A PRO BIO
Cultivons notre avenir

Plan BIO
Hauts-de-France
Observatoire régional de l'agriculture biologique

LES CAHIERS DE L'ORAB
N°8 / 2021

Étude de la CONSOMMATION BIO dans les Hauts-de-France

Préambule

En février 2018, après plus d'un an de co-construction, l'Etat et la Région Hauts-de-France, aux côtés des Agences de l'Eau et des Conseils Départementaux, de la Chambre régionale d'agriculture et des associations de développement de l'agriculture biologique que sont Bio en Hauts-de-France et A PRO BIO, se sont engagés en faveur de l'agriculture biologique en signant le Plan Bio régional 2017- 2021.

Ce nouveau plan bio s'organise autour de 4 objectifs: le développement des surfaces agricoles, la structuration de filières équitables, la formation et enfin l'accompagnement de la consommation. L'Observatoire Régional de l'Agriculture Biologique (ORAB) est déployé dans ce cadre partenarial.

L'Observatoire Régional de l'Agriculture Biologique en Hauts-de-France vise à mesurer le développement de l'agriculture biologique en région et d'en analyser les enjeux socio-économiques afin de les partager avec l'ensemble des parties prenantes de la filière. Sont réalisées, une carte d'identité et plusieurs études prospectives: la carte d'identité permettant de dresser un état des lieux de la production, de la transformation et de la distribution biologique dans notre région, et des études qualitatives afin d'analyser des filières ou des secteurs en mutation ou développement.

Cette huitième étude s'attache à identifier les leviers de développement de la consommation bio dans les Hauts-de-France, qui permettront aux partenaires du Plan Bio mais également à l'ensemble des acteurs de la filière régionale de répondre de manière toujours plus opérationnelle à l'enjeu d'une meilleure adéquation entre l'offre et la demande en produits bio régionaux.

Plus précisément, les données détaillées dans cette étude ont pour objectif :
- D'évaluer la consommation en produits biologiques, dans l'absolu et par catégories de produits, dans les Hauts-de-France
- De connaître les motivations de consommation et d'achat, et plus particulièrement au lendemain du 1er confinement lié à la crise sanitaire de 2020
- D'identifier les circuits de distribution privilégiés par les consommateurs bio
- De mesurer le niveau de connaissance des produits biologiques régionaux et leur image auprès des consommateurs

D'anticiper les nouvelles tendances de consommation en Hauts-de-France

Ces données, issues d'un panel représentatif de plus de 800 habitants des Hauts-de-France et réalisé en octobre 2020 auprès d'un panel représentatif des habitants des Hauts-de-France, viennent compléter les résultats du Baromètre National de l'Agence Bio, publié en Février 2020, avec lesquelles elles sont mises en perspectives.

A PRO BIO est une association à caractère interprofessionnel engagée au service de l'ensemble des acteurs de la filière biologique de la région Hauts-de-France. Créée en 1994, elle fédère l'ensemble des professionnels et acteurs de l'Agriculture Biologique du territoire : producteurs, transformateurs, distributeurs, associations, centres de formation.... Interlocutrice privilégiée sur le sujet de la bio régionale, l'association œuvre pour permettre à tous l'accès à une alimentation de qualité.

Mentions légales

Édition : 2021
Étude réalisée par : A PRO BIO

Remerciements:
A toutes les personnes ayant participé à la rédaction de cette étude **Claire COULAUD, Pia Leveillé et Diane Mazuel**, pour la collecte de données, l'analyse et la rédaction, et **Adrien Dutoit** pour le graphisme et la mise en page.

Aux partenaires du Plan Bio Régional : Bio en Hauts-de-France, et la Chambre régionale d'Agriculture des Hauts-de-France.

A la DRAAF et à la Région Hauts-de-France pour leur soutien financier.

Au cabinet SAD MARKETING qui nous a accompagnés dans la réalisation de cette étude, et à l'ensemble des consommateurs qui ont pris du temps de répondre à notre questionnaire.

Table des matières

I / Analyse du marché Bio en France

1) Tendances nationales *p.5*

2) L'impact de la crise sanitaire *p.6*

a) Magasins bio spécialisés *p.6*

b) Grandes et moyennes surfaces *p.7*

II / Etude de la consommation de produits alimentaires biologiques dans les Hauts-de-France

1) Méthodologie *p.8*

2) La consommation de produits alimentaires biologiques dans les Hauts-de-France *p.9*

1) Profil des consommateurs bio des Hauts-de-France *p.9*

2) Les principaux freins à la consommation bio en Hauts-de-France *p.14*

3) Le locavorisme : concurrence ou synergie avec la consommation bio ? *p.15*

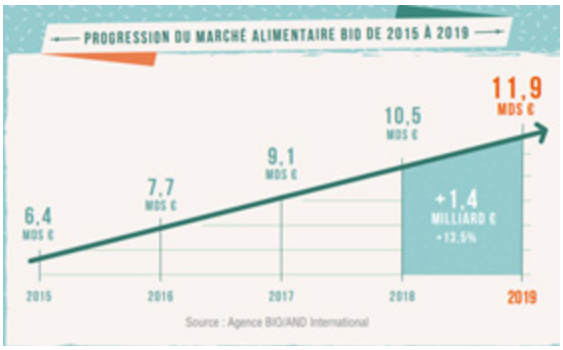
4) Les attentes des habitants des Hauts-de-France vis-à-vis du bio et du bio local *p.17*

