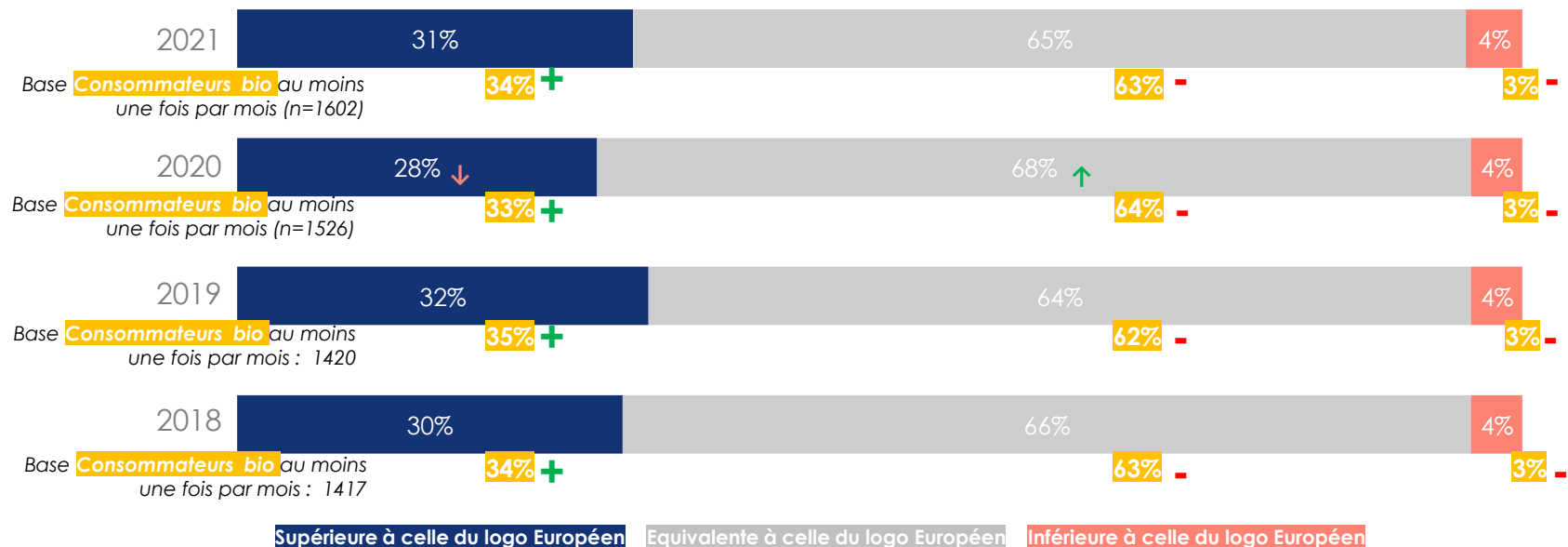


+ - Différences significatives vs. l'ensemble des Français 59

Perception comparative du logo AB et Européen

Des français qui, pour les deux tiers, estiment que les 2 logos labelisent des produits biologiques de qualité équivalente. Les consommateurs de produits bio donnant un peu plus de crédit au logo AB.

Base : Ensemble (n= 2112)



Q22. Pensez-vous que le logo AB identifie des produits biologiques de qualité ... ?

Perception comparative du logo AB et Européen

Des perceptions assez similaires selon les critères sociodémographiques ou selon la région d'habitation.

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
Qualité équivalente	65%	63%	67%	58%	68%	62%	65%	68%	61%	65%	68%
Qualité supérieure	31%	32%	29%	35%	28%	33%	32%	28%	35%	31%	28%
Qualité inférieure	4%	5%	4%	7%	4%	6%	3%	4%	4%	4%	5%

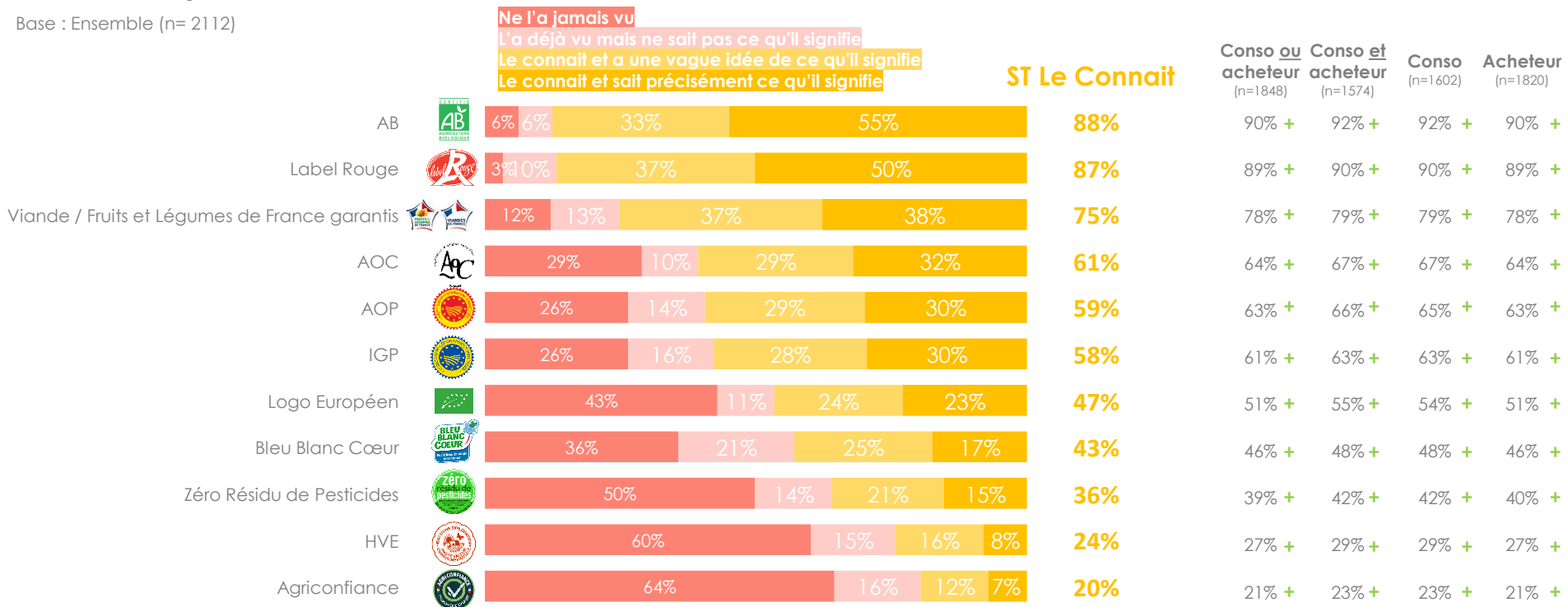
	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
Qualité équivalente	65%	65%	67%	64%	64%	62%	66%	58%	64%	64%	66%	67%	68%
Qualité supérieure	31%	31%	29%	30%	30%	33%	32%	39%	32%	30%	32%	28%	26%
Qualité inférieure	4%	4%	4%	6%	6%	6%	2%	3%	3%	5%	3%	4%	6%

Q22. Pensez-vous que le logo AB identifie des produits biologiques de qualité ... ?

Notoriété qualité des logos et labels

Le logo AB est le plus connu précisément avec le logo Label Rouge. Suivent les différents label portant sur l'origine du produit.

Base : Ensemble (n= 2112)



Q54. Nous allons vous montrer différents labels, logos ou certifications. Pour chacun d'eux, veuillez indiquer si vous connaissez ce label/logo/certification.

Nouvelle question



+ - Différences significatives vs. l'ensemble des Français 62

Connaissance des logos

Des CSP+ qui connaissent davantage ces différents logos tandis que le déficit de notoriété se confirme auprès des plus jeunes.

Base : Ensemble (n= 2112)

ST Le Connait

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
Logo AB	88%	87%	88%	75%	84%	87%	91%	91%	92%	83%	87%
Logo Label Rouge	87%	88%	86%	76%	82%	86%	91%	91%	91%	85%	86%
Logo Viande / Fruits et Légumes de France garantie	75%	74%	76%	70%	76%	74%	76%	77%	76%	73%	76%
Logo AOC	61%	64%	57%	38%	60%	64%	64%	64%	69%	55%	59%
Logo AOP	59%	63%	56%	49%	62%	62%	57%	62%	68%	54%	57%
Logo IGP	58%	63%	53%	39%	55%	60%	58%	64%	67%	50%	57%
Logo Européen	47%	46%	47%	43%	52%	48%	44%	46%	54%	46%	42%
Logo Bleu Blanc Cœur	43%	39%	46%	40%	48%	44%	41%	41%	47%	44%	39%
Logo Zéro Résidu de Pesticides	36%	34%	38%	46%	45%	37%	33%	29%	41%	39%	30%
Logo HVE	24%	26%	23%	29%	35%	23%	20%	22%	30%	24%	21%
Logo Agriconfiance	20%	20%	19%	32%	35%	20%	13%	12%	23%	22%	15%

Q54. Nous allons vous montrer différents labels, logos ou certifications. Pour chacun d'eux, veuillez indiquer si vous connaissez ce label/logo/certification.

Nouvelle question



Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre



Différences significatives vs. l'ensemble des Français

63

Connaissance des logos

Les habitants de la région Occitanie connaissent mieux ces logos, notamment ceux portant sur l'origine des produits.

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
Logo AB	88%	85%	88%	85%	84%	86%	82%	91%	92%	89%	89%	91%	89%
Logo Label Rouge	87%	84%	92%	88%	87%	89%	86%	86%	93%	87%	82%	89%	87%
Logo Viande / Fruits et Légumes de France garantie	75%	73%	77%	74%	70%	78%	70%	73%	83%	82%	83%	74%	67%
Logo AOC	61%	59%	70%	55%	60%	60%	52%	53%	59%	66%	70%	63%	59%
Logo AOP	59%	53%	62%	70%	56%	57%	54%	56%	63%	62%	70%	62%	59%
Logo IGP	58%	49%	68%	65%	52%	51%	53%	62%	70%	58%	67%	62%	56%
Logo Européen	47%	47%	47%	46%	41%	43%	43%	52%	54%	45%	49%	43%	53%
Logo Bleu Blanc Cœur	43%	39%	44%	42%	45%	40%	40%	50%	63%	43%	50%	37%	41%
Logo Zéro Résidu de Pesticides	36%	28%	33%	37%	31%	40%	36%	37%	42%	36%	47%	34%	39%
Logo HVE	24%	20%	27%	23%	23%	28%	21%	31%	29%	26%	31%	25%	16%
Logo Agriconfiance	20%	18%	26%	19%	17%	24%	17%	17%	22%	22%	19%	16%	22%

Q54. Nous allons vous montrer différents labels, logos ou certifications. Pour chacun d'eux, veuillez indiquer si vous connaissez ce label/logo/certification.

Nouvelle question



Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre



Différences significatives vs. l'ensemble des Français

64

Confiance envers les logos et labels

Des logos qui donnent confiance envers le produit. C'est particulièrement le cas des logos AB, Label Rouge et AOC.

Base : Connaisseurs de chaque logo / label

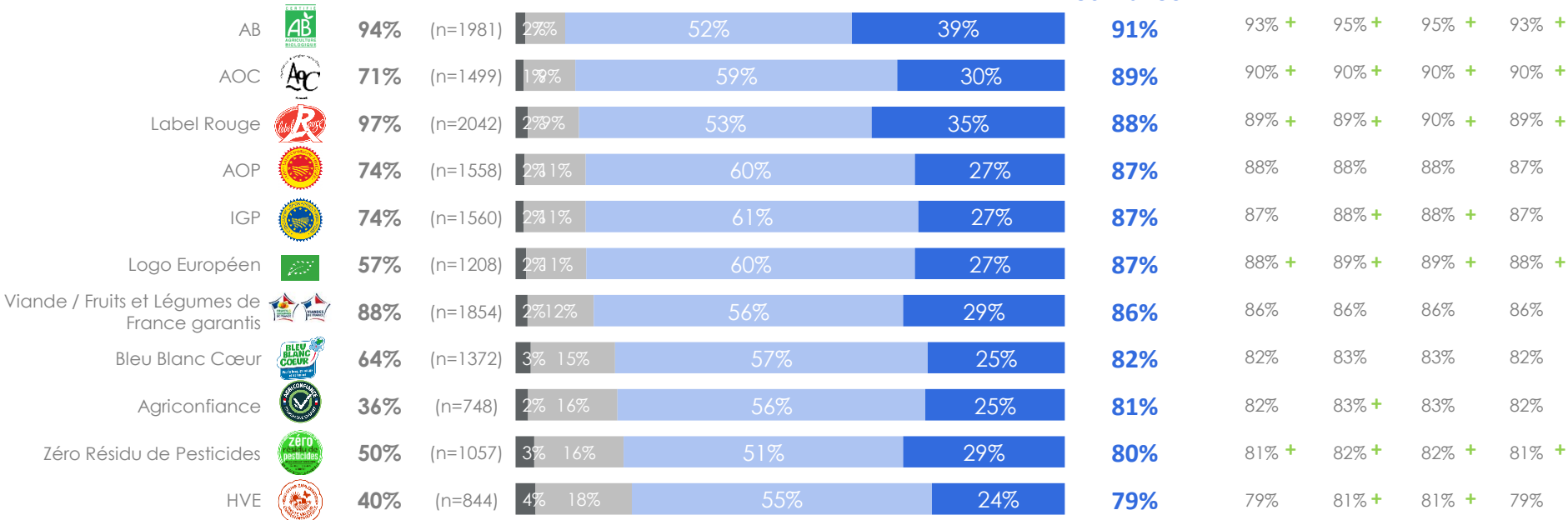
Rappel du % connaisseurs
(ST l'a au moins déjà vu)

La présence de ces logos / labels donnent...
Pas du tout Plutôt pas Plutôt Tout à fait
...confiance envers le produit

ST Donne confiance

Conso ou acheteur Conso et acheteur

Conso Acheteur



Q55. Vous allez voir, de nouveau, ces labels/logos/certifications. Ils peuvent être présents sur les emballages de produits alimentaires. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si, personnellement, il vous donne ... ? **Nouvelle question**

+ - Différences significatives vs. l'ensemble des Français 65

Confiance envers les logos et labels

Base : Connaisseurs de chaque logo / label

ST Donne confiance

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base minimum	748	350	398	125	153	192	127	151	248	238	262
Logo AB	91%	91%	91%	92%	92%	92%	90%	90%	95%	90%	89%
Logo AOC	89%	90%	89%	83%	85%	86%	91%	94%	87%	90%	91%
Logo Label Rouge	88%	88%	89%	83%	90%	89%	88%	89%	90%	88%	88%
Logo AOP	87%	86%	88%	81%	85%	87%	88%	91%	87%	85%	89%
Logo IGP	87%	87%	88%	82%	88%	85%	88%	89%	88%	85%	89%
Logo Européen	87%	85%	89%	83%	88%	88%	86%	88%	89%	86%	87%
Logo Viande / Fruits et Légumes de France garantie	86%	84%	87%	82%	90%	85%	85%	86%	86%	86%	85%
Logo Bleu Blanc Cœur	82%	78%	85%	85%	84%	80%	81%	82%	82%	83%	81%
Logo Agriconfiance	81%	80%	83%	82%	83%	82%	79%	81%	82%	80%	82%
Logo Zéro Résidu de Pesticides	80%	75%	85%	79%	85%	83%	78%	77%	83%	81%	77%
Logo HVE	79%	76%	82%	75%	78%	82%	77%	81%	78%	78%	81%

Q55. Vous allez voir, de nouveau, ces labels/logos/certifications. Ils peuvent être présents sur les emballages de produits alimentaires. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si, personnellement, il vous donne ... ? [Nouvelle question](#)



Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre



Différences significatives vs. l'ensemble des Français

66

Confiance envers les logos et labels

Une moindre confiance accordée à ces logos (AB, Label Rouge et AOC) dans la région Grand Est.

Base : Connaisseurs de chaque logo / label

ST Donne confiance	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base minimum	748	129	47	45	37	72	51	45	50	75	68	77	52
Logo AB	91%	91%	91%	87%	90%	94%	86%	93%	91%	90%	91%	91%	95%
Logo AOC	89%	89%	89%	87%	88%	88%	83%	90%	95%	90%	88%	90%	92%
Logo Label Rouge	88%	88%	89%	84%	84%	89%	81%	92%	92%	90%	88%	92%	90%
Logo AOP	87%	84%	90%	87%	76%	90%	82%	90%	90%	87%	89%	94%	86%
Logo IGP	87%	85%	86%	87%	71%	88%	84%	92%	90%	87%	90%	93%	88%
Logo Européen	87%	86%	87%	85%	86%	95%	78%	86%	88%	93%	88%	88%	84%
Logo Viande / Fruits et Légumes de France garantie	86%	87%	86%	87%	79%	91%	80%	85%	82%	86%	83%	88%	89%
Logo Bleu Blanc Cœur	82%	81%	79%	83%	73%	90%	79%	86%	81%	82%	81%	81%	85%
Logo Agriconfiance	81%	79%	87%	75%	79%	87%	80%	87%	76%	79%	76%	92%	77%
Logo Zéro Résidu de Pesticides	80%	81%	85%	80%	72%	84%	76%	83%	82%	81%	80%	79%	80%
Logo HVE	79%	68%	83%	76%	82%	84%	67%	81%	86%	84%	80%	87%	76%

Q55. Vous allez voir, de nouveau, ces labels/logos/certifications. Ils peuvent être présents sur les emballages de produits alimentaires. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si, personnellement, il vous donne ... ? **Nouvelle question**



Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre



Différences significatives vs. l'ensemble des Français

67

Confiance envers les logos et labels

Une confiance qui s'accroît avec le degré de notoriété du logo

Base : Connaisseurs de chaque logo / label

	Donne <u>tout à fait</u> confiance	DEGRE DE CONNAISSANCE DU LOGO		
		A au moins déjà vu le logo	Connait le logo	Connait précisément le logo
	Effectifs	1981	1851	1165
Logo AB		39%	41%	55%
	Effectifs	2042	1841	1059
Label Rouge		35%	38%	53%
	Effectifs	1499	1278	671
AOC		30%	34%	49%
	Effectifs	1057	756	320
Zéro Résidu de Pesticides		29%	36%	55%
	Effectifs	1854	1589	797
Viande de France garantie - Fruits et Légumes de France garantis		29%	33%	47%
	Effectifs	1558	1261	640
AOP		27%	32%	48%
	Effectifs	1208	987	485
Logo Européen		27%	31%	48%
	Effectifs	1560	1232	626
IGP		27%	31%	47%
	Effectifs	748	419	151
Agriconfiance		25%	36%	61%
	Effectifs	1372	915	377
Bleu Blanc Coeur		25%	33%	51%
	Effectifs	844	519	168
HVE		24%	33%	55%

Attention portée aux logos et labels

Le logo Label Rouge, AB et Viande / Fruits et Légumes de France garantis sont ceux auxquels on apporte le plus d'attention lors d'achats de produits alimentaires. Des consommateurs ou acheteurs de produits bio globalement plus attentifs à ces logos et labels.

Base : Connaisseurs de chaque logo / label

Rappel du % connaisseurs
(ST l'a au moins déjà vu)

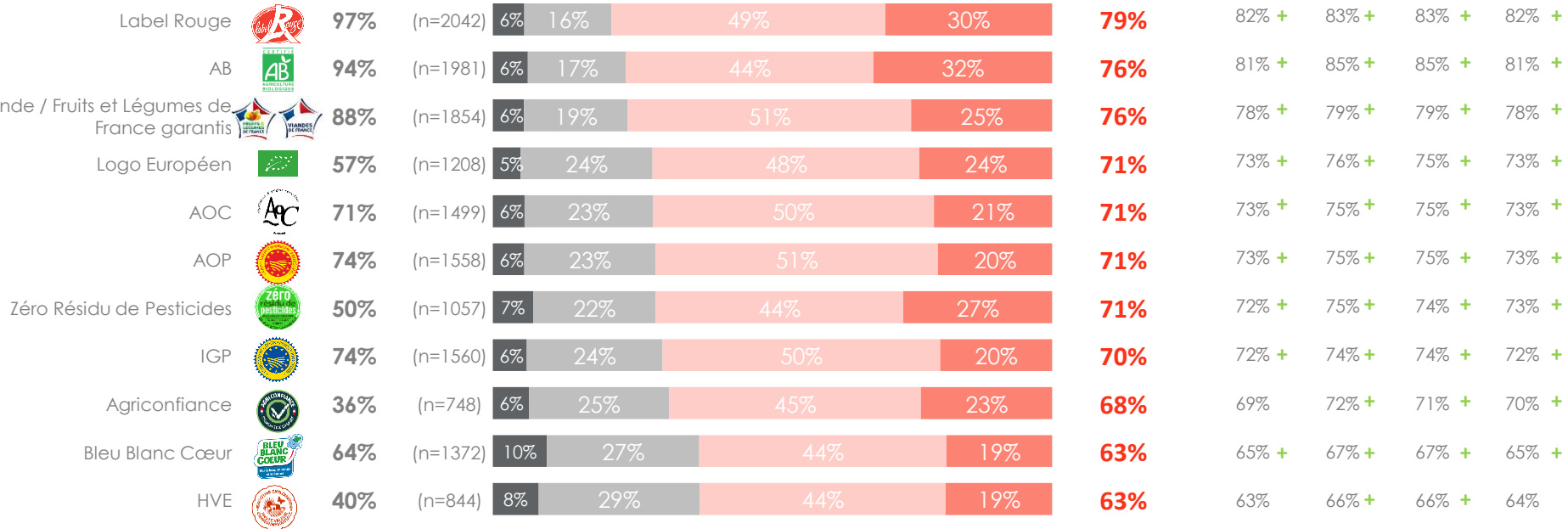
Est personnellement...

Pas du tout Plutôt pas Plutôt Très...attentif à leur présence

ST Attentif

Conso ou acheteur Conso et acheteur

Conso Acheteur



Q56. Toujours concernant ces labels/logos/certifications. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si, lors de vos achats de produits alimentaires, vous y êtes personnellement... **Nouvelle question**

Attention portée aux logos et labels

Des plus jeunes moins sensibles aux logos. En revanche, les 25-34 ans sont plus attentifs aux logos Zéro Résidu de Pesticides, Bleu Blanc Cœur, Agriconfiance ou HVE. Ce sont les CSP+ les plus attentifs au logo AB.

Base : Ensemble (n= 2112)

ST Attentif	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base minimum	748	350	398	125	153	192	127	151	248	238	262
Logo Label Rouge	79%	79%	79%	67%	77%	79%	80%	84%	81%	76%	79%
Logo AB	76%	75%	77%	75%	77%	77%	76%	75%	82%	73%	74%
Logo Viande / Fruits et Légumes de France garantie	76%	73%	79%	74%	77%	77%	75%	76%	78%	77%	74%
Logo Européen	71%	69%	74%	77%	74%	71%	70%	68%	74%	72%	69%
Logo AOC	71%	75%	68%	68%	75%	67%	70%	76%	73%	69%	72%
Logo AOP	71%	74%	68%	65%	73%	69%	69%	76%	73%	70%	69%
Logo Zéro Résidu de Pesticides	71%	66%	75%	63%	83%	71%	71%	65%	75%	73%	65%
Logo IGP	70%	72%	67%	62%	71%	65%	72%	73%	70%	69%	70%
Logo Agriconfiance	68%	65%	71%	70%	77%	68%	72%	54%	73%	74%	59%
Logo Bleu Blanc Cœur	63%	60%	65%	66%	70%	60%	63%	61%	60%	68%	62%
Logo HVE	63%	61%	65%	61%	72%	60%	63%	58%	63%	68%	59%

Q56. Toujours concernant ces labels/logos/certifications. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si, lors de vos achats de produits alimentaires, vous y êtes personnellement... **Nouvelle question**



Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre



Différences significatives vs. l'ensemble des Français 70

Attention portée aux logos et labels

Les habitants des Hauts-de-France sont les plus attentifs aux différents logos, à l'inverse des Franciliens.

Base : Ensemble (n= 2112)

ST Attentif	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base minimum	748	129	47	45	37	72	51	45	50	75	68	77	52
Logo Label Rouge	79%	74%	82%	74%	75%	81%	76%	81%	82%	84%	81%	78%	82%
Logo AB	76%	76%	81%	69%	72%	78%	73%	76%	80%	75%	76%	77%	79%
Logo Viande / Fruits et Légumes de France garantie	76%	73%	80%	83%	68%	83%	67%	74%	83%	74%	76%	77%	78%
Logo Européen	71%	72%	72%	72%	64%	81%	69%	64%	72%	77%	76%	68%	68%
Logo AOC	71%	66%	73%	70%	61%	86%	71%	66%	71%	73%	70%	75%	74%
Logo AOP	71%	63%	75%	76%	61%	80%	73%	69%	70%	75%	74%	71%	70%
Logo Zéro Résidu de Pesticides	71%	71%	67%	71%	70%	79%	76%	64%	73%	73%	64%	72%	69%
Logo IGP	70%	63%	68%	75%	57%	80%	65%	70%	72%	72%	71%	69%	75%
Logo Agriconfiance	68%	65%	70%	70%	51%	76%	82%	71%	72%	68%	62%	69%	64%
Logo Bleu Blanc Cœur	63%	56%	62%	64%	63%	74%	65%	65%	71%	63%	64%	57%	64%
Logo HVE	63%	54%	63%	53%	62%	72%	72%	55%	66%	67%	64%	65%	60%

Q56. Toujours concernant ces labels/logos/certifications. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si, lors de vos achats de produits alimentaires, vous y êtes personnellement... **Nouvelle question**



Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre



Différences significatives vs. l'ensemble des Français

71

Attention portée aux logos et labels

Une attention qui s'accroît également plus on connaît les logos et leur signification.

