



BAROMÈTRE DES PRODUITS BIOLOGIQUES EN FRANCE - 2023

Consommation et Perception

Rapport détaillé

SOMMAIRE

1. LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

2. LE RAPPORT À L'ALIMENTATION

3. REPRÉSENTATIONS DES PRODUITS BIO

4. LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

5. LES CONSOMMATEURS RÉGULIERS DE PRODUITS BIOLOGIQUES

6. LA CONSOMMATION DES PRODUITS BIOLOGIQUES DEMAIN

7. LE VIN BIO

8. PORTRAITS DE FRANÇAIS SELON LEUR RAPPORT AU BIO

Méthodologie



Enquête auto-administrée en ligne sur un échantillon de **4000 personnes**, représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans (genre, âge, catégorie socioprofessionnelle, région et taille de l'agglomération de résidence, niveau du diplôme le plus élevé)

Un questionnaire d'une vingtaine de minutes composé d'un tronc commun adressé à tous les répondants et d'un module dédié aux seuls **consommateurs réguliers** (au moins une fois par mois) de produits bio (**2484 personnes**)



Terrain d'enquête du **21 novembre au 1^{er} décembre 2022**

Structure démographique de l'échantillon

GENRE	
Hommes	49%
Femmes	51%
AGE	
18-24 ans	12%
25-34 ans	17%
35-44 ans	19%
45-54 ans	19%
55-64 ans	18%
65-75 ans	15%
CATÉGORIE SOCIO-PROFESSIONNELLE	
CSP+	14%
CSP intermédiaires	15%
CSP-	29%
Inactifs	42%

TAILLE DE L'AGGLOMERATION DE RESIDENCE	
Communes rurales	23%
De 2000 à 20000 habitants	17%
De 20000 à 100000 habitants	13%
Plus de 100000 habitants (hors agglomération parisienne)	30%
Agglomération parisienne	17%
Communes rurales	23%
NIVEAU DE DIPLÔME	
Sans diplôme, CEP, brevet des collèges	26%
CAP, BEP	25%
Baccalauréat	18%
Bac +2 à +3	20%
Bac + 4 à +5	11%

1.

LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

[Retour au sommaire](#)

LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

Consommation & achats de produits
biologiques



Les habitudes alimentaires des Français – A retenir

Une consommation de produits biologiques qui décroît

Les résultats de l'édition 2022 du baromètre confirment la baisse d'attractivité du bio : 60% des Français indiquent avoir consommé des produits alimentaires biologiques au moins une fois par mois au cours des 12 derniers mois, **en baisse de 16 points** par rapport à 2021.

La part des personnes **n'ayant pas consommé** de produits alimentaires biologiques sur un an a **quasiment doublé depuis 2021**, pour atteindre 17% en 2022.

La part de consommateurs quotidiens (-7 pts) et hebdomadaires (-11 pts) de produits alimentaires biologiques a décliné entre 2021 et 2022.

Par ailleurs, **la part d'acheteurs de produits alimentaires biologiques** sur une période de 4 semaines précédant l'enquête s'est effondrée de 17 points par rapport à 2021 et concerne **54% des Français en 2022**.

Une intensification de consommation alimentaire bio chez les consommateurs réguliers

Si le nombre de consommateurs de bio décroît, on note parallèlement **une intensification de la consommation chez les consommateurs réguliers** de produits alimentaires biologiques. Ainsi, **près d'un quart des consommateurs quotidiens** de produits biologiques, estiment à **plus de 75%** la part de produits bio dans leur alimentation, en **hausse de 10 points** par rapport à 2021.

Profil des consommateurs réguliers de produits bios

Le **profil des consommateurs réguliers** (au moins une fois par semaine) de produits bio reste **très marqué socialement** : les CSP+ et CSP intermédiaires y sont plus représentés, de même que les populations aisées ou les plus diplômées. La consommation régulière de produits bios est surtout **nettement corrélée aux sensibilités politiques et environnementales**. Ainsi, 70% des personnes proches des mouvements

écologistes sont des consommateurs réguliers de produits bio, comme 56% des Français se disant très inquiets de la situation environnementale.

La consommation régulière de produits bio est également **très reliée à l'attention (et l'inquiétude) portée aux effets de l'alimentation sur la santé**. 53% des Français très attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé consomment des produits alimentaires bio au moins une fois par semaine, pour seulement 6% de ceux qui n'y accordent pas d'attention.

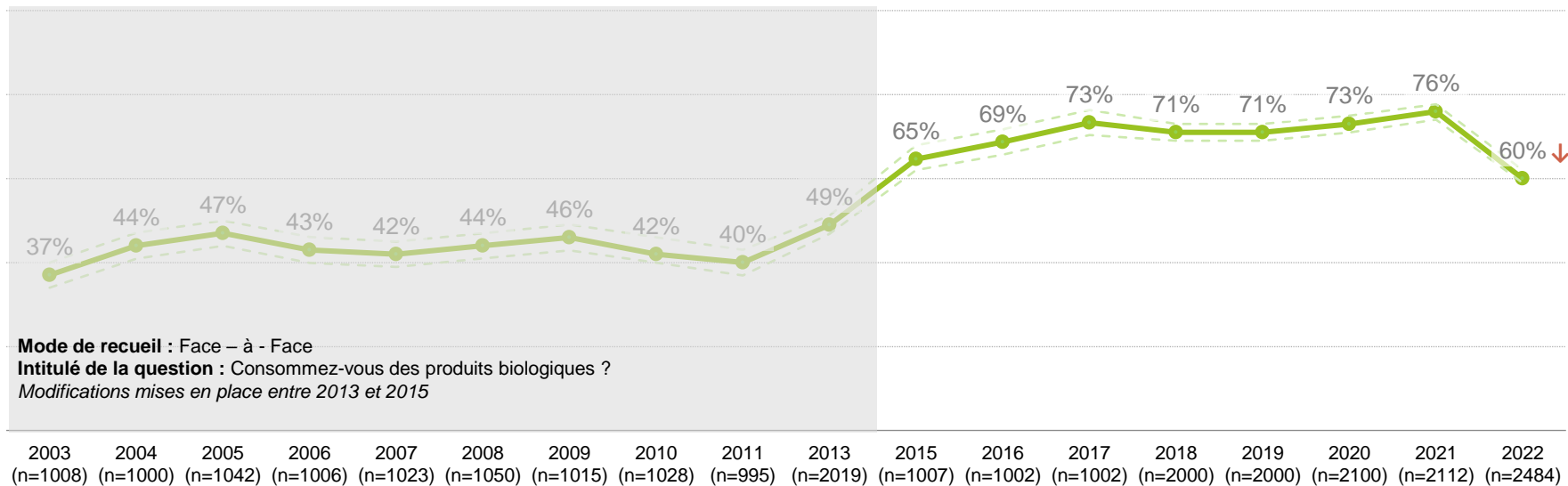
Des doutes sur la réalité du bio

Si le prix reste le 1^{er} frein déclaré à la consommation de produits alimentaires bio, on observe en 2022 **une très forte progression de la remise en question de la réalité du bio**, qui arrive en 2^{ème} position des arguments invoqués, par 57% des non-consommateurs de bio (+17 points par rapport à 2021). Ces doutes se retrouvent également de manière très perceptible dans les questions ouvertes sur les raisons de la baisse de la consommation.

Consommation de produits biologiques

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

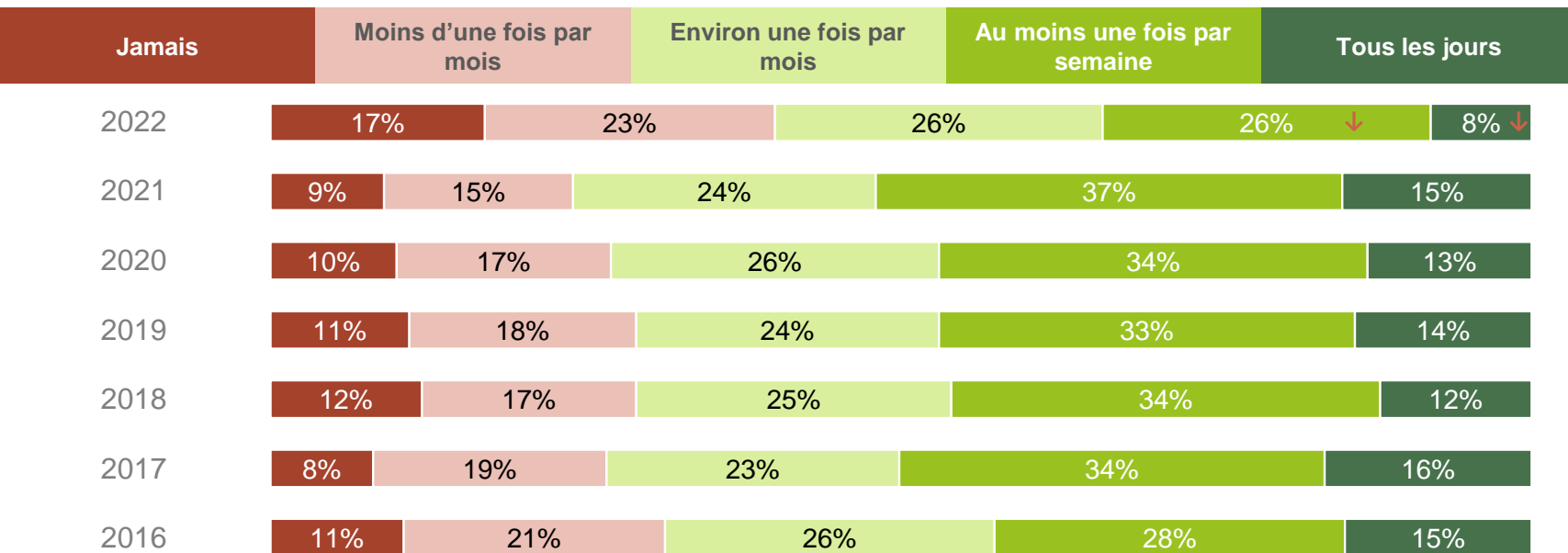
Base totale, n=4000



Consommation de produits biologiques

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

Base totale, n=4000

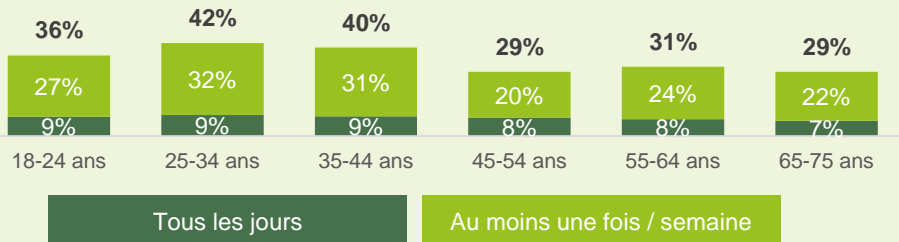


Consommation de produits biologiques

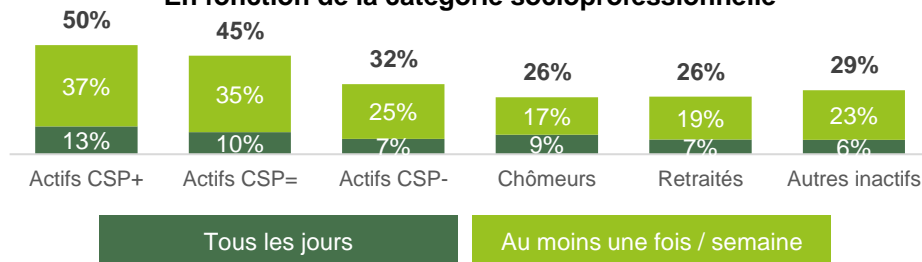
Part de Français consommant des produits biologiques au moins une fois par semaine

Base totale, n=4000

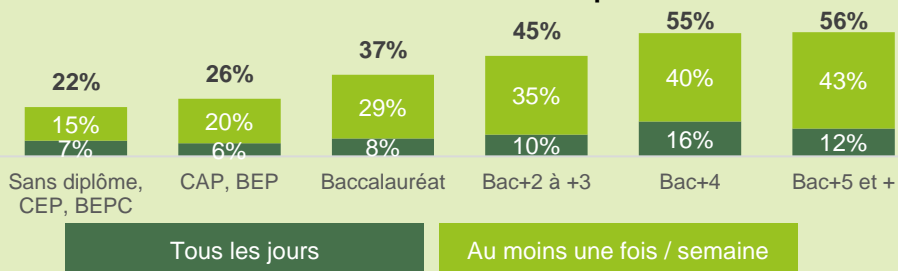
En fonction de l'âge



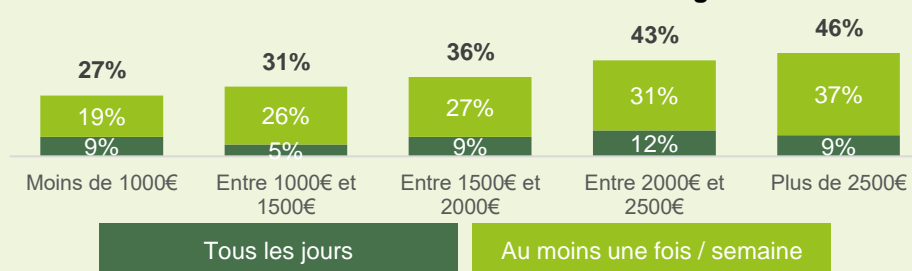
En fonction de la catégorie socioprofessionnelle



En fonction du niveau de diplôme



En fonction du niveau de vie du ménage

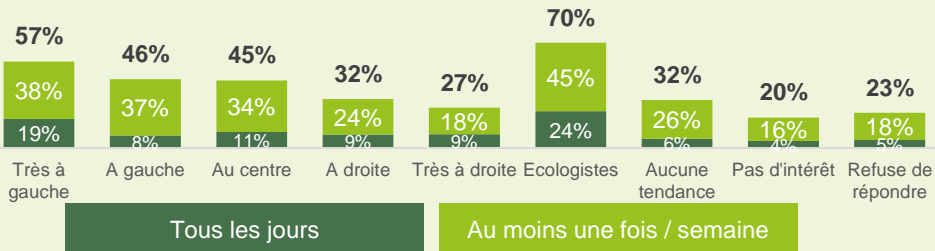


Consommation de produits biologiques

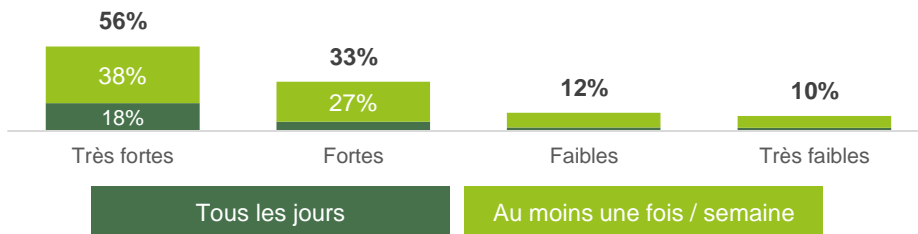
Part de Français consommant des produits biologiques au moins une fois par semaine

Base totale, n=4000

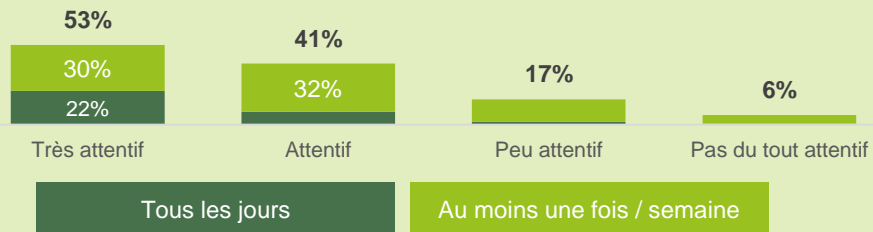
En fonction de la sensibilité politique



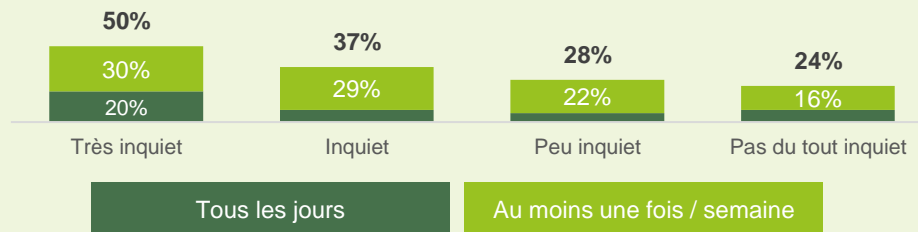
En fonction des préoccupations à l'égard de l'environnement



En fonction de l'attention aux effets de l'alimentation sur la santé



En fonction de l'inquiétude à l'égard des effets de l'alimentation sur la santé

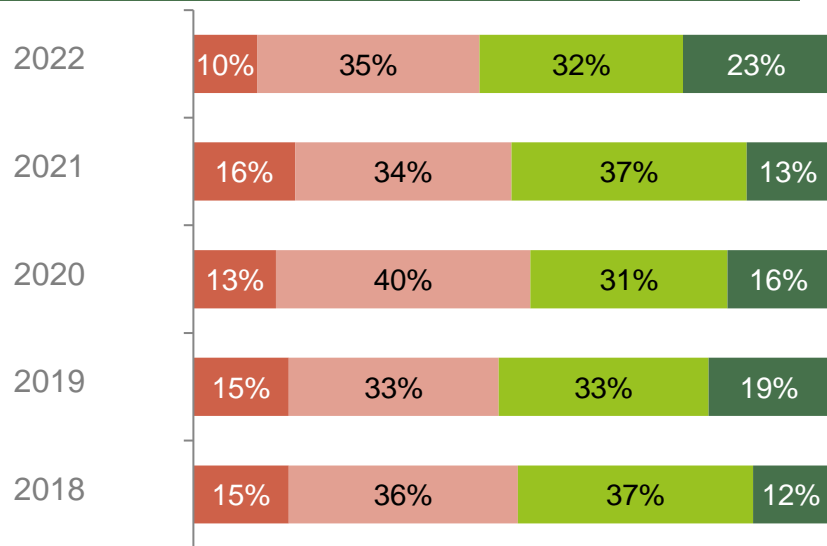
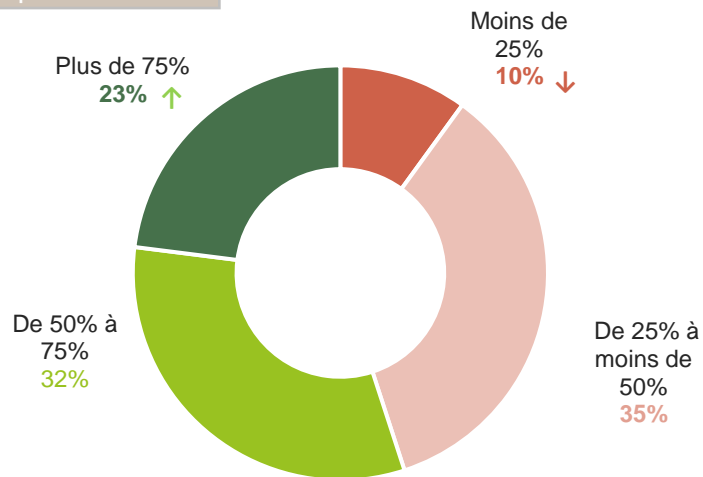


Part de consommation alimentaire bio pour les consommateurs journaliers de bio

A combien estimez-vous la part de votre consommation alimentaire bio (en volume) dans votre consommation alimentaire quotidienne ?

Base ceux qui mangent des produits biologiques tous les jours, n=343

Consommateurs
quotidien



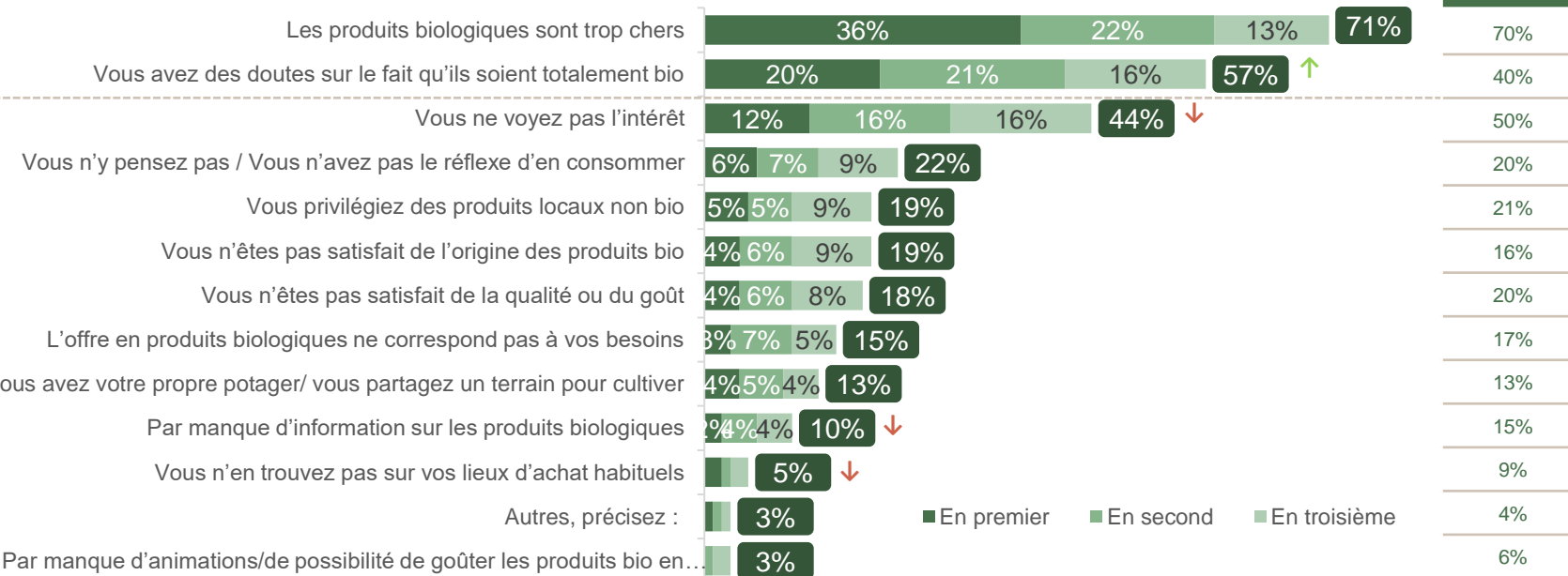
■ Moins de 25% ■ De 25% à moins de 50% ■ De 50% à 75% ■ Plus de 75%

Freins à la consommation de bio des non consommateurs

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas de produits biologiques ?

Base ceux qui ne mangent jamais de produits bio, n=627

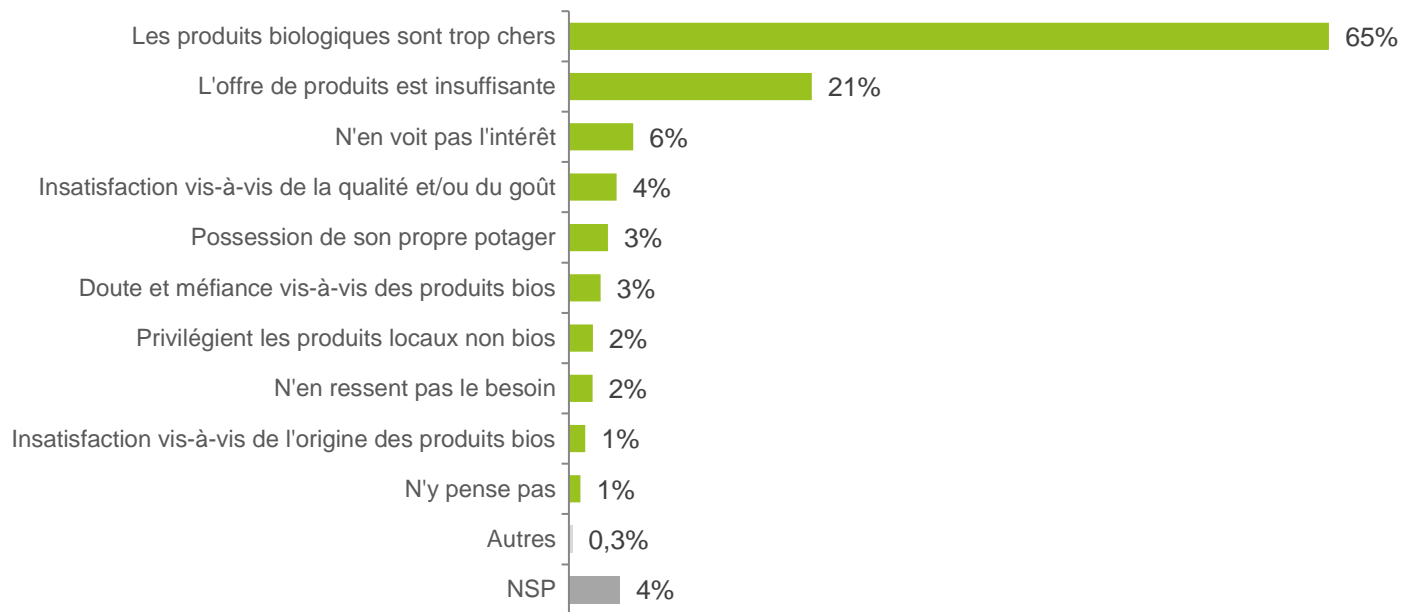
2021



Freins à la consommation de bio des consommateurs très réguliers

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas plus de produits biologiques ?

Base : individus consommant quotidiennement moins de 75% de produits alimentaires bio, n=270 – Recodification de la question ouverte



Freins à la consommation de bio des consommateurs très réguliers

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas plus de produits biologiques ?

Base : individus consommant quotidiennement moins de 75% de produits alimentaires bio, n=270 – Verbatim



« Trop cher et parfois le local produit proprement suffit, le bio est seulement un label que les agriculteurs paient. »



« Je consomme aussi des produits locaux même si ils ne sont pas bio. J'aime me rendre directement chez le producteur, le maraîcher ou l'éleveur. J'ai **confiance dans les produits locaux même plus que dans des produits Bio venant de l'étranger.** »



« **Le choix dans certains produits manque** ou certains produits ne garantissent pas les mêmes qualités nutritives que sans être bio ou réapprovisionnement moins important de produits frais. »



« Parce que c'est déjà pas mal plus de 50% parce que parfois le prix est trop élevé et surtout parce que je préfère acheter local ou made in France que d'acheter des produits bio qui viennent de trop loin. »



« Premier point pour lequel je n'en consomme pas plus : je fais mes courses en hard discount et ne trouve pas toujours ce que je veux, il y a un manque de diversité dans les produits bio, par exemple, la viande et beaucoup de légumes ne le sont encore pas. »



« A cause des prix mais aussi par manque de choix dans certaines gammes de produits. »

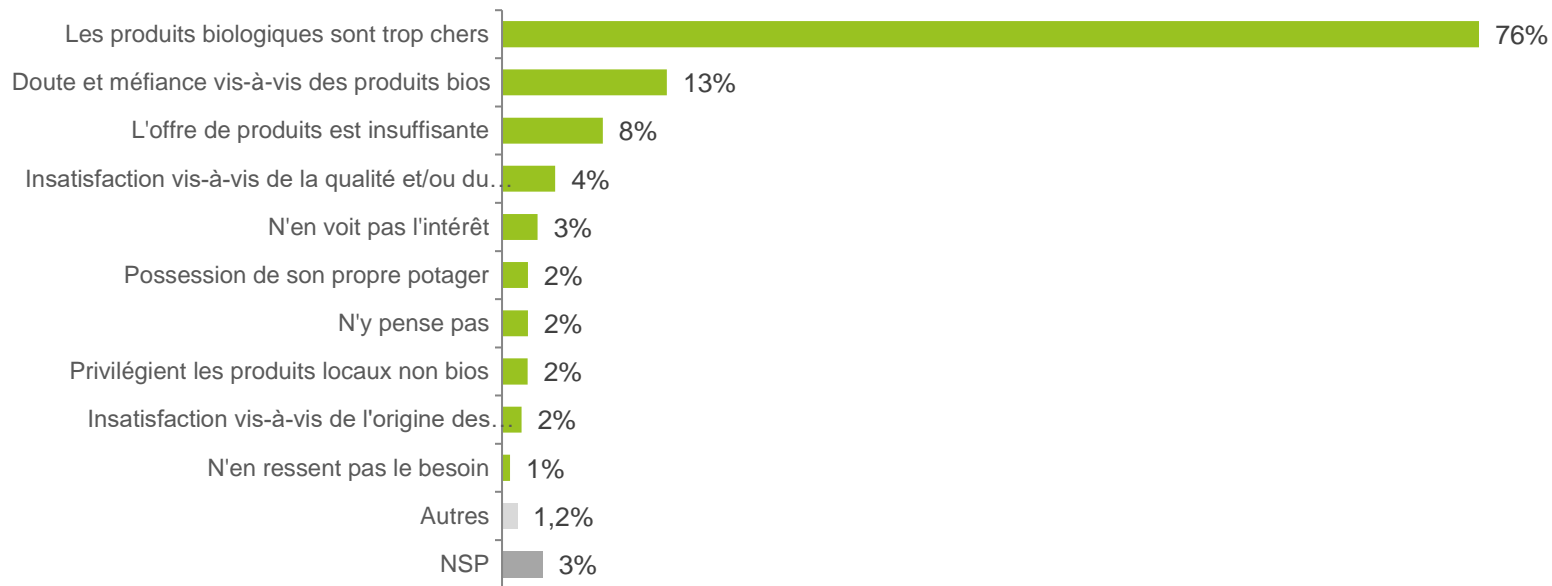


« Car la plupart des produits bio sont disponibles dans des enseignes spécifiques qui s'adressent essentiellement aux produits naturels et ces magasins sont pour la plupart du temps trop loin de chez moi. Ainsi que les prix des produits bio qui sont un petit peu élevés. »

Freins à la consommation de bio des non consommateurs au quotidien

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas plus souvent de produits biologiques ?

