

Les Français et l'alimentation « bio »

N° 19499

Votre contact Ifop :

Jérôme fourquet

jerome.fourquet@ifop.com

Juin 2011

1 | La méthodologie



Étude réalisée pour : **WWF / Vrai**

Échantillon : Echantillon de **1009** personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

La représentativité de l'échantillon a été assurée par la méthode des quotas (sexe, âge, profession de la personne interrogée) après stratification par région et catégorie d'agglomération.

Mode de recueil : Les interviews ont eu lieu par questionnaire auto-administré en ligne (CAWI - Computer Assisted Web Interviewing).

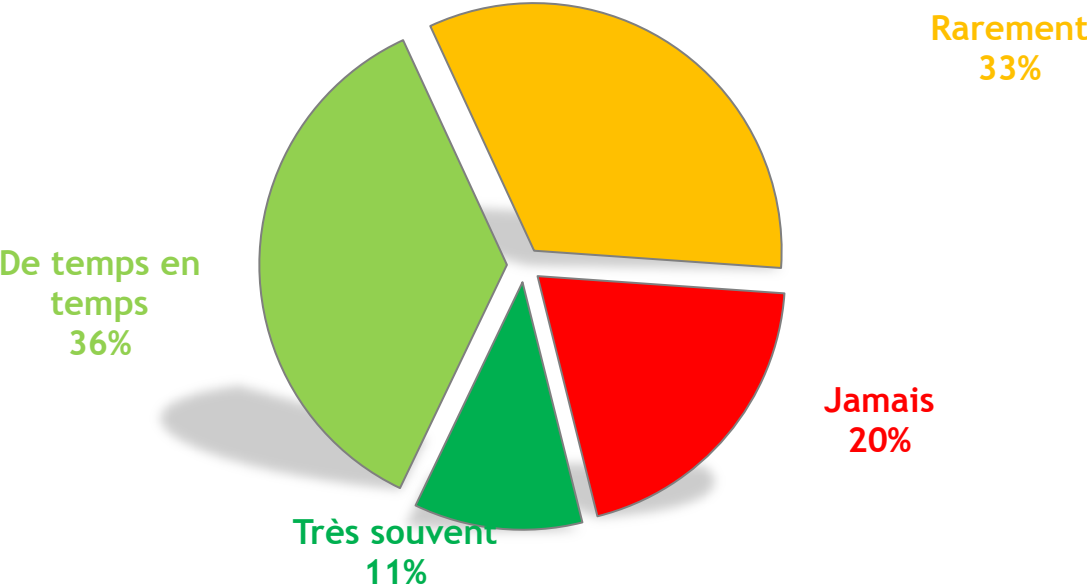
Dates de terrain : Du 15 au 17 juin 2011



2 | Les résultats de l'étude

Question : Vous personnellement, vous arrive-t-il d'acheter des aliments « bio » ?