5) Les nouvelles habitudes alimentaires des habitants des Hauts-de-France *p.20*

III / CONCLUSION ET PERSPECTIVES

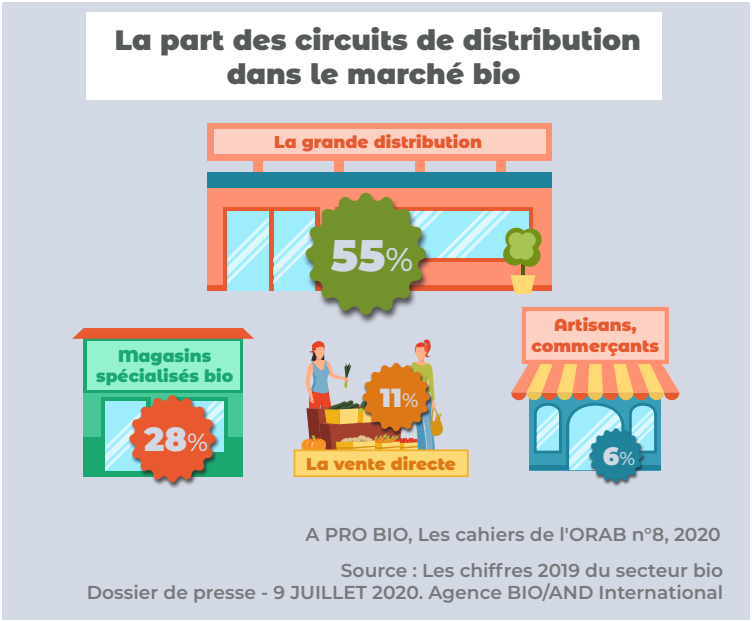
1) Analyse du marché Bio en France

1) Tendances nationales



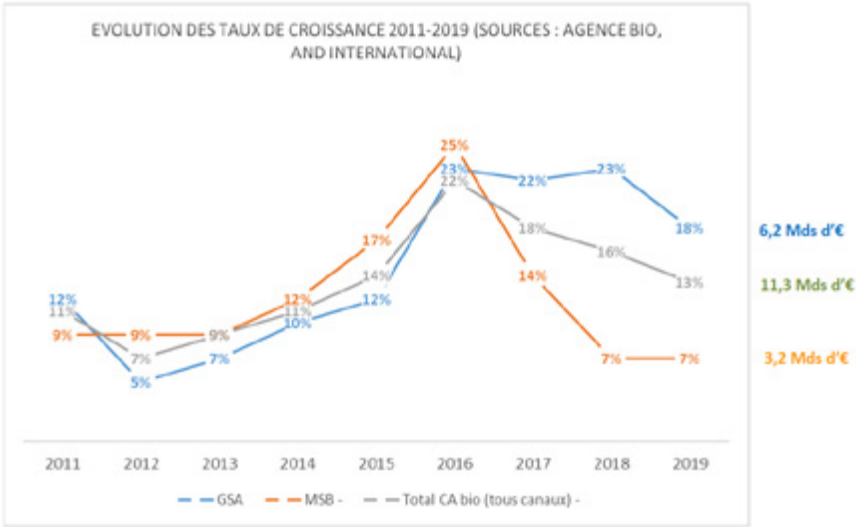
Le marché bio en 2019 représente 11,9 milliards soit une évolution de 13,5% par rapport à 2018. La consommation des ménages a plus que doublé en cinq ans avec une croissance de plus d'1,3 milliard d'euros chaque année depuis 2016. Ainsi 6,1 % de la consommation alimentaire des ménages français sont consacrés aux produits biologiques.

L'année 2019 confirme le constat établi depuis 2017 : les enseignes de grande distribution sont le principal moteur des ventes de produits bio, et ce grâce au développement des linéaires et des gammes bio tant en marque de distributeur qu'en marque nationale. Entre 2016 et 2019, le chiffre d'affaires des produits bio en grande distribution augmente de 75 %. Cette progression est particulièrement marquée entre 2016 et 2018 (+ 23 % de hausse moyenne annuelle) et tend à s'attenuer par la suite (+ 18 % entre 2018 et 2019). En 2019, la grande distribution atteint 55 % des parts de marché.



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Source : Les chiffres 2019 du secteur bio
Dossier de presse - 9 JUILLET 2020. Agence BIO/AND International



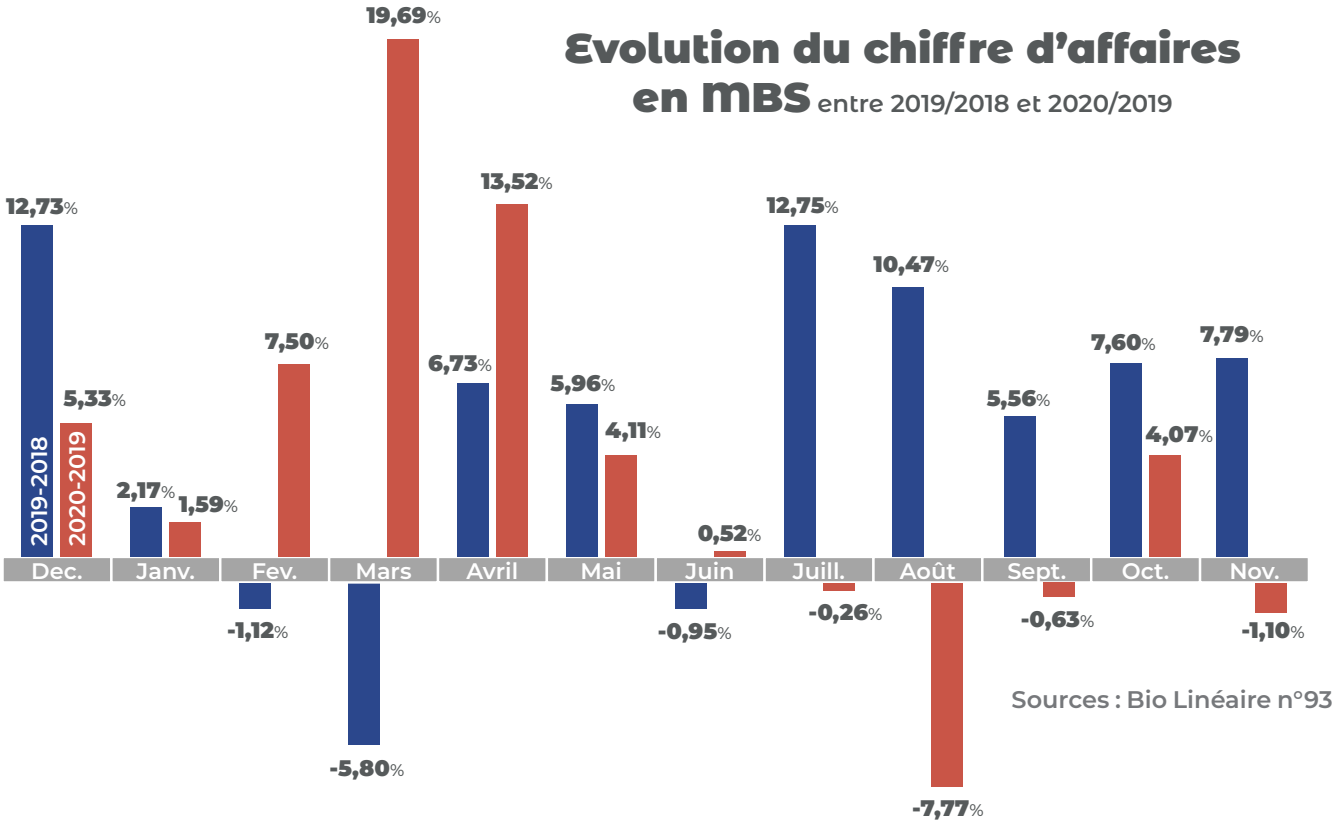
Les 30 glorieuses du développement de la filière bio ont pris fin en 2016, année depuis laquelle on observe un décrochage de la croissance non négligeable, tous secteurs confondus. La compétition entre circuits de distribution semble alors une nouvelle étape.

Pour les MBS (Magasins Bio Spécialisés) cette tendance doit évidemment beaucoup à l'engouement de la grande distribution pour ce marché lucratif. En effet, les grandes entreprises de distribution alimentaire généraliste ont non seulement accru les ventes de produits bio dans leurs enseignes principales et spécialement dans les magasins de proximité, mais ils développent ou contrôlent aussi une partie des réseaux spécialisés, y compris de vente en ligne. En 2016, dans ce contexte, les détaillants spécialisés indépendants, souvent pionniers du secteur, sont pénalisés par de moindres puissances d'achat, d'investissement et d'organisation.

2) L'impact de la crise sanitaire

Focus sur les tendances observées durant la crise sanitaire de 2020.