Base : individus ne consommant pas de produits bio quotidiennement, n=3030 – Recodification de la question ouverte



Freins à la consommation de bio des non consommateurs au quotidien

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas plus souvent de produits biologiques ?

Base : individus ne consommant pas de produits bio quotidiennement, n=3030 - Verbatim



« C'est cher, et avec l'inflation on privilégie énormément les produits moins chers. »



« Les prix sont vraiment exorbitants !!!! D'autre part des industriels se mettent aussi dans ce créneau du bio, ce qui fait que je ne sais plus trop ce qui est dans mon assiette. »



« Ce n'est plus nécessairement un gage de qualité car les industriels cherchent toujours à faire du bénéfice et le bio en devient une des façons les plus lucratives. Réduire la qualité au minimum exigé pour le label bio tout en gardant les prix aussi élevés. C'est devenu presque une marque à proprement parler. »



« Parce que je consomme des label rouge, des produits de qualité, des légumes et fruits de mon jardin ! Et je trouve que la qualité des produits bios n'est pas toujours au rendez-vous. »



« Ça dépend car y'a pas tout de bio y'a juste parfois des label qui le stipulent mais en réalité personne ne sait réellement la traçabilité d'un produit surtout les produits en conserve comme le miel et le thon. »



« Parce que les produits bio ne sont pas forcément mieux que les autres. Cela oblige souvent à acheter des produits de circuits longs ou étrangers, ce qui est un non-sens écologique. Beaucoup de produits dangereux sont utilisés pour pallier le manque des autres, ce qui fait qu'ils ne sont pas meilleurs sur ce plan. Les pesticides ne sont que réduits, pas empêchés. Les cultures sont souvent contaminées par les champs non bio avoisinants, donc ça revient souvent au même (avec le bonus des produits supplémentaires). Des analyses sur les produits bio indiquent parfois des taux largement supérieurs à ce qu'on trouve dans d'autres produits non bios ».

Achats de produits biologiques

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

Base totale, n=4000

N'achète pas de produits bio

Pas au cours des 4 dernières semaines

Au cours des 4 dernières semaines

2022

26% ↑

20%

54% ↓

2021

14%

15%

71%

2020

17%

16%

67%

2019

19%

14%

67%

2018

19%

15%

66%

2017

12%

20%

69%

2016

16%

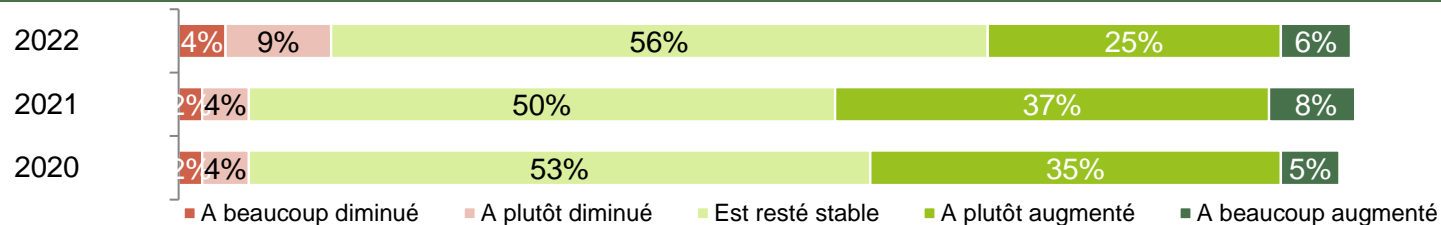
23%

61%

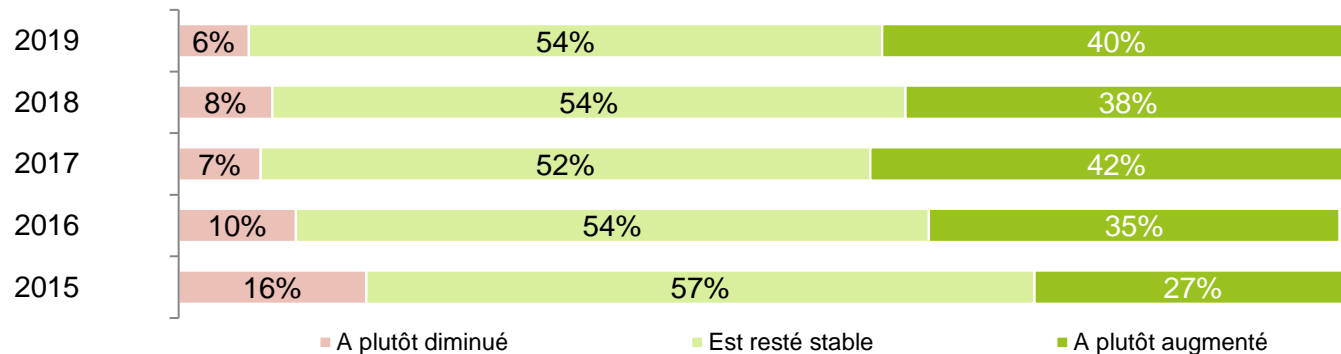
Evolution de la part de produits bio dans les achats alimentaires

Diriez-vous que la part des produits bio dans vos achats alimentaires, ces 12 derniers mois... ?

Base individus ayant acheté des produits biologiques, n=1820



Changement d'échelle



LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

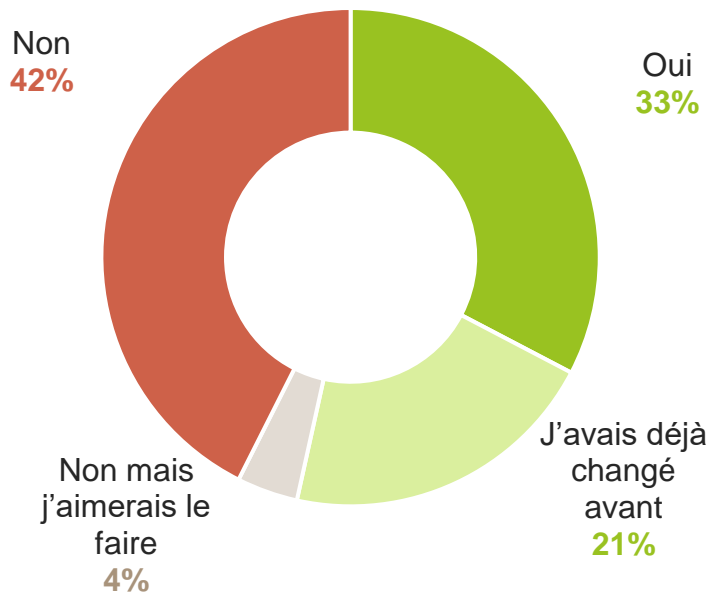
Evolution des comportements
alimentaires



Evolution des habitudes alimentaires

On parle beaucoup de changements d'habitudes alimentaires. Vous-même, diriez-vous que vous avez fait des changements dans votre alimentation cette année ?

Base totale, n=4000



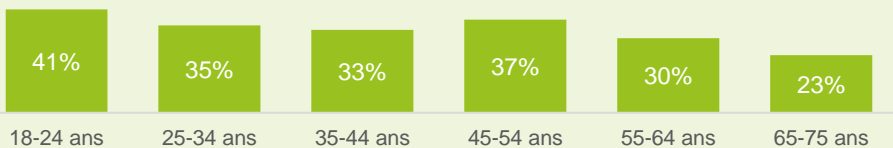
Changements
d'habitudes alimentaires
54%

Evolution des habitudes alimentaires

On parle beaucoup de changements d'habitudes alimentaires. Vous-même, diriez-vous que vous avez fait des changements dans votre alimentation cette année ?

Base totale, n=4000

En fonction de l'âge



En fonction du niveau de vie du ménage



En fonction du niveau de la situation familiale



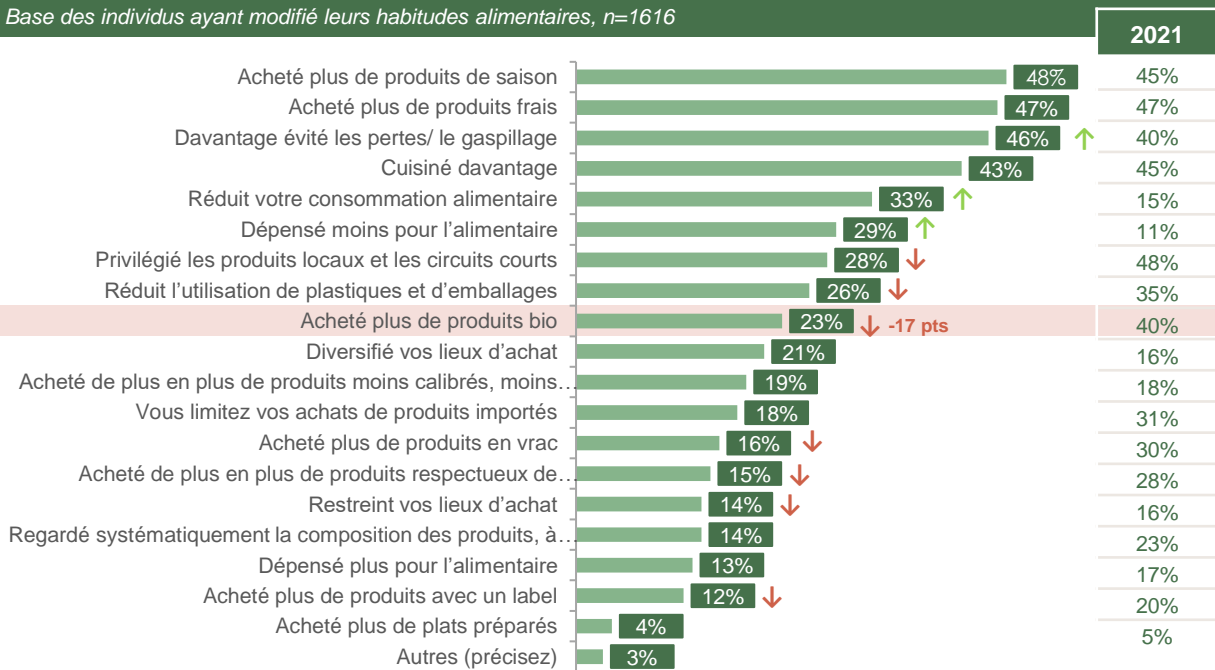
En fonction de la fréquence de consommation de produits bios



Types des habitudes alimentaires modifiées

De quelles manières avez-vous modifié vos habitudes, votre comportement ? Vous avez...

Base des individus ayant modifié leurs habitudes alimentaires, n=1616

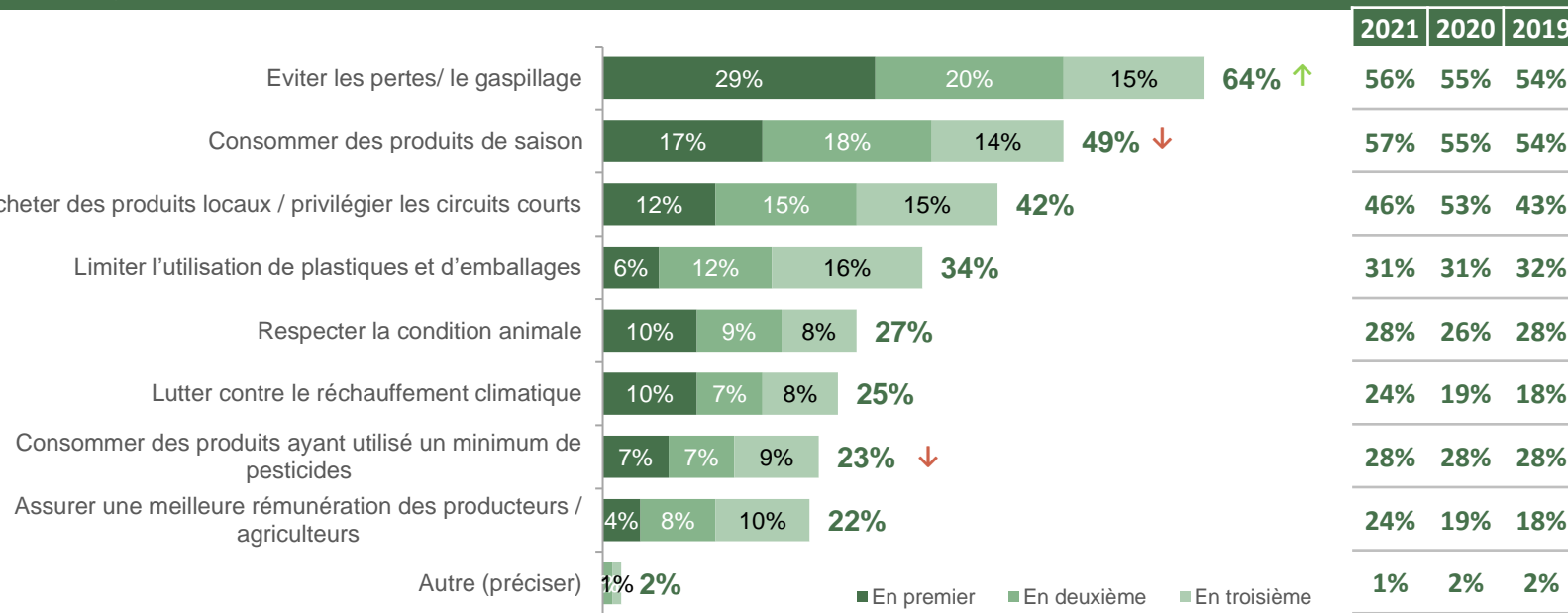


 -17 pts Baisse des achats de produits bio	 +6pts D'attention portée sur le gaspillage
 +18 pts Réduction de la conso. alimentaire	 +28 pts Réduction des dépenses alimentaires

Engagements liés à la consommation alimentaire

Dans le cadre de votre consommation alimentaire (et celle de votre foyer), quels sont les 3 engagements (parmi les suivants) que vous jugez les plus importants aujourd'hui ?

Base totale, n=4000

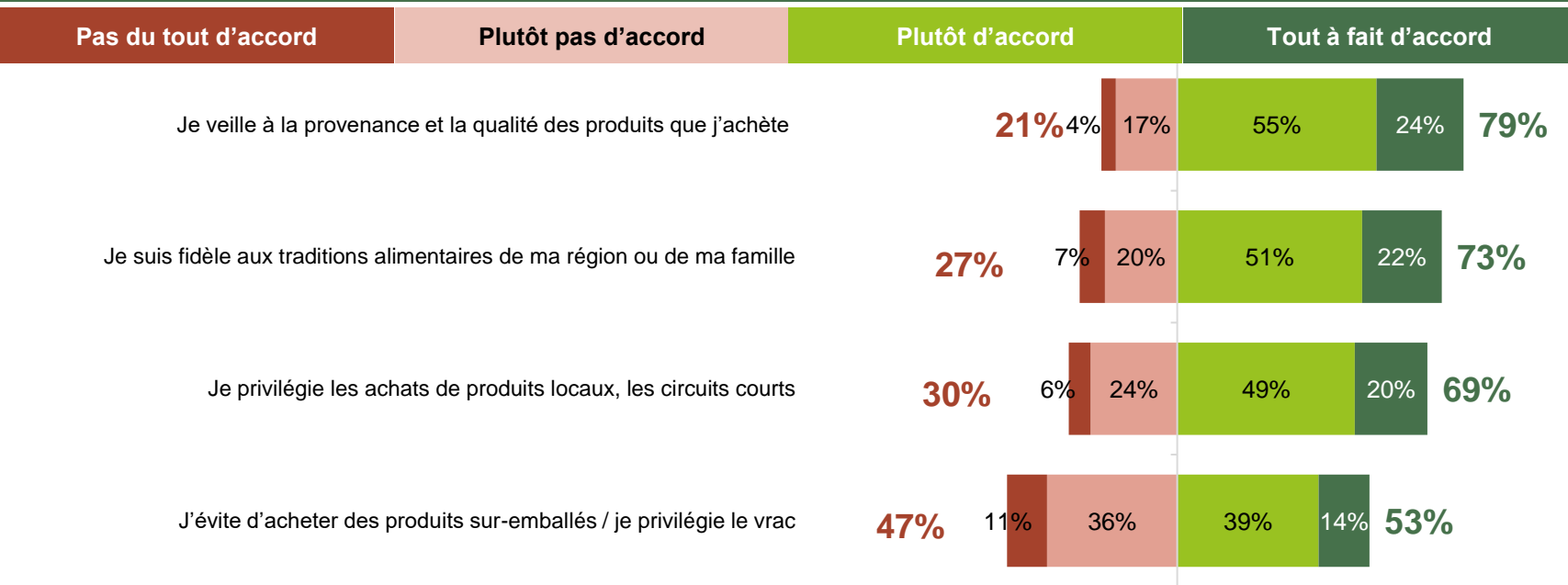


4% ne
prennent aucun
engagement
pour leur
consommation
alimentaire

Habitudes alimentaires : provenance et localisme

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

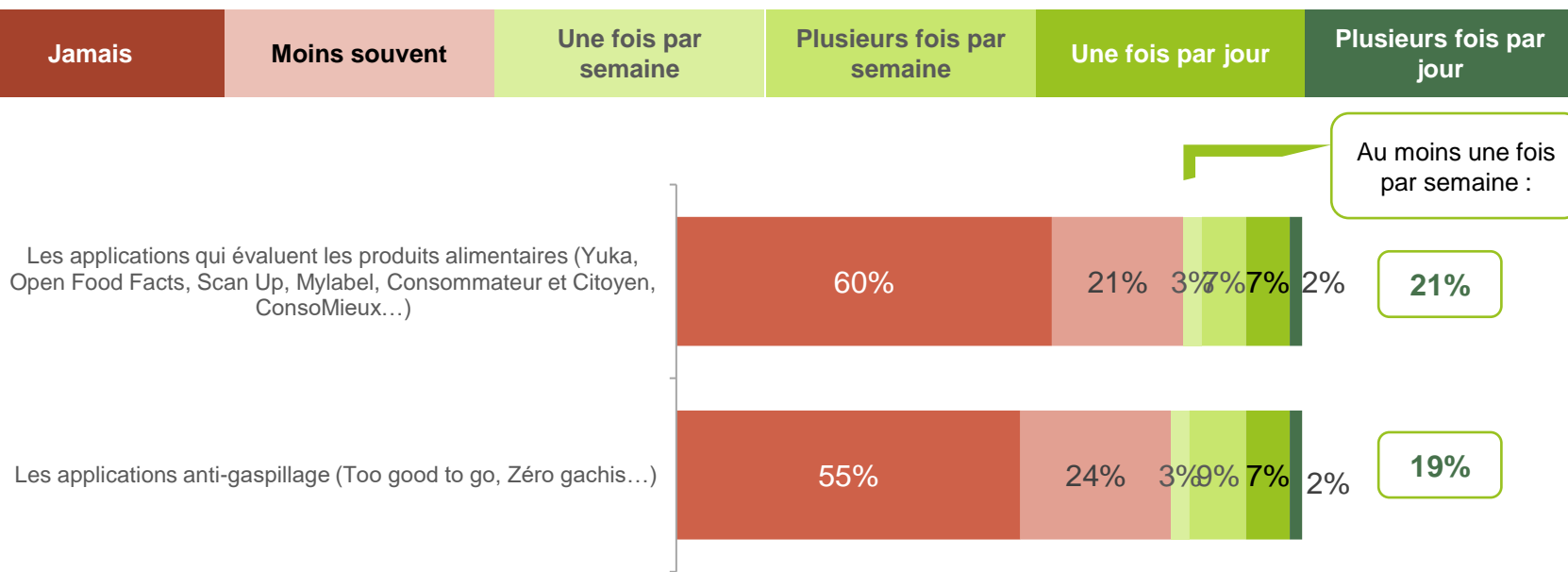
Base totale, n=4000



Habitudes alimentaires : usage des applications

A quelle fréquence utilisez-vous les applications suivantes ?

Base totale, n=4000

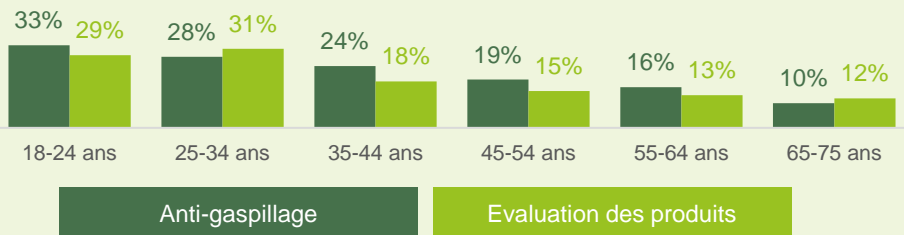


Habitudes alimentaires : usage des applications

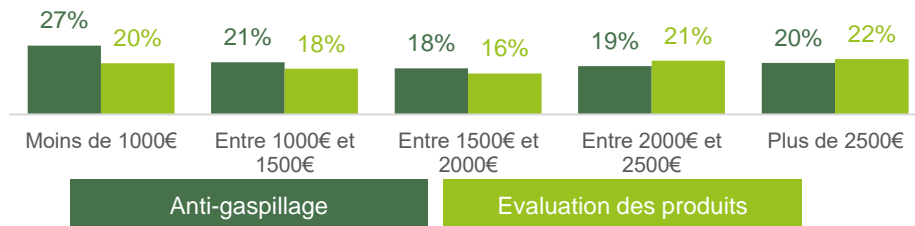
A quelle fréquence utilisez-vous les applications suivantes ?

Base totale, n=4000

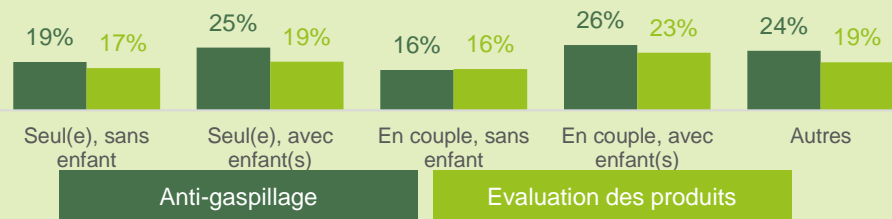
Au moins une fois par semaine - En fonction de l'âge



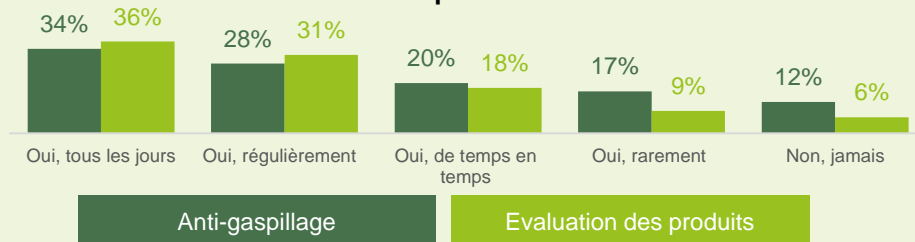
Au moins une fois par semaine - En fonction du niveau de vie



Au moins une fois par semaine - En fonction du niveau de la situation familiale



Au moins une fois par semaine - En fonction de la fréquence de consommation de produits bios





2. LE RAPPORT DES FRANÇAIS À L'ALIMENTATION

[Retour au sommaire](#)

Le rapport des Français à l'alimentation – A retenir

Une alimentation perçue comme un plaisir pour une majorité de Français

Interrogés sur leur rapport à l'alimentation, **61% des Français indiquent qu'il s'agit davantage pour eux d'un plaisir** que d'une nécessité, dont plus d'un sur 5 pour qui l'alimentation est un réel plaisir.

La santé occupe une place centrale dans le rapport à l'alimentation

Pour autant, si le plaisir des sens reste associé au « **bien manger** » par 27% des Français, **les préoccupations santé** occupent la **1^{ère} place** dans les représentations. Ainsi, 41% rapprochent le « bien manger » d'une **alimentation équilibrée** et 34% d'une alimentation qui **ne porte pas atteinte à la santé**.

Des représentations qui s'inscrivent dans un contexte où **69% des Français se disent attentifs aux effets de l'alimentation sur leur santé**. Cette attention s'observe dans les pratiques d'achats alimentaires. Ainsi, **88%** des

Français veillent à ce que leur foyer mange des **produits sains et variés**. **69%** se disent attentifs à la présence de **perturbateurs endocriniens** dans les produits alimentaires qu'ils consomment, et **10%** des Français pratiquent un **régime alimentaire « sans » (sans sucre, sans sel, sans gluten, etc.)**.

L'environnement, une préoccupation croissante pour les Français

22% des Français considèrent que « bien manger » est avant tout une alimentation qui **ne porte pas atteinte à l'environnement**. 17% des Français pratiquent un régime flexitarien et 7% un régime « sans viande rouge ». Par ailleurs, **69%** des Français se disent **vigilants au processus de production** qui respecte l'environnement et la condition animale.

Le prix : une contrainte prégnante dans les achats alimentaires

En dépit de considérations santé et environnement importantes dans leur rapport à l'alimentation, lorsqu'il s'agit de **choisir entre le**

prix et la qualité pour leurs achats alimentaires, **près de la moitié (49%)** des Français indiquent réaliser des **arbitrages en faveur du prix**.

Ils sont également **46%** à avoir le sentiment de devoir se **restreindre pour des raisons financières sur les dépenses alimentaires**, dont 14% qui doivent faire face à d'importantes restrictions. **Le bio pâtit particulièrement de ces contraintes**. Ainsi, **83%** des Français contraints dans leur budget alimentaire disent **éviter les produits issus de l'agriculture biologique** car ils pensent qu'ils coûtent trop chers. 87% des Français comparent toujours le prix des produits avant d'acheter. 65% des Français regardent le prix comme premier critère de leurs achats alimentaires.

A noter également que 56% des Français qui restreignent leur budget alimentation déclarent manger moins qu'ils ne le souhaiteraient.

LE RAPPORT DES FRANÇAIS À L'ALIMENTATION

Perceptions de l'alimentation



L'alimentation : plaisir ou nécessité ?

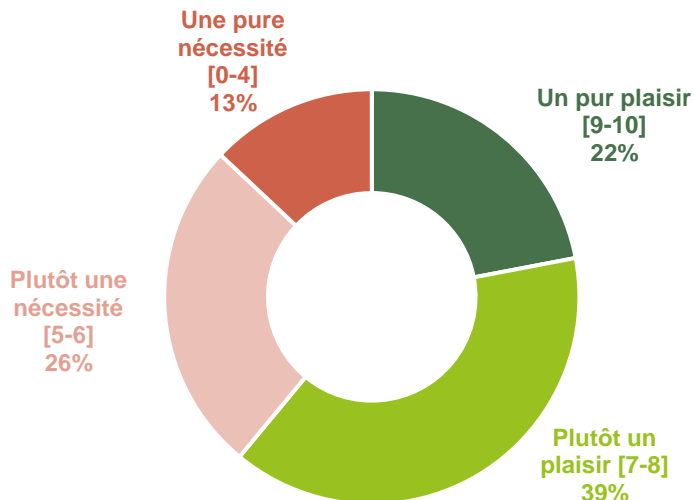
Pour vous, l'alimentation, est-ce plutôt un plaisir ou plutôt une nécessité ?

