

Bio – logiques de perception



Juin 2008

CRIOC

Centre de Recherche et d'Information
des Organisations de Consommateurs



Table des matières

1. Objectifs
2. Méthodologie
3. Perceptions des acheteurs d'aliments biologiques
4. Conclusions

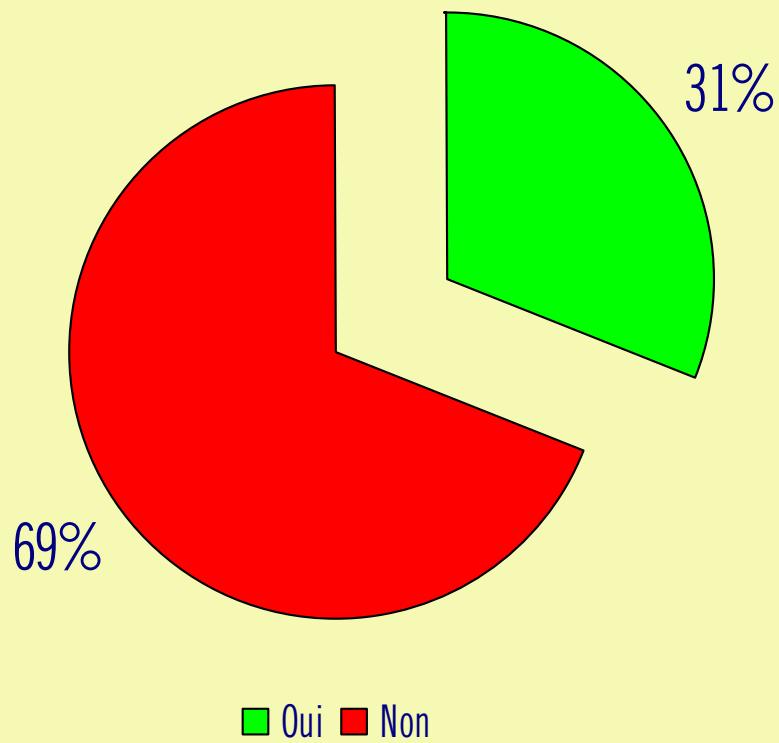
Objectifs

- L'enquête vise à mieux comprendre les logiques de perception des consommateurs d'aliments biologiques
 - Evaluer l'importance des achats d'aliments biologiques.
 - Evaluer la part des aliments biologiques dans l'alimentation des consommateurs d'aliments biologiques.
 - Identifier les éléments pris en compte par les consommateurs pour le repérage des aliments biologiques.
 - Documenter les logiques de perception des consommateurs d'aliments biologiques.

Méthodologie

- 632 Interviews réalisées par téléphone auprès des habitants de Belgique âgés de 17 ans et +.
- Field : mai 2008.
- Échantillon aléatoire stratifié redressé.
- Les résultats ont fait l'objet des traitements statistiques adéquats (χ^2 , marge d'erreur)
- La marge d'erreur totale maximale sur l'échantillon est de 3,9%.
- Seuls les résultats significatifs sont présentés. Toutefois, chaque donnée a été analysée en fonction de la localisation (régions), du sexe, de l'âge, de la taille du ménage, des groupes sociaux (inférieurs, moyens, supérieurs).