TOTAL
Souvent /
de temps en temps
47%



TOTAL
Rarement / Jamais
53%

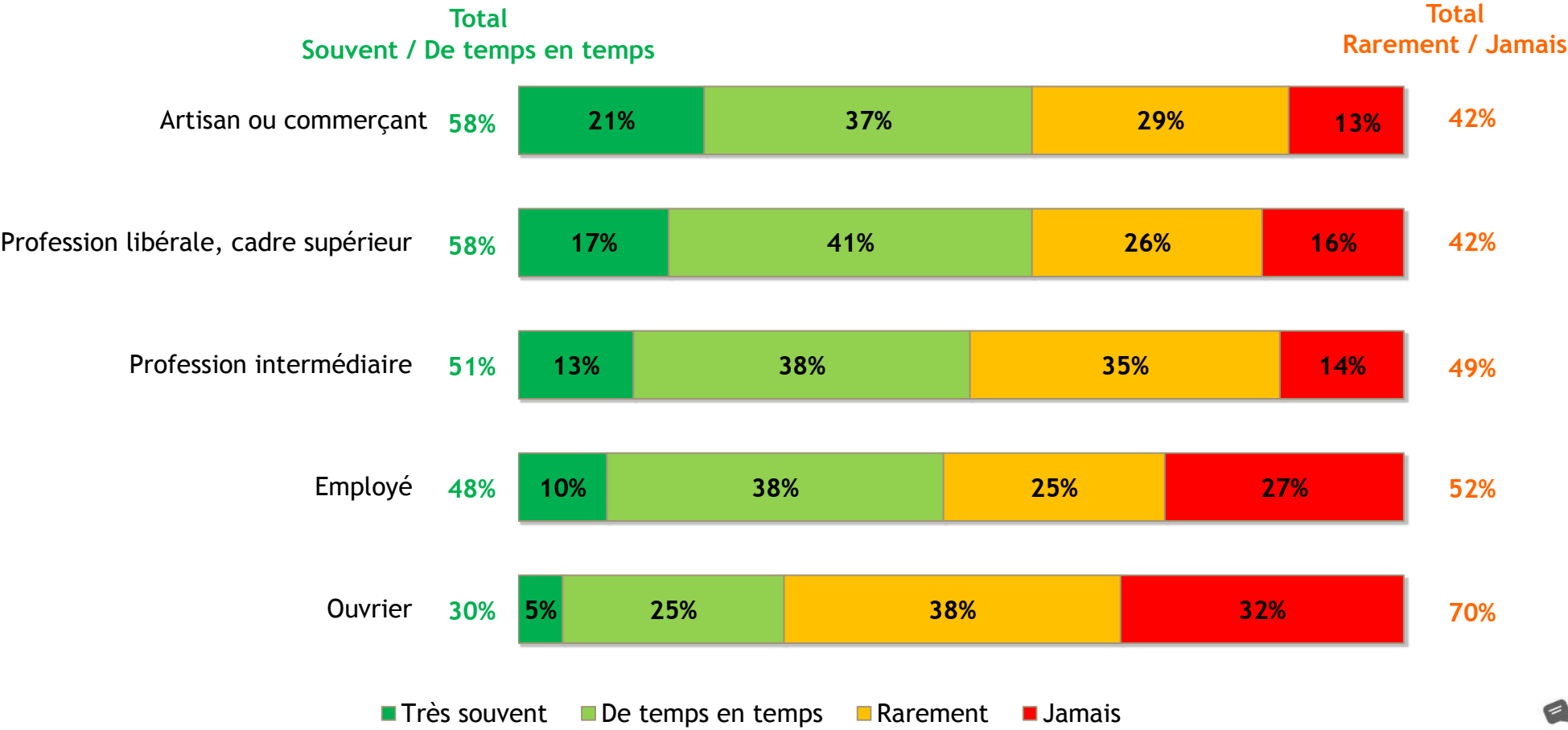
Rappels

	Total Souvent / de temps en temps				Total Rarement / Jamais	
Ensemble Juin 2011	47%	11%	36%	33%	20%	53%
Rappel Février 2008 ⁽¹⁾	41%	6%	35%	37%	22%	59%
Rappel Octobre 2000 ⁽²⁾	33%	8%	25%	23%	44%	67%
Rappel Août 1998 ⁽³⁾	35%	7%	28%	26%	39%	65%

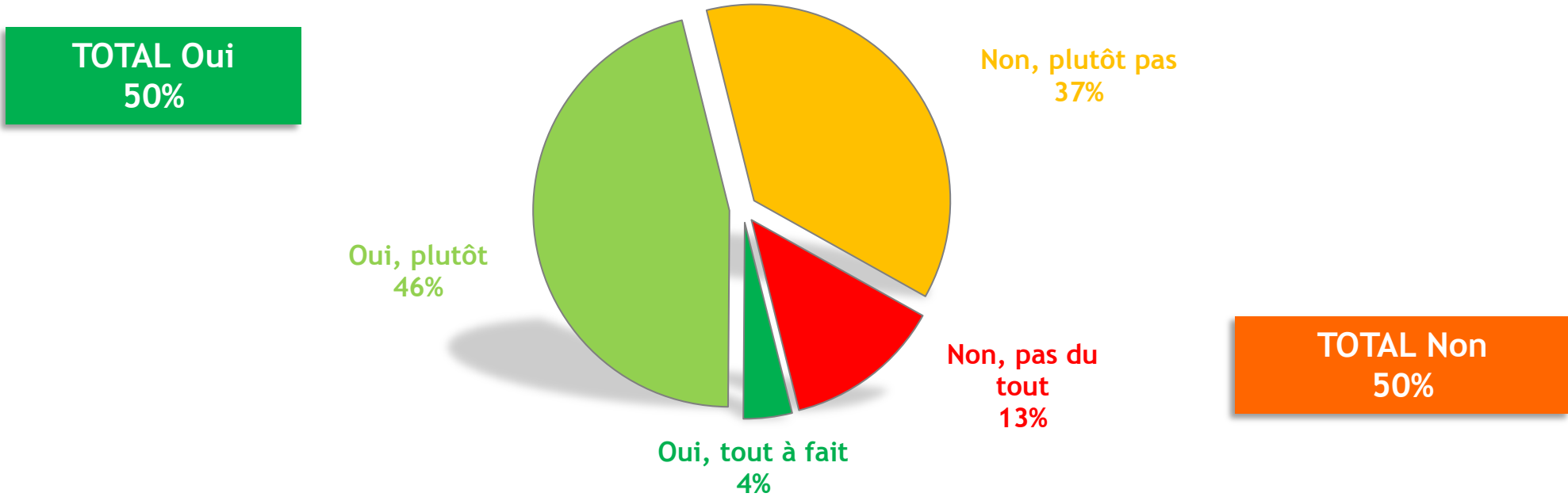
(1) Sondage Ifop / Métro réalisé du 20 au 21 février 2008 auprès d'un échantillon national représentatif de 1005 personnes.
 (2) Sondage Ifop / Dimanche Ouest France réalisé du 17 au 18 octobre 2000 auprès d'un échantillon national représentatif de 952 personnes .
 (3) Sondage Ifop / Santé Magazine réalisé du 13 au 14 août 1998 auprès d'un échantillon national représentatif de 1002 personnes.



