



Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France

12^{ème} édition – 1^{ère} phase

Janvier 2015
Étude n°1400610

CSA
COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Sommaire

INTRODUCTION	3
Contexte	4
Méthodologie	5
ECHANTILLON	6
LES PREMIERES TENDANCES 2015	8
RESULTATS DETAILLES	
1. Les Français et les produits biologiques	8
1.1. Consommation de produits biologiques	9
1.2. L'aspect prix et budget alimentaire	15
1.3. L'information sur les produits biologiques	19
1.4. Les produits biologiques vus par les Français	28
1.5. La place de l'environnement	33
1.6. Les attentes des Français vis-à-vis de l'offre Bio	38
2. Les consommateurs-acheteurs de produits biologiques	45
2.1. Ancienneté, raisons et impact de la consommation de produits biologiques	46
2.2. Les différents produits biologiques consommés	56
2.3. Les lieux d'achat de produits biologiques	67
2.4. Perspective et avenir	75
ANNEXES	80
1. Focus sur les 18-24 ans	81
2. Détail des lieux d'achat par produit	84
3. Fiches récapitulatives par produit	105

INTRODUCTION

Contexte de l'édition 2015

- Depuis 2003, un baromètre de consommation et de perception des produits biologiques est réalisé habituellement en octobre-novembre auprès des Français par l'Agence Bio avec l'appui de CSA.
- Afin d'adapter le mode de recueil aux nouvelles techniques d'enquêtes, une mesure complémentaire a été réalisée on line en mars 2014. Pour s'assurer d'une méthodologie comparable, plusieurs indicateurs clés ont été mesurés et validés entre temps à la fois en face-à-face (approche historique) et on line (nouvelle approche) pour s'assurer de la bonne transition entre ces deux modes de recueil.
- Ainsi, à partir de cette année, **le dispositif mis en place de suivi barométrique** de consommation et de perception des produits biologiques est réalisé uniquement **on line**.

Méthodologie

Mesures de janvier 2015

Mode de recueil	Etude quantitative réalisée on line via notre panel d'internautes Grand Public Le recueil des données a été effectué à l'aide du système CAWI (Computer Assisted Web Interview)		
Date de terrain	Du 22 au 28 janvier 2015		
Cible	500 Français âgés de 18 ans et plus national représentatif en termes de sexe, âge, catégorie socioprofessionnelle du chef de famille, région et taille d'agglomération de résidence		
Questionnaire	Questionnaire d'une vingtaine de minutes <table><tr><td>Une partie commune posée à tous les interviewés base : population française questionnaire de 13 minutes</td><td>Une partie posée uniquement aux consommateurs* base : consommateur de produits bio 10 minutes supplémentaires</td></tr></table>	Une partie commune posée à tous les interviewés base : population française questionnaire de 13 minutes	Une partie posée uniquement aux consommateurs* base : consommateur de produits bio 10 minutes supplémentaires
Une partie commune posée à tous les interviewés base : population française questionnaire de 13 minutes	Une partie posée uniquement aux consommateurs* base : consommateur de produits bio 10 minutes supplémentaires		

*Question utilisée pour distinguer les consommateurs de produits biologiques : « Avez-vous consommé des produits biologiques au cours des 12 derniers mois ? » (Si « au moins une fois par mois » = consommateur)

Tests de significativité à partir de 95%

- Dans ce rapport, l'historique des mesures depuis 2003 est présenté, avec des notes spécifiques identifiant les différences de mode de recueil, le cas échéant.
- Le mode de réponse de certaines questions a été modifié : multi-réponse ou classement, afin d'obtenir une analyse plus riche : ceci permet de mieux exploiter les différences de perceptions ou d'image et d'apporter un regard plus qualitatif. Ces questions sont repérables par l'étiquette **Nouvelle formulation**

Echantillon



Echantillon représentatif de la population Française

	Mesure 2015	
	Brut	Redressé
BASE	506	506
SEXE		
Homme	47%	48%
Femme	53%	52%
AGE		
18-24 ans	12%	11%
25 - 34 ans	15%	16%
35 - 49 ans	27%	27%
50 - 64 ans	26%	25%
65 et plus	20%	21%
<i>Age Moyen</i>	<i>46,7</i>	<i>47,0</i>
PROFESSION INTERVIEWE		
CSP +	14%	20%
CSP -	45%	40%
Inactifs	41%	40%

	Mesure 2015	
	Brut	Redressé
BASE	506	506
TAILLE D'AGGLOMERATION		
Communes rurales	23%	23%
De 2 000 à - 20 000 habitants	16%	17%
De 20 000 à - 100 000 habitants	14%	13%
100 000 habitants et plus	30%	30%
Agglomération Parisienne	17%	16%
REGIONS		
Région Parisienne	19%	18%
Nord	6%	6%
Est	9%	9%
Bassin Parisien Est	8%	8%
Bassin Parisien Ouest	9%	9%
Ouest	13%	14%
Sud-Ouest	11%	11%
Sud-Est	13%	13%
Méditerranée	13%	12%
NOMBRE D'ENFANTS AU FOYER		
1 personne	22%	22%
2 personnes	38%	38%
3 personnes	19%	19%
4 personnes	14%	14%
5 personnes et plus	7%	7%
<i>Nombre Moyen</i>	<i>2,5</i>	<i>2,5</i>

Redressement effectué sur les critères sociodémographiques suivants : sexe, âge, CSP interviewé, région et taille d'agglomération

1. Les Français et les produits biologiques

1.1

Consommation de produits biologiques

CSA

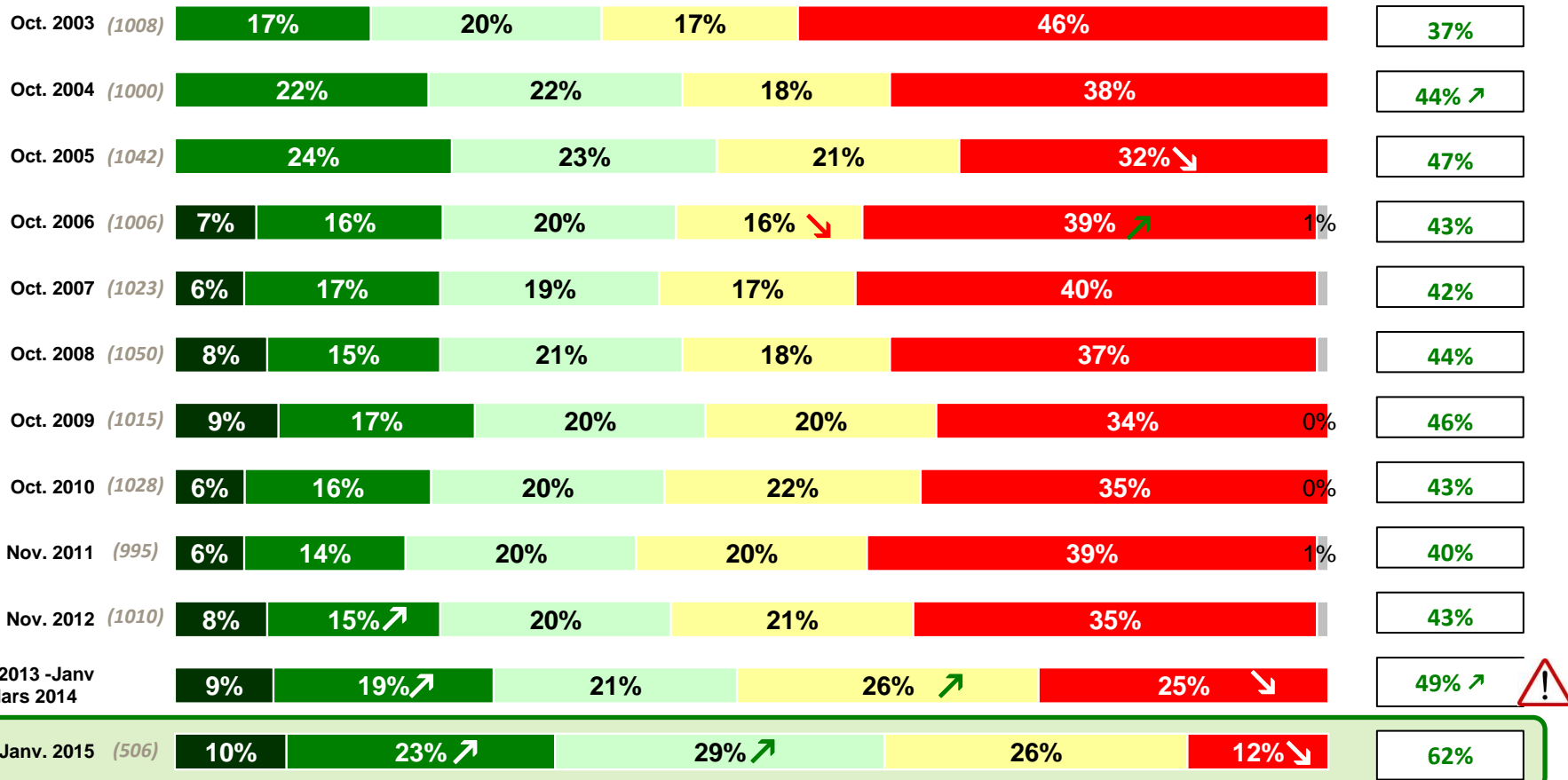
COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Part de consommateurs de produits biologiques

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

Consommateurs au moins une fois par mois

Base total Français



■ Tous les jours ■ Au moins une fois par semaine ■ Environ une fois par mois ■ Moins d'une fois par mois ■ Jamais ■ nsp



Source : consolidé de l'ensemble des mesures 2013 et 2014

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Part de consommateurs; critères discriminants

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Consommateurs	88%	85%	90%	Base faible	92%	84%	89%	86%	95%	85%	86%
Oui, tous les jours	10%	9%	10%		13%	10%	9%	10%	7%	12%	9%
Au moins une fois par semaine	23%	28%	19%		22%	13%	27%	27%	29%	20%	24%
Environ une fois par mois	29%	22%	34%		26%	28%	33%	23%	35%	28%	26%
Non consommateurs	38%	41%	36%		39%	49%	31%	40%	29%	40%	41%

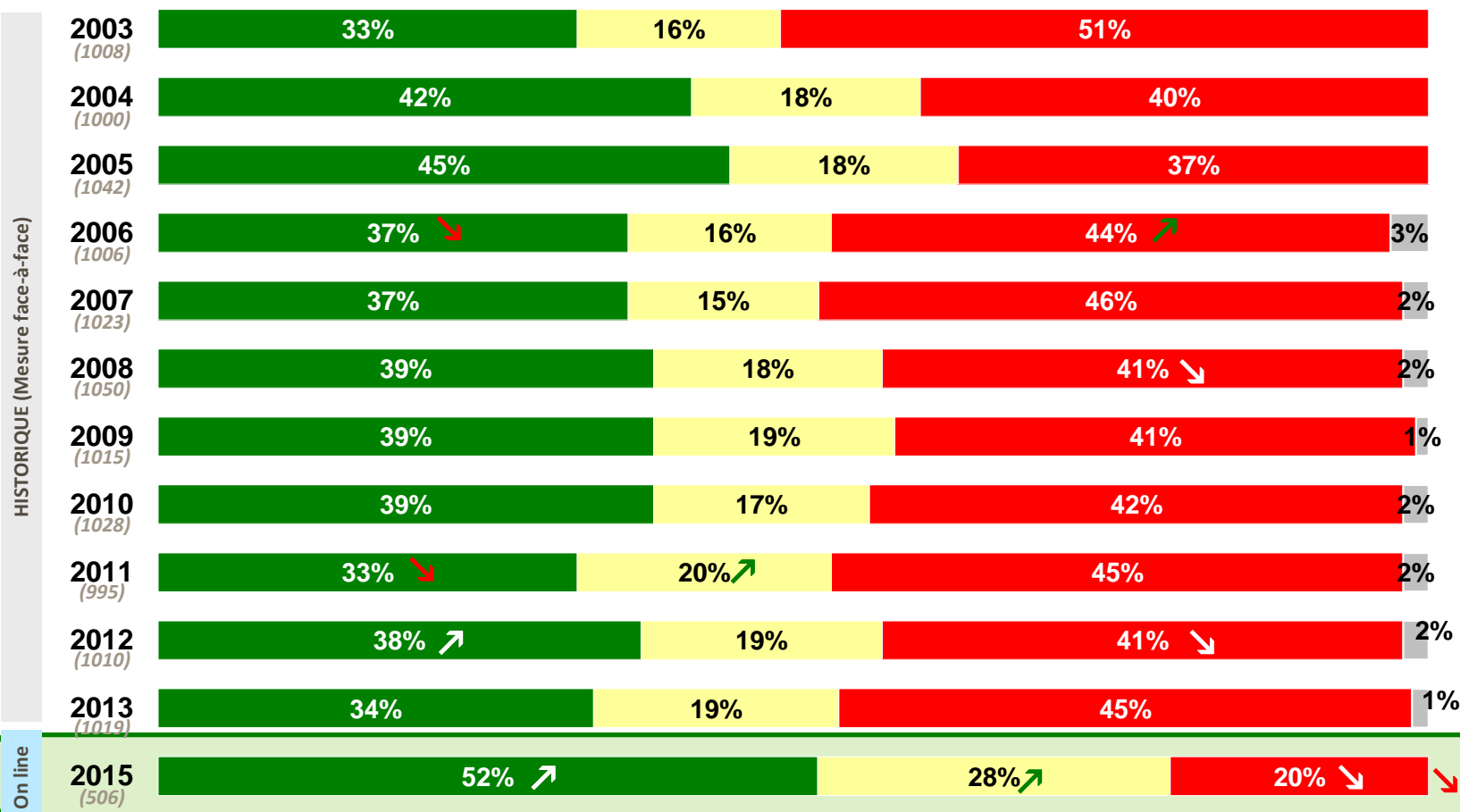
	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base	506	91	29	46	41	47	69	56	64	63
Consommateurs	88%	90%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	88%	Base faible	92%	93%
Oui, tous les jours	10%	12%					12%		13%	6%
Au moins une fois par semaine	23%	23%					31%		27%	21%
Environ une fois par mois	29%	34%					26%		22%	42%
Non consommateurs	38%	32%					31%		38%	30%

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Part d'acheteurs de produits biologiques

Avez-vous, vous ou quelqu'un de votre foyer, acheté un ou plusieurs produits biologiques au cours des 4 dernières semaines ?

Base Total Français : 506



■ Au cours des 4 dernières semaines ■ Pas au cours des 4 dernières semaines ■ N'achète pas de produit Bio ■ NSP

⚠ ATTENTION : les différences significatives sont présentées seulement à titre indicatif

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Part d'acheteurs; critères discriminants

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
<i>Base</i>	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Oui	52%	48%	56%	Base faible	57%	44%	54%	49%	58%	50%	51%
Non (jamais ou pas au cours des 4 dernières semaines)	48%	52%	44%		43%	56%	46%	51%	42%	50%	49%

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
<i>Base</i>	506	91	29	46	41	47	69	56	64	63
Oui	52%	57%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	58%	Base faible	56%	55%
Non (jamais ou pas au cours des 4 dernières semaines)	48%	43%					42%		44%	45%

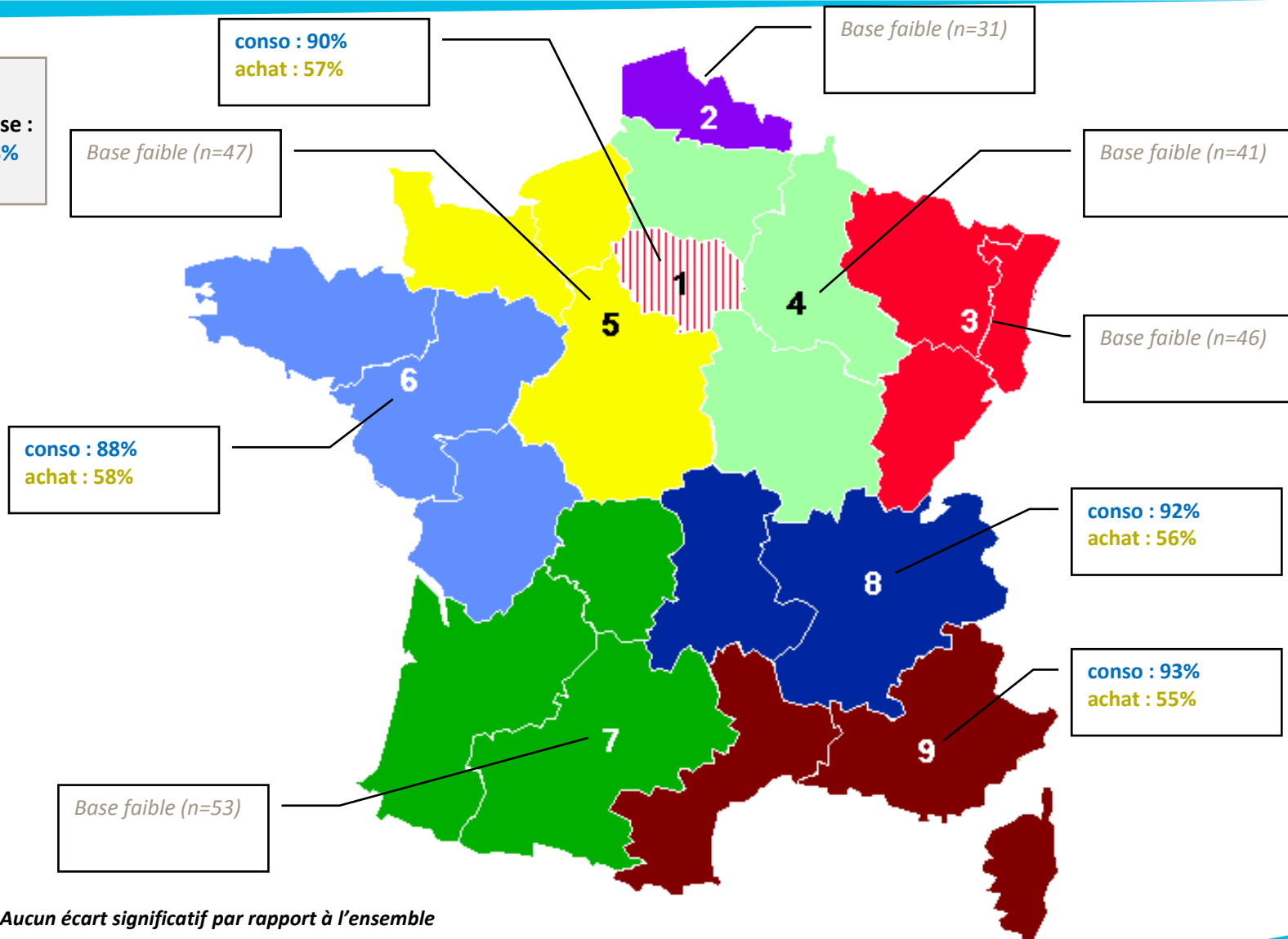
Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Focus sur les régions; consommation et achat

Rappel :

Sur la population française :

- consommateurs : 88%
- acheteurs : 52%



Aucun écart significatif par rapport à l'ensemble

Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2015

1.2

L'aspect prix et budget alimentaire



csa

COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Budget consacré aux produits alimentaires biologiques

En général, quelle est la part de votre budget alimentaire consacrée aux produits alimentaires biologiques ? Votre budget alimentaire biologique représente... de votre budget alimentaire total.

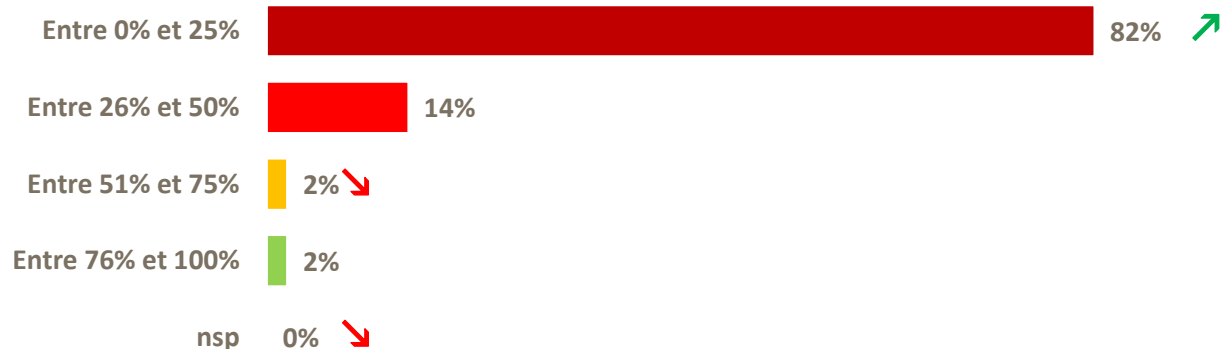
Dans le contexte économique actuel, diriez-vous que votre budget total consacré aux aliments (biologiques et non biologiques), ces 12 derniers mois... ?

Base « a acheté des produits biologiques » = 403

On line

Face-à-face

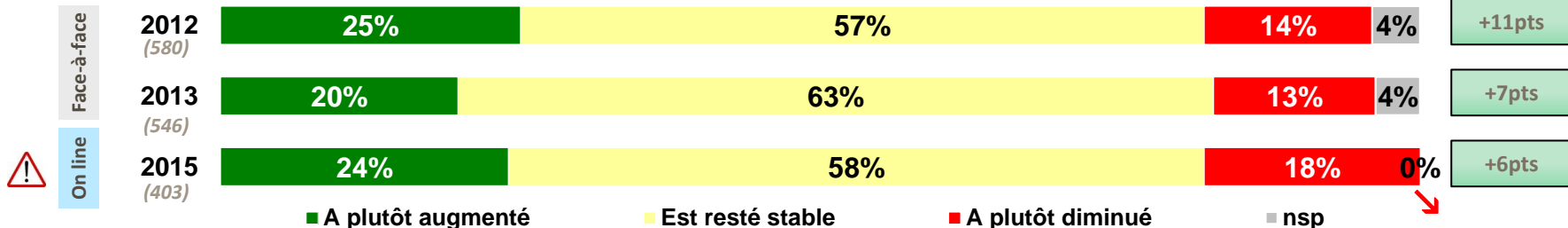
Part du budget consacré aux produits biologiques représente...



2013 b=546	2012 b=580
76%	71%
13%	17%
5%	5%
3%	1%
2%	4%

Budget consacré aux produits alimentaires biologiques...

Base « a acheté des produits biologiques »



Budget consacré aux produits alimentaires biologiques; critères discriminants

En général, quelle est la part de votre budget alimentaire consacrée aux produits alimentaires biologiques ? Votre budget alimentaire biologique représente... de votre budget alimentaire total.

Dans le contexte économique actuel, diriez-vous que votre budget total consacré aux aliments (biologiques et non biologiques), ces 12 derniers mois... ?

	ENSEMBLE	Consommation de produits biologiques au cours des 12 derniers mois	
		ST Consommateurs au moins une fois par mois	ST Consommateurs réguliers
Base	403	302	164
Budget alimentaire Bio au cours des 12DM			
A plutôt augmenté	24%	29%	43%
Est resté stable	58%	59%	<u>50%</u>
A plutôt diminué	18%	<u>12%</u>	<u>7%</u>
Part du budget alimentaire Bio			
Entre 0% et 25%	82%	<u>77%</u>	<u>61%</u>
Entre 26% et 50%	14%	18%	30%
Entre 51% et 75%	2%	2%	4%
Entre 76% et 100%	2%	3%	5%

Définition :

ST Consommateurs réguliers : Consommateurs au moins une fois par semaine

Budget consacré aux produits alimentaires biologiques; critères discriminants

En général, quelle est la part de votre budget alimentaire consacrée aux produits alimentaires biologiques ? Votre budget alimentaire biologique représente... de votre budget alimentaire total.

Dans le contexte économique actuel, diriez-vous que votre budget total consacré aux aliments (biologiques et non biologiques), ces 12 derniers mois... ?