Base totale, n=4000

Note comprise entre 0 et 10

0 = C'est seulement une nécessité

10 = C'est un pur plaisir

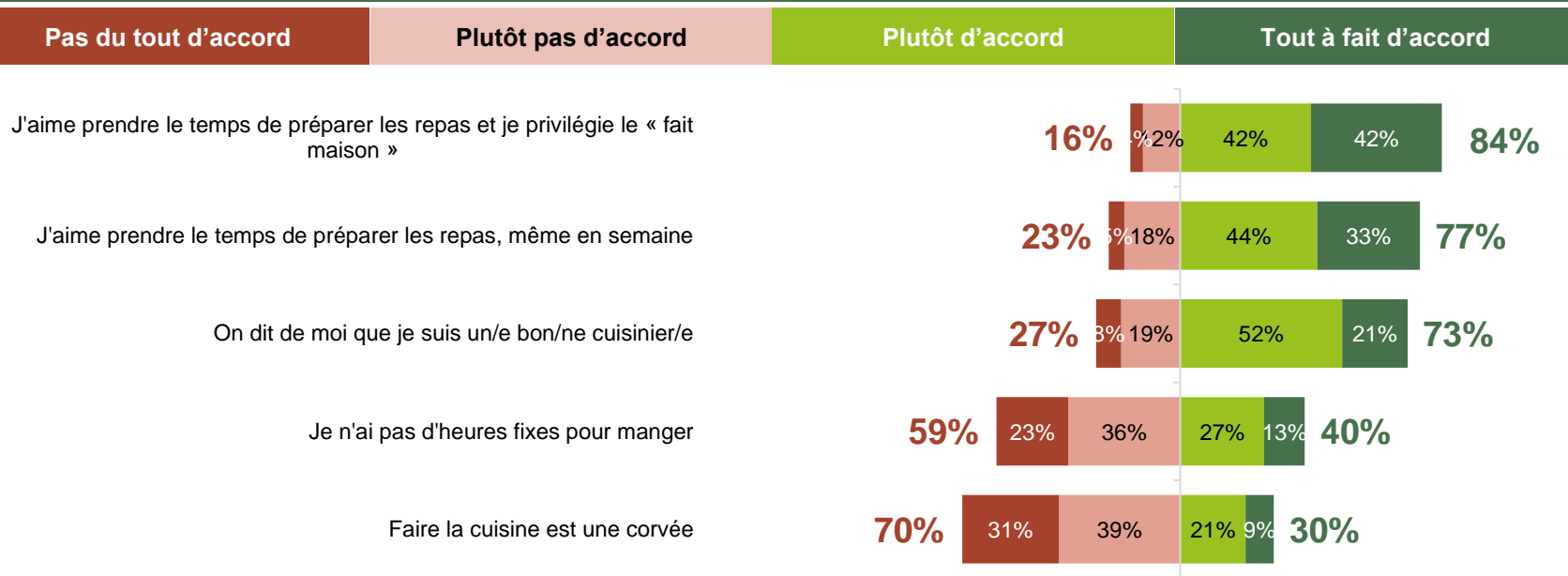


Un plaisir
61%

Rapport à la cuisine

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

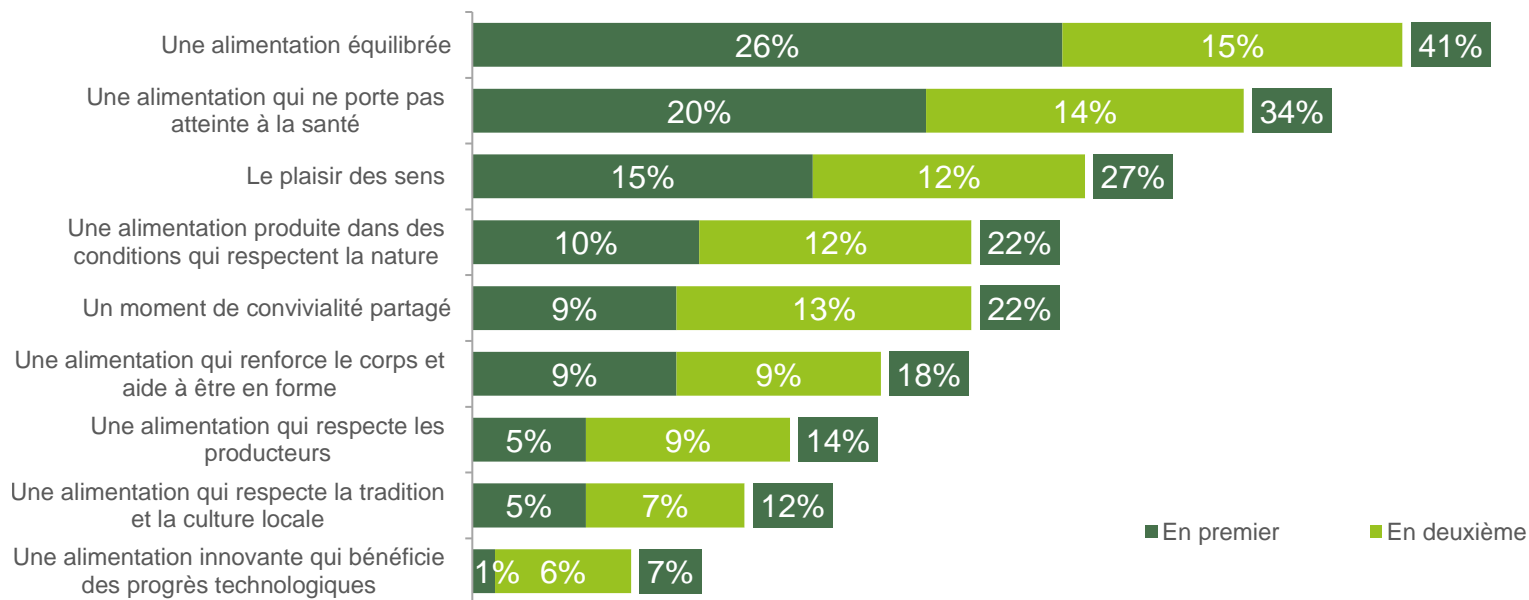
Base totale, n=4000



Représentation du « bien manger »

Pour vous, « bien manger », c'est avant tout :

Base totale, n=4000



LE RAPPORT DES FRANÇAIS À L'ALIMENTATION

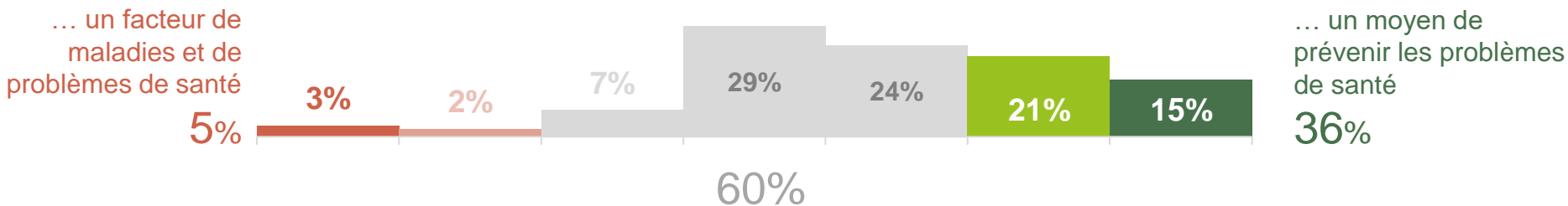
Alimentation / santé



Perception de l'alimentation sur la santé

Et de manière générale, vous voyez votre alimentation plutôt comme... ?

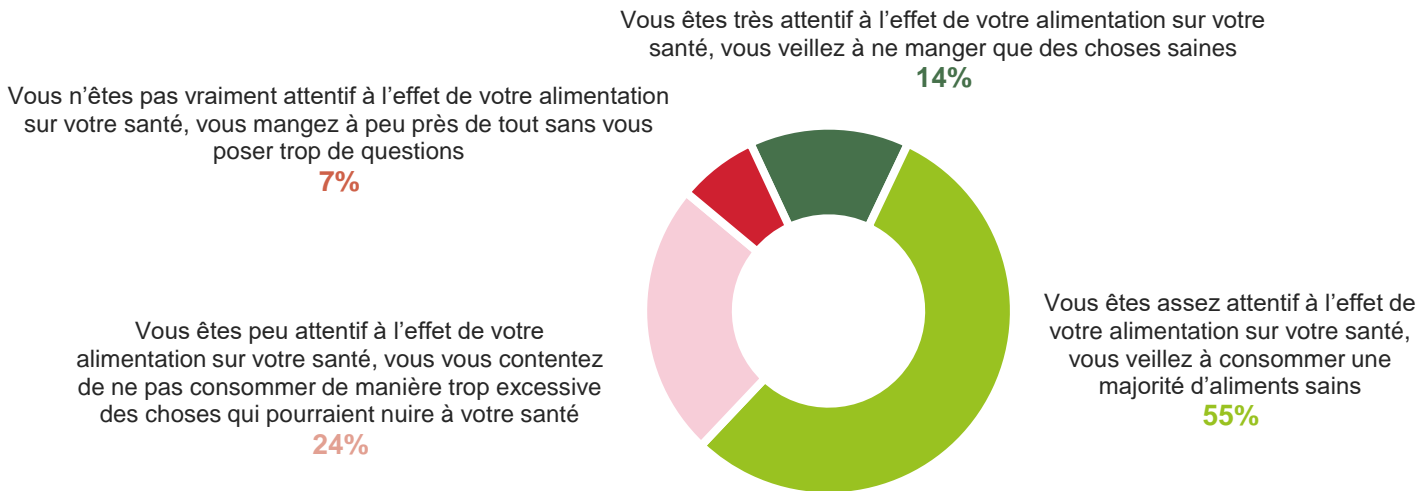
Base totale, n=4000



Attention portée à l'alimentation sur la santé

Parmi les affirmations suivantes, quelle est celle qui vous correspond le mieux ?

Base totale, n=4000



Attentifs
69%

Rapport à l'alimentation : place de la santé

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Je veille à ce que mon foyer mange des produits sains et variés

11% 9% 58% 30% **88%**

Je souhaite faire attention aux perturbateurs endocriniens

30% 9% 21% 48% 21% **69%**

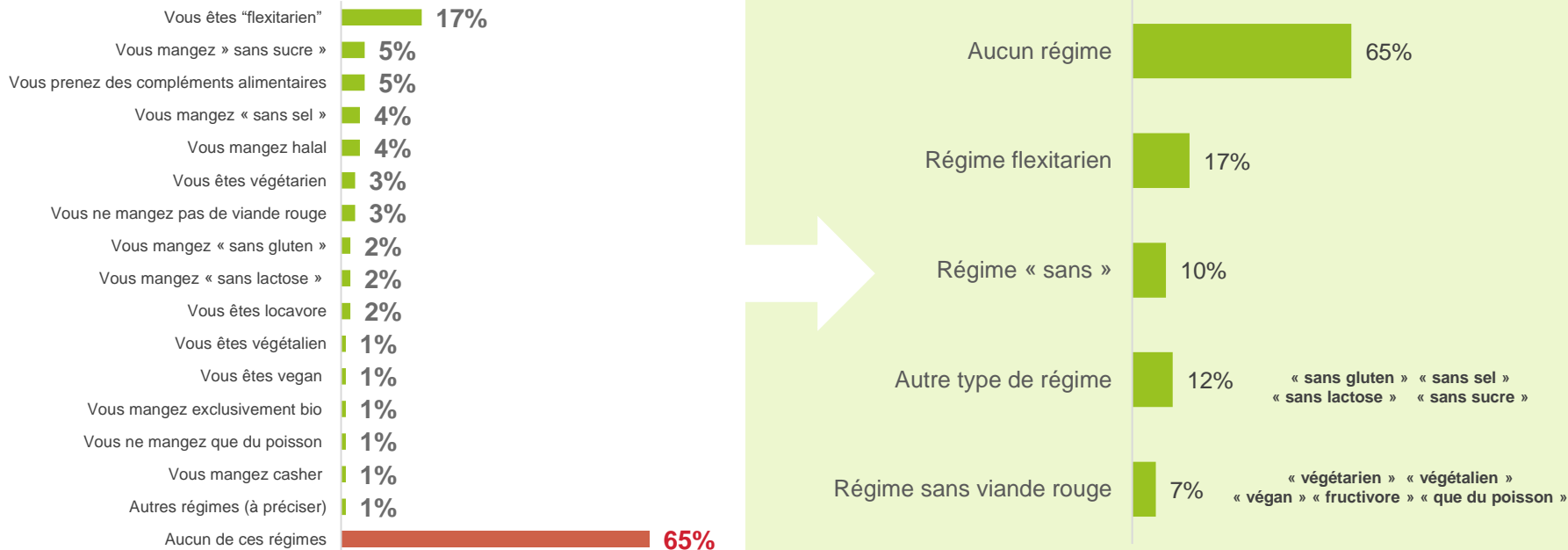
Je lis toujours les étiquettes pour connaître la composition nutritionnelle des produits alimentaires

42% 11% 31% 41% 17% **58%**

Régimes permanents

Pouvez-vous nous dire si vous suivez l'un des régimes suivants ?

Base totale, n=4000



LE RAPPORT DES FRANÇAIS À L'ALIMENTATION

Alimentation / qualité



Perceptions de la qualité et considérations sociales / environnementales

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Les marques distributeurs de produits alimentaires sont de qualité équivalente aux grandes marques

28% 24% 54% 18% **72%**

Je suis vigilant(e) au processus de production qui respecte l'environnement et la condition animale

30% 24% 50% 19% **69%**

J'achète certains produits afin d'assurer une meilleure rémunération des producteurs / agriculteurs

35% 8% 27% 51% 15% **66%**

Pour les produits alimentaires, j'hésite un peu à acheter des marques distributeurs

58% 19% 39% 32% 10% **42%**

Arbitrages qualité / prix dans l'alimentation

De manière générale, lorsque vous réalisez des achats de produits alimentaires, vous avez tendance à... ?

Base totale, n=4000



LE RAPPORT DES FRANÇAIS À L'ALIMENTATION

Contraintes budgétaires

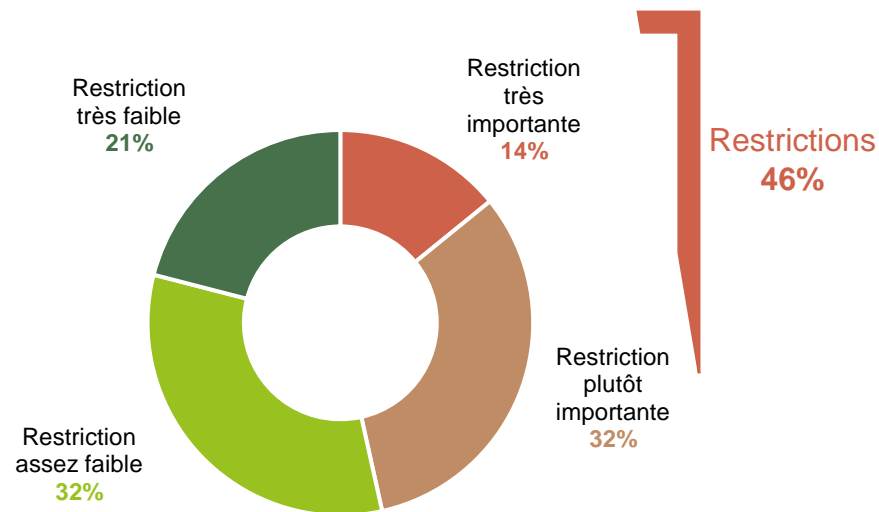
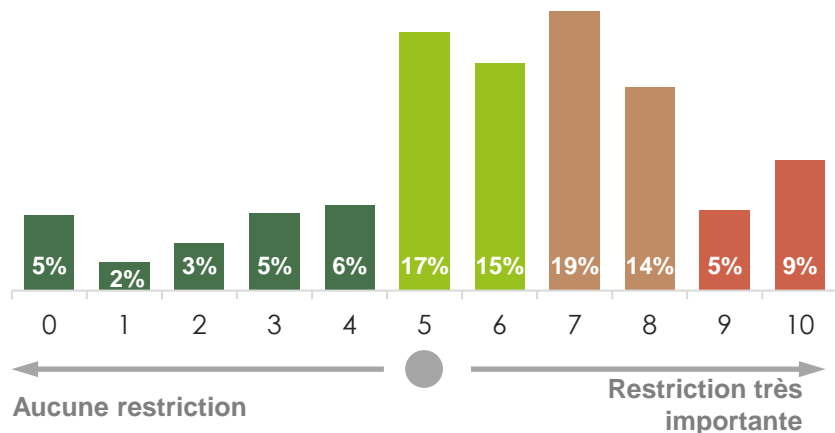


Contraintes financières sur les dépenses alimentaires

Dans quelle mesure avez-vous le sentiment que, dans votre foyer, vous êtes contraints de vous restreindre pour des raisons financières sur les dépenses alimentaires ?

Base totale, n = 4 000

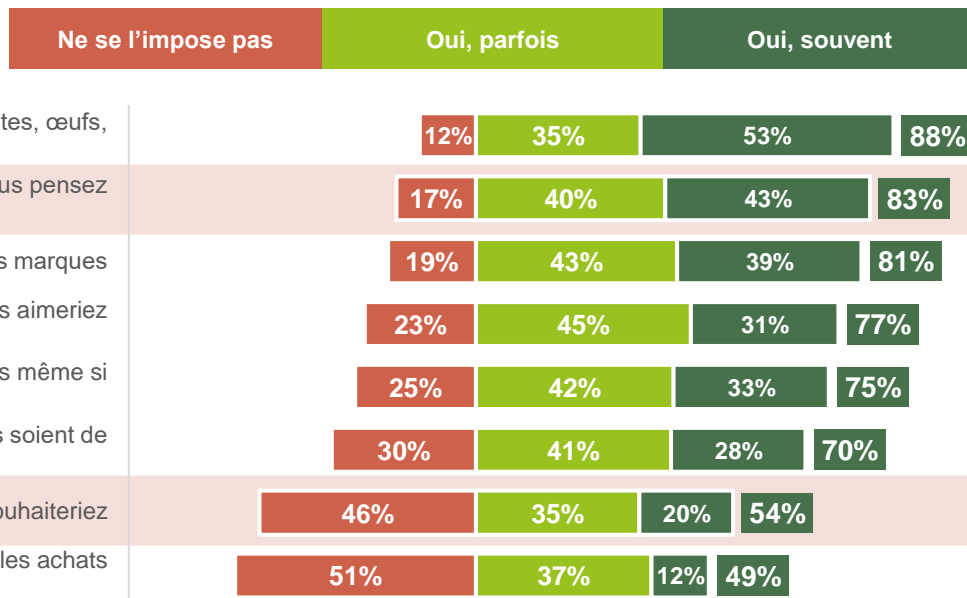
Moyenne : 6,0
Ecart-type : 2,5



Nature des restrictions alimentaires

Quelle est la nature des restrictions que vous vous imposez en termes d'alimentation pour des raisons financières ?

Base : Français se restreignant sur les dépenses alimentaires (note supérieure à 5 à la question précédente) : n = 2 464



Habitudes alimentaires : importance du prix

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000

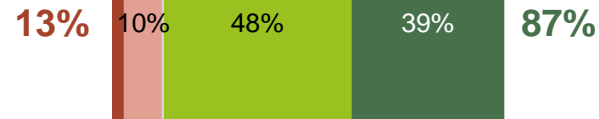
Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

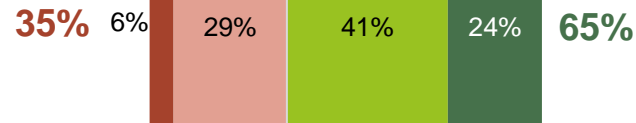
Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Je compare toujours le prix des produits avant d'acheter



Pour choisir mes produits alimentaires, mon premier critère c'est le prix



3.

REPRÉSENTATION DES PRODUITS BIO

[Retour au sommaire](#)

Représentations des produits bio – A retenir

Une remise en cause de la justesse des prix du bio....

Alors que **94% des Français** s'accordent sur le fait que les **produits bios coûtent souvent plus cher**, ils sont une **majorité (59%)** à considérer **anormal l'écart de prix** avec un produit conventionnel. Par ailleurs, 64% estiment que la mention bio sert à justifier des prix plus élevés et 61% que le bio est avant tout du marketing.

...liée à une dégradation de l'image-qualité des produits bio

Si les **qualités environnementales des produits bios sont très largement reconnues** par les Français, les convictions à ce sujet sont **en recul** par rapport aux précédentes éditions du baromètre. Ainsi, **82%** des Français considèrent que « l'agriculture biologique contribue à **préserver l'environnement**, la qualité des sols, les ressources en eau », dont 28% qui sont « tout à fait d'accord », une part en **baisse de 7 points** par rapport à 2021.

De même, la part des Français qui se montrent tout à fait d'accord avec l'affirmation selon laquelle

les produits bio sont **meilleurs pour la santé** (24%) est en **recul de 8 points** par rapport à la précédente édition du baromètre.

Une perception de l'impact économique et social du bio assez floue

Enfin, les Français sont **relativement partagés sur l'impact économique et social du bio** : si une majorité (62%) de Français estiment que les produits bio sont générateurs d'emplois, la part de personnes « tout à fait » d'accord est là aussi en baisse (-8 points) par rapport à 2021 et 37% marquent leur désaccord avec cette proposition. Mais c'est sur la question de la **juste rémunération des producteurs** que les Français se montrent les plus clivés, avec seulement **60% qui considèrent que l'agriculture biologique permet une juste rémunération des producteurs français**. Une opinion là encore en recul par rapport à 2021, dans un contexte où **les 2/3 de la population** indiquent être **attentifs à cet aspect** lors de leurs achats alimentaires.

Une connaissance parcellaire du bio

Les **trois quart des Français** reconnaissent que le bio répond à un **cahier des charges exigeant**. Toutefois, **30% estiment qu'il s'est assoupli** au cours de ces dernières années, soit 7 points de plus qu'en 2021. Une perception relativement partagée dans l'ensemble de la population, mais **plus répandue chez les consommateurs inquiets des effets de l'alimentation sur leur santé**.

Les incertitudes se font encore plus grandes sur la définition même du bio. Ainsi, **35% des Français estiment qu'il est faux (20%) ou ne savent pas (15%) qu'un produit bio est un produit sans pesticide**. 51% des Français ne savent pas qu'un produit bio peut concerner les produits transformés. Enfin, **40% considèrent que le bio ne favorise pas particulièrement les circuits courts quand 20% ne se prononcent pas**. Des positions qui peuvent poser question dans un contexte où 69% des Français disent essayer de privilégier les circuits courts.

Représentations des produits bio – A retenir

Des labels bios connus mais largement concurrencés

95% des Français reconnaissent et savent au moins vaguement ce que signifie le **label bio AB**. L'Eurofeuille affiche quant à lui une moindre notoriété (64%, en hausse de 6 points par rapport à 2021). Mais c'est **le Nutriscore qui bénéficie de la meilleure connaissance**, avec 69% de Français qui déclarent savoir précisément ce qu'il signifie (62% pour le logo AB). Il fait partie, avec le logo AB et le Label Rouge, des seuls labels pour lesquels plus de la moitié des Français déclarent avoir une connaissance précise.

Dans l'ensemble, **même si elle reste élevée, l'attention des Français portée à chaque logo diminue en 2022**. Ils sont notamment 65% à être attentifs au logo AB lors de leurs achats, soit 11 points de moins qu'en 2021.

Mieux connu, **le Nutriscore est également le logo auquel les Français se montrent le plus attentifs** (29% s'y disent très attentifs, pour 23% concernant le logo AB et 18% pour l'Eurofeuille). Il semblerait ainsi que, devant la profusion des

labels et certifications, **le Nutriscore soit perçu comme synthétisant et donc simplifiant** les informations importantes aux yeux des consommateurs.

Ainsi, **84% des Français indiquent faire attention à au moins une mention** sur la composition des produits alimentaires lorsqu'ils font leurs achats. Avec 48% de réponses, **la mention de l'origine est la plus fréquemment regardée**.

Le bio pâtit de la défiance à l'égard des « grands » acteurs de l'économie

Interrogés sur le degré de confiance qu'ils accordent à différents acteurs de l'alimentaire, **les Français se montrent particulièrement confiants à l'égard des « petits » acteurs**, perçus plus proches, mieux incarnés ou partageant des intérêts communs. Ainsi, 87% estiment qu'en tant que consommateur, on peut faire confiance aux petits producteurs, 85% aux artisans, 80% aux agriculteurs, 72% aux petits commerçants...A l'inverse, **seuls 38%**

considèrent que l'on peut faire confiance aux grandes marques alimentaires, 42% aux enseignes de la grande distribution et **45% aux produits estampillés bio**. Les magasins bios bénéficient cependant d'une meilleure côte de confiance (59%). Ainsi, il semblerait qu'en se démocratisant, notamment par le biais de leur commercialisation au sein de la grande distribution, **les produits bio pâtissent de la défiance des consommateurs à l'égard des grands acteurs de l'économie**.

Un niveau d'information perçu comme de moins en moins suffisant

La montée de la défiance à l'égard des produits bio s'illustre notamment dans **le déficit d'informations déclaré par les Français à l'égard des produits bio**. Ainsi, moins de la moitié d'entre eux (et seulement 1/10 « tout à fait ») considèrent avoir suffisamment d'informations sur l'impact sanitaire et environnemental de l'agriculture biologique, soit **9 points de moins** par rapport à 2021.

Représentations des produits bio – A retenir

De même, **seuls 48% des Français considèrent avoir suffisamment d'informations sur l'origine des produits bio** alors même que la mention de l'origine est l'une des plus surveillée par les consommateurs. Ils sont également plus de 50% à considérer de ne pas avoir suffisamment d'informations sur **le contrôle et la réglementation** des produits bio.

Une confiance en l'information fournie sur les produits bio relativement stable

En conséquence, la **note moyenne de confiance** accordée à l'information fournie sur les produits bio est **relativement basse** (6,1/10) et en baisse de 0,5 points par rapport à 2021. Elle retombe ainsi aux niveaux mesurés en 2020. Notons cependant **la stabilité** de la confiance accordée aux produits bio par les seuls **consommateurs réguliers** de produits bio (6,9/10).

Enfin, si **la confiance en les labels bio se maintient à un niveau élevé** (85% pour le label AB et 82% pour l'Eurofeuille) celle-ci baisse également par rapport à 2021 (- 6 points pour le

label AB et -4 points pour l'Eurofeuille), alors même qu'on observe une **relative stabilité de la confiance dans les autres labels** et certifications, notamment ceux attestant **de l'origine** et de la **traçabilité** des produits (Label Rouge, AOC, Viande / Fruits et légumes de France).

REPRÉSENTATION DES PRODUITS BIO

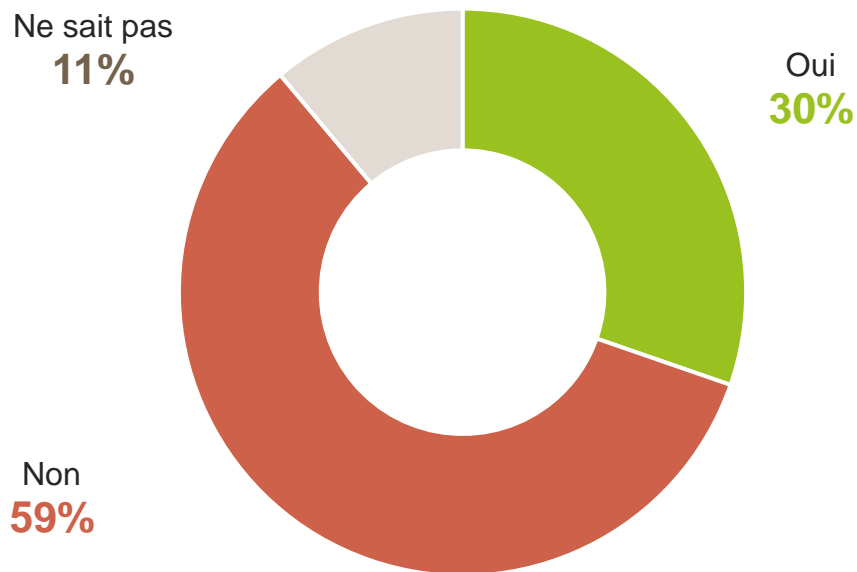
Image-prix



Perception des écarts de prix

Trouvez-vous normal qu'un produit biologique puisse coûter plus cher qu'un produit non biologique ?

