



CONFINEMENT : LES PRODUITS BIOLOGIQUES ONT CONQUIS 8 % DE NOUVEAUX ACHETEURS !

L'Agence BIO a interrogé les Français sur l'impact qu'a eu cette période sur leurs habitudes de consommation. Ont-ils continué à acheter des produits biologiques pendant le confinement ? Le bio a-t-il conquis de nouveaux consommateurs ? Où s'approvisionnaient-ils ? Pour quelles raisons les consommateurs se tournent-ils aujourd'hui vers les produits bio ? Que comptent-ils faire après ? Autant de questions auxquelles l'étude conduite par Spirit Insight pour l'Agence BIO¹ apporte des éléments de réponse.



UN CONSTAT : LES PRODUITS BIOLOGIQUES ONT SÉDUIT DE NOUVEAUX ACHETEURS

Près de 7 Français sur 10 ont acheté des produits biologiques pendant le confinement : 8 % sont de nouveaux acheteurs et 61 % en consommaient déjà avant. La progression enregistrée est plus marquée au sein des catégories socio-professionnelles les plus modestes (11 %).

Dans un contexte de crise sanitaire et de baisse du pouvoir d'achat, les acheteurs habituels de produits bio sont une large majorité à avoir maintenu le même niveau d'achat. En effet, 44 % des acheteurs de produits bio déclarent en avoir acheté autant pendant le confinement. Ce score est significativement plus élevé auprès des 25-34 ans (54 %) et des catégories socio-professionnelles supérieures (49 %), deux profils déjà les plus acheteurs de produits bio avant le confinement.

Les jeunes de 18-24 ans sont même plus nombreux à estimer en avoir acheté davantage sur la période (11 % vs 6 % de l'ensemble des acheteurs).

UNE TENDANCE : L'ESSOR DE LA VENTE EN DIRECT

Si les hypermarchés restent le circuit privilégié d'achat de produits bio (57 % des acheteurs), les résultats mettent également en évidence l'essor important de la vente directe (22 % des acheteurs), que ce soit au travers de la vente à la ferme, de plateformes locales et/ou des AMAP². Ces circuits ont rencontré encore plus de succès en milieu rural où 37 % des habitants ont privilégié les circuits courts.

Les magasins de proximité ont été logiquement privilégiés par 24 % des acheteurs de produits bio, à quasi-égalité avec les magasins spécialisés bio (26 %).

Enfin, et sans surprise, la vente de produits bio via le drive des supermarchés a enregistré une progression durant cette période (17 % des acheteurs) quand la commande sur internet (hors drive de grande distribution) a convaincu 7 % des personnes interrogées.



UNE MOTIVATION : LA VOLONTÉ DE SOUTENIR LES PRODUCTEURS BIO LOCAUX

Autre enseignement, le confinement a permis d'opérer une réelle prise de conscience chez les 50-64 ans, habituellement attachés à leurs habitudes de consommation. En effet, 54 % d'entre eux affirment qu'ils ont acheté des produits biologiques pour soutenir les producteurs français de bio.

Une volonté particulièrement présente également chez les personnes vivant en zone rurale : 55 % d'entre elles se sont tournées vers les produits biologiques pendant le confinement pour ces mêmes raisons.

A noter que la hausse de la vente en direct enregistrée dans cette étude concerne bien les producteurs bio locaux et donc répond à deux critères : la proximité et le mode de production respectueux de l'environnement

UNE AMBITION : LA VOLONTÉ DE CONTINUER À CONSOMMER BIO

La quasi-totalité des acheteurs (plus de 9 sur 10) envisage de continuer à favoriser les produits bio après le confinement.

Parmi les raisons citées : les produits bio sont meilleurs pour la santé pour 59 % d'entre eux (jusqu'à 64 % pour les femmes et 67 % pour les CSP+), ils sont de meilleure qualité (57 %), ils respectent mieux l'environnement (56 %), notamment pour les femmes (62 %).

Une nouvelle fois, le soutien à l'économie locale est évoqué par la moitié des répondants, et même par 57 % des 50-64 ans et par 60 % des 65 ans et plus.



Pour Philippe HENRY, Président de l'Agence BIO :

« L'étude confirme l'enracinement pérenne du « réflexe bio » dans la consommation alimentaire des Français. Elle souligne également combien le bio, qui s'est toujours appuyé sur le lien entre producteurs et consommateurs, est aujourd'hui étroitement lié à la tendance locale, créatrice de lien et de sens pour les consommateurs. Fort de l'engagement des producteurs, des acteurs du secteur et avec le soutien des pouvoirs publics, faisons de cet engouement une révolution durable des habitudes ».

¹ Etude Spirit Insight réalisée pour l'Agence BIO du 20 au 25 mai 2020 auprès d'un échantillon représentatif de la population française de 1000 personnes âgées de 18 ans et plus

² Association pour le Maintien d'une Agriculture Paysanne

Enquête sur simple demande

CONTACTS PRESSE ØCONNECTION

agencebio@oconnection.fr

ANNE-MARIE BOYAULT - 06 89 28 42 29

LUCILE LECLERCQ - 06 24 30 56 55

JULIA PHILIPPE-BRUTIN - 06 03 63 06 03