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	403	181	222	47	63	107	105	82	85	155	163
Budget alimentaire Bio au cours des 12DM											
A plutôt augmenté	24%	26%	22%	Base faible	37%	16%	27%	21%	28%	27%	19%
Est resté stable	58%	60%	56%		50%	60%	53%	69%	59%	51%	65%
A plutôt diminué	18%	13%	22%		13%	24%	20%	10%	13%	22%	16%
Part du budget alimentaire Bio											
Entre 0% et 25%	82%	82%	82%	77%	83%	82%	86%	83%	78%	86%	
Entre 26% et 50%	14%	15%	13%	16%	15%	15%	10%	17%	18%	9%	
Entre 51% et 75%	2%	1%	2%	3%	2%	2%	-	-	2%	3%	
Entre 76% et 100%	2%	1%	3%	4%	-	2%	4%	-	3%	2%	

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base	403	76	20	36	31	37	56	40	52	55
Budget alimentaire Bio au cours des 12DM										
A plutôt augmenté	24%	23%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible
Est resté stable	58%	61%								
A plutôt diminué	18%	16%								
Base	403	76	20	36	31	37	56	40	52	55
Part du budget alimentaire Bio										
Entre 0% et 25%	82%	79%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible
Entre 26% et 50%	14%	14%								
Entre 51% et 75%	2%	5%								
Entre 76% et 100%	2%	2%								

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

1.3

L'information sur les produits biologiques

Un produit biologique est un produit défini par la loi notamment comme étant obtenu sans utilisation de produits chimiques de synthèse, ni d'OGM.

CSA

COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER



Connaissance des logos

Connaissez-vous ces 2 logos ...

Base total Français

Marque AB

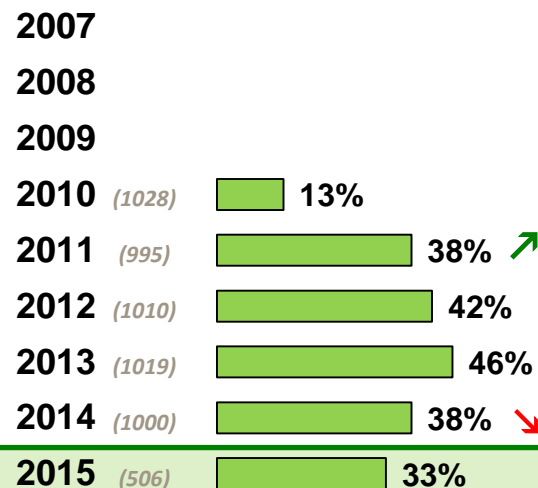
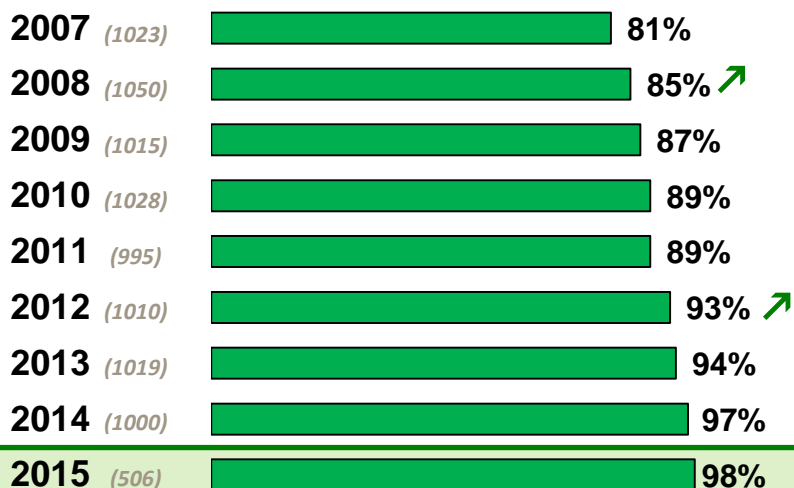


Logo européen



HISTORIQUE (Mesure face-à-face)

On line



Base « Consommateurs-acheteurs bios »

Base « Consommateurs bios »

Bases	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Connaît le logo AB	395	442	349	338	365	356	369	289	343	305	598	409
Connaît le logo européen	-	-	-	-	-	-	21%	58% ↗	61%	65%	47%	37%

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Connaissance des logos; critères discriminants

Connaissez-vous ces logos, signes officiels de reconnaissance des produits issus de l'agriculture biologique ?

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Marque AB	98%	98%	98%	Base faible	99%	99%	98%	98%	100%	97%	98%
Logo européen	33%	29%	38%		43%	34%	29%	27%	40%	33%	31%

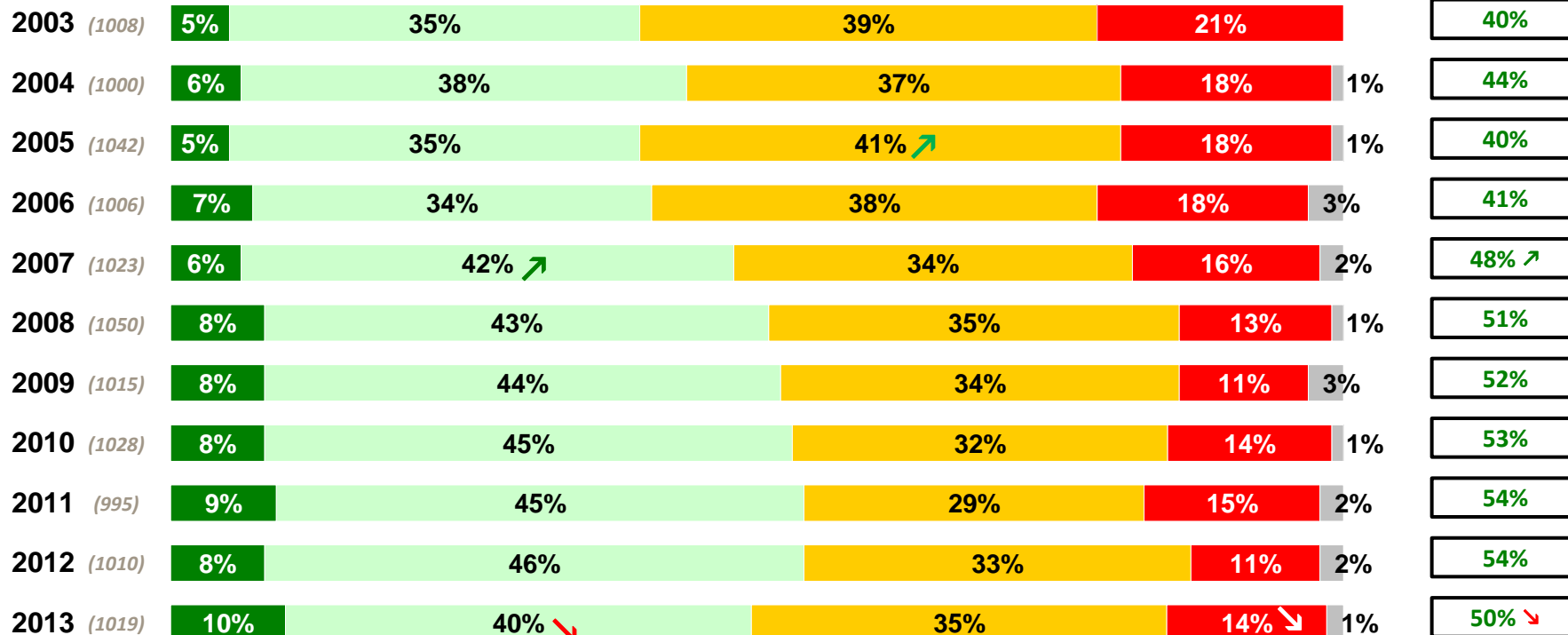
	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base	506	91	29	46	41	47	69	56	64	63
Marque AB	98%	97%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	100%	Base faible	100%	99%
Logo européen	33%	35%					40%		42%	30%

Information du public

D'une manière générale, pensez-vous être très bien, assez bien, assez mal ou très mal informé sur les produits biologiques ?

Base total Français

Bien informé



■ Très bien informé ■ Assez bien informé ■ Assez mal informé ■ Très mal informé ■ Nsp

Consommateurs Bio :	6%	46%	44%	4%	-
Non consommateurs :	2%	25%	58%	15%	-



Information du public; critères discriminants

D'une manière générale, pensez-vous être très bien, assez bien, assez mal ou très mal informé sur les produits biologiques ?

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Information sur les produits biologiques											
Bien informé	48%	49%	47%	Base faible	39%	42%	56%	55%	43%	49%	49%
Mal informé	52%	51%	53%		61%	58%	44%	45%	57%	51%	51%

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base	506	91	29	46	41	47	69	56	64	63
Information sur les produits biologiques										
Bien informé	48%	46%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	59%	Base faible	64%	50%
Mal informé	52%	54%					41%		36%	50%

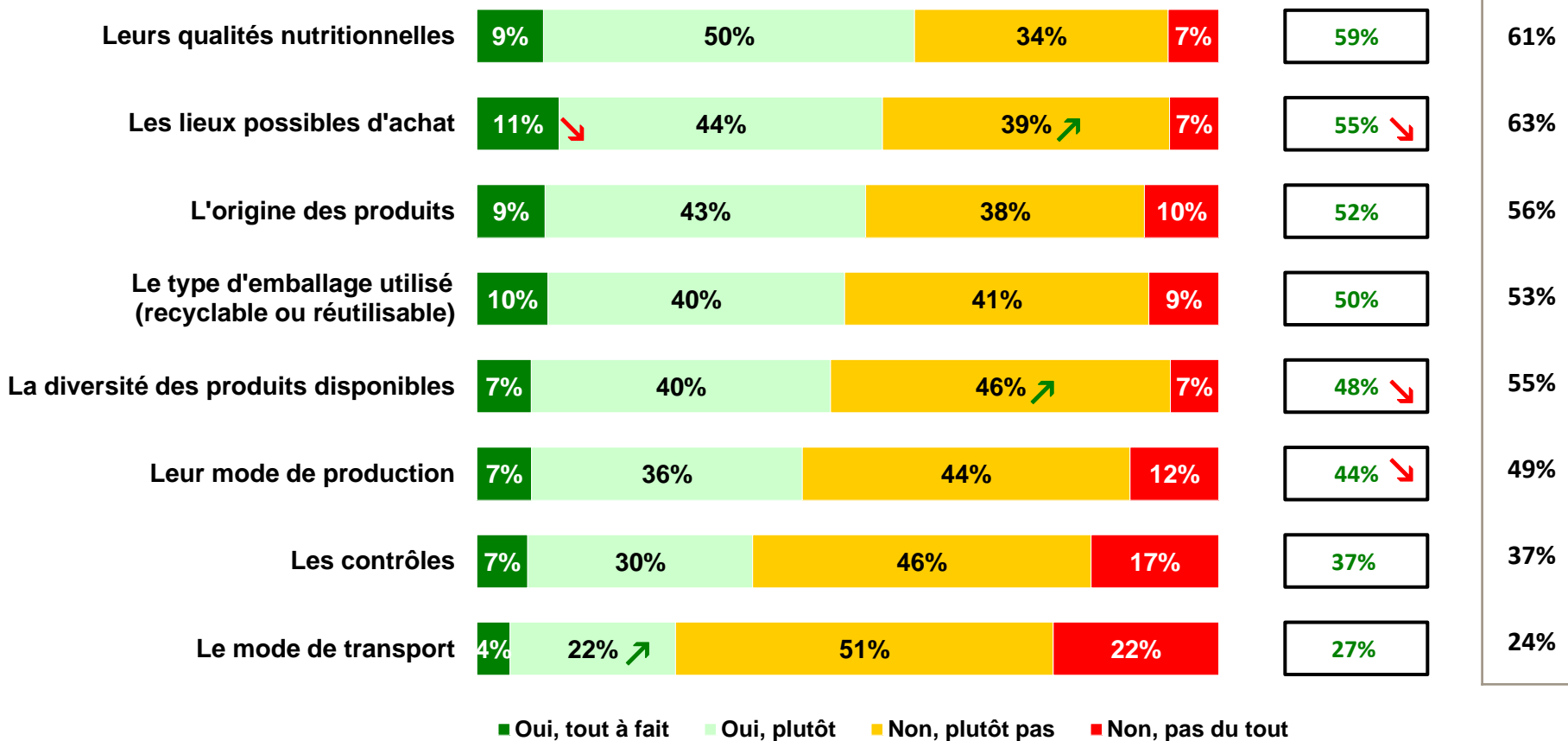
Information détaillée du public

Diriez-vous que vous avez assez d'informations sur les produits biologiques concernant... ?

Base total Français : 506

Bien informé

2014
b=1000



Information détaillée du public; critères discriminants

Diriez-vous que vous avez assez d'informations sur les produits biologiques concernant... ?

ST Oui assez d'information

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	506	240	266	59	78	137	130	102	72	228	206
Leurs qualités nutritionnelles	59%	56%	62%	Base faible	62%	54%	59%	63%	57%	58%	61%
Les lieux possibles d'achat	55%	52%	57%		59%	52%	49%	61%	59%	57%	50%
L'origine des produits	52%	50%	55%		51%	54%	51%	54%	42%	57%	53%
Le type d'emballage utilisé	50%	46%	53%		47%	49%	50%	51%	42%	55%	48%
La diversité des produits disponibles	48%	45%	50%		51%	41%	51%	47%	45%	50%	47%
Leur mode de production	44%	43%	45%		48%	39%	42%	48%	46%	42%	44%
Les contrôles	37%	37%	37%		38%	35%	42%	37%	37%	42%	33%
Le mode de transport	27%	25%	28%		32%	31%	24%	23%	22%	33%	23%

ST Oui assez d'information

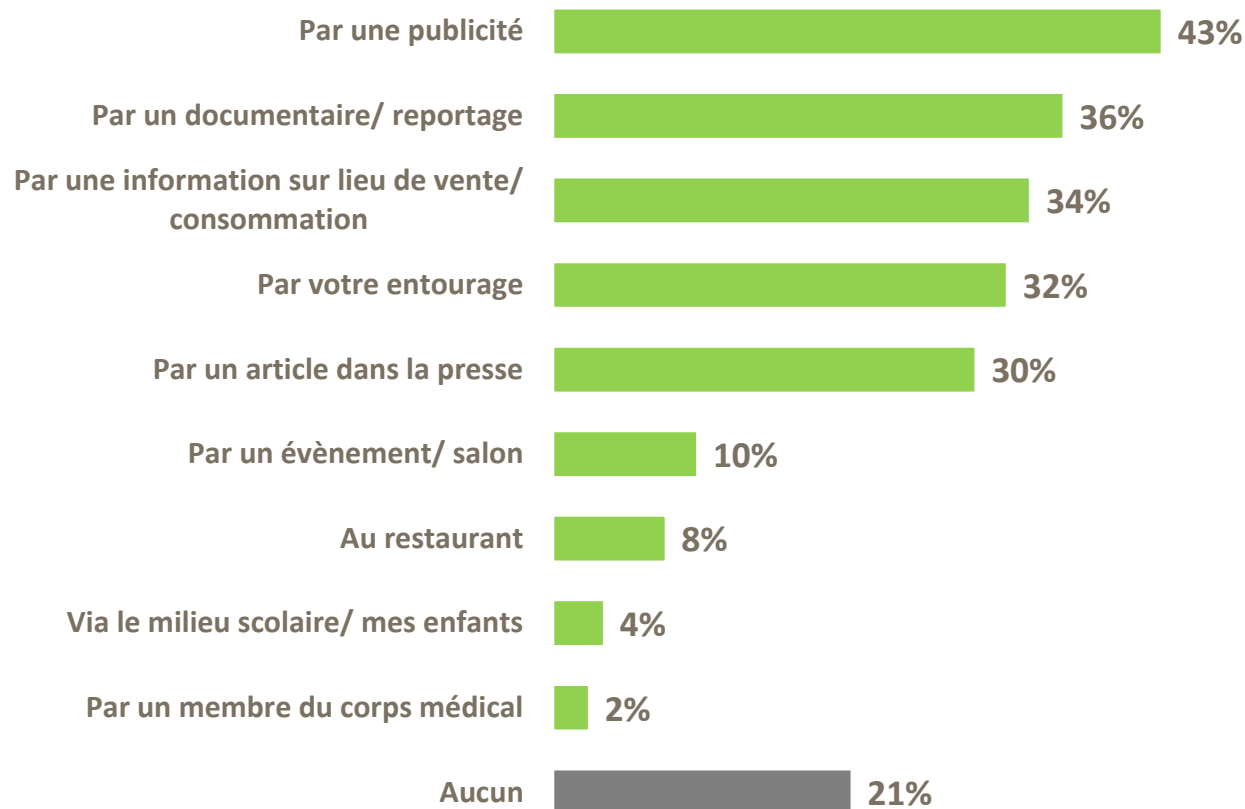
	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base	506	94	31	46	41	47	67	53	63	64
Leurs qualités nutritionnelles	59%	53%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	70%	Base faible	66%	64%
Les lieux possibles d'achat	55%	57%					68%		55%	52%
L'origine des produits	52%	56%					56%		60%	60%
Le type d'emballage utilisé	50%	54%					52%		49%	63%
La diversité des produits disponibles	48%	50%					51%		55%	56%
Leur mode de production	44%	43%					56%		43%	44%
Les contrôles	37%	36%					46%		33%	43%
Le mode de transport	27%	30%					26%		20%	32%

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Bruit des supports d'informations

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

Base total Français : 506



Bruit des supports d'informations; critères discriminants

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

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
<i>Base Redressée</i>	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Au moins 1 point de contact cité	79%	83%	75%	Base faible	80%	73%	80%	87%	84%	77%	78%
Par une publicité	43%	45%	41%		54%	36%	42%	40%	46%	45%	39%
Par un documentaire / reportage	36%	39%	34%		34%	35%	37%	42%	41%	35%	35%
Par information sur lieu de vente / consommation	34%	41%	27%		30%	26%	34%	47%	37%	28%	38%
Par votre entourage	32%	28%	35%		34%	26%	36%	28%	28%	34%	32%
Par un article dans la presse	30%	35%	25%		26%	27%	33%	36%	30%	30%	29%
Par un événement / lors d'un salon	10%	10%	10%		7%	7%	17%	9%	11%	11%	9%
Au restaurant	8%	8%	8%		17%	5%	8%	4%	11%	10%	4%
Via le milieu scolaire, mes enfants	4%	4%	3%		11%	5%	2%	-	5%	5%	1%
Par un membre du corps médical	2%	2%	3%		4%	3%	1%	2%	-	4%	2%
Aucun de ces supports	21%	17%	25%	20%	27%	20%	13%	16%	23%	22%	

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
<i>Base Redressée</i>	506	91	29	46	41	47	69	56	64	63
Au moins 1 point de contact cité	79%	80%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	81%	Base faible	90%	84%
Par une publicité	43%	42%					40%		43%	42%
Par un documentaire / reportage	36%	34%					38%		45%	35%
Par information sur lieu de vente / consommation	34%	29%					47%		38%	33%
Par votre entourage	32%	27%					44%		37%	33%
Par un article dans la presse	30%	29%					24%		40%	31%
Par un événement / lors d'un salon	10%	11%					13%		5%	7%
Au restaurant	8%	11%					8%		6%	7%
Via le milieu scolaire, mes enfants	4%	5%					5%		6%	2%
Par un membre du corps médical	2%	2%					-		6%	3%
Aucun de ces supports	21%	20%	19%	10%	16%					

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

1.4

Les produits biologiques vus par les Français



csa

COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

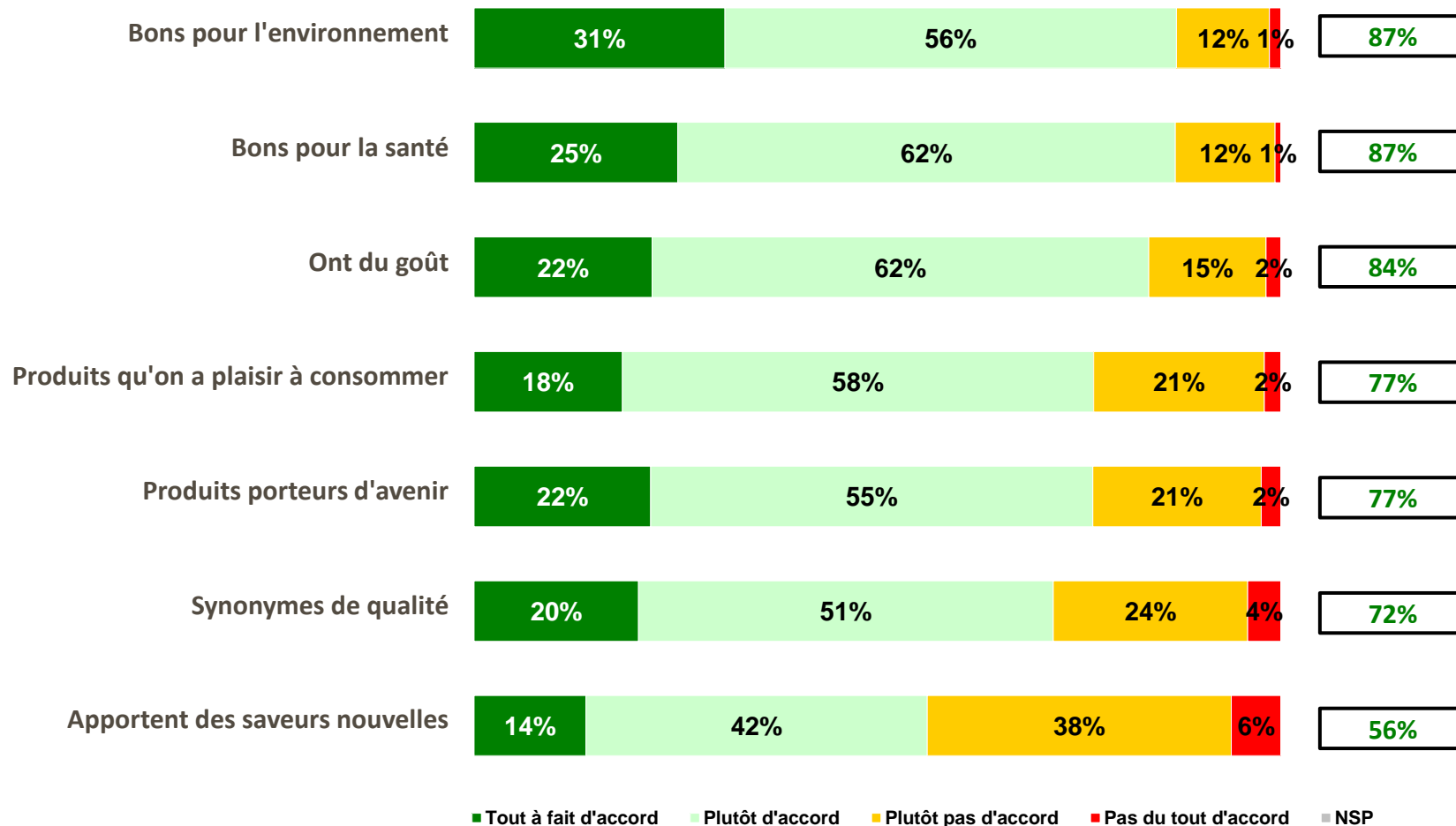
Perception des produits biologiques

Nouvelle question

Voici un certain nombre de phrases que des personnes nous ont dites à propos des produits biologiques. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas, ou pas du tout d'accord.

Base total Français : 506

ST D'accord



■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord ■ NSP

Perception des produits biologiques; critères discriminants

Nouvelle question

Je vais vous proposer un certain nombre de phrases que des personnes nous ont dites à propos des produits biologiques. Pour chacune d'entre elles, dites-moi si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas, ou pas du tout d'accord.