Achat de produits alimentaires biologiques

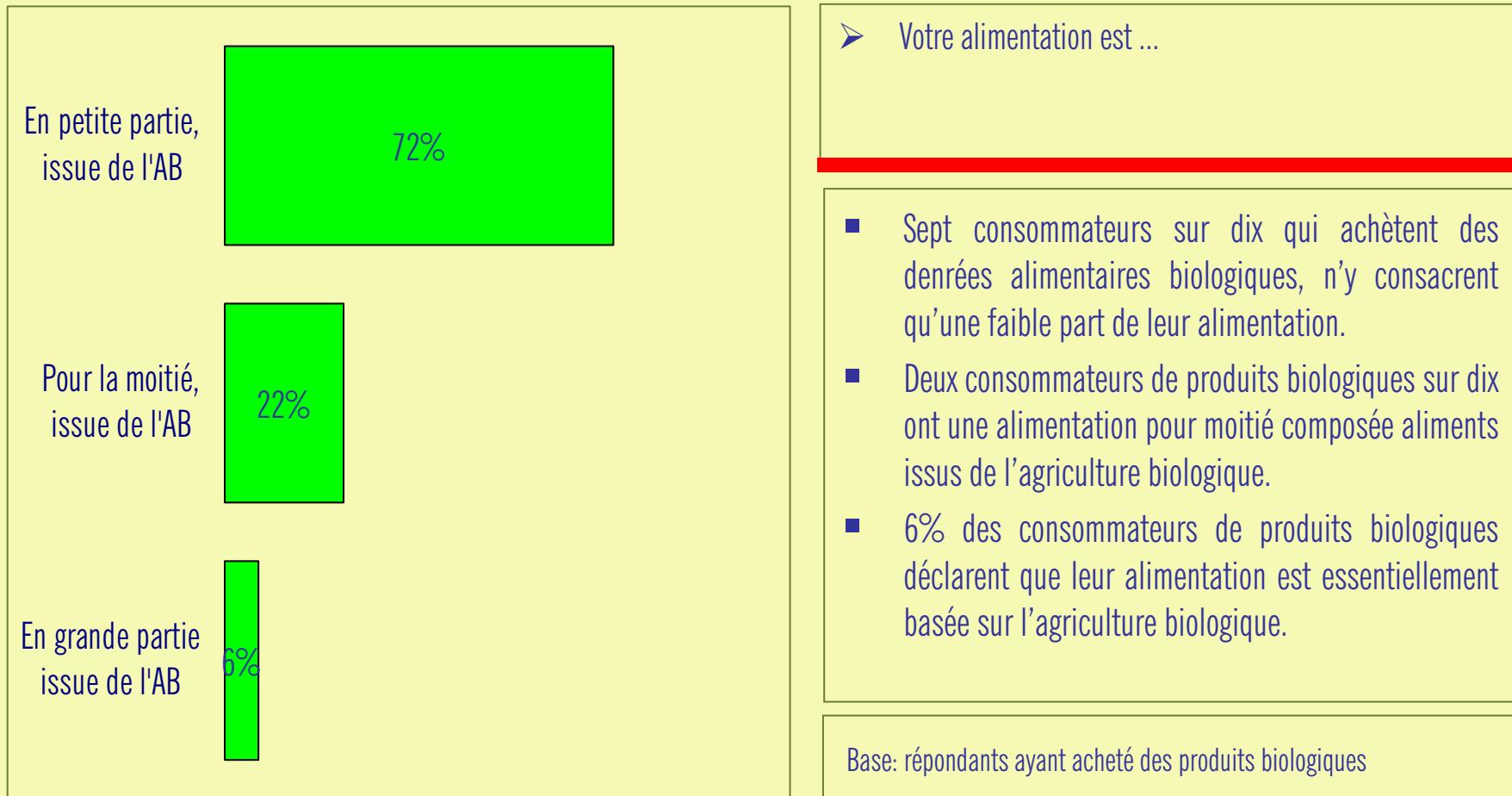


➤ Avez-vous déjà acheté des produits alimentaires biologiques ?

- Un consommateur sur trois déclare avoir déjà acheté des produits alimentaires biologiques.
- Les consommateurs appartenant aux GSS (44%) sont plus nombreux à acheter des produits alimentaires biologiques, alors que les consommateurs appartenant aux GSI sont moins nombreux (17%).