Base : Ensemble (n= 2112)

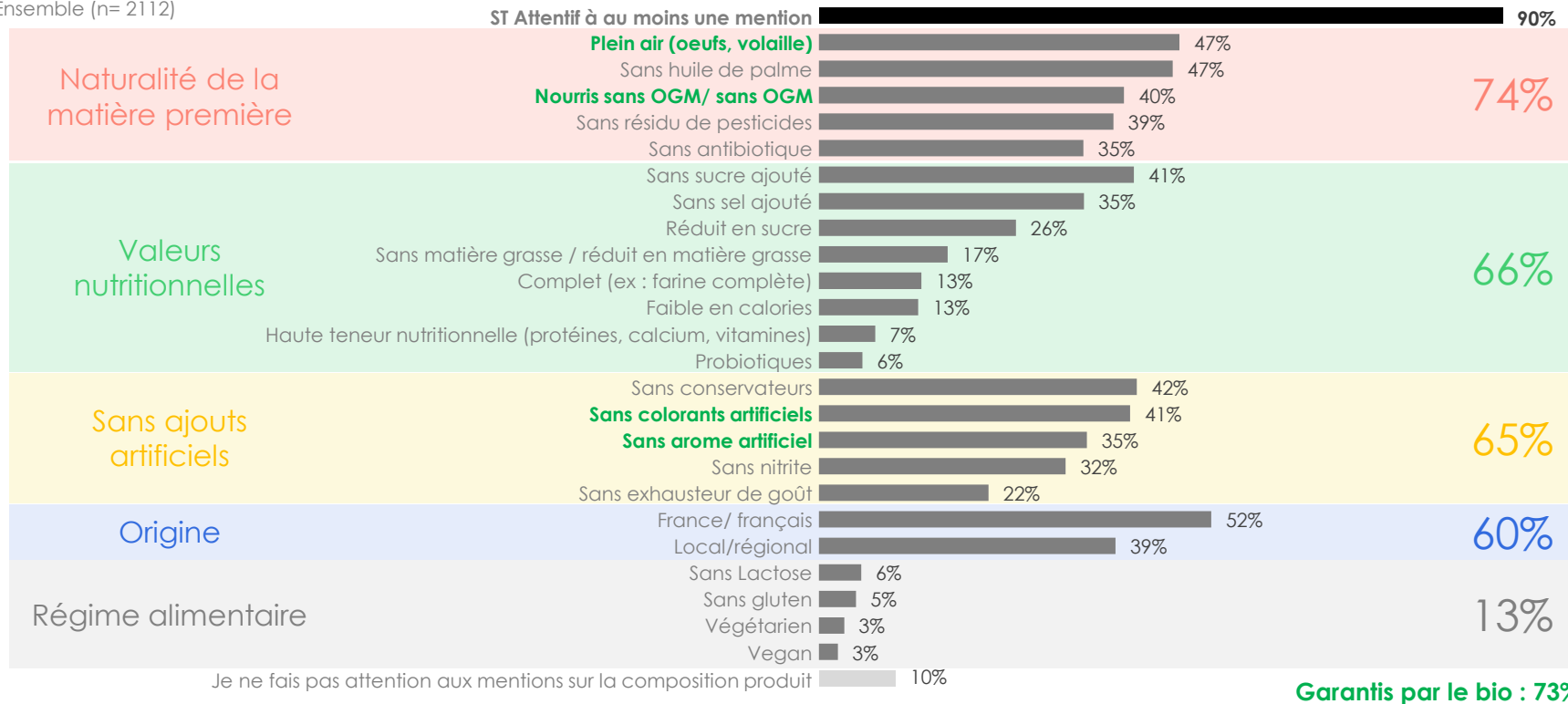
	Très attentif	DEGRE DE CONNAISSANCE DU LOGO		
		A au moins déjà vu le logo	Connait le logo	Connait précisément le logo
	Effectifs	1981	1851	1165
Logo AB		32%	34%	47%
	Effectifs	2042	1841	1059
Label Rouge		30%	32%	46%
	Effectifs	1057	756	320
Zéro Résidu de Pesticides		27%	33%	53%
	Effectifs	1854	1589	797
Viande de France garantie - Fruits et Légumes de France garantis		25%	28%	43%
	Effectifs	1208	987	485
Logo Européen		24%	28%	45%
	Effectifs	748	419	151
Agriconfiance		23%	34%	61%
	Effectifs	1499	1278	671
AOC		21%	23%	35%
	Effectifs	1558	1261	640
AOP		20%	24%	36%
	Effectifs	1560	1232	626
IGP		20%	24%	36%
	Effectifs	1372	915	377
Bleu Blanc Coeur		19%	24%	42%
	Effectifs	844	519	168
HVE		19%	26%	51%

Q56. Toujours concernant ces labels/logos/certifications. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si, lors de vos achats de produits alimentaires, vous y êtes personnellement... **Nouvelle question**

Attention portée aux mentions lors de l'achat de produits alimentaires

Les Français sont majoritairement sensibles aux mentions portant sur la composition des produits alimentaires qu'ils achètent, notamment celles sur la naturalité de la matière première (presque toutes garanties par le label bio). L'origine France est la mention la plus recherchée.

Base : Ensemble (n= 2112)



Q57. A quelle(s) mention(s) sur la composition produit faites-vous attention lorsque vous achetez des produits alimentaires ? [Nouvelle question](#)

Attention portée aux mentions lors de l'achat de produits alimentaires

Les plus âgés sont ceux portant le plus d'attention à la majorité des mentions tandis que les plus jeunes y accordent moins d'importance.

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
ST Attentif à au moins une mention	90%	89%	91%	90%	89%	89%	89%	92%	95%	85%	89%
SST Garantis par le bio	73%	71%	74%	65%	65%	70%	74%	82%	78%	64%	75%
ST Naturalité de la matière première	74%	72%	76%	63%	66%	72%	76%	85%	78%	65%	79%
Plein air (oeufs, volaille)	47%	44%	50%	34%	39%	44%	53%	57%	48%	42%	51%
Sans huile de palme	47%	46%	47%	29%	37%	42%	51%	61%	46%	38%	54%
Nourris sans OGM/ sans OGM	40%	37%	43%	29%	33%	37%	42%	51%	44%	31%	44%
Sans résidu de pesticides	39%	35%	42%	23%	30%	36%	41%	50%	41%	29%	44%
Sans antibiotique	35%	33%	36%	21%	24%	33%	38%	45%	36%	27%	40%
ST Valeurs nutritionnelles	66%	64%	67%	56%	64%	64%	64%	74%	64%	64%	68%
Sans sucre ajouté	41%	41%	42%	27%	35%	38%	44%	52%	42%	36%	45%
Sans sel ajouté	35%	35%	35%	21%	28%	35%	35%	45%	33%	32%	38%
Réduit en sucre	26%	25%	27%	17%	20%	23%	27%	35%	23%	22%	31%
Sans matière grasse / réduit en matière grasse	17%	16%	18%	13%	18%	15%	18%	18%	15%	18%	17%
Complet (ex : farine complète)	13%	12%	15%	12%	14%	14%	13%	14%	13%	13%	14%
Faible en calories	13%	11%	15%	14%	18%	13%	11%	11%	13%	15%	12%
Haute teneur nutritionnelle (protéines, calcium, vitamines)	7%	7%	8%	13%	10%	7%	6%	6%	6%	8%	8%
Probiotiques	6%	5%	6%	7%	8%	5%	6%	5%	5%	7%	5%

Q57. A quelle(s) mention(s) sur la composition produit faites-vous attention lorsque vous achetez des produits alimentaires ? [Nouvelle question](#)

Attention portée aux mentions lors de l'achat de produits alimentaires

Les plus âgés sont ceux portant le plus d'attention à la majorité des mentions tandis que les plus jeunes y accordent moins d'importance.

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP			
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs	
	Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
ST Sans ajouts artificiels	65%	65%	65%	49%	58%	63%	67%	75%	70%	56%	68%	
Sans conservateurs	42%	43%	41%	27%	32%	42%	46%	50%	47%	34%	44%	
Sans colorants artificiels	41%	39%	43%	24%	30%	40%	44%	53%	45%	31%	46%	
Sans arôme artificiel	35%	34%	36%	27%	29%	35%	36%	41%	39%	30%	36%	
Sans nitrite	32%	31%	34%	15%	27%	30%	35%	42%	34%	26%	36%	
Sans exhausteur de goût	22%	22%	23%	14%	17%	21%	25%	28%	26%	16%	24%	
ST Origine du produit	60%	59%	61%	47%	47%	57%	66%	72%	61%	52%	65%	
France/ français	52%	51%	52%	41%	36%	48%	58%	63%	51%	44%	58%	
Local/régional	39%	39%	39%	20%	30%	36%	43%	52%	40%	32%	44%	
ST Régime alimentaire	13%	11%	14%	23%	14%	12%	10%	10%	14%	13%	11%	
Sans Lactose	6%	5%	6%	9%	6%	5%	5%	5%	5%	6%	5%	
Sans gluten	5%	5%	5%	6%	6%	6%	4%	3%	5%	6%	4%	
Végétarien	3%	2%	5%	10%	3%	3%	2%	2%	4%	3%	4%	
Vegan	3%	2%	3%	5%	4%	3%	1%	1%	4%	2%	2%	
Je ne fais pas attention aux mentions sur la composition produit	10%	11%	9%	10%	11%	11%	11%	8%	5%	15%	11%	

Q57. A quelle(s) mention(s) sur la composition produit faites-vous attention lorsque vous achetez des produits alimentaires ? [Nouvelle question](#)

Attention portée aux mentions lors de l'achat de produits alimentaires

Les habitants de la région Occitanie sont particulièrement attentifs aux différentes mentions qui sont garanties par le label bio.

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
ST Attentif à au moins une mention	90%	88%	91%	89%	86%	90%	87%	89%	92%	92%	92%	91%	92%
SST Garantis par le bio	73%	70%	72%	72%	68%	70%	67%	73%	71%	73%	80%	77%	77%
ST Naturalité de la matière première	74%	74%	73%	69%	69%	71%	71%	71%	71%	75%	80%	79%	78%
Plein air (œufs, volaille)	47%	46%	45%	44%	41%	46%	43%	46%	50%	46%	55%	51%	52%
Sans huile de palme	47%	42%	50%	51%	49%	42%	41%	41%	42%	57%	49%	50%	49%
Nourris sans OGM/ sans OGM	40%	40%	35%	32%	39%	36%	37%	40%	40%	42%	47%	43%	41%
Sans résidu de pesticides	39%	36%	33%	37%	33%	37%	30%	34%	43%	39%	49%	42%	46%
Sans antibiotique	35%	32%	30%	34%	36%	32%	32%	32%	34%	37%	43%	36%	37%
ST Valeurs nutritionnelles	66%	65%	69%	65%	71%	64%	58%	64%	64%	64%	69%	68%	66%
Sans sucre ajouté	41%	41%	37%	40%	43%	39%	34%	36%	34%	45%	49%	46%	44%
Sans sel ajouté	35%	34%	32%	36%	37%	33%	31%	33%	40%	37%	34%	35%	38%
Réduit en sucre	26%	28%	23%	26%	29%	21%	23%	21%	24%	28%	28%	27%	28%
Sans matière grasse / réduit en matière grasse	17%	18%	13%	18%	21%	17%	13%	16%	9%	18%	15%	18%	21%
Complet (ex : farine complète)	13%	16%	13%	16%	10%	10%	15%	12%	13%	13%	17%	11%	12%
Faible en calories	13%	15%	16%	10%	10%	10%	13%	8%	8%	15%	13%	16%	14%
Haute teneur nutritionnelle (protéines, calcium, vitamines)	7%	10%	9%	6%	4%	14%	5%	7%	7%	6%	9%	5%	3%
Probiotiques	6%	5%	9%	5%	6%	7%	5%	6%	9%	4%	5%	6%	5%

Q57. A quelle(s) mention(s) sur la composition produit faites-vous attention lorsque vous achetez des produits alimentaires ? [Nouvelle question](#)

Attention portée aux mentions lors de l'achat de produits alimentaires

En dehors de cela, peu de différences d'une région à l'autre.

Base : Ensemble (n= 2112)

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
ST Sans ajouts artificiels	65%	62%	61%	66%	68%	63%	56%	66%	63%	66%	72%	68%	68%
Sans conservateurs	42%	39%	34%	35%	42%	37%	41%	43%	45%	40%	48%	47%	45%
Sans colorants artificiels	41%	40%	34%	40%	44%	38%	33%	44%	33%	44%	45%	44%	47%
Sans arôme artificiel	35%	35%	33%	37%	33%	36%	28%	36%	31%	36%	37%	36%	41%
Sans nitrite	32%	32%	25%	32%	40%	33%	27%	27%	35%	33%	37%	32%	34%
Sans exhausteur de goût	22%	22%	21%	25%	21%	17%	16%	23%	18%	23%	27%	26%	27%
ST Origine du produit	60%	53%	61%	59%	53%	54%	56%	60%	70%	66%	65%	65%	67%
France/ français	52%	44%	54%	51%	47%	47%	44%	53%	60%	56%	58%	57%	57%
Local/régional	39%	29%	37%	41%	27%	33%	41%	44%	53%	48%	46%	40%	41%
ST Régime alimentaire	13%	14%	17%	14%	10%	15%	12%	10%	11%	8%	15%	11%	14%
Sans Lactose	6%	7%	7%	7%	5%	8%	3%	5%	4%	4%	6%	5%	4%
Sans gluten	5%	5%	7%	5%	5%	5%	5%	5%	6%	2%	6%	5%	5%
Végétarien	3%	3%	7%	2%	2%	3%	5%	1%	2%	2%	6%	2%	5%
Vegan	3%	3%	4%	2%	1%	2%	3%	1%		2%	4%	2%	3%
Je ne fais pas attention aux mentions sur la composition produit	10%	12%	9%	11%	14%	10%	13%	11%	8%	8%	8%	9%	8%

Q57. A quelle(s) mention(s) sur la composition produit faites-vous attention lorsque vous achetez des produits alimentaires ? [Nouvelle question](#)

Attention portée aux mentions lors de l'achat de produits alimentaires

Des acheteurs et/ou consommateurs de produits bio globalement plus concernés et attentifs à la composition des produits qu'ils achètent. Le ranking ne change que marginalement par rapport à l'ensemble des Français.

Base : Ensemble (n= 2112)

Base	Consommation / Achat de produits bio									
	ENSEMBLE		Consommateurs ou acheteurs de produits bio		Consommateurs et acheteurs de produits bio		Consommateurs		Acheteurs	
	2112		1848		1574		1602		1820	
	%	rang	%	rang	%	rang	%	rang	%	rang
ST Attentif à au moins une mention	90%		94%		96%		96%		94%	
SST Garantis par le bio	73%		77%		80%		79%		77%	
ST Naturalité de la matière première	74%	1	78%	1	81%	1	81%	1	79%	1
Plein air (oeufs, volaille)	47%	2	50%	2	52%	3	52%	2	51%	2
Sans huile de palme	47%	3	50%	3	53%	2	52%	3	50%	3
Nourris sans OGM/ sans OGM	40%	7	44%	7	47%	7	47%	7	44%	7
Sans résidu de pesticides	39%	9	42%	8	46%	8	46%	8	43%	8
Sans antibiotique	35%	12	38%	11	41%	11	41%	11	38%	11
ST Valeurs nutritionnelles	66%	2	70%	2	72%	3	72%	3	70%	2
Sans sucre ajouté	41%	5	45%	5	47%	5	47%	5	45%	5
Sans sel ajouté	35%	11	37%	12	39%	13	39%	13	38%	12
Réduit en sucre	26%	14	28%	14	29%	14	29%	14	28%	14
Sans matière grasse / réduit en matière grasse	17%	16	18%	16	19%	16	19%	16	18%	16
Complet (ex : farine complète)	13%	17	15%	17	16%	17	16%	17	15%	17
Faible en calories	13%	18	14%	18	14%	18	14%	18	14%	18
Haute teneur nutritionnelle (protéines, calcium, vitamines)	7%	20	8%	19	9%	19	9%	19	8%	19
Probiotiques	6%	21	6%	20	7%	20	7%	20	6%	20

Q57. A quelle(s) mention(s) sur la composition produit faites-vous attention lorsque vous achetez des produits alimentaires ? [Nouvelle question](#)

Attention portée aux mentions lors de l'achat de produits alimentaires

Des acheteurs et/ou consommateurs de produits bio globalement plus concernés et attentifs à la composition des produits qu'ils achètent. Le ranking ne change que marginalement par rapport à l'ensemble des Français. L'origine France reste la mention n°1 auprès des acheteurs / consommateurs de bio.

Base : Ensemble (n= 2112)

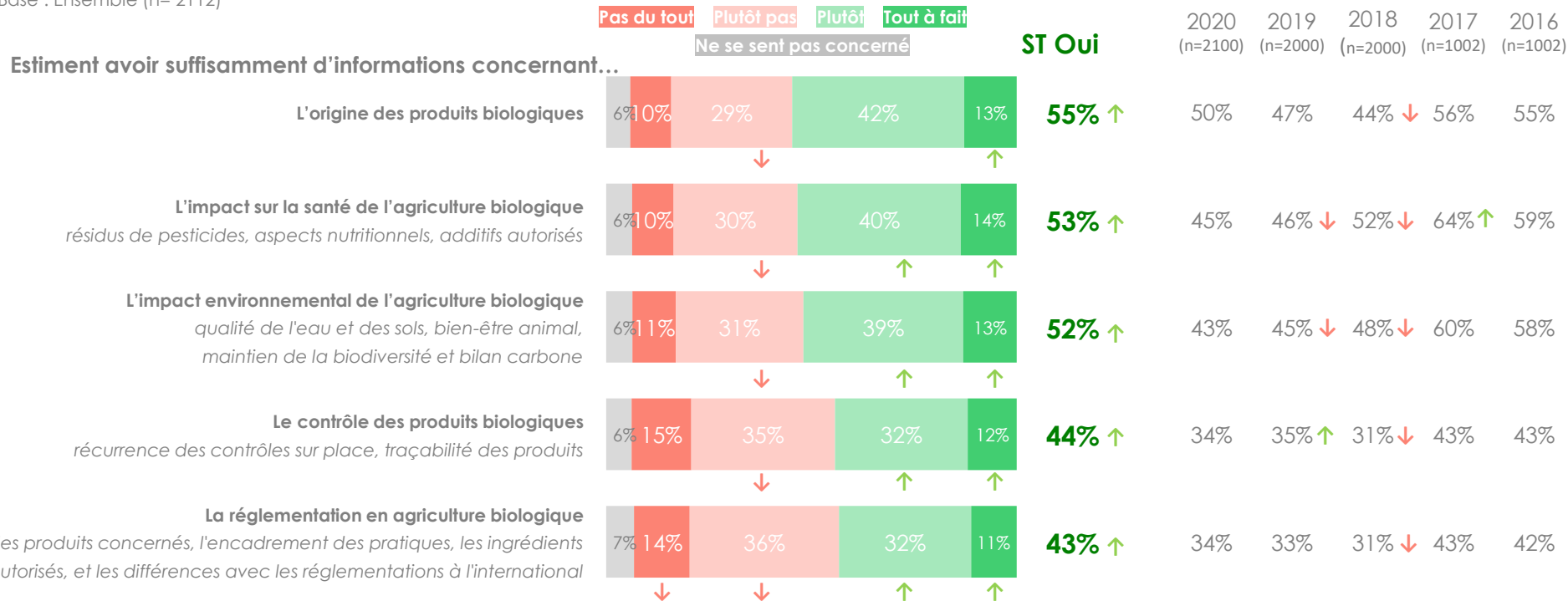
Base	Consommation / Achat de produits bio									
	ENSEMBLE		Consommateurs ou acheteurs de produits bio		Consommateurs et acheteurs de produits bio		Consommateurs		Acheteurs	
	2112	1848	1574	1602	1820					
ST Sans ajouts artificiels	65%	3	70%	3	73%	2	73%	2	70%	3
Sans conservateurs	42%	4	45%	4	48%	4	47%	4	45%	4
Sans colorants artificiels	41%	6	44%	6	47%	6	47%	6	44%	6
Sans arôme artificiel	35%	10	38%	10	41%	10	41%	10	38%	10
Sans nitrite	32%	13	36%	13	39%	12	39%	12	36%	13
Sans exhausteur de goût	22%	15	24%	15	26%	15	26%	15	24%	15
ST Origine du produit	60%	4	64%	4	67%	4	66%	4	64%	4
France/ français	52%	1	54%	1	57%	1	56%	1	55%	1
Local/régional	39%	8	42%	9	45%	9	44%	9	42%	9
ST Régime alimentaire	13%	5	14%	5	15%	5	15%	5	14%	5
Sans Lactose	6%	22	6%	21	6%	21	6%	21	6%	21
Sans gluten	5%	23	5%	23	6%	22	6%	22	5%	23
Végétarien	3%	24	4%	24	4%	23	4%	24	4%	24
Vegan	3%	25	3%	25	3%	25	3%	25	3%	25
Je ne fais pas attention aux mentions sur la composition produit	10%	19	6%	22	4%	24	4%	23	6%	22

Q57. A quelle(s) mention(s) sur la composition produit faites-vous attention lorsque vous achetez des produits alimentaires ? [Nouvelle question](#)

Niveau d'information détaillée du public

Une perception de suffisance de l'information en hausse sur tous les sujets par rapport à 2020. Toutefois, selon les thématiques, ils sont encore entre 40% et 50% à estimer ne pas en avoir suffisamment.

Base : Ensemble (n= 2112)



Q16. Diriez-vous que vous avez assez d'informations concernant... ?

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

Niveau d'information détaillée du public

Des jeunes qui s'estiment particulièrement bien informés.

ST Oui	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
L'origine des produits biologiques	55%	53%	57%	67%	62%	55%	53%	47%	61%	55%	50%
L'impact sur la santé de l'agriculture biologique (résidus de pesticides, aspects nutritionnels, additifs autorisés)	53%	53%	54%	63%	61%	51%	50%	50%	57%	53%	51%
L'impact environnemental de l'agriculture biologique (qualité de l'eau et des sols, bien-être animal, maintien de la biodiversité et bilan carbone)	52%	53%	51%	66%	57%	51%	50%	46%	54%	53%	50%
Le contrôle des produits biologiques (récurrence des contrôles sur place, traçabilité des produits)	44%	45%	43%	57%	53%	44%	41%	37%	46%	47%	40%
La réglementation en agriculture biologique (les produits concernés, l'encadrement des pratiques, les ingrédients autorisés, et les différences avec les réglementations à l'international)	43%	45%	42%	52%	52%	44%	41%	36%	43%	50%	39%

Q16. Diriez-vous que vous avez assez d'informations concernant... ?

Niveau d'information détaillée du public

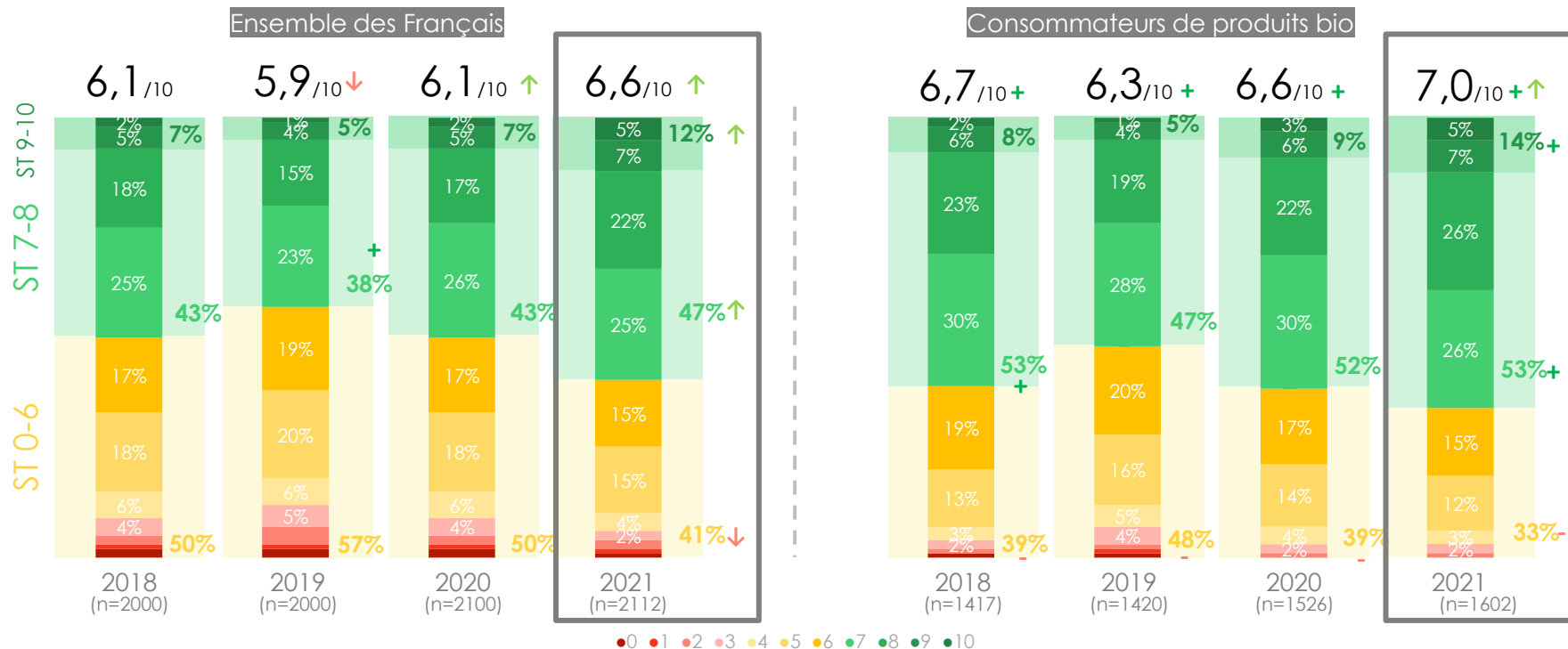
Des habitants de la région Hauts-de-France plus satisfaits du degré d'information concernant l'origine des produits bio, l'impact environnemental et la réglementation de l'agriculture biologique.

ST Oui	REGIONS												
	ENSEMBLE	Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
L'origine des produits biologiques	55%	52%	53%	55%	54%	65%	50%	54%	57%	51%	55%	59%	52%
L'impact sur la santé de l'agriculture biologique (résidus de pesticides, aspects nutritionnels, additifs autorisés)	53%	51%	50%	52%	54%	59%	48%	51%	57%	49%	53%	58%	58%
L'impact environnemental de l'agriculture biologique (qualité de l'eau et des sols, bien-être animal, maintien de la biodiversité et bilan carbone)	52%	48%	51%	49%	45%	62%	46%	51%	60%	50%	50%	58%	55%
Le contrôle des produits biologiques (récurrence des contrôles sur place, traçabilité des produits)	44%	41%	45%	45%	43%	50%	41%	44%	46%	42%	41%	50%	46%
La réglementation en agriculture biologique (les produits concernés, l'encadrement des pratiques, les ingrédients autorisés, et les différences avec les réglementations à l'international)	43%	42%	46%	42%	40%	54%	36%	40%	44%	41%	42%	47%	43%

Q16. Diriez-vous que vous avez assez d'informations concernant... ?

Confiance dans les informations fournies sur les produits biologiques

Un niveau de confiance accordée à l'information reçue en hausse par rapport à 2020 et meilleur encore chez les consommateurs de produits bio.



Q18. Globalement, quelle note de confiance de 0 à 10, donneriez-vous à l'information fournie sur les produits bio. 0 signifiant que vous n'avez pas du tout confiance, 10 que vous avez tout à fait confiance dans l'information fournie. Les notes intermédiaires servent à nuancer votre jugement.