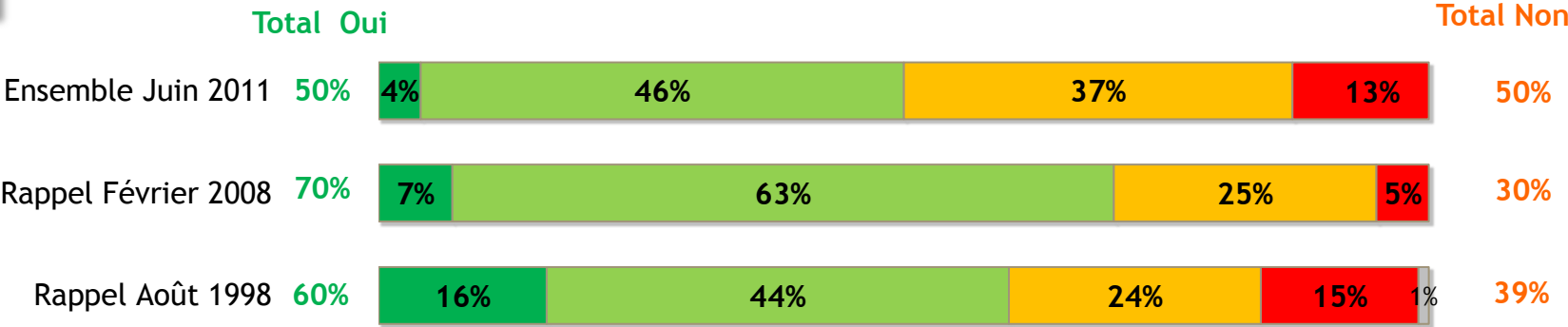
Question : Vous personnellement, vous arrive-t-il d'acheter des aliments « bio » ?



Question : Selon vous, peut-on faire confiance à l'appellation « Bio » sur les produits alimentaires ?



Rappels

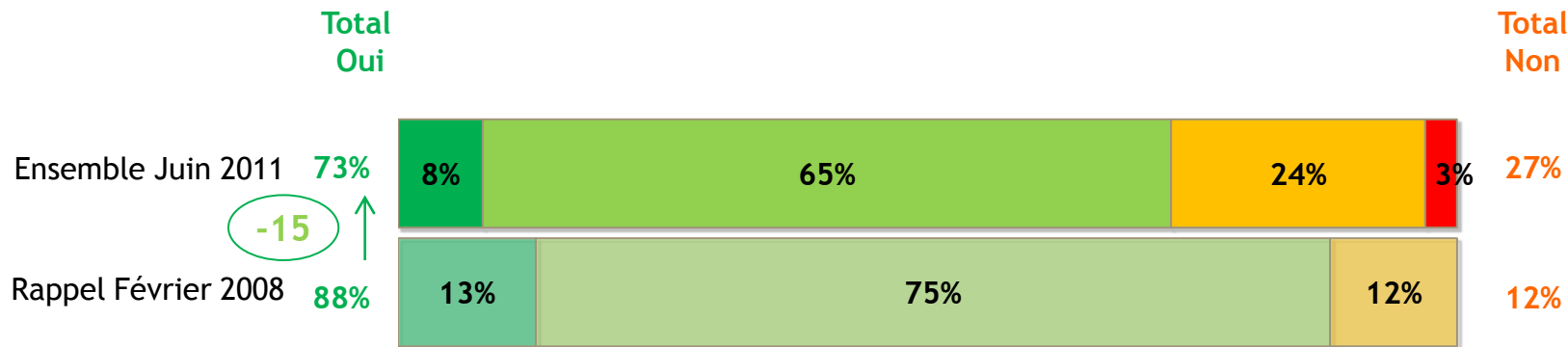


Cette baisse concerne surtout les consommateurs occasionnels et les non consommateurs

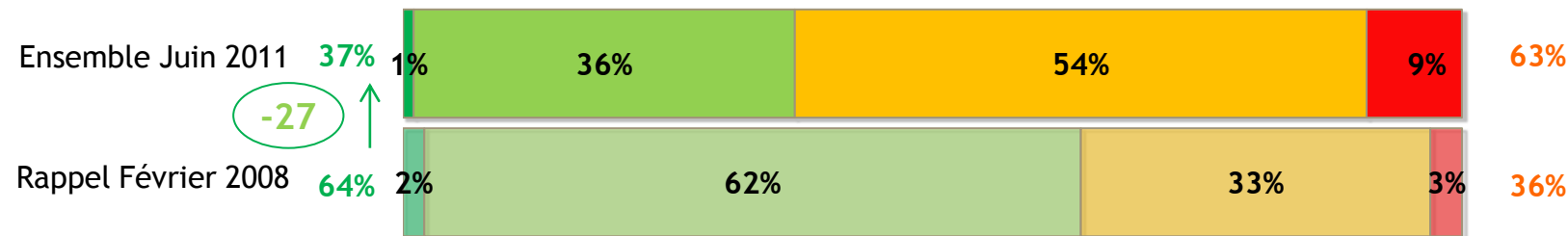
Question : Selon vous, peut-on faire confiance à l'appellation « Bio » sur les produits alimentaires ?