Base : répondants

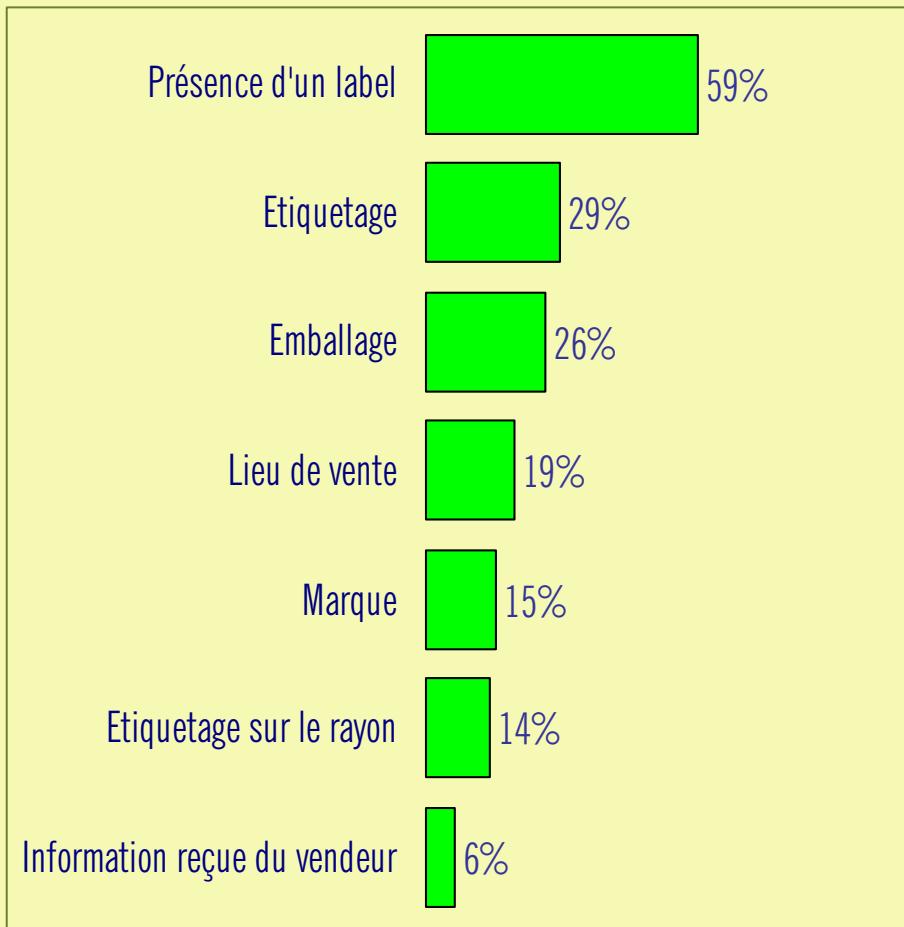
Part de l'alimentation biologique dans l'alimentation (1)



Part de l'alimentation biologique dans l'alimentation (2)

- Les jeunes âgés de 18-29 ans sont plus nombreux à déclarer une alimentation davantage basée sur les denrées alimentaires biologiques : les jeunes achetant des denrées alimentaires biologiques sont 44% à déclarer une alimentation pour moitié basée sur les aliments biologiques et 47% à déclarer que leur alimentation ne comprend qu'une faible part de produits biologiques.
- Le même constat peut se faire pour les ménages de 3 personnes : les ménages de trois personnes qui achètent des produits biologiques sont 46% à dire que la moitié de leurs aliments sont d'origine biologique et 49% à dire que leur alimentation ne repose que pour une faible part sur les aliments biologiques.
- Le groupe social exerce une influence : l'alimentation des GSS (groupes sociaux supérieurs) qui achètent des denrées biologiques comprend davantage d'aliments biologique que celle des personnes appartenant aux GSI (groupes sociaux inférieurs).

Identification des produits biologiques (1)



➤ Comment identifiez-vous les aliments biologiques ?

Parmi ceux qui achètent des produits biologiques

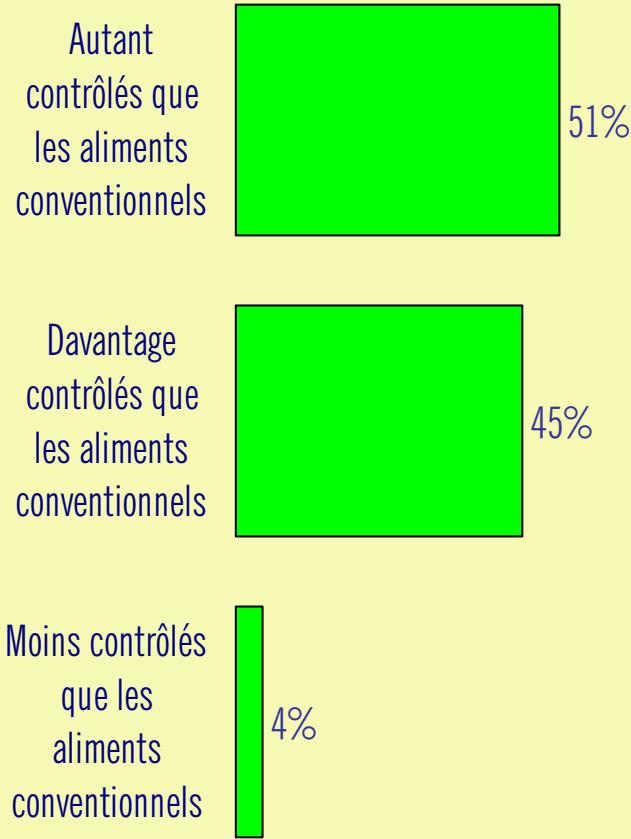
- Près de six consommateurs sur dix identifient les aliments biologiques par la présence d'un label.
- Près de trois consommateurs sur dix utilisent l'étiquetage pour identifier ce type d'aliment.
- L'emballage (26%), le lieu de vente (19%), la marque (15%) et l'étiquetage sur le rayon (14%) sont également des éléments utilisés pour identifier les aliments biologiques.
- L'information fournie par le vendeur est moins souvent utilisée pour l'identification de ces aliments.

