



Communiqué de presse – 10 mars 2022

Malgré la dispersion des Français vers de nouvelles tendances de consommation responsables, le bio reste le repère de la transition alimentaire

Ce 19e Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques Agence BIO/Institut CSA révèle que, malgré l'émergence de promesses produits similaires au bio, la confiance des Français dans les produits issus de l'agriculture biologique augmente et le label AB reste la référence majeure du bien manger en France. Cette année encore, de moins en moins de consommateurs se déclarent freinés par le prix des produits bio, notamment chez les Français à moindre pouvoir d'achat. Toutefois, l'étude révèle également que près de 1 Français sur 2 estime ne pas avoir suffisamment d'information sur le bio.

Le bio reste un repère de transition alimentaire

Le bio continue de recruter de nouveaux consommateurs cette année mais un peu moins : 11% en 2021 contre 15% en 2020.

Cette dernière édition du Baromètre de consommation et de perception du bio souligne une **hausse du nombre de Français qui consomment du bio plus régulièrement**, que ce soit au moins une fois par mois (76% vs. 73% en 2020) ou au moins une fois par semaine (52% vs. 47%). Au total, 9 français sur 10 continuent de consommer bio au moins de temps en temps.

La première motivation à la consommation de produits biologiques reste la préservation de la santé (53%) devant la préservation de l'environnement (46%). Toutefois l'écart entre les 2 motifs se tassent (7 points cette année, versus 13 points l'an dernier).

L'étude démontre également que bio est synonyme de plaisir gustatif pour les Français puisque **le goût est le principal critère d'achat de produits bio** (important pour 95% des Français). Et les **Français sont majoritairement sensibles aux mentions portant sur la composition des produits alimentaires** qu'ils achètent, bio ou non bio, notamment celles sur la naturalité de la matière première (presque toutes garanties par le label bio).

Des Français de moins en moins freinés par le prix du bio, notamment chez les jeunes et les plus modestes

L'étude souligne en outre que **de moins en moins de Français renoncent au bio à cause du prix (-3 points)**. Ce recul du frein prix est particulièrement marqué chez **les jeunes, que ce soit les 18-24 ans** (60% le citent en 2021 contre 83% en 2020) **ou les 25-34 ans** (64% en 2021 contre 75% en 2020). De même, cette dernière édition révèle une **baisse du frein prix chez les Français plus modestes** (74% en 2021 contre 77% en 2020) et **inactifs** (69% en 2021 contre 73% en 2020).

Pour une large majorité des Français, le **bio est une filière d'avenir** : outre la contribution à la préservation de l'environnement (87%), de la biodiversité et des bienfaits pour leur santé (82%) les Français sont également de plus en plus convaincus que **l'agriculture biologique est une source d'emplois sur le territoire** (76%).

Des circuits d'achats du bio de plus en plus fragmentés

Les Français diversifient davantage leurs sources d'approvisionnement en produits biologiques, privilégiant l'origine française des produits (93%) : cette dernière édition du Baromètre souligne un **recul de l'achat bio en grande surface** depuis 2 années consécutives (69% en 2021 contre 74% en 2020 et 77% en 2019) **au profit des marchés locaux** (35% en 2021 contre 26% en 2020) **et des achats effectués directement auprès des artisans** (31% contre 25% en 2020).

Le label AB demeure le référent du mieux-manger des Français, qui demandent à être davantage informés sur les garanties du bio

Si **94% des Français déclarent connaître le label AB et lui font largement confiance (91%)**, l'étude révèle que **seul un Français sur deux s'estime suffisamment informé** sur ce qu'il garantit et notamment sur la réglementation de l'agriculture biologique et les contrôles des produits qui en sont issus.

Ce manque d'informations pourrait contribuer à obscurcir les perspectives de consommation du bio : si **12% des Français consommateurs de bio déclarent vouloir augmenter leur consommation à l'avenir**, une tendance qui s'accroît chez les consommateurs réguliers de bio (14%), l'étude souligne une légère baisse du nombre de consommateurs quotidiens souhaitant maintenir leur niveau d'achats en produits bio (77% en 2021 contre 80% en 2020). 9% souhaitent la restreindre.

Par ailleurs, l'étude révèle une **forte attente des Français pour une offre bio hors domicile**, notamment pour la restauration scolaire (82%), la restauration d'entreprise (75%) et restauration classique (74%). Près de 1 Français sur 8 déclare avoir entendu parler du bio au restaurant, alors que les restaurateurs ne mettent que 2% de bio dans leurs menus, preuve que tout reste à construire sur ce circuit de distribution pour qu'il joue pleinement son rôle de relai de croissance et de vitrine du bio en France.



« Cette étude démontre l'exigence croissante des Français dans leur alimentation. La prise de conscience de l'urgence écologique est bien réelle et se reflète sur leurs habitudes de consommation : produits locaux, sans pesticides, de saison, limitation des pertes et du gaspillage et respect de la condition animale...L'engagement en faveur du mieux manger est une préoccupation grandissante des Français » analyse **Virginie Huet, Co-Directrice du Département Retail & FMCG à l'institut CSA**

« Ce baromètre démontre qu'il est plus que jamais nécessaire de lancer une grande campagne d'information globale, pour répondre à l'attente et aux besoins d'information des Français sur les garanties et bienfaits du bio. Rappelons que l'agriculture biologique est le fer de lance de la transition écologique et alimentaire et, à ce titre, doit être un moteur de la transition écologique et alimentaire des Français » souligne **Laure Verdeau, Directrice de l'Agence BIO.**

CONTACTS PRESSE – AGENCE HAVAS PARIS :

agence-bio@havas.com

Marie Cros / 06.74.00.02.36

Esther Garcia / 06.08.94.42.64

À propos :

Créée en novembre 2001 et dotée d'une mission d'intérêt général, l'Agence BIO est un groupement d'intérêt public en charge du développement, de la promotion et de la structuration de l'agriculture biologique française. Elle rassemble, au sein de son conseil d'administration, des représentants des Pouvoirs publics – le ministère de la Transition écologique – le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation – et des professionnels (FNAB, APCA, [Synabio](#) et la Coopération Agricole).

Ses principales missions :

*Communiquer et informer sur l'agriculture et l'alimentation biologique et ses vertus environnementales.
Produire, analyser et partager les chiffres du bio avec l'Observatoire National.
« Être une instance » de dialogue entre l'amont agricole et l'aval industriel, entre les bios historiques et les plus récents.
Investir le Fonds Avenir Bio de 13 millions d'euros sur les projets collectifs d'entrepreneurs du bio les plus structurants et les plus pérennes pour les filières bio françaises.*