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Ensemble	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Bons pour l'environnement	87%	87%	87%	Base faible	84%	87%	88%	89%	82%	88%	89%
Bons pour la santé	87%	84%	89%		89%	86%	88%	84%	86%	87%	88%
Ont du goût	84%	82%	86%		86%	84%	86%	82%	85%	84%	83%
Des éléments essentiels pour la santé	81%	77%	84%		86%	80%	81%	77%	75%	84%	81%
Qu'on a plaisir à consommer	77%	72%	81%		81%	71%	84%	74%	78%	76%	77%
Produits porteurs d'avenir	77%	75%	78%		80%	76%	76%	74%	77%	77%	77%
Rassurants	74%	69%	78%		84%	71%	74%	69%	72%	74%	75%
Synonymes de qualité	72%	67%	76%		78%	71%	76%	66%	69%	74%	71%
Faciles à reconnaître	60%	56%	64%		76%	60%	56%	47%	58%	69%	53%
Apportent des saveurs nouvelles	56%	49%	63%		64%	53%	63%	48%	53%	61%	53%
Faciles à trouver dans le commerce / partout	44%	42%	45%		57%	45%	39%	37%	40%	54%	36%
Bon rapport qualité / prix	26%	25%	28%		32%	18%	30%	23%	25%	26%	26%

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Ensemble	506	91	29	46	41	47	69	56	64	63
Bons pour l'environnement	87%	86%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	92%	Base faible	90%	96%
Bons pour la santé	87%	87%		93%	85%	87%				
Ont du goût	84%	83%		85%	81%	93%				
Des éléments essentiels pour la santé	81%	81%		88%	75%	77%				
Qu'on a plaisir à consommer	77%	77%		79%	79%	84%				
Produits porteurs d'avenir	77%	77%		81%	75%	86%				
Rassurants	74%	78%		76%	75%	81%				
Synonymes de qualité	72%	72%		75%	73%	75%				
Faciles à reconnaître	60%	49%		60%	56%	72%				
Apportent des saveurs nouvelles	56%	62%		53%	57%	66%				
Faciles à trouver dans le commerce / partout	44%	42%		50%	53%	37%				
Bon rapport qualité / prix	26%	25%		35%	26%	23%				

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Perception de l'agriculture biologique

Toujours sur le même principe, je vais maintenant vous citer un certain nombre d'affirmations, pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas, ou pas du tout d'accord avec chacune d'entre elles ?

Base total Français : 506

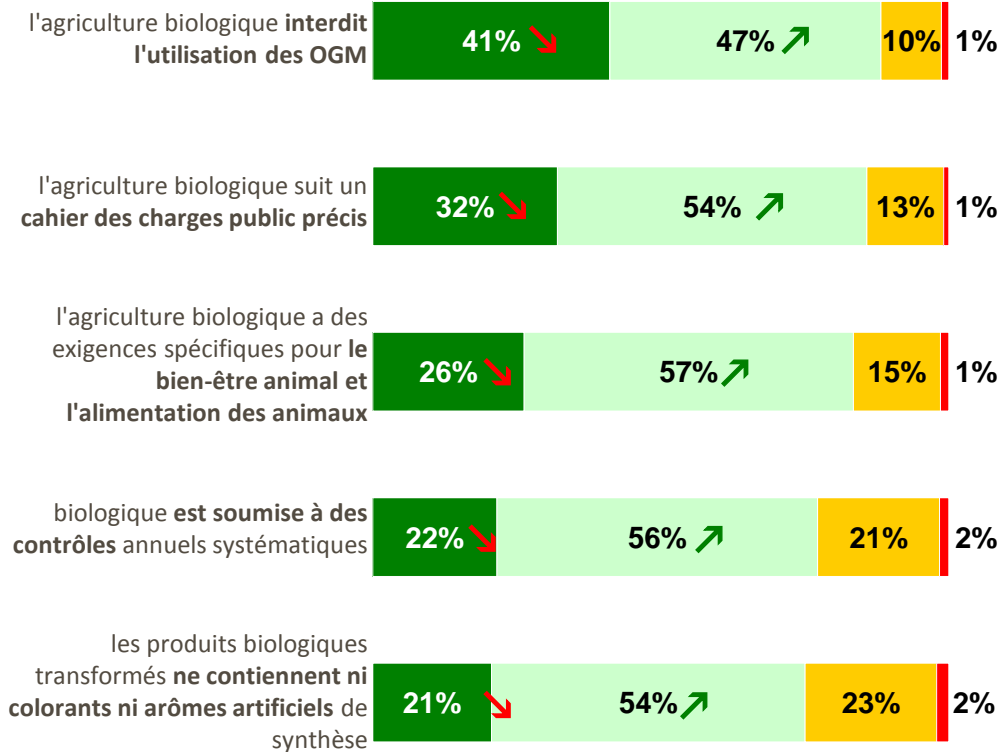
ST D'accord

Mesure On line

Historique (Mesure Face à Face)



2015 (506)	2013 (1019)	2012 (1010)	2011 (995)	2010 (1028)	2009 (1015)	2008 (1050)	2007 (1023)	2006 (1006)	2005 (1042)
88%	88%	87% ↗	84%	85% ↘	90%	87%	85%	85%	83%
86% ↗	78%	79%	77%	76%	79%	79%	79% ↗	72% ↘	77%
83%	83%	82%	79%	81%	82%	83%	79%	78% ↘	84%
77%	75%	75%	76%	76%	77%	77%	77%	75%	77%
75%	77%	76%	77%	78%	79%	81%	81%	78%	80%



■ Tout à fait d'accord ■ Plutôt d'accord
 ■ Plutôt pas d'accord ■ Pas du tout d'accord

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre



ATTENTION : les différences significatives sont présentées seulement à titre indicatif

Perception de l'agriculture biologique ; critères discriminants

Toujours sur le même principe, je vais maintenant vous citer un certain nombre d'affirmations, pouvez-vous me dire si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas, ou pas du tout d'accord avec chacune d'entre elles ?

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Interdit l'utilisation des OGM	88%	89%	88%	Base faible	90%	87%	89%	91%	87%	87%	90%
Cahier des charges public précis	86%	81%	90%		84%	88%	91%	84%	81%	88%	87%
Exigences spécifiques	83%	82%	85%		85%	81%	88%	83%	80%	85%	84%
Contrôles annuels systématiques	77%	73%	81%		81%	76%	80%	77%	74%	77%	79%
Ni colorants ni arômes artificiels de synthèse	75%	73%	77%		81%	72%	75%	78%	69%	77%	76%

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base	506	91	29	46	41	47	69	56	64	63
Interdit l'utilisation des OGM	88%	88%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	91%	Base faible	90%	87%
Cahier des charges public précis	86%	80%					89%		87%	83%
Exigences spécifiques	83%	80%					87%		85%	88%
Contrôles annuels systématiques	77%	74%					78%		74%	84%
Ni colorants ni arômes artificiels de synthèse	75%	78%					78%		80%	75%

1.5

La place de l'environnement

csa

COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER



Achat de produits respectueux de l'environnement / du développement durable

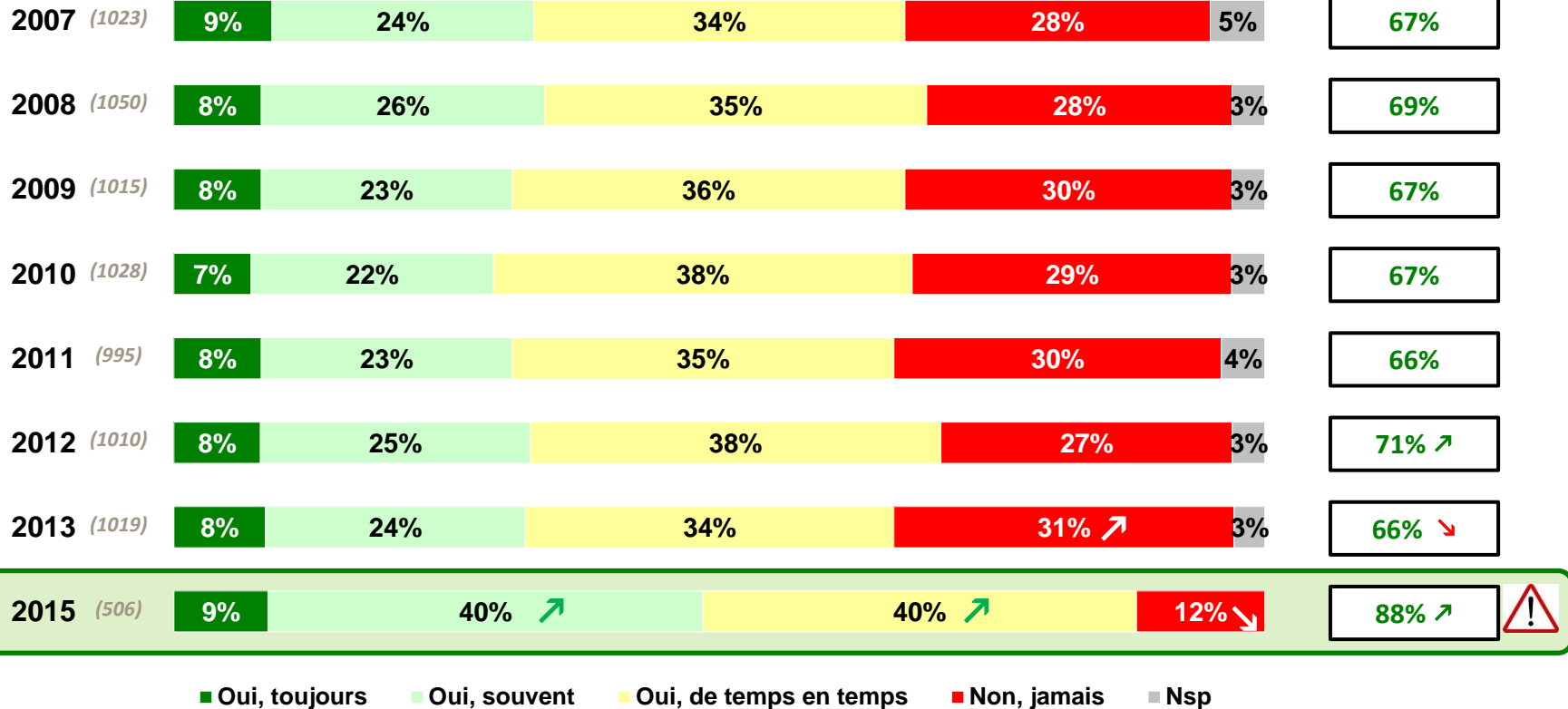
De façon générale, dans vos actes d'achat, privilégiez-vous les produits respectueux de l'environnement et/ou des principes du développement durable ?

Base total Français

ST « oui »

HISTORIQUE (Mesure face-à-face)

On line



ATTENTION : les différences significatives sont présentées seulement à titre indicatif

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Achat de produits respectueux de l'environnement; critères discriminants

De façon générale, dans vos actes d'achat, privilégiez-vous les produits respectueux de l'environnement et/ou des principes du développement durable ?

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Je privilégie les produits respectueux de l'environnement	88%	89%	88%	Base faible	84%	86%	90%	96%	88%	87%	89%

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base	506	91	29	46	41	47	69	56	64	63
Je privilégie les produits respectueux de l'environnement	88%	90%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	91%	Base faible	86%	90%

Achat de produits biologiques autres que des produits alimentaires

Au cours de l'année passée, avez-vous, vous-même ou quelqu'un de votre foyer, acheté des produits fabriqués à partir d'ingrédients bio, autres que des produits alimentaires, comme ...

Base total Français : 506

Mesure On line



Historique (Mesure Face à Face)

2013 B=1019	2012 B=1010	2011 b=995	2010 b=1028	2009 b=1015
----------------	----------------	---------------	----------------	----------------

AU MOINS 1 PRODUIT



67% ↗

45%	49% ↗	44%	45%	45%
-----	-------	-----	-----	-----

Des produits d'entretien ménager bio (produit vaisselle, lessive...)



51% ↗

33% ↘	38%	35%	35%	35%
-------	-----	-----	-----	-----

Des produits cosmétiques et d'hygiène bio (crèmes, gel douche, maquillage...)



38% ↗

24% ↘	28%	27%	26%*	28% (hygiène) 17% (cosmétique)
-------	-----	-----	------	-----------------------------------

Des produits de jardinage utilisables en agriculture biologique



30% ↗

16%	19%	17% ↗	13%	/
-----	-----	-------	-----	---

Du textile bio (vêtements, chaussures...)



20% ↗

11%	11%	9%	12% ↗	8%
-----	-----	----	-------	----

Après des consommateurs de produits bio :

Historique (Mesure Face à Face)

Mesure On line



* Regroupement de 2 items de 2009

	2009	2010	2011	2012	2013	2015
Base	463	437	395	432	384	311
Au moins 1 produit	70%	74%	75%	79%	73%	80% ↗
Des produits d'entretien ménager bio	59%	63%	63%	66%	61%	64%
Des produits cosmétiques et d'hygiène bio	-	50%	51%	51%	45%	52%
Des produits d'hygiène	45%	-	-	-	-	-
Des produits cosmétiques	30%	-	-	-	-	-
Des produits de jardinage	-	25%	33%	34%	24% ↘	40% ↗
Du textile bio	14%	20%	17%	21%	21%	26%

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Achat de produits biologiques autres; critères discriminants

Au cours de l'année passée, avez-vous, vous-même ou quelqu'un de votre foyer, acheté des produits fabriqués à partir d'ingrédients bio, autres que des produits alimentaires, comme ...

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Produits d'entretien ménager	51%	48%	54%	Base faible	53%	56%	54%	42%	55%	53%	48%
Produits cosmétiques et d'hygiène	38%	27%	49%		46%	35%	38%	30%	39%	39%	38%
Produits de jardinage	30%	28%	32%		27%	27%	37%	33%	30%	31%	30%
Textile bio	20%	13%	25%		26%	24%	22%	10%	21%	24%	15%

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base	506	91	29	46	41	47	69	56	64	63
Produits d'entretien ménager	51%	48%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	64%	Base faible	52%	55%
Produits cosmétiques et d'hygiène	38%	45%					49%		40%	33%
Produits de jardinage	30%	25%					40%		33%	30%
Textile bio	20%	24%					20%		16%	30%

1.6

Les attentes des Français vis-à-vis de l'offre Bio



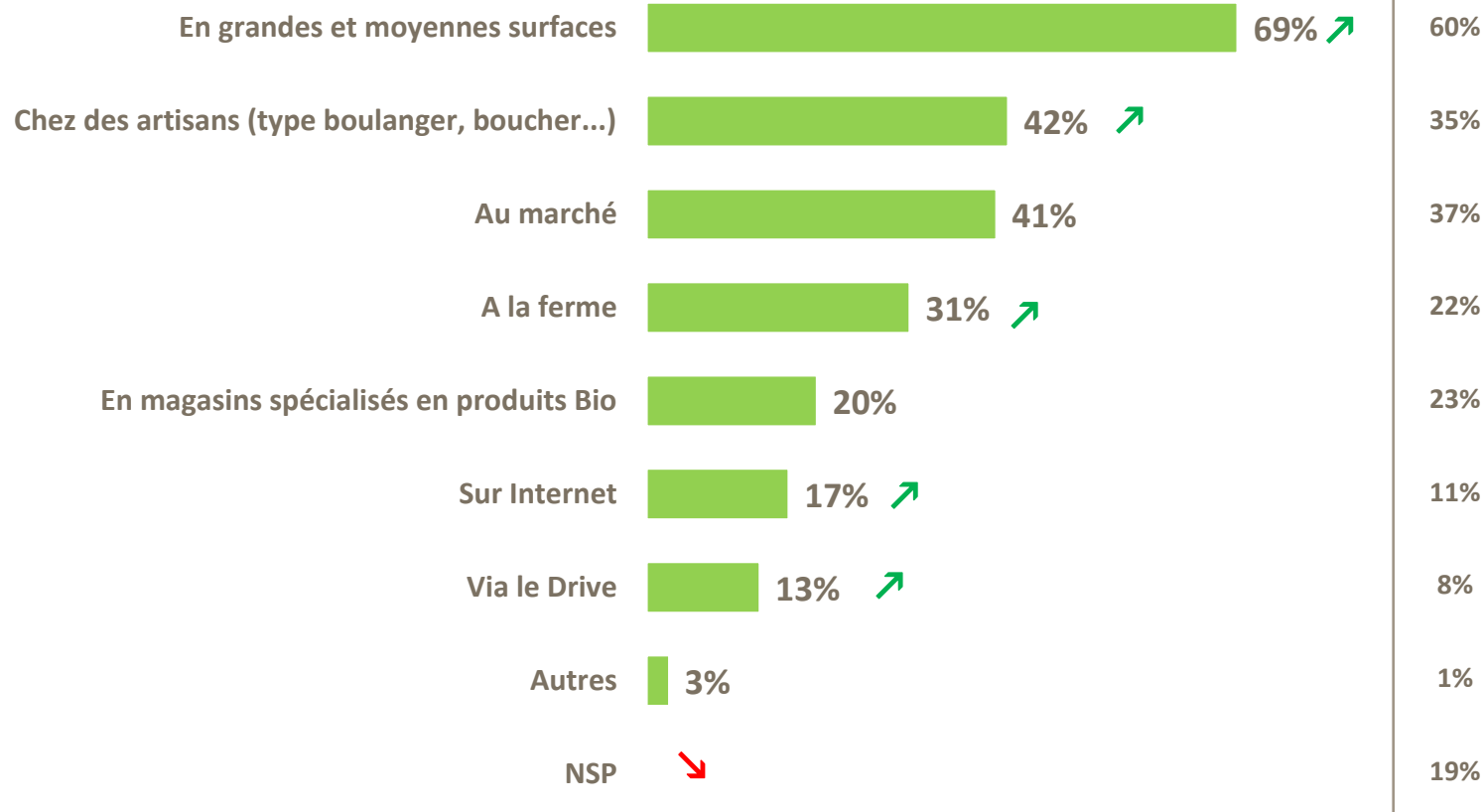
Lieux d'achat où l'offre bio est souhaitée

Intitulé de question modifié en 2015

Parmi les réseaux de distribution suivants, où seriez-vous intéressé de trouver davantage de produits biologiques... ?

Base Total Français : 506

Mesure
On line



Lieux d'achat où l'offre bio est souhaitée; critères discriminants

Intitulé de question modifié en 2015

Parmi les réseaux de distribution suivants, où seriez-vous intéressé de trouver davantage de produits biologiques... ?

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Au moins 1 lieu d'achat	100%	100%	100%	Base faible	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
En grandes et moyennes surfaces	69%	68%	70%		67%	72%	73%	67%	71%	65%	73%
Chez des artisans (type boulanger, boucher...)	42%	43%	42%		37%	37%	46%	49%	48%	39%	43%
Au marché	41%	41%	41%		34%	39%	40%	47%	41%	38%	44%
A la ferme	31%	33%	29%		32%	31%	33%	31%	28%	35%	28%
En magasins spécialisés en produits Bio	20%	19%	21%		14%	18%	21%	25%	15%	20%	22%
Sur Internet	17%	15%	18%		19%	21%	12%	7%	14%	18%	17%
Via le Drive	13%	14%	13%		21%	18%	12%	1%	18%	18%	7%
Autres	3%	2%	3%		3%	3%	1%	4%	-	3%	3%

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base	506	91	29	46	41	47	69	56	64	63
Au moins 1 lieu d'achat	100%	100%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	100%	Base faible	100%	100%
En grandes et moyennes surfaces	69%	79%					66%		78%	
Chez des artisans (type boulanger, boucher...)	42%	49%					41%		29%	
Au marché	41%	44%					41%		35%	
A la ferme	31%	21%					31%		26%	
En magasins spécialisés en produits Bio	20%	32%					19%		23%	
Sur Internet	17%	18%					20%		15%	
Via le Drive	13%	8%					17%		15%	
Autres	3%	-					6%		-	

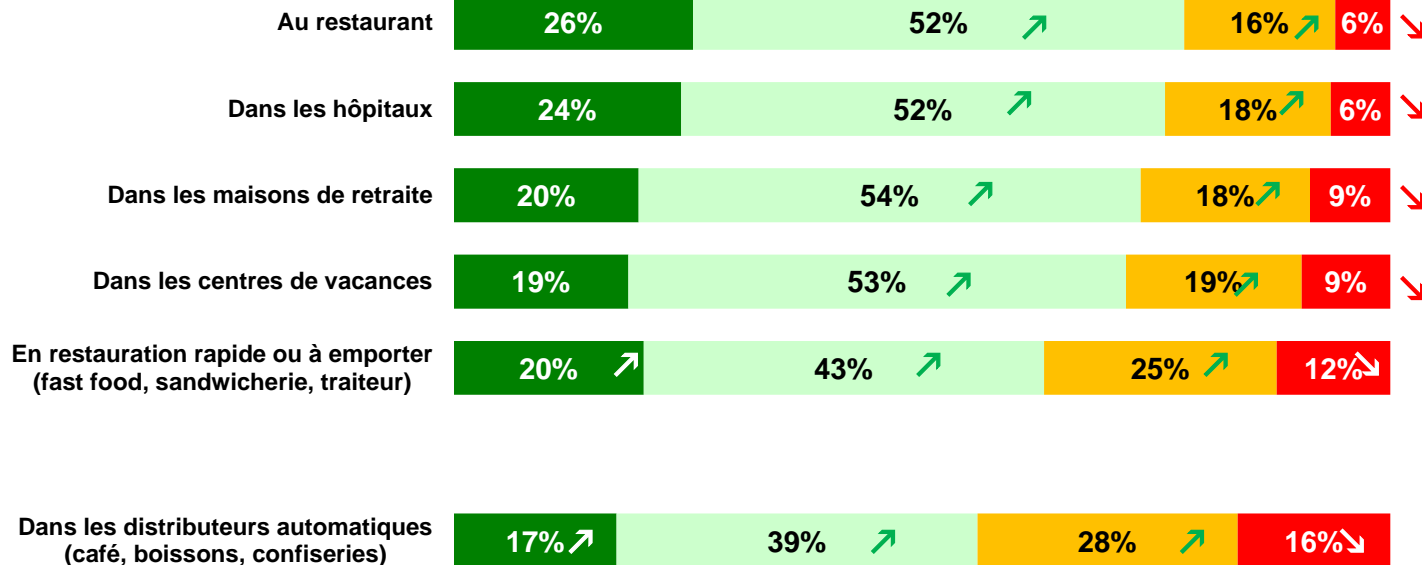
Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Souhait de repas avec produits bios hors domicile

Etes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques ?

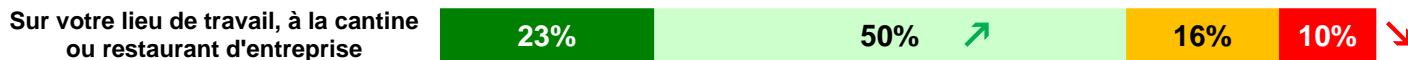
ST « intéressé »

Base Total Français : 506



Mesure on line	Historique (Mesure Face à Face)		
2015 (506)	2013 (1019)	2012 (1010)	2011 (995)
78% ↗	54%	58%	56%
76% ↗	62% ↘	68% ↗	62%
73% ↗	58% ↘	63%	60%
72% ↗	51% ↘	63% ↗	50%
63% ↗	43%	47%	46%

Base actifs : 300



73% ↗	53%	59%	53%
-------	-----	-----	-----

Base « a un/des enfants au foyer » : 145



87% ↗	68%	75%	/
-------	-----	-----	---



■ Oui, très intéressé ■ Oui, plutôt intéressé ■ Non, plutôt pas intéressé ■ Non, pas du tout intéressé

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

ATTENTION : les différences significatives sont présentées seulement à titre indicatif

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2015

Souhait de repas avec produits bios hors domicile; critères discriminants

Etes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques ?