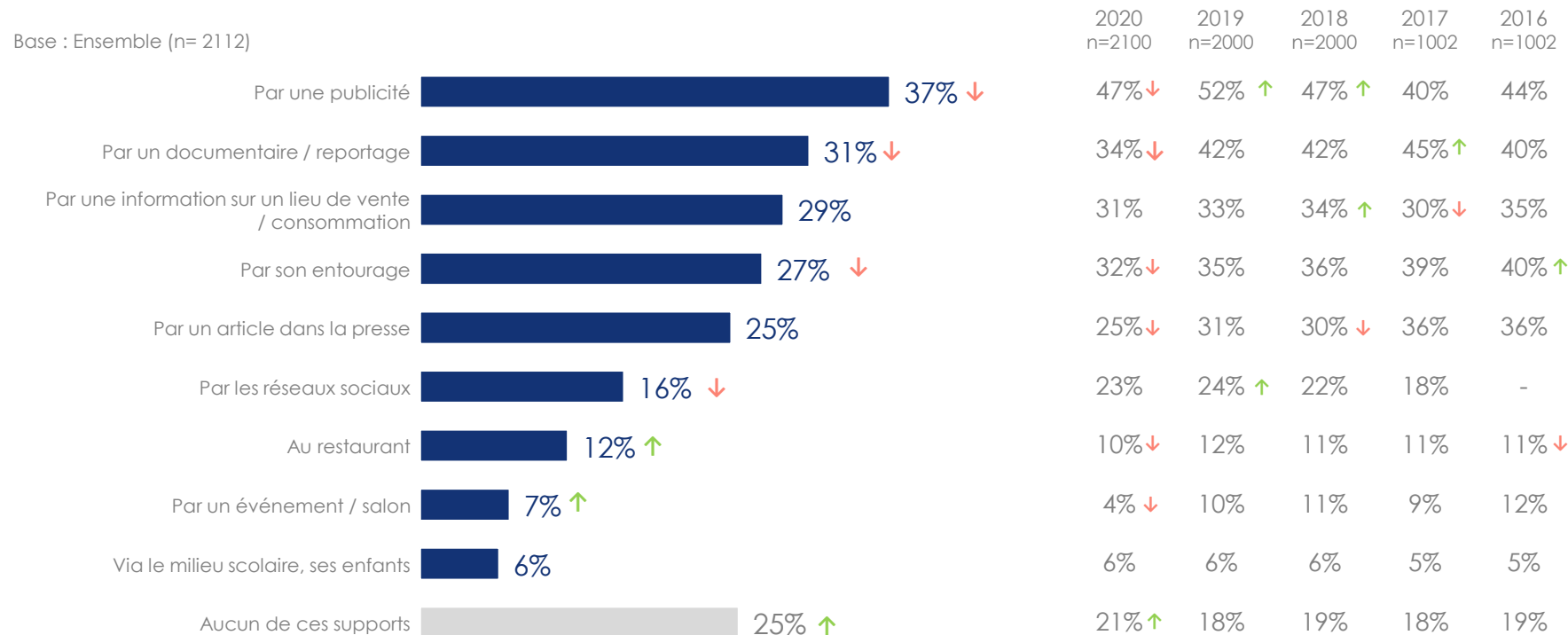
Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre



Différences significatives vs. l'ensemble des Français

Sources d'information

En revanche, on note un recul du « bruit » autour du bio notamment par la publicité, les documentaires ou reportages ou par le bouche à oreille de l'entourage. Une tendance déjà observée en 2020 et qui s'accroît en 2021.



Q13. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous entendu parler de Bio (Agriculture biologique, alimentation biologique...) à travers les supports suivants ?

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre 84

Sources d'information

Des jeunes qui ont davantage entendu parler de bio sur les réseaux sociaux, au restaurant ou lors de salon quand les plus âgés sont plus touchés par les médias traditionnels (publicité, documentaires, presse...)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
ST Via au moins un de ces supports	75%	78%	72%	79%	79%	72%	72%	76%	79%	74%	73%
Par une publicité	37%	40%	35%	32%	37%	35%	35%	44%	37%	34%	39%
Par un documentaire / dans un reportage	31%	34%	28%	27%	27%	26%	33%	38%	30%	26%	34%
Par une information sur un lieu de vente ou de consommation	29%	31%	27%	30%	22%	26%	28%	36%	27%	26%	32%
Par votre entourage	27%	27%	27%	29%	32%	27%	24%	26%	32%	27%	23%
Par un article dans la presse	25%	31%	19%	20%	20%	19%	27%	33%	27%	19%	27%
Par les réseaux sociaux	16%	15%	17%	29%	26%	16%	10%	11%	18%	17%	14%
Au restaurant	12%	12%	11%	17%	19%	12%	9%	7%	15%	14%	8%
Par un événement / lors d'un salon	7%	9%	6%	10%	7%	7%	6%	7%	7%	7%	7%
Via le milieu scolaire, mes enfants	6%	5%	8%	7%	10%	12%	3%	0%	10%	8%	2%
Aucun de ces supports	25%	22%	28%	21%	21%	28%	28%	24%	21%	26%	27%

Q13. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous entendu parler de Bio (Agriculture biologique, alimentation biologique...) à travers les supports suivants ?

Sources d'informations

Peu de différences d'une région à l'autre.

	REGIONS													
	ENSEMBLE	Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse	
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155	
ST Via au moins un de ces supports	75%	74%	77%	72%	70%	76%	74%	77%	77%	74%	76%	76%	75%	
Par une publicité	37%	36%	41%	36%	33%	38%	32%	34%	35%	34%	42%	41%	43%	
Par un documentaire / dans un reportage	31%	31%	30%	25%	33%	29%	30%	33%	30%	30%	36%	33%	25%	
Par une information sur un lieu de vente ou de consommation	29%	30%	33%	25%	27%	22%	25%	33%	26%	26%	33%	30%	33%	
Par votre entourage	27%	26%	26%	27%	20%	29%	26%	28%	35%	25%	24%	33%	24%	
Par un article dans la presse	25%	23%	22%	20%	23%	26%	27%	28%	22%	26%	23%	28%	24%	
Par les réseaux sociaux	16%	15%	12%	12%	11%	23%	11%	18%	16%	18%	15%	17%	17%	
Au restaurant	12%	12%	13%	9%	7%	13%	11%	11%	9%	10%	11%	15%	15%	
Par un événement / lors d'un salon	7%	8%	9%	7%	5%	7%	8%	8%	5%	6%	7%	7%	7%	
Via le milieu scolaire, mes enfants	6%	7%	4%	6%	7%	9%	6%	7%	7%	4%	5%	6%	5%	
Aucun de ces supports	25%	26%	23%	28%	30%	24%	26%	23%	23%	26%	24%	24%	25%	

Q13. Au cours des 12 derniers mois, avez-vous entendu parler de Bio (Agriculture biologique, alimentation biologique...) à travers les supports suivants ?

Les logos, labels et certifications

Le **logo AB** est reconnu par 95% des Français et plus encore chez les femmes (96%), les 50-64 ans (98%) et les CSP+ (97%)

Le **logo Européen** l'est par 58% (en baisse vs. 2020, -7 points) mais est mieux connu des 25-34 ans (64%) et des CSP+ (64%)

→ Deux logos qui sont perçus par les deux tiers des Français comme labelisant des **produits de qualité équivalente** (les consommateurs de produits bio accordant tout de même un peu plus de crédit au logo AB tout comme les CSP+ et les habitants de la région Pays de la Loire)

Au-delà de la reconnaissance du visuel, les Français ont une **bonne connaissance de ce que signifie le logo AB** : 88% le connaissent et 55% déclarent savoir précisément ce qu'il signifie. Il est **le logo le plus connu avec le Label Rouge** (87% le connaissent, 50% précisément). **Suivent les logos en lien avec l'origine des produits** (Viande / Fruits et Légumes de France garantis (75%, 38%) ; AOC (61%, 32%) ; AOP (59%, 30%) ; IPG (58%, 30%)). Le **logo Européen** est lui connu de 47% des Français, 23% savent précisément ce qu'il signifie. Les autres logos sont connus par moins de la moitié des Français, le plus souvent de manière assez floue. Les consommateurs et/ ou acheteurs de produits bio ont une meilleure connaissance des logos de manière générale. Tout comme les CSP+ et les habitants de la région Occitanie et dans une moindre mesure, de Bretagne)

Ces logos, lorsqu'on les connaît, contribuent à donner davantage confiance dans le produit. C'est le cas pour 80% des Français et ce, quel que soit le logo. Ce constat est particulièrement vrai pour le logo AB (39% « donne tout à fait confiance ») et du logo Label Rouge (35%).

Les CSP+ accordent encore plus de confiance au logo AB que l'ensemble des Français (Donne confiance dans 95% des cas, vs. 91%)

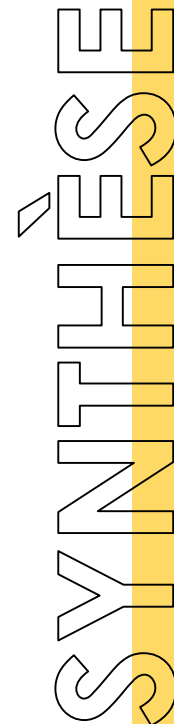
Les plus âgés sont particulièrement confiant à la vue des logos AOC (94% vs. 89%) et AOP (91% vs. 87%) tandis que les 25-34 ans accordent plus de crédit au logo « Viande / Fruits et Légumes de France garantis ». Enfin, les femmes sont plus sensibles aux logos « Bleu Blanc Cœur » (85% vs. 82%) et « Zéro Résidu de Pesticides » (85% vs. 80%).

Enfin, **plus on connaît le logo et ce qu'il signifie précisément, plus on accorde de confiance au produit sur lequel il est apposé.**

Des logos que l'on va avoir tendance à rechercher.

De la même manière, lorsque l'on connaît ces logos, on va être davantage attentifs à leur présence lors de l'achat de produits alimentaires. Cette fois encore, c'est particulièrement le cas du logo AB (76% y sont attentifs, 32% « très attentifs ») et du logo Label Rouge (79%, 30%).

Les consommateurs de produits bio sont plus attentifs à la présence de ces logos que la moyenne des Français. Le logo AB attire tout particulièrement les CSP+. A noter que de manière générale les plus jeunes sont moins attentifs à la présence des logos tout comme les Franciliens.



Les Français et la composition des produits alimentaires

La très grande majorité des Français sont attentifs aux mentions sur la composition des produits qu'ils achètent.

- C'est particulièrement le cas des mentions portant sur la **naturalité de la matière première** (74% des Français y sont attentifs), notamment les mentions « plein air » et « sans huile de palme ». La plupart de ces critères de naturalité étant garantis par le label AB.
- Suivent les mentions sur les **valeurs nutritionnelles** (66%), notamment la mention « sans sucre ajouté » (41%)
- Puis celles portant sur l'absence d'**ajouts artificiels** (65%) (« sans conservateurs », 42% ; « sans colorants artificiels », 41%).

A noter que la mention la plus recherchée par les Français est « l'origine France »

Les plus âgés sont les plus attentifs aux différentes mentions tandis que les plus jeunes sont moins nombreux à y accorder de l'importance (en dehors de ceux portant sur un régime alimentaire spécifique)

Les CSP+ accordent davantage d'attention aux mentions sur la naturalité de la matière 1^{ère} et l'absence d'ajouts artificiels.

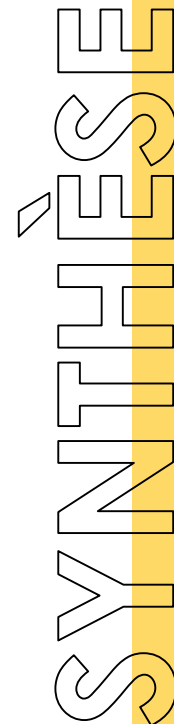
Enfin, **les consommateurs et/ ou acheteurs de produits bio sont logiquement plus attentifs à toutes ces mentions sur la composition des produits qu'ils achètent.**

L'information sur les produits biologiques

Une majorité de Français estime suffisante l'information concernant l'origine des produits biologiques, l'impact sur la santé et sur l'environnement de l'agriculture biologique. En revanche, on note un **certain déficit d'information sur les contrôles des produits bio et la réglementation** en agriculture bio. Une **perception de suffisance de l'information fournie tout de même en hausse** sur tous les sujets par rapport à 2020. Les plus jeunes étant les plus satisfaits de la quantité d'informations reçues.

De même, **la qualité de l'information fournie est mieux évaluée** que l'an passé avec une note moyenne de 6,6/10, atteignant même 7,0/10 chez les consommateurs réguliers de produits bio.

La tendance observée en 2020 de baisse du « bruit » autour du bio se confirme cette année. Les Français en ont moins entendu parler, que ce soit par de la publicité, des documentaires, par l'entourage ou encore sur les réseaux sociaux.



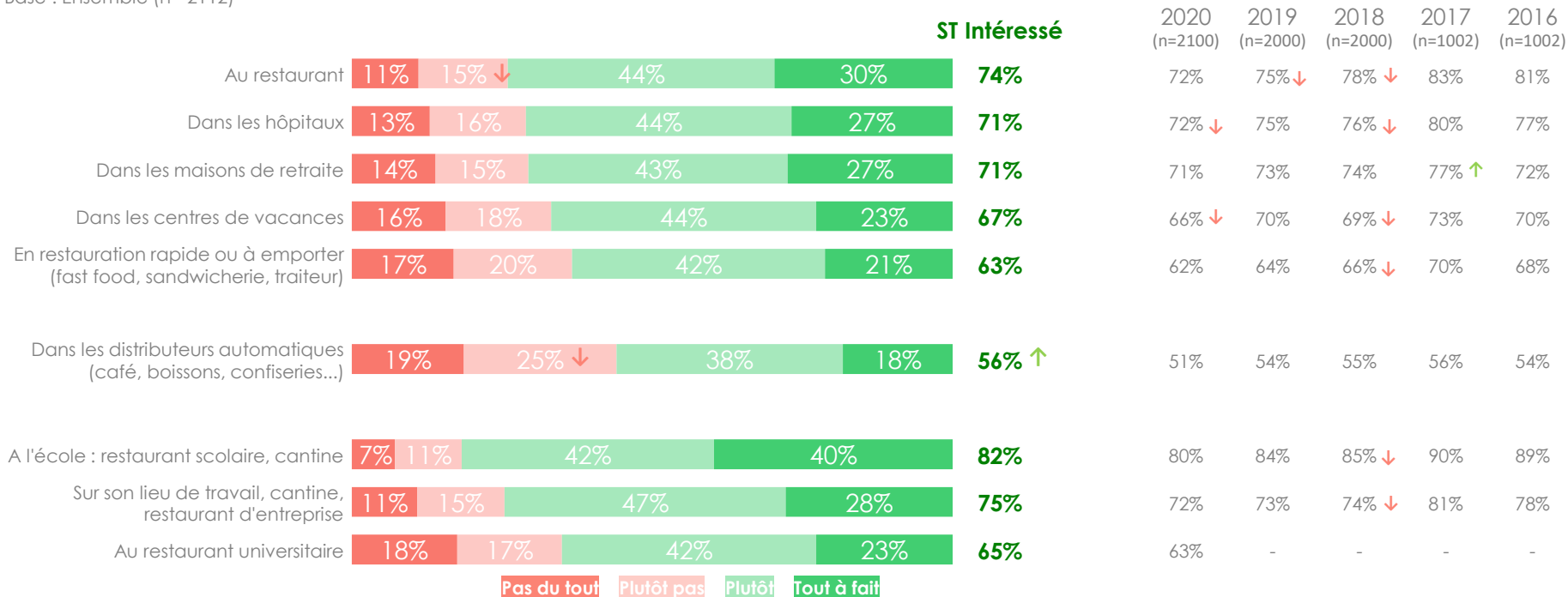
Les attentes vis-à-vis des lieux de distribution

1.7

Intérêt pour les produits bios hors domicile

Peu d'évolution dans les attentes de produits biologiques hors domicile qui restent élevés pour la plupart des lieux.

Base : Ensemble (n= 2112)



Q20. D'une manière générale, êtes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques... ?

Intérêt pour les produits bios hors domicile

Des attentes plus marquées chez les femmes, les 25-34 ans et les CSP+.

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
A l'école : restaurant scolaire, cantine	82%	78%	84%	77%	85%	84%	73%	100%	84%	80%	81%
Sur votre lieu de travail, à la cantine ou restaurant d'entreprise	75%	72%	77%	77%	80%	75%	69%	73%	78%	71%	
Au restaurant	74%	71%	76%	77%	80%	79%	74%	64%	81%	76%	67%
Dans les hôpitaux	71%	67%	75%	73%	78%	72%	70%	65%	78%	73%	65%
Dans les maisons de retraite	71%	68%	73%	72%	78%	72%	70%	65%	75%	73%	65%
Dans les centres de vacances	67%	63%	70%	68%	75%	73%	63%	59%	75%	68%	60%
Au restaurant universitaire	65%	60%	69%	72%	75%	70%	62%	54%	71%	69%	58%
En restauration rapide ou à emporter	63%	59%	68%	70%	74%	69%	61%	51%	72%	67%	54%
Dans les distributeurs automatiques	56%	52%	60%	64%	69%	61%	52%	44%	63%	61%	47%

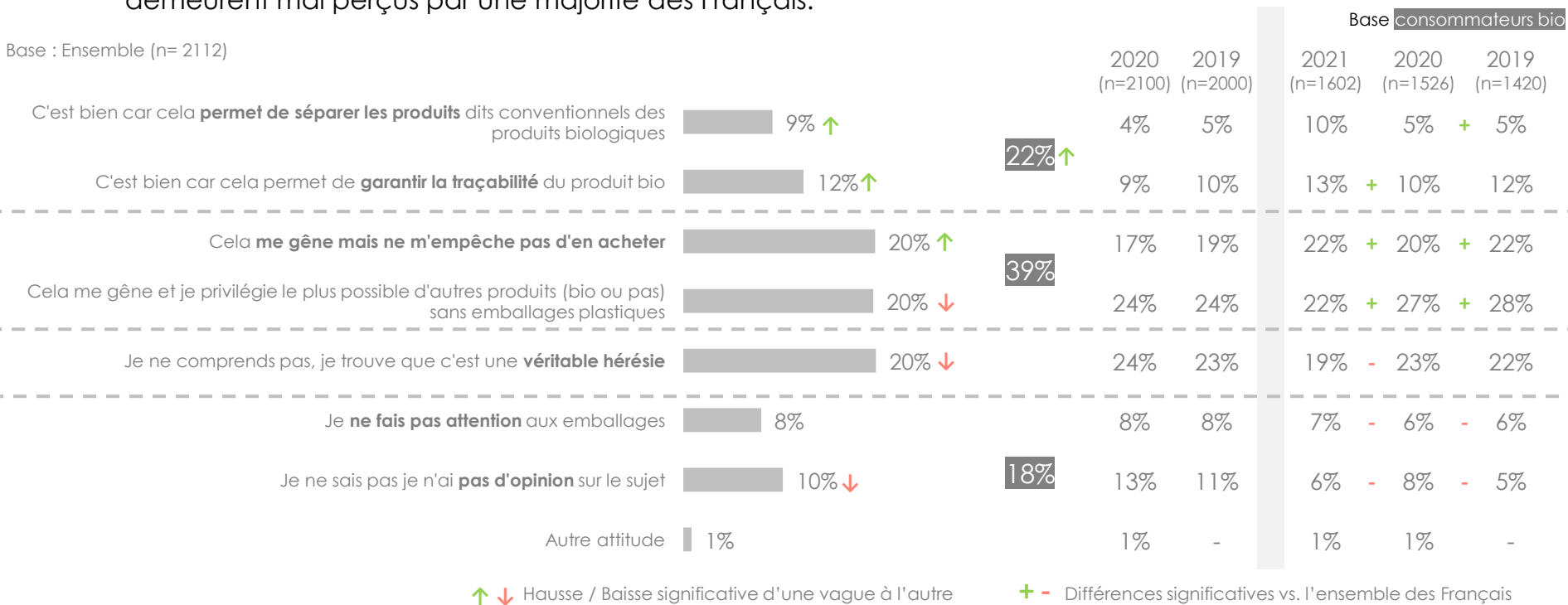
	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
A l'école : restaurant scolaire, cantine	82%	79%	70%	75%	78%	88%	73%	80%	75%	78%	90%	86%	86%
Sur votre lieu de travail, à la cantine ou restaurant d'entreprise	75%	78%	67%	70%	66%	81%	70%	71%	76%	75%	71%	74%	83%
Au restaurant	74%	76%	68%	70%	72%	82%	67%	73%	76%	69%	74%	75%	78%
Dans les hôpitaux	71%	74%	68%	67%	65%	73%	62%	71%	72%	67%	73%	72%	79%
Dans les maisons de retraite	71%	73%	72%	66%	63%	75%	63%	68%	74%	64%	71%	75%	76%
Dans les centres de vacances	67%	67%	66%	65%	62%	73%	64%	66%	67%	59%	67%	68%	73%
Au restaurant universitaire	65%	66%	64%	60%	60%	70%	58%	63%	66%	60%	65%	68%	73%
En restauration rapide ou à emporter	63%	65%	60%	63%	55%	73%	58%	61%	60%	59%	61%	64%	72%
Dans les distributeurs automatiques	56%	57%	52%	52%	46%	64%	51%	55%	57%	53%	57%	56%	61%

Q20. D'une manière générale, êtes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques... ?

Perception des emballages plastiques sur des produits biologiques

Une hausse de la perception d'utilité / de praticité des emballages plastiques pour séparer les produits biologiques des produits dit conventionnels ou pour garantir une traçabilité. Des emballages plastiques qui demeurent mal perçus par une majorité des Français.

Base : Ensemble (n= 2112)



Q19bis. Certains produits biologiques sont vendus sous des emballages plastiques. Parmi les attitudes suivantes, de laquelle vous sentez-vous la plus proche ?

Perception des emballages plastiques sur des produits biologiques

Les jeunes sont les plus positifs à l'égard des emballages plastiques, tout comme les CSP-.

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
ST Bien	22%	22%	21%	39%	29%	24%	18%	10%	23%	28%	16%
C'est bien, car cela permet de séparer les produits dits conventionnels des produits biologiques	9%	10%	9%	22%	12%	10%	7%	3%	10%	11%	7%
C'est bien, car cela permet de garantir la traçabilité du produit bio	12%	12%	12%	16%	17%	14%	11%	7%	13%	16%	9%
ST Gênant	39%	39%	40%	36%	42%	39%	38%	41%	45%	36%	38%
Cela me gêne mais ne m'empêche pas d'en acheter	20%	21%	19%	14%	21%	22%	20%	18%	25%	18%	17%
Cela me gêne et je privilégie le plus possible d'autres produits (bio ou pas) sans emballages plastiques	20%	18%	21%	22%	21%	16%	19%	22%	20%	18%	21%
Je ne comprends pas, je trouve que c'est une véritable hérésie	20%	19%	20%	10%	14%	21%	22%	24%	20%	18%	21%
ST Sans opinion	18%	19%	18%	14%	15%	15%	21%	23%	11%	18%	24%
Je ne fais pas attention aux emballages	8%	9%	8%	3%	6%	8%	9%	11%	5%	8%	11%
Je ne sais pas / je n'ai pas d'opinion sur ce sujet	10%	10%	10%	11%	10%	7%	12%	12%	6%	10%	13%
Autre attitude	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	1%	1%	1%	1%

Q19bis. Certains produits biologiques sont vendus sous des emballages plastiques. Parmi les attitudes suivantes, de laquelle vous sentez-vous la plus proche ?

Perception des emballages plastiques sur des produits biologiques

Peu de différences d'une région à l'autre.

	REGIONS													
	ENSEMBLE	Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse	
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155	
ST Bien	22%	25%	25%	22%	19%	25%	20%	19%	24%	20%	19%	21%	17%	
C'est bien, car cela permet de séparer les produits dits conventionnels des produits biologiques	9%	13%	8%	5%	5%	13%	8%	9%	6%	9%	9%	10%	5%	
C'est bien, car cela permet de garantir la traçabilité du produit bio	12%	12%	17%	17%	14%	12%	12%	10%	18%	11%	10%	11%	12%	
ST Gênant	39%	38%	36%	32%	39%	41%	40%	41%	40%	42%	37%	42%	40%	
Cela me gêne mais ne m'empêche pas d'en acheter	20%	20%	19%	17%	21%	22%	22%	14%	17%	20%	17%	23%	19%	
Cela me gêne et je privilégie le plus possible d'autres produits (bio ou pas) sans emballages plastiques	20%	18%	17%	16%	18%	18%	18%	26%	23%	22%	21%	19%	21%	
Je ne comprends pas, je trouve que c'est une véritable hérésie	20%	15%	17%	21%	21%	16%	21%	18%	21%	21%	30%	18%	24%	
ST Sans opinion	18%	21%	22%	23%	20%	17%	19%	20%	15%	16%	13%	18%	18%	
Je ne fais pas attention aux emballages	8%	10%	8%	12%	6%	9%	5%	10%	4%	6%	8%	8%	9%	
Je ne sais pas / je n'ai pas d'opinion sur ce sujet	10%	11%	14%	12%	14%	8%	13%	10%	11%	10%	5%	10%	9%	
Autre attitude	1%	1%		1%		1%	1%	1%		1%	1%	1%	1%	

Q19bis. Certains produits biologiques sont vendus sous des emballages plastiques. Parmi les attitudes suivantes, de laquelle vous sentez-vous la plus proche ?

Les attentes des Français vis-à-vis des produits biologiques

Les attentes restent fortes en ce qui concerne la proposition de produits biologique en « hors domicile ».

- C'est particulièrement vrai dans les **cantines et restauration scolaire** : 82% des Français espèrent y trouver des repas constitués de produits biologiques, 40% se déclarent « très intéressés »
- C'est également le cas sur son lieu de travail : 75% des actifs se disent intéressés, 28% « très intéressés »
- Ou encore au restaurant : 74% des Français intéressés, 30% « très intéressés »

A noter cette année un regain d'intérêt pour une offre de produits biologiques dans les distributeurs automatiques (56%, +5 points)

L'intérêt pour une offre de produits biologiques hors domicile est particulièrement marqué chez les femmes, les 25-34 ans et 35-49 ans et les CSP+. Les plus jeunes présentent un intérêt plus important pour une offre bio en restaurant universitaire, en restauration rapide ou dans les distributeurs automatiques. A l'inverse les 65 ans et plus sont moins intéressés par une offre bio hors domicile.