a) En magasins bio spécialisés

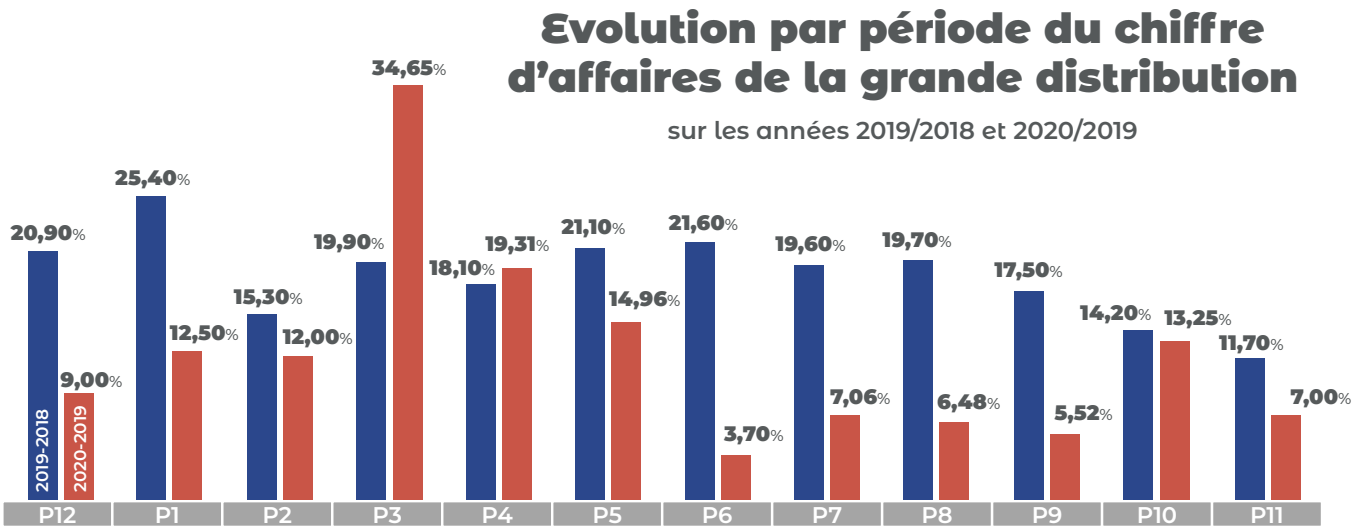


En 2019, le réseau de MBS atteint 28% des parts de marché (source : Agence Bio). Certains magasins du réseau spécialisé Bio ont vu augmenter les paniers moyens de leurs consommateurs pendant le 1er confinement au mois de mars 2020. On observe **un ralentissement de la croissance du chiffre d'affaires en MBS** (Magasins Bio Spécialisés) à partir de Mai et Juin. L'offre (ouverture de magasins freinée par le confinement du printemps) créé la croissance, ce qui peut expliquer en partie le déclin de l'évolution du CA des MBS combiné à une perte de pouvoir d'achat dû au COVID-19. Avec **61 fermetures** et **46 ouvertures de moins qu'en 2019**, le parc du réseau spécialisé bio continue malgré le contexte son développement **(158 ouvertures en 2020)** même si nous sommes loin des fortes cadences d'ouvertures de 2017 et 2018. Dans les Hauts-de-France, 4 nouveaux points de vente de MBS ont été enregistrés courant 2020(Bio Linéaires, n°93).

La pandémie de 2020 accélère les tendances émergentes et oblige la distribution spécialisée bio à se réinventer. Elle va devoir se différencier davantage de la grande distribution en **«offrant un sentiment de proximité porteur de lien social et de vie locale tout en assurant la défense des plus faibles au sens large (petites filières, clients en difficulté, protéger la nature)».** *

* Source : Les 7 leçons cachées de l'ère Covid, qui vont marquer la bio spécialisée, Sauveur Fernandez, l'Econovateur, octobre 2020.

b) En grandes et moyennes surfaces



Sources : IRI

En 2018 et 2019 la croissance des ventes de produits bio est restée importante en GMS (Grandes et Moyennes Surfaces). 2020 en revanche devrait être marquée par un ralentissement de la croissance du CA.

La GMS a en effet profité du confinement de mars, mais connait durant les mois suivants une croissance ralentie, devant passer au cumul de 18% à 13% :

Les données IRI montrent que la distribution des produits bio hors DPH (Droguerie Parfumerie Hygiène) en hypermarchés, supermarchés, EDMP (Enseigne à Dominante Marques Propres), drives et supérettes a connu à nouveau un ralentissement en août, la croissance atteignant alors 6,5% contre 7,1% en juillet 2020.

Le drive représente 9% de part de marché et ne cesse d'augmenter. Il est clair que **les ventes ont bien augmenté en GMS (plus outillé) et ont confirmé la tendance des courses en ligne.**

On constate en parallèle une poussée des **très grands groupes** avec des moyens importants qui mettent en place de nouveaux produits labellisés bio.
Les restrictions sanitaires depuis fin octobre 2020 ont eu, sur la vie des Français, un impact différent de celui du printemps. **Les PGC** (Produits de Grande Consommation) **bio restent dynamiques** mais l'écart de croissance entre bio et non bio s'est légèrement resséré et le niveau de croissance est même légèrement inférieur à celui des produits non-bio dans les enseignes de GMS.

Le confinement de novembre 2020 a été moins favorable au bio en GMS :

- **l'engouement pour la cuisine ou la pâtisserie est moins marqué** et les produits liés sont moins dynamiques (+31% 1ère vague et +14% lors de la 2ème vague)

- **le mois de décembre et la consommation de fin d'année sont peu favorables aux produits AB** (Agriculture Biologique).

L'année 2020 est mitigée pour les produits labellisés bio en GMS.

2) Etude de la consommation de produits alimentaires biologiques dans les Hauts-de-France

1) Méthodologie

L'enquête a été réalisée du **12 octobre au 2 novembre 2020**, pour rappel, dans un contexte sanitaire marqué par l'accélération de l'épidémie de Covid-19 et la mise en place d'un nouveau confinement à partir du 30 octobre; à ce stade, l'enquête étant quasiment terminée, l'impact de l'annonce et de la mise en place du reconfinement sur les résultats est négligeable.

Une étude quantitative, basée sur un questionnaire auto-administré d'une trentaine de questions, a été menée conjointement sur le réseau social Facebook et le panel online TOLUNA. Le questionnaire s'articule autour d'une une base commune de questions posées à tous les répondants (consommateurs bio et non bio) et des parties spécifiques posées uniquement aux consommateurs de produits alimentaires biologiques, aux consommateurs bio occasionnels (au moins une fois par mois) et aux acheteurs de produits locaux (consommateurs bio ou non).

L'échantillon se compose de **803 habitants des Hauts-de-France** âgés de 18 ans et plus, stratifié selon les quotas départementaux de l'INSEE (Institut National de la Statistique et des Etudes) en termes de sexe, d'âge, de catégorie socio-professionnelle et de nombre d'enfants au sein du foyer.

Comparativement à l'étude nationale de l'Agence Bio réalisée sur un panel de 2 000 français de 18 ans et plus, notre échantillon est tout aussi représentatif : **un échantillon de 800 personnes permet d'obtenir des résultats fiables et extrapolables à la population de référence**.

La taille d'échantillon influe sur la marge d'erreur : plus la taille d'échantillon est grande, plus la marge d'erreur est faible. Dans notre étude, si le chiffre annoncé est « 80% », alors la « vraie » valeur est située entre 77% et 83% environ (cet écart est la marge d'erreur).

2) La consommation de produits alimentaires biologiques dans les Hauts-de-France

1) Profil des consommateurs bio des Hauts-de-France

Près de 4 habitants sur 5 des Hauts-de-France **(77%)** consomment des produits alimentaires biologiques, ne serait-ce que très occasionnellement (au moins une fois par an). C'est moins qu'**au niveau national où la part de consommateurs bio est de 89%**.