FOCUS : Fréquence de consommation

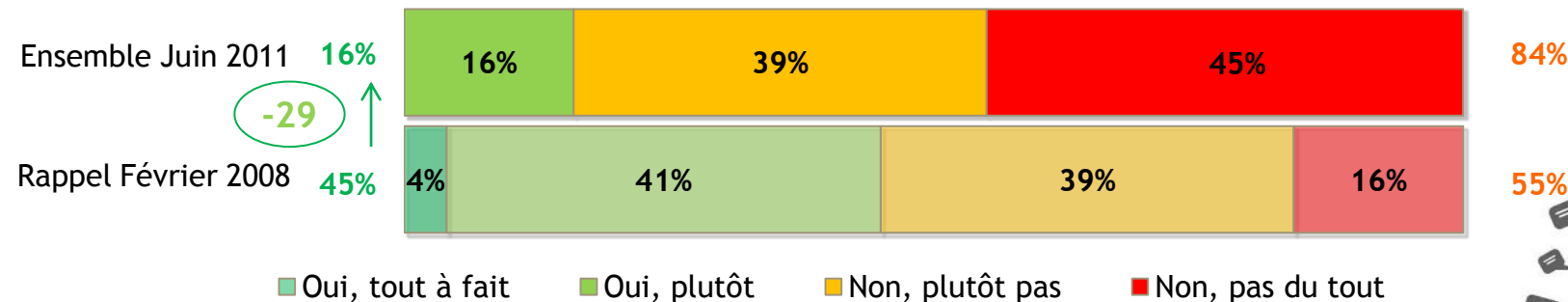
Consomme souvent ou de temps en temps du « bio »



Consomme rarement du « bio »

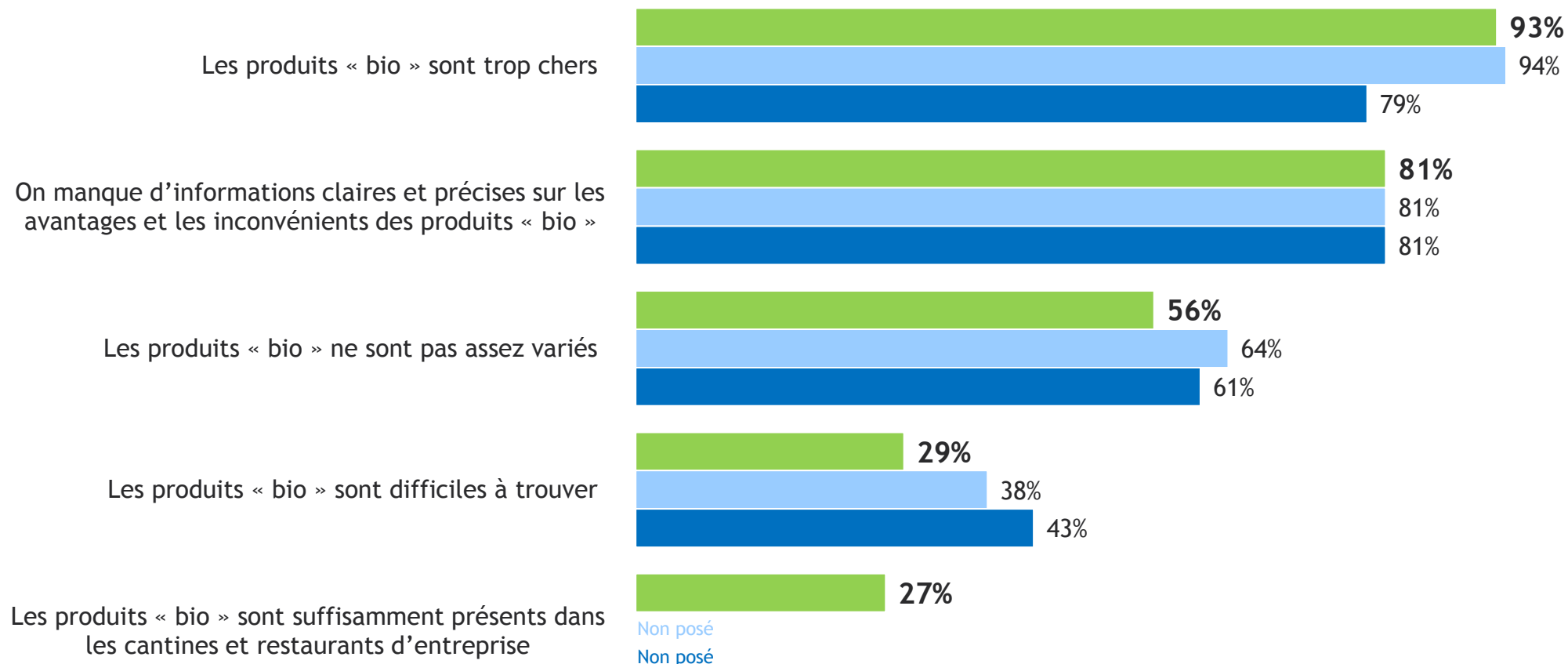


Ne consomme jamais de « bio »



Question : Pour chacune des propositions suivantes, dites-moi si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout ?