ST INTERESSE	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base Total Français	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Restaurant	78%	74%	82%	Base faible	83%	82%	74%	68%	86%	76%	76%
Hôpitaux	76%	72%	79%		82%	75%	74%	72%	76%	75%	77%
Maisons de retraite	73%	67%	79%		78%	75%	74%	65%	74%	74%	72%
Centres de vacances	72%	64%	79%		81%	76%	70%	59%	76%	75%	66%
Restauration rapide ou à emporter	63%	58%	68%		75%	73%	57%	43%	68%	66%	58%
Distributeurs automatiques	56%	48%	63%		70%	60%	57%	30%	60%	60%	49%
Base Actifs	300	132	168		67	115	89	2	72	228	-
Cantine ou restaurant d'entreprise	73%	68%	77%	79%	73%	65%	51%	78%	71%	-	
Base A un./ des enfant(s) au foyer	145	50	96	41	77	16	-	33	83	28	
Restaurant scolaire, cantine	87%	78%	91%	91%	88%	71%	-	89%	86%	87%	

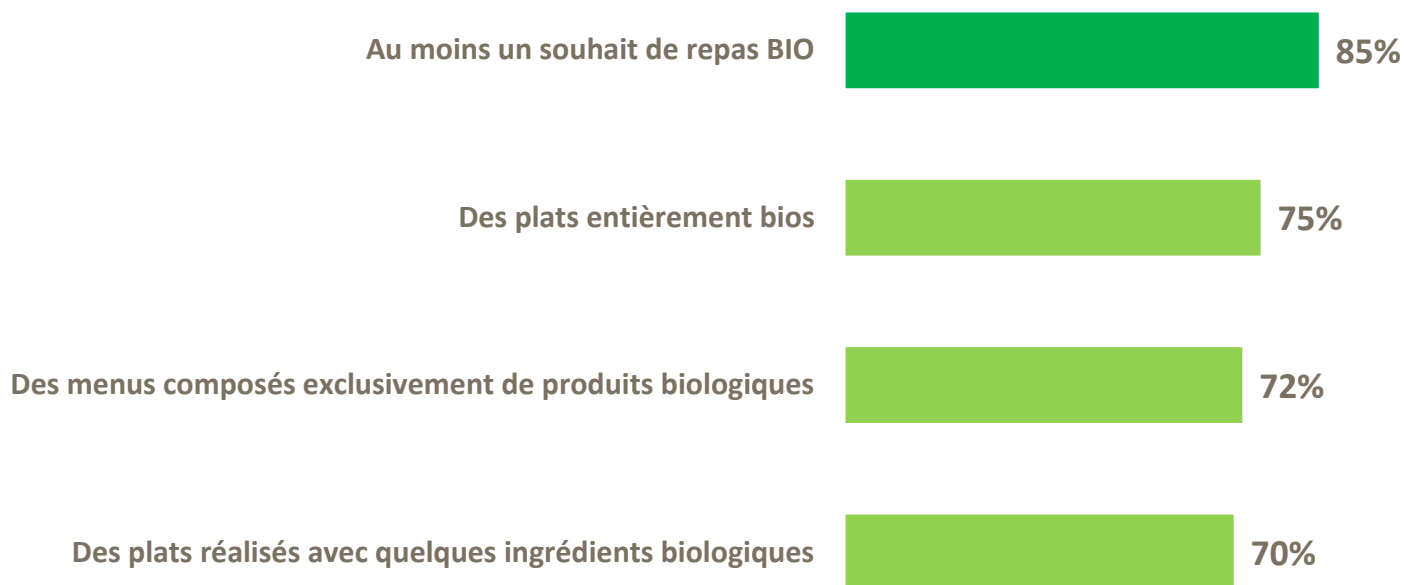
ST INTERESSE	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base Total Français	506	91	29	46	41	47	69	56	64	63
Restaurant	78%	81%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	80%	Base faible	76%	80%
Hôpitaux	76%	70%					80%		77%	75%
Maisons de retraite	73%	75%					75%		70%	73%
Centres de vacances	72%	68%					72%		73%	71%
Restauration rapide ou à emporter	63%	66%					66%		59%	65%
Distributeurs automatiques	56%	58%					47%		59%	57%
Base Actifs	300	58					38		32	35
Cantine ou restaurant d'entreprise	73%	79%	Base faible	Base faible	Base faible					
Base A un./ des enfant(s) au foyer	145	26	17	18	12					
Restaurant scolaire, cantine	87%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible					

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Souhait de repas avec produits bios hors domicile

Et plus précisément, dans quelle mesure seriez-vous intéressé par... ?

Base Total Français : 506



Souhait de repas avec produits bios hors domicile; critères discriminants

Et plus précisément, dans quelle mesure seriez-vous intéressé par... ?

ST Intéressé

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Ensemble	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Au moins un souhait de repas BIO	85%	84%	86%	Base faible	88%	87%	83%	79%	91%	86%	82%
Des plats entièrement bios	75%	70%	80%		79%	78%	72%	68%	80%	77%	70%
Des menus composés exclusivement de produits biologiques	72%	65%	78%		74%	78%	69%	59%	72%	75%	68%
Des plats réalisés avec quelques ingrédients biologiques	70%	67%	73%		73%	71%	70%	60%	66%	75%	67%

ST Intéressé

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Ensemble	506	91	29	46	41	47	69	56	64	63
Au moins un souhait de repas BIO	85%	87%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	89%	Base faible	82%	91%
Des plats entièrement bios	75%	79%					75%		72%	76%
Des menus composés exclusivement de produits biologiques	72%	77%					65%		73%	80%
Des plats réalisés avec quelques ingrédients biologiques	70%	73%					75%		61%	70%

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

2. Les consommateurs de produits biologiques

2.1

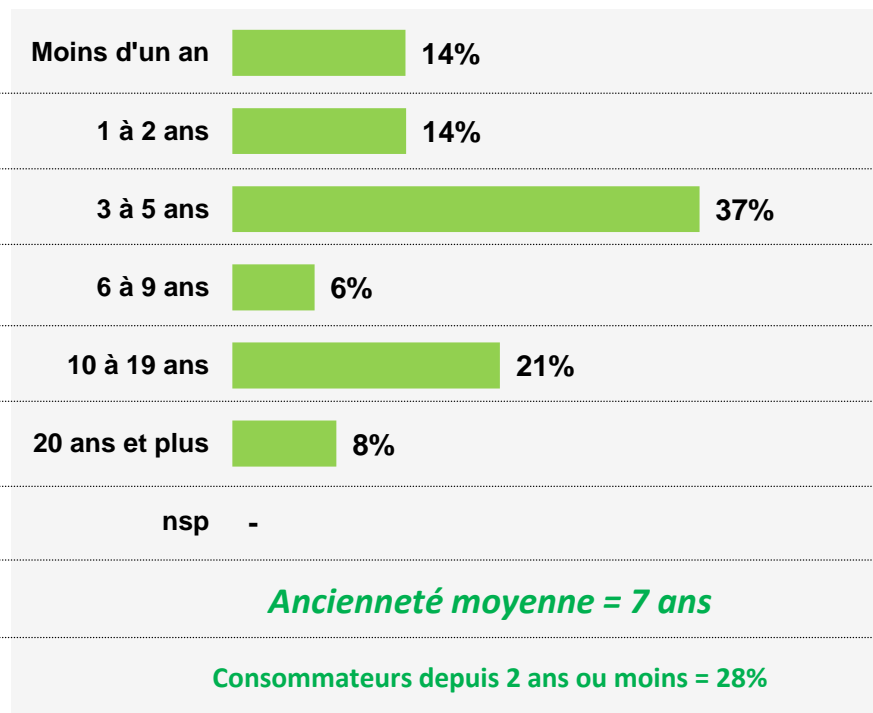
Ancienneté, raisons et
impact de la consommation
de produits biologiques



Ancienneté globale de consommation de produits biologiques

Depuis combien de temps consommez-vous des produits biologiques ?

Base « consommateur bio » : 311



Mesure on line	HISTORIQUE (Mesure face-à-face)								
	2014 b=598	Nov. 2013 b=384	Nov. 2012	Nov. 2011	Oct. 2010	Oct. 2009	Oct. 2008	Oct. 2007	Oct. 2006
Moins d'un an	14% ↗	2% (1%)*	(1%)	(1%)	(2%)	(2%)	(4%)	(2%)	(2%)
1 à 2 ans	14%	13% (13%)	(9% ↘)	(15% ↘)	(23%)	(18%)	(17%)	(13%)	(15%)
3 à 5 ans	38%	34% (34%)	(34%)	(33%)	(29%)	(29%)	(29%)	(32%)	(29%)
6 à 9 ans	5% ↘	9% (9%)	(8%)	(8%)	(6%)	(6%)	(6%)	(7%)	(7%)
10 à 19 ans	17%	21% (23%)	(22%)	(18%)	(18%)	(22%)	(20%)	(20%)	(17%)
20 ans et plus	11% ↘	21% (20%)	(18% ↗)	(11%)	(9% ↘)	(15%)	(11%)	(15%)	(12%)
nsp	-	- (- ↘)	(8% ↘)	(14%)	(13% ↗)	(8% ↘)	(13%)	(11%)	(18%)
Ancienneté moyenne	8 ans ↘	16ans (15 ans)	(12 ↗)	(9 ans)	(8 ans ↘)	(10 ans)	(9 ans)	(10 ans)	(9 ans)
Consommateurs depuis 2 ans ou moins	28% ↗	15% (14%)	(9% ↘)	(16% ↘)	(25%)	(20%)	(21% ↗)	(14%)	(17%)

* (%) : Rappel des pourcentages sur base consommateur-acheteur

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Ancienneté de consommation; critères discriminants

Depuis combien de temps consommez-vous des produits biologiques ?

Base « consommateur bio »

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	311	142	169	41	49	69	89	64	70	122	119
Consommateurs depuis 2 ans ou moins	27%	25%	30%	Base faible	Base faible	23%	28%	13%	26%	34%	21%
Ancienneté moyenne de consommation (en année)	7,2	8,7	6,1			5,4	7,7	11,8	7,2	6,2	8,4

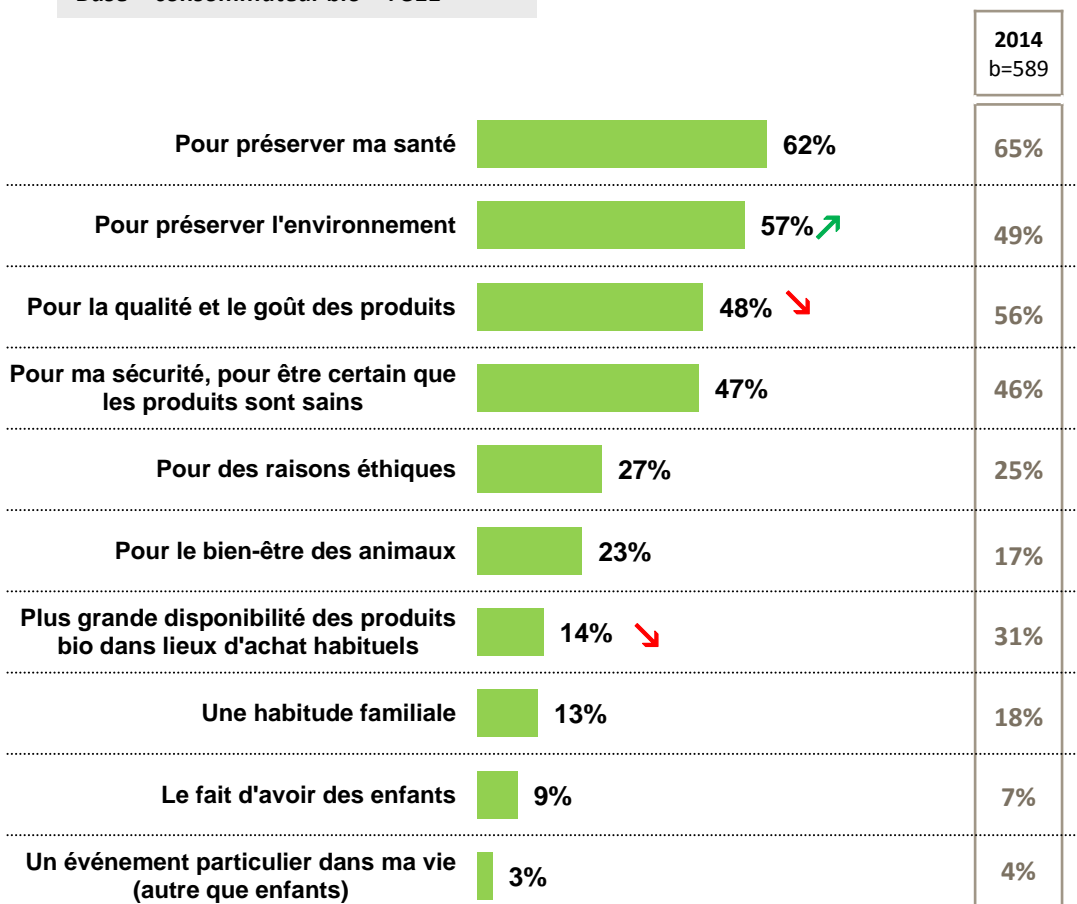
Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

Raisons de consommation de produits biologiques

Nouvelle formulation en 2014

Abordons maintenant les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques. Parmi les raisons suivantes, lesquelles vous incitent à consommer des produits biologiques ?

Base « consommateur bio » : 311



Attention : questions O/N jusqu'en 2013 transformée en multi-réponse.

La reformulation de la question permet de mettre en évidence les raisons principales

Raisons de consommation de produits biologiques; critères discriminants

Abordons maintenant les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques. Parmi les raisons suivantes, lesquelles vous incitent à consommer des produits biologiques ?

Base « consommateur bio »

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP			Présence d'enfants dans le foyer
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs	Au moins un enfant dans le foyer
<i>Total brut</i>	311	142	169	44	48	70	88	61	52	137	122	88
Pour préserver votre santé	62%	62%	62%	Base faible	Base faible	59%	72%	76%	Base faible	62%	70%	46%
Pour préserver l'environnement	57%	57%	57%			59%	68%	56%		55%	56%	43%
Pour la qualité, le goût des produits	48%	45%	51%			43%	51%	50%		53%	51%	47%
Pour votre sécurité, pour être certain que les produits sont sains	47%	45%	49%			50%	48%	60%		42%	55%	44%
Pour des raisons éthiques et/ou sociales	27%	27%	26%			26%	27%	24%		23%	28%	24%
Pour le bien-être des animaux	23%	21%	24%			17%	27%	24%		23%	25%	16%
Une plus grande disponibilité des produits bios dans mes lieux d'achat habituel	14%	15%	14%			16%	18%	14%		12%	14%	16%
Une habitude familiale	13%	12%	14%			17%	11%	10%		15%	13%	20%
Suite à une naissance dans votre famille, le fait d'avoir des enfants / petits-enfants	9%	8%	9%			11%	3%	5%		10%	5%	21%
Suite à un événement particulier dans votre vie (autre que le fait d'avoir des enfants)	3%	3%	4%			5%	2%	3%		4%	3%	6%

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

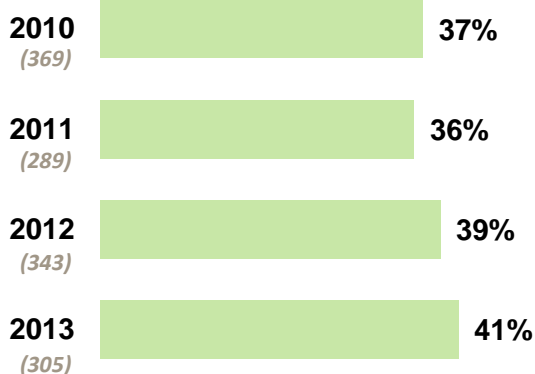
Changement de comportement lié à la consommation de produits biologiques

Nouvelle formulation en 2015

Est ce que le fait d'acheter et/ou consommer bio vous a amené à modifier vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire ?
Si oui : De quelles manières avez-vous modifié vos habitudes, votre comportement ?

Modification des habitudes d'achat, du comportement alimentaire ou culinaire

Base « consommateur et acheteur bio »

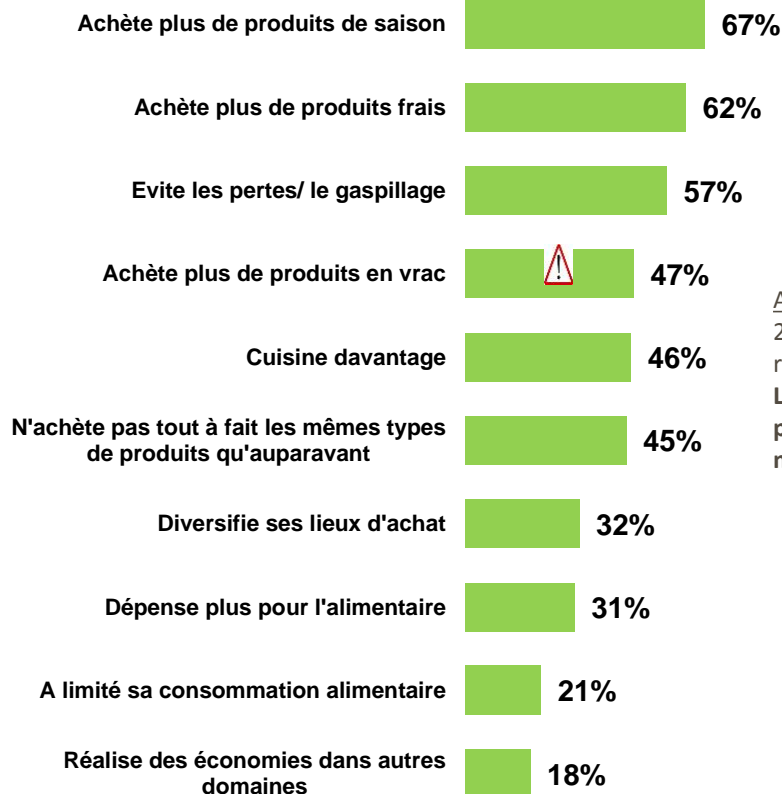


Base « consommateur bio »



De quelle(s) manières(s)

Base : 123



Attention : questions O/N jusqu'en 2013 transformée en multi-réponse.
La reformulation de la question permet de mettre en évidence les motivations principales

Changement de comportement lié à la consommation de produits biologiques; critères discriminants

Est ce que le fait d'acheter et/ou consommer bio vous a amené à modifier vos habitudes d'achat, votre comportement alimentaire ou culinaire ?
Si oui : De quelles manières avez-vous modifié vos habitudes, votre comportement ?

Base « consommateur bio »

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	311	142	169	41	49	69	89	64	70	122	119
Habitudes modifiées	39%	39%	40%	Base faible	Base faible	43%	43%	39%	29%	45%	40%
Base	123	55	67			30	38	24	20	55	48
Achète plus de produits de saison	67%	Base faible	69%			Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible
Achète plus de produits frais	62%		63%								
Évite les pertes/ le gaspillage	57%		57%								
Achète plus de produits en vrac	47%		44%								
Cuisine davantage	46%		48%								
N'achète pas tout à fait les mêmes types de produits qu'auparavant	45%		41%								
Diversifie ses lieux d'achat	32%		33%								
Dépense plus pour l'alimentaire	31%		33%								
A limité sa consommation alimentaire	21%		18%								
Réalise des économies dans autres domaines	18%		20%								

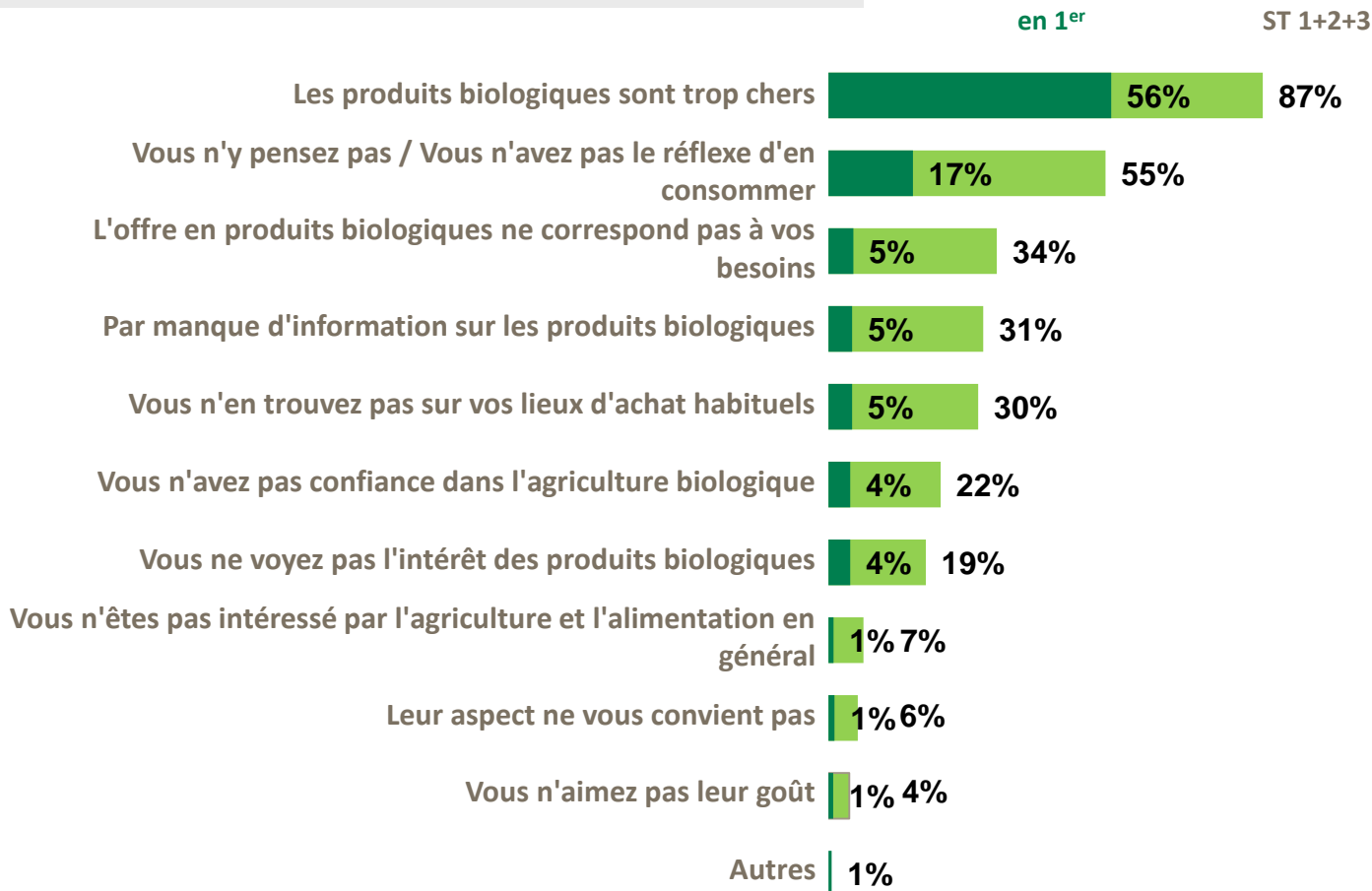
Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Freins à la consommation de produits biologiques

Nouvelle formulation en 2015

Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas (plus souvent) des produits biologique(s) ? En 1^{er} ? En 2^{ème} ? En 3^{ème} ?

Base « consommateur bio et consommateur occasionnel bio » : 457



Freins à la consommation de produits biologiques; critères discriminants

Pour quelle(s) raison(s) ne consommez-vous pas (plus souvent) des produits biologique(s) ? En 1^{er} ? En 2^{ème} ? En 3^{ème} ?