Les consommateurs bio sont surreprésentés parmi les catégories socio-professionnelles supérieures (artisans, commerçants, chefs d'entreprises, cadres…) : **88% des habitants issus de catégories socio-professionnels supérieures dans les Hauts-de-France**consomment des produits alimentaires bio. Excepté la catégorie socio-professionnelle, on n'observe pas d'autres différences de consommation selon le sexe, la classe d'âge, la composition familiale du foyer (au moins un enfant mineur ou non) ou le département de résidence. **Ces résultats démontrent que la consommation alimentaire bio est bien installée dans le quotidien des habitants des Hauts-de-France.**

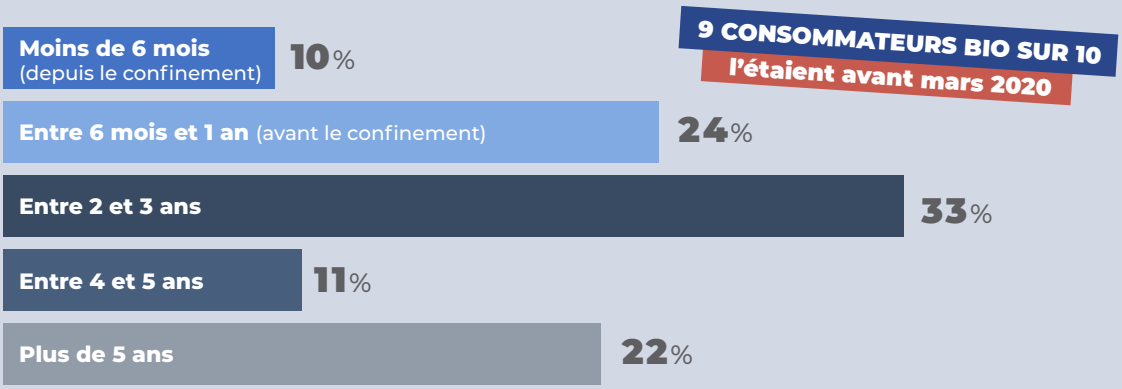
A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

78% des consommateurs de produits alimentaires biologiques en consomment au moins une fois par semaine, dont 29% tous les jours ou presque. Par rapport aux autres départements, les consommateurs quotidiens de produits alimentaires bio sont légèrement sous-représentés dans le Pas-de-Calais (22%).

Les consommateurs bio occasionnels (au moins une fois par mois) représentent 16% de la population des Hauts-de-France. Ils sont surreprésentés chez les plus jeunes : 31% des 18-24 ans consomment des produits bio occasionnellement et 11% de façon très occasionnelle (moins d'une fois par mois).
Pour les autres classes d'âge (à partir de 25 ans jusqu'à 65 ans et plus), les produits bio sont intégrés fréquemment dans l'alimentation, notamment chez les 55-64 ans qui sont 38% à en consommer tous les jours.
2/3 des consommateurs bio (66%) le sont depuis au moins 2 ans (contre 81% au niveau national, source Agence Bio), et un tiers (33%) depuis au moins 4 ans (52% au niveau national). Naturellement, plus les consommateurs mangent des produits bio depuis longtemps, plus ils les intègrent régulièrement dans leur alimentation. Ainsi, 45% des consommateurs quotidiens de produits alimentaires bio en consomment depuis au moins 4 ans. Les nouveaux consommateurs (depuis 1 an et moins) forment le dernier tiers (34% contre 19% pour la moyenne française) et sont sur-représentés chez les habitants du Pas-de-Calais (45%).

Ancienneté de consommation des produits bio

(Depuis combien de temps consommez-vous des produits alimentaires biologiques ?)



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

1 consommateur bio sur 10 l'est depuis le premier confinement en mars 2020, sans qu'aucun lien de cause à effet n'ait été mis en évidence.

Près d'un quart des consommateurs bio (24%) en achète toutefois davantage depuis le confinement de mars 2020, notamment les consommateurs quotidiens de produits alimentaires bio (34%). A l'inverse, 5% des consommateurs bio ont diminué leurs achats de produits biologiques suite au premier confinement de mars, en particulier les consommateurs occasionnels (11%), probablement pour des raisons financières (chômage partiel, etc.) et de sensibilité au prix du bio (notamment chez les consommateurs occasionnels, comme expliqué ci-après).

Les principales raisons invoquées pour consommer des produits alimentaires biologiques :

- **44%** veulent préserver leur **santé** et celle de leurs proches, particulièrement les consommateurs quotidiens de produits alimentaires bio (57%) qui évoquent aussi le fait que ces produits feraient l'objet de plus de contrôles que les autres (29% contre 23% pour l'ensemble des répondants) ;
- **33%** en consomment dans le cadre d'un **mode de vie** prônant un retour à la nature et aux valeurs essentielles, notamment les habitants de l'Oise (39%) ;
- **31%** sont sensibles à la préservation de **l'environnement** ;
- **31%** jugent que les produits bio sont meilleurs en termes de **goût** et de **qualité**, sauf les consommateurs occasionnels qui ne sont que 19% à invoquer cette raison.

Le schéma ci-dessous décrit en détail les **principales raisons de consommation d'un produit alimentaire bio pour un consommateur bio des Hauts-de-France** (total répondants) :

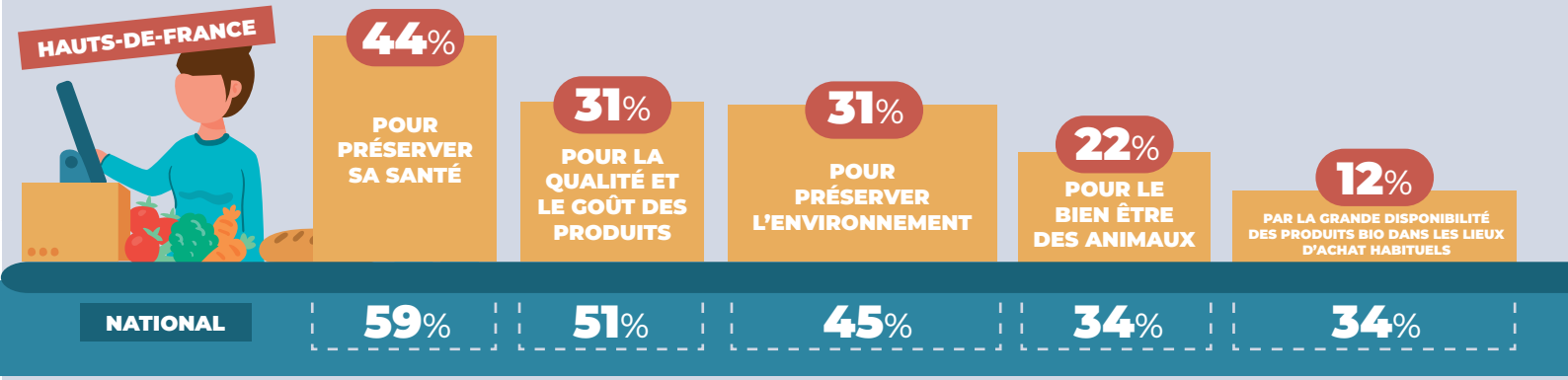
A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Au final, les raisons de consommer des produits alimentaires bio au niveau régional sont sensiblement les mêmes qu'au niveau national (les principales raisons invoquées étant de préserver sa santé, le goût et la qualité des produits et la préservation de l'environnement), mais dans de moindres proportions. On constate notamment que les consommateurs des Hauts-de-France sont moins sensibles à l'argument du goût (31% contre 51% à l'échelle nationale) et consomment moins de manière opportuniste, n'étant que 12% à considérer la grande disponibilité de produits bio dans les lieux d'achat habituels comme élément déclencheur, contre 34% au national.

Chez les consommateurs bio occasionnels, 16% évoquent la différenciation de l'offre bio qui propose des produits différents, voire non trouvables en conventionnel.

Les principales raisons de consommation actuelle de produits biologiques

(Quelles sont les principales raisons pour lesquelles vous consommez des produits alimentaires bio ?)



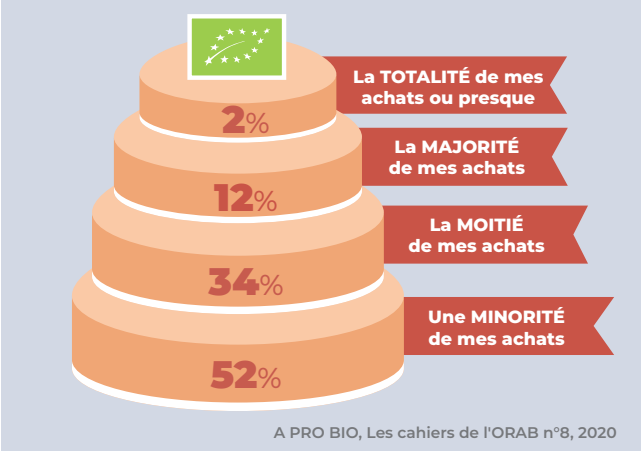
A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Les consommateurs bio sont majoritairement des zappeurs[1] : pour plus de la moitié (52%), les produits bio ne représentent qu'une minorité des achats alimentaires, en particulier chez les consommateurs occasionnels (91%), et dans une moindre mesure, les consommateurs hebdomadaires (61%). Ce constat régional est partagé au niveau national, bien que la question n'ait pas été formulée de la même manière (ici était demandée la part des achats de produits alimentaires bio dans les courses, tandis que l'Agence Bio interrogeait sur la part de la consommation bio, en volume, dans la consommation quotidienne).

