

# Consommation alimentaire de produits biologiques : où en est-on ?

Malgré un contexte économique difficile, les produits bio s'ancrent dans le mode de consommation alimentaire des Français. En 2008, 44 % déclarent en consommer régulièrement. Les raisons sont diverses mais essentiellement axées vers la santé et la qualité des produits. Les fruits et légumes demeurent les produits bio les plus plébiscités, devant les produits laitiers.

## La consommation de produits bio se développe...

La demande croissante des Français pour les produits issus de l'agriculture biologique se confirme. Après 6 années d'études consécutives<sup>1</sup>, il ne s'agit pas d'une tendance mais plutôt d'un mouvement de fond. Les Français affichent un intérêt de plus en plus marqué pour une agriculture "durable" et citoyenne. Ils font un lien étroit entre alimentation et respect de l'environnement.

En 2008, 44 % des Français consomment un produit bio au moins une fois par mois (contre 42 % en 2007 et 37 % en 2003), 23 % en consomment au moins une fois par semaine, 8 % tous les jours. Les consommateurs de produits biologiques en consomment, en moyenne, depuis 9 ans. A côté de cette fidélisation, on observe une **dynamique de recrutement** puisque 21 % des consommateurs de produits bio le sont depuis moins de 2 ans.

Malgré un contexte économique difficile, 71 % des consommateurs disent avoir maintenu leurs dépenses en produits bio, 11 % les ont augmentées, 16 % les ont restreintes. Pour les mois qui viennent, 96 % des consommateurs de produits bio envisagent de maintenir ou d'augmenter leur consommation

## ...Mais seulement 1,5 % du marché alimentaire

Les ventes de produits bio connaissent une croissance importante depuis 5 ans (+ 11 à + 12 % en 2006, + 13 à + 14 % en 2007, + 15 % en 2008), alors que le marché alimentaire global évolue moins rapidement (de + 2 à + 5 % par an).

En 2008, le marché alimentaire des produits bio en France est évalué 2 milliards €, soit 1,5 % des ventes du secteur alimentaire global. Le prix et la non disponibilité des produits bio constituent des freins au développement du marché.

## Consommer bio pour préserver sa santé

Parmi les principales motivations d'achat figurent :

- la préservation de la santé (94 % en 2008 contre 96 % en 2007),
- la qualité et le goût des produits (92 % en 2008 contre 91 % en 2007),
- la sécurité, le fait que ces produits soient "sains" (89 % en 2008 contre 92 % en 2007),
- la préservation de l'environnement (86 % contre 90 % en 2007).

Le bien être des animaux (74 % ) et les raisons éthiques (62 %) sont des raisons moins fréquemment citées.

<sup>1</sup> \* Enquête quantitative menée par CSA, pour le compte de l'Agence Bio, en face à face à domicile du 27 octobre au 31 novembre 2008 auprès d'un échantillon de 1050 personnes représentatif de la population française (en terme de sexe, âge -15 ans et plus -, catégorie socio-professionnelle, région et taille d'agglomération).

Les acheteurs de produits bio sont majoritairement des femmes, ou des personnes issues de la tranche d'âge 35 - 49 ans, des cadres et les habitants de grandes agglomérations ou de l'Île-de-France.

Pour ceux qui n'en achètent pas, les principales raisons évoquées (similaires à celles de 2007) sont :

- Des prix trop élevés (75 %).
- Le manque de "réflexe" d'achat (68 %).
- Le manque d'information sur les spécificités de ces produits (31 %).
- Le non-intérêt pour l'agriculture biologique (22 %).
- Le manque de confiance concernant les produits biologiques du commerce (22 %).
- Le magasin fréquenté ne propose pas de produits bio (12 %).

## Produits d'appel : les fruits et légumes

Comme les années précédentes, les produits bio les plus fréquemment consommés en 2008 sont : les fruits et légumes (par 77 % des consommateurs bio), les produits laitiers (70 %), les œufs (64 %). Viennent ensuite les produits d'épicerie : huile, pâtes, riz (56 %), la viande (49 %), le pain (42 %), les boissons (40 %), le thé, café, infusions (30 %).

En 2008, les produits les plus recruteurs de nouveaux consommateurs (acheteurs depuis moins d'un an) sont : le vin issu de l'agriculture biologique, les produits à base de soja, les petits pots pour bébé et les compléments alimentaires.

