

1. LES HABITUDES ALIMENTAIRES DES FRANÇAIS

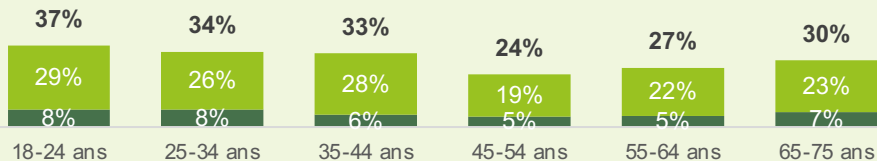
[Retour au sommaire](#)

Consommation de produits biologiques

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

Base totale, n=4000

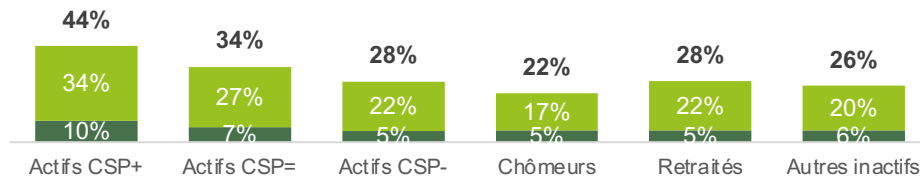
En fonction de l'âge



Tous les jours

Au moins une fois / semaine

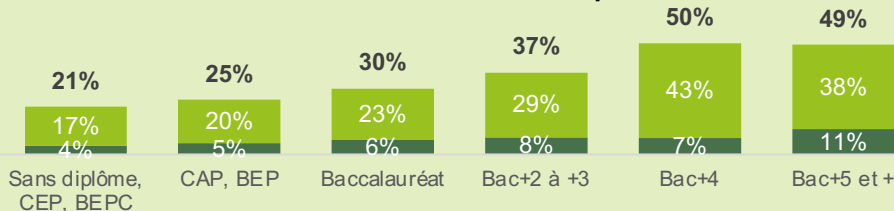
En fonction de la catégorie socioprofessionnelle



Tous les jours

Au moins une fois / semaine

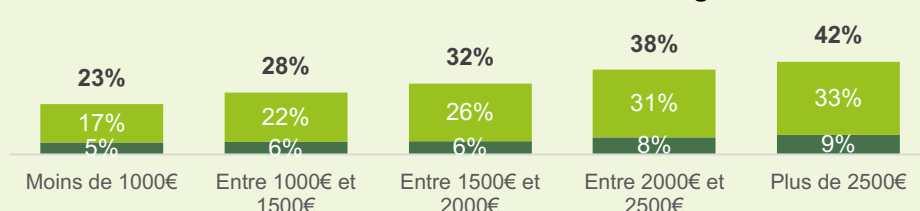
En fonction du niveau de diplôme



Tous les jours

Au moins une fois / semaine

En fonction du niveau de vie du ménage



Tous les jours

Au moins une fois / semaine

TYPOLOGIE SUR L'ENSEMBLE DES FRANÇAIS



[Retour au sommaire](#)

5 profils de consommateurs

23%

Les bio-écologues

Gros consommateurs de bio, les membres de ce groupe sont nettement plus nombreux que la moyenne à s'être mis au bio par souci de l'environnement et du bien-être animal. Ils témoignent d'une très bonne image du bio, en ont une bonne connaissance et se montrent également très confiants dans les acteurs de l'alimentaire et les labels.

25%

Les bio-santé

2ème groupe le plus consommateur de produits alimentaires biologiques, leur rapport à l'alimentation en général, et au bio en particulier, est très marqué par des préoccupations santé. Très attentifs à la qualité des produits alimentaires qu'ils consomment, ils sont nettement moins disposés à rogner sur la qualité. Ils témoignent d'une bonne image et d'une confiance importante dans les produits alimentaires bio.

5%

Les occasionnels

Groupe qui consomme très peu de produits bio : 71% en consomment environ une fois par mois. Ceux qui en consomment plus régulièrement ont une consommation très ancienne. Ils témoignent d'une moins bonne image du bio et également d'une moindre confiance dans les labels. Ils y sont par ailleurs moins attentifs, de même qu'aux mentions sur les produits alimentaires, que la moyenne des Français.

