Origine des produits : un critère de plus en plus important

20 octobre 2009

L’origine géographique et le respect de l’environnement par l’agriculteur sont des critères de choix de plus en plus importants dans l’acte d’achat des consommateurs français, selon l’enquête Agri-confiance / Ipsos, réalisée en septembre 2009 auprès de 1 000 personnes et exposée le 13 octobre à l’occasion des rencontres « coopération agricole et développement durable » organisées par Coop de France à Paris.

En effet, si le prix demeure le premier critère (54% en 2009 vs 51% en 2007), il est désormais talonné de très près par l’origine du produit (51% en 2009 vs 40% en 2007). Le respect de l’environnement continue également à progresser à un niveau très conséquent (34% en 2009 vs 32% en 2007).

L’enquête montre que 95 % des français tiennent à ce que les aliments qu’ils achètent soient produits dans une démarche de qualité et de respect de l’environnement, et 90 % jugent important de pouvoir acheter des aliments de saison et produits localement, à proximité du point de vente.

A noter, 7 consommateurs sur 10 reconnaissent les agriculteurs comme des acteurs légitimes de la mise en place de telles démarches. Enfin 96 % souhaitent que le niveau de revenu et les intérêts des producteurs soient reconnus, une proportion à relier à celle des Français qui soutiennent les producteurs de lait lors des mouvements de grève (92%, selon un sondage Ifop pour dimanche Ouest France).

L’étude montre en outre que les français ont une véritable attente envers les grandes surfaces au regard de ces problématiques : plus d’un consommateur sur deux souhaiterait qu’elles améliorent la visibilité en magasin sur les produits agricoles dont l’origine, la qualité et le respect de l’environnement sont garantis. Près d’un sur deux attend un étiquetage sur la qualité des produits qui corresponde réellement à l’engagement du producteur, et demande plus d’information sur la signification des labels, appellations et signatures.