- Comparatif : « D'accord » -



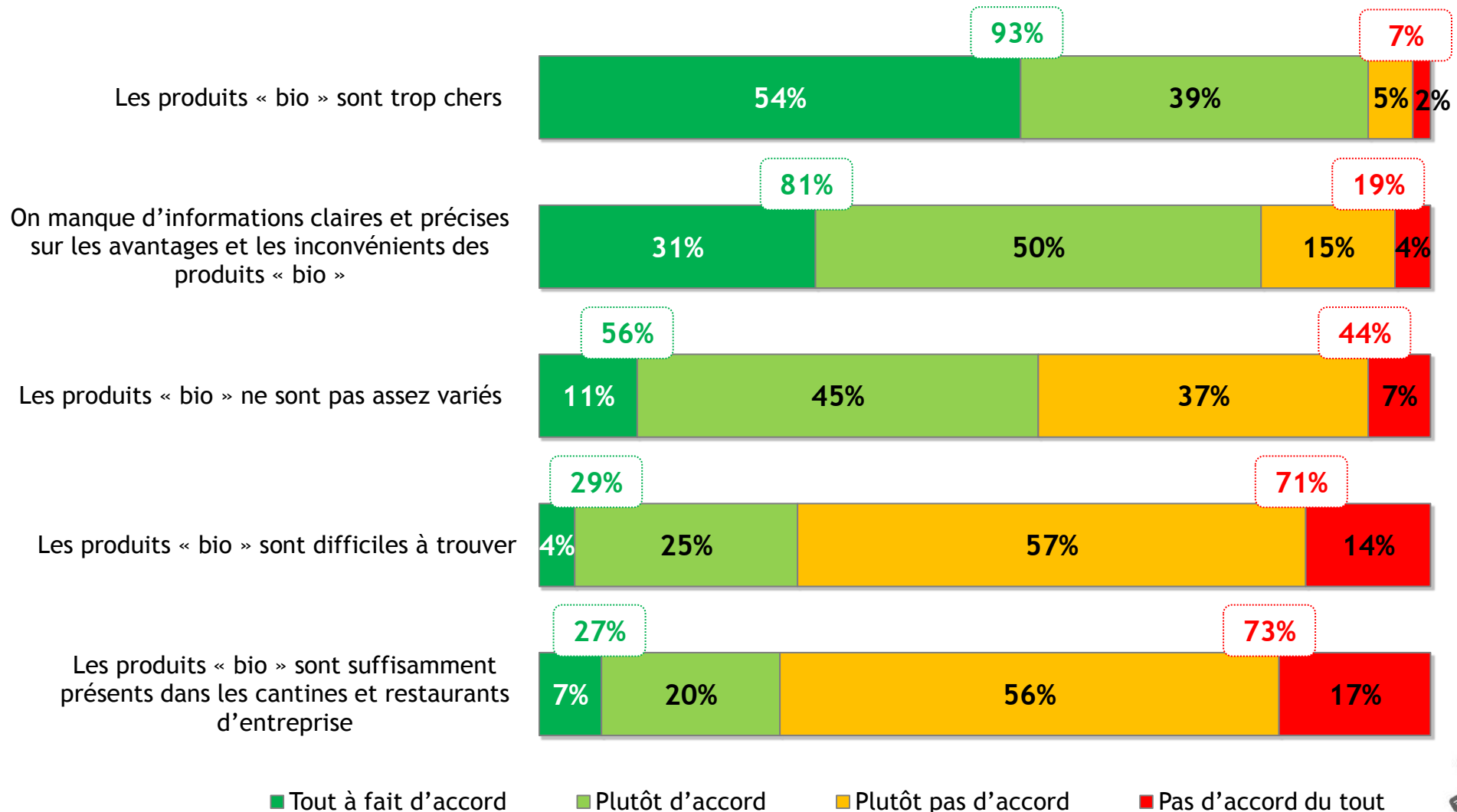
■ Ensemble Juin 2011

■ Rappel Février 2008

■ Rappel Août 1998



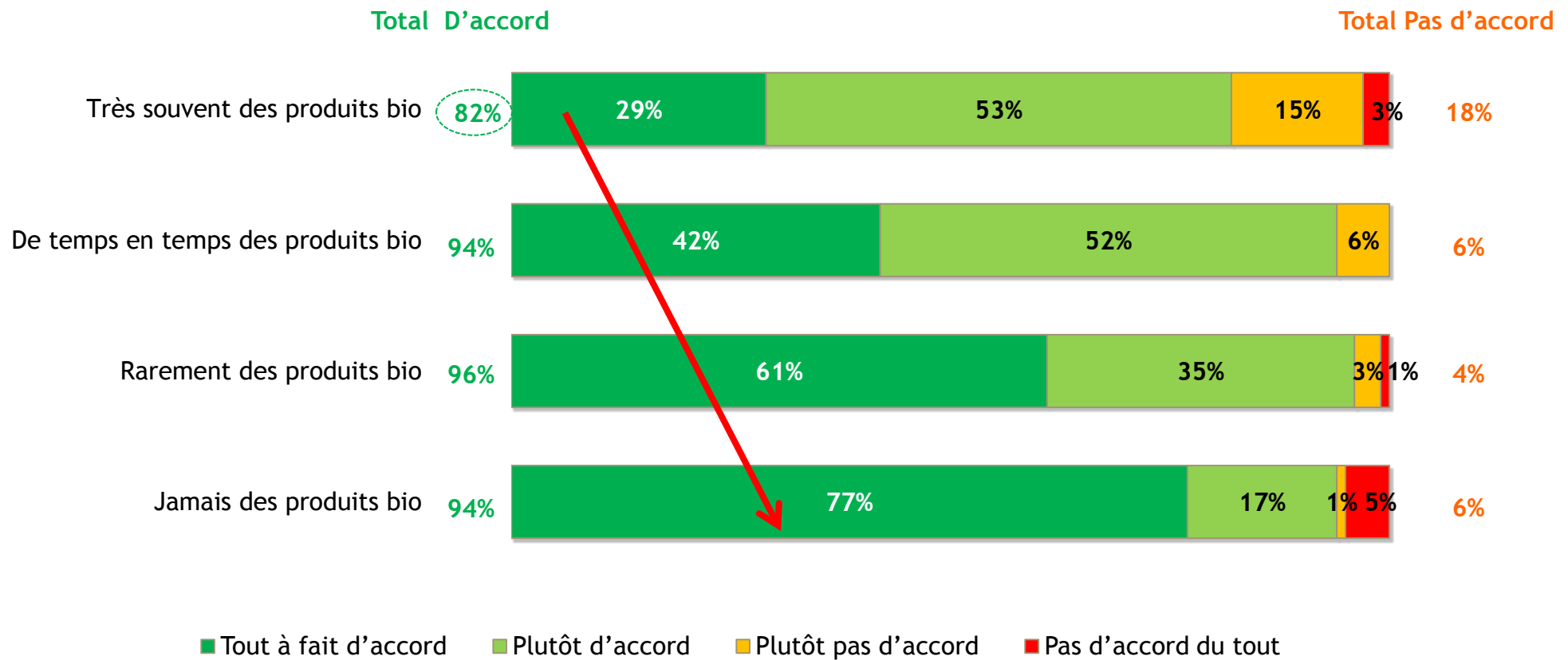
Question : Pour chacune des propositions suivantes, dites-moi si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout ?