31%

Les distants

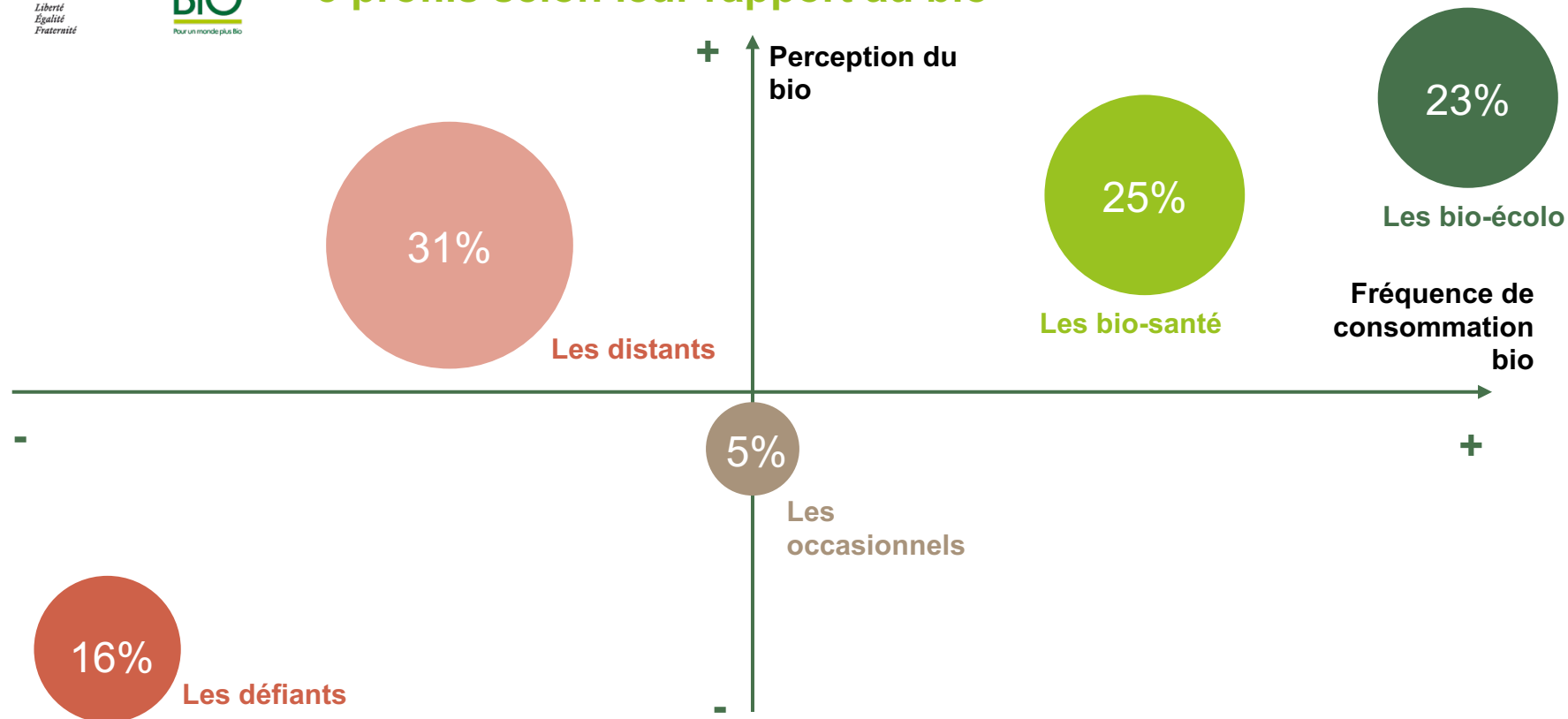
Les membres de ce groupe consomment rarement voire pas du tout de produits bio. Ceux qui en consomment ont une consommation plus récente que la moyenne. Leur consommation de bio est, davantage que la moyenne, motivée au départ par des problèmes de santé, par habitude familiale ou par un événement dans leur vie. Ils témoignent de plutôt bonnes représentations des produits bio (sauf pour le goût) mais s'estiment plus souvent mal informés.

16%

Les défiants

65% des membres de ce groupe ne consomment jamais de bio. Le manque d'intérêt et les doutes sur les produits bio sont des freins nettement plus marqués chez ces consommateurs, par ailleurs très peu soucieux des enjeux environnementaux. Ils témoignent d'une perception très dégradée du bio, et plus largement de l'ensemble des acteurs de l'alimentaire. Le prix des produits alimentaires est un critère d'achat nettement plus marqué chez les membres de ce groupe, plus contraints sur leurs dépenses alimentaires.