La consommation exclusive de produits bio ne concerne que **2% des consommateurs**. Même les consommateurs quotidiens mixent avec des produits conventionnels, bien que la part du bio dans leurs achats alimentaires soit nettement plus élevée que la moyenne : **85% d'entre eux** estiment la part du bio à au moins la moitié de leurs achats alimentaires (**contre 48% pour l'ensemble des répondants**). Pour 35%, le bio représente même la majorité de leurs achats alimentaires (contre 14%). Seuls 6% consomment exclusivement bio.

[1] On appelle « zappeurs » des consommateurs versatiles (non « fidèles ») qui passent facilement d'un type de produit à un autre, d'une marque à une autre, etc. Dans notre cas, on observe que les consommateurs qui consomment exclusivement bio sont marginaux dans notre échantillon. La majorité mixe l'achat de produits alimentaires d'origines bio et conventionnelle.

Le schéma ci-contre représente la part des produits alimentaires dans les courses sur la totalité des consommateurs bio des Hauts-de-France :



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Les fruits et légumes arrivent en tête des produits alimentaires achetés en bio (96% des consommateurs qui consomment des produits bio au moins une fois par mois), devant les produits laitiers (89%), la viande (74%) et le pain frais (68%).

Cités par plus d'un consommateur bio sur deux **(51%), les hypers et supermarchés forment le principal circuit d'achat des produits alimentaires biologiques, tous produits confondus** (sauf le pain frais où ils ne sont cités qu'à hauteur de 32% contre 41% pour les artisans et les petits commerçants). **Seuls les consommateurs quotidiens de produits alimentaires bio sont moins enclins que la moyenne à en acheter en hypers et supermarchés (40%).** Cette suprématie des grandes et moyennes surfaces alimentaires se retrouve également au niveau national, ce circuit étant le principal fréquenté par les consommateurs bio, tous produits confondus, loin devant les magasins spécialisés bio, les marchés et les artisans qui se talonnent.

Les magasins spécialisés bio et les achats en direct chez le producteur arrivent respectivement en deuxième (13%) et troisième position (12%), tous produits confondus.

Vous achetez la majorité de vos produits alimentaires biologiques en… ? (une seule réponse possible)

A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Les consommateurs bio privilégient notamment les achats en direct chez le producteur pour la viande bio (21%), les fruits et légumes bio (18%) ainsi que les produits laitiers bio (12%), même si les hypers et supermarchés restent le principal circuit d'achat de ces produits (respectivement 40%, 44% et 58%).

Les artisans, petits commerçants et les marchés (6% ex aequo), ainsi que le drive et internet (respectivement 5% et 1%) restent minoritaires.

Dans quels lieux achetez-vous ces produits bio ?

PAIN	PRODUITS LAITIERS	FRUITS & LÉGUMES	VIANDE
41% chez les artisans et petits commerçants	**58%** en hyper, supermarché	**44%** en hyper, supermarché	**40%** en hyper, supermarché
32% en hyper, supermarché	**12%** ferme, AMAP, producteurs	**18%** ferme, AMAP, producteurs	**21%** ferme, AMAP, producteurs
11% en magasin spécialisé bio	**9%** en magasin spécialisé bio	**14%** au marché	**19%** chez les artisans et petits commerçant

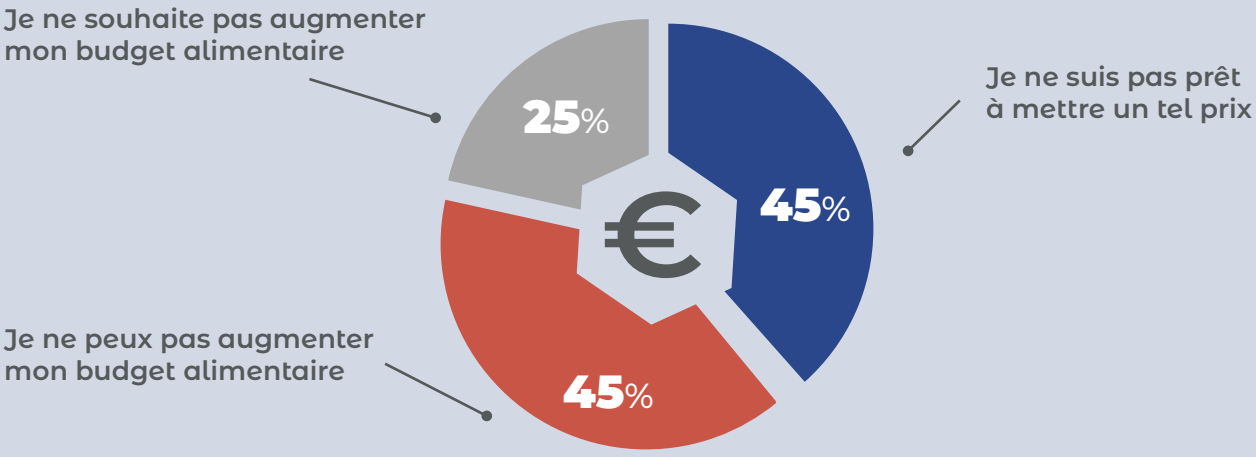
A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Le prix est un frein à l'achat de produits alimentaires biologiques pour près de 9/10 consommateurs bio (88%). Pour un tiers des consommateurs bio (32%), le prix est même un obstacle récurrent à l'achat de produits bio. Plus sensibles que la moyenne au prix des produits bio, plus de 9/10 consommateurs bio occasionnels (94%) sont freinés dans leurs achats pour cette raison, dont 45% déclarent l'être souvent (32% pour l'ensemble des consommateurs bio).

La sensibilité au prix s'explique, d'une part, par l'impossibilité d'augmenter son budget alimentaire (raison citée par 45% des consommateurs bio sensibles au prix), d'autre part, par le prix de certains produits bio dépassant le seuil psychologique (45%). Cette dernière raison est davantage invoquée par les consommateurs bio du département du Nord (52%).

A l'inverse, les consommateurs quotidiens de produits alimentaires bio sont significativement moins sensibles au prix que la moyenne (80% contre 88%).

Principaux freins à l'achat de produits biologiques



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

2) Les principaux freins à la consommation bio en Hauts-de-France

Environ un quart des habitants des Hauts-de-France (23%) ne consomme jamais de produits alimentaires biologiques, alors que le taux des non-consommateurs de bio n'est que de 11% au niveau national.

Les non-consommateurs sont principalement sur-représentés chez les ouvriers et les inactifs (retraités, demandeurs d'emploi ...) : respectivement 36% et 29% d'entre eux ne consomment jamais de produits alimentaires bio.