Par ailleurs, **si les emballages plastiques restent majoritairement mal perçus, on note un regain d'attrait pour leur côté pratique.**

- 39% des Français se disent gênés lorsque des produits biologiques sont vendus sous emballages plastiques.
- 20% estiment que cela est une hérésie

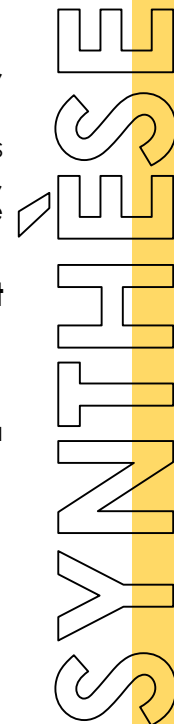
Mais dans cette majorité, on note un recul des plus « extrémistes », ceux pour qui l'emballage plastique est un frein à l'achat du produit et qui se tourneront vers un autre produit, qu'il soit bio ou non :

- ▶ « Cela me gêne et je privilégie le plus possible d'autres produits (bio ou pas) sans emballages plastiques » : 20%, -4 points
- ▶ « Je ne comprends pas, je trouve que c'est une véritable hérésie » 20%, -4 points

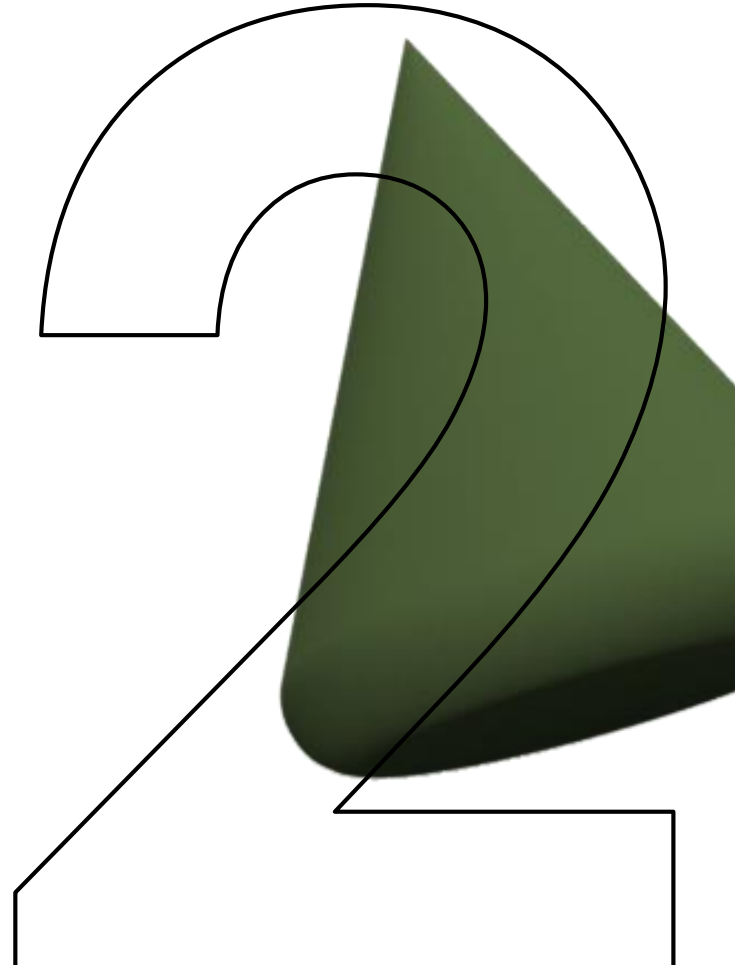
En parallèle, on note une hausse de la part des Français qui trouve du positif à ces emballages :

- ▶ « C'est bien car cela permet de séparer les produits dits conventionnels des produits biologiques » : 9%, +5 points
- ▶ « C'est bien car cela permet de garantir la traçabilité du produit bio » : 12%, +3 points

Un côté pratique particulièrement salué chez les plus jeunes (39% des 18-24 ans se retrouvent dans l'une ou l'autre des ces affirmations »)



Les consommateurs de produits biologiques



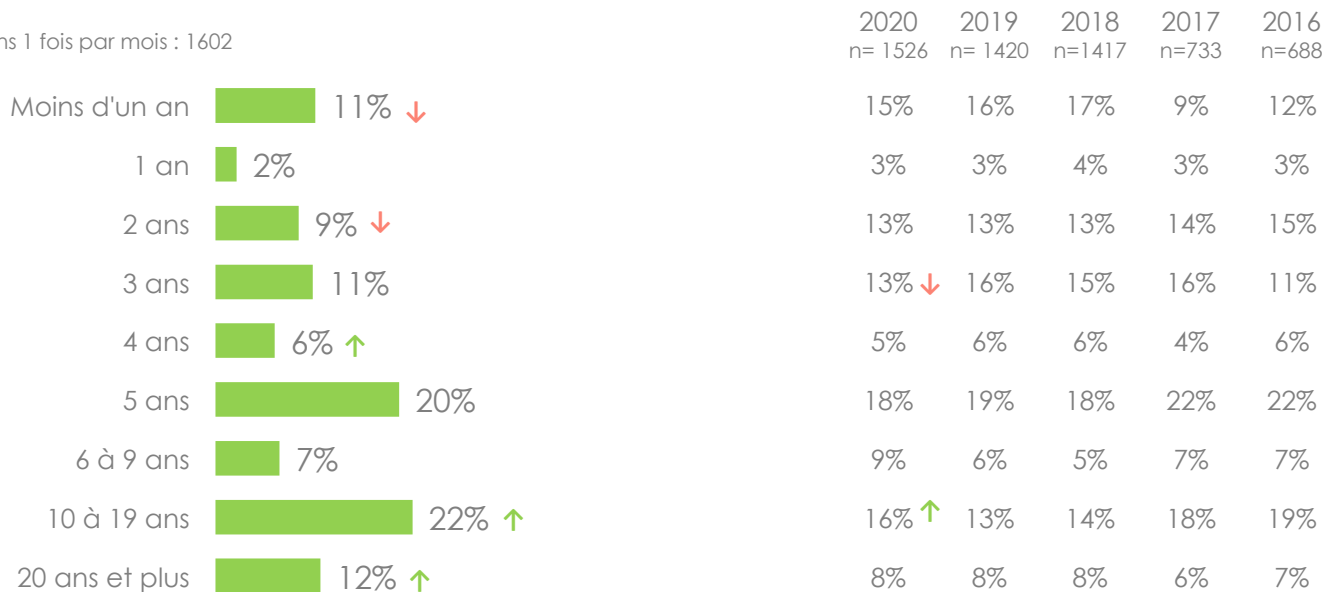
Profils des consommateurs de produits biologiques

2.1

Ancienneté globale de consommation de produits biologiques

Une consommation de produits biologiques plus ancienne : moins de recrutement et des consommateurs de produits bio plus expérimentés.

Base : Consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1602



Ancienneté moyenne 10 ans ↑

7 ans 7 ans 7 ans 7 ans 7 ans

Consommateurs depuis 2 ans ou moins 22% ↓

32% 32% 34% 27% 29%

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

Ancienneté globale de consommation de produits biologiques

Des « convertis » plus souvent jeunes ou CSP- tandis que la consommation de produits biologiques est plus installée chez les plus de 50 ans.

Base : Consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1602

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	1602	740	862	175	233	410	381	403	547	451	604
Consommateurs depuis 2 ans ou moins	22%	19%	25%	44%	33%	22%	14%	16%	16%	32%	21%
Moins d'un an	11%	9%	12%	19%	18%	9%	8%	9%	7%	14%	12%
1 an	2%	1%	3%	7%	3%	2%	1%	1%	1%	4%	2%
2 ans	9%	9%	10%	18%	12%	11%	5%	6%	8%	14%	7%
3 ans	11%	9%	12%	13%	15%	11%	7%	10%	10%	12%	10%
4 ans	6%	7%	6%	5%	11%	6%	6%	5%	7%	7%	6%
5 ans	20%	21%	20%	16%	18%	23%	22%	18%	25%	19%	17%
6 à 9 ans	7%	7%	7%	5%	9%	8%	7%	6%	6%	8%	7%
10 à 19 ans	22%	25%	19%	10%	8%	22%	30%	27%	23%	16%	25%
20 ans et plus	12%	12%	11%	7%	6%	8%	15%	18%	12%	7%	15%
Ancienneté moyenne	10	10	9	6	6	8	11	13	9	8	11

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

Ancienneté globale de consommation de produits biologiques

D'avantage de recrutements en Normandie, en Centre-Val de Loire tandis que les habitants de la région Occitanie sont des consommateurs plus anciens.

Base : Consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1602

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	1602	292	93	83	91	139	119	101	101	139	140	178	126
Consommateurs depuis 2 ans ou moins	22%	24%	31%	24%	32%	23%	20%	20%	26%	22%	16%	21%	19%
Moins d'un an	11%	13%	19%	8%	17%	9%	12%	11%	12%	11%	10%	8%	8%
1 an	2%	2%	4%		2%	2%	2%		2%	4%		6%	2%
2 ans	9%	10%	8%	16%	13%	11%	6%	9%	12%	7%	6%	7%	10%
3 ans	11%	10%	10%	14%	10%	12%	10%	10%	10%	9%	8%	14%	10%
4 ans	6%	9%		5%	4%	8%	8%	10%	5%	4%	4%	6%	7%
5 ans	20%	26%	16%	19%	20%	18%	24%	19%	19%	20%	18%	13%	22%
6 à 9 ans	7%	5%	8%	9%	7%	10%	7%	7%	4%	4%	11%	7%	7%
10 à 19 ans	22%	17%	21%	15%	16%	16%	20%	27%	21%	24%	29%	26%	25%
20 ans et plus	12%	7%	14%	14%	10%	12%	10%	7%	14%	17%	14%	13%	11%
Ancienneté moyenne	10	8	13	10	10	10	9	8	11	11	11	10	9

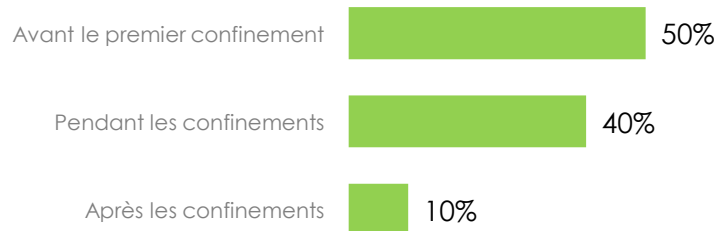
Q26. Depuis combien de temps consommez-vous des produits biologiques ?

Confinement et consommation de produits bio

Une majorité des consommateurs récents avait entamé leur conversion avant le 1^{er} confinement mais cette période a tout de même été un moment propice pour débiter la consommation de produits biologiques, notamment chez les 35-49 ans et les CSP-.

Base : Consommateurs bio depuis moins de 2 ans : 365

Ont commencé à consommer des produits bio...



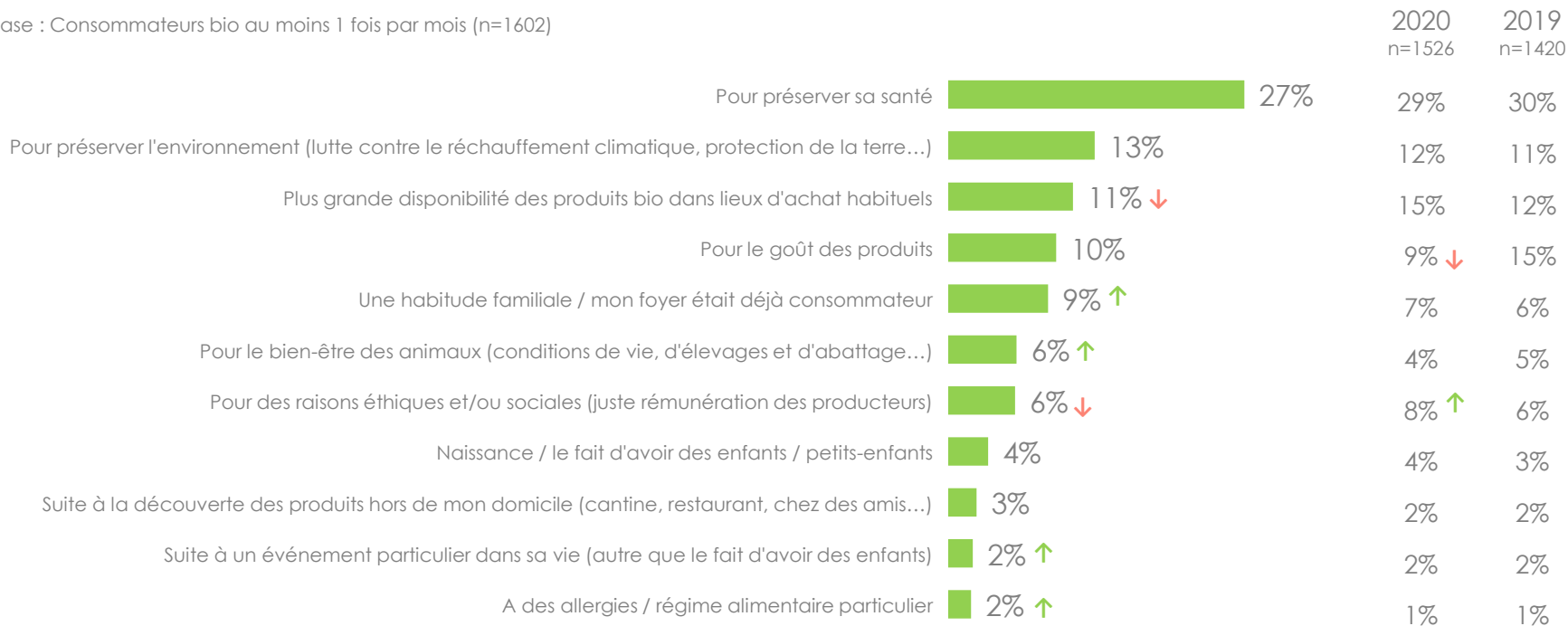
	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	365	147	218	79	80	90	53	63	96	143	126
Avant le premier confinement	50%	51%	50%	46%	52%	44%	52%	61%	54%	42%	57%
Pendant les confinements	40%	41%	39%	43%	37%	49%	35%	29%	39%	47%	32%
Après les confinements	10%	8%	11%	11%	11%	6%	13%	11%	8%	11%	11%

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

Les premières raisons de consommation de produits biologiques

La 1^{ère} motivation à la consommation de produits biologiques reste la préservation de sa santé.

Base : Consommateurs bio au moins 1 fois par mois (n=1602)



Q27a. Abordons maintenant les raisons qui vous incitent ou vous ont incité à consommer des produits biologiques.

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

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

Les premières raisons de consommation de produits biologiques

Une motivation « santé » plus forte encore chez les plus âgés.

Base : Consommateurs bio au moins 1 fois par mois (n=1602)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	1602	740	862	175	233	410	381	403	547	451	604
ST Au moins une de ces raisons	96%	96%	95%	94%	97%	96%	96%	95%	97%	94%	95%
Pour préserver votre santé	27%	25%	28%	18%	25%	26%	27%	33%	25%	23%	32%
Pour préserver l'environnement (lutte contre le réchauffement climatique, protection de la terre ...)	13%	13%	13%	14%	14%	16%	14%	9%	16%	13%	11%
Parce que j'ai trouvé les produits bio dans mes lieux d'achat habituel	11%	14%	9%	2%	8%	11%	12%	17%	10%	10%	13%
Pour le goût des produits	10%	10%	9%	8%	10%	8%	13%	9%	11%	10%	9%
Une habitude familiale /mon foyer était déjà consommateur	9%	10%	8%	13%	6%	7%	11%	9%	9%	9%	9%
Pour le bien-être des animaux (conditions de vie, d'élevage et d'abattage)	6%	4%	8%	10%	5%	7%	7%	4%	6%	7%	5%
Pour des raisons éthiques et/ou sociales (juste rémunération des producteurs, ...)	6%	6%	6%	8%	7%	6%	4%	7%	6%	7%	5%
Suite à une naissance dans votre famille, le fait d'avoir des enfants / petits-enfants	4%	2%	5%	5%	6%	5%	2%	1%	5%	5%	2%
Suite à la découverte des produits hors de mon domicile (cantine, restaurant, chez des amis ...)	3%	3%	2%	6%	6%	1%	2%	0%	4%	3%	1%
Suite à un événement particulier dans votre vie (autre que le fait d'avoir des enfants)	2%	3%	2%	2%	4%	3%	1%	2%	3%	2%	2%
Parce que vous avez eu des allergies ou suiviez un régime alimentaire particulier	2%	2%	2%	6%	3%	3%	1%	0%	2%	3%	1%
Autres	2%	3%	2%	2%	1%	1%	3%	4%	2%	1%	4%
Aucune de ces raisons	4%	4%	5%	6%	3%	4%	4%	5%	3%	6%	5%

Q27a. Abordons maintenant les raisons qui vous incitent ou vous ont incité à consommer des produits biologiques.

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

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

Les premières raisons de consommation de produits biologiques

Assez peu de différences d'une région à l'autre.

Base : Consommateurs bio au moins 1 fois par mois (n=1602)

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	1602	292	93	83	91	139	119	101	101	139	140	178	126
ST Au moins une de ces raisons	96%	94%	97%	95%	93%	96%	97%	95%	97%	95%	95%	96%	97%
Pour préserver votre santé	27%	26%	24%	27%	27%	26%	28%	25%	32%	27%	26%	28%	29%
Pour préserver l'environnement (lutte contre le réchauffement climatique, protection de la terre ...)	13%	12%	22%	11%	17%	14%	14%	14%	8%	13%	15%	13%	13%
Parce que j'ai trouvé les produits bio dans mes lieux d'achat habituel	11%	12%	9%	15%	14%	11%	9%	12%	8%	13%	9%	12%	12%
Pour le goût des produits	10%	11%	9%	9%	10%	9%	11%	10%	10%	7%	11%	10%	9%
Une habitude familiale / mon foyer était déjà consommateur	9%	9%	7%	11%	9%	7%	10%	10%	11%	14%	9%	8%	7%
Pour le bien-être des animaux (conditions de vie, d'élevage et d'abattage)	6%	4%	7%	7%	3%	12%	6%	5%	4%	3%	3%	10%	9%
Pour des raisons éthiques et/ou sociales (juste rémunération des producteurs, ...)	6%	9%	7%		6%	4%	6%	6%	6%	6%	8%	3%	7%
Suite à une naissance dans votre famille, le fait d'avoir des enfants / petits-enfants	4%	3%	3%	1%	4%	3%	4%	6%	3%	4%	2%	5%	5%
Suite à la découverte des produits hors de mon domicile (cantine, restaurant, chez des amis ...)	3%	3%	2%	3%	1%	6%	2%	4%	2%	1%	3%	2%	1%
Suite à un événement particulier dans votre vie (autre que le fait d'avoir des enfants)	2%	1%	1%	7%		5%	2%	1%	5%	4%	1%	2%	1%
Parce que vous avez eu des allergies ou suiviez un régime alimentaire particulier	2%	3%	5%	5%	1%		4%	2%	3%		3%	2%	
Autres	2%	2%	1%			1%	1%	1%	4%	2%	6%	3%	3%
Aucune de ces raisons	4%	6%	3%	5%	7%	4%	3%	5%	3%	5%	5%	4%	3%

Q27a. Abordons maintenant les raisons qui vous incitent ou vous ont incité à consommer des produits biologiques.

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

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

Les premières raisons de consommation de produits biologiques

	ENSEMBLE	Ancienneté de consommation de produits bio									
		Conso. depuis 2 ans ou moins	Moins d'un an	1 an	2 ans	3 ans	4 ans	5 ans	6 à 9 ans	10 à 19 ans	20 ans et plus
Base	1602	365	179	36	150	170	96	326	113	345	187
ST Au moins une de ces raisons	96%	87%	82%	88%	94%	98%	99%	97%	99%	98%	98%
Pour préserver votre santé	27%	20%	17%	22%	23%	34%	22%	27%	35%	31%	24%
Pour préserver l'environnement (lutte contre le réchauffement climatique, protection de la terre ...)	13%	12%	9%	14%	15%	14%	16%	16%	15%	14%	7%
Parce que j'ai trouvé les produits bio dans mes lieux d'achat habituel	11%	11%	10%	3%	14%	15%	12%	13%	11%	12%	4%
Pour le goût des produits	10%	8%	8%	8%	8%	8%	12%	11%	11%	11%	7%
Une habitude familiale /mon foyer était déjà consommateur	9%	5%	3%	3%	7%	4%	3%	4%	4%	11%	35%
Pour le bien-être des animaux (conditions de vie, d'élevage et d'abattage)	6%	7%	7%	14%	4%	9%	9%	5%	6%	6%	4%
Pour des raisons éthiques et/ou sociales (juste rémunération des producteurs, ...)	6%	7%	9%	6%	5%	4%	6%	8%	5%	5%	5%
Suite à une naissance dans votre famille, le fait d'avoir des enfants / petits-enfants	4%	5%	4%	9%	5%	2%	5%	3%	5%	2%	4%
Suite à la découverte des produits hors de mon domicile (cantine, restaurant, chez des amis ...)	3%	4%	4%		4%	2%	6%	3%	2%	2%	
Suite à un événement particulier dans votre vie (autre que le fait d'avoir des enfants)	2%	2%	1%	2%	4%	2%	3%	3%	3%	1%	2%
Parce que vous avez eu des allergies ou suiviez un régime alimentaire particulier	2%	4%	5%	8%	2%	1%	2%	2%	2%	1%	1%
Autres	2%	3%	3%		3%	2%	3%	1%		2%	6%
Aucune de ces raisons	4%	13%	18%	12%	6%	2%	1%	3%	1%	2%	2%

Base : Consommateurs bio au moins 1 fois par mois (n=1602)

Q27a. Abordons maintenant les raisons qui vous incitent ou vous ont incité à consommer des produits biologiques.

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

↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

Raisons de consommation **actuelle** de produits biologiques

Si la préservation de sa santé reste le motif principal de conversion, on note un recul de cette motivation pour consommer des produits bio aujourd'hui. Recul également observé sur la disponibilité dans les lieux d'achat ou pour des raisons éthiques (items qui avaient fortement augmenté en 2020)

Base : Consommateurs bio au moins 1 fois par mois (n=1 602)



↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

Q27b. Et aujourd'hui, quelles sont toutes les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques ?

Raisons de consommation **actuelle** de produits biologiques

Des raisons de consommation de produits bio très variables, notamment selon l'âge : les plus âgés cherchant davantage à préserver leur santé ou l'environnement tandis que les plus jeunes en consomment davantage par habitude ou en raison de leur plus grande accessibilité en hors domicile.

Base : Consommateurs bio au moins 1 fois par mois (n=1602)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE				CSP			
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	1602	740	862	175	233	410	381	403	547	451	604
ST Au moins une de ces raisons	95%	95%	96%	95%	96%	96%	96%	93%	98%	94%	94%
Pour préserver votre santé	53%	49%	56%	37%	48%	50%	55%	62%	51%	46%	59%
Pour préserver l'environnement (lutte contre le réchauffement climatique, protection de la terre ...)	46%	45%	46%	35%	39%	45%	52%	50%	49%	39%	47%
Pour le goût des produits	34%	32%	35%	26%	31%	34%	39%	34%	37%	32%	33%
Une plus grande disponibilité des produits bio dans mes lieux d'achat habituel	32%	33%	31%	22%	21%	29%	37%	42%	31%	26%	37%
Pour le bien-être des animaux (conditions de vie, d'élevage et d'abattage)	31%	27%	34%	30%	28%	31%	34%	29%	30%	31%	30%
Pour des raisons éthiques et/ou sociales (juste rémunération des producteurs...)	28%	29%	28%	23%	27%	27%	32%	30%	29%	27%	29%
Une habitude familiale / foyer est déjà consommateur	18%	18%	18%	25%	14%	17%	17%	18%	19%	16%	18%
Le fait d'avoir des enfants / petits-enfants	15%	13%	17%	10%	15%	21%	11%	15%	18%	15%	13%
Une plus grande accessibilité des produits bio hors domicile (dans les cantines, dans la restauration ...)	15%	16%	14%	23%	18%	16%	13%	12%	18%	15%	13%
Suite à un événement particulier dans votre vie (autre que le fait d'avoir des enfants)	5%	5%	6%	12%	11%	5%	2%	3%	6%	7%	4%
Parce que vous avez des allergies ou suivez un régime alimentaire particulier	5%	3%	7%	8%	10%	6%	2%	2%	5%	7%	4%
Autres	1%	2%	1%	1%	0%	1%	2%	2%	1%	0%	2%
Aucune de ces raisons	5%	5%	4%	5%	4%	4%	4%	7%	2%	6%	6%

Q27b. Et aujourd'hui, quelles sont toutes les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques ?



Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

Raisons de consommation **actuelle** de produits biologiques

Un enjeu santé encore plus important en Auvergne-Rhône-Alpes. Les habitants des régions Occitanie et Pays de la Loire sont également très fortement motivés par un enjeu environnemental.

Base : Consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1602

	REGIONS												
	ENSEMBLE	Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	1602	292	93	83	91	139	119	101	101	139	140	178	126
ST Au moins une de ces raisons	95%	94%	94%	96%	93%	95%	96%	95%	95%	95%	95%	96%	97%
Pour préserver votre santé	53%	50%	47%	46%	47%	48%	51%	58%	56%	52%	53%	61%	56%
Pour préserver l'environnement (lutte contre le réchauffement climatique, protection de la terre ...)	46%	40%	43%	48%	43%	39%	48%	57%	41%	50%	56%	45%	46%
Pour le goût des produits	34%	32%	22%	37%	32%	34%	29%	42%	33%	34%	40%	34%	38%
Une plus grande disponibilité des produits bio dans mes lieux d'achat habituel	32%	33%	28%	29%	33%	29%	35%	34%	30%	29%	42%	30%	29%
Pour le bien-être des animaux (conditions de vie, d'élevage et d'abattage)	31%	26%	34%	32%	33%	22%	34%	29%	27%	34%	39%	30%	35%
Pour des raisons éthiques et/ou sociales (juste rémunération des producteurs...)	28%	24%	34%	25%	24%	24%	26%	40%	33%	30%	32%	26%	33%
Une habitude familiale / foyer est déjà consommateur	18%	13%	15%	14%	17%	15%	16%	21%	22%	22%	22%	22%	15%
Le fait d'avoir des enfants / petits-enfants	15%	12%	13%	16%	12%	22%	12%	15%	9%	13%	18%	15%	24%
Une plus grande accessibilité des produits bio hors domicile (dans les cantines, dans la restauration ...)	15%	16%	12%	14%	17%	13%	12%	15%	9%	14%	19%	15%	20%
Suite à un événement particulier dans votre vie (autre que le fait d'avoir des enfants)	5%	7%	3%	2%	8%	5%	8%	5%	3%	6%	2%	7%	4%
Parce que vous avez des allergies ou suivez un régime alimentaire particulier	5%	8%	1%	5%		4%	11%	7%	2%	2%	4%	5%	4%
Autres	1%	1%	1%	1%	2%	1%	2%			2%	2%	1%	1%
Aucune de ces raisons	5%	6%	6%	4%	7%	5%	4%	5%	5%	5%	5%	4%	3%

Q27b. Et aujourd'hui, quelles sont toutes les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques ?



↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

Raisons de consommation **actuelle** de produits biologiques

Les consommateurs les plus anciens argumentent davantage leurs choix de consommer des produits biologiques tandis que les consommateurs les plus récents expriment moins de motivations.

Base : Consommateurs bio au moins 1 fois par mois : 1602

	ENSEMBLE	Ancienneté de consommation de produits bio									
		Conso. depuis 2 ans ou moins	Moins d'un an	1 an	2 ans	3 ans	4 ans	5 ans	6 à 9 ans	10 à 19 ans	20 ans et plus
Base	1602	365	179	36	150	170	96	326	113	345	187
ST Au moins une de ces raisons	95%	87%	82%	88%	94%	98%	100%	97%	97%	97%	97%
Pour préserver votre santé	53%	36%	26%	39%	46%	59%	50%	52%	69%	60%	58%
Pour préserver l'environnement (lutte contre le réchauffement climatique, protection de la terre ...)	46%	28%	23%	24%	34%	47%	49%	49%	59%	53%	50%
Pour le goût des produits	34%	22%	18%	18%	28%	32%	40%	36%	40%	39%	38%
Une plus grande disponibilité des produits bio dans mes lieux d'achat habituel	32%	21%	17%	12%	27%	31%	32%	33%	36%	42%	30%
Pour le bien-être des animaux (conditions de vie, d'élevage et d'abattage)	31%	23%	21%	24%	26%	35%	33%	30%	31%	36%	29%
Pour des raisons éthiques et/ou sociales (juste rémunération des producteurs...)	28%	18%	15%	13%	22%	28%	26%	31%	35%	36%	28%
Une habitude familiale / foyer est déjà consommateur	18%	9%	10%	3%	9%	13%	14%	13%	12%	24%	43%
Le fait d'avoir des enfants / petits-enfants	15%	10%	9%	9%	11%	14%	19%	19%	18%	16%	15%
Une plus grande accessibilité des produits bio hors domicile (dans les cantines, dans la restauration ...)	15%	15%	12%	24%	15%	14%	25%	15%	15%	16%	11%
Suite à un événement particulier dans votre vie (autre que le fait d'avoir des enfants)	5%	9%	8%	15%	8%	7%	6%	4%	5%	4%	2%
Parce que vous avez des allergies ou suivez un régime alimentaire particulier	5%	4%	6%		3%	7%	11%	6%	5%	4%	4%
Autres	1%	1%	2%		1%	1%	1%		2%	1%	4%
Aucune de ces raisons	5%	13%	18%	12%	6%	2%		3%	3%	3%	3%

Q27b. Et aujourd'hui, quelles sont toutes les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques ?

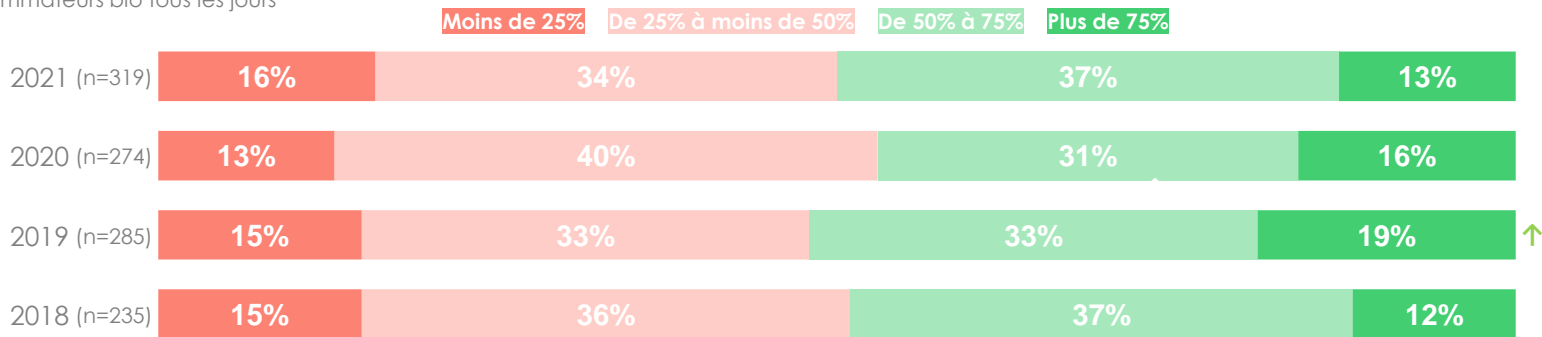


Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

Volume de la consommation alimentaire bio dans la consommation quotidienne

Une volumétrie consacré au bio relativement stable vs. 2020 mais un recul tendanciel depuis 3 ans de la part des consommateurs accordant plus de 75% de leur consommation alimentaire aux produits bio.

Base : Consommateurs bio tous les jours



↑ ↓ Hausse / Baisse significative d'une vague à l'autre

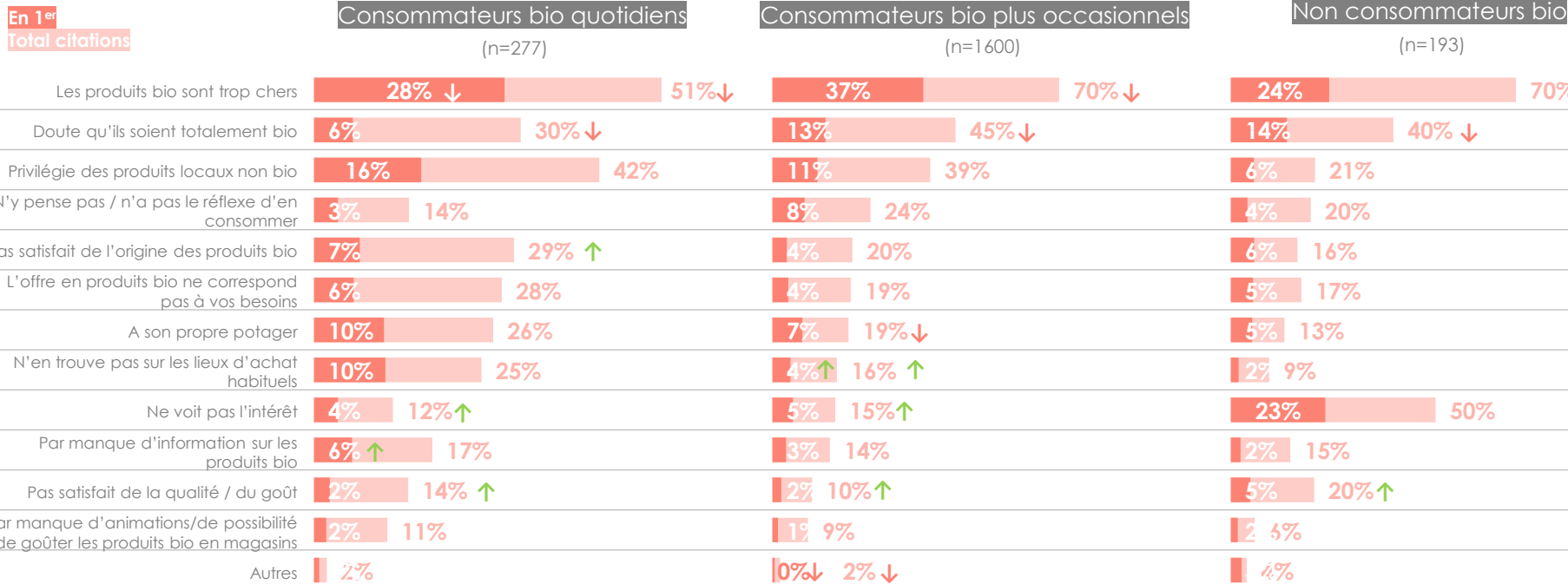
	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	319	134	185	47	55	69	53	95	112	81	126
ST Moins de la moitié	50%	55%	46%	68%	51%	47%	42%	48%	53%	46%	50%
Moins de 25%	16%	16%	15%	30%	15%	14%	11%	13%	16%	12%	18%
De 25% à moins de 50%	34%	39%	31%	38%	36%	33%	31%	35%	37%	34%	33%
ST Au moins la moitié	50%	45%	54%	32%	49%	53%	58%	52%	47%	54%	50%
De 50% à 75%	37%	33%	40%	23%	32%	42%	47%	36%	36%	41%	35%
Plus de 75%	13%	12%	14%	9%	17%	11%	11%	15%	11%	13%	15%

Q1bis. A combien estimez-vous la part de votre consommation alimentaire bio (en volume) dans votre consommation alimentaire quotidienne ?

Freins à la consommation de produits biologiques

Le coût des produits bio reste le frein majeur à une consommation plus importante / plus fréquente de produits bio bien qu'il soit en recul chez ceux qui en consomment déjà.

A noter une insatisfaction sur l'origine des produits bio en hausse chez les consommateurs les plus réguliers.



Q2. Pour quelles raisons ne consommez-vous pas plus de produits biologiques ?

Q2bis. Pour quelles raisons ne consommez-vous pas plus souvent de produits biologiques ?

Q3. Pour quelles raisons ne consommez-vous pas de produits biologiques ?

↑ ↓ Hausse / Baisse significative vs. 2020

Freins à la consommation de produits biologiques

Le coût représente un frein moins important chez les consommateurs les plus récents ; alors que l'on enregistre une part plus élevée de ceux qui n'y pensent pas. Quant aux consommateurs les plus anciens, ils ont davantage tendance à privilégier le local au bio.

Base : Consommateurs **réguliers bio (au moins une fois par mois)**
excepté les consommateurs quotidiens

	ENSEMBLE	Ancienneté de consommation de produits bio									
		Conso. depuis 2 ans ou moins	Moins d'un an	1 an	2 ans	3 ans	4 ans	5 ans	6 à 9 ans	10 à 19 ans	20 ans et plus
Base	1283	315	152	27	136	151	79	276	84	256	122
Les produits biologiques sont trop chers	70%	62%	59%	54%	68%	69%	77%	72%	71%	73%	70%
Vous avez des doutes sur le fait qu'ils soient totalement bio	42%	38%	38%	35%	39%	48%	44%	43%	33%	43%	45%
Vous privilégiez des produits locaux non bio	40%	28%	27%	19%	31%	43%	29%	44%	44%	48%	46%
Vous n'y pensez pas / Vous n'avez pas le réflexe d'en consommer	24%	33%	34%	30%	32%	27%	26%	23%	13%	20%	12%
L'offre en produits biologiques ne correspond pas à vos besoins	21%	23%	22%	24%	23%	18%	23%	21%	21%	19%	22%
Vous n'êtes pas satisfait de l'origine des produits bio	20%	20%	23%	17%	17%	17%	16%	20%	25%	22%	21%
Vous avez votre propre potager/ vous partagez un terrain pour cultiver	18%	16%	17%	21%	14%	16%	13%	15%	17%	24%	31%
Vous n'en trouvez pas sur vos lieux d'achat habituels	18%	17%	15%	10%	22%	18%	22%	17%	22%	18%	16%
Par manque d'information sur les produits biologiques	15%	20%	19%	30%	19%	10%	18%	17%	17%	11%	7%
Vous ne voyez pas l'intérêt	11%	19%	24%	25%	11%	8%	7%	9%	6%	7%	12%
Vous n'êtes pas satisfait de la qualité ou du goût	10%	11%	12%	15%	9%	13%	9%	9%	14%	7%	7%
Par manque d'animations/de possibilité de goûter les produits bio en magasins	10%	13%	10%	19%	16%	10%	11%	7%	16%	7%	6%
Autres raisons	2%					2%	3%	3%		2%	6%

Q2bis. Pour quelles raisons ne consommez-vous pas plus souvent de produits biologiques ?

Freins à la consommation de produits biologiques

Des plus jeunes qui n'ont pas le réflexe de consommer des produits bio, n'y pensent pas tandis que les plus âgés émettent davantage de doutes sur le fait que ces produits soient totalement bio et qui privilégient plus souvent le local.

Base : Consommateurs bio excepté les consommateurs quotidiens

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	1600	771	829	153	206	415	410	416	502	464	634
Les produits biologiques sont trop chers	70%	67%	73%	60%	64%	78%	73%	65%	68%	74%	69%
Vous avez des doutes sur le fait qu'ils soient totalement bio	45%	45%	44%	31%	29%	43%	51%	54%	40%	41%	51%
Vous privilégiez des produits locaux non bio	39%	35%	42%	20%	35%	37%	40%	47%	40%	35%	40%
Vous n'y pensez pas / Vous n'avez pas le réflexe d'en consommer	24%	24%	24%	35%	31%	23%	21%	20%	22%	27%	24%
Vous n'êtes pas satisfait de l'origine des produits bio	20%	22%	18%	20%	14%	19%	22%	20%	21%	17%	21%
L'offre en produits biologiques ne correspond pas à vos besoins	19%	20%	18%	22%	25%	21%	16%	16%	22%	18%	17%
Vous avez votre propre potager/ vous partagez un terrain pour cultiver	19%	19%	19%	16%	15%	18%	22%	18%	19%	19%	18%
Vous n'en trouvez pas sur vos lieux d'achat habituels	16%	14%	17%	23%	21%	15%	14%	13%	19%	17%	13%
Vous ne voyez pas l'intérêt	15%	18%	13%	22%	17%	15%	11%	18%	14%	16%	16%
Par manque d'information sur les produits biologiques	14%	17%	12%	25%	20%	10%	13%	11%	13%	17%	13%
Vous n'êtes pas satisfait de la qualité ou du goût	10%	9%	10%	12%	13%	9%	8%	9%	13%	8%	9%
Par manque d'animations/de possibilité de goûter les produits bio en magasins	9%	8%	10%	12%	14%	9%	6%	6%	9%	10%	7%
Autres raisons	2%	2%	2%	3%	1%	3%	1%	2%	1%	1%	3%

Q2bis. Pour quelles raisons ne consommez-vous pas plus souvent de produits biologiques ?

Le profil des consommateurs de produits biologiques

Stagnation dans le recrutement, des consommateurs réguliers de produits biologiques plus anciens, plus expérimentés

On observe cette année une **nette hausse de la part de consommateurs de produits bio depuis au moins 10 ans**. Ils représentent 34% de notre échantillon vs. 24% en 2020. A l'inverse, un **recul des recrutements** avec 11% de convertis il y a moins d'un an vs. 15% en 2020. Les recrutements s'opèrent davantage chez les femmes, les jeunes et les CSP-. Il y a également eu des conversions au bio plus nombreuses en région Normandie.

Dans la majorité des cas, des conversions qui ont eu lieu avant les confinements bien qu'une part non négligeable (40%) ait eu lieu pendant ces périodes notamment chez les 35-49 ans et les CSP-.

Des raisons de conversion stables mais des évolutions dans les motivations actuelles à consommer des produits bio chez cette population plus expérimentée.

La principale raison de conversion au bio est de loin le **souci de préserver sa santé** (27%), suivi de l'enjeu de la préservation de l'environnement (13%) et une plus grande disponibilité de ces produits dans les lieux d'achat habituels (11%, en recul vs. 2020, -4 points). Cet ordre ne varie que très peu d'une génération à l'autre ou même selon l'ancienneté de la conversion au bio. A noter une plus grande sensibilité des plus jeunes à la cause animale.

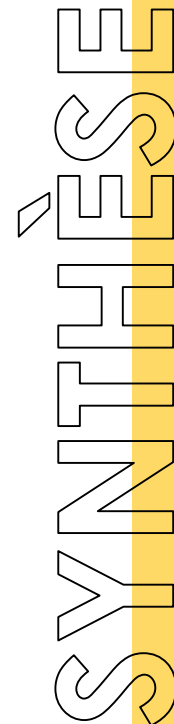
En revanche, on note un recul de l'enjeu de santé dans les raisons de consommation actuelle de produits bio même s'il reste la motivation principale (53%, -8 points). Recul également de la plus grande disponibilité des produits dans les lieux d'achats habituels (32%, -7 points) et des raisons éthiques et sociales (28%, -10 points). Ces 2 dernières dimensions avaient enregistré de fortes hausses en 2020 et retrouvent des niveaux proches de 2019. Aucun item ne vient réellement compenser ces baisses, laissant penser à une consommation installée, habituelle et donc peut-être moins motivée par des enjeux particuliers. Les consommateurs les plus anciens citant bien plus fréquemment l'item « par habitude » (43% chez les consommateurs depuis plus de 20 ans vs. 18%)

Les freins à une consommation de produits bio plus fréquente

Le **coût reste le frein principal** à une consommation plus importante ou plus fréquente de produits bio bien qu'il soit en recul chez les consommateurs actuels de produits bio. Chez les consommateurs les plus réguliers, on note une hausse de l'insatisfaction liée à l'origine des produits bio (à mettre en lien avec l'importance accordée au local, au produit français). Les consommateurs parmi les plus anciens sont d'ailleurs plus nombreux à privilégier le local au bio (48% vs. 40%) Chez les plus occasionnels, si les doutes sur le fait que ces produits soient totalement bio s'estompent, on constate une difficulté accrue pour trouver ces produits dans les lieux d'achats habituels et une certaine insatisfaction sur la qualité, le goût.

Les consommateurs les plus récents regrettent davantage un certain manque d'information (20% vs. 15%) et sont plus nombreux à déclarer ne pas toujours penser aux produits bio, ne pas avoir le réflexe (33% vs. 24%).

Enfin, chez les réfractaires au bio, au delà du coût qui représente un frein pour 70% d'entre eux, la moitié expriment surtout un manque d'intérêt.



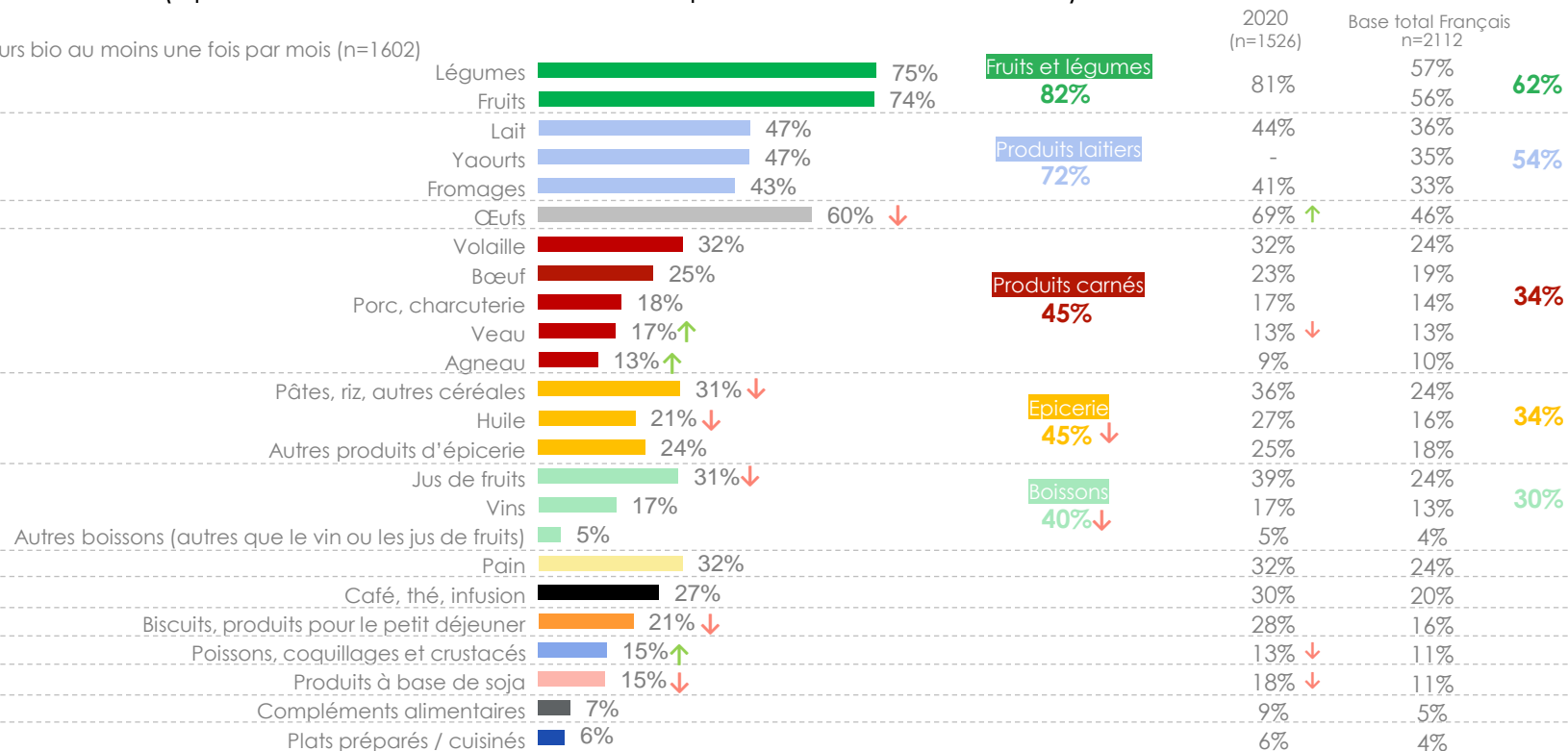
Les différents produits biologiques consommés

2.2

Familles de produits biologiques consommés

Les fruits et légumes restent les produits les plus consommés en bio, devant les produits laitiers. A noter un recul des œufs (après une hausse en 2020 liée aux périodes de confinement).

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1602)



Q28. Quels sont tous les produits biologiques que vous consommez ?

↑ ↓ Hausse / Baisse significative vs. 2020

Familles de produits biologiques consommés

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1602)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	1602	740	862	175	233	410	381	403	547	451	604
ST Fruits et Légumes	82%	82%	82%	65%	72%	80%	90%	89%	82%	77%	86%
Légumes	75%	75%	75%	54%	66%	73%	84%	82%	74%	69%	80%
Fruits	74%	74%	74%	58%	62%	75%	83%	80%	76%	68%	77%
ST Laitages	72%	71%	73%	70%	73%	74%	69%	72%	73%	71%	71%
Lait	47%	45%	48%	43%	49%	51%	45%	45%	49%	46%	45%
Yaourts	47%	45%	48%	42%	48%	50%	44%	47%	49%	48%	44%
Fromages	43%	45%	42%	43%	46%	43%	46%	40%	44%	47%	40%
Oeufs	60%	59%	62%	46%	53%	57%	69%	66%	64%	54%	63%
ST Viande	45%	49%	41%	35%	43%	42%	47%	52%	46%	41%	47%
Volaille	32%	36%	29%	20%	23%	30%	39%	38%	33%	27%	35%
ST Bœuf / Veau	28%	32%	26%	27%	31%	26%	29%	29%	29%	28%	28%
Boeuf	25%	29%	23%	22%	25%	24%	28%	26%	25%	26%	26%
Veau	17%	20%	15%	14%	18%	12%	20%	19%	17%	16%	18%
ST Porc, charcuterie, Agneau	22%	27%	19%	16%	21%	19%	25%	27%	23%	20%	23%
Porc, charcuterie	18%	21%	16%	9%	14%	17%	23%	21%	20%	17%	19%
Agneau	13%	18%	9%	13%	13%	9%	15%	16%	14%	10%	15%
ST Epicerie	45%	42%	47%	37%	39%	44%	50%	48%	48%	38%	47%
Pâtes, riz, autres céréales	31%	29%	33%	23%	30%	30%	39%	30%	36%	27%	31%
Huile	21%	23%	20%	17%	16%	20%	24%	27%	23%	16%	24%
Autres produits d'épicerie	24%	20%	27%	19%	18%	25%	27%	25%	26%	21%	24%
ST Boissons	40%	42%	38%	37%	36%	42%	41%	40%	44%	34%	40%
Jus de fruits	31%	29%	33%	33%	33%	35%	31%	24%	36%	30%	27%
Vins	17%	22%	13%	10%	13%	17%	19%	22%	20%	13%	19%
Autres boissons	5%	5%	5%	5%	7%	4%	5%	5%	4%	7%	4%
Pain	32%	33%	31%	35%	35%	31%	32%	29%	34%	33%	30%
Café, thé, infusion	27%	23%	30%	20%	23%	28%	32%	25%	28%	25%	27%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	21%	15%	26%	16%	23%	21%	25%	18%	24%	21%	18%
Poissons, coquillages et crustacés	15%	16%	14%	15%	16%	12%	16%	17%	14%	15%	16%
Produits à base de soja	15%	10%	19%	21%	18%	16%	12%	11%	16%	18%	11%
Compléments alimentaires	7%	5%	9%	6%	7%	5%	9%	7%	7%	6%	8%
Plats préparés / cuisinés	6%	6%	6%	6%	6%	6%	5%	6%	5%	6%	6%

Q28. Quels sont tous les produits biologiques que vous consommez ?