5 profils selon leur rapport au bio



Les profils en synthèse

23%

Les bio-écologues

Plus jeunes (36% ont moins de 35 ans), plus diplômés, légèrement plus aisés que la moyenne.

Préoccupations environnement



Préoccupations santé / alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



25%

Les bio-santé

Pas de distinctions sociodémographiques par rapport à la moyenne française.

Préoccupations environnement



Préoccupations santé / alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



5%

Les occasionnels

Plus souvent CSP intermédiaires, plus aisés que la moyenne

Préoccupations environnement



Préoccupations santé / alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



31%

Les distants

Un peu moins diplômés, légèrement moins aisés que la moyenne

Préoccupations environnement



Préoccupations santé / alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



21%

Les défiants

Groupe plus âgé que la moyenne (43% ont plus de 55 ans), retraités, peu diplômés, un peu moins aisés que la moyenne

Préoccupations environnement



Préoccupations santé / alimentation



Conso de bio



Appréciation du bio



Rapport aux labels



Les bio-écologues : 23% de la population

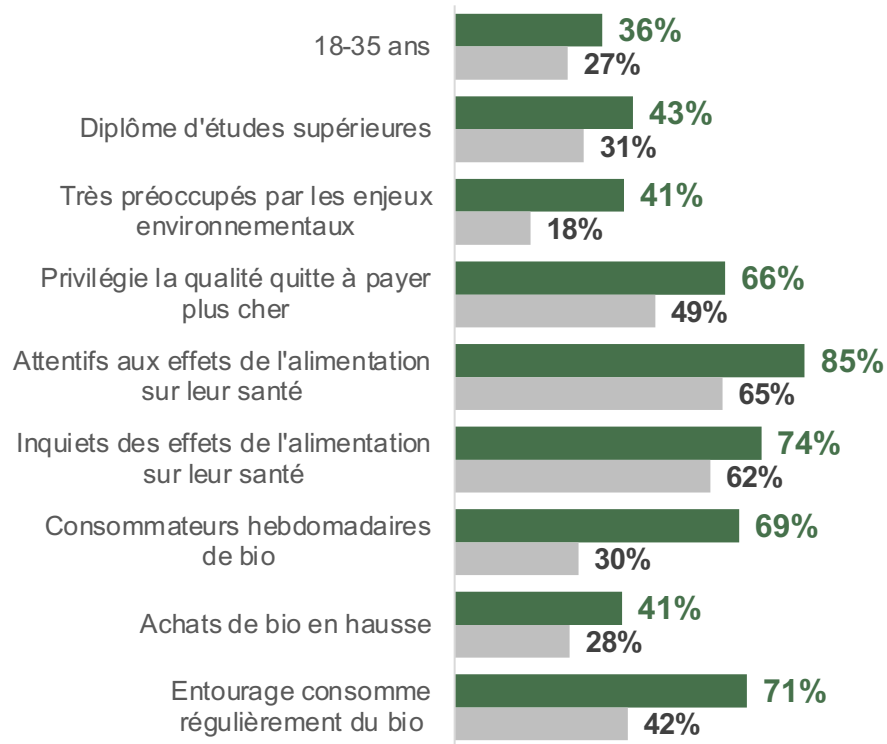
Les membres du groupe des bio-écologues représentent 23% de l'échantillon. C'est le groupe le plus jeune de la typologie (36% ont moins de 35 ans, pour 27% à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon). Ils sont également légèrement plus diplômés et plus aisés que la moyenne et plus souvent positionnés à gauche de l'échiquier politique.

Le groupe des bio-écologues est le plus préoccupé par les enjeux environnementaux.

1er groupe le plus consommateur de produits bio, avec une consommation en hausse, les membres de ce groupe sont nettement plus nombreux que la moyenne à s'être mis au bio par souci de l'environnement et du bien-être animal. Les causes externes (environnement, bien-être animal, motivations éthiques et sociales) ou le fait d'avoir des enfants sont également plus marquées dans les raisons de la poursuite de la consommation de produits bio chez les membres de ce groupe. C'est également le groupe le plus attentif et le plus inquiet des effets de l'alimentation sur leur santé. Pour ces consommateurs, « bien manger » est plus souvent qu'en moyenne synonyme de respect de la nature et d'une alimentation qui ne porte pas atteinte à la santé.