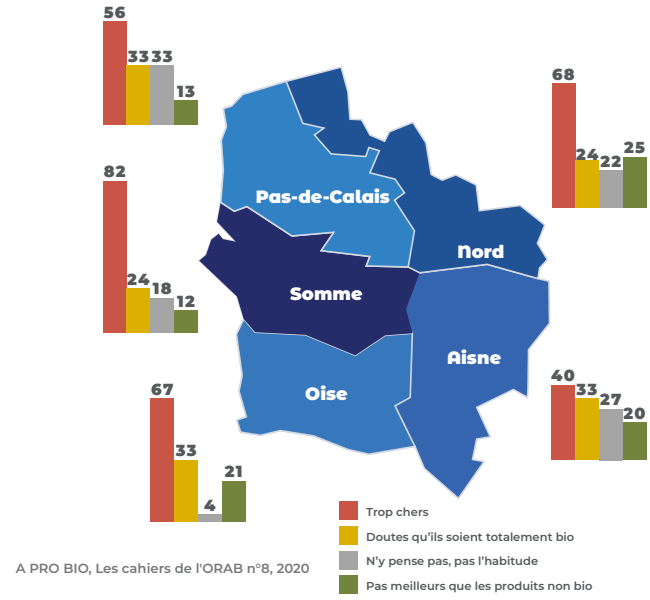
Le prix est de loin la principale raison pour ne pas consommer de produits alimentaires biologiques, citée par près de 2/3 des non-consommateurs **(64%).**

Au travers des autres raisons invoquées, on observe :
- l'expression d'une **méfiance** vis-à-vis des produits alimentaires biologiques : 29% doutent qu'ils le soient réellement.
- une certaine **défiance** : 20% ne les jugent pas meilleurs que les autres produits
- 19% pensent que le bio ne serait qu'un **argument de vente « marketing »**.

Principales raisons de ne pas consommer
des produits alimentaires biologiques

A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Raisons principales de ne pas consommer des produits bio (en %)



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Le fait de posséder un **jardin** est également une raison invoquée par 14% des non-consommateurs de bio, notamment chez les habitants des départements de la Somme (29%) et de l'Aisne (33%).

Enfin, 13% des habitants de l'Oise expliquent rencontrer des difficultés pour trouver des produits alimentaires biologiques (soit 10 points de plus par rapport à la moyenne des non-consommateurs bio des Hauts-de-France, tous départements confondus).

La carte ci-contre présente les raisons principales de ne pas consommer Bio par département de la région Hauts-de-France.

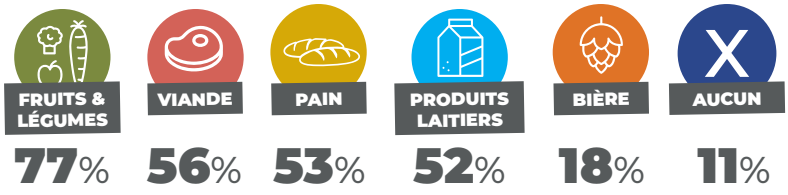
3) Le locavorisme : concurrence ou synergie avec la consommation bio ?

9 HABITANTS SUR 10 DES HAUTS-DE-FRANCE
attachent de l'importance à consommer local

A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Près de 9 habitants sur 10 des Hauts-de-France (89%), consommateurs bio ou non, attachent de l'importance à consommer local (ils achètent au moins un produit de leur région parmi la liste de produits suivants : fruits et légumes, viande, pain frais, produits laitiers

Quels sont les produits que vous achetez et pour lesquels vous attachez de l'importance à ce qu'ils soient de votre région ?
(Plusieurs réponses possibles) Total répondants



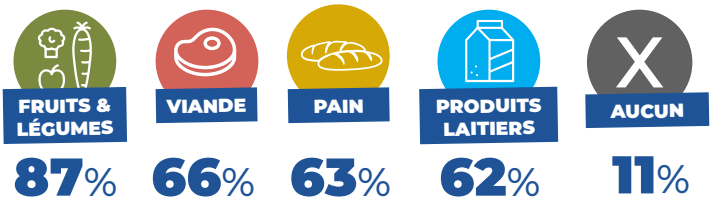
A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Parmi les produits alimentaires achetés dont il est important pour les consommateurs des Hauts-de-France qu'ils soient d'origine locale, **les fruits et légumes se hissent en tête** (77%), loin devant la viande (56%), le pain frais (53%), les produits laitiers (52%) et la bière (18%).

Les consommateurs bio sont les plus sensibles à consommer local (93% contre 75% chez les non-consommateurs bio), notamment pour leurs achats de fruits et légumes (81%) et de produits laitiers (54%).

Cet attrait pour la consommation locale auprès des consommateurs bio est particulièrement marqué chez :

Pour les consommateurs bio



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

- Les consommateurs quotidiens de produits alimentaires bio : 96% achètent au moins un produit alimentaire de leur région, que ce soit les fruits et légumes (87%), la viande (66%), le pain frais (63%) ou les produits laitiers (62%).

- Les consommateurs bio habitant le Pas-de-Calais : 97% achètent au moins un produit alimentaire de leur région.

44% jugent ces produits meilleurs en termes de **goût et de qualité** ;

40% font instinctivement **confiance aux producteurs locaux**, notamment les habitants du Pas-de-Calais, consommateurs de bio ou non (49%) ;

36% veulent **soutenir l'économie locale** et les emplois à travers leur consommation.

Enfin, un quart des consommateurs des Hauts-de-France achetant des produits locaux (25%) invoque des raisons environnementales, notamment les consommateurs bio (29%), et plus spécifiquement les consommateurs quotidiens de produits bio (37%).

Principales raisons de consommer des produits alimentaires de votre région*

44% Produits plus frais, de meilleure qualité

40% Fais confiance aux producteurs régionaux

36% Pour l'économie locale / l'emploi local

25% Plus faible empreinte carbone car produits à proximité

22% Par attachement à ma région, ses valeurs

9% Moins chers que les produits d'autres origines car produits à proximité

** Plusieurs réponses possibles ; maximum 2 raisons, total répondants*

A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Les résultats de notre étude montrent que 46% des consommateurs bio et des acheteurs de produits locaux considèrent que l'origine locale d'un produit alimentaire est un critère de choix plus important que la présence d'une certification bio, particulièrement les non-consommateurs bio (87%) et les consommateurs occasionnels de produits bio (58%).

Seuls 15% pensent le contraire, notamment les consommateurs bio (18%) et en particulier ceux qui habitent dans le département du Nord (23%).

40% des consommateurs bio et des acheteurs de produits locaux placent l'origine locale et l'origine biologique d'un produit alimentaire au même niveau d'importance. Ils sont surreprésentés chez les consommateurs bio (46%), notamment ceux achetant local (49%) et consommant quotidiennement des produits bio (57%).

Le plus important pour vous est d'avoir un produit* ...

Pour les consommateurs bio

18% Produits bio

36% De ma région

+ 46% De ma région et bio

Pour les consommateurs non bio

3% Produits bio

87% De ma région

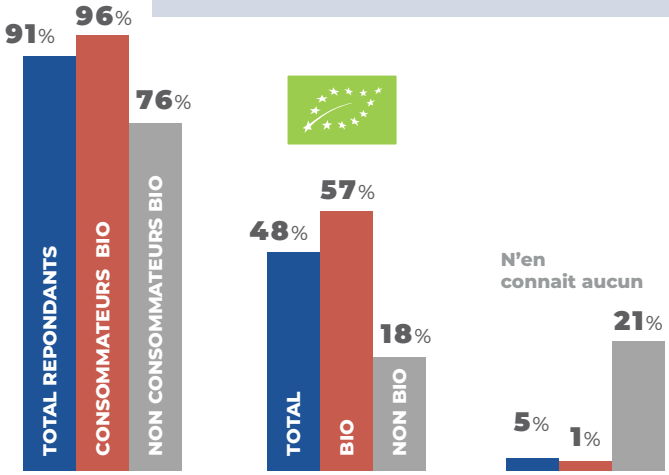
+ 10% De ma région et bio

** 1 seule réponse possible*

A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

4) Les attentes des habitants des Hauts-de-France vis-à-vis du bio et du bio local

Quel(s) logo(s) connaissez-vous / avez-vous déjà vu, par exemple en faisant vos courses ?

