

Extension du domaine du bio

Depuis quelques années, la consommation des produits biologiques s'inscrit dans une tendance positive qui ne semble pas vouloir s'infléchir, même à l'épreuve de la crise.

En 2009, 46% des Français en ont consommé au moins 1 fois par mois, contre 44% en 2008 (et 42% en 2007), selon le Baromètre de l'Agence Bio¹. Cette consommation se fait aussi moins exceptionnelle, et plus régulière : 26% en consomment au moins une fois par semaine et 9% tous les jours (contre 6% en 2007).

Le bio gagne le terrain de la restauration hors foyer, ce qui répond à une aspiration : 45% des Français sont demandeurs de repas bio dans les restaurants, sur leur lieu de travail (41%), et surtout, 75% des parents dont les enfants mangent à la cantine le midi aimeraient que des repas bio leur soit proposés, quitte à payer un peu plus cher.

La tendance ne paraît pas prête de s'inverser. Le bio jouit en effet d'une image très positive : les trois quart des personnes interrogées pensent qu'il représente une solution d'avenir face aux problèmes environnementaux, et qu'il faut augmenter sa production en France. La crise n'a pas affecté cet engouement : 84% des consommateurs de produits bio disent avoir maintenu (74%) ou augmenté (10%) leurs dépenses en la matière. Au cours des six prochains mois, 71% ont l'intention de les maintenir, et 25% de les augmenter.

On assiste à un élargissement du public : si les produits bio ont leurs « fidèles » de longue date (les consommateurs de produits biologiques ont une ancienneté moyenne de 10 ans), on note également une augmentation des consommateurs récents. En effet, 20% des acheteurs disent en consommer depuis moins de 2 ans.

Les produits biologiques les plus consommés sont toujours les fruits et légumes (80%), suivis des produits laitiers (71%), des œufs (62%), des produits d'épicerie (huiles, pâtes, riz : 56%), de la viande (49%), du pain (42%) et des boissons (43%). Mais le panier bio s'élargit à de nouveaux produits : les poissons sont désormais consommés par 14% des consommateurs bio, contre 7% en 2008, et les vins par 18% d'entre eux (contre 11%).

Cependant, ces chiffres ne doivent pas faire oublier que cette consommation reste socialement marquée. Elle est beaucoup plus fréquente en effet chez les 50-64 ans, les cadres et professions intermédiaires, les habitants de la région parisienne. Ainsi, les ouvriers restent, à 62%, faibles ou non consommateurs. Le prix des produits bio est, de fait, cité comme la première raison de non-achat.

Selon une enquête menée par le magazine spécialisé *Linéaires*, les produits bio coûteraient 72 % plus cher que les produits conventionnels correspondants (contre « seulement » 20% à 30% de plus selon l'Agence bio), ce qui explique d'ailleurs que le marché suscite d'énormes convoitises : 72% des achats de produits bio se font en GMS (grandes et moyennes surfaces), qui ont lancé leurs propres MDD (marques de distributeurs) et se livrent une guerre pour profiter de cette nouvelle manne, leurs marges étant plus importantes sur ces produits.

L'essor de la consommation biologique, qui ne représente encore que 1,7% de la consommation alimentaire totale, a donc encore des marges de progrès et la bataille pour capter cette nouvelle demande ne fait que commencer.

Sources :

AGENCE BIO / CSA. *Baromètre consommation et perception des produits biologiques 2009*. 2010,

¹ Etude quantitative, réalisée en face à face à domicile, du 26 au 30 octobre 2009, auprès d'un échantillon de 1015 personnes, représentatif de la population française.

131 p. <http://www.agencebio.org/pageEdito.asp?IDPAGE=139&n2=98>

Linéaires, novembre 2009

« La guerre du bio a-t-elle commencé ? ». *Agriculture Environnement* 04/02/2010
<http://www.agriculture-environnement.fr/spip.php?article611>