Ils témoignent d'une très bonne image du bio, en ont une bonne connaissance et sont également très confiants dans les acteurs et dans les labels. Ils consomment également nettement plus fréquemment que la moyenne des produits non alimentaires bio, et se montrent très intéressés par le développement du bio dans les offres de restauration.

■ Bio-écologues ■ Ensemble de l'échantillon



Les bio-santé : 25% de la population

Les membres du groupe des bio-santé représentent 25% de l'échantillon. Leur profil sociodémographique se distingue peu du reste de l'échantillon. C'est le 2^{ème} groupe le plus préoccupé par les enjeux environnementaux.

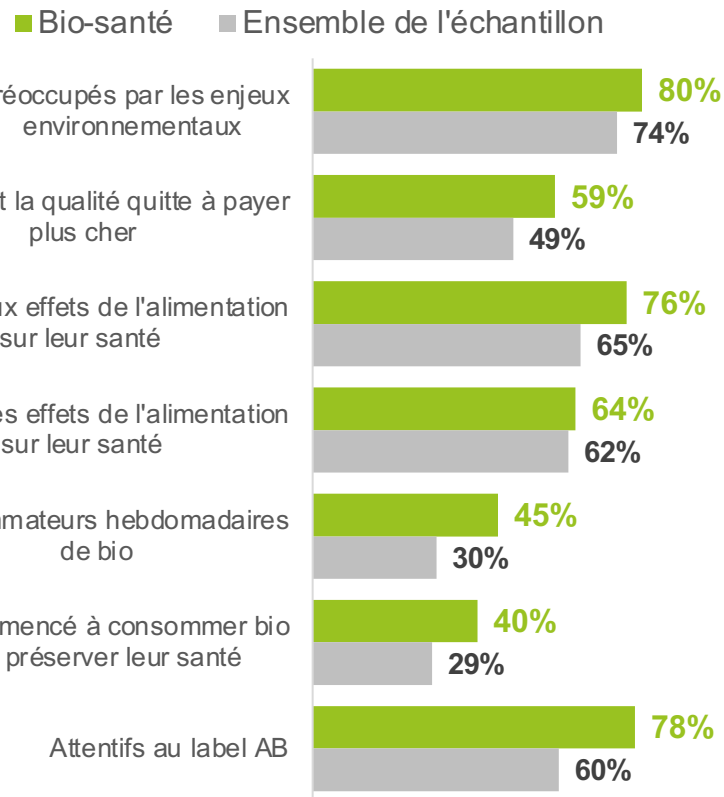
C'est également le 2^{ème} groupe le plus consommateur de produits alimentaires biologiques : 45% consomment des produits bio au moins une fois par semaine (pour 30% à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon).

Leur rapport à l'alimentation en général, et au bio en particulier, est très marqué par des préoccupations santé. Plus attentifs que la moyenne aux effets de l'alimentation sur leur santé (mais pas plus inquiets), ils associent, plus souvent que la moyenne, le « bien manger » à une alimentation équilibrée. Ils sont également plus attentifs à la qualité des produits alimentaires qu'ils consomment et sont nettement moins disposés à rogner sur la qualité dans leurs arbitrages de consommation.

Ils témoignent d'une bonne image des produits alimentaires bio et sont nettement plus nombreux que la moyenne à avoir confiance dans les magasins bio, les produits bio et les labels bio auxquels ils se montrent plus attentifs au moment de l'achat de leurs produits alimentaires.

Ils considèrent plus souvent que la moyenne que l'offre de bio est trop restreinte chez les artisans, les magasins de hard discount, les magasins surgelés, les repas livrés à domicile ou les restaurants classiques.

Ils achètent également plus souvent que la moyenne leurs produits bio en hypermarchés ou supermarchés et témoignent d'un intérêt plus marqué que le reste des Français pour le développement d'une offre bio dans les différents circuits de restauration.