Base « consommateur bio et consommateur occasionnel bio »

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Total brut	457	219	238	51	71	123	116	96	92	180	184
Trop chers	87%	83%	90%	Base faible	92%	89%	89%	76%	89%	89%	83%
N'y pense pas / pas le réflexe d'en consommer	55%	58%	53%		60%	56%	51%	54%	51%	58%	55%
L'offre ne correspond pas à vos besoins	34%	32%	35%		32%	32%	35%	34%	30%	31%	38%
Par manque d'information	31%	30%	32%		28%	32%	33%	30%	27%	34%	30%
N'en trouve pas sur lieux d'achat habituels	30%	26%	33%		32%	26%	31%	31%	39%	20%	35%
Pas confiance dans l'agriculture biologique	22%	25%	20%		13%	21%	25%	31%	19%	23%	23%
N'en voit pas l'intérêt	19%	22%	17%		20%	22%	16%	25%	22%	20%	17%
N'est pas intéressé par l'agriculture et l'alimentation en général	7%	9%	5%		7%	7%	6%	5%	4%	9%	7%
Leur aspect ne vous convient pas	6%	5%	6%		8%	8%	5%	4%	6%	7%	5%
N'aime pas leur goût	4%	4%	4%		5%	4%	3%	3%	3%	6%	3%
Autres	5%	6%	4%	4%	4%	6%	6%	10%	4%	5%	

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
Base	457	81	26	43	39	45	60	50	55	59
Trop chers	87%	85%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	91%	Base faible	Base faible	Base faible
N'y pense pas / pas le réflexe d'en consommer	55%	57%					59%			
L'offre ne correspond pas à vos besoins	34%	34%					33%			
Par manque d'information	31%	30%					26%			
N'en trouve pas sur lieux d'achat habituels	30%	27%					29%			
Pas confiance dans l'agriculture biologique	22%	25%					20%			
N'en voit pas l'intérêt	19%	19%					25%			
N'est pas intéressé par l'agriculture et l'alimentation en général	7%	3%					5%			
Leur aspect ne vous convient pas	6%	11%					6%			
N'aime pas leur goût	4%	3%					3%			
Autres	5%	6%					3%			

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

2.2

Les différents produits biologiques consommés



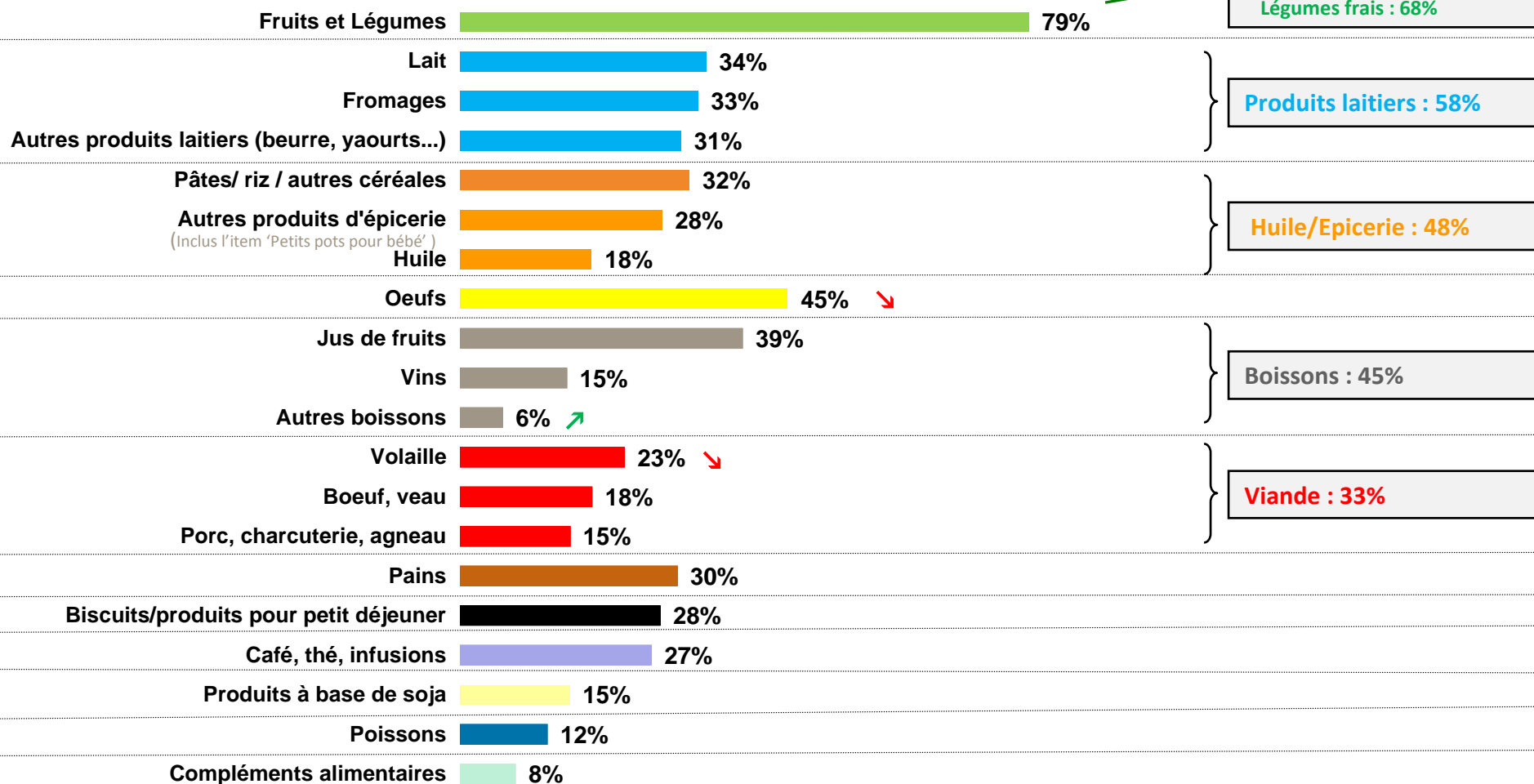
CSA

COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Familles de produits biologiques consommés

Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?

Base « consommateur bio » : 311



Évolution des catégories de produits biologiques consommés

Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?

	HISTORIQUE (Mesure face-à-face) (base consommateur et acheteur bio)										Mesure on line	
	Oct. 2004	Oct. 2005	Oct. 2006	Oct. 2007	Oct. 2008	Oct. 2009	Oct. 2010	Nov. 2011	Nov. 2012	Nov. 2013	Mars 2014	2015
Bases : consommateurs bio										384	586	311
Fruits et légumes	(71%)*	(73%)	(74%)	(78%)	(77%)	(80%)	(80%)	(89% ↗)	(84%)	87% (89%)	83%	79%
Fruits frais									(67%)	(56% ↘)	-	72%
Légumes frais									(71%)	(58% ↘)	-	68%
Produits laitiers	(75%)	(64% ↘)	(69%)	(74%)	(70%)	(71%)	(72%)	(72%)	(72%)	64% (69%)	63%	58%
Lait	(29%)	(31%)	(37%)	(41%)	(36%)	(41%)	(38%)	(40%)	(48%)	40% (44%)	37%	34%
Fromage	(42%)	(32% ↘)	(36%)	(41%)	(38%)	(41%)	(44%)	(43%)	(45%)	41% (45%)	35%	33%
Autres produits laitiers (beurre, yaourts...)	(53%)	(49%)	(46%)	(49%)	(40% ↘)	(41%)	(46%)	(43%)	(43%)	31% (42%)	31%	31%
Huile / épicerie				(57%)	(56%)	(56%)	(53%)	(55%)	(58%)	47% (53%)	48%	48%
Pâtes / riz / autres céréales				(45%)	(41%)	(39%)	(39%)	(40%)	(40%)	31% (37%)	31%	32%
Autres produits d'épicerie			(33%)	(32%)	(32%)	(31%)	(29%)	(31%)	(32%)	26% (31%)	23%	28%
Huile			(16%)	(22% ↗)	(24%)	(27%)	(20% ↘)	(25%)	(26%)	26% (30%)	19% ↘	18%
Œufs	(61%)	(61%)	(44% ↘)	(62% ↗)	(64%)	(62%)	(57%)	(66%)	(71%)	60% (62% ↘)	58%	45% ↘
Boissons	(14%)	(16%)	(14%)	(39%)	(40%)	(43%)	(43%)	(49%)	(44%)	37% (41%)	42%	45%
Jus de fruits				(35%)	(35%)	(35%)	(37%)	(42%)	(37%)	32% (36%)	33%	39%
Vin			(6%)	(10%)	(11%)	(18% ↗)	(11% ↘)	(17% ↗)	(14%)	14% (16%)	16%	15%
Autres boissons			(10%)	(4%)	(2%)	(4%)	(5%)	(3%)	(3%)	4% (6%)	3%	6% ↗
Viande			(48%)	(52%)	(49%)	(49%)	(41% ↘)	(47%)	(43%)	44% (46%)	37%	33%
Volaille	(44%)	(40%)	(40%)	(48% ↗)	(44%)	(47%)	(34% ↘)	(39%)	(38%)	36% (38%)	29% ↘	23% ↘
Bœuf	(28%)	(25%)	(30%)	(24%)	(24%)	(20%)	(21%)	(26%)	(23%)	26% (29%)	23%	18%
Porc, charcuterie, agneau	(21%)	(19%)	(21%)	(23%)	(15% ↘)	(17%)	(16%)	(20%)	(19%)	20% (23%)	15%	15%
Pain	(56%)	(41%)	(43%)	(43%)	(42%)	(42%)	(35%)	(40%)	(42%)	40% (43%)	31% ↘	30%
Autres céréales		(26%)	(27%)									
Biscuits / produits pour petit déjeuner				(30%)	(24%)	(30%)	(26%)	(30%)	(30%)	30% (33%)	23% ↘	28%
Café, thé, infusions				(33%)	(30%)	(31%)	(33%)	(35%)	(30%)	25% (30%)	25%	27%
Produits à base de soja			(27%)	(28%)	(27%)	(28%)	(21%)	(20%)	(25%)	19% (23%)	18%	15%
Poisson	(13%)	(11%)	(8%)	(11%)	(7%)	(14% ↗)	(10%)	(15%)	(13%)	15% (17%)	11% ↘	12%
Compléments alimentaires			(7%)	(9%)	(10%)	(10%)	(7%)	(9%)	(6%)	9% (9%)	8%	8%

* (%) : Rappel des pourcentages sur base consommateur-acheteur

et Mesure complémentaire 2014

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2015

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Produits biologiques consommés; critères discriminants

Quels sont les produits biologiques que vous consommez ?

Base « consommateur bio »

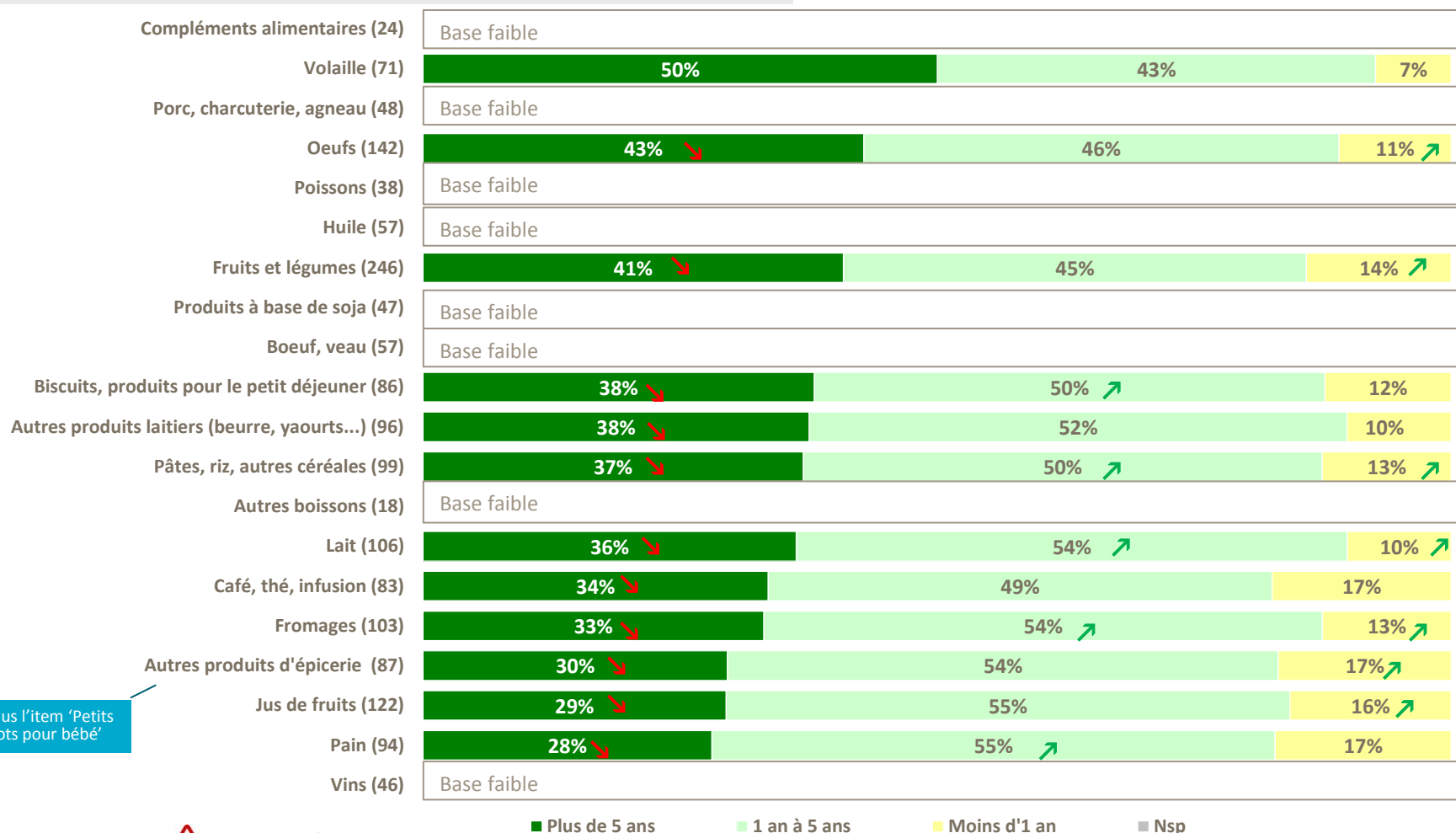
	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	311	142	169	41	49	69	89	64	70	122	119
Fruits et légumes	79%	79%	79%	Base faible	Base faible	80%	78%	82%	85%	78%	76%
Fruits frais	72%	72%	72%			76%	73%	72%	79%	72%	68%
Légumes frais	68%	69%	68%			67%	68%	74%	70%	69%	67%
Produits laitiers	58%	60%	57%			63%	60%	56%	55%	63%	56%
Lait	34%	32%	36%			42%	33%	32%	23%	39%	36%
Fromages	33%	38%	29%			33%	35%	33%	31%	35%	32%
Autres produits laitiers	31%	27%	34%			28%	30%	32%	30%	30%	32%
Huile/ Epicerie	48%	46%	50%			50%	46%	44%	51%	45%	50%
Pâtes/ Riz/ Autres céréales	32%	27%	36%			31%	30%	26%	33%	31%	32%
Autres produits d'épicerie	28%	25%	31%			31%	29%	24%	29%	26%	30%
Huile	18%	21%	16%			15%	19%	13%	16%	21%	17%
Oeufs	45%	44%	47%			37%	49%	58%	43%	39%	54%
Boisson	45%	40%	49%			39%	52%	42%	41%	43%	50%
Jus de fruits	39%	34%	44%			37%	42%	34%	36%	37%	43%
Vins	15%	15%	14%			11%	21%	13%	16%	15%	14%
Autres boissons	6%	6%	6%			4%	9%	3%	5%	8%	4%
Viande	33%	37%	30%			31%	36%	50%	31%	30%	38%
Volaille	23%	27%	20%			18%	22%	37%	23%	17%	28%
Boeuf	18%	16%	20%			18%	21%	24%	8%	21%	22%
Porc, charcuterie, agneau	15%	16%	14%			13%	18%	20%	15%	11%	19%
Pains	30%	34%	27%			44%	30%	22%	38%	31%	25%
Biscuits/ Produits pour petits déjeuners	28%	26%	30%			32%	31%	16%	30%	30%	24%
Café, Thé, Infusions	27%	24%	29%			32%	29%	23%	21%	28%	28%
Produits à base de soja	15%	15%	16%			15%	14%	10%	11%	19%	14%
Poissons	12%	14%	10%			9%	13%	16%	10%	11%	14%
Compléments alimentaires	8%	6%	9%			8%	13%	5%	4%	11%	7%
<i>Nombre moyen de familles de produits</i>	<i>5,3</i>	<i>5,2</i>	<i>5,3</i>			<i>5,4</i>	<i>5,5</i>	<i>5,2</i>	<i>5,2</i>	<i>5,3</i>	<i>5,4</i>

Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

Ancienneté de consommation des différentes catégories de produits biologiques

Quels sont les produits biologiques que vous consommez ? Et depuis combien de temps ?

Base « consommateur bio » : consommateurs respectifs des produits cités



Inclus l'item 'Petits pots pour bébé'



Mesure on line
(Historique : face-à-face)

ATTENTION : les différences significatives sont présentées seulement à titre indicatif

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2015

■ Plus de 5 ans ■ 1 an à 5 ans ■ Moins d'1 an ■ Nsp
Attention, base < 60 interviews : base faible,
base < 80 interviews : base limite

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Les consommateurs les plus récents (moins d'1 an); évolutions

Base : consommateurs respectifs des produits cités

Base « consommateur et acheteur bio »

Base « consommateur bio »

Inclus l'item 'Petits pots pour bébé' en 2012

En %	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013	2015
Huile	-	-	4%	9%	14%	8%	6%	6%	5%	1%	1%	21% ↗
Vin	-	-	9%	7%	29% ↗	11% ↘	20%	11%	14%	14%	13%	20%
Compléments alimentaires *	-	-	16%	6%	17%	14%	13%	11%	3%	-	-	19%
Café, Thé, infusions	-	-	-	8%	7%	10%	11%	7%	2%	8%	8%	17%
Pain	-	17%	9% ↘	7%	13%	12%	8%	10%	3% ↘	8%	9%	17%
Autres produits d'épicerie	-	-	-	6%	14% ↗	10%	9%	3%	6%	4%	4%	17% ↗
Poisson *	29%	16%	12%	12%	9%	6%	13%	11%	7%	11%	10%	17%
Jus de fruits	-	-	-	6%	15% ↗	11%	12%	6%	6%	3%	6%	16% ↗
Produits à base de soja	-	-	11%	6%	19% ↗	7% ↘	11%	10%	9%	7%	8%	15%
Fruits et légumes	23%	10% ↘	6%	5%	5%	4%	5%	3%	2%	4%	4%	14% ↗
Bœuf	19%	13%	11%	4%	10%	6%	11%	5%	11%	6%	8%	13%
Pâtes, riz, autres céréales	-	-	-	13%	17%	7% ↘	8%	3%	4%	3%	5%	13% ↗
Fromage	26%	16% ↘	6% ↘	4%	12% ↗	6%	9%	4%	2%	5%	5%	13% ↗
Biscuits, produits pour petit déjeuner	-	-	-	6%	14%	12%	9%	9%	6%	8%	8%	12%
Œufs	25%	10% ↘	8%	7%	7%	4%	6%	5%	3%	3%	4%	11% ↗
Autres produits laitiers	34%	17% ↘	5% ↘	8%	10%	10%	10%	2% ↘	4%	4%	5%	10% ↗
Lait	26%	16%	6% ↘	11%	11%	13%	9%	4%	6%	2%	3%	10% ↗
Volaille	25%	9% ↘	7%	7%	4%	3%	10% ↗	2% ↘	4%	1%	4%	7%
Autres boissons *	-	-	17%	8%	18%	11%	-	-	11%	-	-	5%
Porc, charcuterie, agneau	21%	10%	11%	7%	5%	1%	8%	7%	3%	9%	9%	3%

Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Les consommateurs les plus anciens (plus de 5 ans); évolutions

Base : consommateurs respectifs des produits cités

Base « consommateur et acheteur bio »

Base « consommateur bio »

En %	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2013	2015
Compléments alimentaires *	-	-	52%	62%	41%	52%	46%	42%	54%	66%	63%	53%
Volaille	40%	48%	54%	58%	55%	55%	55%	51%	56%	67%	64%	50%
Porc, charcuterie, agneau	36%	51%	51%	51%	51%	72% ↗	56%	42%	59%	62%	61%	44%
Œufs	40%	43%	56% ↗	55%	47%	52%	49%	46%	61% ↗	55%	54%	43% ↘
Poisson *	46%	59%	56%	68%	70%	61%	49%	35%	58% ↗	62%	62%	43% ↘
Huile	-	-	61%	63%	35% ↘	52% ↗	50%	54%	53%	69% ↗	69%	42%
Fruits et légumes	40%	50% ↗	53%	57%	50%	55%	44% ↘	50%	56%	56%	55%	41% ↘
Produits à base de soja	-	-	47%	61%	36% ↘	44%	41%	39%	54%	63%	62%	40% ↘
Bœuf	36%	47%	54% ↗	45%	42%	58%	42%	38%	52%	55%	55%	38%
Biscuits, produits pour petit déjeuner	-	-	-	54%	33% ↘	39%	39%	39%	47%	62%	60%	38% ↘
Autres produits laitiers	27%	30%	50% ↗	44%	37%	40%	36%	46%	49%	53%	51%	38% ↘
Pâtes, riz, autres céréales	-	-	-	45%	36%	44%	30% ↘	40%	56% ↗	64%	64%	37% ↘
Autres boissons *	-	-	47%	51%	23%	70%	56%	58%	13%	81%	81%	37%
Lait	32%	36%	46%	40%	35%	46%	36%	42%	51%	61%	59%	36% ↘
Café, thé, infusions	-	-	-	49%	34% ↘	44%	37%	41%	47%	57%	58%	34% ↘
Fromage	43%	46%	54% ↗	49%	43%	52%	40%	51%	48%	62% ↗	60%	33% ↘
Autres produits d'épicerie	-	-	-	56%	44%	54%	45%	36%	51%	53%	53%	30% ↘
Jus de fruits	-	-	-	45%	32% ↘	34%	38%	40%	45%	56%	53%	29% ↘
Pain	-	40%	56% ↗	49%	43%	48%	44%	48%	52%	54%	53%	28% ↘
Vin *	-	-	62%	57%	33% ↘	53%	24% ↘	28%	53% ↗	50%	50%	26% ↘

Inclus l'item 'Petits pots pour bébé' en 2012

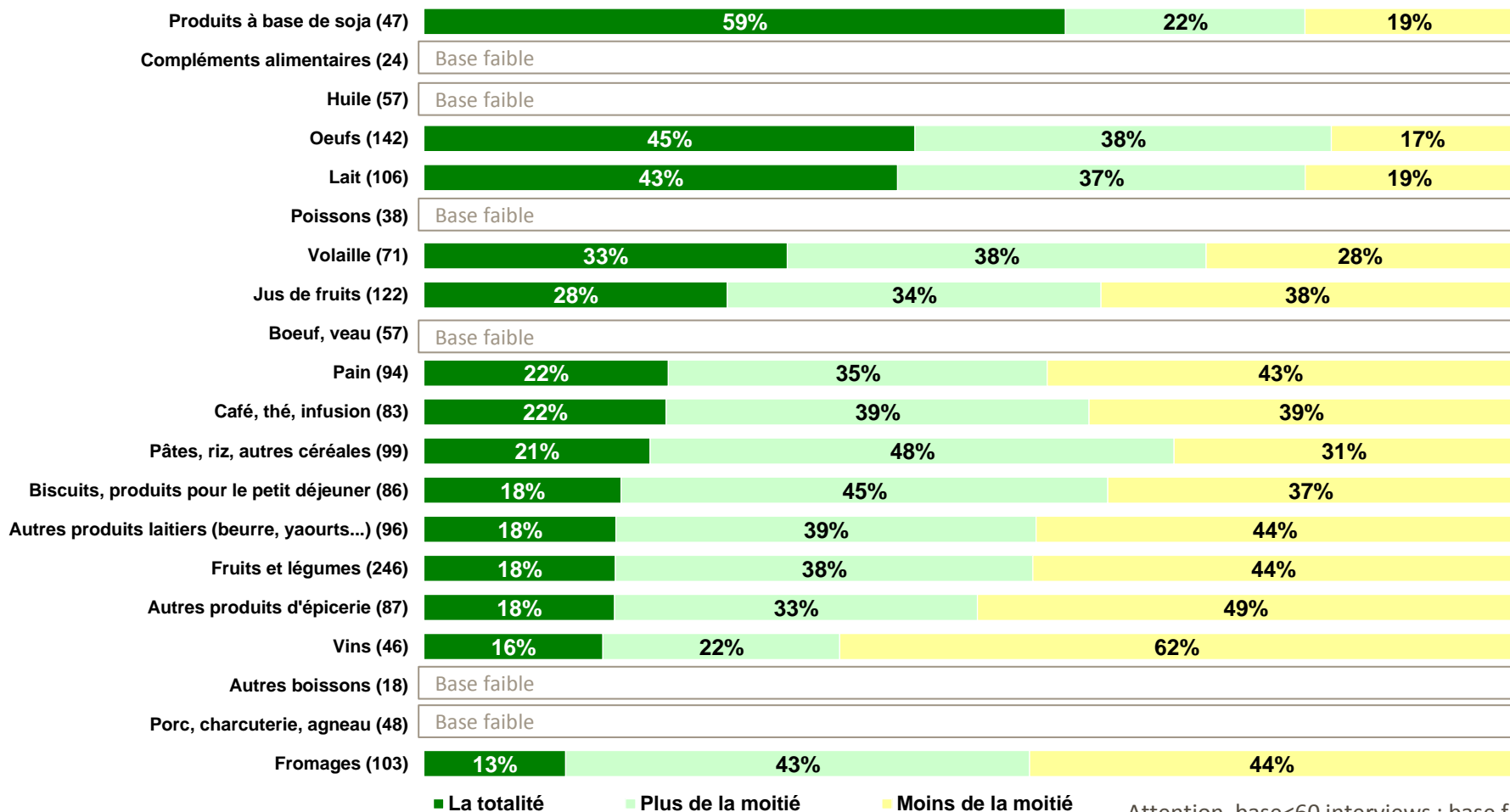
Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

La part des produits biologiques dans la consommation

Quelle part de votre consommation de ce(s) produit(s) est biologique ?