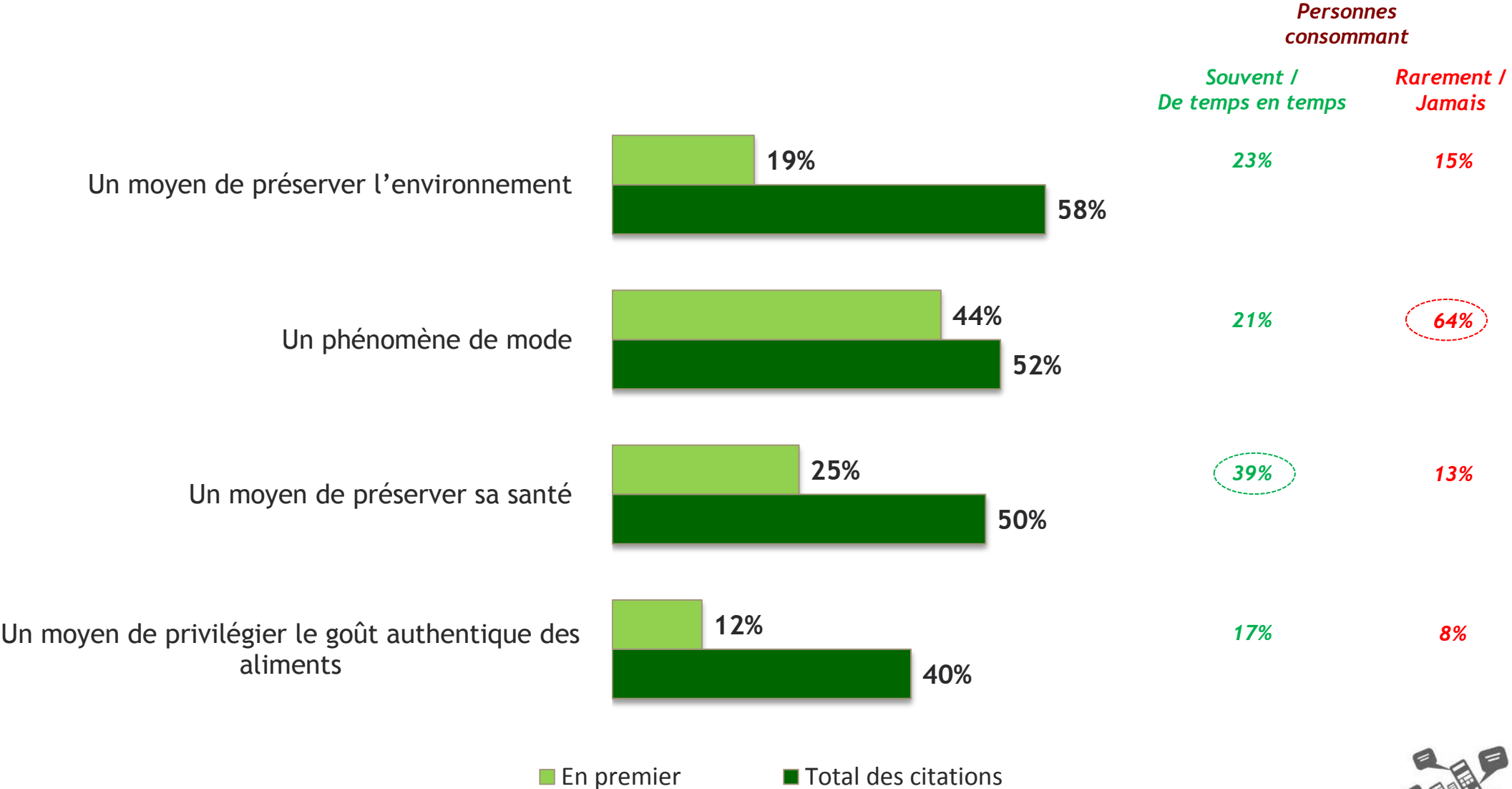
La cherté des produits « bio » est ressentie même par les consommateurs réguliers et semble constituer un frein majeur pour les non-consommateurs

« Les produits « bio » sont trop chers »

Personnes achetant :