Base totale, n=4000



Valeur prix des produits bios

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Les produits bios sont souvent plus chers

6%

4%

34%

60%

94%

Le bio c'est surtout pour justifier des prix plus élevés

36%

8%

28%

39%

25%

64%

Le bio c'est surtout du marketing

39%

10%

29%

40%

21%

61%

REPRÉSENTATION DES PRODUITS BIO

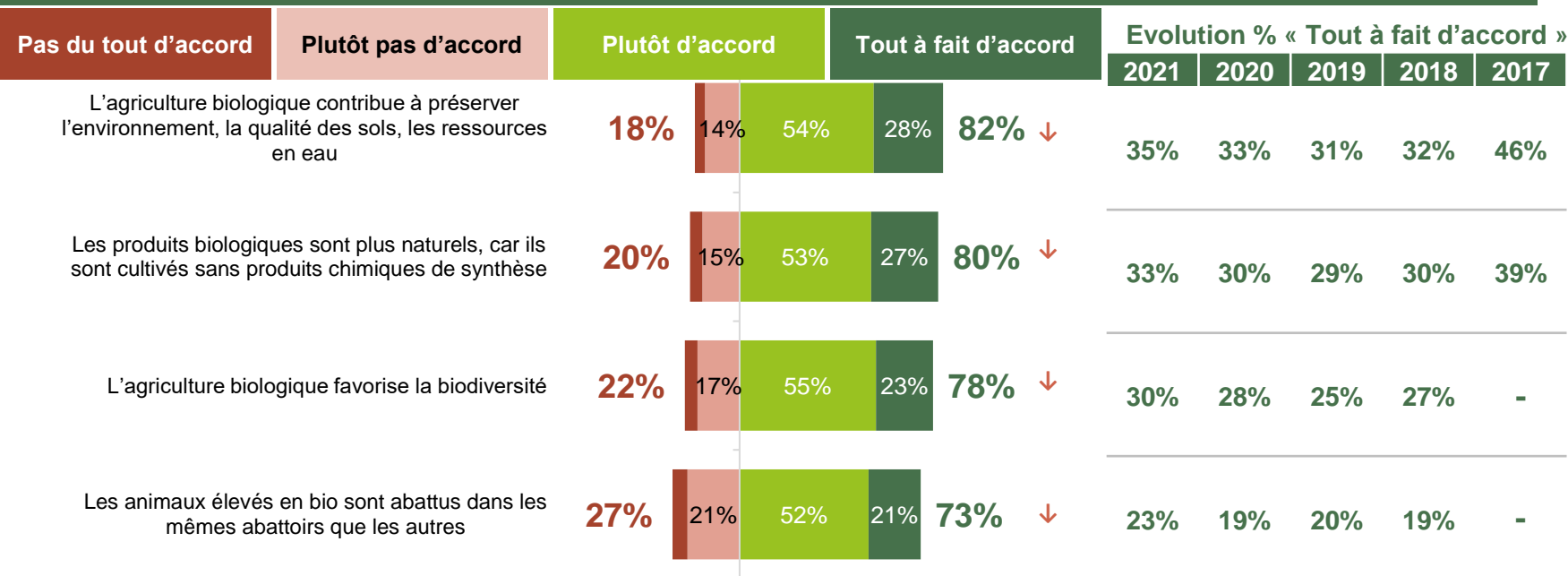
Image - qualité



Qualités environnementales des produits bios

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000



Valeur santé des produits bios

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000

Pas du tout
d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Evolution % « Tout à fait d'accord »

2021	2020	2019	2018	2017
------	------	------	------	------

Les produits biologiques sont meilleurs pour la santé

24% 19% 51% 24% 75% ↓

32%	30%	27%	30%	41%
-----	-----	-----	-----	-----

Dans les produits biologiques, les qualités nutritionnelles des aliments sont mieux préservées

28% 23% 53% 19% 72%

21%	18%	18%	20%	27%
-----	-----	-----	-----	-----

Valeurs gustatives des produits bios

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000

Pas du tout
d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Evolution % « Tout à fait d'accord »

2021	2020	2019	2018	2017
------	------	------	------	------

Les produits biologiques ont meilleur goût

43% 3% 35% 41% 15% 56% ↓

20%	16%	18%	18%	27%
-----	-----	-----	-----	-----

Les produits bio sont en général moins bons

75% 23% 52% 18% 24%

Impact économique et social du bio

Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Evolution % « Tout à fait d'accord »

2021	2020	2019	2018	2017
------	------	------	------	------

Les produits biologiques sont source d'emplois

37%

31%

49%

13%

62% ↓

21%

15%

15%

18%

26%

L'agriculture biologique permet une juste rémunération des producteurs français

40%

33%

46%

14%

60%

18%

-

-

-

-

REPRÉSENTATION DES PRODUITS BIO

Connaissance du bio



Représentation des produits bio

Quel est votre produit bio préféré ? Pourquoi ?

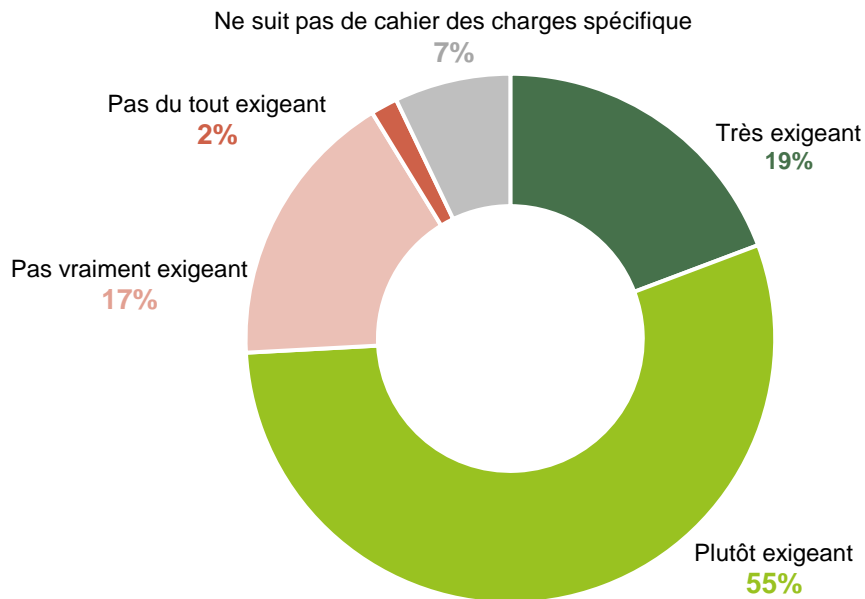
Base totale, n=4000



Exigence du cahier des charges

Selon vous l'agriculture biologique suit un cahier des charges (c'est-à-dire un document contractuel à respecter)...

Base totale, n=4000



74%
estiment le
CDC
exigeant

Evolution de l'exigence du cahier des charges

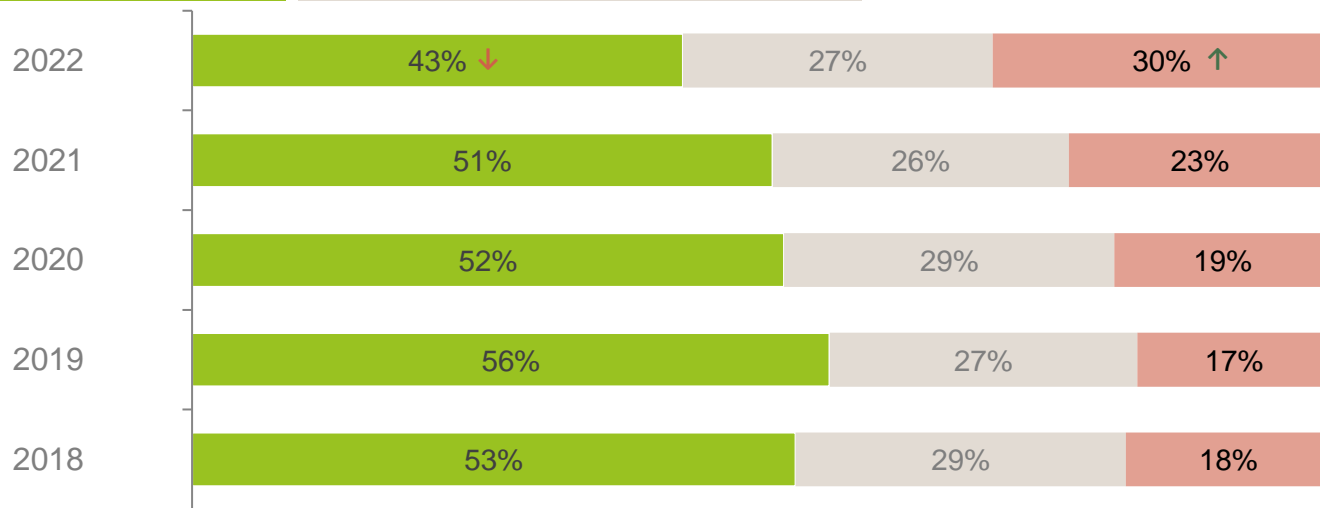
Selon vous, l'agriculture biologique Française suit un cahier des charges qui ... ?

Base totale, n=4000

Est devenu plus exigeant au cours de ces dernières années

Est resté identique au cours des 5 dernières années

S'est assoupli au cours de ces dernières années

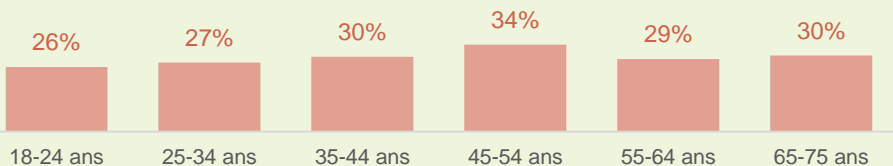


Evolution de l'exigence du cahier des charges

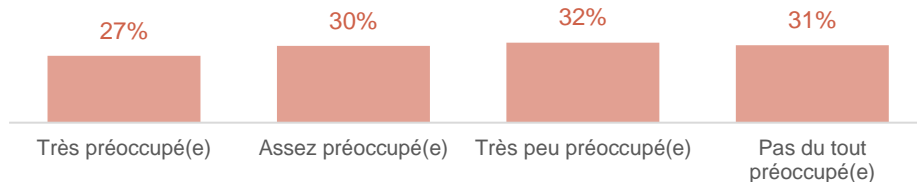
Selon vous, l'agriculture biologique Française suit un cahier des charges qui ... ?

Base totale, n=4000

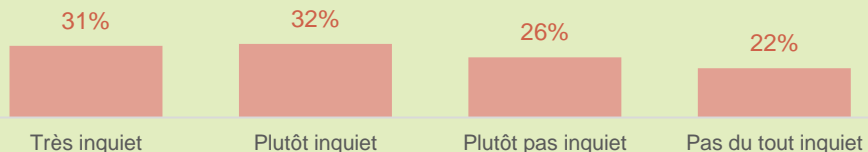
% « S'est assoupli » - En fonction de l'âge



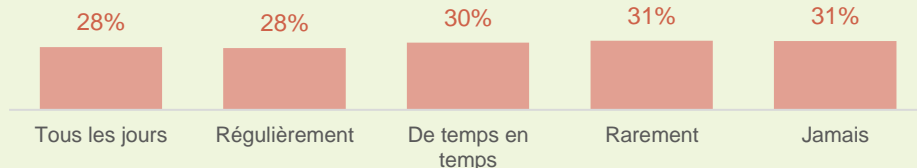
% « S'est assoupli » - En fonction des préoccupations environnementales



% « S'est assoupli » - En fonction de l'inquiétude à l'égard des effets de l'alimentation sur la santé



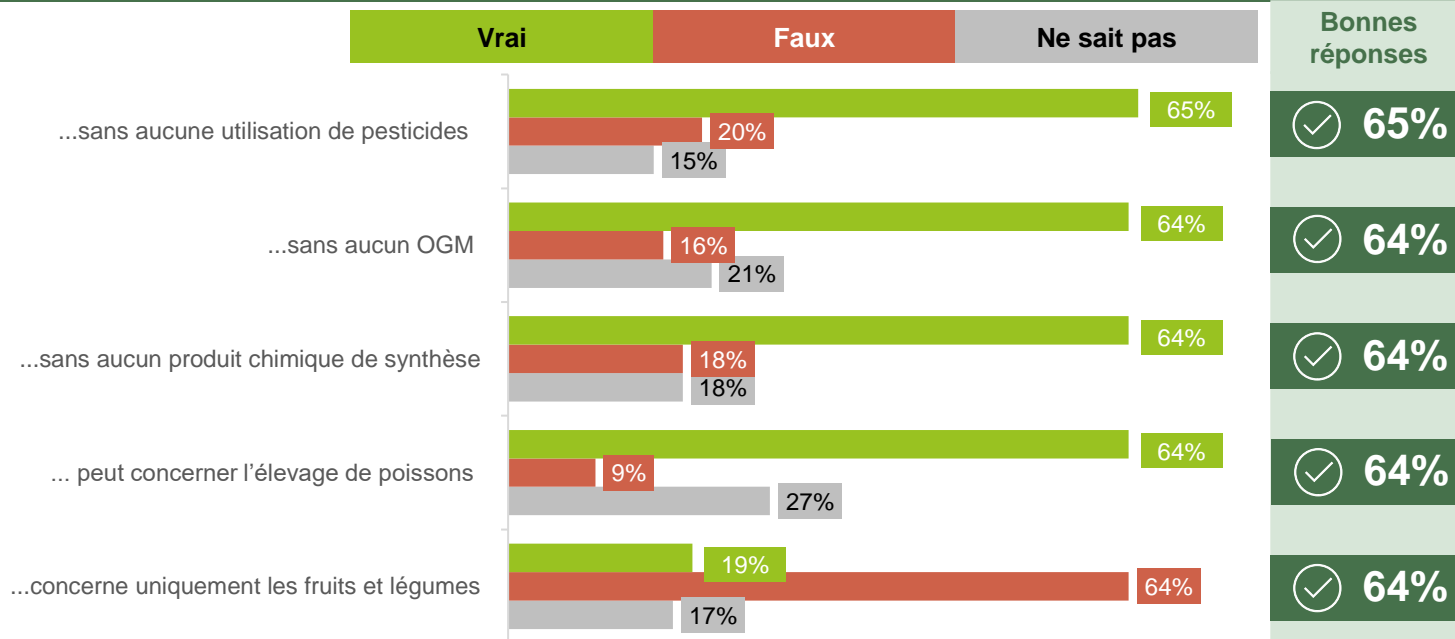
% « S'est assoupli » - En fonction de la fréquence de consommation de produits bios



Connaissances des normes bio

Selon vous, en général, un produit bio est un produit...

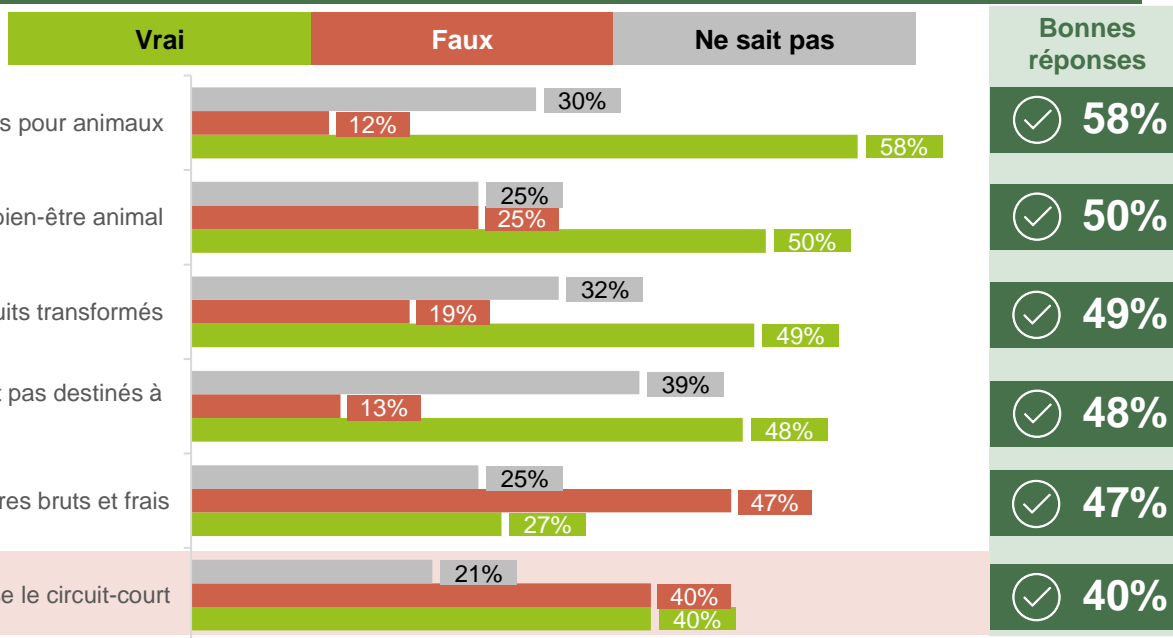
Base totale, n=4000



Connaissances des normes bio

Pour les propositions suivantes sur l'agriculture biologique, indiquez si, selon vous, elles sont vraies ou fausses. La réglementation sur l'agriculture biologique...

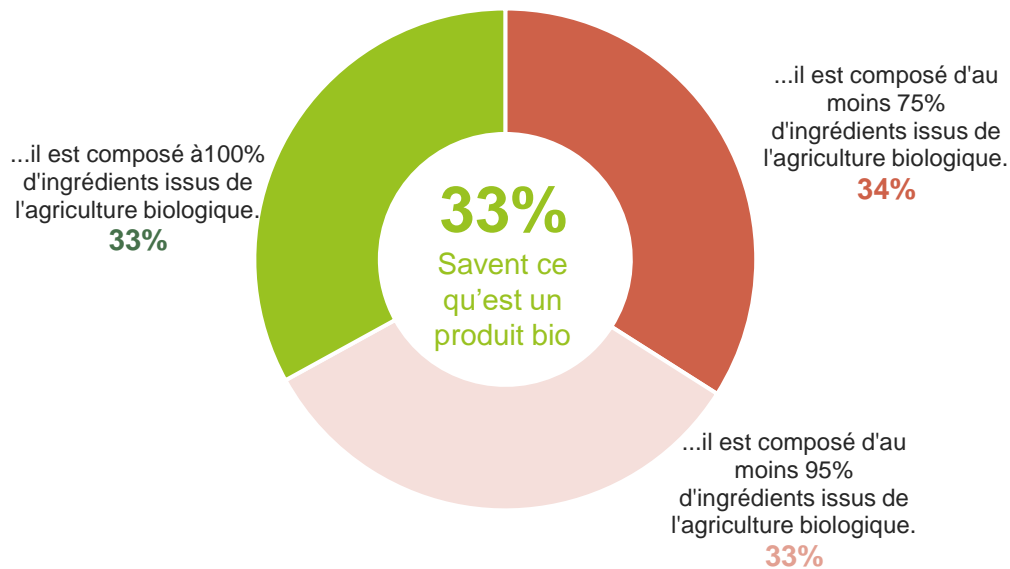
Base totale, n=4000



Connaissance de la définition d'un produit bio

Selon vous, un produit est considéré comme bio quand...

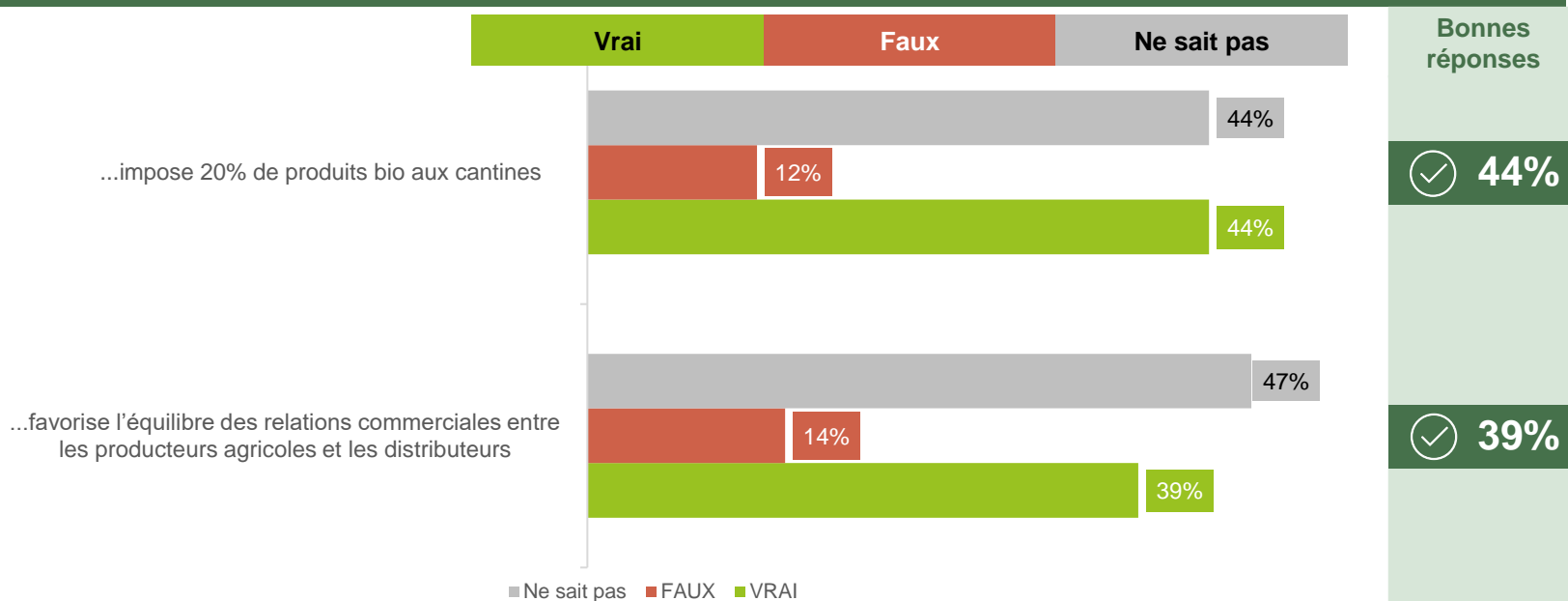
Base totale, n=4000



Connaissance des normes réglementaires

Il existe aujourd'hui une loi qui...

Base totale, n=4000



REPRÉSENTATION DES PRODUITS BIO

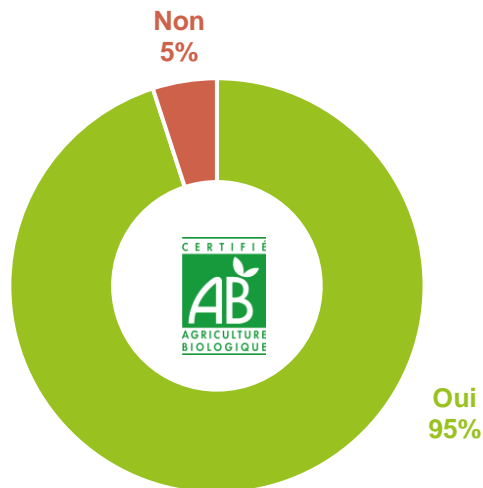
Notoriété des labels



Connaissance des labels bio

Connaissez-vous ces 2 logos...

Base totale, n=4000



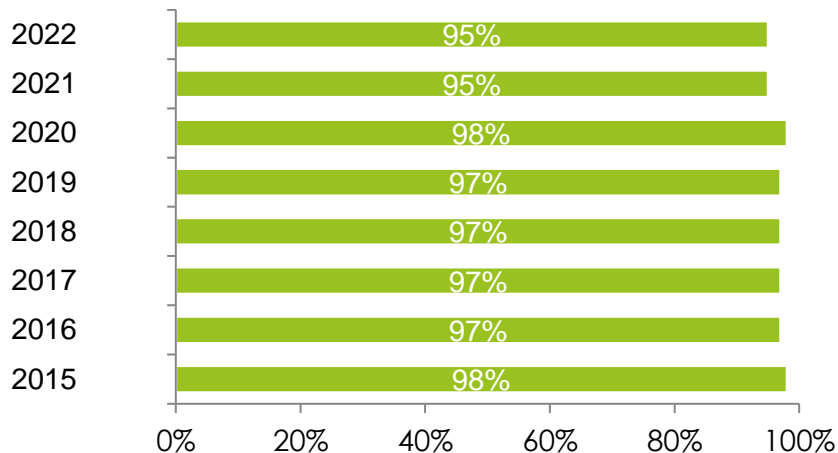
Evolution de la connaissance des labels bio

Connaissez-vous ces 2 logos...

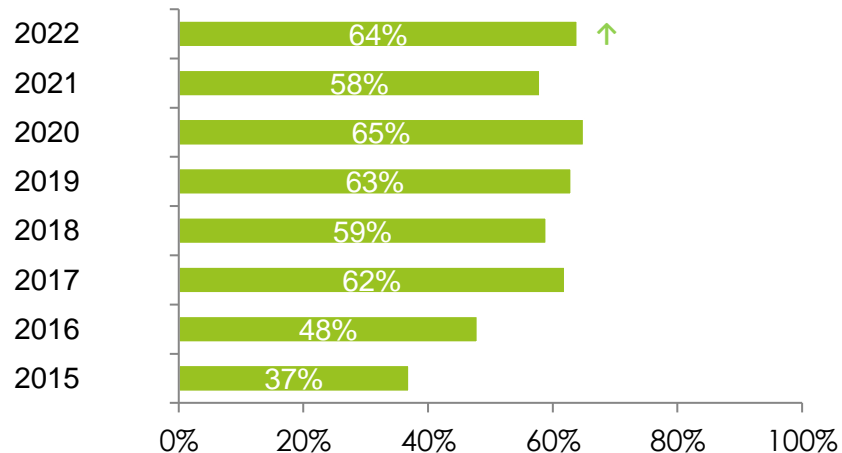
Base totale, n=4000



% connaît
le logo



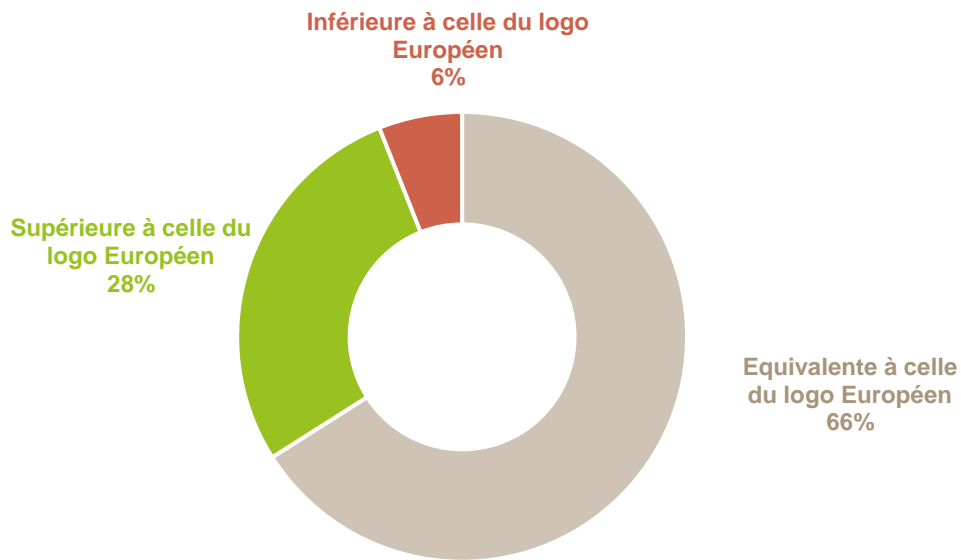
% connaît
le logo



Connaissance des labels bio

Pensez-vous que le logo AB identifie des produits biologiques de qualité ... ?