Base: répondants ayant acheté des produits biologiques

Identification des produits biologiques (2)

- **Présence d'un label** : En moyenne, 59% des acheteurs d'aliments biologiques se basent sur la présence d'un label. Les Flamands (77%), particulièrement ceux qui habitent en ville (80%), les néerlandophones (77%), les ménages de 3 personnes (80%) et les personnes appartenant aux GSM (74%) utilisent plus souvent la présence d'un label pour identifier un aliment biologique, au contraire des Wallons (22%), particulièrement ceux habitant en ville (13%), les francophones (24%), les personnes âgées de plus de 65 ans (36%) ainsi que les ménages d'une personne (39%)
- **Emballage** : En moyenne, 26% des acheteurs d'aliments biologiques utilisent l'emballage pour identifier ces produits. Ils sont plus nombreux parmi les hommes (40%) et les personnes de 65 ans et plus (48%); ils sont moins nombreux parmi les femmes (14%), les francophones (13%) et les familles avec jeunes enfants (11%)
- **Lieu de vente** : En moyenne les acheteurs d'aliments biologiques sont 19% à se fier au lieu de vente mais ils sont moins nombreux à le faire parmi les jeunes âgés de 18-29 ans (6%).
- **Marque** : En moyenne 15% des acheteurs de denrées biologiques se réfèrent à la marque, davantage dans le groupe des personnes âgées de 65 ans et plus (33%), moins parmi les habitants des villes flamandes (2%), les ménages de 3 personnes (3%) et les personnes âgées de 18-29 ans (3%).
- **Informations reçues du vendeur** : les acheteurs de denrées biologiques ne sont que 6% en moyenne à se fier aux informations données par le vendeur mais les personnes âgées de 65 ans et plus (20%) sont plus nombreuses à s'y référer.

Perception du contrôle des produits biologiques (1)



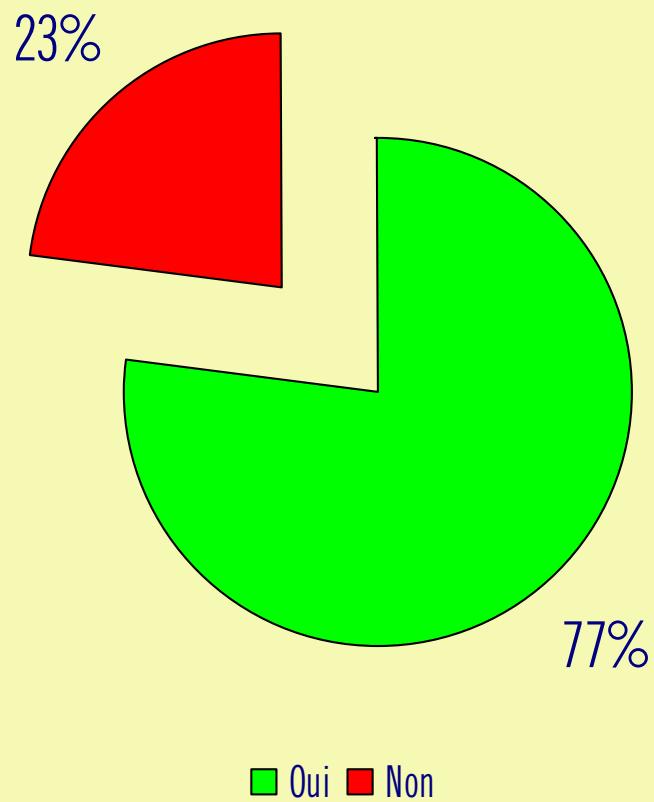
➤ Pensez-vous que les aliments biologiques sont ...