## Les GMS incontournables

Les lieux d'achat se multiplient et se diversifient :

- Les grandes surfaces demeurent incontournables (72 % des consommateurs bio y réalisent leurs achats en 2008), principalement pour le lait et les produits laitiers, les jus de fruit, le café, les produits d'épicerie et les petits pots pour bébé.
- Les marchés (45 % en 2008), principalement pour les fruits et légumes, le poisson et les fromages.
- Les magasins spécialisés (26 % en 2008), principalement pour les produits d'épicerie et les compléments alimentaires.
- La vente directe à la ferme (24 % en 2008), principalement pour la viande et les œufs.
- Et les artisans (bouchers, boulangers) pour 22 % en 2008, essentiellement pour le pain et la viande bio.

Autres indicateurs de développement :

- **L'introduction des marques de distributeurs (MDD)** sur le marché des produits bio : la totalité des grandes enseignes dispose d'une marque propre pour les produits bio (produits frais, produits surgelés, produits d'épicerie, fruits et légumes). L'arrivée des distributeurs sur ce marché va accroître les volumes bio commercialisés.
- **La multiplication des magasins spécialisés.** A titre d'exemple le réseau coopératif Biocoop, leader de la distribution alimentaire bio, a ouvert 30 magasins en 2008 (et 100 au cours des 5 dernières années). Le développement ne devrait pas se ralentir au cours des prochains mois.
- **La fédération du commerce et de la distribution (FCD,** qui représente la majorité des distributeurs français) a annoncé, début 2008, son intention de multiplier les références et d'augmenter de 15 % par an la part des produits bio dans le total des ventes alimentaires. Une convention a été signée en ce sens entre le Ministère de l'écologie et la FCD.

# Développement des collectifs d'achat de consommateurs

Dans le même temps, la vente de légumes ou autres produits bio par système de collectifs d'achat de consommateurs avec des paniers pré-commandés (type AMAP, Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne) proposés pour l'essentiel par des producteurs bio spécialisés dans la vente directe de proximité se développe partout en France (on en dénombre plus d'un millier).

En Normandie, les collectifs d'achat se développent autour des agglomérations depuis 2004. En Basse-Normandie, une trentaine de collectifs d'achat est recensée en 2008 et une dizaine en réflexion. Le souhait de consommer des produits frais locaux, de saison et le lien avec le producteur sont des motivations des consommateurs pour l'achat dans ces circuits. Reste à régler le problème des listes d'attente dans ces différents collectifs, la demande étant supérieure à l'offre...

## Introduction de produits bio en restauration collective

Par ailleurs, que ce soit pour leurs enfants ou pour eux-mêmes, les français souhaiteraient disposer de produits bio en restauration hors foyer : 78 % des parents dont les enfants n'ont pas encore pu manger bio dans un restaurant scolaire souhaiteraient que ce soit le cas. 42 % des français se disent intéressés par des repas avec des produits bio au restaurant et 38 % des actifs aimeraient se voir proposer des produits bio dans leur restaurant d'entreprise.

En mai 2008, était publiée une circulaire interministérielle incitant les services de restauration des administrations de l'Etat (administrations centrales et leurs services déconcentrés) et des établissements publics placés sous leur tutelle (dont les établissements ouverts au public, tels que ceux des CROUS, des centres hospitaliers universitaires) à utiliser régulièrement des denrées issues de l'agriculture biologique, que ce soit pour la restauration collective ou pour les besoins des réceptions officielles. L'objectif affiché pour 2010 est d'introduire 15 % de denrées issues de l'AB et d'atteindre 20 % en 2012. Les cantines scolaires ne sont pas concernées par cette circulaire.

Par l'action d'Inter Bio Normandie : 210 000 repas bio (100 % bio et mixtes) ont été servis en 2008 sur 91 établissements essentiellement scolaires de Basse-Normandie. Ces repas s'accompagnent d'actions de sensibilisation et de pédagogie des convives et des actions de formation des agents de restauration.

## De plus en plus de préparateurs bio

Le nombre d'opérateurs certifiés pour la transformation, le conditionnement et la distribution de produits issus de l'agriculture biologique s'élève à 6 402 établissements en 2007 (dont 5 031 transformateurs, soit une augmentation de 3 % par rapport à 2006). Un peu plus du quart d'entre eux sont spécialisés dans le bio (100 % du CA en bio). Les boulangeries et terminaux de cuisson représentent 59 % des préparateurs certifiés. En dix ans, le nombre d'entreprises de transformation certifiées bio a été multiplié par 8.