Base « consommateur bio » : consommateurs respectifs des produits cités



■ La totalité ■ Plus de la moitié ■ Moins de la moitié

Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Totalité de consommation de produits biologiques; évolutions

Base : consommateurs respectifs des produits cités

En %	HISTORIQUE (Mesure face-à-face)										Mesure on line	
	Oct. 2004	Oct. 2005	Oct. 2006	Oct. 2007	Oct. 2008	Oct. 2009	Oct. 2010	Nov. 2011	Nov. 2012	Nov. 2013	Mars 2014	2015
Produits à base de soja	(-)	(-)	(45)	(50)	(53)	(51)	(50)	(62)	(43)	54 (56)	45	59
Compléments alimentaires **	Base faible											
Huile	Base faible											
Œufs	(59)	(50↘)	(55)	(50)	(59)	(61)	(49↘)	(57)	(57)	55 (60)	51	45
Lait	(48)	(39)	(54↗)	(51)	(56)	(48)	(45)	(52)	(50)	51 (54)	44	43
Poisson	Base faible											
Volaille	(46)	(41)	(39)	(38)	(40)	(40)	(28↘)	(45↗)	(43)	31 (36)	29	33
Jus de fruits	(-)	(-)	(-)	(29)	(26)	(26)	(24)	(31)	(24)	30 (31)	23	28
Bœuf	Base faible											
Pain	(-)	(20)	(24)	(27)	(30)	(28)	(26)	(25)	(26)	20 (22)	24	22
Café, thé, infusions	(-)	(-)	(-)	(36)	(37)	(34)	(39)	(35)	(33)	48 (49↗)	22↘	22
Pâtes, riz, autres céréales	(-)	(-)	(-)	(33)	(32)	(25)	(23)	(35)	(26)	32 (35)	25	21
Biscuits, produits pour petit déjeuner	(-)	(-)	(-)	(20)	(23)	(20)	(20)	(31)	(17↘)	23 (21)	23	18
Autres produits laitiers	(31)	(26)	(20)	(18)	(15)	(21)	(21)	(32)	(17↘)	15 (17)	15	18
Fruits et légumes	(33)	(24↘)	(26)	(28)	(31)	(24)	(27)	(29)	(25)	(22)	19/21	18
Autres produits d'épicerie	(-)	(-)	(-)	(25)	(18)	(22)	(19)	(30)	(29)	24 (26)	16	18
Vin	(-)	(-)	(29)	(14)	(11)	(19)	(20)	(17)	(13)	22 (22)	15	16
Autres boissons **	Base faible											
Porc, charcuterie, agneau	Base faible											
Fromage	(30)	(26)	(21)	(20)	(22)	(13↘)	(13)	(21)	(17)	21 (23)	12	13

Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

* (%) : Rappel des pourcentages sur base consommateur-acheteur

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Plus de la moitié de consommation de produits biologiques; évolutions

Base : consommateurs respectifs des produits cités

HISTORIQUE (Mesure face-à-face)

Mesure on line

En %	Oct. 2004	Oct. 2005	Oct. 2006	Oct. 2007	Oct. 2008	Oct. 2009	Oct. 2010	Nov. 2011	Nov. 2012	Nov. 2013	Mars 2014	2015
Autres boissons * *	Base faible											
Porc, charcuterie, agneau	Base faible											
Pâtes, riz, autres céréales	(-)	(-)	(-)	(37)	(39)	(46)	(39)	(38)	(42)	32 (32)	40	48
Biscuits, produits pour petit déjeuner	(-)	(-)	(-)	(45)	(43)	(43)	(39)	(46)	(48)	46 (49)	37	45
Fromage	(39)	(35)	(42)	(41)	(39)	(48)	(37)	(46)	(40)	39 (41)	49	43
Bœuf	Base faible											
Huile	Base faible											
Café, thé, infusions	(-)	(-)	(-)	(32)	(37)	(43)	(36)	(49)	(46)	22 (23↘)	41↗	39
Autres produits laitiers	(43)	(43)	(41)	(43)	(51)	(44)	(37)	(39)	(47)	43 (43)	44	39
Volaille	(35)	(36)	(39)	(37)	(45)	(33↘)	(45)	(37)	(34)	39 (36)	42	38
Fruits et légumes	(44)	(45)	(43)	(43)	(42)	(46)	(37)	(48↗)	(45)	(43)	40/42	38
Œufs	(26)	(28)	(29)	(31)	(30)	(31)	(28)	(34)	(29)	28 (27)	29	38
Lait	(28)	(28)	(25)	(30)	(37)	(25↘)	(27)	(37)	(27)	25 (25)	34	37
Poisson	Base faible											
Pain	(-)	(32)	(35)	(40)	(35)	(39)	(33)	(48↗)	(36)	44 (46)	44	35
Jus de fruits	(-)	(-)	(-)	(40)	(42)	(44)	(43)	(46)	(50)	34 (35↘)	44	34
Autres produits d'épicerie	(-)	(-)	(-)	(39)	(42)	(43)	(41)	(52)	(38)	37 (38)	34	33
Compléments alimentaires * *	Base faible											
Produits à base de soja	(-)	(-)	(27)	(26)	(24)	(20)	(29)	(18)	(32)	24 (26)	25	22
Vin	(-)	(-)	(19)	(24)	(14)	(33↗)	(30)	(25)	(42)	24 (27)	29	22

Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

* (%) : Rappel des pourcentages sur base consommateur-acheteur

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Moins de la moitié de consommation de produits biologiques; évolutions

Base : consommateurs respectifs des produits cités

En %	HISTORIQUE (Mesure face-à-face)										Mesure on line	
	Oct. 2004	Oct. 2005	Oct. 2006	Oct. 2007	Oct. 2008	Oct. 2009	Oct. 2010	Nov. 2011	Nov. 2012	Nov. 2013	Mars 2014	2015
Vin	(-)*	(-)	(46)	(62)	(71)	(46↘)	(49)	(58)	(46)	54 (51)	56	62
Autres produits d'épicerie	(-)	(-)	(-)	(36)	(40)	(35)	(39)	(17↘)	(33↗)	38 (35)	50	49
Fromage	(31)	(38)	(36)	(39)	(39)	(39)	(49)	(32↘)	(43)	40 (36)	39	44
Fruits et légumes	(23)	(31↗)	(31)	(29)	(27)	(30)	(35)	(23↘)	(29)	(36)	40/37	44
Autres produits laitiers	(26)	(31)	(38)	(39)	(32)	(35)	(40)	(30)	(36)	42 (40)	41	44
Pain	(-)	(46)	(40)	(33)	(35)	(33)	(41)	(27↘)	(37)	36 (32)	32	43
Café, thé, infusions	(-)	(-)	(-)	(32)	(26)	(23)	(24)	(15)	(20)	30 (27)	37	39
Jus de fruits	(-)	(-)	(-)	(31)	(32)	(29)	(33)	(23)	(26)	36 (34)	33	38
Biscuits, produits pour petit déjeuner	(-)	(-)	(-)	(35)	(34)	(35)	(41)	(23↘)	(34)	31 (30)	41	37
Porc, charcuterie, agneau	Base faible											
Bœuf	Base faible											
Pâtes, riz, autres céréales	(-)	(-)	(-)	(30)	(29)	(29)	(38)	(26↘)	(32)	35 (32)	34	31
Volaille	(19)	(23)	(20)	(23)	(15)	(27↗)	(27)	(16)	(23)	29 (27)	29	28
Poisson	Base faible											
Autres boissons **	Base faible											
Compléments alimentaires **	Base faible											
Produits à base de soja	(-)	(-)	(27)	(24)	(21)	(28)	(21)	(20)	(22)	22 (19)	30	19
Lait	(24)	(32)	(20)	(19)	(7↘)	(27↗)	(27)	(12↘)	(22↗)	22 (21)	22	19
Œufs	(15)	(22)	(16)	(19)	(11↘)	(8)	(23↗)	(8↘)	(14)	16 (13)	19	17
Huile	Base faible											

Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

* (%) : Rappel des pourcentages sur base consommateur-acheteur

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

2.3

Les lieux d'achat de produits biologiques



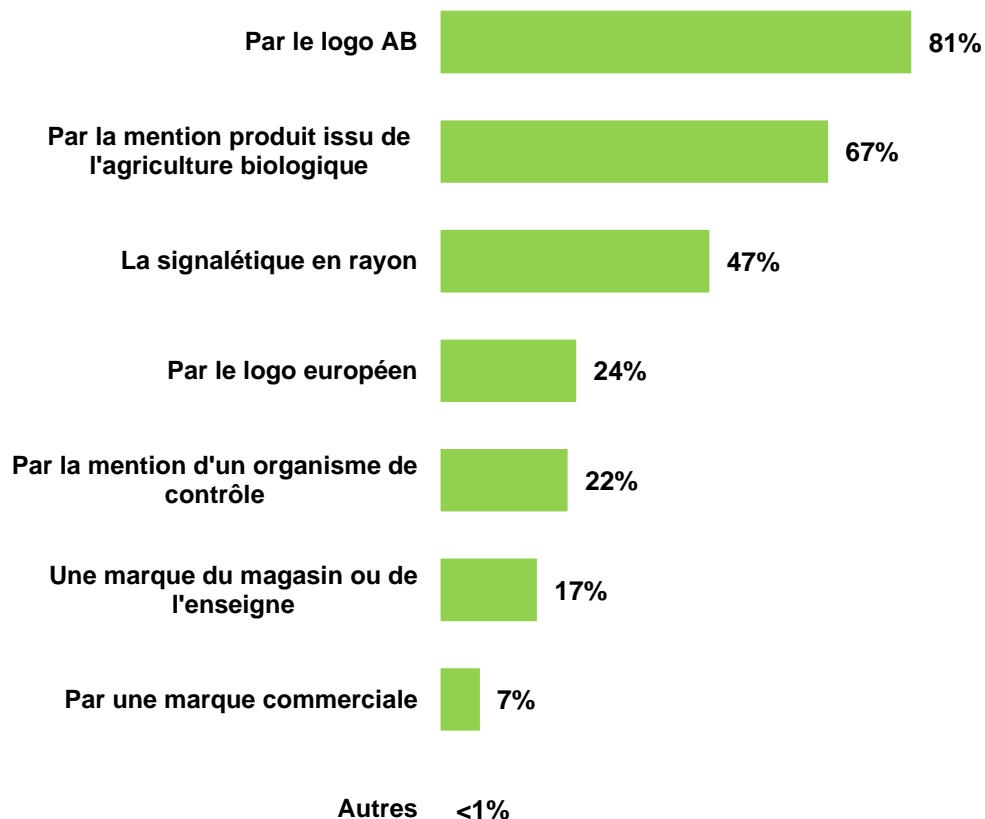
csa

COMPRENDRE
POUR MIEUX DÉCIDER

Les moyens de reconnaissance des produits biologiques à l'achat

Lorsque vous faites vos courses, qu'est-ce qui vous aide à repérer les produits biologiques ?

Base « consommateur bio » : 311



Les moyens de reconnaissance des produits biologiques à l'achat; critères discriminants

Lorsque vous faites vos courses, qu'est-ce qui vous aide à repérer les produits biologiques ?

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
<i>Base</i>	311	142	169	41	49	69	89	64	70	122	119
Par le logo AB	81%	81%	82%	Base faible	Base faible	77%	81%	82%	86%	77%	83%
Par la mention produit issu de l'agriculture biologique	67%	62%	71%			64%	65%	77%	70%	62%	71%
La signalétique en rayon	47%	48%	45%			55%	45%	55%	51%	41%	50%
Par le logo européen	24%	21%	26%			24%	22%	16%	22%	24%	25%
Par la mention d'un organisme de contrôle	22%	19%	25%			27%	27%	15%	23%	24%	20%
Une marque du magasin ou de l'enseigne	17%	13%	20%			16%	20%	8%	16%	17%	18%
Par une marque commerciale	7%	9%	6%			13%	4%	-	1%	16%	2%

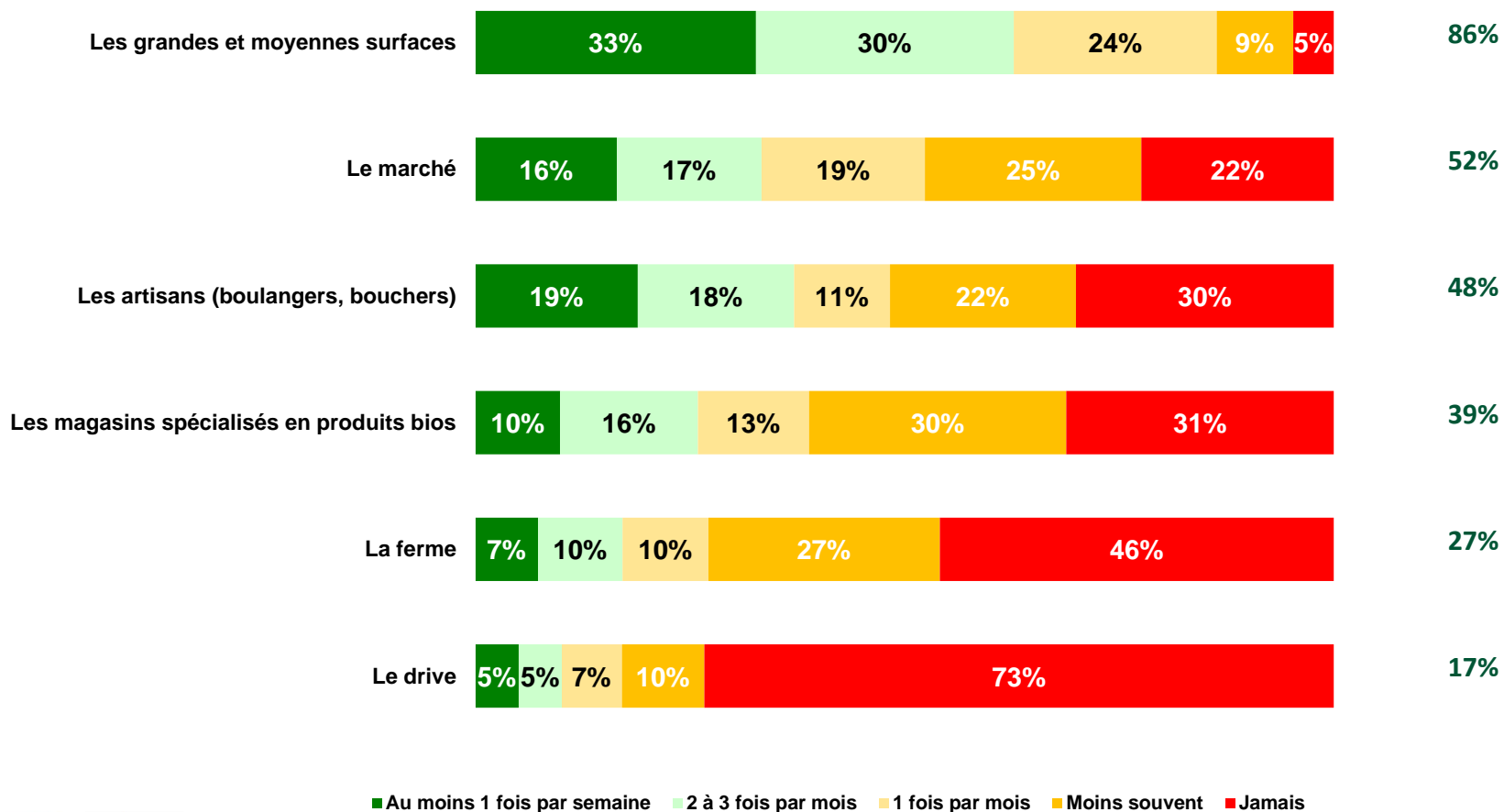
Fréquence d'achat par circuit de distribution

Nouvelle question

Parmi les circuits de distribution suivants, à quelle fréquence y allez-vous pour acheter des produits biologiques ?

Base « Consommateurs bio » : 311

ST Au moins 1 fois par mois



Fréquence d'achat par circuit de distribution ; Critères discriminants

Nouvelle question

Parmi les circuits de distribution suivants, à quelle fréquence y allez-vous pour acheter des produits biologiques ?

Base « Consommateurs bio » : 311

Au moins 1 fois par mois

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
<i>Ensemble</i>	311	142	169	41	49	69	89	64	70	122	119
Les grandes et moyennes surfaces	86%	84%	89%	Base faible	Base faible	91%	85%	82%	91%	82%	88%
Le marché	52%	58%	47%			59%	52%	59%	51%	54%	51%
Les artisans (boulangers, bouchers...)	48%	50%	46%			47%	54%	45%	48%	56%	41%
Les magasins spécialisés en produits bios	39%	37%	41%			39%	41%	29%	39%	43%	35%
La ferme	27%	31%	24%			31%	33%	23%	26%	36%	18%
Le drive	17%	17%	17%			24%	13%	-	26%	24%	5%
Ne sait pas	6%	6%	6%			7%	6%	4%	6%	8%	5%

Au moins 1 fois par mois

	ENSEMBLE	Région								
		REGION PARISIENNE	NORD	EST	BP EST	BP OUEST	OUEST	SUD-OUEST	SUD-EST	MEDITERRANEE
<i>Ensemble</i>	311	62	18	23	16	32	48	30	40	44
Les grandes et moyennes surfaces	86%	90%	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible	Base faible
Le marché	52%	55%								
Les artisans (boulangers, bouchers...)	48%	46%								
Les magasins spécialisés en produits bios	39%	48%								
La ferme	27%	17%								
Le drive	17%	17%								
Ne sait pas	6%	8%								

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Lieux d'achat tous produits biologiques confondus

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur bio » : 311

CITÉ AU MOINS UNE FOIS :

			Mesure on line		HISTORIQUE (Mesure face-à-face)								
			2014 B=598	Nov. 2013 b=384	Nov. 2012	Nov. 2011	Oct. 2010	Oct. 2009	Oct. 2008	Oct. 2007	Oct. 2006	Oct. 2005	Oct. 2004
Grandes et moyennes surfaces		80%	79% ↗	71% (69% ↘)	(80% ↗)	(65%)	(70%)	(72%)	(72%)	(70%)	(75%)	(72% ↗)	(65%)
Marché		29% ↘	33%	36% (37%)	(32% ↘)	(43%)	(41%)	(42%)	(45%)	(47% ↗)	(37%)	(43% ↘)	(50%)
Magasins spécialisés en produits Bio		25%	29%	32% (34% ↗)	(25%)	(31% ↗)	(23% ↘)	(31%)	(26%)	(31%)	(30%)	(29%)	(28%)
A la ferme		20%	19%	17% (19% ↘)	(26%)	(26%)	(24%)	(24%)	(24%)	(22%)	(23%)	(22%)	/
Artisans type boulanger, boucher		18%	19%	24% (24%)	(23%)	(20%)	(21%)	(21%)	(22%)	(19%)	(22%)	(22% ↘)	(28%)
Via le drive		5% ↗	2%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto-production	-	-	/	- (- ↘)	(6%)	(5% ↗)	(2% ↘)	(5%)	(3%)	(6%)	(4%)	/	/
Autres		11%	9%	0% (4%)	(3%)	(1%)	(3%)	(3%)	(4%)	(3%)	(4%)	(1%)	(16%)

* (%) : Rappel des pourcentages sur base consommateur-acheteur

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Lieux d'achat tous produits biologiques confondus; critères discriminants

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « Consommateurs bio »

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
Base	311	142	169	41	49	69	89	64	70	122	119
Grandes et moyennes surfaces	80%	81%	80%	Base faible	Base faible	81%	83%	81%	80%	74%	87%
Marché	29%	34%	25%			28%	33%	41%	27%	27%	33%
Magasins spécialisés en produits Bio	25%	24%	26%			22%	30%	24%	22%	29%	24%
A la ferme	20%	20%	19%			19%	22%	23%	18%	21%	19%
Artisans type boulanger, boucher	18%	21%	16%			17%	21%	24%	13%	19%	21%
Via le drive	5%	4%	6%			9%	1%	-	6%	9%	1%
Autres	11%	11%	11%			8%	12%	13%	7%	11%	13%
Nsp	3%	3%	3%			-	1%	3%	5%	1%	3%

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Produits bio achetés dans les lieux d'achat

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

Base Total Français

	Ensemble	Magasins spécialisés en produits Bio	Marché	Grandes et moyennes surfaces	Artisans (boulangers, bouchers...)	A la ferme	Via le drive	Autres	N'achete pas ce produit	NSP	
Pâtes, riz, autres céréales	99	38%	3%	55%	-	-	4%	-	-	1%	100%
Autres produits d'épicerie	87	28%	4%	62%	1%	-	2%	2%	-	-	100%
Produits à base de soja	47	Base faible									100%
Vins	46	Base faible									100%
Pain	94	22%	6%	29%	34%	2%	2%	1%	3%	1%	100%
Café, thé, infusion	83	21%	1%	72%	1%	1%	1%	3%	-	-	100%
Autres produits laitiers (beurre, yaourts...)	96	19%	5%	64%	2%	4%	4%	3%	-	-	100%
Huile	57	Base faible									100%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	86	19%	2%	72%	-	-	5%	1%	1%	-	100%
Jus de fruits	122	14%	2%	70%	2%	2%	5%	3%	1%	1%	100%
Boeuf, veau	57	Base faible									100%
Porc, charcuterie, agneau	48	Base faible									100%
Lait	106	13%	4%	71%	1%	6%	3%	2%	-	-	100%
Fromages	103	12%	17%	55%	5%	9%	2%	1%	-	-	100%
Fruits et légumes	246	11%	26%	43%	4%	8%	2%	3%	2%	< 1%	100%
Poissons	38	Base faible									100%
Volaille	71	9%	12%	36%	14%	19%	1%	5%	4%	-	100%
Oeufs	142	8%	8%	56%	3%	15%	1%	6%	4%	-	100%
Autres boissons	18	Base faible									100%
Compléments alimentaires	24	Base faible									100%

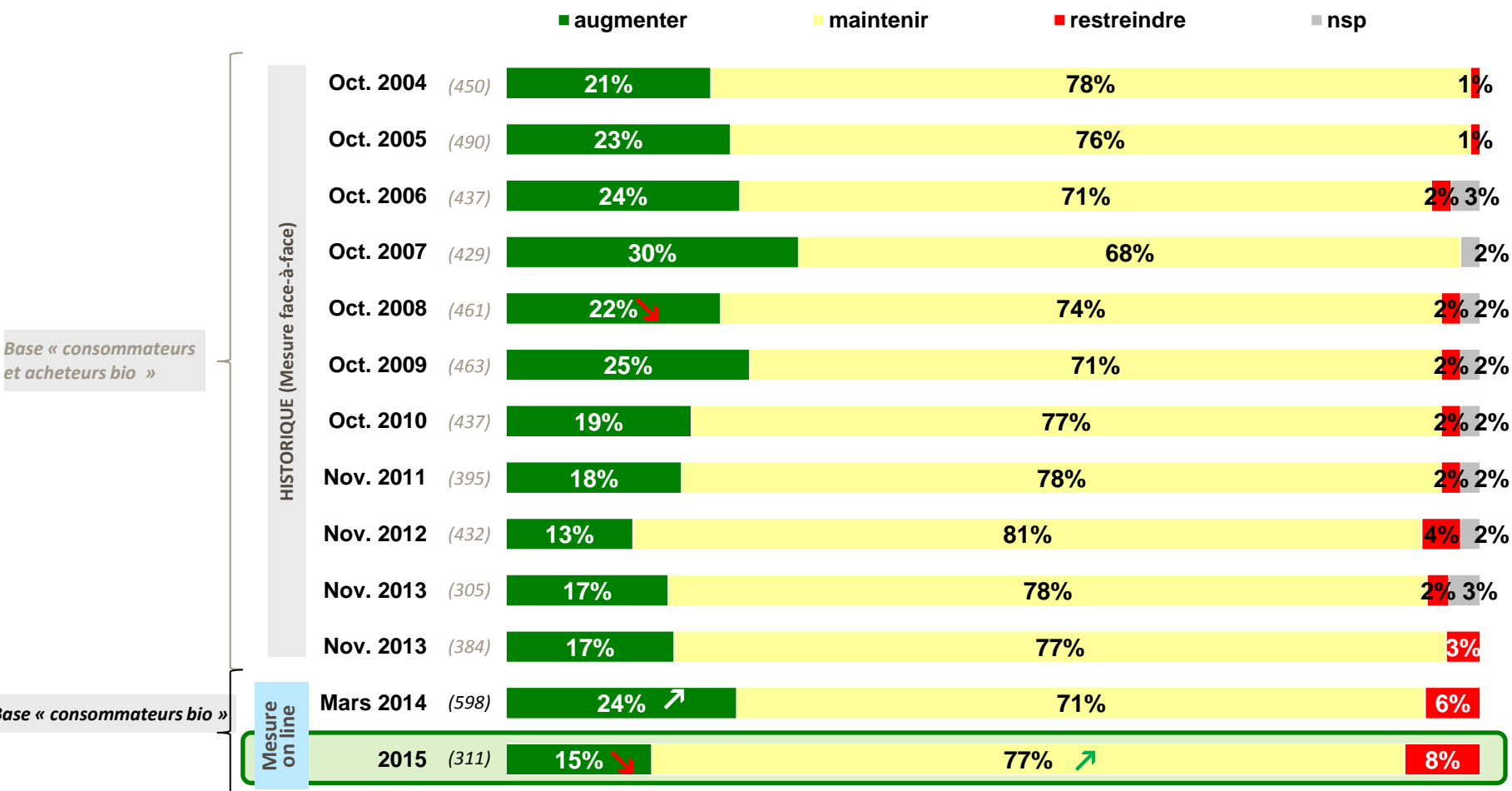
Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

2.4 Perspective et avenir



Consommation future envisagée

Avez-vous l'intention dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits biologiques ?



↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre


















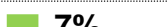



Prévision d'augmentation de consommation : sur quels produits

Sur quels produits biologiques en particulier avez-vous l'intention d'augmenter votre consommation de produits biologiques ?

Base « consommateurs bio »

Base « consommateurs et acheteurs bio »

Base : A l'intention dans les 6 prochains mois, d'augmenter sa consommation BIO de.. : 67

	2014 b=139	2013 b=51*	2012 b=46*	2011 b=53*	2010 b=71	2009 b=88	2008 b=81	2007 b=110	2006 b=81	2005 b=101	2004 b=87
Fruits et légumes  68%	66	57	42	48	37	50	38	49	44	43	37
Porc, charcuterie, agneau  35%	35	32	26	31	25	32	29	27	38	37	26
Autres produits laitiers  34%	34	23	23	22	25	22	29	28	29	19	28
Boeuf, veau  34%	34	34	26	38	32	34	40	36	46	38	31
Jus de fruits  32%	32	25	17	23	23	18	16	10	-	-	-
Oeufs  31%	31	12	14	19	18	14	18	17↘	32	24	23
Volaille  31%	31	32	24	35	30	37	30	36	50	37	35
Autres produits d'épicerie  26%	26	24	15	25	19	18	19	17	-	-	-
Fromages  25% ↘	40	19	32	27	29	19	32	34	40	16	34
Pâtes, riz, autres céréales  24%	24	17	21	20	19	18	25	22	-	-	-
Poissons  20%	20	37	10	20	12	16	23	16	20	13	20
Biscuits, produits pour petit déj.  20%	20	15	21	12	12	16	21	11	-	-	-
Huile  19%	19	9	8	10	11	5↘	14	15	11	-	-
Lait  16%	16	12	18	25	21	14	19	15	23	19	21
Pain  15%	15	18	10	17	20	23	25	30	23	35	-
Café, thé, infusion  15%	15	9	21	17	13	9	20	14	-	-	-
Vins  11%	11	12	6	12	11	10	9	7	7	-	-
Compléments alimentaires  7%	7	1	3	2	-	1	-	4	5	-	-
Produits à base de soja  4%	4	12	2	5	3	7	2	8	7	-	-
Autres boissons  3%	3	6	-	2	3	2	2	1	10	-	-
DNK  4%											

* Attention bases faibles

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

Consommation future envisagée; critères discriminants

	ENSEMBLE	Sexe		Age					CSP		
		Homme	Femme	15 - 24 ans	25 - 34 ans	35 - 49 ans	50 - 64 ans	65 et plus	ST CSP+	ST CSP-	ST Inactifs
<i>Base</i>	506	241	265	54	81	136	128	107	99	204	202
Augmenter	13%	10%	16%	Base faible	14%	11%	11%	16%	18%	10%	15%
Maintenir	77%	81%	72%		77%	75%	80%	78%	71%	77%	79%
Restreindre	10%	9%	12%		8%	14%	9%	5%	12%	13%	7%

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Éléments incitatifs pour augmenter sa consommation

Parmi cette liste, pouvez-vous indiquer les 3 critères qui pourraient vous faire consommer davantage de produits biologiques ?

Base « consommateur bio »

Mesure
on line

Historique
(Mesure Face à Face)

■ Cité en 1^{er}
■ Cité au total (1^{er}+2^{ème}+3^{ème})

2015

(base : 311)

2013

(base : 305)

2012

(base : 432)

Moins cher

54%

74%



47%

66%



55%

74%

Locaux, régionaux

14%

55%



13%

55%

10%

48%

Plus facilement disponibles en magasin

7%

34%

11%

31%

7%

35%

De saison

7%

33%



4%

24%

4%

22%

Plus diversifiés

3%

23%

4%

23%

4%

24%

Proposés en vrac, au détail

5%

23%



3%

14%

2%

10%

Avec moins d'emballages

2%

18%

1%

13%

2%

15%

De meilleur goût

3%

16%

7%

16%

6%

18%

Équitables

3%

14%



1%

13%

5%

19%

Mieux identifiés en magasin

2%

10%

2%

13%

2%

11%



Annexes

1. Focus sur les 18-24 ans

Focus sur les 18-24 ans

(13% du total échantillon)

	Ensemble des Français	18-24 ans	
		Score supérieur à la moyenne des Français	Score inférieur à la moyenne des Français
Consommateurs de produits biologiques			
- Non consommateurs	38%		25%
Acheteurs de produits biologiques			
- Oui	52%	67%	
Ancienneté de consommation			
- Consommateurs depuis 2 ans ou moins	27%	47%	
Achat de produits biologiques autres qu'alimentaires			
- Produits cosmétiques et d'hygiène	38%	53%	
Produits BIO consommés			
- Poissons	12%		2%
- Compléments alimentaires	8%		0%
Lieux d'achat des produits BIO			
- A la ferme	20%		8%
- Ne sait pas	3%	11%	
Raisons de consommation des produits BIO			
- Pour votre sécurité, pour être certain que les produits sont sains	47%		29%
Freins à la consommation de produits BIO			
- N'en voit pas l'intérêt	19%		8%
Respect de l'environnement			
- Je privilégie les produits respectueux de l'environnement	88%		80%
Faciles à reconnaître			
- Sont des produits faciles à reconnaître	60%	74%	
Perception de l'agriculture biologique			
- Interdit l'utilisation d'OGM	88%		80%
- Cahier des charges public précis	86%		75%

Focus sur les 18-24 ans

(13% du total échantillon)

	Ensemble des Français	18-24 ans	
		Score supérieur à la moyenne des Français	Score inférieur à la moyenne des Français
Souhait de repas hors domicile avec des produits BIO			
- Restaurants	78%	89%	
- Restauration rapide ou à emporter	63%	75%	
- Distributeurs automatiques	56%	72%	
Intérêt d'une offre BIO en restauration rapide (ST Intéressé)			
- Des menus composés exclusivement de produits biologiques	72%	83%	
- Des plats réalisés avec quelques ingrédients biologiques	70%	83%	
Réseaux de distribution – Intérêt de voir davantage de BIO			
- Sur Internet	17%	32%	

2. Détails des lieux d'achats par produit

Lieux d'achat - Fruits et légumes biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 246

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Grandes et moyennes surfaces 43%

Marché 26%

Magasins spécialisés 11%

Ferme 8%

Artisans (boulangier, boucher...)
 4%

Drive 2%

Auto production

Autres 3%

N'achète pas ce produit bio 2%

	2014 b=490	2013 b=271	2012 b=240	2011 b=257	2010 b=295	2009 b=285	2008 b=280	2007 b=263	2006 b=325	2005 b=324	2004 b=282
Grandes et moyennes surfaces	42%	33%	39% ↗	30%	30%	23%	24%	21%	27%	22%	21%
Marché	30%	35%	31% ↘	42%	45%	44%	45%	49% ↗	38% ↘	46% ↘	55%
Magasins spécialisés	14%	18%	14%	14% ↗	7% ↘	17%	12%	14%	15%	13%	12%
Ferme	9%	9%	10%	14%	11%	10%	13%	10%	12%	11%	/
Artisans (boulangier, boucher...)	3%	3%	1%	1% ↘	5% ↗	1%	2%	/	2%	2%	3%
Drive	1%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/ ↘	3% ↗	/	/	/	/ ↘	4%	5%	/	/
Autres	4%	1%	/	/	/	/	/	1%	1%	1%	5%
N'achète pas ce produit bio	4%	1%	2%	/	2%	5%	4%	1%	1%	5%	4%



Lieux d'achat - Lait biologique

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 106

Grandes et moyennes surfaces 71%

Marché 4%

Magasins spécialisés 13%

Ferme 6%

Artisans (boulangers, bouchers...)
 1%

Drive 3%

Auto production

Autres 2%

N'achète pas ce produit bio -

	2014 b=221	2013 b=134	2012 b=164	2011 b=117	2010 b=140	2009 b=145	2008 b=132	2007 b=140	2006 b=144	2005 b=138	2004 b=121
Grandes et moyennes surfaces	74%	69% ↘	80% ↗	61%	69%	72%	74%	67%	75%	74%	66%
Marché	6%	6% ↗	/ ↘	3%	1%	3%	3%	5%	4%	1% ↘	7%
Magasins spécialisés	11%	20% ↗	7% ↘	22%	16%	18%	10%	18%	13%	17%	16%
Ferme	4%	3% ↘	11%	15%	13%	7%	10%	9%	6%	7%	/
Artisans (boulangers, bouchers...)	2%	<1%	/	/	/	1%	1%	/	/	/	1%
Drive	3%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	/	1%	1%	/	1%	/	/	1%	1%	/	9%
N'achète pas ce produit bio	1%	/	1%	/	/	/	2%	/	1%	1%	1%

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre



Lieux d'achat - Fromage biologique

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 103

Grandes et moyennes surfaces 55%

Marché 17%

Magasins spécialisés 12%

Ferme 9%

Artisans (boulangier, boucher...)
 5%

Drive 2%

Auto production

Autres 1%

N'achète pas ce produit bio -

	2014 b=206	2013 b=137	2012 b=154	2011 b=125	2010 b=162	2009 b=147	2008 b=139	2007 b=140	2006 b=144	2005 b=144	2004 b=158
Grandes et moyennes surfaces	50%	41%	46%	35%	38%	40%	37%	33%	36%	41%	36%
Marché	20%	28%	22%	28%	29%	36%	33%	37%	37%	35%	34%
Magasins spécialisés	15%	15%	15%	21%	18%	15%	14%	20%	17%	10%	11%
Ferme	8%	7%	9%	10%	8%	7%	9%	6%	4%	9%	/
Artisans (boulangier, boucher...)	5%	9%	5%	3%	6%	2%	4%	3%	4%	7%	4%
Drive	1%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	<1%	<1%	1%	/	/	/	3%	1%	1%	/	11%
N'achète pas ce produit bio	1%	/	2%	/	/	/	/	/	1%	1%	1%



Lieux d'achat - Autres produits laitiers biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line

Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 96

	2014 b=180	2013 b=127	2012 b=148	2011 b=126	2010 b=168	2009 b=147	2008 b=147	2007 b=167	2006 b=184	2005 b=216	2004 b=212
Grandes et moyennes surfaces 64%	72%	66% ↘	81% ↗	58%	63%	71%	73%	65%	69%	77%	73%
Marché 5%	2%	5%	4% ↘	12%	9%	4%	8%	12%	7%	7%	9%
Magasins spécialisés 19%	15%	25% ↗	13%	21%	17%	21% ↗	11%	18%	19% ↗	11%	12%
Ferme 4%	5%	2%	1%	6%	7% ↗	1%	4%	2%	2%	4%	/
Artisans (boulangier, boucher...) 2%	1%	2%	/	2%	4% ↗	/	/	/	1%	/	2%
Drive 4%	2%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres 3%	1%	/	/	/	/	/	2%	2%	/	/	3%
N'achète pas ce produit bio -	2%	/	/	1%	/	2%	2%	1%	2%	1%	1%

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre



Lieux d'achat - Œufs biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 142

Grandes et moyennes surfaces 56%

Marché 8%

Magasins spécialisés 8%

Ferme 15%

Artisans (boulangier, boucher...)
 3%

Drive 1%

Auto production

Autres 6%

N'achète pas ce produit bio 4%

	2014 b=142	2013 b=189	2012 b=243	2011 b=190	2010 b=212	2009 b=219	2008 b=232	2007 b=211	2006 b=199	2005 b=271	2004 b=241
Grandes et moyennes surfaces	52%	46%	52% ↗	41%	42%	48%	45%	42%	43%	43% ↗	32%
Marché	12%	20%	13%	16%	18%	18%	21%	26%	18%	15% ↘	34%
Magasins spécialisés	9%	17% ↗	8% ↘	17%	10%	9%	7%	9%	12%	11%	10%
Ferme	16%	10% ↘	23%	21%	27%	22%	21%	18%	25%	23%	/
Artisans (boulangier, boucher...)	3%	3%	1%	1%	2%	1%	2%	2%	1%	4%	3%
Drive	1%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	<1%	3%	/	1%	2%	2%	/	/	/
Autres	4%	4% ↗	1%	/	/	/	/	1%	2%	1%	17%
N'achète pas ce produit bio	3%	1%	2%	2%	1%	1%	2%	/	/	3%	4%

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre



Lieux d'achat - Pâtes, riz, et autres céréales biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 99

Grandes et moyennes surfaces 55%

Marché 3% ↗

Magasins spécialisés 38%

Ferme

Artisans (boulangier, boucher...)

Drive 4%

Auto production

Autres -

N'achète pas ce produit bio -

	2014 b=182	2013 b=112	2012 b=139	2011 b=115	2010 b=144	2009 b=140	2008 b=151	2007 b=152	2006	2005	2004
Grandes et moyennes surfaces	65%	52% ↘	76% ↗	58% ↘	71%	62%	62%	55%	/	/	/
Marché	/	1%	/	2%	1%	/	1%	1%	/	/	/
Magasins spécialisés	29%	43% ↗	24% ↘	41% ↗	27%	37%	36%	41%	/	/	/
Ferme	1%	<1%	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Artisans (boulangier, boucher...)	2%	1%	/	/	1%	/	/	/	/	/	/
Drive	2%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	1%	1%	/	/	/	/	1%	3%	/	/	/
N'achète pas ce produit bio	<1%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre



Lieux d'achat - Huile biologique

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 57

Grandes et moyennes surfaces 51%

Marché 7%

Magasins spécialisés 19%

Ferme 5%

Artisans (boulangier, boucher...)
 6%

Drive 5%

Auto production

Autres 5%

N'achète pas ce produit bio 4%

	2014 b=114	2013 b=91	2012 b=88	2011 b=72	2010 b=73	2009 b=96	2008 b=87	2007 b=74	2006 b=62	2005	2004
Grandes et moyennes surfaces	58%	57%	66%	57%	63%	61%	63%	53%	43%	/	/
Marché	1%	3%	1%	/	1%	/	1%	/	/	/	/
Magasins spécialisés	23%	34%	24%	30%	32%	31%	28%	43%	52%	/	/
Ferme	3%	3%	6%	7%	2%	3%	/	2%	1%	/	/
Artisans (boulangier, boucher...)	5%	3%	3%	3%	/	5%	2%	/	2%	/	/
Drive	4%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	5%	/	1%	1%	2%	↗	5%	2%	1%	/	/
N'achète pas ce produit bio	/	/	/	3%	1%	1%	1%	/	/	/	/



Lieux d'achat - Autres produits d'épicerie biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 87

Grandes et moyennes surfaces 62%

Marché 4%

Magasins spécialisés 28%

Ferme -

Artisans (boulangier, boucher...)
 1%

Drive 2%

Auto production

Autres 2%

N'achète pas ce produit bio -

	2014 b=87	2013 b=93	2012 b=110	2011 b=89	2010 b=106	2009 b=111	2008 b=119	2007 b=108	2006	2005	2004
Grandes et moyennes surfaces	64%	50% ↘	66% ↗	48%	56%	56%	60%	54%	/	/	/
Marché	1%	3%	4%	6%	7%	3%	7%	5%	/	/	/
Magasins spécialisés	28%	36%	26% ↘	41%	29%	36%	28%	36%	/	/	/
Ferme	2%	2%	1%	5%	5%	1%	3%	/	/	/	/
Artisans (boulangier, boucher...)	1%	3%	3%	/	3%	2%	1%	2%	/	/	/
Drive	1%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	1%	6% ↗	/	/	1%	/	1%	3%	/	/	/
N'achète pas ce produit bio	2%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/

Inclus l'item « Petits pots pour bébés » en 2012

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre



Lieux d'achat - Volaille biologique

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Base « consommateur du produit bio » : 71

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Grandes et moyennes surfaces 36%

Marché 12%

Magasins spécialisés 9%

Ferme 19%

Artisans (boulangier, boucher...)
 14%

Drive 1%

Auto production

Autres 5%

N'achète pas ce produit bio 4%

	2014 b=173	2013 b=115	2012 b=130	2011 b=112	2010 b=126	2009 b=166	2008 b=159	2007 b=161	2006 b=180	2005 b=176	2004 b=173
Grandes et moyennes surfaces	36%	28%	38% ↗	25%	22% ↘	36%	35%	32%	33%	37%	28%
Marché	13%	10%	9%	10% ↘	22%	16%	18%	24% ↗	8%	14%	23%
Magasins spécialisés	9%	16% ↗	6% ↘	16% ↗	7%	11%	9%	9%	7%	7%	9%
Ferme	24%	22%	31%	27%	37% ↗	22%	25%	23%	32%	24%	/
Artisans (boulangier, boucher...)	12%	20%	15%	16%	11%	12%	9%	11%	16%	16%	16%
Drive	1%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	3%	/	1%	2%	/	/	/	/
Autres	3%	2%	/	/	1%	1%	/	1%	3%	/	21%
N'achète pas ce produit bio	2%	2%	1%	3%	/	1%	2%	/	1%	2%	3%



Lieux d'achat - Bœuf biologique

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 57

Grandes et moyennes surfaces 26%

Marché 5%

Magasins spécialisés 14%

Ferme 28%

Artisans (boulangers, bouchers...)
 20%

Drive 3%

Auto production

Autres 3%

N'achète pas ce produit bio -

	2014 b=134	2013 b=89	2012 b=79	2011 b=74	2010 b=77	2009 b=70	2008 b=87	2007 b=82	2006 b=126	2005 b=112	2004 b=109
Grandes et moyennes surfaces	31%	27%	38% ↗	21%	24%	27%	34%	38%	36%	44% ↗	27%
Marché	12%	5%	4%	5%	12%	8%	11%	8%	5%	6%	2%
Magasins spécialisés	10%	17%	10%	19% ↗	6%	13%	8%	10%	10%	6%	8%
Ferme	22%	18%	23%	23%	42%	22%	21%	26% ↗	11%	21%	/
Artisans (boulangers, bouchers...)	23%	34%	25%	28%	30%	29%	24%	17% ↘	35%	23% ↘	44%
Drive	1%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	3%	/	/	/	3%	2%	/	/	2%	/	17%
N'achète pas ce produit bio	/	/	/	5%	/	/	2%	1%	1%	/	2%



Lieux d'achat - Porc, charcuterie, agneau biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 48

* Attention bases faibles

Grandes et moyennes surfaces 39%

Marché 6%

Magasins spécialisés 13%

Ferme 20%

Artisans (boulangier, boucher...)
 14%

Drive -

Auto production

Autres 4%

N'achète pas ce produit bio 4%

	2014 b=90	2013 b=70	2012 b=66	2011 b=57*	2010 b=60	2009 b=59*	2008 b=56*	2007 b=76	2006 b=87	2005 b=82	2004 b=84
Grandes et moyennes surfaces	29%	13% ↘	35%	20%	14%	24%	26%	40%	31%	31%	21%
Marché	12%	2%	7%	2%	10%	10%	15%	12%	7%	7%	5%
Magasins spécialisés	9%	20%	9% ↘	29% ↗	9%	19%	9%	12%	14%	8%	10%
Ferme	19%	20%	33%	18%	29%	15%	20%	20%	22%	22%	/
Artisans (boulangier, boucher...)	25%	43% ↗	17%	28%	38%	32%	30% ↗	15%	25%	31%	39%
Drive	2%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	2%	/	/	/	/	/	/	1%	1%	/	19%
N'achète pas ce produit bio	2%	/	/	3%	/	/	/	/	/	1%	6%



Lieux d'achat - Poisson biologique

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 38*

* Attention bases faibles

Grandes et moyennes surfaces 47%

Marché 21%

Magasins spécialisés 9%

Ferme 2%

Artisans (boulangier, boucher...)
 13%

Drive 2%

Auto production

Autres 5%

N'achète pas ce produit bio -

	2014 b=63	2013 b=52	2012 b=44	2011 b=44	2010 b=37*	2009 b=52	2008 b=26*	2007 b=38*	2006 b=34*	2005 b=48	2004 b=54
Grandes et moyennes surfaces	46%	34%	45%	37%	61%	35%	30%	30%	34%	45%↗	22%
Marché	12%	14%	18%	20%	22%	22%	37%	33%	36%	19%	33%
Magasins spécialisés	17%	16%	16%	21%	4%	15%	13%	13%	11%	15%	7%
Ferme	/	1%	/	/	/	3%	4%	2%	/	/	/
Artisans (boulangier, boucher...)	14%	25%	13%	17%	13%	16%	16%	16%	12%	17%	35%
Drive	3%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	8%	4%	/	5%	/	/	/	/	/
Autres	6%	/	/	/	/	3%	/	6%	3%	/	3%
N'achète pas ce produit bio	1%	10%	2%	/	/	/	/	/	4%	4%	/

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre

ATTENTION : les différences significatives sont présentées seulement à titre indicatif

AGENCE BIO - baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France - Edition 2015