Parmi ceux qui achètent des produits biologiques

- Cinq consommateurs sur dix pensent que les aliments biologiques font l'objets d'autant de contrôles que les aliments conventionnels.
- 45 % savent que les produits biologiques sont plus contrôlés que les produits biologiques..
- Les personnes âgées de 50 ans et plus et les personnes appartenant aux GSI pensent plus que les autres groupes que les aliments biologiques sont moins contrôlés.

Base: répondants ayant acheté des produits biologiques

Perception des aliments biologiques (1)

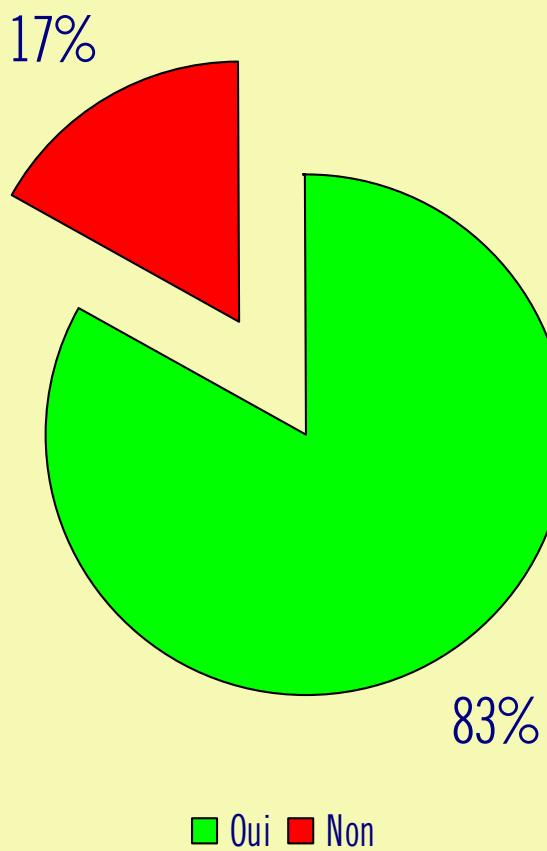


➤ Les aliments biologiques sont meilleurs pour la santé que les aliments conventionnels

- Près de huit consommateurs d'aliments biologiques sur dix pensent que les aliments biologiques sont meilleurs pour la santé
- Les ménages de 3 personnes le pensent davantage (94%)
- Les personnes appartenant aux GSI ont moins convaincues (67%)

Base : répondants ayant acheté des produits biologiques

Perception des aliments biologiques (2)