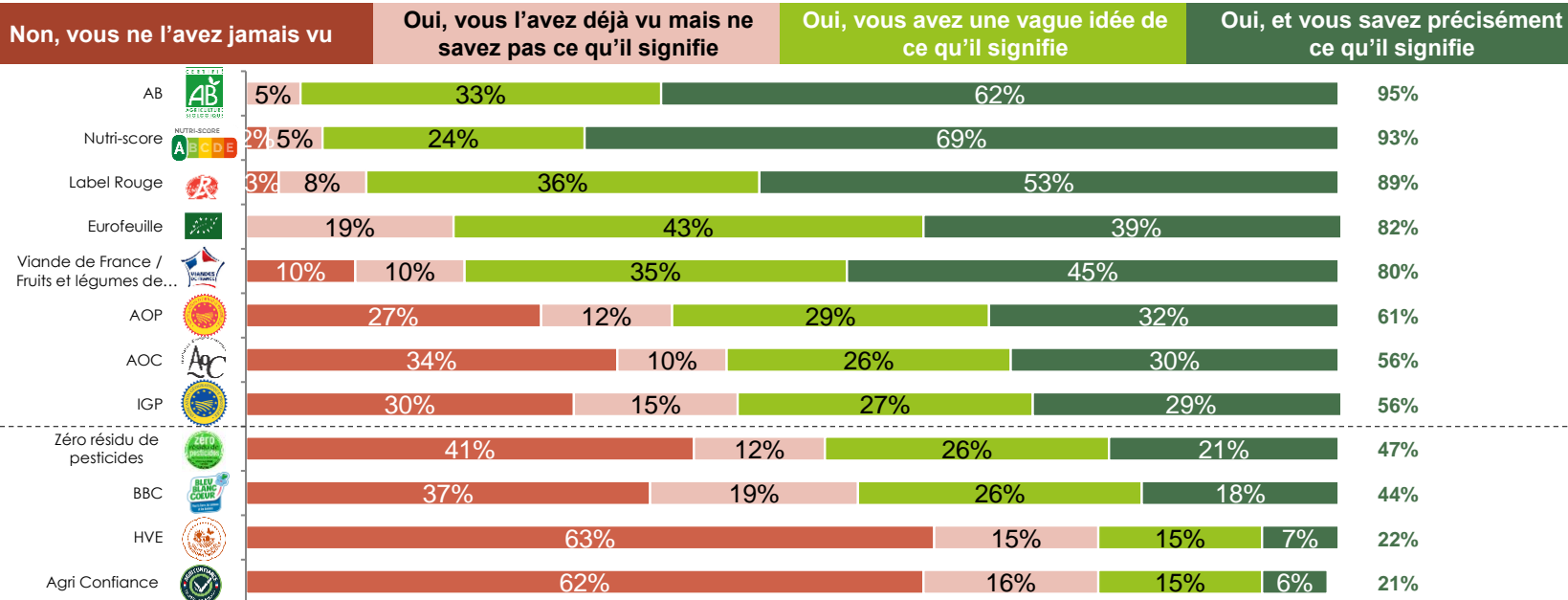
Base totale, n=4000



Connaissance de labels / logos

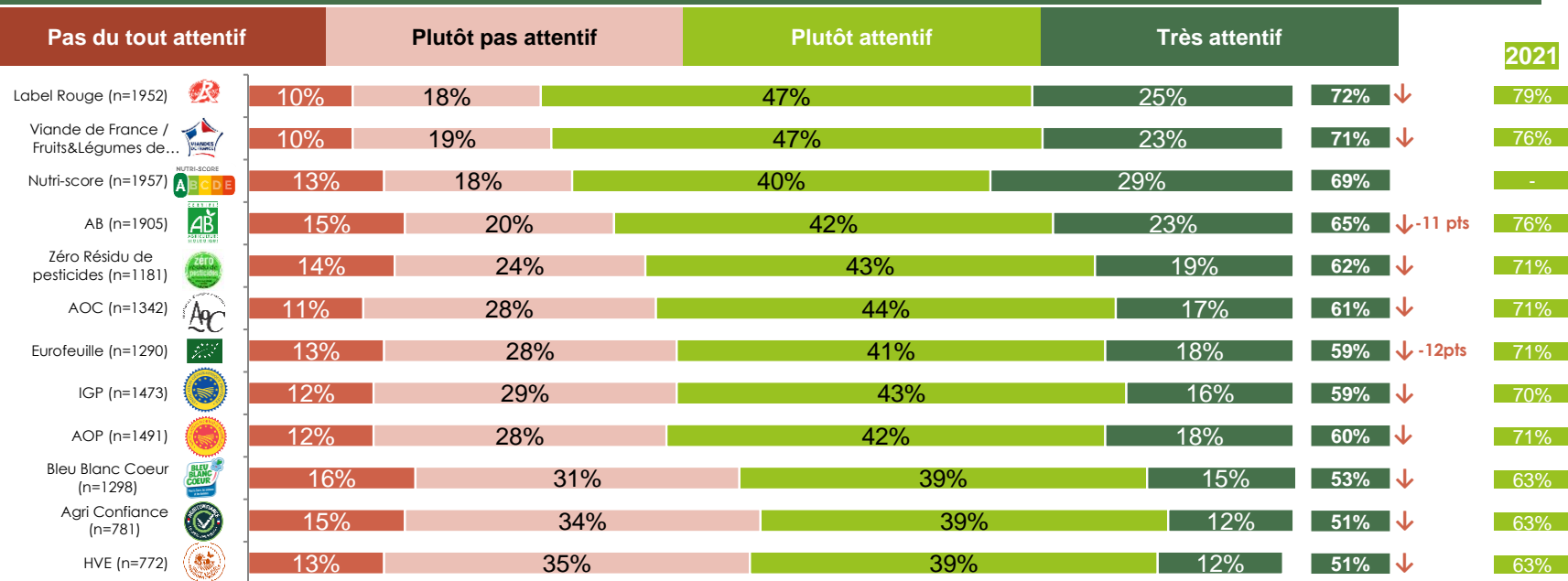
Nous allons vous montrer différents labels, logos ou certifications. Pour chacun d'eux, veuillez indiquer si vous connaissez ce label/logo/certification.

Base totale, n=4000



Attention portée aux labels

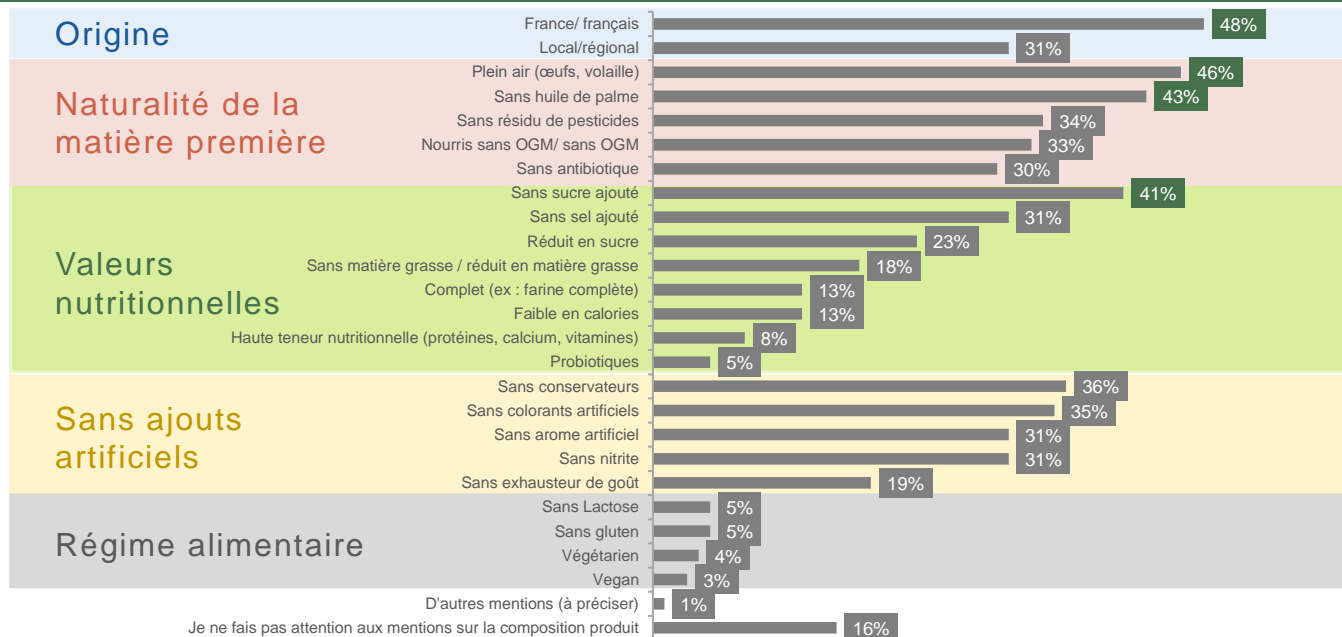
Toujours concernant ces labels/logos/certifications. Pour chacun d'entre eux, veuillez indiquer si, lors de vos achats de produits alimentaires, vous y êtes personnellement...



Attention portée aux mentions

A quelle(s) mention(s) sur la composition produit faites-vous attention lorsque vous achetez des produits alimentaires ?

Base sous-échantillonnée, individus qui connaissent chaque logo



84%

Des Français sont attentifs à au moins une mention lors de leurs achats alimentaires

REPRÉSENTATION DES PRODUITS BIO

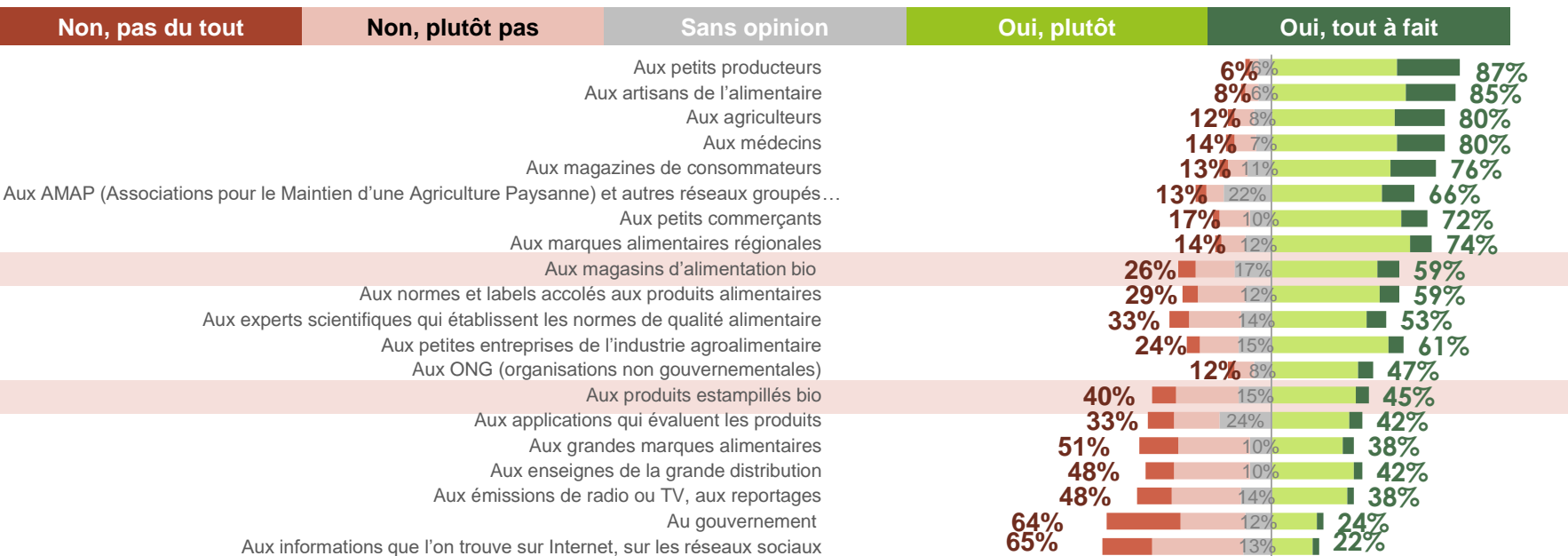
Confiance



Confiance des consommateurs accordée aux acteurs

Considérez-vous que, de manière générale, en tant que consommateur on peut faire confiance... ?

Base totale, n=4000



Niveau d'information sur l'impact sanitaire et environnemental

Diriez-vous que vous avez assez d'informations concernant... ?

Base totale, n=4000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Ne se sent pas
concerné

2021

L'impact sur la santé de l'agriculture biologique (résidus de pesticides, aspects nutritionnels, additifs autorisés)

43% 12% 31% 11% 35% 10% 45% ↓ 54%

L'impact environnemental de l'agriculture biologique (qualité de l'eau et des sols, bien-être animal, maintien de la biodiversité et bilan carbone)

46% 13% 33% 11% 34% 9% 43% ↓ 52%

Niveau d'information sur les contrôles et la réglementation

Diriez-vous que vous avez assez d'informations concernant... ?

Base totale, n=4000

Pas du tout d'accord

Plutôt pas d'accord

Plutôt d'accord

Tout à fait d'accord

Ne se sent pas
concerné

2021

L'origine des produits biologiques

41%

11%

30%

11%

38%

10%

48% ↓

55%

Le contrôle des produits biologiques (récurrence des contrôles sur place, traçabilité des produits)

51%

16%

35%

12%

29%

8%

37% ↓

44%

La réglementation en agriculture biologique (les produits concernés, l'encadrement des pratiques, les ingrédients autorisés, et les différences avec les réglementations à l'international)

50%

15%

35%

12%

29%

8%

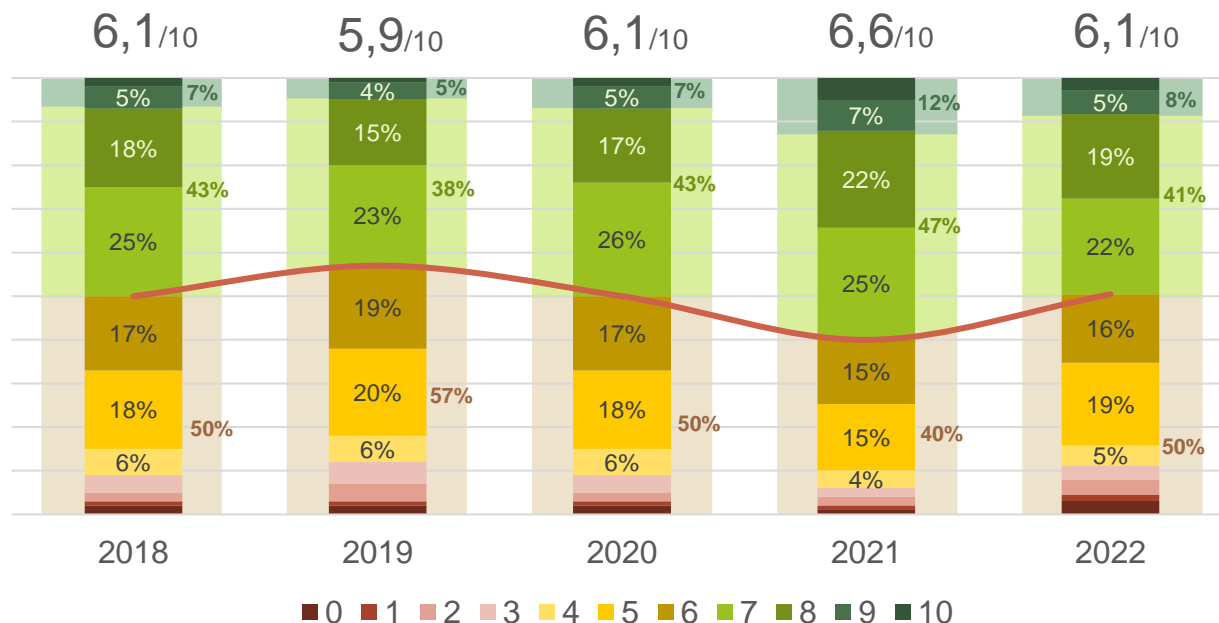
37% ↓

43%

Confiance en l'information fournie

Globalement, quelle note de confiance de 0 à 10, donneriez-vous à l'information fournie sur les produits bio ?

Base totale, n=4000



0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

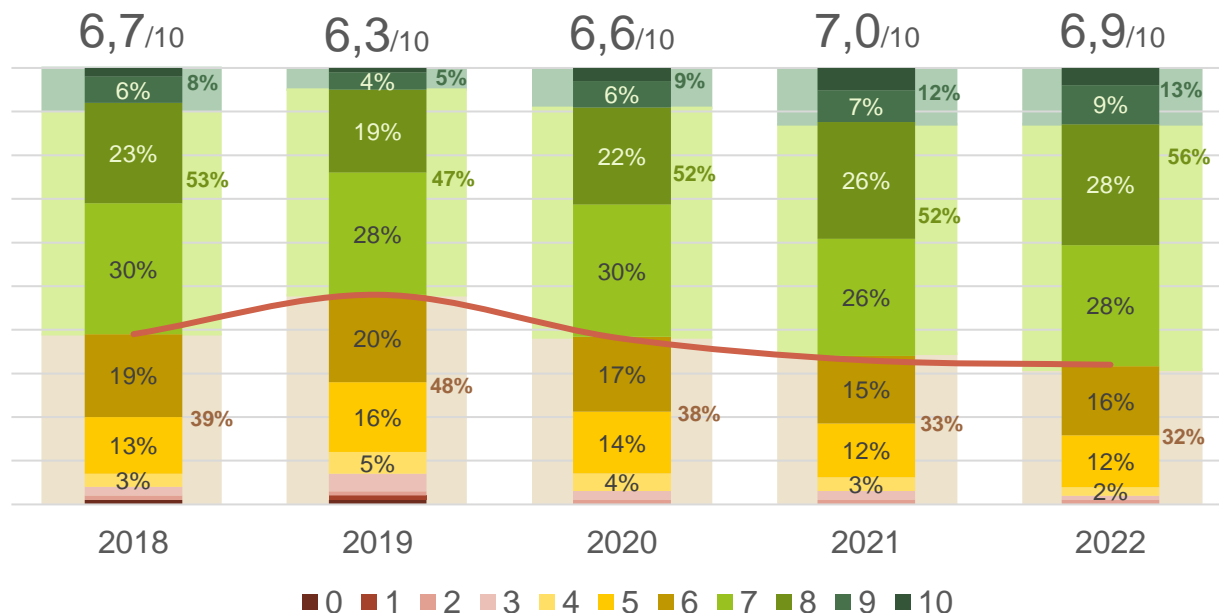
Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2022

Confiance en l'information fournie

Globalement, quelle note de confiance de 0 à 10, donneriez-vous à l'information fournie sur les produits bio?

Base individus consommant régulièrement des produits bio, n=2484

Consommateurs
de produits bio



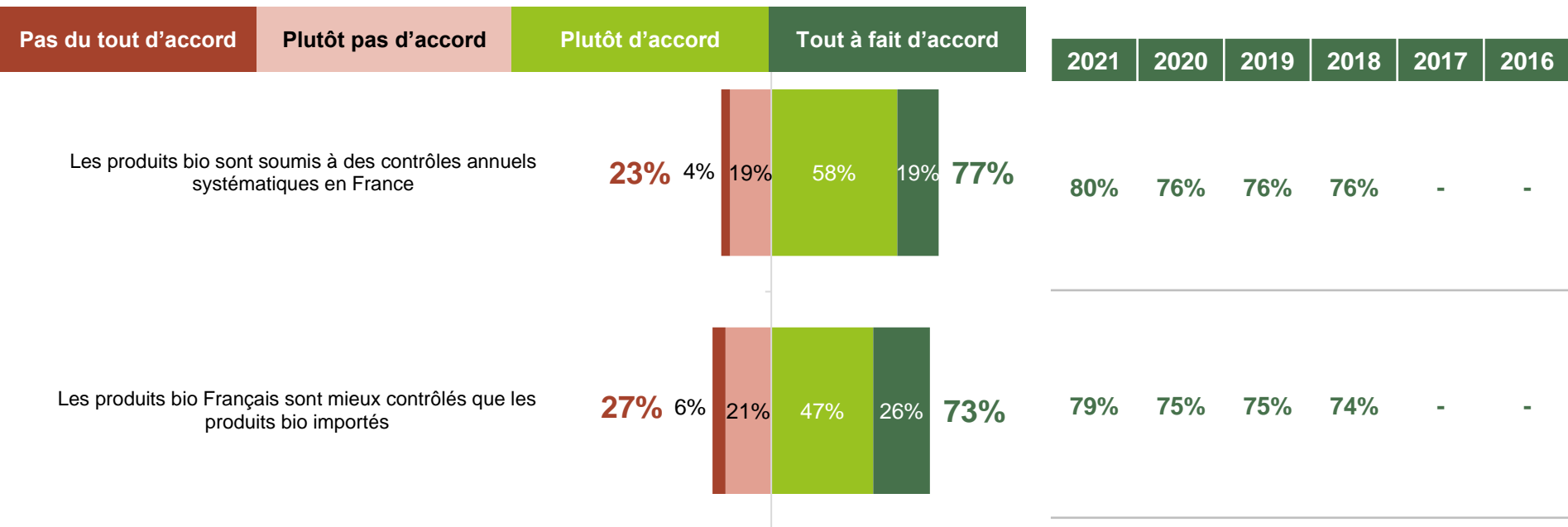
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Source : Baromètre des produits biologiques en France, 2022

Contrôle des produits bios

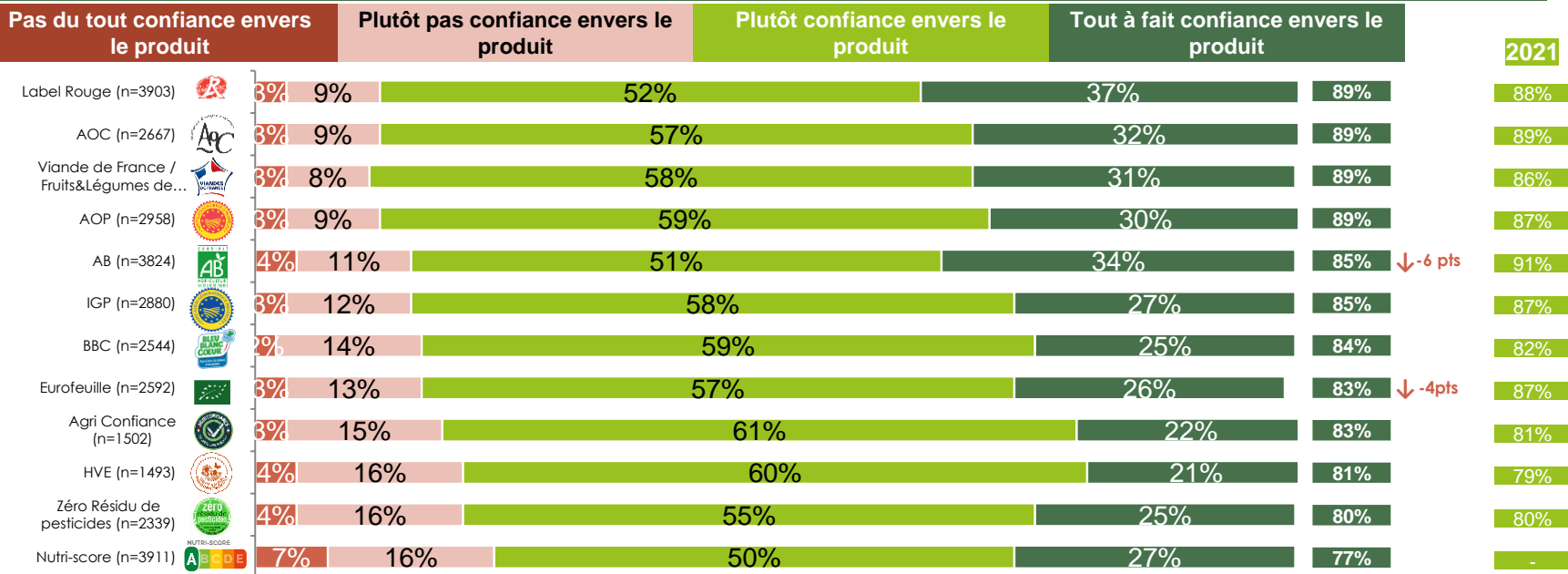
Pour chacune des phrases suivantes, vous me direz dans quelle mesure êtes-vous tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord avec les affirmations listées ci-dessous ?

Base totale, n=4000



Confiance envers les labels

Pour chacun de ces labels/logos/certifications, veuillez indiquer si, personnellement, il vous donne ... ?



Notoriété et confiance dans les labels

Synthèse

- 6pts

De confiance envers le label
bio AB

- 4pts

De confiance envers le label
Eurofeuille



- 11pts

D'attention portée au label bio
AB

- 12pts

D'attention portée au label
Eurofeuille



84%

Des Français sont attentifs à
au moins une mention lors de
leurs achats alimentaires



4. LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

[Retour au sommaire](#)

Les circuits de distribution – A retenir

Une offre de produits bios considérée comme plutôt étendue

64% des Français estiment bénéficier d'une **offre étendue** de produits bios sur leurs lieux d'achats alimentaires habituels. Sans surprise, c'est notamment le cas des consommateurs qui fréquentent régulièrement les magasins spécialisés en produits bio ou les AMAP (respectivement 81% et 79%). A l'inverse, seuls 65% des Français qui fréquentent régulièrement les grandes et moyennes surfaces de la grande distribution indiquent bénéficier d'une offre de produits bio étendue sur leurs lieux d'achats.

Un intérêt constant pour des repas avec produits bios dans les lieux collectifs

68% des Français sont intéressés par des **repas** avec des produits bios dans leur cantine professionnelle, au restaurant ou dans les maisons de retraite. 77% des Français sont intéressés pour que les enfants aient des repas avec des produits bios dans leur cantine.

LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

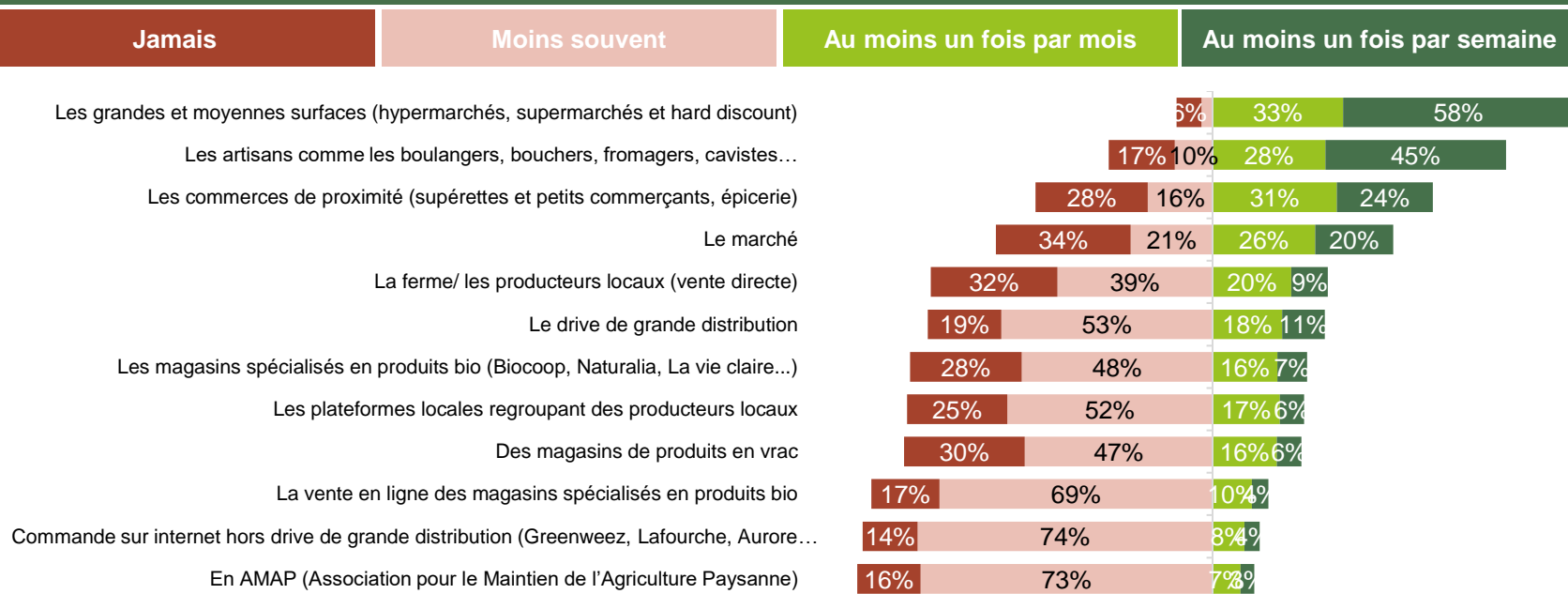
Perception de l'offre



Fréquentation des circuits de distribution

Au cours des 12 derniers mois, à quelle fréquence avez-vous réalisé des achats alimentaires dans les points de vente suivants ?

