

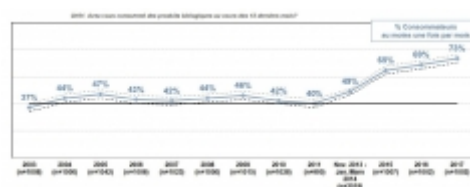
15e édition du Baromètre de la consommation et de la perception des produits biologiques

6 avril 2018

L'Agence Bio a publié en [février dernier](#) l'édition 2017 de son *Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France*, réalisé avec l'appui de CSA. Dispositif en place depuis 2003, cette enquête s'est déroulée par voie de questionnaire auto-administré en ligne, auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 Français. Le questionnaire se composait d'une première partie commune à tous les enquêtés, puis d'une seconde partie réservée aux « consommateurs de produits biologiques », appellation regroupant les individus ayant déclaré consommer ces produits au moins une fois par mois.

Les résultats du Baromètre 2017 montrent tout d'abord une évolution significative de la part des « consommateurs de produits biologiques », passant de 69 % en 2016 à 73 % en 2017, alors qu'ils n'étaient que 37 % en 2003 (cf. graphique ci-dessous). Les données socio-démographiques affinent ce résultat et mettent en évidence que les répondants issus de catégories socioprofessionnelles supérieures font davantage partie de ces consommateurs. Le niveau de confiance envers les produits biologiques reste globalement stable, à 82 %, ce que semblent confirmer les représentations que les enquêtés ont de ces produits : meilleurs pour la santé (89 %), plus naturels car cultivés sans produits chimiques de synthèse (88 %). Ces considérations constituent le premier critère de consommation chez les acheteurs de bio (69 %), devant les préoccupations environnementales (61 %).

Évolution de la part de consommateurs de produits biologiques



Source : Agence Bio

La consommation de produits biologiques est néanmoins loin d'être uniforme. Aussi bien l'ensemble des enquêtés que le groupe des consommateurs de bio montrent des préférences pour certains produits : les fruits et les légumes bio sont majoritairement consommés (respectivement à 52 % et 81 %), alors que la viande bio ne l'est que par 32 % des premiers et 43 % des seconds. Il est également intéressant de noter une tendance vers le « 100 % bio » pour la consommation d'œufs, mais aussi de lait pour près de la moitié des consommateurs de bio. Par ailleurs, l'engouement pour les produits bio s'étend en dehors du domicile, les Français interrogés étant intéressés par une offre bio en restaurations scolaire, hospitalière ou encore sur le lieu de travail.

L'accès à l'alimentation biologique pose, en filigrane, la question de son prix. Près de 52 % des enquêtés, et en particulier les Français issus de catégories socioprofessionnelles basses (56 %), estiment qu'il n'est pas « normal » qu'un produit biologique coûte plus cher.

À noter également que l'Agence Bio a organisé le 29 mars 2018 un [séminaire international](#) au cours duquel divers thématiques ont été abordées ([vidéo en ligne](#)) : « souveraineté alimentaire » et des territoires, santé, restauration scolaire, etc.

Arnaud Lamy, Centre d'études et de prospective

Source : [Agence Bio](#)