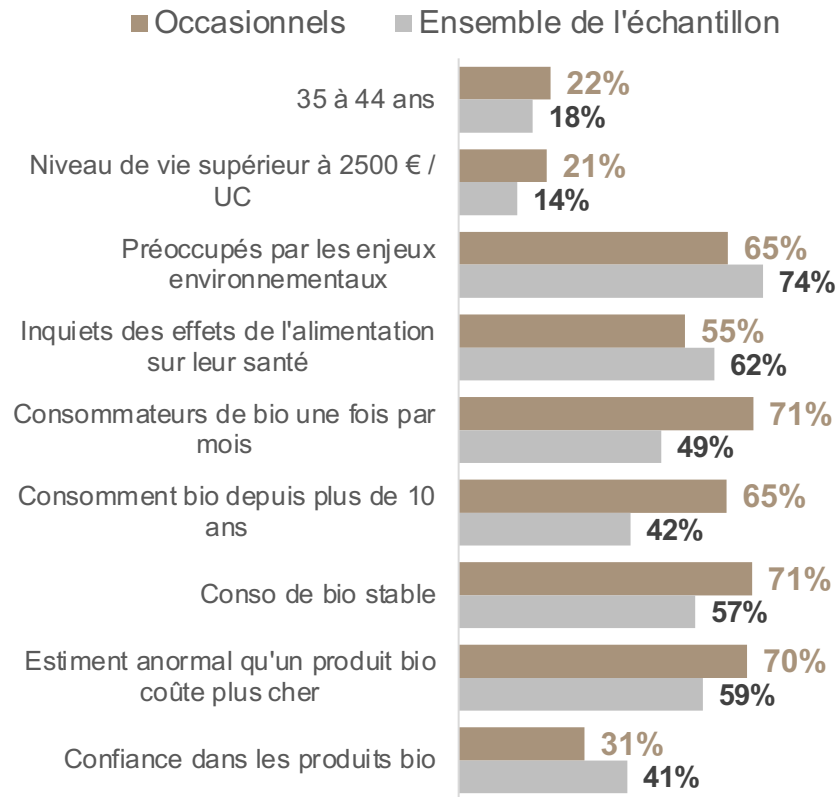


Les occasionnels : 5% de la population

Les membres du groupe des occasionnels représentent 5% de l'échantillon. D'âge moyen, ils sont légèrement plus aisés que le reste de la population. Moins préoccupés que la moyenne par les enjeux environnementaux, ils se montrent également moins inquiets des effets de l'alimentation sur leur santé. Leurs représentations du « bien manger » penchent davantage que la moyenne vers la convivialité et moins souvent vers une alimentation équilibrée ou le respect de la nature que le reste de l'échantillon. 79% disent ne pratiquer aucun régime particulier (pour 68% à l'échelle de l'ensemble de l'échantillon). Le groupe des occasionnels consomme très peu de produits bio : 71% en consomment environ une fois par mois. Parmi les 29% restant ayant une consommation plus régulière, la majorité consomme bio depuis plus de 10 ans et ont plus de mal à se souvenir des raisons pour lesquelles ils se sont mis ou poursuivent leur consommation de produits bio.

Ils témoignent d'une moins bonne image du bio que la moyenne des Français et sont plus souvent d'accord avec le fait que le bio est surtout du marketing ou utilisé pour justifier des prix plus élevés. 70% estiment anormal qu'un produit bio coûte plus cher qu'un produit non-bio. Ils estiment plus souvent que la moyenne manquer d'informations sur les produits bio et font preuve de davantage de défiance à l'égard des produits bio.

Ils témoignent également d'une moindre confiance dans les labels (y compris le nutriscore) et sont plus largement moins attentifs aux labels ou aux mentions sur les produits alimentaires que la moyenne des Français.