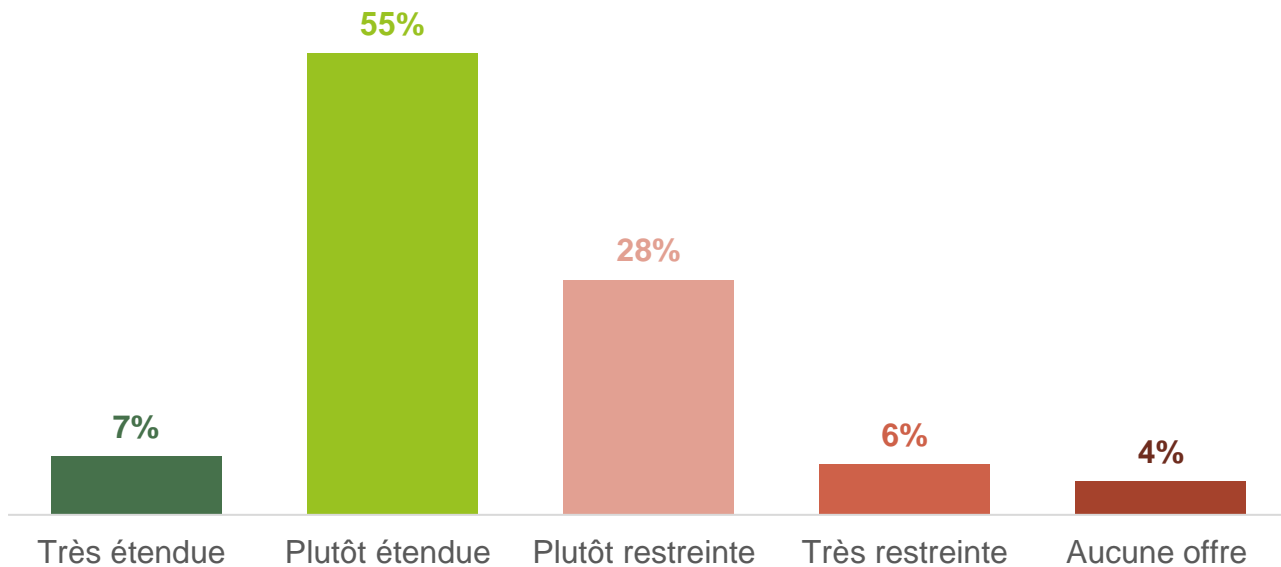
Base totale, n=4000



Offres de produits non alimentaires bio

Là où vous faites habituellement vos courses diriez-vous qu'il y a une offre de produits bio...

Base totale, n=4000



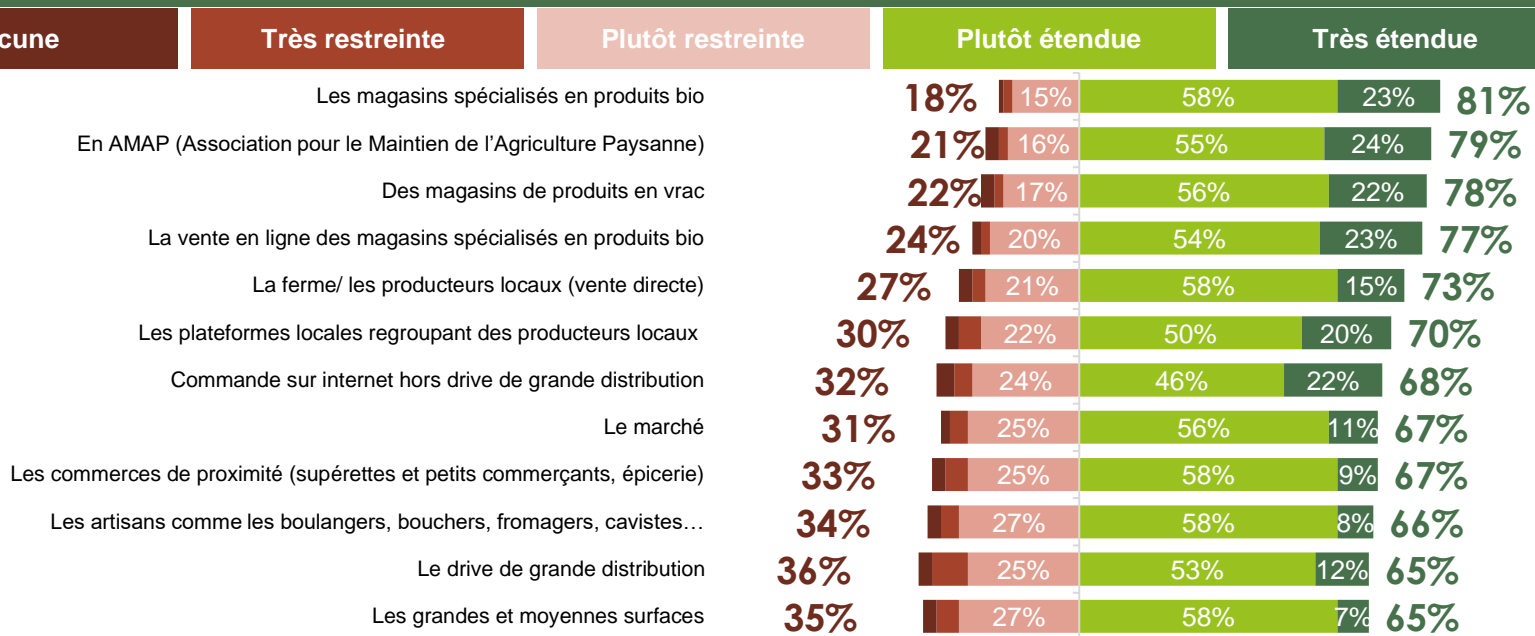
63%

Des Français ont une offre étendue de produits bio

Offres selon les circuits de distribution fréquentés

Là où vous faites habituellement vos courses diriez-vous qu'il y a une offre de produits bio...

Base, n=4000



LES CIRCUITS DE DISTRIBUTION

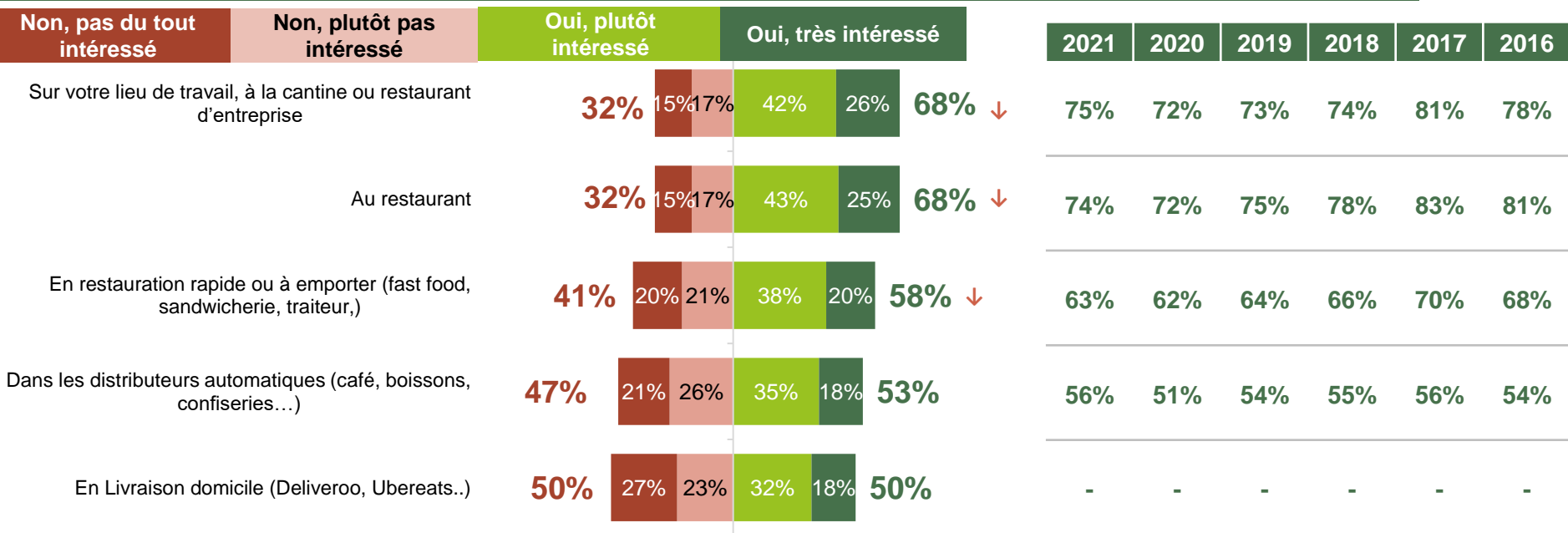
Attentes



Distribution des produits bio : attentes des consommateurs

D'une manière générale, êtes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques... ?

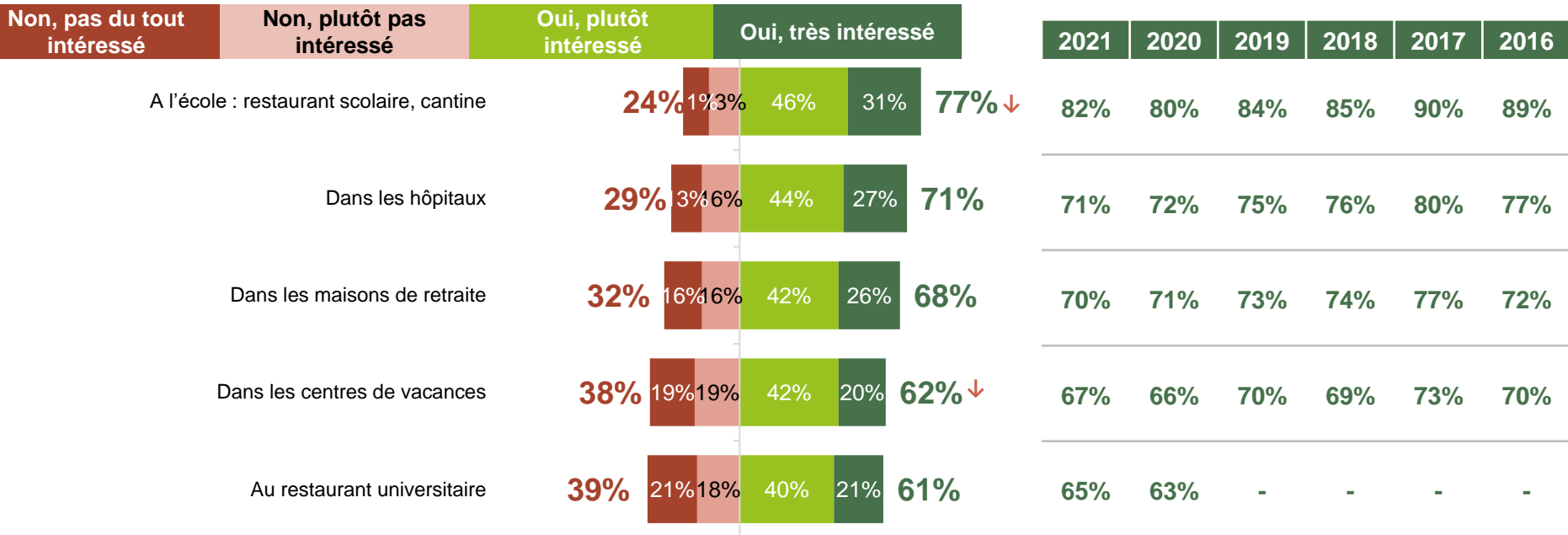
Base totale, n=4000



Distribution des produits bio : attentes des consommateurs

D'une manière générale, êtes-vous intéressé(e) par des repas avec des produits biologiques... ?

Base totale, n=4000





5. LES CONSOMMATEURS RÉGULIERS DE PRODUITS BIOLOGIQUES

[Retour au sommaire](#)

Les consommateurs réguliers de produits bio – A retenir

Le bio recrute parmi les catégories modestes et les jeunes

Les nouveaux consommateurs réguliers de produits bio (ceux qui en consomment depuis moins d'un an) sont moins nombreux qu'en 2021. En effet, **8% des consommateurs réguliers de bios** (soit 5% de l'ensemble des Français) **consomment des produits bios depuis moins d'un an** contre 11% en 2021.

Les nouveaux consommateurs réguliers de bio se recrutent davantage parmi **les plus jeunes** (9% des 18-24 ans), et **les catégories les plus modestes de la population** (9% des chômeurs et des Français dont les revenus du ménage sont inférieurs à 1000 € / mois et par unité de consommation).

Les **fruits et légumes frais** et les **œufs** restent les produits bio les plus fréquemment consommés, y compris par les néo-consommateurs réguliers de bio.

Les motivations individuelles prégnantes dans la consommation de produits bios

« **Préserver sa santé** » est la première raison, invoquée par **33% des consommateurs** réguliers de produits bios, qui les a conduits à consommer bio. Cette raison a **gagné 6 points** par rapport à 2021. La deuxième raison citée par 13% des consommateurs réguliers de produits bios est « **Pour le goût** ». Ce n'est qu'en troisième position qu'arrive la raison « Pour préserver l'environnement », pour 12% des consommateurs réguliers de produits bios.

Les raisons qui motivent la poursuite de la consommation de produits alimentaires bio sont variées. On retrouve néanmoins **la prégnance de la santé** (pour 57% des consommateurs réguliers, soit 4 points de plus qu'en 2021). « Préserver l'environnement » se positionne cette fois-ci en deuxième avec 43% des consommateurs réguliers qui ont cité cette raison. « Pour le goût » arrive en troisième au coude à coude avec la préservation de l'environnement puisque cité par 42% des consommateurs réguliers de bio.

Pour les jeunes, les motivations sanitaires sont moins fortes

Parmi les 18-24 ans consommant régulièrement des produits bios, 49% indiquent le faire pour « Préserver leur santé » soit **8 points de moins** que la population générale. 46% indiquent, eux, manger bio pour « **Préserver l'environnement** ».

Les **habitudes alimentaires** acquises au niveau familial ont une importance plus grande dans la consommation actuelle de produits bios des jeunes. Ainsi, 22% citent « Par habitude familiale / foyer est déjà consommateur » soit 6 points de plus que la population générale.

Une baisse des achats réguliers en grandes et moyennes surfaces

27% des consommateurs réguliers de produits bios achètent au moins une fois par semaine des produits bios dans une **grande ou moyenne surface**, un taux en **baisse de 6 points** par rapport à 2021, qui pourrait illustrer la **réduction des assortiments de bio** au sein de certaines enseignes.

LES CONSOMMATEURS RÉGULIERS DE PRODUITS BIOLOGIQUES

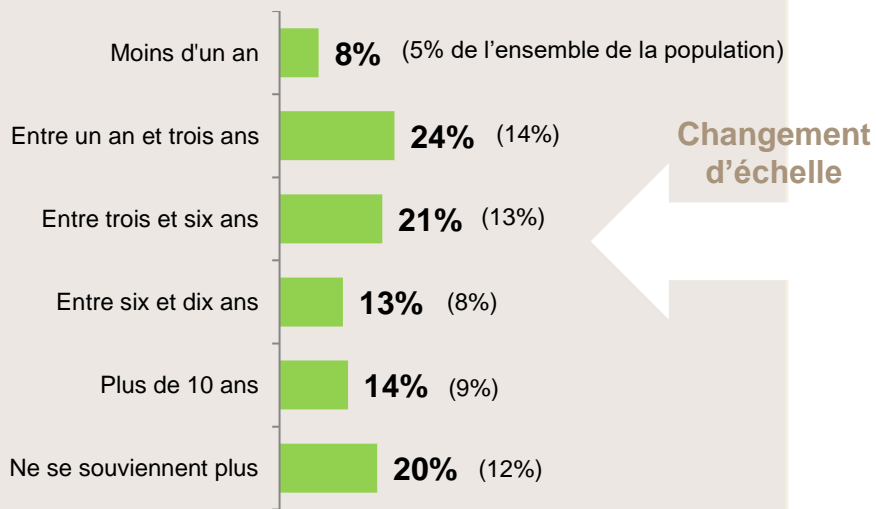
Ancienneté & produits consommés



Ancienneté de consommation de produits bio

Depuis combien de temps consommez-vous des produits biologiques ?

Base : consommateurs réguliers de produits biologiques, n = 2 484



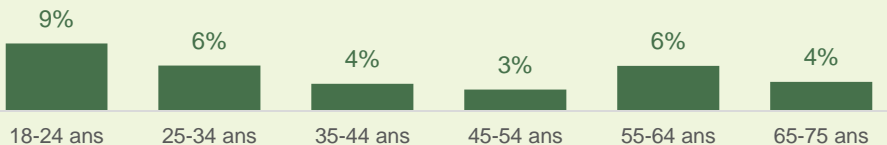
	2021	2020	2019	2018	2017	2016
Moins d'un an	11%	15%	16%	17%	9%	12%
1 an	2%	3%	3%	4%	3%	3%
2 ans	9%	13%	13%	13%	14%	15%
3 ans	11%	13%	16%	15%	16%	11%
4 ans	6%	5%	6%	6%	4%	6%
5 ans	20%	18%	19%	18%	22%	22%
6 à 9 ans	7%	9%	6%	5%	7%	7%
10 à 19 ans	22%	16%	13%	14%	18%	19%
20 ans plus	12%	8%	8%	8%	6%	7%

Ancienneté de consommation de produits bio

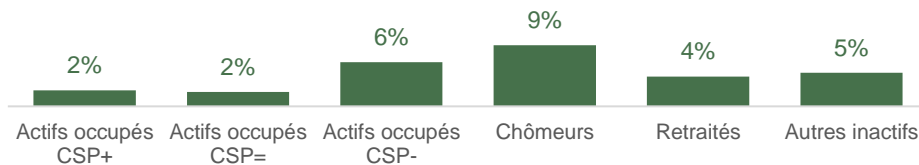
Depuis combien de temps consommez-vous des produits biologiques ?

Base totale, n = 4000

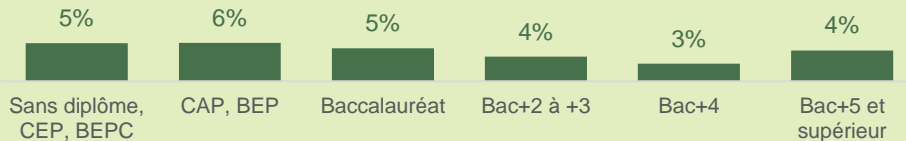
% « Moins d'un an » - En fonction de l'âge



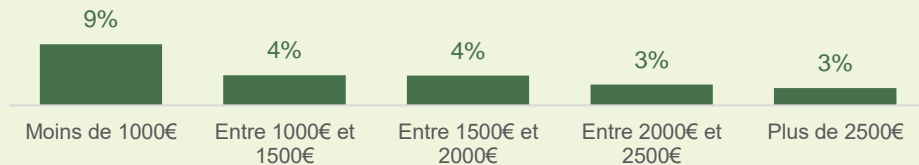
% « Moins d'un an » - En fonction de la catégorie socio-professionnelle



% « Moins d'un an » - En fonction du niveau de diplôme



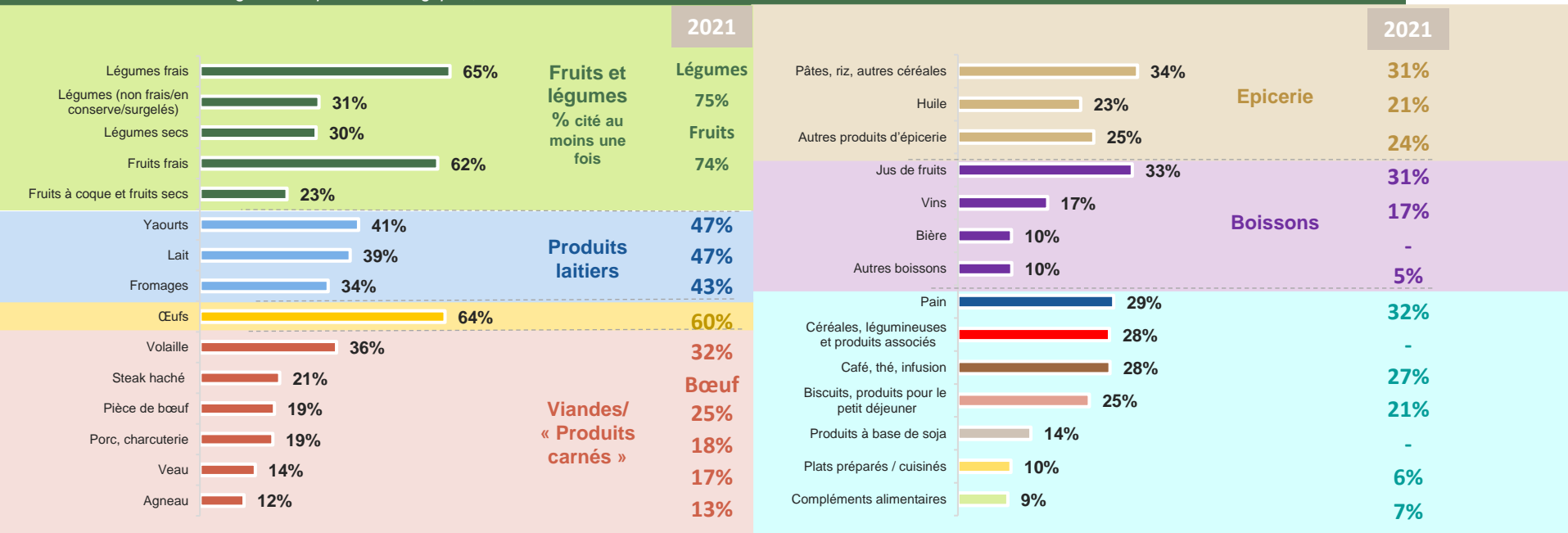
% « Moins d'un an » - En fonction du niveau de vie (revenus mensuels par unité de consommation)



Produits bio consommés

Quels sont tous les produits biologiques que vous consommez ?

Base : consommateurs réguliers de produits biologiques, n = 2 484

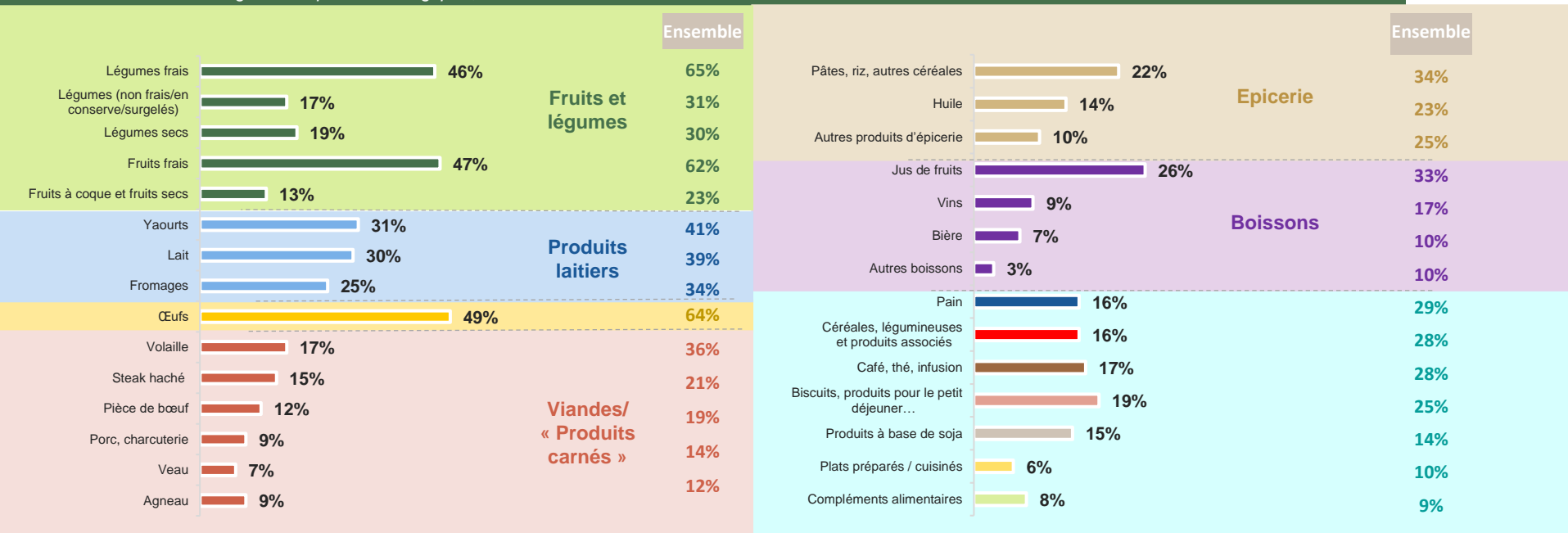


Produits bio consommés

Quels sont tous les produits biologiques que vous consommez ?

Consommateurs récents (moins d'1 an)

Base : consommateurs réguliers de produits biologiques, n = 2 484



LES CONSOMMATEURS RÉGULIERS DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Raisons de la consommation



Raison à l'origine de la consommation de produits bio

Quelle est la principale raison qui vous a amené à consommer des produits biologiques au départ ?

Base : consommateurs réguliers de produits biologiques, n = 2 484



Raisons pour consommer des produits bio

Et aujourd'hui, quelles sont toutes les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques ?

Base : consommateurs réguliers de produits biologiques, n = 2 484

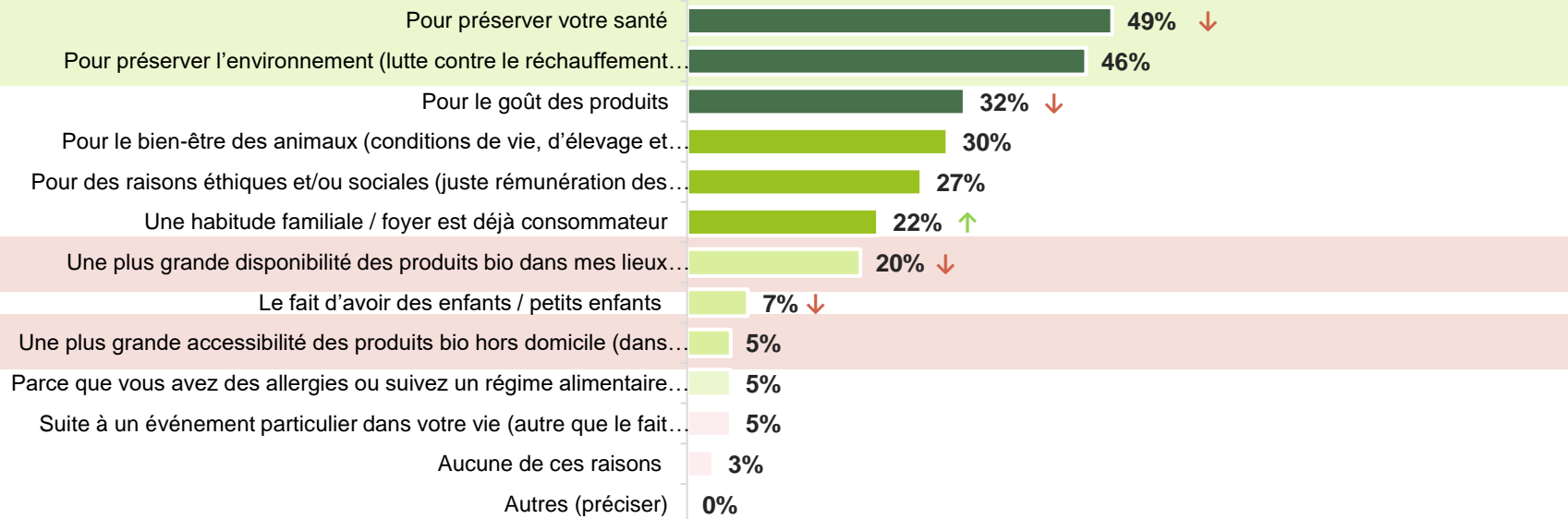
		2021	2020	2019
Pour préserver sa santé	57% ↑	53%	61%	59%
Pour préserver l'environnement	43%	46%	48%	45%
Pour le goût des produits	42% ↑	34%	37%	51%
Pour le bien-être des animaux	31%	31%	34%	34%
Pour des raisons éthiques et/ou sociales	25%	28%	38%	31%
Une plus grande disponibilité des produits bio dans ses lieux...	25% ↓	32%	39%	34%
Une habitude familiale /son foyer était déjà consommateur	16%	18%	17%	15%
Suite à une naissance dans sa famille, le fait d'avoir des...	14%	15%	15%	8%
Une plus grande accessibilité des produits bio hors domicile	6% ↓	15%	12%	14%
Parce qu'ils ont eu des allergies ou suivait un régime...	5%	5%	4%	4%
Suite à un événement particulier dans sa vie (autre que le fait...	4%	5%	3%	4%

Raisons pour consommer des produits bio

Et aujourd'hui, quelles sont toutes les raisons qui vous incitent à consommer des produits biologiques ?