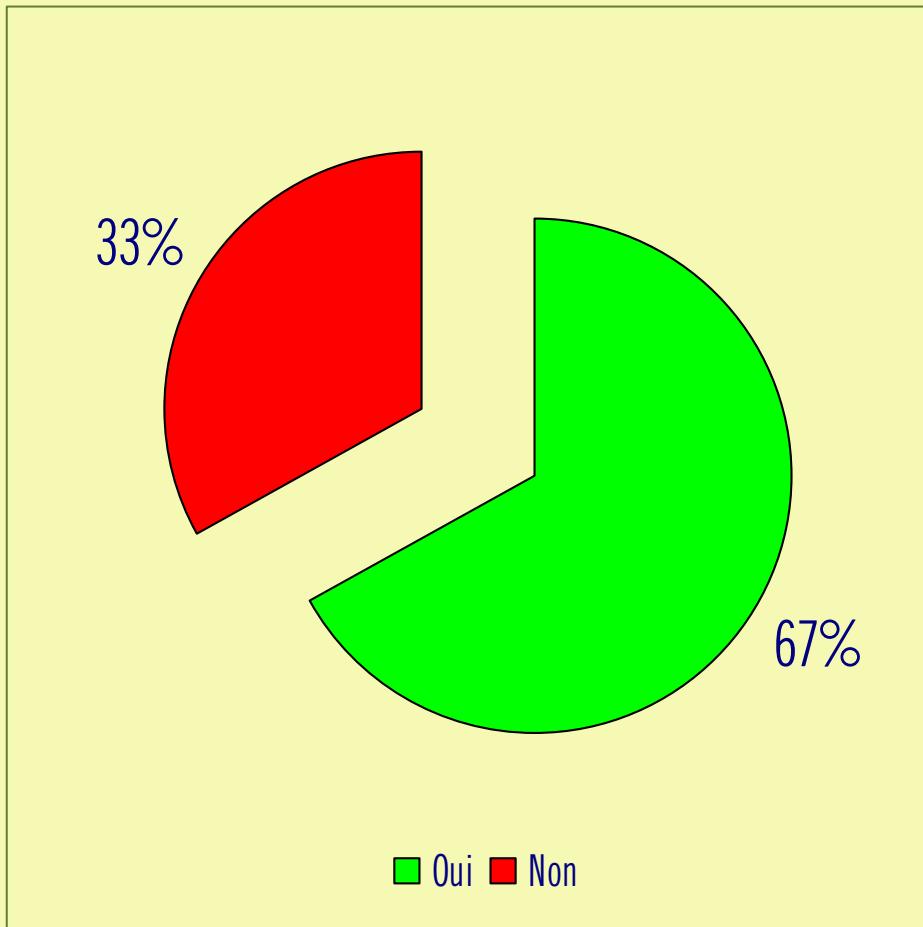


➤ Les aliments biologiques respectent davantage l'environnement que les aliments conventionnels

- Plus de huit consommateurs d'aliments biologiques sur dix pensent que les aliments biologiques respectent davantage l'environnement que les aliments conventionnels
- Les personnes âgées de 30-39 ans le pensent davantage (94%).
- Les personnes appartenant aux GSI en sont moins convaincues (59%)

Base : répondants ayant acheté des produits biologiques

Perception des aliments biologiques (3)

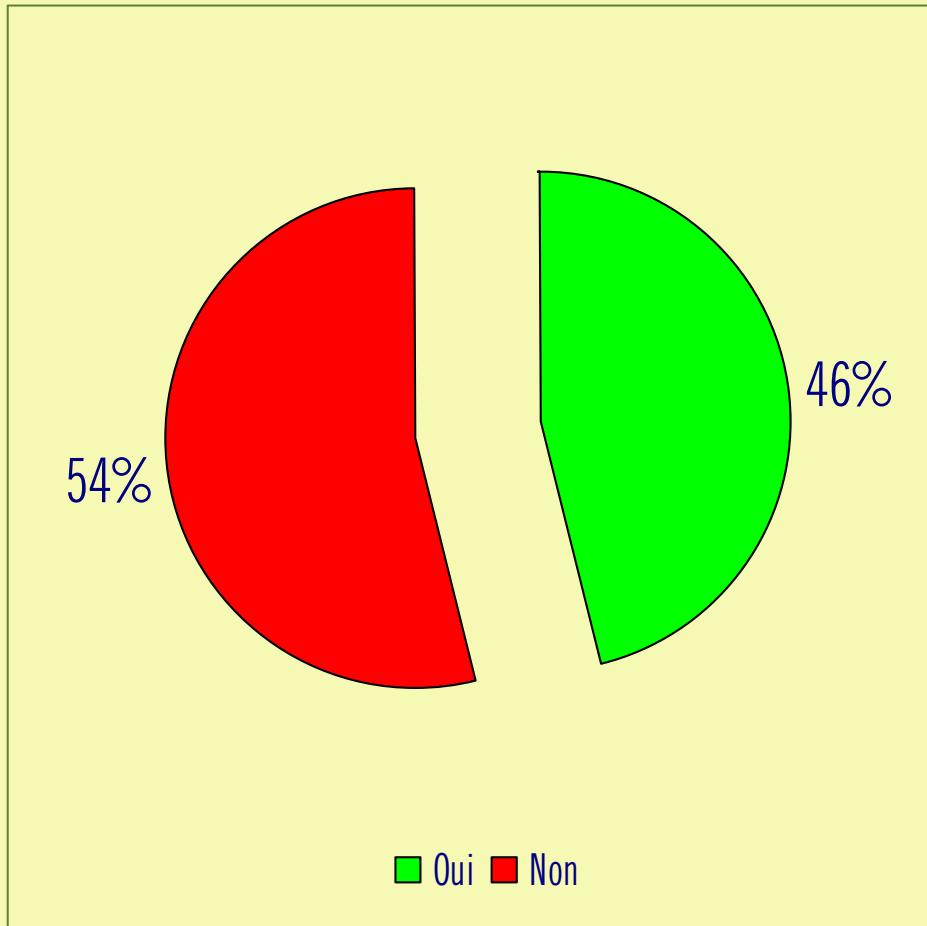


➤ Les aliments biologiques ont meilleur goût que les aliments conventionnels

- Près de sept consommateurs d'aliments biologiques sur dix pensent que les aliments biologiques ont meilleur goût que les aliments conventionnels
- Les ménages de 3 personnes le pensent davantage (91%).
- Les personnes appartenant aux GSI en sont moins convaincues (38%)