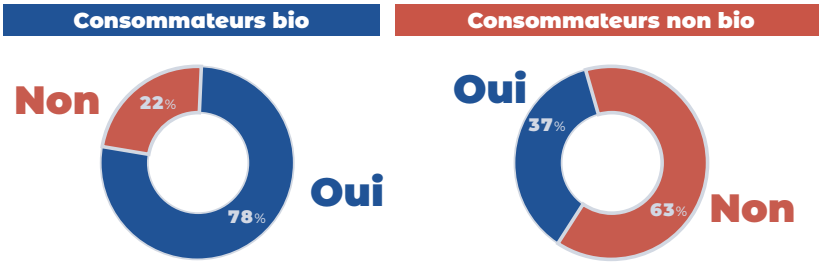


A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Connu par un peu plus de 9 habitants sur 10 des Hauts-de-France **(91% contre 97% au niveau national)**, la notoriété du **logo AB** n'est plus à faire, notamment parmi les consommateurs de bio (96% contre 98% pour la moyenne française).

Ce n'est pas le cas du **logo bio européen** qui n'est identifié que par **une petite moitié (48%) des habitant des Hauts-de-France (63% au niveau national),** dont 57% des consommateurs bio de la région (68% en moyenne en France), et plus spécifiquement les consommateurs de produits bio habitant dans l'Oise (71%) et ceux qui en consomment quotidiennement (72%).

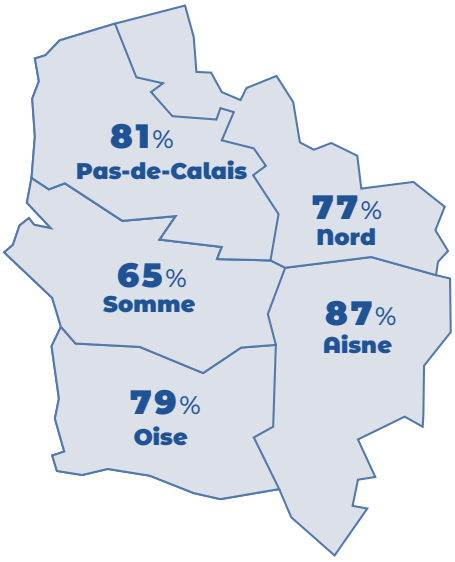
Seriez-vous intéressé(e) par **un nouveau label alimentaire** permettant d'identifier d'un simple coup d'œil les produits alimentaires bio de votre région ?



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Plus de 2/3 des répondants (68%) sont intéressés par un label alimentaire pour les produits biologiques d'origine locale, en particulier les consommateurs de produits bio (78% contre 37% des non-consommateurs), et notamment ceux qui en consomment tous les jours (87%).

Part de l'intérêt des consommateurs bio par département sur l'intérêt d'un logo bio régional



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Près de 9 habitants sur 10 des Hauts-de-France (89%) souhaitent trouver plus d'informations sur les produits alimentaires biologiques, concernant principalement leur **origine** (62%), le **contrôle des produits bio** (38%), leur **impact sur l'environnement** (38%) et sur la **santé** (33%). Les consommateurs de produits bio, et notamment ceux qui en consomment tous les jours, sont les plus demandeurs d'informations (respectivement 96% et 98%).

On observe que les consommateurs bio du Nord sont plus intéressés que la moyenne des consommateurs bio des Hauts-de-France par des informations concernant l'impact sur la santé des produits alimentaires bio (42% contre 37%). Ceux du Pas-de-Calais souhaitent être mieux informés au sujet de la réglementation de ces produits (32% contre 26%). Enfin, les consommateurs bio de l'Oise sont davantage en demande d'informations sur l'origine des produits alimentaires bio (86% contre 69%).

Quelles **informations concernant l'agriculture biologique** aimeriez-vous trouver davantage sur les produits alimentaires biologiques ?

Consommateurs bio

- **69%** L'origine des produits
- **42%** Le contrôle des produits bio
- **43%** L'impact sur l'environnement
- **37%** L'impact sur la santé
- **26%** La réglementation des produits bio
- **4%** Pas intéressé(e) / Pas besoin d'infos sur l'AB

A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Consommateurs non bio

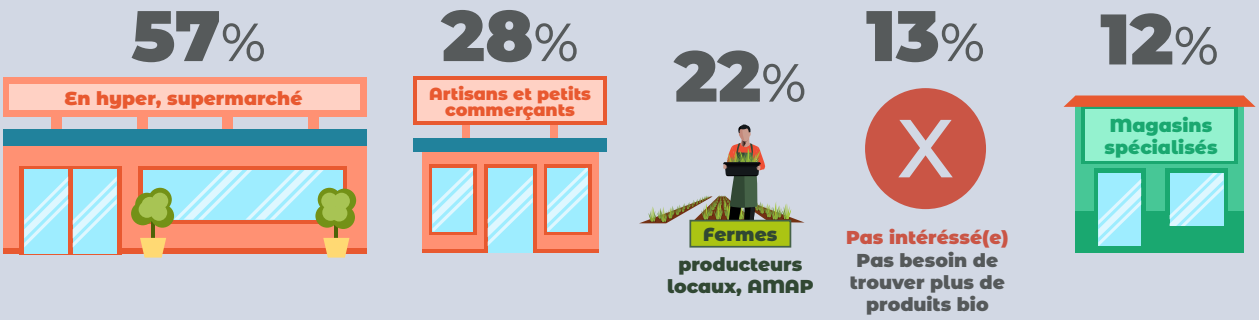
- **38%** L'origine des produits
- **26%** Le contrôle des produits bio
- **21%** L'impact sur l'environnement
- **22%** L'impact sur la santé
- **15%** La réglementation des produits bio
- **37%** Pas intéressé(e) / Pas besoin d'infos sur l'AB

A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

87% des habitants des Hauts-de-France et 95% des consommateurs bio de la région attendent de trouver plus de produits alimentaires biologiques dans leurs lieux d'achat de produits alimentaires (au moins un lieu d'achat pour les courses alimentaires cité). C'est d'abord dans les hypers et supermarchés que les consommateurs bio souhaitent trouver plus de produits bio (63%), suivi par des points de vente tels que les artisans et les petits commerçants (31%), les marchés (28%), les supérettes et les magasins alimentaires de proximité (27%), ainsi que les achats en direct chez le producteur (25%). Les magasins spécialisés bio sont davantage cités par les consommateurs quotidiens de produits alimentaires bio (21% contre 13% pour l'ensemble des consommateurs bio).

Attentes sur la disponibilité de l'offre en produits alimentaires bio dans différents circuits d'achat

(Où aimeriez-vous trouver plus de produits alimentaires bio ?)