Base : consommateurs 18-24 ans réguliers de produits biologiques, n = 289

Focus 18-24 ans



LES CONSOMMATEURS RÉGULIERS DE PRODUITS BIOLOGIQUES

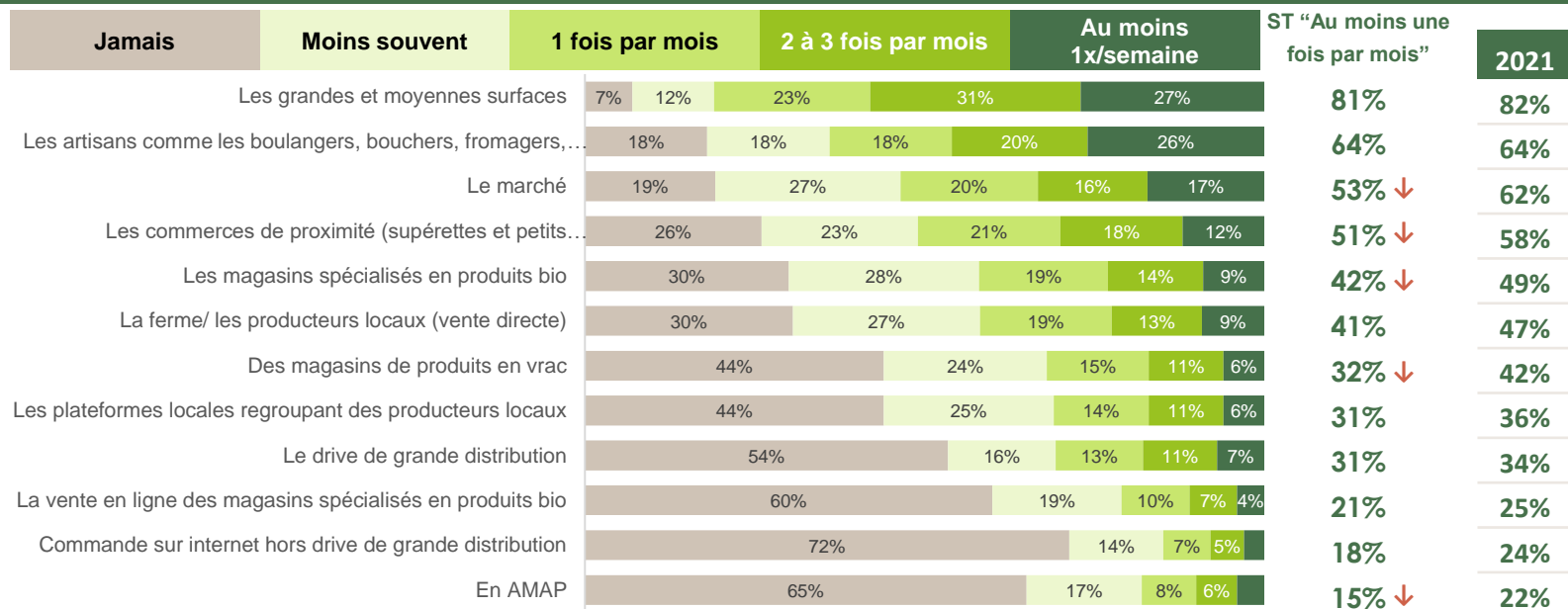
Circuits de distribution



Fréquence d'achat de produits bio selon le circuit de distribution

Parmi les circuits de distribution suivants, à quelle fréquence achetez-vous des produits biologiques ?

Base : consommateurs réguliers de produits biologiques, n = 2 484



Lieux d'achats par catégorie de produits bios

Ou achetez-vous principalement ces produits biologiques ? 1/3

Base : acheteurs des produits biologiques présentés, n = 230 à 1617

	Magasins spécialisés en produits Bio	Marché	Grandes et moyennes surfaces	Artisans, comme les boulangers, bouchers	A la ferme/ producteurs locaux	Via le drive	Les magasins de produits en vrac	Autres	% des consommateurs réguliers de bio acheteurs du produit
Légumes frais	11%	30%	36%	3%	13%	3%	2%	3%	64%
Œufs	8%	12%	55%	3%	14%	3%	1%	6%	62%
Fruits frais	11%	29%	41%	3%	9%	2%	2%	2%	61%
Yaourts	12%	4%	70%	1%	5%	4%	1%	3%	41%
Lait	8%	5%	73%	1%	6%	5%	1%	2%	39%
Volaille	6%	11%	45%	17%	17%	2%	1%	2%	36%
Pâtes, riz, autres céréales	20%	2%	64%	1%	1%	6%	6%	2%	33%
Fromages	9%	14%	48%	11%	11%	3%	1%	3%	33%
Jus de fruits	12%	3%	73%	2%	3%	5%	1%	2%	32%

Lieux d'achats par catégorie de produits bios

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ? 2/3

Base : acheteurs des produits biologiques présentés, n = 230 à 1617

	Magasins spécialisés en produits Bio	Marché	Grandes et moyennes surfaces	Artisans, comme les boulangers, bouchers	A la ferme/ producteurs locaux	Via le drive	Les magasins de produits en vrac	Autres	% des consommateurs réguliers de bio acheteurs du produit
Légumes (non frais/en conserve/surgelés)	11%	13%	59%	2%	5%	5%	1%	4%	30%
Légumes secs	22%	6%	53%	2%	4%	4%	9%	2%	30%
Pain	12%	5%	26%	49%	2%	2%	1%	3%	29%
Café, thé, infusion	16%	4%	66%	2%	1%	4%	3%	5%	28%
Céréales, légumineuses et produits associés	26%	3%	57%	1%	3%	4%	5%	2%	28%
Autres produits d'épicerie	18%	2%	63%	2%	3%	6%	2%	2%	25%
Biscuits, produits pour le petit déjeuner	14%	3%	70%	1%	1%	7%	2%	2%	24%
Huile	18%	3%	61%	2%	5%	5%	2%	4%	23%
Fruits à coque et fruits secs	31%	7%	43%	2%	1%	4%	8%	4%	22%

Lieux d'achats par catégorie de produits bios

Où achetez-vous principalement ces produits biologiques ? 3/3

Base : acheteurs des produits biologiques présentés, n = 230 à 1617

	Magasins spécialisés en produits Bio	Marché	Grandes et moyennes surfaces	Artisans, comme les boulangers, bouchers	A la ferme/ producteurs locaux	Via le drive	Les magasins de produits en vrac	Autres	% des consommateurs réguliers de bio acheteurs du produit
Steak haché	8%	5%	46%	26%	9%	3%	1%	2%	20%
Pièce de bœuf	5%	7%	31%	35%	16%	1%	0%	3%	19%
Porc, charcuterie	6%	8%	40%	27%	14%	2%	1%	3%	19%
Vins	13%	3%	52%	10%	11%	2%	1%	9%	17%
Poissons, coquillages et crustacés	8%	18%	47%	15%	5%	4%	0%	3%	16%
Veau	7%	8%	27%	31%	19%	2%	1%	4%	14%
Produits à base de soja	28%	2%	60%	1%	2%	4%	1%	1%	13%
Agneau	6%	10%	27%	30%	19%	2%	2%	5%	11%
Bière	10%	7%	54%	7%	9%	5%	1%	6%	10%
Autres boissons	17%	4%	61%	3%	4%	5%	2%	5%	10%
Plats préparés / cuisinés	14%	3%	68%	4%	2%	5%	1%	3%	10%
Compléments alimentaires	31%	4%	28%	3%	2%	2%	4%	26%	9%

Projections de l'évolution de la consommation bio

Et concernant vos achats de produits biologiques, diriez-vous qu'aujourd'hui, vous achetez, pour vous ou votre foyer ... ?

Base : consommateurs réguliers de produits biologiques, n = 2 484

15%

Pensent acheter
moins de produits
biologiques qu'il
y a un an

60%

Pensent acheter
autant de
produits
biologiques qu'il
y a un an

23%

Pensent acheter
plus de produits
biologiques qu'il
y a un an

2%

Ont commencé à
acheter des
produits
biologiques
récemment

2021

8%

58%

32%

2%

6.

LA CONSOMMATION DES PRODUITS BIOLOGIQUES DEMAIN

[Retour au sommaire](#)

La consommation des produits biologiques demain – A retenir

Une volonté majoritaire de maintenir sa consommation de produits bios

52% des Français prévoient de maintenir leur consommation de produits bios au niveau actuel. 12% ont eu l'intention de la restreindre et 10% de l'augmenter, soit un solde d'évolution négatif de -2 points.

Les anticipations d'évolution de la consommation sont **plus favorables chez les consommateurs réguliers de bio** : 79% d'entre eux ont l'intention de maintenir ou augmenter leur consommation actuelle alors que 12% prévoient de la restreindre dans les 6 prochains mois.

C'est **parmi les plus jeunes** (moins de 35 ans) que l'on trouve **le plus de personnes envisageant de restreindre** leur consommation de produits bios, ainsi que **parmi les plus modestes** (CSP- et revenus inférieurs à 1000 € / UC).

Une nette corrélation entre la consommation alimentaire bio et celle de produits bio non alimentaires

Les produits d'hygiène sont les produits bio non alimentaires les plus achetés par la population générale (42%) et encore plus parmi les consommateurs réguliers de consommateurs de produits alimentaires bio (66%).

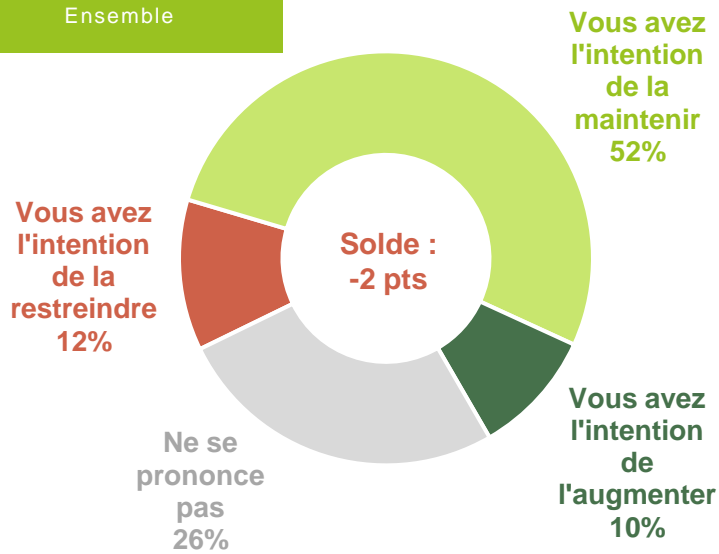
Les **produits ménagers** sont le deuxième type de produits les plus achetés. 41% de la population générale achète ou a déjà acheté des produits ménagers bio. Ils sont 63% parmi les consommateurs réguliers de produits alimentaires bios.

Projection de l'évolution de consommation de produits bio

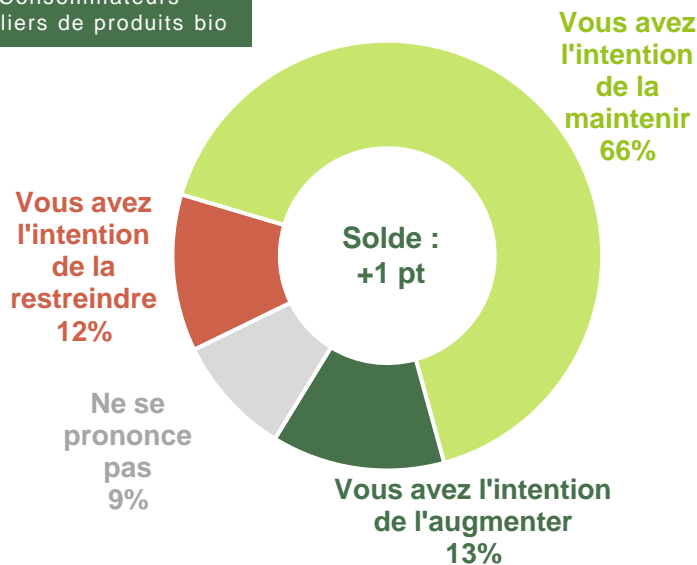
Avez-vous l'intention, dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits bio (tous produits bio confondus) ?

Base totale, n = 4 000

Ensemble



Consommateurs réguliers de produits bio



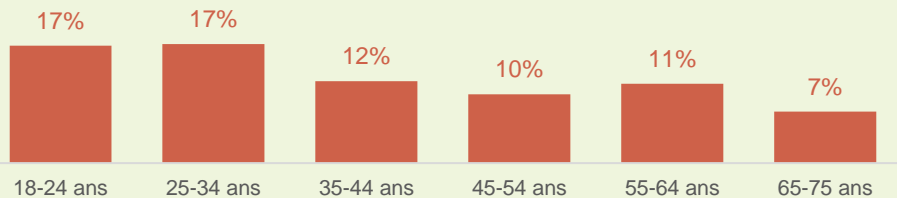
Maintenir
ou
augmenter
79%

Projection de l'évolution de consommation de produits bio

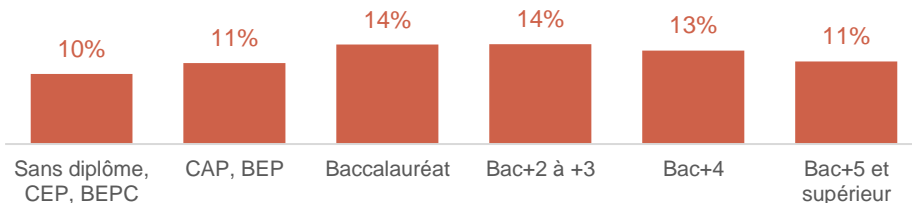
Avez-vous l'intention, dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits bio (tous produits bio confondus) ?

Base totale, n = 4 000

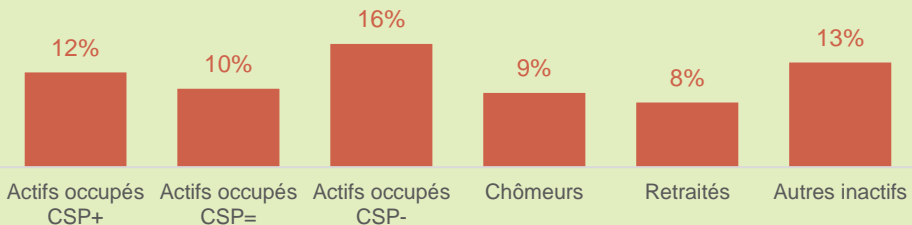
% « La restreindre » - En fonction de l'âge



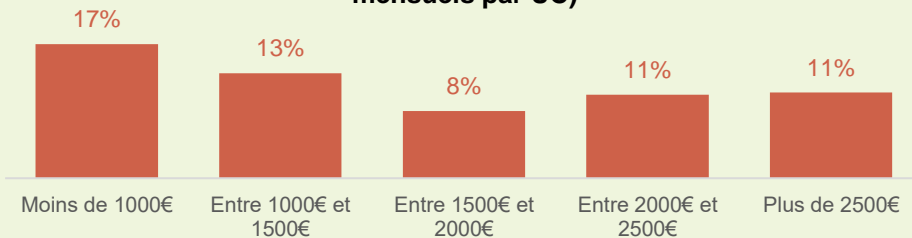
% « La restreindre » - En fonction du niveau de diplôme



% « La restreindre » - En fonction de la catégorie socio-professionnelle



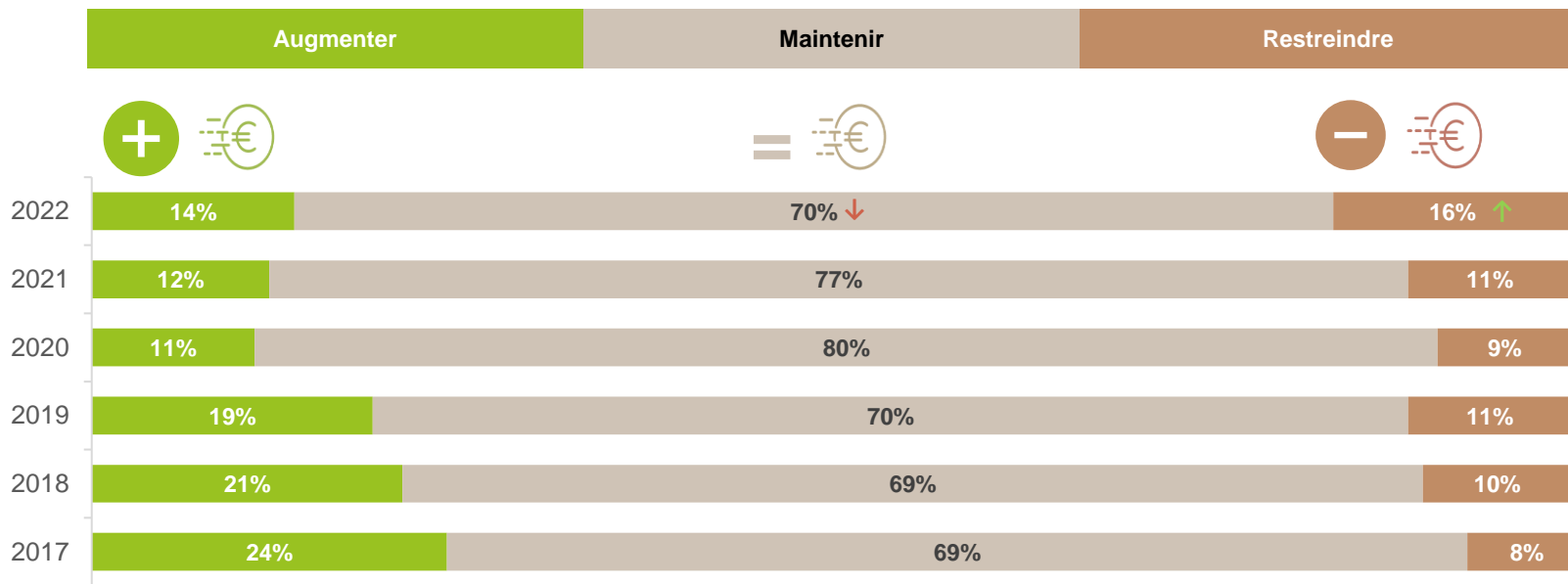
% « La restreindre » - En fonction du niveau de vie (revenus mensuels par UC)



Projection de l'évolution de consommation de produits bio

Avez-vous l'intention, dans les 6 prochains mois, de maintenir, restreindre ou augmenter votre consommation de produits bio (tous produits bio confondus) ?

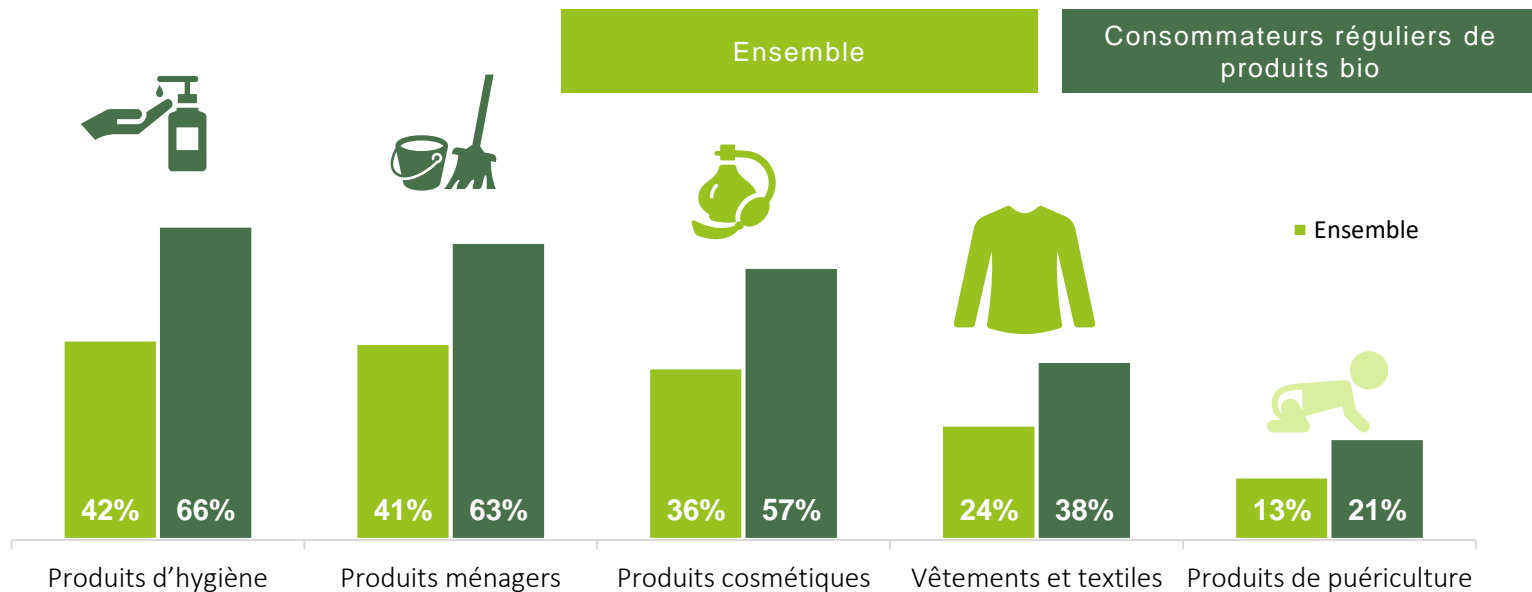
Base totale, n = 4 000



Consommation de produits bio non alimentaire

Est-ce qu'il vous arrive d'acheter les produits bio suivants ?

Base totale, n = 4 000





7. LE VIN BIO

[Retour au sommaire](#)

La consommation de vin bio – A retenir

Une proportion importante de consommateurs de vin

93% des Français boivent du vin dont **52% en consomment régulièrement** (au moins une fois par semaine).

Si **le prix** est le critère d'achat le plus regardé, par **56%** des consommateurs de vin, **58% disent également être attentif à la région d'origine du vin ou à son domaine ou appellation**. Seuls 11% des consommateurs de vin s'intéressent à la certification AB et 7% au respect de l'environnement.

Des consommateurs de vin bio principalement curieux

29% des consommateurs de vin consomment du vin bio. Seulement 3% en consomment systématiquement.

33% des consommateurs de vin bio en ont consommé pour tester. **16% des consommateurs**

de vin bio en consomment car il respecte mieux l'environnement que le vin issu de l'agriculture conventionnelle.

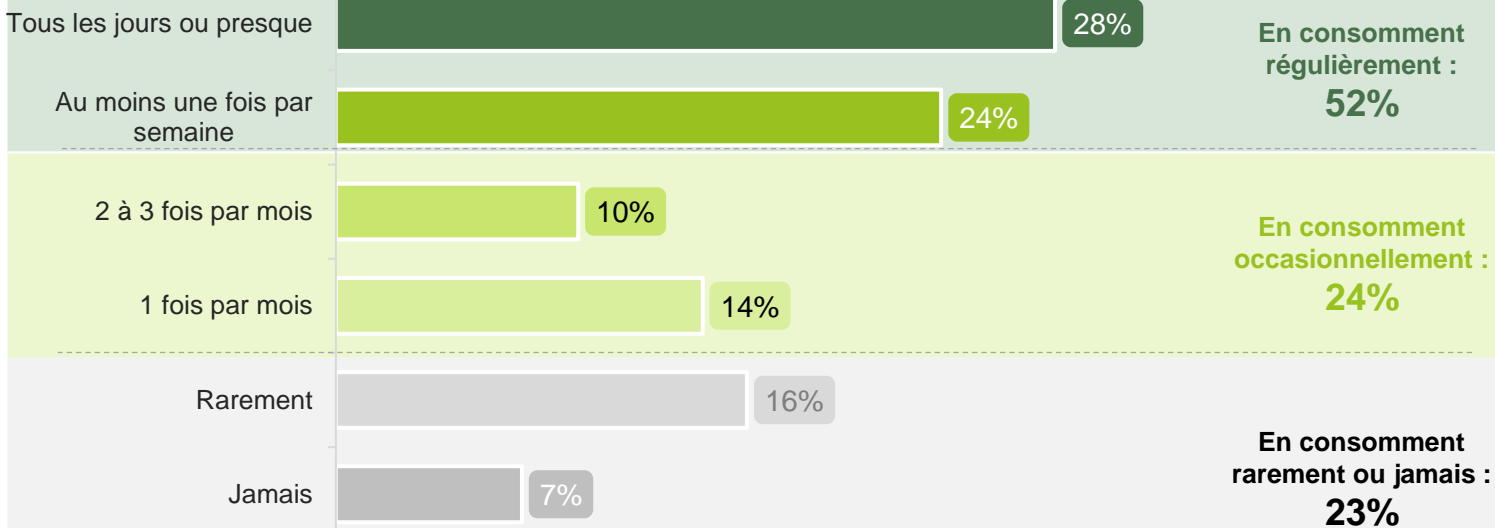
Le prix : premier frein à la consommation de vin bio

23% des non consommateurs de vin bio n'en consomment pas ou peu car ils estiment que cela **coûte trop cher**. 15% **ne pensent pas à acheter** du vin bio au moment de leur achat de vin. Enfin, 13% estiment que le vin bio n'a aucun intérêt par rapport au vin conventionnel.

Consommation de vin

De manière générale, vous consommez du vin...

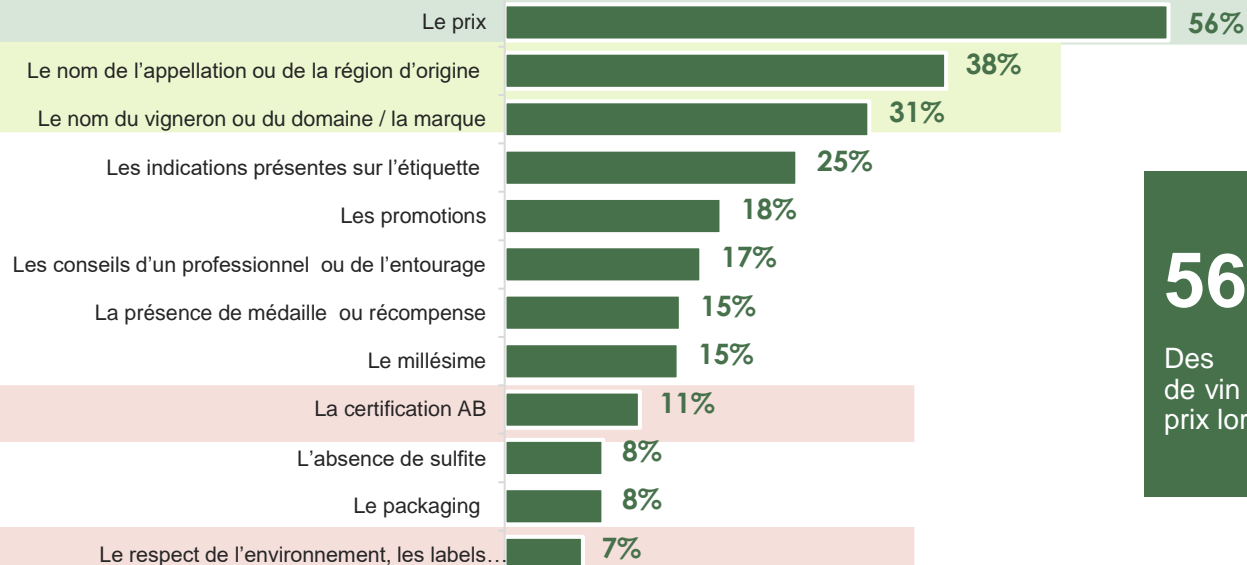
Base totale, n = 4 000



Critères d'achat du vin

A quoi êtes-vous attentif en priorité au moment d'acheter une bouteille de vin ?

Base : Français consommant du vin, n = 2 910



56%



Des consommateurs de vin sont attentifs au prix lors de l'achat

58%

Des consommateurs de vin sont attentifs à l'origine ou à la provenance

7%



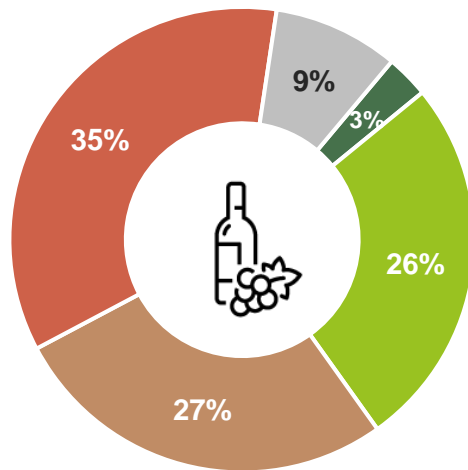
Des consommateurs de vin sont attentifs au respect de l'environnement et aux labels

Consommation de vin bio

Et consommez-vous du vin bio ?