Lieux d'achat - Pain biologique

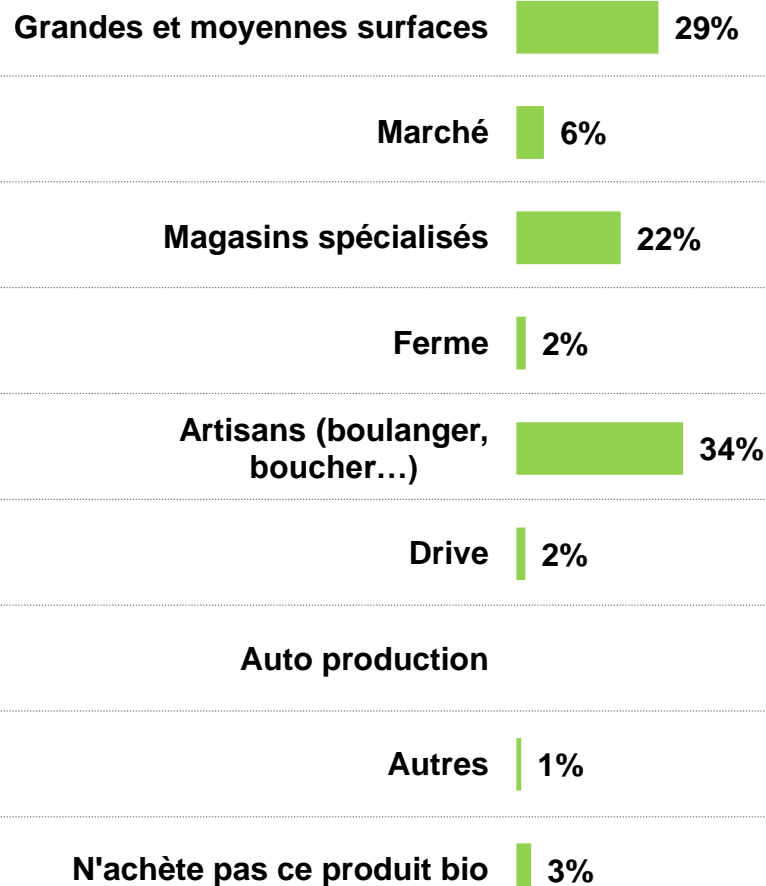
Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 94



	2014 b=182	2013 b=131	2012 b=144	2011 b=117	2010 b=129	2009 b=150	2008 b=153	2007 b=144	2006 b=175	2005 b=182	2004
Grandes et moyennes surfaces	24%	29%	32%	24%	27%	35% ↗	23%	31%	27%	29%	/
Marché	11%	9%	11%	13%	15%	9%	16%	12%	15%	12%	/
Magasins spécialisés	23%	29%	22%	32%	22%	21%	26%	23%	27%	24%	/
Ferme	1%	2%	1%	3%	1%	2%	/ ↘	4%	2%	1%	/
Artisans (boulangers, bouchers...)	33%	28%	29%	28%	31%	30%	32%	27%	29%	33%	/
Drive	1%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/ ↘	4%	1%	3%	1%	2%	/	/	/	/
Autres	3%	/	/	/	1%	/	/	2%	1%	/	/
N'achète pas ce produit bio	5%	1%	1%	/	/	2%	1%	1%	/	1%	/

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre



Lieux d'achat - Jus de fruits biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 122

Grandes et moyennes surfaces 70%

Marché 2%

Magasins spécialisés 14%

Ferme 2%

Artisans (boulangier, boucher...)
 2%

Drive 5%

Auto production

Autres 3%

N'achète pas ce produit bio 1%

	2014 b=193	2013 b=111	2012 b=128	2011 b=123	2010 b=135	2009 b=124	2008 b=128	2007 b=119	2006	2005	2004
Grandes et moyennes surfaces	71%	64%	74%	66%	70%	73%	72%↗	52%	/	/	/
Marché	2%	5%	1%	3%	5%	1%	4%	6%	/	/	/
Magasins spécialisés	17%	27%	20%	29%	23%	22%	15%↘	38%	/	/	/
Ferme	2%	3%	1%	2%	1%	3%	6%↗	/	/	/	/
Artisans (boulangier, boucher...)	2%	1%	2%	/	/	/	/	1%	/	/	/
Drive	3%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	1%	/	3%	/	/	/
Autres	1%	/	2%	/	1%	/	3%	/	/	/	/
N'achète pas ce produit bio	1%	1%	/	/	/	/	/	/	/	/	/

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre



Lieux d'achat - Vin biologique

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 46

* Attention bases faibles

Grandes et moyennes surfaces 45%

Marché 2%

Magasins spécialisés 22%

Ferme 10%

Artisans (boulangier, boucher...)
 2%

Drive 2%

Auto production

Autres 15%

N'achète pas ce produit bio 2%

	2014 b=46	2013 b=48	2012 b=48	2011 b=48	2010 b=39*	2009 b=65	2008 b=39*	2007 b=33*	2006 b=31*	2005	2004
Grandes et moyennes surfaces	45%	34%	35%	30%	24%	28%	25%	31%	18%	/	/
Marché	1%	2%	2%	2%	7%	4%	8%	7%	5%	/	/
Magasins spécialisés	22%	33%	23%	41%	33%	21%	21%	28%	25%	/	/
Ferme	7%	10%	10%	8%	19%	11%	14%	11%	20%	/	/
Artisans (boulangier, boucher...)	10%	18%	14%	3%	9%	13%	9%	2%	9%	/	/
Drive	1%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	10%	3%	12%	14%	8%	19%	23%	21%	23%	/	/
N'achète pas ce produit bio	3%	/	4%	2%	/	3%	/	/	/	/	/



Lieux d'achat - Autres boissons biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 18*

* Attention bases très faibles

Grandes et moyennes surfaces 40%

Marché -

Magasins spécialisés 40%

Ferme 5%

Artisans (boulangier, boucher...)

Drive 10%

Auto production

Autres -

N'achète pas ce produit bio 5%

	2014 b=18*	2013 b=17*	2012 b=11*	2011 b=10*	2010 b=19*	2009 b=15*	2008 b=9*	2007 b=15*	2006	2005	2004
Grandes et moyennes surfaces	40%	33%	64%	49%	50%	52%	77%	53%	/	/	/
Marché	5%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Magasins spécialisés	35%	64%	18%	48%	36%	40%	23%	42%	/	/	/
Ferme	5%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Artisans (boulangier, boucher...)	/	/	18%	/	/	/	/	5%	/	/	/
Drive	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	7%	/	/	/	14%	8%	/	/	/	/	/
N'achète pas ce produit bio	8%	3%	/	3%	/	/	/	/	/	/	/



Lieux d'achat - Café, thé, infusions biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 83

Grandes et moyennes surfaces 72%

Marché | 1%

Magasins spécialisés 21%

Ferme | 1%

Artisans (boulangier, boucher...)| 1%

Drive | 1%

Auto production

Autres 3%

N'achète pas ce produit bio -

	2014 b=147	2013 b=92	2012 b=104	2011 b=102	2010 b=122	2009 b=110	2008 b=111	2007 b=111	2006	2005	2004
Grandes et moyennes surfaces	63%	54%	68%	67%	77%	76%	70%↗	54%	/	/	/
Marché	2%	2%	/	2%	/	1%	/	2%	/	/	/
Magasins spécialisés	25%	36%	30%	28%	21%	23%	26%↘	41%	/	/	/
Ferme	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Artisans (boulangier, boucher...)	2%	6%	1%	2%	/	/	1%	1%	/	/	/
Drive	3%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	4%	1%	/	1%	1%	/	3%	2%	/	/	/
N'achète pas ce produit bio	1%	/	1%	1%	1%	/	/	/	/	/	/

↗ ↘ Évolution significative d'une année sur l'autre



Lieux d'achat - Produits à base de soja biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 47

* Attention bases faibles

Grandes et moyennes surfaces 58%

Marché 9%

Magasins spécialisés 23%

Ferme -

Artisans (boulangers, bouchers...)
 2%

Drive 2%

Auto production

Autres 2%

N'achète pas ce produit bio 2%

	2014 b=104	2013 b=70	2012 b=84	2011 b=57*	2010 b=77	2009 b=98	2008 b=100	2007 b=93	2006 b=110	2005	2004
Grandes et moyennes surfaces	65%	40% ↘	64%	62%	55%	64%	71%	59%	62%	/	/
Marché	2%	/	1%	/	/	/	/	/	1%	/	/
Magasins spécialisés	29%	56% ↗	29%	38%	41%	34%	25%	39%	31%	/	/
Ferme	/	/	2%	/	1%	/	/	/	/	/	/
Artisans (boulangers, bouchers...)	1%	1%	1%	/	/	/	/	/	1%	/	/
Drive	2%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	/	/	/	/	2%	1%	/	2%	3%	/	/
N'achète pas ce produit bio	1%	2%	3%	/	1%	1%	4%	/	/	/	/



Lieux d'achat - Biscuits, produits pour petit déjeuner biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line

Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 86

Grandes et moyennes surfaces  72%

Marché  2%

Magasins spécialisés  19%

Ferme -

Artisans (boulangier, boucher...)

Drive  5%

Auto production

Autres  1%

N'achète pas ce produit bio  1%

	2014 b=136	2013 b=99	2012 b=104	2011 b=88	2010 b=95	2009 b=107	2008 b=87	2007 b=102	2006	2005	2004
Grandes et moyennes surfaces	66%	64% ↘	86% ↗	66%	72%	74%	68%	54%	/	/	/
Marché	2%	/	/	/	1%	/	/	3%	/	/	/
Magasins spécialisés	26%	32% ↗	14% ↘	34%	27%	26%	31%	40%	/	/	/
Ferme	/	/	/	/	/	/	/	1%	/	/	/
Artisans (boulangier, boucher...)	4%	2%	/	/	/	/	1%	/	/	/	/
Drive	2%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	/	1%	/	/	/	/	/	1%	/	/	/
N'achète pas ce produit bio	1%	/	/	/	/	/	/	1%	/	/	/



Lieux d'achat - Compléments alimentaires biologiques

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ?

Mesure on line



Historique (Mesure Face à Face)

Base « consommateur du produit bio » : 24*

* Attention bases faibles

Grandes et moyennes surfaces 23%

Marché -

Magasins spécialisés 39%

Ferme -

Artisans (boulangier, boucher...)
 8%

Drive -

Auto production

Autres 27%

N'achète pas ce produit bio -

	2014 b=50	2013 b=28*	2012 b=20*	2011 b=27*	2010 b=27*	2009 b=34*	2008 b=35*	2007 b=30*	2006 b=27*	2005	2004
Grandes et moyennes surfaces	23%	20%	22%	18%	13%	27%	15%	29%	48%	/	/
Marché	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Magasins spécialisés	50%	71%	59%	74%	80%	53%	73%	67%	49%	/	/
Ferme	/	/	3%	/	/	/	/	/	/	/	/
Artisans (boulangier, boucher...)	/	/	6%	4%	/	/	/	/	/	/	/
Drive	2%	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Auto production	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/	/
Autres	25%	7%	10%	4%	7%	20%	12%	4%	3%	/	/
N'achète pas ce produit bio	/	3%	/	/	/	/	/	/	/	/	/



3. Fiches récapitulatives par produits

NOTE DE LECTURE DES FICHES

Exemple de la consommation de fruits et légumes biologiques

- **Les fruits et légumes biologiques sont consommés par :**
 - 49% des Français
 - 79% des consommateurs de produits biologiques
- **La consommation de cette catégorie est entièrement biologique pour :**
 - 9% des Français
 - 14% des consommateurs de produits biologiques
 - 18% des consommateurs-acheteurs de fruits et légumes biologiques

A noter : Les chiffres en rouge dans les tableaux qui suivent sont les chiffres présents dans le rapport, sur les bases réellement interrogées.

Fiche récapitulative des 5 grandes familles de produits

Fruits & légumes, Produits laitiers, Epicerie, Viande, Boissons

		Français	Consommateurs de produits biologiques
	<i>Base</i>	506	311
FRUITS & LEGUMES	Produit biologique consommé par...	49%	79%
PRODUITS LAITIERS	Produit biologique consommé par...	36%	58%
EPICERIE	Produit biologique consommé par...	30%	48%
VIANDE	Produit biologique consommé par...	20%	33%
BOISSON	Produit biologique consommé par...	28%	45%

Fiche : Fruits & légumes biologiques



Fruits et légumes bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Fruits et légumes bio
	506	311	246
Produit biologique consommé par...	49%	79%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	20%	32%	41%
1 an à 5 ans	22%	36%	45%
Moins d'1 an	7%	11%	14%
Part de produits biologiques :			
Totalité	9%	14%	18%
Plus de la moitié	19%	30%	38%
Moins de la moitié	21%	35%	44%
Principaux lieux d'achat :			
Marché	13%	21%	26%
Grandes et moyennes Surfaces	21%	34%	43%
Magasins spécialisés en produits Bio	5%	9%	11%
A la ferme	4%	7%	8%
Artisans type boulanger, boucher...	2%	3%	4%

Fiche : Lait biologique



Lait bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Lait bio
	506	311	94
Produit biologique consommé par...	21%	34%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	7%	11%	36%
1 an à 5 ans	10%	16%	54%
Moins d'1 an	2%	3%	10%
Part de produits biologiques :			
Totalité	8%	13%	43%
Plus de la moitié	7%	11%	37%
Moins de la moitié	4%	6%	19%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	13%	21%	71%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	4%	13%
Marché	1%	1%	4%
A la ferme	1%	2%	6%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	1%

Fiche : Fromages biologiques



Fromage bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Fromage bio
	506	311	103
Produit biologique consommé par...	20%	33%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	7%	11%	33%
1 an à 5 ans	11%	18%	54%
Moins d'1 an	3%	4%	13%
Part de produits biologiques :			
Totalité	3%	4%	13%
Plus de la moitié	9%	14%	43%
Moins de la moitié	9%	15%	44%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	11%	18%	55%
Marché	3%	5%	17%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	4%	12%
Artisans type boulanger, boucher...	1%	2%	5%
A la ferme	2%	3%	9%

Fiche : Autres produits laitiers biologiques



Autres produits laitiers bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Autres produits laitiers bio
	506	311	96
Produit biologique consommé par...	19%	31%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	7%	12%	38%
1 an à 5 ans	10%	16%	52%
Moins d'1 an	2%	3%	10%
Part de produits biologiques :			
Totalité	3%	5%	18%
Plus de la moitié	7%	12%	39%
Moins de la moitié	8%	13%	44%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	12%	19%	64%
Magasins spécialisés en produits Bio	4%	6%	19%
Marché	1%	2%	5%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	1%	2%
A la ferme	1%	1%	4%

Fiche : Œufs biologiques



Œufs bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Œufs bio
	506	311	142
Produit biologique consommé par...	28%	45%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	12%	20%	43%
1 an à 5 ans	13%	21%	46%
Moins d'1 an	3%	5%	11%
Part de produits biologiques :			
Totalité	13%	21%	45%
Plus de la moitié	11%	17%	38%
Moins de la moitié	5%	8%	17%
Principaux lieux d'achat :			
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	4%	8%
Marché	2%	4%	8%
Grandes et moyennes Surfaces	16%	25%	56%
Artisans type boulanger, boucher...	1%	1%	3%
A la ferme	4%	7%	15%

Fiche : Pâtes, riz et autres céréales biologiques



Pates, Riz... bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Pates, Riz... bio
	506	311	99
Produit biologique consommé par...	20%	32%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	7%	12%	37%
1 an à 5 ans	10%	16%	50%
Moins d'1 an	2%	4%	13%
Part de produits biologiques :			
Totalité	4%	7%	21%
Plus de la moitié	9%	15%	48%
Moins de la moitié	6%	10%	31%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	11%	17%	55%
Magasins spécialisés en produits Bio	7%	12%	38%
Marché	1%	1%	3%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	0%
A la ferme	0%	0%	0%

Fiche : Huile biologique



Huile bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Huile bio
	506	311	57
Produit biologique consommé par...	11%	18%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	5%	8%	42%
1 an à 5 ans	4%	7%	37%
Moins d'1 an	2%	4%	21%
Part de produits biologiques :			
Totalité	5%	9%	48%
Plus de la moitié	4%	7%	40%
Moins de la moitié	1%	2%	13%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	6%	9%	51%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	3%	19%
A la ferme	1%	1%	5%
Artisans type boulanger, boucher...	1%	1%	6%
Marché	1%	1%	7%

Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

Fiche : Autres produits d'épicerie biologiques



Autres produits d'épicerie bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Autres produits d'épicerie bio
	506	311	87
Produit biologique consommé par...	17%	28%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	5%	8%	30%
1 an à 5 ans	9%	15%	54%
Moins d'1 an	3%	5%	17%
Part de produits biologiques :			
Totalité	3%	5%	18%
Plus de la moitié	6%	9%	33%
Moins de la moitié	8%	14%	49%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	11%	17%	62%
Magasins spécialisés en produits Bio	5%	8%	28%
Marché	1%	1%	4%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	1%
A la ferme	0%	0%	0%

Fiche : Volailles biologiques



Volailles bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Volailles bio
	506	311	71
Produit biologique consommé par...	14%	23%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	7%	11%	50%
1 an à 5 ans	6%	10%	43%
Moins d'1 an	1%	2%	7%
Part de produits biologiques :			
Totalité	5%	8%	33%
Plus de la moitié	5%	9%	38%
Moins de la moitié	4%	6%	28%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	5%	8%	36%
A la ferme	3%	4%	19%
Artisans type boulanger, boucher...	2%	3%	14%
Magasins spécialisés en produits Bio	1%	2%	9%
Marché	2%	3%	12%

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Fiche : Bœuf biologique



Bœuf bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Bœuf bio
	506	311	57
Produit biologique consommé par...	11%	18%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	4%	7%	38%
1 an à 5 ans	5%	9%	48%
Moins d'1 an	1%	2%	13%
Part de produits biologiques :			
Totalité	3%	5%	27%
Plus de la moitié	5%	7%	41%
Moins de la moitié	4%	6%	33%
Principaux lieux d'achat :			
Artisans type boulanger, boucher...	2%	4%	20%
Grandes et moyennes Surfaces	3%	5%	26%
A la ferme	3%	5%	28%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	3%	14%
Marché	1%	1%	5%

Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

Fiche : Porc, charcuterie, agneau biologiques



Porc, Charcuterie, Agneau... bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Porc, Charcuterie, Agneau... bio
	506	311	48
Produit biologique consommé par...	9%	15%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	4%	7%	44%
1 an à 5 ans	5%	8%	52%
Moins d'1 an	0%	1%	3%
Part de produits biologiques :			
Totalité	1%	2%	13%
Plus de la moitié	5%	8%	52%
Moins de la moitié	3%	5%	35%
Principaux lieux d'achat :			
Artisans type boulanger, boucher...	1%	2%	14%
A la ferme	2%	3%	20%
Magasins spécialisés en produits Bio	1%	2%	13%
Grandes et moyennes Surfaces	4%	6%	39%
Marché	1%	1%	6%

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Fiche : Poissons biologiques



Poisson bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Poisson bio
	506	311	38
Produit biologique consommé par...	7%	12%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	3%	5%	43%
1 an à 5 ans	3%	5%	41%
Moins d'1 an	1%	2%	17%
Part de produits biologiques :			
Totalité	3%	4%	36%
Plus de la moitié	3%	5%	37%
Moins de la moitié	2%	3%	26%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	4%	6%	47%
Artisans type boulanger, boucher...	1%	2%	13%
Magasins spécialisés en produits Bio	1%	1%	9%
Marché	2%	3%	21%
A la ferme	0%	0%	2%

Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

Fiche : Pain biologique



Pain bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Pain bio
	506	311	94
Produit biologique consommé par...	19%	30%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	5%	8%	28%
1 an à 5 ans	10%	17%	55%
Moins d'1 an	3%	5%	17%
Part de produits biologiques :			
Totalité	4%	7%	22%
Plus de la moitié	6%	10%	35%
Moins de la moitié	8%	13%	43%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	5%	9%	29%
Magasins spécialisés en produits Bio	4%	6%	22%
Artisans type boulanger, boucher...	6%	10%	34%
Marché	1%	2%	6%
A la ferme	0%	1%	2%

Fiche : Jus de fruits biologiques



Jus de fruit	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Jus de fruit
	506	311	122
Produit biologique consommé par...	24%	39%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	7%	12%	29%
1 an à 5 ans	13%	22%	55%
Moins d'1 an	4%	6%	16%
Part de produits biologiques :			
Totalité	7%	11%	28%
Plus de la moitié	8%	13%	34%
Moins de la moitié	9%	15%	38%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	17%	27%	70%
Magasins spécialisés en produits Bio	3%	6%	14%
Marché	0%	1%	2%
A la ferme	0%	1%	2%
Artisans type boulanger, boucher...	1%	1%	2%

Fiche : Vin biologique



Vin bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Vin bio
	506	311	46
Produit biologique consommé par...	9%	15%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	2%	4%	26%
1 an à 5 ans	5%	8%	54%
Moins d'1 an	2%	3%	20%
Part de produits biologiques :			
Totalité	1%	2%	16%
Plus de la moitié	2%	3%	22%
Moins de la moitié	6%	9%	62%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	4%	7%	45%
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	3%	22%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	2%
A la ferme	1%	2%	10%
Marché	0%	0%	2%

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Fiche : Autres boissons biologiques



Autres boissons bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Autres boissons bio
	506	311	18
Produit biologique consommé par...	4%	6%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	1%	2%	37%
1 an à 5 ans	2%	3%	58%
Moins d'1 an	-	-	5%
Part de produits biologiques :			
Totalité	1%	1%	15%
Plus de la moitié	2%	4%	61%
Moins de la moitié	1%	1%	24%
Principaux lieux d'achat :			
Magasins spécialisés en produits Bio	1%	2%	40%
Grandes et moyennes Surfaces	1%	2%	40%

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite

Fiche : café, thé, infusions biologiques



Café, thé, infusion... bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Café, thé, infusion... bio
	506	311	83
Produit biologique consommé par...	16%	27%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	5%	9%	34%
1 an à 5 ans	8%	13%	49%
Moins d'1 an	3%	5%	17%
Part de produits biologiques :			
Totalité	4%	6%	22%
Plus de la moitié	6%	10%	39%
Moins de la moitié	6%	10%	39%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	12%	19%	72%
Magasins spécialisés en produits Bio	3%	6%	21%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	1%
Marché	0%	0%	1%

Fiche : Produits à base de soja biologique



Produits à base de soja	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Produits à base de soja
	506	311	47
Produit biologique consommé par...	9%	15%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	4%	6%	40%
1 an à 5 ans	4%	7%	45%
Moins d'1 an	1%	2%	15%
Part de produits biologiques :			
Totalité	6%	9%	59%
Plus de la moitié	2%	3%	22%
Moins de la moitié	2%	3%	19%
Principaux lieux d'achat :			
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	4%	23%
Grandes et moyennes Surfaces	5%	9%	58%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	2%

Attention, base < 60 interviews : base faible, base < 80 interviews : base limite

Fiche : Biscuits, produits pour petit déjeuner biologiques



Biscuits, produits pour petit déjeuner bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Biscuits, produits pour petit déjeuner bio
	506	311	86
Produit biologique consommé par...	17%	28%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	7%	11%	38%
1 an à 5 ans	8%	14%	50%
Moins d'1 an	2%	3%	12%
Part de produits biologiques :			
Totalité	3%	5%	18%
Plus de la moitié	8%	12%	45%
Moins de la moitié	6%	10%	37%
Principaux lieux d'achat :			
Grandes et moyennes Surfaces	12%	20%	72%
Magasins spécialisés en produits Bio	3%	5%	19%
Artisans type boulanger, boucher...	0%	0%	0%

Fiche : Compléments alimentaires biologiques



Compléments alimentaires bio	Français	Consommateurs de produits biologiques	Consommateurs de Compléments alimentaires bio
	506	311	24
Produit biologique consommé par...	5%	8%	
Ancienneté de consommation :			
Plus de 5 ans	3%	4%	53%
1 an à 5 ans	1%	2%	28%
Moins d'1 an	-	-	19%
Part de produits biologiques :			
Totalité	3%	4%	57%
Plus de la moitié	1%	2%	23%
Moins de la moitié	1%	2%	20%
Principaux lieux d'achat :			
Magasins spécialisés en produits Bio	2%	3%	39%
Grandes et moyennes Surfaces	1%	2%	23%

Attention, base<60 interviews : base faible, base<80 interviews : base limite



en savoir plus : www.csa.eu - @InstitutCSA

10, rue Godefroy - 92800 Puteaux
Tel . : 01.57.00.58.00 - Fax : 01.57.00.58.01



www.agencebio.org / contact@agencebio.org

**6 rue Lavoisier 93100 Montreuil
Tel : 01 48 70 48 30 – Fax : 01 48 70 48 45**