Familles de produits biologiques consommés

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1602)

	REGIONS												
	ENSEMBLE	Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	1602	292	93	83	91	139	119	101	101	139	140	178	126
ST Fruits et Légumes	82%	77%	81%	85%	87%	80%	82%	82%	84%	81%	81%	88%	85%
Légumes	75%	70%	71%	76%	72%	73%	72%	78%	80%	77%	77%	79%	77%
Fruits	74%	71%	68%	72%	80%	73%	73%	74%	72%	72%	75%	80%	80%
ST Laitages	72%	71%	66%	78%	62%	80%	73%	68%	72%	70%	67%	76%	72%
Lait	47%	45%	37%	41%	46%	50%	51%	43%	41%	52%	45%	49%	51%
Yaourts	47%	46%	40%	50%	46%	56%	44%	45%	44%	39%	48%	50%	48%
Fromages	43%	41%	34%	49%	31%	43%	44%	46%	47%	47%	45%	46%	46%
Oeufs	60%	61%	50%	57%	62%	53%	57%	68%	55%	53%	65%	68%	67%
ST Viande	45%	44%	46%	38%	40%	45%	47%	43%	49%	43%	47%	51%	40%
Volaille	32%	32%	36%	21%	28%	30%	32%	36%	30%	32%	37%	32%	32%
ST Bœuf / Veau	28%	28%	31%	21%	20%	32%	27%	23%	34%	30%	32%	31%	24%
Boeuf	25%	25%	29%	20%	19%	32%	22%	18%	26%	28%	30%	28%	20%
Veau	17%	20%	20%	7%	9%	14%	15%	12%	21%	18%	21%	18%	16%
ST Porc, charcuterie, Agneau	22%	23%	29%	13%	13%	18%	18%	18%	25%	22%	28%	29%	21%
Porc, charcuterie	18%	18%	23%	12%	10%	14%	17%	14%	25%	21%	24%	22%	15%
Agneau	13%	15%	20%	6%	10%	12%	5%	9%	10%	11%	21%	15%	14%
ST Epicerie	45%	45%	39%	30%	42%	42%	43%	37%	38%	39%	50%	56%	51%
Pâtes, riz, autres céréales	31%	29%	27%	23%	33%	31%	31%	25%	25%	24%	38%	40%	37%
Huile	21%	20%	19%	8%	18%	20%	19%	12%	29%	21%	30%	26%	24%
Autres produits d'épicerie	24%	22%	20%	13%	17%	23%	24%	23%	24%	27%	30%	27%	23%
ST Boissons	31%	28%	26%	28%	28%	32%	37%	35%	26%	28%	35%	33%	32%
Jus de fruits	15%	15%	14%	5%	13%	18%	15%	15%	13%	12%	16%	13%	21%
Vins	5%	6%	6%	2%	3%	5%	5%	4%	8%	4%	5%	3%	8%
Autres boissons	27%	21%	24%	20%	26%	21%	33%	31%	28%	30%	28%	28%	33%
Pain	32%	37%	30%	28%	22%	38%	29%	33%	29%	32%	33%	29%	28%
Café, thé, infusion	40%	37%	36%	35%	35%	40%	42%	43%	40%	39%	44%	41%	42%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	17%	14%	14%	16%	16%	12%	17%	17%	23%	21%	23%	15%	22%
Poissons, coquillages et crustacés	15%	18%	17%	13%	10%	15%	12%	9%	17%	15%	16%	17%	14%
Produits à base de soja	21%	22%	10%	16%	11%	26%	18%	21%	18%	22%	26%	22%	24%
Compléments alimentaires	7%	8%	7%	2%	3%	9%	4%	2%	7%	6%	10%	8%	10%
Plats préparés / cuisinés	6%	6%	6%	3%	4%	6%	5%	3%	5%	6%	8%	8%	5%

Q28. Quels sont tous les produits biologiques que vous consommez ?



Familles de produits biologiques consommés

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1602)

	REGIMES ALIMENTAIRES PRATIQUES *									
	ENSEMBLE	ST Au moins un régime alimentaire	Végétarien	Végétalien	Vegan	Flexitarien	Sans gluten	Sans Lactose	Aucun de ces régimes	
Base	1602	523	122	51	55	286	70	75	1079	
ST Fruits et Légumes	82%	78%	72%	Base faible		81%	64%	66%	84%	
Légumes	75%	72%	68%			77%	55%	58%	76%	
Fruits	74%	67%	61%			72%	56%	56%	78%	
ST Laitages	72%	75%	75%			75%	78%	66%	70%	
Lait	47%	47%	46%			50%	44%	35%	47%	
Yaourts	47%	49%	49%			51%	54%	43%	45%	
Fromages	43%	46%	47%			46%	51%	38%	42%	
Oeufs	60%	57%	48%			64%	51%	56%	62%	
ST Viande	45%	43%	32%			47%	51%	51%	46%	
Volaille	32%	28%	12%			32%	35%	34%	34%	
ST Bœuf / Veau	28%	28%	23%		31%	29%	34%	29%		
Bœuf	25%	22%	14%		25%	20%	26%	27%		
Veau	17%	17%	12%		19%	20%	16%	17%		
ST Porc, charcuterie, Agneau	22%	22%	15%		26%	32%	30%	22%		
Porc, charcuterie	18%	18%	10%		21%	25%	22%	19%		
Agneau	13%	13%	8%		16%	20%	18%	13%		
ST Epicerie	45%	51%	39%		58%	55%	49%	41%		
Pâtes, riz, autres céréales	31%	36%	27%		42%	34%	34%	29%		
Huile	21%	27%	27%		29%	33%	29%	19%		
Autres produits d'épicerie	24%	28%	22%		29%	29%	31%	22%		
ST Boissons	31%	40%	36%		44%	29%	40%	40%		
Jus de fruits	15%	32%	28%		35%	24%	34%	31%		
Vins	5%	16%	17%		17%	11%	15%	18%		
Autres boissons	27%	5%	5%		5%	9%	5%	5%		
Pain	32%	36%	35%		36%	38%	42%	30%		
Café, thé, infusion	40%	31%	29%		38%	24%	36%	24%		
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	17%	25%	20%		30%	24%	24%	19%		
Poissons, coquillages et crustacés	15%	16%	14%		19%	22%	22%	14%		
Produits à base de soja	21%	24%	24%		25%	21%	25%	10%		
Compléments alimentaires	7%	10%	6%		10%	6%	8%	6%		
Plats préparés / cuisinés	6%	5%	4%		6%	2%	6%	6%		

Q28. Quels sont tous les produits biologiques que vous consommez ?

* régime pratiqué par au moins un membre du foyer

Familles de produits biologiques consommés

	2021	2020	2019	2018	2017	2016
<i>Base : consommateurs bio au moins 1 fois par mois</i>	1602	1526	1420	1417	733	688
Fruits et légumes	82%					
Légumes	75%	81%	80%	78%	81%	78%
Fruits	74%					
Produits laitiers	72%	69%	71%	71%	70%	71% ↑
Lait	47%	44%	44%	44%	45%	42% ↑
Yaourt	47%	-	-	-	-	-
Fromages	43%	41%	43%	43% ↑	36%	40%
Œufs	60% ↓	69% ↑	65%	65%	63%	65%
Huile/Épicerie	45% ↓	53%	52%	50%	52%	51%
Pâtes, riz, autres céréales	31% ↓	36%	37%	34%	36%	34%
Huile	21% ↓	27%	25%	24%	26%	24%
Autres produits d'épicerie	24%	25%	27%	25%	28%	27%
Boissons	40% ↓	47%	47%	48%	48%	44%
Jus de fruits	31% ↓	39%	39%	39%	39%	37%
Vins	17%	17%	18%	19%	18%	15%
Autres boissons	5%	5%	5%	5%	5%	5%
Viande et volaille	45%	42%	43%	42%	43% ↓	49% ↑
Volaille	32%	32%	33%	32%	30% ↓	38% ↑
Bœuf, veau	28%	25%	26%	26%	23%	26% ↑
Bœuf	25%	23%	24%	24%	21%	-
Veau	17% ↑	13% ↓	15%	15%	13%	-
Porc, charcuterie, agneau	22%	20%	21%	20%	20%	20% ↑
Porc, charcuterie	18%	17%	19%	18%	17%	-
Agneau	13% ↑	9%	10%	11%	10%	-
Pain	32%	32%	32%	33%	32%	35%
Café, thé, infusion	27%	30%	27%	27%	29%	30% ↑
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	21% ↓	28%	25%	24%	27%	29%
Produits à base de soja	15% ↓	18% ↓	21%	20%	22%	25% ↑
Poissons, coquillages et crustacés	15% ↑	13% ↓	15% ↑	13%	14%	14%
Compléments alimentaires	7%	9%	10%	9%	7%	7%
Plats préparés / cuisinés	6%	6%	7%	7%	-	-

Q28. Quels sont tous les produits biologiques que vous consommez ?

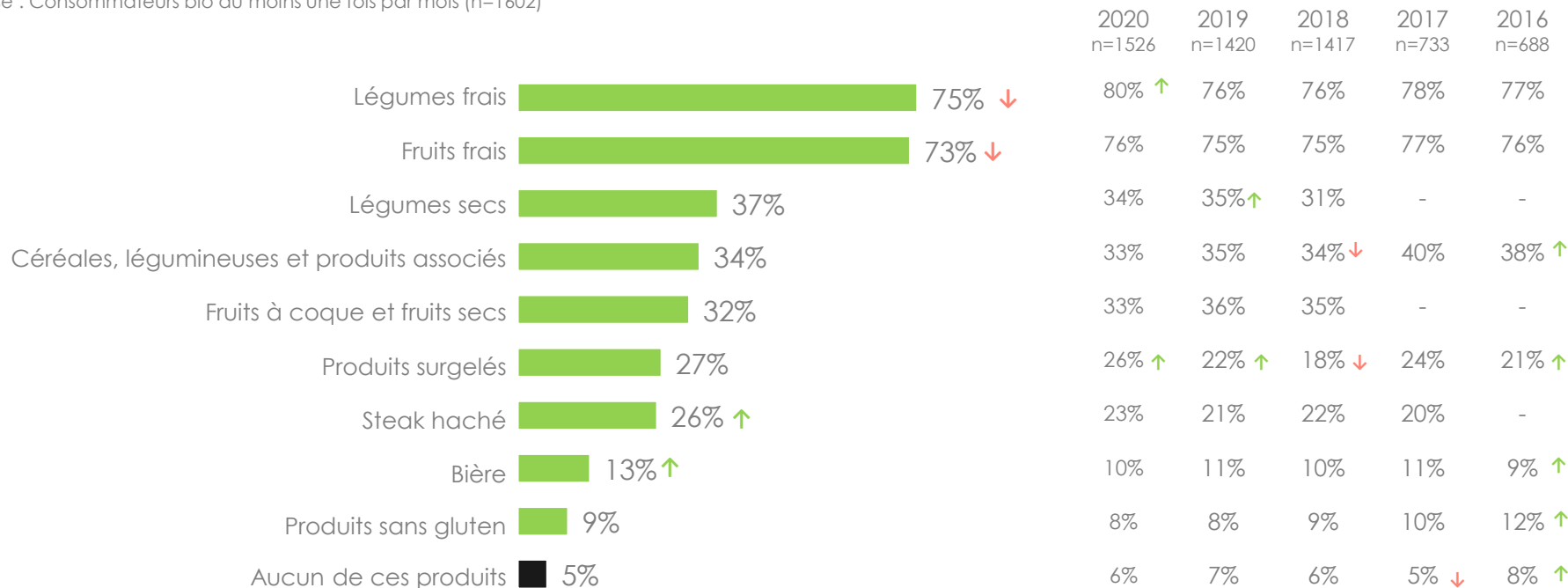


↑ ↓ Hausse / Baisse significative vs. 2020

Consommation de produits biologiques spécifiques

Si les fruits et légumes demeurent les produits les plus consommés en bio, on note un recul de la consommation des fruits et légumes frais (après une forte hausse observée en 2020 pour les légumes).

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1602)



Q29. Et plus précisément, consommez-vous les produits biologiques suivants ?

Consommation de produits biologiques spécifiques

Les plus âgés consomment davantage de fruits et légumes frais bio tandis que les plus jeunes sont plus souvent consommateurs de produits sans gluten bio.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1 602)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	1602	740	862	175	233	410	381	403	547	451	604
ST Au moins un de ces produits	95%	95%	94%	94%	94%	95%	95%	95%	95%	95%	94%
Légumes frais	75%	75%	74%	54%	65%	75%	82%	82%	75%	69%	79%
Fruits frais	73%	74%	73%	58%	65%	74%	79%	80%	76%	69%	75%
Légumes secs	37%	37%	38%	34%	40%	33%	40%	39%	37%	35%	40%
Céréales, légumineuses et produits associés	34%	32%	36%	35%	40%	35%	33%	30%	38%	33%	31%
Fruits à coque et fruits secs	32%	28%	36%	34%	33%	28%	36%	31%	33%	30%	33%
Produits surgelés	27%	26%	27%	26%	30%	30%	25%	25%	30%	28%	23%
Steak haché	26%	26%	26%	27%	28%	29%	26%	21%	27%	29%	23%
Bière	13%	15%	12%	15%	15%	16%	14%	8%	17%	14%	10%
Produits sans gluten	9%	9%	10%	19%	15%	8%	8%	4%	11%	10%	7%
Aucun de ces produits	5%	5%	6%	6%	6%	5%	5%	5%	5%	5%	6%

Q29. Et plus précisément, consommez-vous les produits biologiques suivants ?

Consommation de produits biologiques spécifiques

Peu de distinction d'une région à l'autre.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1602)

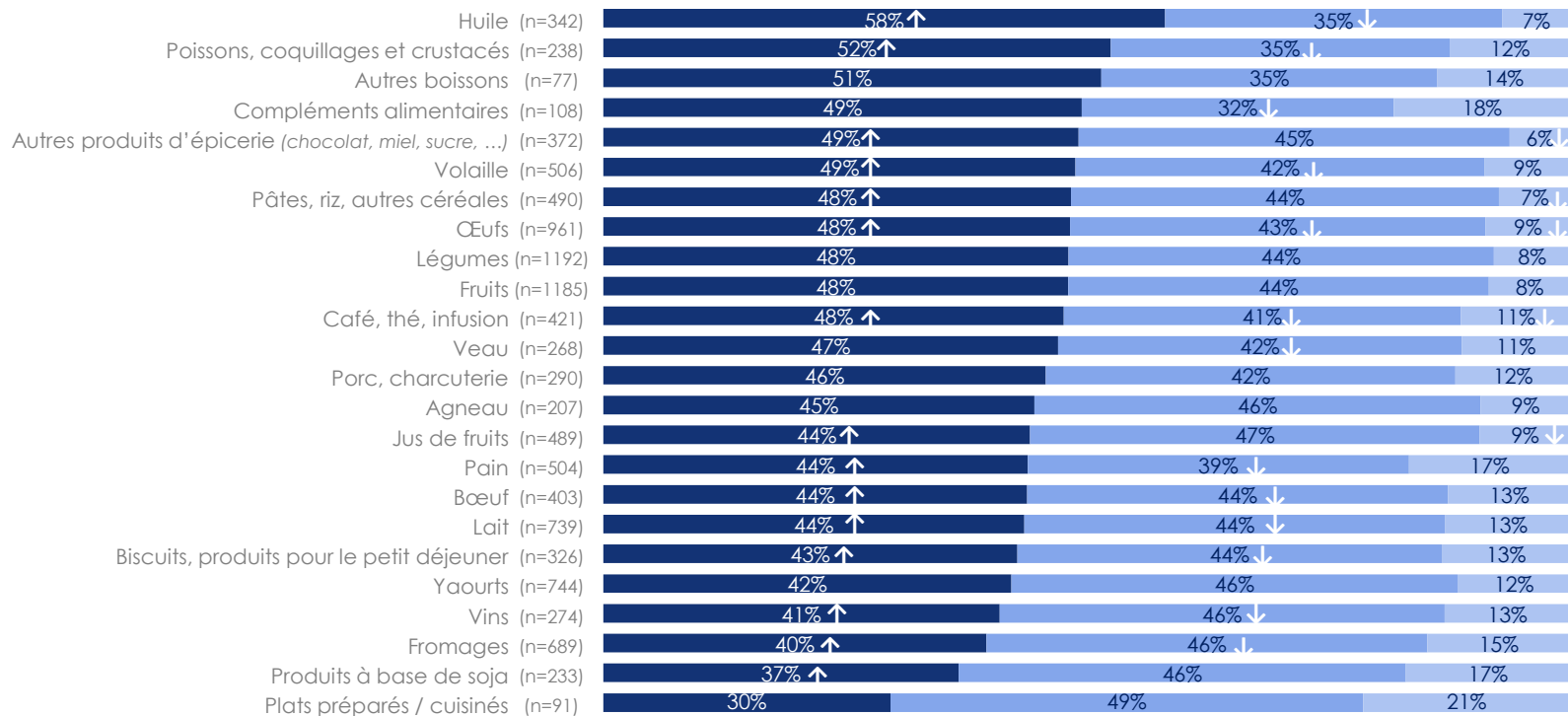
	REGIONS												
	ENSEMBLE	Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	1602	292	93	83	91	139	119	101	101	139	140	178	126
ST Au moins un de ces produits	95%	94%	96%	97%	90%	96%	94%	96%	94%	93%	92%	97%	95%
Fruits frais	73%	75%	73%	71%	72%	70%	71%	74%	71%	71%	70%	77%	80%
Légumes frais	75%	70%	78%	78%	73%	75%	74%	79%	71%	78%	69%	80%	79%
Légumes secs	37%	38%	32%	37%	31%	36%	35%	39%	33%	40%	37%	40%	44%
Céréales, légumineuses et produits associés (ex : galette)	34%	35%	26%	29%	24%	33%	35%	33%	30%	37%	34%	37%	38%
Fruits à coque et fruits secs	32%	29%	31%	22%	29%	31%	37%	32%	28%	35%	35%	39%	29%
Produits surgelés	27%	27%	24%	25%	15%	21%	39%	25%	28%	20%	28%	32%	31%
Steak haché	26%	25%	24%	21%	21%	28%	29%	25%	26%	23%	26%	31%	28%
Bière	13%	13%	16%	17%	8%	16%	15%	14%	12%	12%	15%	12%	13%
Produits sans gluten	9%	11%	8%	7%	8%	7%	13%	6%	11%	8%	12%	8%	10%
Aucun de ces produits	5%	6%	4%	3%	10%	4%	6%	4%	6%	7%	8%	3%	5%

Q29. Et plus précisément, consommez-vous les produits biologiques suivants ?

Familles de produits biologiques consommés

En lien avec des consommateurs de produits bio plus anciens, une hausse de l'ancienneté de consommation pour la plupart des catégories de produits.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois et consommateurs de chaque produit



Q30. Et depuis combien de temps les consommez-vous ?

Plus de 5 ans

De 1 à 5 ans

Moins d'un an

↑ ↓ Hausse / Baisse significative vs. 2020

Les évolutions des catégories de produits consommés les plus récemment (moins d'1 an)

Les plats préparés / cuisinés bio apparaissent toujours comme la catégorie la plus récente, toutefois un taux tendancielllement en recul vs les années précédentes

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois et consommateurs de chaque produit

Moins d'un an

	2021		2020		2019		2018		2017		2016	
Plats préparés / cuisinés	(91)	21%	(98)	27%	(97)	27%	(104)	32%	-	-	-	-
Compléments alimentaires	(108)	18%	(132)	15%	(146)	9% ↓	(132)	24% ↑	(52)*		(48)*	
Produits à base de soja	(233)	17%	(266)	22%	(300)	20%	(290)	24%	(160)	21%	(174)	25% ↑
Pain	(504)	17%	(486)	18%	(460)	20%	(474)	20%	(237)	18%	(242)	22%
Fromages	(689)	15%	(626)	15% ↓	(611)	21%	(603)	22%	(266)	17%	(273)	22% ↑
Autres boissons	(77)	14%	(73)	18%	(72)	14%	(71)	17%	(34)*		(32)*	
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	(326)	13%	(421)	19%	(353)	18% ↓	(348)	24%	(193)	17%	(198)	19%
Vins	(274)	13%	(259)	15% ↓	(257)	27%	(262)	24%	(131)	23%	(106)	21%
Lait	(739)	13%	(672)	13% ↓	(626)	18%	(623)	22%	(331)	18%	(292)	21%
Bœuf	(403)	13%	(348)	13% ↓	(339)	19%	(342)	18%	(152)	22%	-	-
Poissons, coquillages et crustacés	(238)	12%	(195)	16%	(217)	17%	(180)	14%	(106)	12%	(97)	18%
Porc, charcuterie	(290)	12%	(265)	16%	(270)	17%	(248)	21%	(124)	19%	-	-
Yaourts	(744)	12%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Café, thé, infusion	(421)	11% ↓	(452)	18%	(378)	19%	(384)	22% ↑	(213)	15%	(205)	21%
Veau	(268)	11%	(191)	10%	(214)	16%	(211)	17%	(92)	17%	-	-
Jus de fruits	(489)	9% ↓	(592)	15%	(550)	19%	(550)	22% ↑	(288)	12% ↓	(254)	21% ↑
Agneau	(207)	9%	(143)	10%	(149)	13%	(150)	13%	(73)*	18%	-	-
Volaille	(506)	9%	(501)	11% ↓	(465)	17%	(452)	13%	(221)	15%	(262)	17% ↑
Œufs	(961)	9% ↓	(1050)	13%	(923)	16%	(919)	14%	(468)	13%	(447)	12%
Fruits	(1185)	8%										
Légumes	(1192)	8%	(1245)	11%	(1130)	13%	(1112)	13%	(592)	10%	(534)	12%
Pâtes, riz, autres céréales	(490)	7% ↓	(555)	16%	(519)	17%	(484)	20% ↑	(264)	14% ↓	(232)	21%
Huile	(342)	7%	(409)	9% ↓	(354)	15%	(338)	15%	(192)	12%	(166)	16%
Autres produits d'épicerie	(372)	6% ↓	(389)	16%	(380)	16%	(359)	21% ↑	(204)	14%	(189)	14%

↑ ↓ Hausse / Baisse significative vs. 2020

Les évolutions des catégories de produits les plus anciens (plus de 5 ans)

L'huile reste le produit consommé depuis le plus longtemps.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois et consommateurs de chaque produit

Plus de 5 ans	2021		2020		2019		2018		2017		2016	
Huile	(342)	58% ↑	(409)	44% ↑	(354)	33%	(338)	33%	(192)	34%	(166)	35%
Poissons, coquillages et crustacés	(238)	52% ↑	(195)	38%	(217)	35%	(180)	31%	(106)	33%	(97)	40%
Autres boissons	(77)	51%	(73)	37%	(72)	36%	(71)	31%	(34)*		(32)*	
Compléments alimentaires	(108)	49%	(132)	36%	(146)	36%	(132)	26%	(52)*		(48)*	
Autres produits d'épicerie	(372)	49% ↑	(389)	35%	(380)	31%	(359)	30%	(204)	32%	(189)	35%
Volaille	(506)	49% ↑	(501)	38%	(465)	33%	(452)	35%	(221)	34%	(262)	32% ↓
Pâtes, riz, autres céréales	(490)	48% ↑	(555)	34%	(519)	29%	(484)	28%	(264)	26%	(232)	27%
Œufs	(961)	48% ↑	(1050)	38% ↑	(923)	33%	(919)	35%	(468)	37%	(447)	36%
Légumes	(1192)	48%										
Fruits	(1185)	48%	(1245)	37% ↑	(1130)	32%	(1112)	33%	(592)	35%	(534)	36%
Café, thé, infusion	(421)	48% ↑	(452)	30%	(378)	28%	(384)	25% ↓	(213)	33%	(205)	24% ↓
Veau	(268)	47%	(191)	38%	(214)	35%	(211)	32%	(92)	41%	-	-
Porc, charcuterie	(290)	46%	(265)	37%	(270)	36%	(248)	33%	(124)	31%	-	-
Agneau	(207)	45%	(143)	43%	(149)	44%	(150)	36%	(73)*	30%	-	-
Jus de fruits	(489)	44% ↑	(592)	33% ↑	(550)	25%	(550)	23%	(288)	27%	(254)	23%
Pain	(504)	44% ↑	(486)	33%	(460)	30%	(474)	30%	(237)	29%	(242)	33%
Bœuf	(403)	44% ↑	(348)	34%	(339)	32%	(342)	30%	(152)	28%	-	-
Lait	(739)	44% ↑	(672)	35% ↑	(626)	30%	(623)	27%	(331)	28%	(292)	31%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	(326)	43% ↑	(421)	29%	(353)	26%	(348)	22%	(193)	30%	(198)	25%
Yaourts	(744)	42%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Vins	(274)	41% ↑	(259)	29%	(257)	27%	(262)	24%	(131)	29%	(106)	24%
Fromages	(689)	40% ↑	(626)	15%	(611)	28%	(603)	28%	(266)	27%	(273)	29%
Produits à base de soja	(233)	37% ↑	(266)	27%	(300)	27%	(290)	27%	(160)	24%	(174)	30%
Plats préparés / cuisinés	(91)	30%	(98)	27%	(97)	23%	(104)	22%	-	-	-	-

Q30. Et depuis combien de temps les consommez-vous ?

↑ ↓ Hausse / Baisse significative vs. 2020

Les différents produits biologiques consommés

Peu d'évolution dans les catégories de produits biologiques consommés

Les fruits et légumes restent les produits les plus consommés en bio : plus de 8 consommateurs réguliers de produits bio en consomment. Les plus âgés sont plus nombreux encore à en consommer vs. les plus jeunes. En revanche, on note un recul de la consommation de fruits et légumes frais.

Suivent les produits laitiers (72%) et les œufs (60%). A noter un recul de cette dernière catégorie vs. 2020 où elle était en forte hausse.

On note également un recul des produits de la catégorie épicerie, notamment l'huile et les pâtes, riz et autres céréales. Cette dernière catégorie est largement plus consommée par les consommateurs se déclarant flexitarien (58% vs. 45%).

En lien avec une population de consommateurs plus anciens, la plupart des catégories de produits sont consommées depuis plus longtemps (avec une hausse pour la plupart de la consommation depuis plus de 5 ans).

Les plats préparés, cuisinés se développent sur le marché du bio ainsi que les compléments alimentaires : ces 2 catégories sont les plus consommées depuis moins d'un an).

A l'inverse, l'huile est le produit que l'on consomme depuis le plus longtemps : 58% des consommateurs réguliers de produits bio en consomment depuis plus de 5 ans.