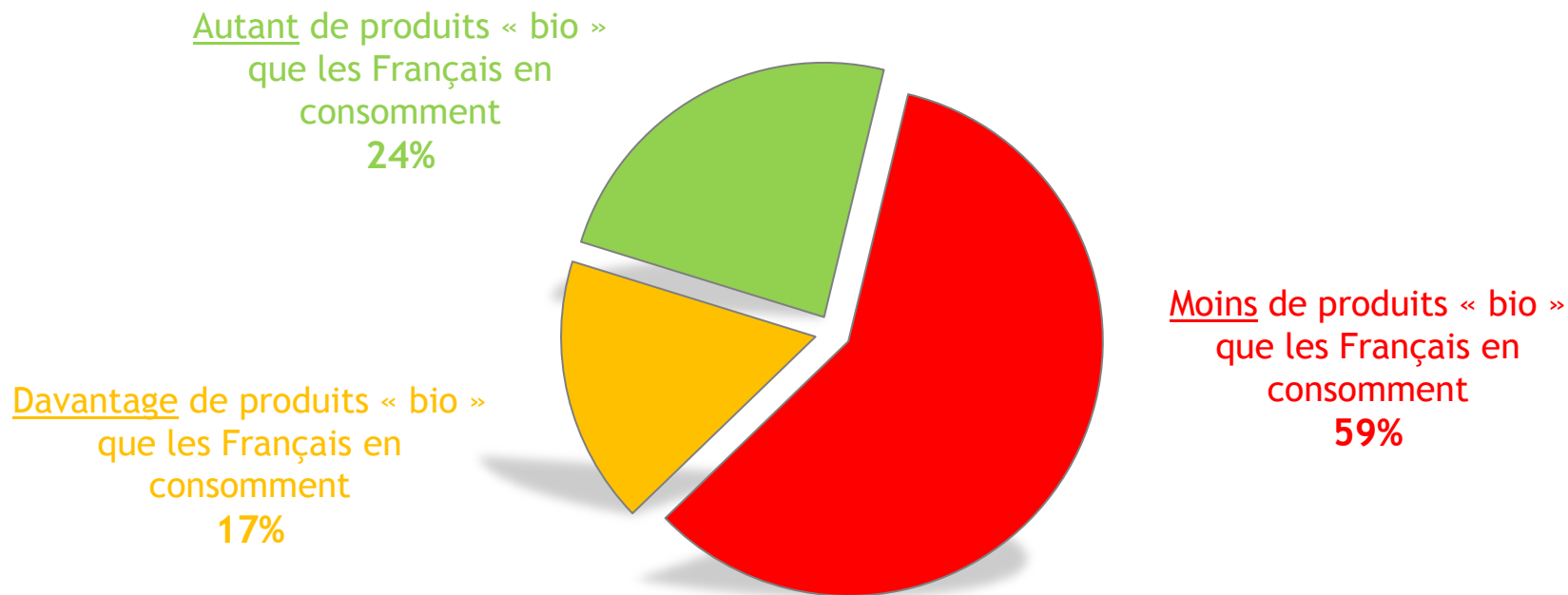


Question : Selon vous, consommer des produits « bio », c'est avant tout ? et ensuite ?

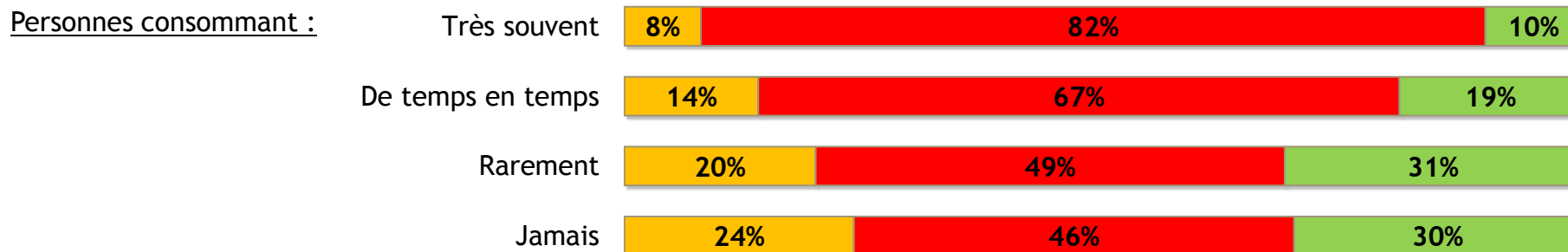


Le niveau de production de produits bio par les agriculteurs en France apparaît insuffisant à une large majorité de Français. Cette perception est encore plus répandue parmi les consommateurs

Question : Selon vous, est-ce que les agriculteurs français produisent...