Base : répondants ayant acheté des produits biologiques

Perception des aliments biologiques (4)



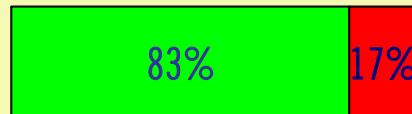
➤ Les aliments biologiques présentent des caractéristiques plus intéressantes en cuisine que les aliments conventionnels

- Seuls 46% des acheteurs de produits biologiques trouvent que les aliments biologiques présentent des caractéristiques plus intéressantes en cuisine que les aliments conventionnels.
- Les personnes âgées de 65 ans le pensent davantage (65%)
- Les personnes âgées de 30-39 ans en sont moins convaincus (25%)
- Les personnes appartenant aux GSI en sont moins convaincues (38%)

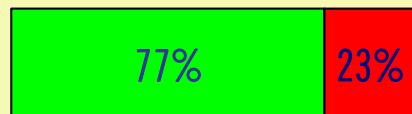
Base : répondants ayant acheté des produits biologiques

Perception des produits biologiques (5)

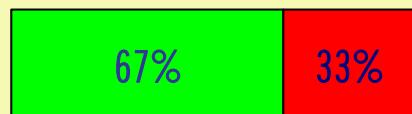
sont meilleurs pour l'environnement



sont meilleurs pour la santé



ont meilleur goût



ont des caractéristiques en cuisine plus intéressantes



■ D'accord ■ Pas d'accord

➤ Par rapport aux aliments conventionnels, pensez-vous que les aliments biologiques ?

- Les consommateurs d'aliments biologiques perçoivent surtout les avantages environnementaux et vis-à-vis de la santé de ce type d'aliments.
- Le goût explique également le choix des aliments biologiques pour 7 consommateurs sur 10.
- Par contre les caractéristiques culinaires sont moins souvent évoquées.

Base: répondants ayant acheté des produits biologiques

Conclusions

- 1 consommateur sur 10 déclare consommer une alimentation constituée pour moitié (au minimum) d'aliments bio. A peine, 1,8% des consommateurs se nourrissent essentiellement de produits bio (surtout les jeunes et les personnes appartenant aux GSS).
- Environ un tiers de la population a déjà acheté un aliment biologique. Parmi ces personnes, deux tiers n'y consacrent qu'une petite partie de leur alimentation.
- La présence d'un label est le repère le plus utilisé par les consommateurs pour identifier les aliments biologiques.
- L'étiquetage et l'emballage jouent également un rôle important. Par contre les consommateurs accordent moins d'importance aux informations données par le vendeur. L'utilisation des différents repères (label, étiquetage, emballage...) est influencée par l'âge du consommateur.
- Parmi les avantages des aliments biologiques, perçus par les personnes qui en consomment, le respect de l'environnement et les bénéfices pour la santé sont plus déterminants que le goût ou les caractéristiques culinaires.

Conclusions

- Le groupe social est un facteur d'influence qui traverse toute l'enquête.
- Les consommateurs appartenant aux groupes sociaux supérieurs (GSS) sont plus nombreux à acheter des aliments biologiques que ceux appartenant aux groupes sociaux inférieurs (GSI). Ils y consacrent aussi une plus grande part de leur alimentation.
- Ces constats peuvent s'analyser à la lumière des perceptions : les GSI pensent moins que les autres que les aliments biologiques sont autant, voire plus contrôlés que les aliments conventionnels, qu'ils sont meilleurs pour la santé et pour l'environnement, qu'ils ont meilleur goût et qu'ils présentent des caractéristiques plus intéressantes en cuisine. Évidemment, le prix doit être pris en compte dans cette analyse.

Auteurs :

Hélène Aupaix, Marc Vandercammen

Editeur Responsable :

Marc Vandercammen

CRIOC

Fondation d'utilité publique

NE 417541646

Boulevard Paepsem 20 - 1070 BRUXELLES

Tél. 02/547.06.11 - Fax. 02/547.06.01

www.crioc.be

Édition 2008

Réf. Catalogue –523-08

D 2008-2492-46

©CRIOC

Prix : 18 €

Reproduction autorisée à des fins non commerciales moyennant mention des sources