Les achats de produits biologiques

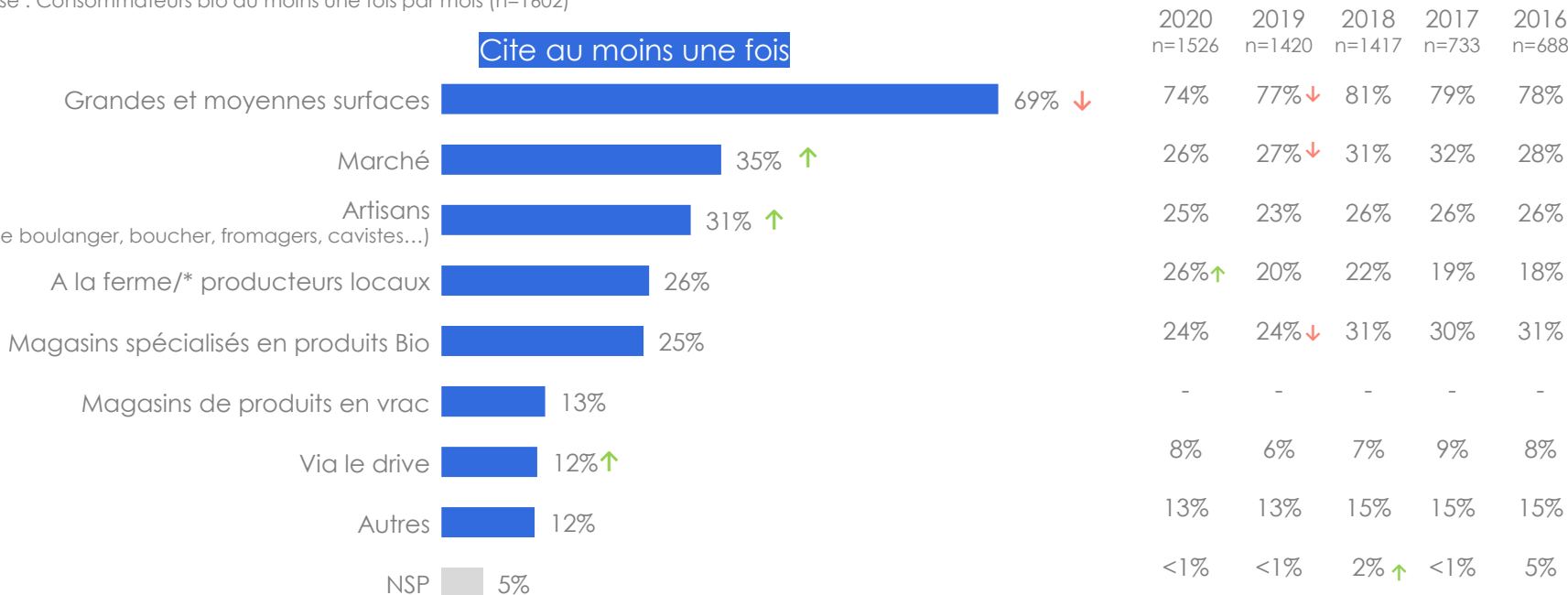
2.3

Lieux d'achat tous produits biologiques confondus

Les grandes et moyennes surfaces restent le principal lieu d'achat de produits biologiques bien qu'on note un recul par rapport à 2020 (une tendance qui s'observe même depuis 2019). Le marché et les artisans sont en hausse tout comme le drive.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1602)

Cite au moins une fois



↑ ↓ Hausse / Baisse significative vs. 2020

Q36. Où achetez-vous principalement ce(s) produit(s) biologique(s) ?

Lieux d'achat tous produits biologiques confondus

Les grandes surfaces sont privilégiées par les plus âgés tandis que les plus jeunes se rendent plus souvent dans les magasins spécialisés, les magasins de produits en vrac ou encore le drive.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1602)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	1602	740	862	175	233	410	381	403	547	451	604
Grandes et moyennes surfaces	69%	66%	71%	58%	63%	69%	73%	74%	69%	65%	72%
Marché	35%	33%	36%	29%	32%	32%	38%	39%	35%	32%	36%
Artisans, comme les boulangers, bouchers, fromagers, cavistes.	31%	32%	30%	31%	32%	30%	29%	32%	33%	29%	30%
A la ferme/ producteurs locaux	26%	26%	25%	23%	27%	23%	26%	29%	26%	24%	27%
Magasins spécialisés en produits Bio	25%	24%	26%	34%	29%	22%	27%	20%	28%	26%	22%
Les magasins de produits en vrac	13%	13%	13%	18%	21%	12%	11%	7%	15%	15%	9%
Via le drive	12%	11%	13%	16%	22%	14%	7%	7%	15%	15%	7%
Autres	12%	10%	13%	8%	5%	12%	15%	13%	12%	7%	14%
N'achète pas ce produit	5%	6%	5%	6%	6%	5%	5%	5%	5%	4%	6%

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	1602	292	93	83	91	139	119	101	101	139	140	178	126
Grandes et moyennes surfaces	69%	67%	60%	62%	63%	67%	74%	72%	67%	67%	70%	76%	72%
Marché	35%	32%	41%	38%	30%	36%	25%	29%	37%	44%	28%	42%	33%
Artisans, comme les boulangers, bouchers, fromagers, cavistes.	31%	31%	28%	34%	40%	34%	24%	26%	27%	35%	37%	29%	25%
A la ferme/ producteurs locaux	26%	15%	28%	31%	27%	31%	33%	33%	32%	27%	28%	25%	20%
Magasins spécialisés en produits Bio	25%	30%	16%	19%	24%	17%	28%	26%	24%	29%	26%	23%	24%
Les magasins de produits en vrac	13%	11%	11%	12%	12%	13%	11%	16%	18%	14%	16%	14%	7%
Via le drive	12%	8%	16%	6%	22%	15%	16%	8%	11%	12%	12%	11%	12%
Autres	12%	10%	7%	13%	12%	12%	13%	14%	20%	14%	11%	12%	6%
N'achète pas ce produit	5%	5%	6%	4%	7%	3%	3%	10%	5%	5%	9%	4%	1%

Q36. Où achetez-vous principalement ce(s) produit(s) biologique(s) ?

Lieux d'achat tous produits biologiques confondus

La grande distribution est privilégiée pour l'achat de la plupart des produits biologiques en dehors du pain, du veau et de l'agneau qui sont plus souvent achetés chez des artisans.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois

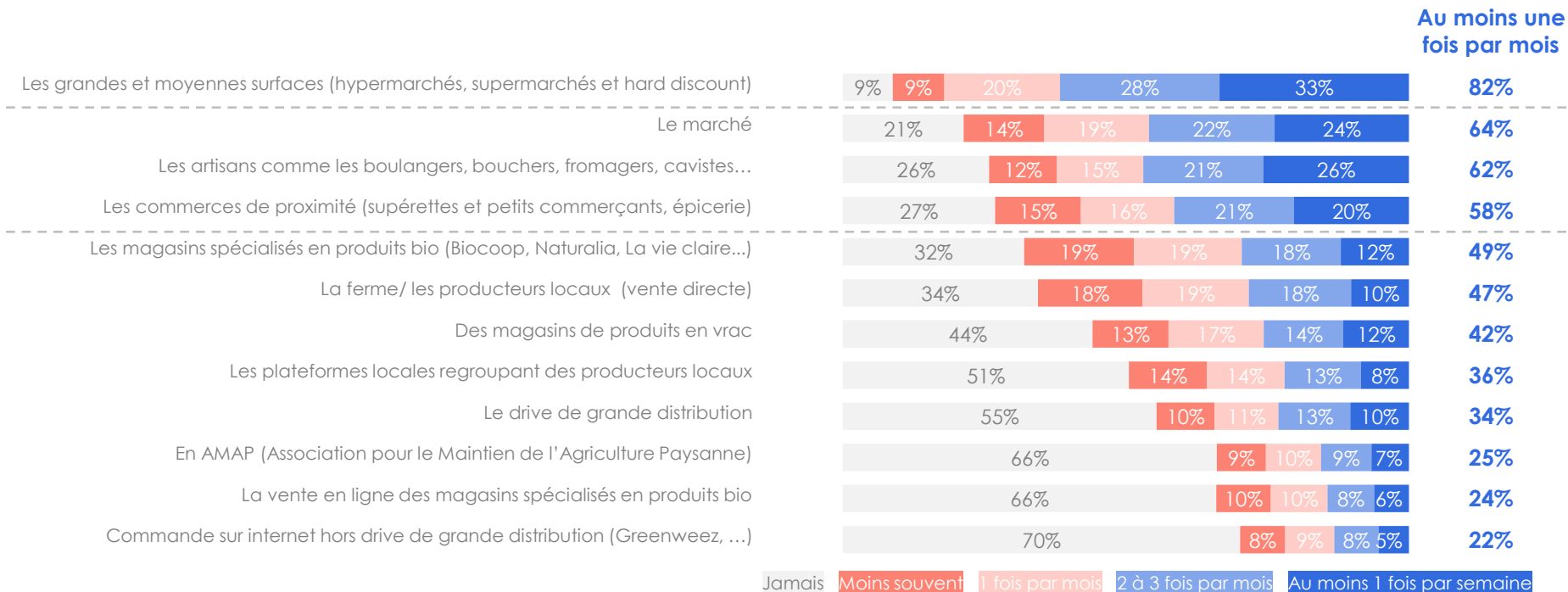
	Magasins spécialisés en produits Bio	Grande distribution	Grandes et moyennes surfaces	Via le drive	Producteurs locaux	A la ferme/ producteurs locaux	Marché	Autres circuits	Artisans (boulangers, bouchers...)	Les magasins de produits en vrac	Autres	NSP
Pain (n=504)	11%	26%	22%	4%	13%	3%	9%	48%	41%	3%	3%	3%
Lait (n=739)	9%	69%	60%	9%	12%	7%	5%	9%	5%	2%	2%	1%
Fromages (n=689)	9%	45%	39%	5%	28%	11%	17%	18%	13%	4%	2%	0%
Yaourts (n=744)	12%	67%	59%	9%	11%	6%	5%	9%	3%	2%	3%	1%
Produits à base de soja (n=233)	21%	60%	52%	8%	5%	1%	3%	14%	5%	6%	3%	1%
Fruits (n=1185)	9%	41%	38%	3%	39%	10%	29%	14%	6%	5%	3%	1%
Légumes (n=1192)	9%	37%	33%	4%	42%	13%	29%	15%	6%	6%	3%	2%
Boeuf (n=403)	7%	34%	29%	5%	28%	19%	8%	30%	26%	1%	2%	2%
Veau (n=268)	6%	28%	23%	5%	31%	21%	10%	34%	30%	3%	1%	1%
Porc, charcuterie (n=290)	7%	36%	31%	5%	25%	15%	10%	32%	29%	2%	1%	0%
Agneau (n=207)	9%	27%	23%	4%	26%	15%	11%	38%	33%	4%	1%	1%
Volaille (n=506)	8%	39%	37%	3%	30%	20%	10%	21%	17%	2%	2%	1%
Poissons, coquillages et crustacés (n=238)	8%	45%	42%	3%	23%	4%	19%	21%	17%	2%	3%	2%
Oeufs (n=961)	8%	53%	48%	5%	29%	18%	10%	9%	4%	2%	4%	1%
Huile (n=342)	17%	65%	60%	5%	6%	3%	3%	10%	2%	4%	5%	1%
Café, thé, infusion (n=421)	19%	65%	58%	6%	3%	1%	2%	13%	3%	3%	7%	0%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner (n=326)	16%	75%	68%	7%	2%	1%	1%	7%	2%	3%	2%	0%
Pâtes, riz, autres céréales (n=490)	17%	68%	61%	7%	2%	1%	1%	12%	2%	7%	3%	0%
Autres produits d'épicerie (n=372)	21%	63%	59%	5%	5%	3%	2%	10%	4%	2%	4%	1%
Vin (n=274)	9%	50%	46%	4%	11%	10%	1%	28%	16%	2%	9%	3%
Jus de fruits (n=489)	11%	71%	63%	8%	9%	6%	3%	7%	2%	2%	3%	2%
Autres boissons (n=77)	13%	69%	63%	6%	5%	4%	1%	9%	3%	3%	3%	3%
Compléments alimentaires (n=108)	29%	31%	27%	3%	5%	3%	2%	31%	-	2%	29%	3%
Plats préparés / cuisinés (n=91)	5%	71%	64%	7%	3%	1%	2%	10%	2%	-	8%	11%

Q36. Où achetez-vous principalement ce(s) produit(s) biologique(s) ?

Fréquence d'achat par circuit de distribution

Les grandes et moyennes surfaces sont également les circuits où l'on se rend le plus fréquemment pour l'achat de produits biologiques. Suivent le marché, les artisans et les commerces de proximité

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1 602)

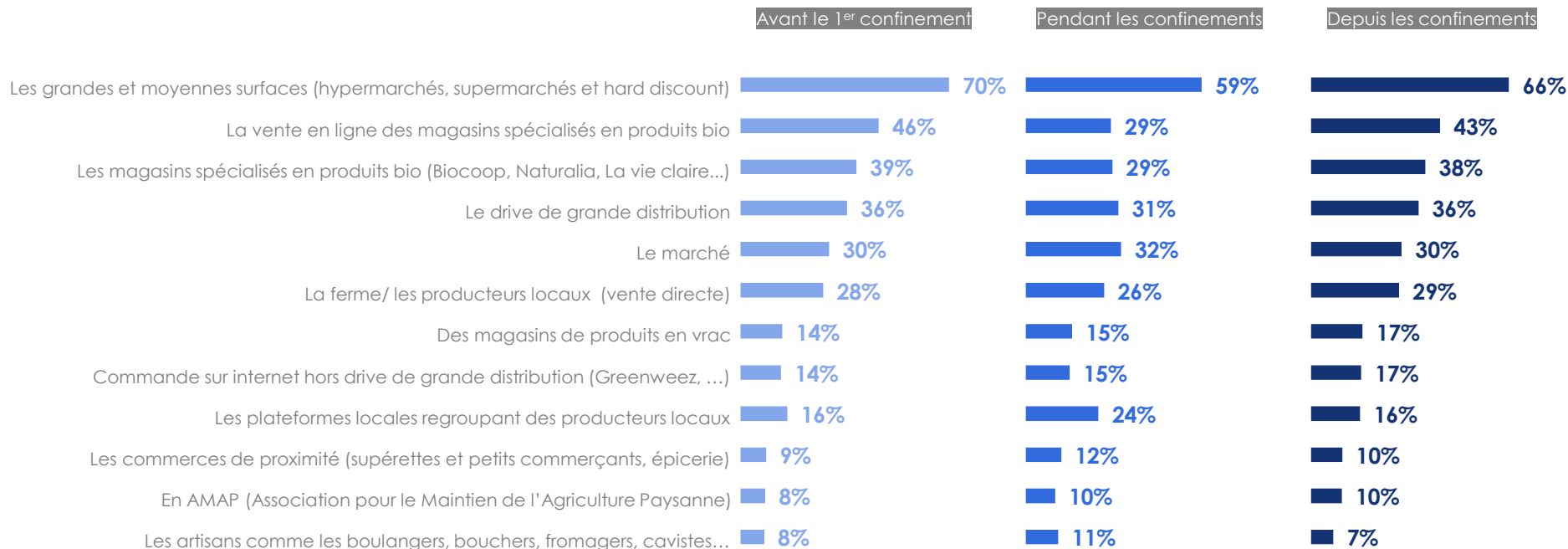


Q61. Parmi les circuits de distribution suivants, à quelle fréquence achetez-vous des produits biologiques ? [Nouvelle question](#)

Impact des confinement sur la fréquentation des circuits de distribution

Si la fréquentation des différents circuits a pu être bouleversée pendant les périodes de confinement, ils ont pour la plupart retrouvé leur niveau d'avant crise.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois depuis plus d'un an (n=1602)

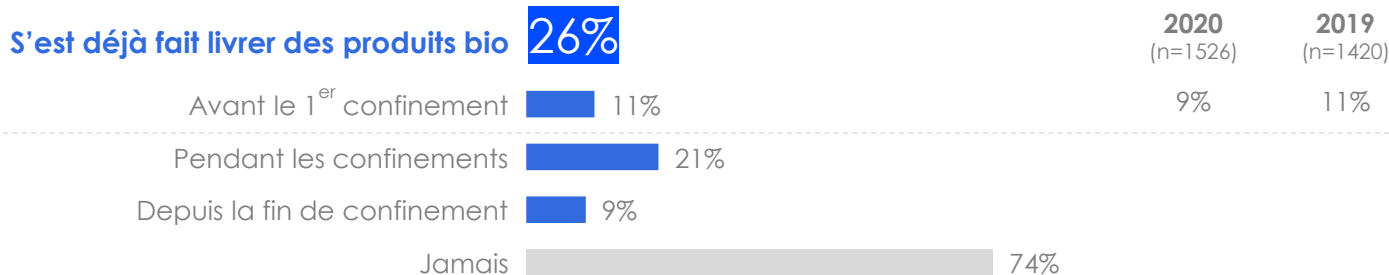


Q60. Pour chacun des circuits de distribution suivants, veuillez indiquer si vous avez déjà acheté des produits biologiques et à quelle(s) période(s) ?

La livraison à domicile de produits bio

Un peu plus du quart des consommateurs réguliers de produits bio s'est déjà fait livrer des produits biologiques alimentaires. Une pratique qui a surtout eu lieu pendant les périodes de confinement. Les plus jeunes et notamment les 25-34 ans sont les plus adeptes de la livraison.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois et depuis plus d'un an (n=1387)



	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	1602	740	862	175	233	410	381	403	547	451	604
S'est déjà fait livrer des produits bio	26%	25%	28%	46%	55%	30%	18%	13%	32%	34%	16%
Avant le 1 ^{er} confinement	11%	11%	11%	31%	22%	13%	6%	4%	13%	14%	6%
Pendant les confinements	21%	20%	22%	25%	41%	24%	15%	12%	26%	26%	13%
Après les confinements	9%	9%	9%	13%	15%	14%	6%	4%	13%	10%	5%
Ne s'est jamais fait livrer de produits bio	74%	75%	72%	54%	45%	70%	82%	87%	68%	66%	84%

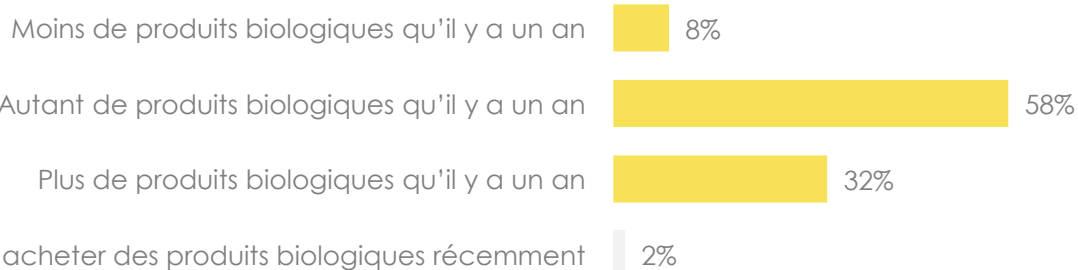
	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	1602	292	93	83	91	139	119	101	101	139	140	178	126
S'est déjà fait livrer des produits bio	26%	32%	35%	21%	26%	30%	33%	25%	20%	20%	27%	22%	22%
Avant le 1 ^{er} confinement	11%	13%	13%	4%	5%	9%	13%	17%	4%	9%	16%	8%	10%
Pendant les confinements	21%	26%	29%	18%	22%	25%	24%	17%	20%	14%	17%	18%	18%
Après les confinements	9%	16%	11%	6%	7%	8%	8%	8%	4%	5%	11%	8%	8%
Ne s'est jamais fait livrer de produits bio	74%	68%	65%	79%	74%	70%	67%	75%	80%	80%	73%	78%	78%

Q33b. Vous êtes-vous fait livrer des produits biologiques alimentaires ... ?

Evolution des achats de produits biologiques en un an

Près de 6 consommateurs de produits biologiques sur 10 déclarent acheter autant de produits bio qu'il y a un an et un tiers en acheter plus.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1 602)



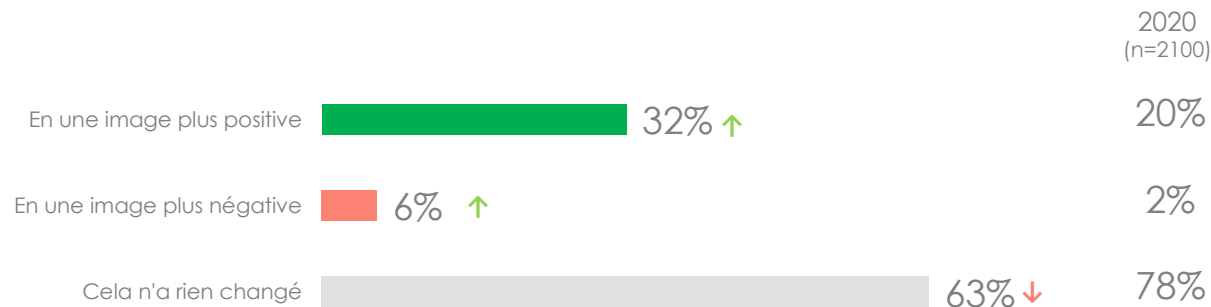
	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP			
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs	
	Base	1602	740	862	175	233	410	381	403	547	451	604
Moins de produits biologiques qu'il y a un an	8%	7%	9%	15%	15%	10%	4%	3%	9%	10%	6%	
Autant de produits biologiques qu'il y a un an	58%	61%	56%	51%	56%	58%	62%	60%	57%	58%	59%	
Plus de produits biologiques qu'il y a un an	32%	31%	33%	29%	28%	31%	33%	35%	33%	29%	32%	
J'ai commencé à acheter des produits biologiques récemment	2%	1%	2%	5%	2%	1%	2%	1%	1%	3%	2%	

Q31b. Et concernant vos achats de produits biologiques, diriez-vous qu'aujourd'hui, vous achetez, pour vous ou votre foyer ... ? **Changement d'échelle, pas d'historique**

L'image des produits biologiques

La crise sanitaire a contribué à améliorer l'image des produits biologiques pour près d'un tiers des Français. Une part en hausse par rapport à 2020.

Base : Ensemble des Français (n=2112)



↑ ↓ Hausse / Baisse significative vs. 2020

Q42b. Pour terminer, pensez-vous que la crise sanitaire a changé l'image/ la perception que vous aviez des produits bio avant la crise ?

L'image des produits biologiques

Un impact particulièrement positif chez les plus jeunes.

Base : Ensemble des Français

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
En une image plus positive	32%	30%	33%	55%	42%	31%	25%	23%	35%	35%	26%
En une image plus négative	6%	7%	5%	12%	9%	6%	3%	3%	6%	7%	4%
Cela n'a rien changé	63%	63%	62%	33%	48%	63%	72%	74%	59%	58%	69%

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
En une image plus positive	32%	33%	32%	25%	24%	41%	33%	30%	35%	32%	25%	34%	27%
En une image plus négative	6%	7%	6%	5%	8%	8%	6%	7%	6%	4%	5%	3%	3%
Cela n'a rien changé	63%	60%	62%	69%	68%	50%	61%	64%	60%	64%	70%	63%	69%

↑ ↓ Hausse / Baisse significative vs. 2020

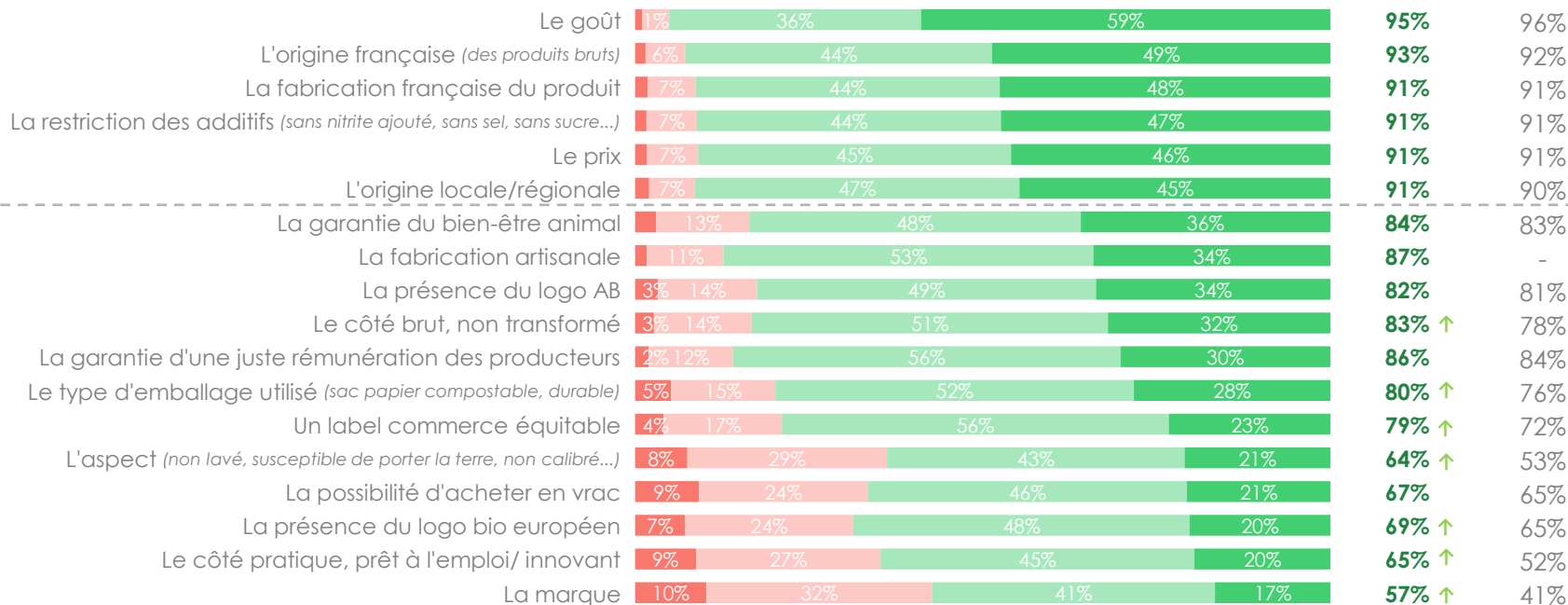
Q42b. Pour terminer, pensez-vous que la crise sanitaire a changé l'image/ la perception que vous aviez des produits bio avant la crise ?

Les critères de choix d'achat

Des consommateurs de produits bio qui privilégient avant tout le goût. Le local est également un critère important : en effet, l'origine française du produit arrive en 2nde position devant la fabrication française.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1602)

ST Important 2020
n=1526



Autres critères cités spontanément (19%)

Pas du tout important Plutôt pas important Plutôt important Très important

Q37. Pour chacun des critères de choix d'achat suivants d'un produit biologique, quels sont ceux qui sont très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important, lors de vos achats ?