Les distants : 31% de la population

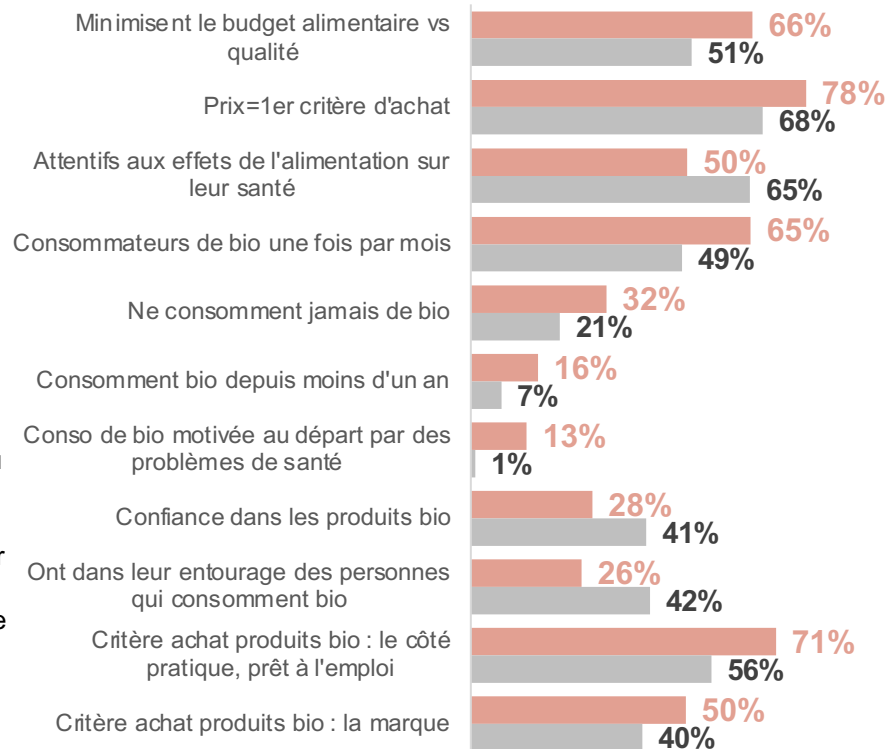
Les membres du groupe des distants représentent 31% de l'échantillon. Ils sont un peu moins diplômés et moins aisés que la moyenne. Ils se révèlent également moins préoccupés que la moyenne par les enjeux environnementaux, et moins attentifs aux effets de l'alimentation sur leur santé. Ils associent plus fréquemment que la moyenne le « bien manger » au plaisir des sens et à la convivialité et ont plus largement un rapport plus distancié à l'alimentation.

Les membres de ce groupe consomment rarement voire pas du tout de produits bio. Ceux qui en consomment ont une consommation plus récente que la moyenne. Leur consommation de bio est, davantage que la moyenne, motivée au départ par des problèmes de santé, par habitude familiale ou par un événement dans leur vie. C'est aussi plus souvent pour ces raisons qu'ils continuent de consommer bio. Leurs critères d'achat des produits bio sont, davantage que la moyenne, le côté pratique et prêt à l'emploi des produits, ou la marque. Les freins à la consommation de produits bio sont plus souvent le prix et l'absence d'intérêt que pour le reste des Français.

Ils ont cependant de plutôt bonnes représentations des produits bio (sauf pour le goût). Ils sont également assez confiants dans l'information sur les produits bio mais s'estiment plus souvent mal informés. Ils ont de fait une moins bonne connaissance des normes bio que la moyenne des Français.

Seuls ¼ des membres du groupe des distants ont dans leur entourage une personne qui consomme bio quotidiennement.

■ Distants ■ Ensemble de l'échantillon



Les défiants : 16% de la population

Les membres du groupe des défiants représentent 16% de l'échantillon. C'est le groupe le plus âgé de la typologie (43% ont plus de 55 ans) et aussi le moins diplômé. C'est le groupe qui se sent le moins concerné par les enjeux environnementaux, et qui est également le moins inquiet des effets de l'alimentation sur la santé. L'alimentation est pour eux nettement plus souvent une nécessité que pour le reste des Français. Peu attentifs aux effets de l'alimentation sur leur santé, ils portent également une attention moins importante que la moyenne aux mentions sur les produits alimentaires. Le prix des produits alimentaires est en revanche un critère de choix nettement plus marqué chez les membres de ce groupe, dont près d'un quart s'imposent d'importantes restrictions sur leurs dépenses alimentaires.

Le groupe des défiants est celui qui consomme le moins de produits bio : 65% de ses membres n'en consomment jamais. Le manque d'intérêt et les doutes sur les produits bio sont des freins nettement plus marqués chez ces consommateurs. Près de 8 membres de ce groupe sur 10 trouvent anormal qu'un produit bio coûte plus cher qu'un produit non-bio. Ils témoignent d'une perception très dégradée du bio, et plus largement de l'ensemble des acteurs de l'alimentaire envers lesquels ils se montrent nettement plus défiants que la moyenne, notamment concernant les labels, les normes et les scientifiques.

86% des membres du groupe des défiants connaissent le label AB et 43% l'Eurofeuille. Leur connaissance des autres labels est également plus faible que la moyenne, en dehors du Nutriscore.