Base : Français consommant du vin, n = 2 910

62% des Français n'en consomment rarement voire jamais



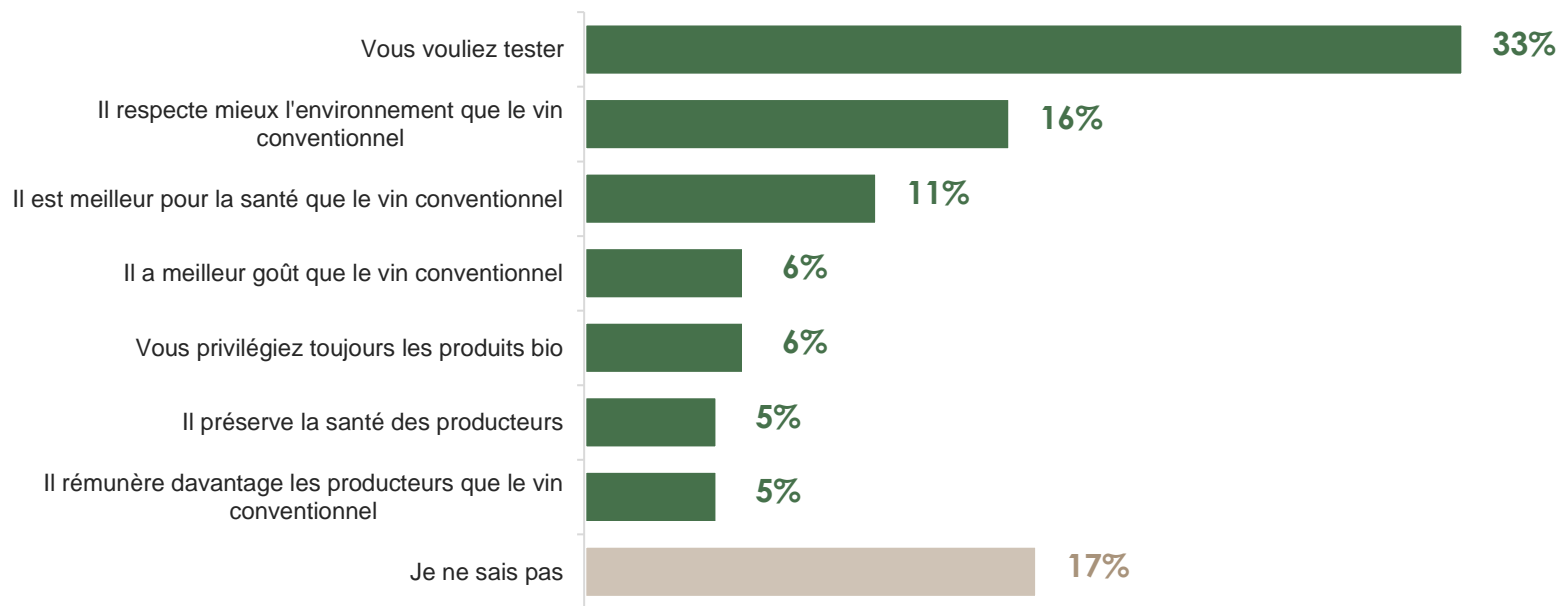
29% des Français consomment du vin bio

- Oui systématiquement
- Oui de temps en temps
- Non rarement
- Non jamais
- Vous ne savez pas, vous ne faites pas spécialement attention

Raisons ayant incité à la consommation de vin bio

Parmi les propositions suivantes, quelle est la raison qui vous incite ou vous a incité à consommer du vin bio ?

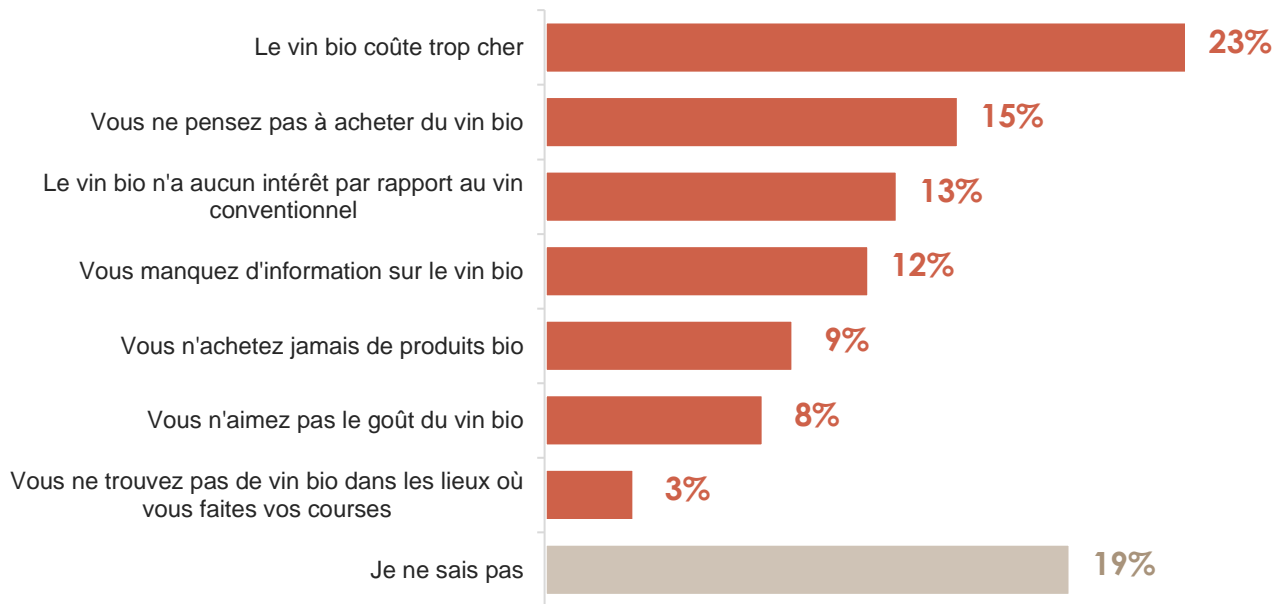
Base : Français consommant du vin bio, n = 872



Raisons expliquant la non consommation de vin bio

Parmi les propositions suivantes, quelle est la principale raison qui explique que vous ne consommez pas ou peu de vin bio ?

Base : Français consommant du vin mais pas de vin bio, n = 1 784

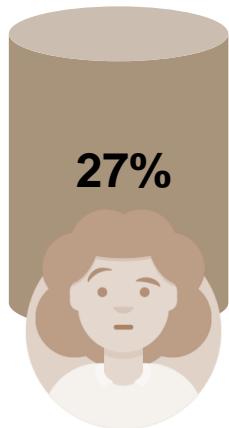




8. PORTRAIT DE FRANÇAIS SELON LEUR RAPPORT AU BIO

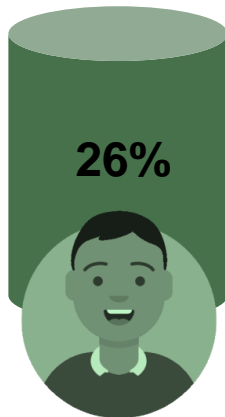
[Retour au sommaire](#)

5 profils se distinguent selon leur rapport au bio



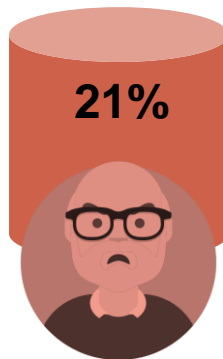
Les hésitants

Peu consommateurs de bio, ils sont également peu attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé ou engagés dans la transition alimentaire. Ils ont une plutôt bonne image du bio, même s'ils pensent, comme le reste des Français, que le bio est surtout du marketing et permet de justifier des prix plus élevés



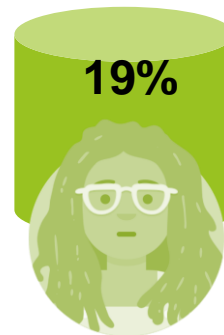
Les convaincus

Gros consommateurs de bio, ils sont attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé et notamment aux mentions accolées aux produits alimentaires. Ils témoignent d'une très bonne image et d'une forte confiance dans le bio



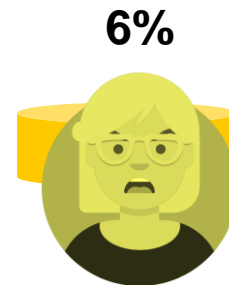
Les réfractaires

Très peu consommateurs de bio, ils sont également très peu attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé. Ils ont une image très dégradée du bio (prix, doutes sur la réalité du bio, goût) et se montrent très défiant à l'égard de l'ensemble des acteurs et notamment de ceux du bio



Les impliqués contraints

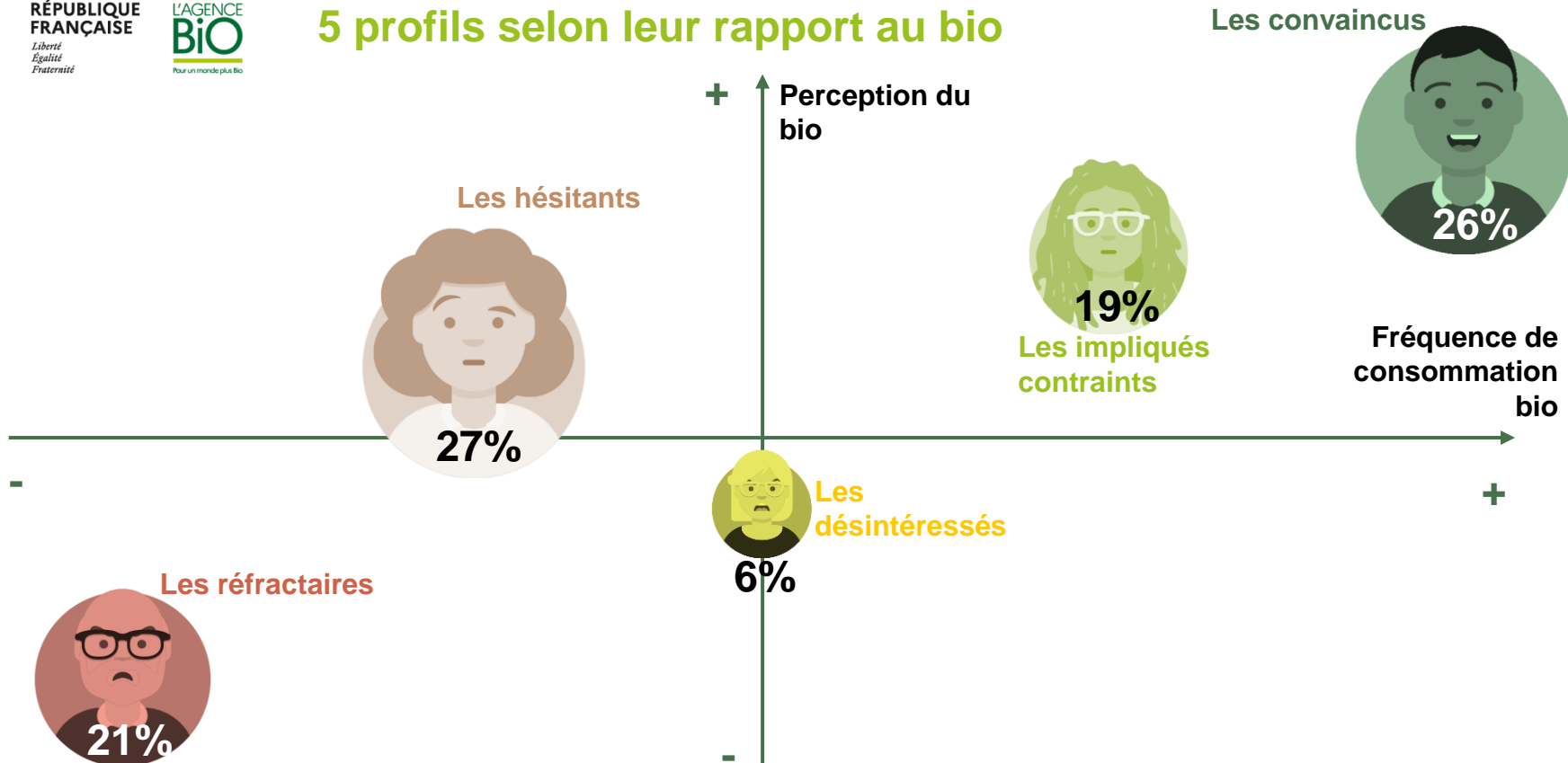
Consommateurs assez réguliers de bio, ils sont très attentifs et inquiets des effets de l'alimentation sur la santé. Ils ont une bonne image du bio et une bonne connaissance (et confiance) dans les labels. Ils sont cependant plus souvent contraints financièrement et plus nombreux à considérer la cuisine comme une corvée



Les désintéressés

Assez peu consommateurs de bio, ils sont également peu inquiets des effets de l'alimentation sur la santé. Ils font état d'une méfiance plus importante à l'égard des magasins bio et des produits bio, et estiment manquer d'informations sur quasi tous les aspects des produits bio

5 profils selon leur rapport au bio



Les profils en synthèse

26%



Les convaincus

Âge dans la moyenne,
CSP +, diplômés, 29%
télétravaillent

Préoccupations environnement



Préoccupations santé /
alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



19%



Les impliqués contraints

Plus jeunes (44% ont
moins de 35 ans), CSP-
avec enfants, plus
diplômés que la
moyenne, revenus plus
faibles (32% vivent avec
moins de 1000 €/UC)

Préoccupations environnement



Préoccupations santé /
alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



27%



Les hésitants

Pas de distinctions
sociodémographiques
par rapport à la moyenne
française

Préoccupations environnement



Préoccupations santé /
alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



6%



Les désintéressés

Plus âgés (22% ont plus
de 65 ans), légèrement
plus aisés que la
moyenne des Français,
vivent plus souvent dans
les grandes
agglomérations

Préoccupations environnement



Préoccupations santé /
alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



21%



Les réfractaires

Groupe plus âgé que la
moyenne (43% ont plus de 55
ans), retraités, peu diplômés,
un peu moins aisés que la
moyenne, vivent davantage
dans des communes rurales
ou de petites villes

Préoccupations environnement



Préoccupations santé /
alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



Le rapport à l'alimentation selon les profils

Les convaincus



- Attentifs aux effets de l'alimentation sur leur santé
- Plus souvent engagés dans des régimes, notamment le flexitarisme
- Très attentifs à la consommation de produits sains et variés, à la composition nutritionnelle des produits, à la présence de perturbateurs endocriniens, au respect de l'environnement et de la condition animale.
- Groupe le plus attentif (et de loin) à l'ensemble des mentions testées (sans, etc.)

- Bien manger = alimentation qui respecte la nature et qui ne porte pas atteinte à la santé
- Alimentation = davantage un plaisir
- Et un moyen de prévenir les problèmes de santé
- Aiment faire la cuisine
- Engagés dans la transition alimentaire : surtout sur le fait d'acheter davantage de produits bio, de produits frais, de produits de saison, de vrac, des produits locaux

- Engagements alimentaires : lutter contre le réchauffement climatique, produits locaux, sans pesticides. Nettement moins engagés que la moyenne contre le gaspillage

Les impliqués contraints



- Très attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé et plus inquiets que la moyenne
- Pratiquent plus souvent des régimes
- Très attentifs à la composition nutritionnelle des produits alimentaires, au respect de l'environnement et de la condition animale, à la rémunération des producteurs, à la provenance des produits et au vrac.
- Attentifs à la présence de perturbateurs endocriniens

- Moindres considérations liées à l'équilibre ou à la santé dans la définition du bien manger
- Alimentation nettement plus souvent un plaisir (30% de notes supérieures ou égales à 9, vs 22%)
- Faire la cuisine est plus fréquemment une corvée (41% vs 30%)

- Engagements alimentaires : plus souvent que la moyenne lutter contre le réchauffement climatique

Les hésitants



- Assez peu attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé et peu inquiets
- Plus faible attention aux mentions sur les produits alimentaires

- Bien manger = une alimentation équilibrée

- Engagements alimentaires : éviter le gaspillage, vigilance à l'égard du processus de production

Les désintéressés



- Peu inquiets des effets de l'alimentation sur la santé
- Peu attentifs aux mentions sur les produits alimentaires, sauf le Nutriscore

- Bien manger = alimentation équilibrée
- Alimentation = plaisir
- Aiment faire la cuisine
- Ont nettement moins fréquemment modifié leurs habitudes alimentaires

- Engagements alimentaires : consommer des produits de saison et éviter le gaspillage

Les réfractaires







- Pas attentifs aux effets de l'alimentation sur la santé, ni inquiets
- Nettement moins engagés dans des régimes alimentaires

- Bien manger = plaisir des sens, convivialité
- Alimentation : davantage une nécessité
- Très peu engagés dans la cuisine
- 54% n'ont pas changé leur alimentation (vs 43%)

- Moins d'engagements dans la conso alimentaire (11% ne déclarent aucun engagement vs 4% en moyenne)

La consommation alimentaire

Les convaincus 	Les impliqués contraints 	Les hésitants 	Les désintéressés 	Les réfractaires 
<ul style="list-style-type: none"> • Privilégient la qualité sur le prix (71% vs 51%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Restrictions alimentaires dans la moyenne • 68% de ceux qui s'imposent des restrictions alimentaires disent manger moins que ce qu'ils souhaiteraient (vs 54%) 	<ul style="list-style-type: none"> • 54% minimisent le budget sur la qualité (vs 49%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Restrictions alimentaires dans la moyenne 	<ul style="list-style-type: none"> • Un peu plus de restrictions alimentaires que la moyenne • Minimisent le budget vs la qualité • Ont plus fréquemment réduit leur consommation alimentaire
<ul style="list-style-type: none"> • Fréquentent nettement plus souvent : les magasins bio, les producteurs, les plateformes locales, les marchés, les commerces de proximité • Utilisent moins souvent les appli anti-gaspillage mais plus souvent les appli type Yuka (25% vs 19% ont un usage au moins hebdomadaire) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fréquentent plus souvent que la moyenne les magasins bio, nettement plus souvent les sites web spécialisés bio, et plus largement l'ensemble des circuits de distribution (sauf GMS, niveau égal) • Utilisent plus fréquemment les applis (37% sont des usagers hebdomadaires de Yuka vs 19% en moyenne, 37% pour anti-gaspillage vs 21%) 	<ul style="list-style-type: none"> • Fréquentent nettement moins souvent les magasins bio, les petits producteurs, les marchés ou AMAP • Faible usage des appli alimentaires, notamment celles qui évaluent les produits 	<ul style="list-style-type: none"> • Moindre fréquentation de l'ensemble des circuits de distribution bio 	<ul style="list-style-type: none"> • Fréquentation nettement moins importante de l'ensemble des formats commerciaux, à l'exception des GMS • 1er critère achat produit alimentaire = le prix pour 74%

La consommation de produits bio

Les convaincus



- Consommateurs très réguliers de bio (73% au moins une fois par semaine, vs 34%)
- Et gros consommateurs (67% estiment qu'ils consomment au moins 50% de produits bio)
- Grande variété de produits consommés
- Consommation de bio en hausse pour 40% (vs 31%)

Les impliqués contraints



- Consomment assez régulièrement des produits bio (43% au moins une fois par semaine, vs 34%)
- Variété des produits bio consommés assez moyenne ; achètent moins souvent de fruits et légumes frais bio
- 53% consomment entre 25% et 50% de produits bio
- Conso de bio plutôt en hausse (39% pour qui elle a augmenté, vs 31%)- Consommation de bio plutôt récente (45% depuis moins de 3 ans, vs 31%)

Les hésitants



- Achètent rarement des produits bio et seuls 18% en consomment au moins une fois par semaine
- 21% estiment à moins de 25% la part de produits bio consommés
- Consommation stable
- 80% de ceux qui ne consomment pas bio estiment que les produits bio sont trop chers

Les désintéressés



- Achats et consommation de produits bio peu fréquents – Stable
- Très faible variété de produits bio consommés

Les réfractaires



- Très peu consommateurs de bio (55% n'en consomment jamais, 41% rarement)

- Estiment que l'offre de bio sur leurs lieux d'achat est étendue (76% vs 62%)
- Nettement plus intéressés que la moyenne à bénéficier de produits bio sur les différents lieux de consommation

- Nettement plus intéressés que la moyenne à bénéficier de produits bio sur les différents lieux de consommation alimentaire testés

- Intérêt assez mou pour l'accès à une offre bio sur différents lieux de consommation

- Pas intéressés par l'accès à des produits bio sur les différents lieux de consommation

- 52% estiment que l'offre de bio est restreinte sur leurs lieux d'achats

- Achètent nettement plus souvent d'autres produits bio (non alimentaires)
- 50% consomment du vin bio (vs 29%), notamment pour le respect de l'environnement
- Ceux qui n'en consomment pas disent manquer d'information (20% vs 12%) même si le prix est le 1er frein, comme pour le reste de la population

- Achètent aussi nettement plus souvent d'autres produits bio (notamment vêtements et puériculture)
- 42% consomment du vin bio (vs 29%) notamment pour la santé des producteurs (10% vs 5%).
- Principal frein à la consommation de vin bio = le prix (30% vs 23%)

- Achètent moins souvent des produits bios non alimentaires
- 74% ne consomment pas de vin bio

- Achats de produits bio non alimentaires dans la moyenne

- N'achètent pas de produits bio non alimentaires

Le rapport au bio

Les convaincus



- 1ère raison de s'être mis au bio = la santé (43% vs 32%) puis l'environnement (19% vs 12%)
- Santé toujours importante dans les raisons de continuer à consommer des produits bio, mais également l'environnement, le goût, l'éthique
- 49% trouvent normal qu'un produit bio coûte plus cher (vs 30%)
- Très bonne perception du bio, très largement opposés au fait que le bio soit surtout du marketing ou un moyen de justifier des prix plus élevés
- De même, 93% ne sont pas d'accord avec l'affirmation selon laquelle les produits bio sont moins bons (vs 75%)

Les impliqués contraints



- Motivés au départ par le goût et l'habitude familiale
- Les raisons de continuer sont moins souvent sélectionnées
- Bonnes représentations du bio sur tous les aspects, notamment sur la juste rémunération des producteurs
- Mais nettement plus nombreux à trouver que les produits bio sont moins bons (45% vs 25%)
- Critères achat produits bio : le prix un peu plus que la moyenne (51% pour qui c'est très important vs 44%), mais surtout l'aspect, l'emballage, la praticité, la marque

Les hésitants



- Plutôt bonne perception des produits bio même si pensent, comme le reste des Français, que le bio est surtout du marketing et permet de justifier des prix plus élevés
- Moins attentifs à l'aspect et à l'emballage lors de l'achat de produit bio, ainsi qu'aux labels

Les désintéressés








- Moins bonne perception des produits bios, notamment sur la préservation des qualités nutritionnelles, le goût, la rémunération des producteurs. Sont plus nombreux à considérer que bio = marketing et permet de justifier des prix plus élevés
- Nettement plus nombreux à ne citer aucune des raisons à l'origine de leur consommation de produits bio ou à préciser que c'est parce qu'ils en cultivent dans leur jardin
- Moins attentifs à l'aspect, à la marque, à l'emballage et à la présence de labels lors de l'achat de produits bio

Les réfractaires








- Ne consomment pas de produits bio car ne voient pas l'intérêt + doute sur le fait qu'ils soient totalement bio
- A 81% trouvent anormal qu'un produit bio coûte plus cher
- Très défiant à l'égard des produits bio
- 86% s'accordent pour dire que le bio est surtout du marketing et 86% que cela permet de justifier des prix plus élevés ; 38% considèrent que le bio est moins bon (vs 25% en moyenne)

La connaissance du bio

Les convaincus 	Les impliqués contraints 	Les hésitants 	Les désintéressés 	Les réfractaires 
<ul style="list-style-type: none">• 90% estiment que le bio répond à un cahier des charges exigeant (dont 30% très exigeants (vs 74% et 19%))• Bien meilleure connaissance des affirmations sur les produits bio	<ul style="list-style-type: none">• Sont plus nombreux que la moyenne à croire que le bio ne concerne que les fruits et légumes (31% vs 19%)	<ul style="list-style-type: none">• 78% pensent que le bio répond à un cahier des charges exigeant (vs 74%)	<ul style="list-style-type: none">• Sont nettement moins nombreux à considérer que le bio répond à un cahier des charges exigeant (61% vs 74%)• Estiment manquer d'informations sur le bio, notamment la réglementation, l'impact environnemental et sur la santé, ainsi que l'origine des produits• Nettement plus nombreux à ne pas se prononcer sur les affirmations relatives au bio	<ul style="list-style-type: none">• 55% estiment que le bio ne répond pas à un cahier des charges exigeant dont 20% qui pensent que le bio ne suit pas de cahier des charges spécifique (vs 26% et 7%)• Une majorité indique ne pas savoir répondre aux questions sur le bio

La confiance dans les acteurs & labels

	Les convaincus 	Les impliqués contraints 	Les hésitants 	Les désintéressés 	Les réfractaires 
Confiance dans les acteurs	<ul style="list-style-type: none"> Plus confiants à l'égard des acteurs, à l'exception des enseignes de la grande distribution (58% de défiants vs 48%), les grandes marques alimentaires (63% de défiants vs 51%) S'informent plus souvent via différents canaux 	<ul style="list-style-type: none"> Bonne confiance dans les acteurs, plus élevée pour les petites entreprises de l'industrie agroalimentaire, les marques alimentaires régionales, les enseignes de la GD, les magasins bio, les produits bio, les normes et label, les grandes marques alimentaires. Plus forte défiance vis-à-vis des marques distributeurs (60% vs 42%) Groupe qui a le plus confiance dans le gouvernement (36% vs 24%) et dans les infos sur Internet Utilisent nettement plus de canaux d'information, notamment TikTok et YouTube 	<ul style="list-style-type: none"> Confiance dans les acteurs dans la moyenne, sans opinion sur les produits bio (20% vs 15%), confiance + dans les grandes marques 	<ul style="list-style-type: none"> Faible confiance dans les acteurs voire plus de défiance à l'égard des magasins bio et des produits bio, des ONG Consultent nettement moins fréquemment les différents canaux d'information, notamment Internet 	<ul style="list-style-type: none"> Peu confiants dans l'ensemble des acteurs mais particulièrement défiants à l'égard des magasins bio, des produits bio, des normes et labels, des experts scientifiques, des ONG, du gouvernement, et des émissions de TV) Confiance dans les grandes marques alimentaires S'informent très peu (TV et Internet)
Confiance dans l'information sur les produits bio	<ul style="list-style-type: none"> Très bonne confiance dans l'info fournie sur les produits bio 	<ul style="list-style-type: none"> Bon niveau de confiance dans l'info fournie sur les produits bio (mais moins élevée que le groupe 2) 	<ul style="list-style-type: none"> Confiance plus faible dans l'information sur les produits bio 	<ul style="list-style-type: none"> Moindre confiance dans l'info fournie sur les produits bio 	<ul style="list-style-type: none"> 54% n'ont pas du tout confiance dans l'information fournie sur les produits bio (vs 16%)
Labels	<ul style="list-style-type: none"> Connaissent très bien le label AB, un peu moins l'Eurofeuille Idem IGP, AOP, AOC, Label Rouge, Viande/Légumes de France Confiance dans les labels et attentifs 	<ul style="list-style-type: none"> Bonne connaissance (et confiance) des labels (mais moindre que le groupe 2), notamment Agriconfiance (35% le connaissent vs 22%) et HVE (34% vs 22%) Plus de 9/10 font confiance à AB et Eurofeuille 	<ul style="list-style-type: none"> Moindre connaissance du label Eurofeuille et plus largement des labels, mais confiance Peu attentifs aux labels 	<ul style="list-style-type: none"> Plutôt confiance dans les labels mais pas vraiment attentifs Sauf sur le Nutriscore (77% attentifs vs 69%) 	<ul style="list-style-type: none"> Moins familiers de l'ensemble des logos et labels, plus défiants également ; pas attentifs



Contacts

Guénaëlle Gault Directrice générale - g.gault@lobsoco.com

Agnès Crozet Directrice associée – a.crozet@lobsoco.com

Mathilde Grégoire Chargée d'études – m.gregoire@lobsoco.com