↑ ↓ Hausse / Baisse significative vs. 2020

Les critères de choix d'achat

Des femmes globalement plus regardantes que les hommes. Les plus jeunes accordent nettement plus d'importance au côté pratique prêt à l'emploi et à la marque.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1602)

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	1602	740	862	175	233	410	381	403	547	451	604
Le goût	95%	93%	97%	86%	91%	97%	98%	96%	95%	95%	95%
L'origine française (des produits bruts)	93%	91%	94%	88%	90%	93%	94%	96%	92%	92%	95%
L'origine locale/régionale	91%	89%	93%	81%	89%	91%	94%	96%	91%	90%	93%
La fabrication française du produit	91%	90%	93%	82%	89%	91%	93%	95%	90%	90%	93%
La restriction des additifs (sans nitrite ajouté, sans sel, sans sucre...)	91%	90%	92%	81%	89%	91%	93%	95%	91%	90%	92%
Le prix	91%	89%	92%	90%	93%	92%	90%	90%	90%	93%	90%
La fabrication artisanale	87%	84%	91%	82%	91%	86%	86%	90%	84%	88%	90%
La garantie d'une juste rémunération des producteurs	86%	84%	88%	79%	88%	85%	88%	87%	86%	86%	86%
La garantie du bien-être animal	84%	79%	88%	82%	87%	85%	85%	79%	82%	87%	82%
Le côté brut, non transformé	83%	79%	87%	78%	84%	87%	83%	80%	81%	88%	81%
La présence du logo AB	82%	80%	85%	77%	84%	82%	83%	84%	84%	81%	83%
Le type d'emballage utilisé (sac papier compostable, durable)	80%	77%	82%	81%	83%	79%	79%	79%	81%	79%	80%
Un label commerce équitable	79%	76%	82%	75%	85%	78%	79%	77%	78%	82%	78%
La présence du logo bio européen	69%	63%	74%	75%	80%	66%	68%	62%	68%	73%	65%
La possibilité d'acheter en vrac	67%	62%	71%	68%	79%	66%	63%	62%	66%	70%	64%
Le côté pratique, prêt à l'emploi/ innovant	65%	64%	65%	74%	79%	65%	61%	55%	62%	74%	60%
L'aspect (non lavé, susceptible de porter la terre, non calibré...)	64%	62%	65%	70%	71%	64%	61%	58%	60%	72%	61%
La marque	57%	56%	58%	72%	70%	57%	52%	48%	56%	64%	53%

Q37. Pour chacun des critères de choix d'achat suivants d'un produit biologique, quels sont ceux qui sont très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important, lors de vos achats ?

Les critères de choix d'achat

Des Franciliens qui accordent globalement moins d'importance aux différents critères. Le « Made in France » largement plébiscité en Bretagne, devant le goût.

Base : Consommateurs bio au moins une fois par mois (n=1602)

	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	1602	292	93	83	91	139	119	101	101	139	140	178	126
Le goût	95%	94%	94%	94%	96%	96%	96%	94%	96%	94%	96%	96%	97%
L'origine française (des produits bruts)	93%	90%	94%	95%	89%	96%	90%	95%	98%	91%	94%	94%	95%
L'origine locale/régionale	91%	88%	94%	92%	87%	93%	93%	95%	98%	91%	91%	91%	91%
La fabrication française du produit	91%	88%	96%	96%	86%	92%	88%	96%	93%	90%	93%	94%	90%
La restriction des additifs (sans nitrite ajouté, sans sel, sans sucre...)	91%	90%	90%	93%	90%	91%	90%	95%	90%	91%	92%	93%	90%
Le prix	91%	87%	90%	89%	88%	91%	91%	95%	93%	92%	91%	92%	95%
La fabrication artisanale	87%	84%	90%	92%	82%	90%	86%	92%	91%	87%	85%	87%	92%
La garantie d'une juste rémunération des producteurs	86%	81%	92%	81%	80%	90%	87%	87%	87%	87%	86%	89%	87%
La garantie du bien-être animal	84%	81%	86%	87%	83%	85%	86%	79%	90%	83%	85%	84%	81%
Le côté brut, non transformé	83%	79%	87%	82%	86%	81%	84%	90%	84%	88%	87%	82%	81%
La présence du logo AB	82%	83%	81%	77%	79%	84%	89%	86%	78%	87%	80%	80%	80%
Le type d'emballage utilisé (sac papier compostable, durable)	80%	73%	82%	82%	80%	83%	81%	80%	91%	81%	79%	76%	85%
Un label commerce équitable	79%	76%	80%	76%	74%	85%	82%	81%	84%	81%	80%	75%	77%
La présence du logo bio européen	69%	70%	68%	68%	61%	77%	77%	68%	69%	66%	67%	61%	70%
La possibilité d'acheter en vrac	67%	60%	74%	69%	61%	68%	69%	70%	69%	72%	70%	65%	65%
Le côté pratique, prêt à l'emploi/ innovant	65%	65%	69%	75%	56%	70%	60%	66%	66%	64%	62%	60%	71%
L'aspect (non lavé, susceptible de porter la terre, non calibré...)	64%	60%	62%	65%	64%	67%	64%	69%	75%	66%	58%	63%	65%
La marque	57%	59%	52%	64%	52%	65%	60%	54%	61%	59%	50%	51%	59%

Q37. Pour chacun des critères de choix d'achat suivants d'un produit biologique, quels sont ceux qui sont très important, plutôt important, plutôt pas important ou pas du tout important, lors de vos achats ?

Les habitudes pour l'achat de produits biologiques

La grande distribution demeure le premier circuit fréquenté pour l'achat de produit bio et ce, pour la plupart des catégories de produits.

En revanche, ce circuit est en recul auprès des consommateurs réguliers de produits bio depuis 2019. Ce recul se fait au profit des marchés, en hausse de 9 points vs. 2020 (35%) et des artisans (31%, +6 points). Un autre circuit semble avoir bénéficié de la crise sanitaire : les producteurs locaux/à la ferme. Après une forte hausse observée en 2020, cette habitude semble être aujourd'hui acquise avec le quart des consommateurs de produits bio qui y font des achats. Constat à relativiser tout de même, ce circuit de distribution reste fréquenté de manière assez occasionnelle. Des habitudes très différentes selon les générations : les plus anciens privilégient les circuits « classiques », les grandes et moyennes surfaces (74% vs. 69%) et les marchés (39% vs. 35%). Les plus jeunes se rendent plus souvent dans les circuits dédiées, les magasins spécialisés de produits bio (34% vs. 25%) et les magasins de produits en vrac (18% vs. 13%). Les 25-34 ans et les CSP+ commandent plus fréquemment par le drive d'une grande surface.

L'impact de la crise sanitaire de la COVID-19.

Concernant les différents circuits de distribution, si les habitudes ont été bouleversées pendant les périodes de confinements suite aux fermetures de magasins, contraintes de distances..., les consommateurs semblent aujourd'hui avoir repris leurs comportements d'avant crise.

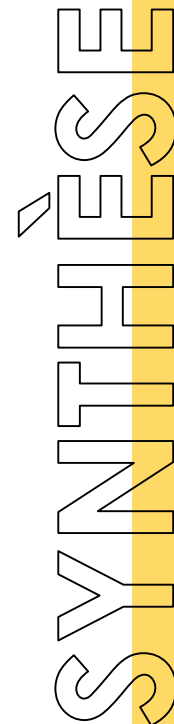
En outre, si les confinements ont été l'occasion de se faire livrer des produits biologiques (21% des consommateurs de produits bio l'ont fait pendant cette période), c'est beaucoup moins le cas depuis (9%, à un niveau inférieur d'avant la crise). Une pratique tout de même plus fréquente chez les plus jeunes mais aussi les 35-49 ans et chez les CSP+.

La crise n'a par ailleurs qu'assez peu impacté la consommation de produits biologiques : la majorité des consommateurs déclarant acheter autant de produits bio qu'il y a un an (58%). A noter tout de même que près du tiers déclare en acheter plus (32%). Un tiers aussi qui estime que la crise a amélioré leur perception des produits bio.

Des consommateurs de produits bio qui continuent à privilégier le goût, l'origine et la qualité des produits.

La hiérarchie des principaux critères d'achat reste inchangée. Le goût arrive en tête devant l'origine française, la fabrication française, la restriction des additifs, le prix et l'origine locale. Des critères jugés très importants par plus de 40% des consommateurs. A noter la hausse de l'importance accordée à des critères en lien avec le naturel : « le côté brut, non transformé », « le type d'emballage utilisé », « l'aspect (non lavé...) ».

Des critères qui évoluent entre générations.



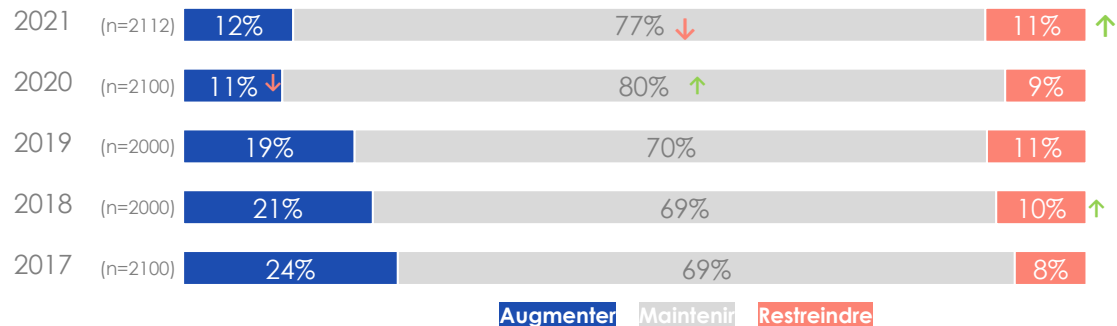
Perspectives et avenir

2.4

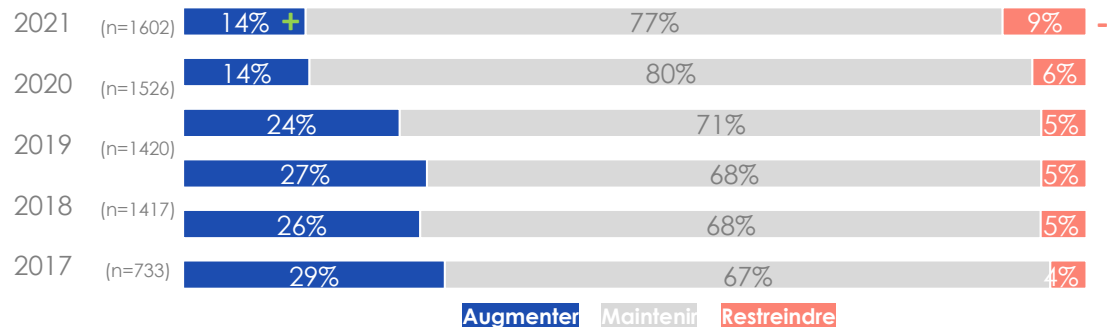
Consommation future envisagée

Une consommation de produits biologiques qui devrait se maintenir dans la grande majorité des cas.

Base : Ensemble des Français



Base : Consommateurs au moins une fois par mois



↑ ↓ Hausse / Baisse significative vs. 2020

Q41. Avez-vous l'intention, dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits bio (tous produits bio confondus) ?

+ - Différences significatives vs. l'ensemble des Français

Consommation future envisagée

Néanmoins, les plus jeunes sont plus nombreux à penser la restreindre dans les 6 prochains mois.

	ENSEMBLE	SEXE		AGE					CSP		
		Homme	Femme	18 à 24 ans	25 à 34 ans	35 à 49 ans	50 à 64 ans	65 ans et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	2112	1001	1111	227	290	538	500	557	641	617	854
Vous avez l'intention de la restreindre	11%	11%	11%	21%	16%	9%	9%	8%	9%	14%	11%
Vous avez l'intention de la maintenir	77%	77%	76%	65%	70%	78%	80%	80%	77%	77%	76%
Vous avez l'intention de l'augmenter	12%	12%	13%	14%	13%	13%	10%	12%	14%	10%	13%

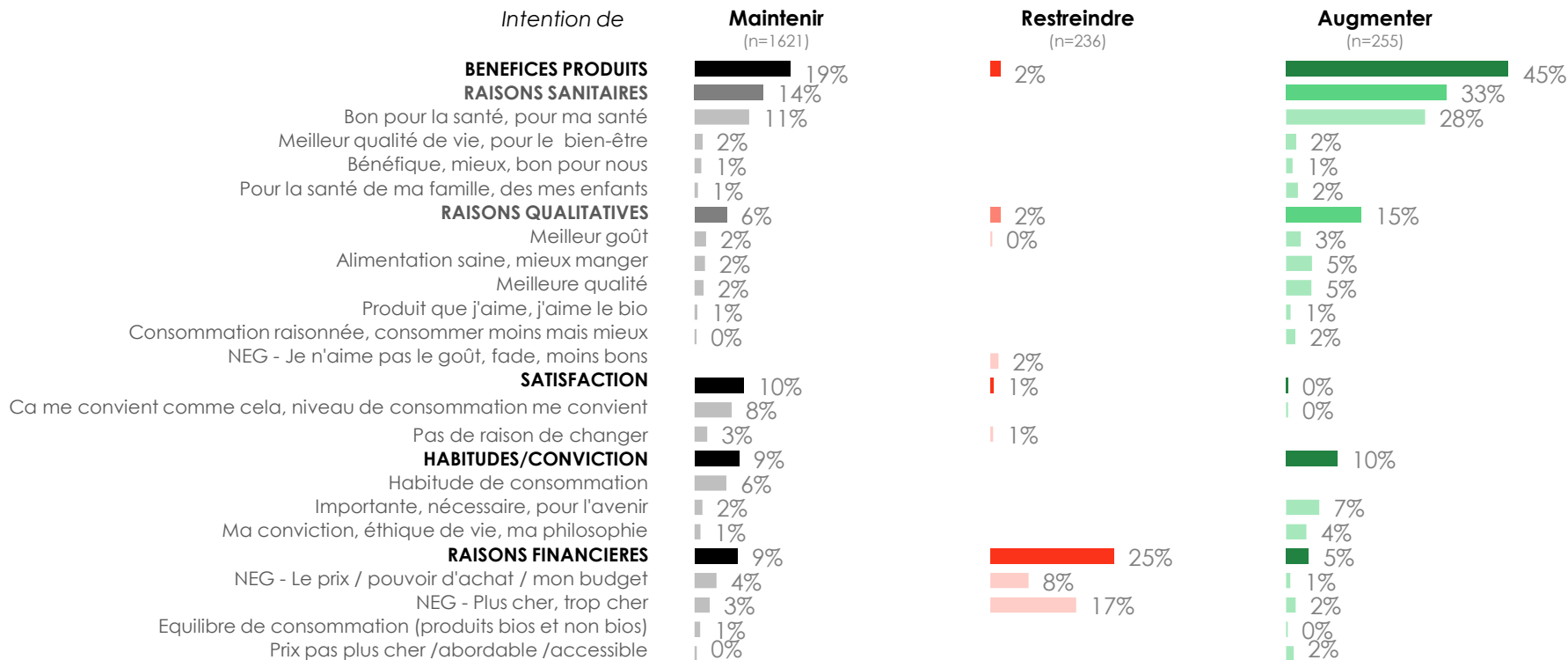
	ENSEMBLE	REGIONS											
		Île-de-France	Centre-Val de Loire	Bourgogne-Franche-Comté	Normandie	Hauts-de-France	Grand Est	Pays de la Loire	Bretagne	Nouvelle-Aquitaine	Occitanie	Auvergne-Rhône-Alpes	ST PACA / Corse
Base	2112	364	123	121	127	182	173	139	129	188	181	230	155
Vous avez l'intention de la restreindre	11%	11%	16%	14%	14%	14%	14%	9%	9%	13%	8%	7%	12%
Vous avez l'intention de la maintenir	77%	75%	78%	79%	71%	76%	74%	75%	77%	76%	77%	84%	75%
Vous avez l'intention de l'augmenter	12%	14%	6%	7%	15%	10%	12%	17%	13%	11%	16%	9%	13%

↑ ↓ Hausse / Baisse significative vs. 2020

Q41. Avez-vous l'intention, dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits bio (tous produits bio confondus) ?

Les raisons de modifier leur consommation de produits biologiques

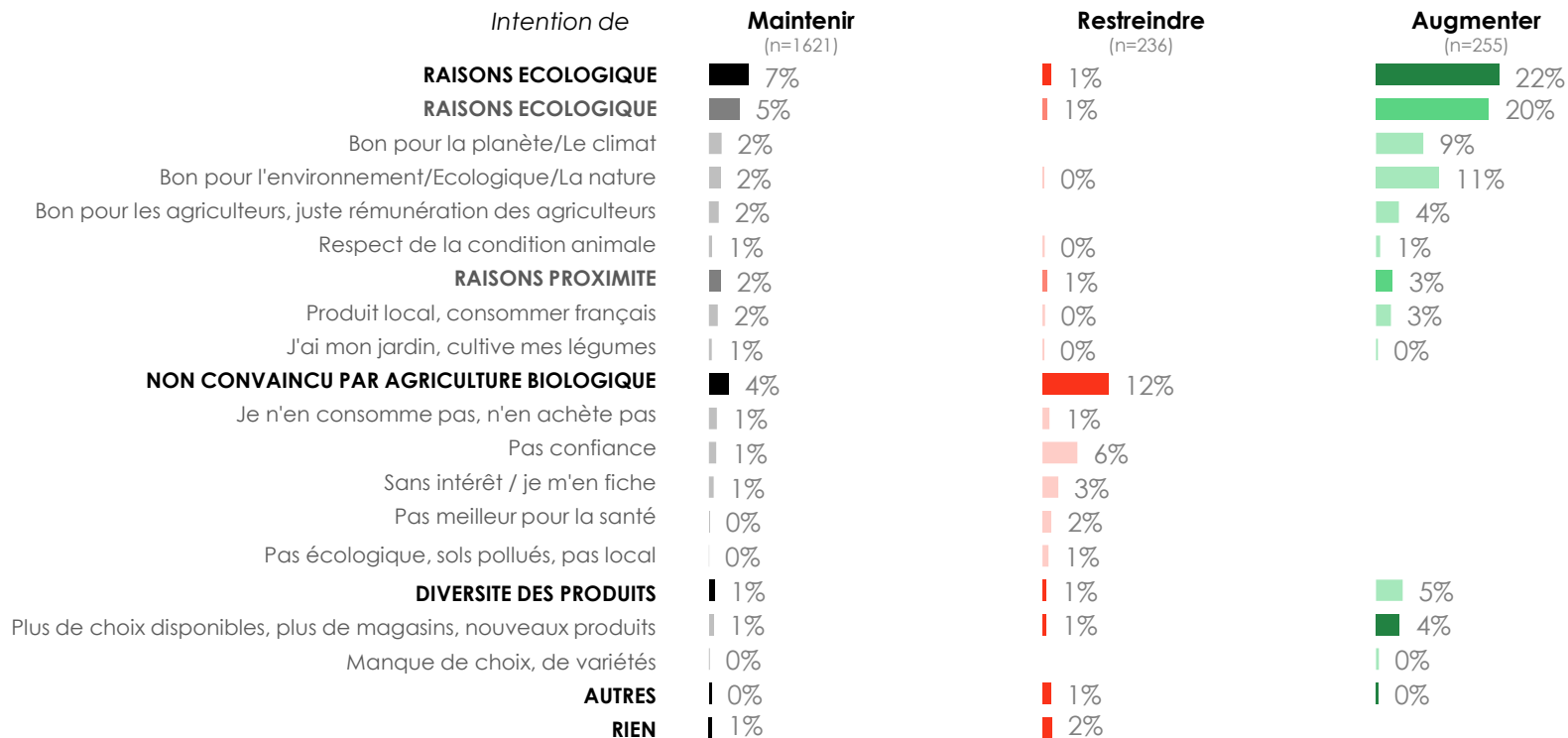
Le bénéfice santé est de loin l'argument le plus en faveur d'un maintien voire d'une augmentation de sa consommation de produits biologiques. Les raisons financières étant le principal motif de baisse.



Q42. Pour quelles raisons, avez-vous l'intention d'augmenter / de maintenir / de diminuer votre consommation de produits bio ?

Les raisons de modifier leur consommation de produits biologiques

L'enjeu écologique est aussi une source de motivation importante dans la volonté d'augmenter sa consommation de produits biologiques.



Q42. Pour quelles raisons, avez-vous l'intention d'augmenter / de maintenir / de diminuer votre consommation de produits bio ?

Une consommation de produits biologiques qui devrait se maintenir dans les 6 prochains mois. La grande majorité des consommateurs de produits bio a l'intention de maintenir leur consommation (77%). En revanche, cette proportion recule légèrement après une très forte hausse enregistrée en 2020. Cette baisse est compensée par des consommateurs ayant l'intention de restreindre leur consommation (11%, +2 points). Cela s'observe particulièrement chez les plus jeunes (21% des 18-24 ans) et chez les CSP- (14%). La principale raison évoquée étant le coût financier et, dans une moindre mesure, un doute émis à l'encontre de l'agriculture biologique.

En revanche, les principaux arguments en faveur d'un maintien voire d'une augmentation de sa consommation de produits bio sont, dans un premier temps, le bénéfice santé puis l'enjeu écologique, principalement cité par les consommateurs ayant l'intention d'augmenter leur consommation. Ceux-là même qui invoque l'argument d'un meilleur goût des produits bio mais aussi la conviction d'une consommation nécessaire pour l'avenir.

Principaux enseignements



Des Français qui s'engagent, une dynamique qui profite au bio

Les Français s'engagent dans leur consommation qu'ils souhaitent plus respectueuse mais aussi plus avertie.

Ainsi, certaines valeurs évoluent en un an :

- Je suis vigilant(e) au processus de production qui respecte l'environnement et la condition animale
- J'achète certains produits afin d'assurer une meilleure rémunération des producteurs / agriculteurs
- Je lis toujours les étiquettes pour connaître la composition nutritionnelle des produits alimentaires
- J'évite d'acheter des produits sur-emballés / je privilégie le vrac

Par ailleurs, si les habitudes d'achats et les comportements alimentaires tendent à se stabiliser depuis 2 ans avec une part en recul de Français ayant opéré des changements, ces changements portent le plus souvent sur ces mêmes dimensions : privilégier les circuits courts, acheter plus de produits frais et de saison et passer davantage de temps à cuisiner. Des valeurs qui leur tiennent à cœur et qui constituent leurs engagements prioritaires dans le cadre de leur consommation alimentaire avec la limitation du gaspillage. Enfin, des Français qui s'engagent sur le long terme avec, dans la majorité des cas, des habitudes qui sont conservées.

Cette dynamique bénéficie largement aux produits bio

9 Français sur 10 consomment des produits biologiques et plus des trois quart le font de manière régulière (au moins une fois par mois), une part en hausse cette année après 3 ans de stagnation, tirée par des consommateurs très réguliers qui font des produits bio des produits du quotidien.

Avec la fréquence de consommation qui augmente, la part d'acheteurs de produits bio connaît également une hausse tout comme le budget alloué.

Une dynamique positive pour le bio que ne viendra pas entacher la part de réfractaires, toujours freinée par le coût et un manque d'intérêt, très stable depuis 2 ans.

Les Français et le bio

Les Français ont une image très positive du bio qu'ils associent à la préservation de l'environnement, la naturalité, la biodiversité et aussi à un bénéfice pour leur santé. C'est d'ailleurs cette préoccupation qui les a majoritairement amenés à consommer des produits bio.

Par ailleurs, toujours dans cette logique d'une consommation plus avertie, les Français sont de plus en plus conscients de la réglementation qui entoure le bio. Une majorité de Français ayant la perception que le cahier des charges de l'agriculture biologique en France est devenu plus exigeant au cours des dernières années.

Dans ce contexte, **les logos jouent un vrai rôle de réassurance**.

Les Français ont une bonne connaissance des deux logos labelisant l'agriculture bio. Le logo français AB est particulièrement bien repéré et les Français sont nombreux à savoir ce qu'il signifie précisément. Le logo Européen souffre d'une notoriété plus faible, en recul cette année.

Néanmoins, les Français accordent du crédit à ces 2 logos qui contribuent à donner confiance dans le produit sur lequel ils sont apposés (avec une prime pour le logo français).

Cela vaut pour la plupart des labels et certifications hors bio. Les plus connus étant le logo Label Rouge et ceux faisant référence à l'origine française / locale des produits (AOP, AOC, Viande / Fruits et Légumes de France garantis ...).

Ces différents logos, lorsqu'on les connaît, contribuent à donner du crédit aux produits labelisés et les Français y sont attentifs dans le cadre de leurs achats alimentaires.

Un certain déficit d'information ?

Une majorité de Français estime avoir un niveau suffisant d'informations en ce qui concerne le bio, notamment sur l'origine des produits, l'impact sur la santé ou sur l'environnement de l'agriculture bio. Néanmoins, on note quelques points d'alerte :

- Le recul de la reconnaissance des logos AB et Eurofeuille
- Une hausse de la part des Français ayant la perception d'un assouplissement du cahier des charges de l'agriculture biologique en France
- Une part importante de Français estimant manquer d'informations sur le contrôle des produits bio ou encore la réglementation en agriculture bio
- Un net recul du « bruit » autour du bio et pour la plupart des médias les plus importants (publicité, documentaires et reportages, les réseaux sociaux mais aussi l'entourage)

La crise sanitaire de la COVID-19 a capté l'essentiel de l'espace ces deux dernières années, réduisant peut être aux silences d'autres sujets comme le bio.

Au vu de l'impact positif de la présence des logos lorsqu'on les connaît mais aussi de la perception positive des Français à l'égard du bio, il semble primordiale de communiquer à nouveau sur ces sujets en insistant sur les enjeux prioritaires des Français que sont d'une part le bénéfice santé et l'envie de manger sain, d'autres part, la consommation de produits frais, de saison, la limitation du gaspillage et, en toile de fond, la lutte contre le réchauffement climatique.

L'importance de l'origine France

Au-delà du bio, il est important de noter que les Français accordent une importance toute particulière à l'origine France du produit. C'est la 1^{ère} mention à laquelle ils sont attentifs dans le cadre de leur achats alimentaires, avant les mentions en lien avec le bio. Par ailleurs, l'insatisfaction liée à l'origine des produits bio est le principal frein des consommateurs les plus réguliers pour augmenter encore leur consommation de produits bio. Enfin, l'origine française et la fabrication française sont les principaux critères d'achats d'un produit bio, après le goût.

Des consommateurs plus anciens dans le bio

Des recrutements en recul et des consommateurs de plus en plus expérimentés

Comme déjà noté précédemment, la part de consommateurs de produits biologiques est stable depuis plusieurs années et c'est la fréquence de consommation de produits bio qui est en augmentation. Ainsi, les consommateurs de produits bio sont de plus en plus anciens et expérimentés.

A noter que le bio recrute aujourd'hui principalement chez les jeunes et les CSP- tandis que les seniors et le CSP+ sont les consommateurs les plus anciens de bio.

La principale raison de conversion au bio demeure l'enjeu de préservation de sa santé mais on voit émerger des motivations nouvelles comme la plus grande disponibilité des produits bio en hors domicile (enjeu sur lequel les Français ont des attentes importantes).

Les produits consommés en bio restent principalement les fruits et légumes et les laitages.

Des produits bio que l'on continue à acheter principalement dans les grandes surfaces bien que l'on note une érosion au profit des marchés et des artisans. Des circuits de distribution qui auront été peu impactés par la crise sanitaire.

Une crise sanitaire qui aura finalement eu un impact assez limité sur le bio, en dehors d'en améliorer l'image pour le tiers des Français.

La bonne dynamique du bio devrait se poursuivre bien qu'il soit important de noter que la part de consommateurs de produits bio envisageant d'augmenter encore leur consommation dans les 6 prochains mois se tassent d'année en année, prouvant que l'on atteint un certain plafond.



MERCI