Focus sur la fréquence de consommation



- Interrogés par l'Ifop pour WWF et Vrai, 47% des Français déclarent acheter souvent ou de temps en temps des aliments « bio », soit 6 points de plus qu'en 2008, et même 14 points de plus qu'en octobre 2000. En progression constante depuis le début des années 2000, cette propension reste toutefois irrégulière : seuls 11% des personnes interrogées disent ainsi en acheter « très souvent » (+5 points), contre 36% « de temps en temps » (+1). De même, l'achat d'aliments « bio » reste globalement parcellaire, 20% des interviewés n'en achetant jamais. Dans le détail, les femmes (50% contre 43% des hommes), les professions libérales et cadres supérieurs (58% contre 30% des ouvriers) et les habitants de la région parisienne (53% contre 45% dans les communes rurales) apparaissent comme les acheteurs les plus réguliers.
- Un Français sur deux (50%) fait confiance à l'appellation « bio » sur les produits alimentaires. A l'inverse, l'autre moitié n'accorde pas sa confiance à l'appellation, 13% n'ayant même pas du tout confiance. Dans un contexte de crise de contamination des légumes en Europe, le niveau de confiance recule assez logiquement de 20 points par rapport à février 2008. Les personnes ne consommant jamais de « bio » apparaissent à ce sujet comme les plus sceptiques (16% de confiance), tandis que près des trois quarts de ceux qui en consomment « souvent ou de temps en temps » font confiance à l'appellation (73%). Notons que par rapport à 2008, la part de personnes ne consommant jamais de « bio » et faisant confiance à cette appellation a reculé de 29 points. On souligne également que la confiance est supérieure auprès des femmes (53% contre 46% des hommes) et des professions libérales et cadres supérieurs (62% contre 44% des ouvriers), deux catégories parmi les plus consommatrices d'aliments « bio ».
- Confrontés à diverses affirmations sur le « bio », les Français continuent à penser que les produits sont trop chers mais reconnaissent de plus en plus la variété de la gamme et la facilité à accéder aux produits. Ainsi, 93% des personnes interrogées estiment que les produits « bio » sont trop chers (-1 point) et 81% que l'on manque d'informations claires et précises sur les avantages et les inconvénients des produits. De plus, 56% des interviewés jugent que les produits « bio » ne sont pas assez variés, même si cette opinion est en reflux de 8 points par rapport à 2008. Constituant par ailleurs un élément positif, seuls 29% d'entre eux estiment que les produits sont difficiles à trouver (-9 points par rapport à 2008 et -14 par rapport à 1998, signe d'une diffusion et d'une visibilité beaucoup plus importantes aujourd'hui). Enfin, seul un peu plus d'un quart juge que les produits « bio » sont suffisamment présents dans les cantines et les restaurants d'entreprise (27%). Si le prix excessif des produits semble faire consensus auprès des différentes catégories de population, notons que pour les autres dimensions, les hommes se révèlent systématiquement plus sévères que les femmes, de même que les interviewés âgés de 65 ans et plus, et qu'une corrélation logique se fait jour entre les personnes les plus sévères et celles n'ayant pas confiance dans l'appellation bio.



- Spontanément, pour près d'un Français sur deux, « consommer bio » est avant tout un phénomène de mode (44%) avant d'être un moyen de préserver sa santé (25%) ou l'environnement (19%). Néanmoins, en considérant le total des citations, le premier argument est la préservation de l'environnement, cité au global par 58% des personnes interrogées, devançant ainsi le phénomène de mode (52%) et la préservation de sa propre santé (50%). Enfin, 40% des interviewés jugent que c'est un moyen de privilégier le goût authentique des aliments. Au-delà de l'évocation spontanée d'un effet de mode, les Français reconnaissent donc l'intérêt écologique et de santé des aliments bio. Spontanément, près d'un homme sur deux évoque l'effet de mode (48%), un sentiment également partagé par 57% des sympathisants de droite contre 34% des sympathisants de gauche, et par les non-consommateurs quand les adeptes des produits bio y voient davantage un moyen de préserver leur santé.
- Enfin, **59% des personnes interrogées estiment justement que les agriculteurs français produisent moins de produits « bio » que les Français en consomment**, 17% pensant au contraire qu'ils en produisent davantage que la demande, et 24% autant que le besoin de la population. Ce déséquilibre perçu entre l'offre (jugée insuffisante) et la demande apparaît nettement plus marquée auprès des interviewés âgés de 65 ans et plus (69%), des professions libérales et cadres supérieurs (64%), en région parisienne (63%) ainsi et surtout que parmi les consommateurs réguliers (82%),

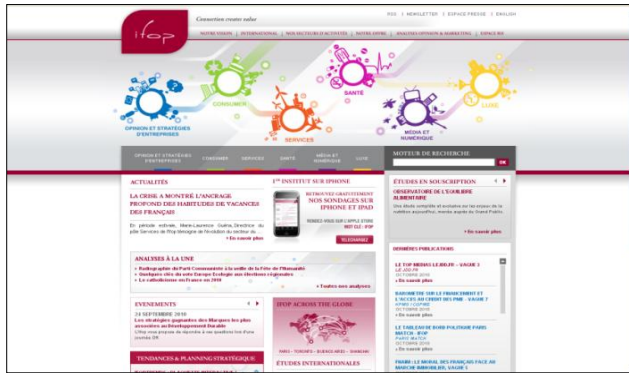


En dépit de l'impact de la récente affaire de contamination de légumes en Europe sur l'opinion, influant logiquement sur le niveau de confiance accordé aux aliments bio, cette étude confirme le développement de la consommation de ces produits, engagée depuis le début des années 2000. A l'instar des mesures précédentes, les Français regrettent néanmoins le niveau des prix et l'opacité entourant les produits, mais reconnaissent cependant accéder plus facilement aux aliments bio qu'auparavant. Signe que les habitudes de consommation évoluent, près d'un Français sur deux évoque spontanément un effet de mode lorsqu'il évoque le bio, mais plus de la moitié des interviewés reconnaît par ailleurs l'impact positif du bio sur la santé et l'environnement.



...visitez nos sites web :

www.ifop.com



www.ifopelections.fr



...et restez connecté avec nos publications :



Alertes d'actualité



Facebook



Twitter



iPhone

