

Une méta-analyse sur les facteurs associés à l'achat de produits biologiques

3 mai 2018

Publiée en mars 2018 dans la revue [Appetite](#), une [méta-analyse](#) conduite par des chercheurs de l'[université de Tasmanie](#) (Australie) compare l'importance des différents facteurs d'attitudes et de comportements (mettant de côté les facteurs sociodémographiques, contextuels et culturels) qui influencent l'achat d'aliments biologiques. De plus, elle explore la façon dont les perceptions des consommateurs sont associées au comportement d'achat. S'appuyant sur 150 études, sélectionnées à partir d'un corpus initial de plus de 100 000 publications, la méta-analyse compile ainsi les données de 125 000 consommateurs, sur une période de 25 ans (1991-2006). Le principal résultat de l'étude révèle l'influence prépondérante, sur l'achat de produits bio, des facteurs dits de « croyances » (valeur nutritionnelle, bénéfices santé, impact environnemental, qualité, bien-être animal, salubrité, mode de production) par rapport aux facteurs de « recherche » (prix, disponibilité et apparence) et d'« expérience » (goût, fraîcheur). En outre, elle montre que la perception des produits bio comme étant des produits chers ne diminue pas l'intention d'achat, celle-ci tendant bien au contraire à augmenter.

Source : [Appetite](#)