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

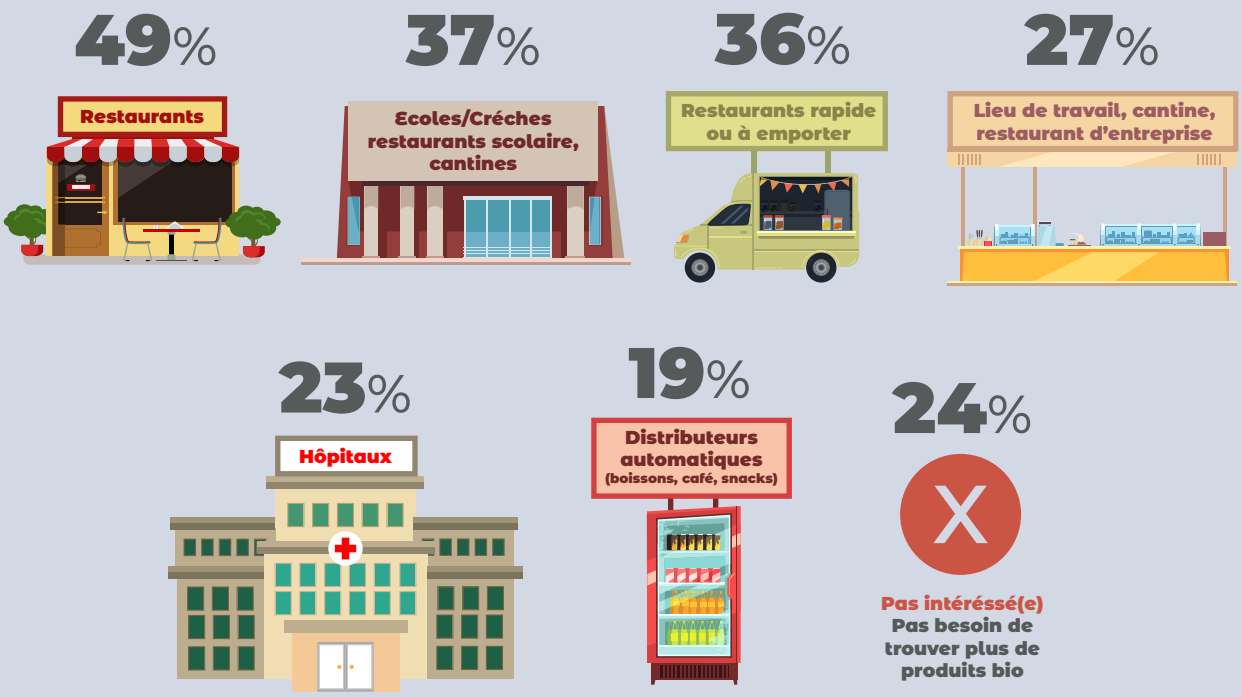
En dehors de leur domicile et des lieux habituels de courses alimentaires, **76% des habitants des Hauts-de-France** et 84% des consommateurs bio attendent de trouver plus d'offres de repas à base de produits biologiques (au moins un établissement de restauration hors domicile cité). Les habitants du département du Nord sont plus intéressés que la moyenne régionale par des offres de repas bio hors domicile (80% des consommateurs, bio ou non, et 89% des consommateurs bio). A l'inverse, les consommateurs de produits bio du Pas-de-Calais et de la Somme sont significativement moins intéressés que la moyenne des consommateurs bio des Hauts-de-France (respectivement 77% et 71%).

Parmi les établissements de restauration les plus cités, on retrouve :

- **Les restaurants traditionnels, cités par 56%** des consommateurs de produits bio, et de façon plus significative 67% de ceux qui en consomment quotidiennement ;
- **Les restaurants scolaires et les crèches,** cités par 43% des consommateurs de produits bio, et de façon plus significative 54% de ceux qui en consomment quotidiennement ;
- **Les établissements de restauration rapide** ou à emporter (42% des consommateurs bio) ;
- **Les restaurants d'entreprises** (32% des consommateurs bio).

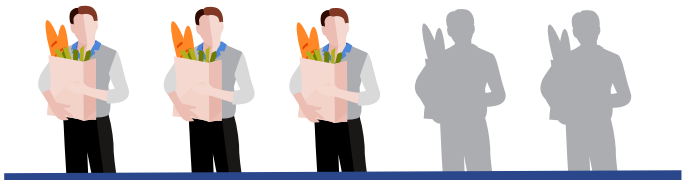
Où aimeriez-vous trouver des repas à base de produits biologiques ?

(en dehors de chez vous et des magasins d'alimentation) total répondants



A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

5) Les nouvelles habitudes alimentaires des habitants des Hauts-de-France



3 HABITANTS SUR 5 DES HAUTS-DE-FRANCE
ont changé leurs habitudes alimentaires au cours des 3 dernières années

A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Près de 3 habitants sur 5 des Hauts-de-France (59%) ont changé leurs habitudes alimentaires au cours des trois dernières années (58% au niveau national), notamment les consommateurs bio (65% contre 67% au niveau national). A l'inverse, seuls 36% des non-consommateurs bio ont entrepris cette démarche.

Modification des habitudes des habitants des Hauts-de-France

51% Cuisine davantage, avec plus de « fait maison »

46% Achète plus de produits locaux

49% Limite les emballages plastiques et achète plus de vrac

A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Les habitants des Hauts-de-France ont modifié leurs habitudes alimentaires :
- En cuisinant davantage, avec plus de « fait maison » (51% contre 47% au niveau national) ;
- En achetant plus de produits locaux (46%), particulièrement les consommateurs de produits bio (49%) et ceux qui en consomment tous les jours (59%) ;
- En limitant le gaspillage (44% contre 59% au niveau national), notamment les consommateurs bio de l'Aisne (58%).

Consommateurs bio*

94% Limiter le gaspillage et cuisiner d'avantage

63% Limiter les emballages et acheter plus de vrac

51% Privilégier les circuits courts et la vente directe

49% Acheter plus de produits locaux

34% Vérifier la composition des produits

*Qu'avez-vous modifié concrètement ? (Plusieurs réponses possibles)

A PRO BIO, Les cahiers de l'ORAB n°8, 2020

Chez les consommateurs bio, on observe en outre une volonté plus marquée : - D'acheter plus de produits de saison (42%), et ce de façon plus significative chez ceux qui consomment bio tous les jours (52%) ; - D'acheter plus de produits bruts, non transformés (34%) - De vérifier la composition des produits (34%) ; - De privilégier les circuits courts (28%) et la vente directe (23%) ; - De limiter les achats de produits importés (26%), et ce de façon plus significative chez ceux qui consomment bio tous les jours (37%).

Par rapport à la moyenne, les consommateurs quotidiens de produits bio ont acheté plus de produits bio et en vrac au cours des 3 dernières années (respectivement 49% et 30% contre 39% et 19% pour l'ensemble des consommateurs bio).

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

FORCES

Tendance de fond :

La consommation alimentaire bio est bien installée dans le quotidien des habitants des Hauts-de-France

FAIBLESSES

Mauvais élèves comparés au national :

23% des habitants des Hauts-de-France ne consomme jamais de produits alimentaires biologiques, VS 11% au niveau national.

OPPORTUNITÉS

Rassurer le consommateur :

+ d'informations sur les produits alimentaires biologiques (leur origine (62%), le contrôle des produits bio (38%), leur impact sur l'environnement (38%) et sur la santé (33%).

Synergie local & bio :

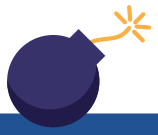
L'origine locale d'un produit alimentaire est un critère de choix plus important que la présence d'une certification bio

Le défi de fidéliser les néo-consommateurs :

Les nouveaux consommateurs (depuis 1 an et moins) forment le dernier tiers (34% contre 19% pour la moyenne française).

Augmenter la disponibilité des produits bio :

GMS, restaurants, restaurants scolaire, artisans



MENACES

Le prix reste le principal frein à l'achat :

Nouvelle règlementation bio 2022 : les investissements rendus obligatoires par le futur cahier des charges européen laissent envisager une hausse du prix de certains produits bio de grande consommation à partir de 2022.

Quels enseignements devons-nous tirer ?

L'enquête, inédite, menée auprès des consommateurs des Hauts-de-France au lendemain du confinement de mars 2020, nous permet pour la 1ère fois d'affiner notre lecture de la dynamique de consommation bio régionale en nous détachant des tendances nationales qui guidaient principalement les actions de sensibilisation du consommateur et d'accompagnement des entreprises bio régionales jusqu'à présent.

Comme au niveau national, nous observons ici que les consommateurs régionaux de produits bio se sont majoritairement tournés vers les produits certifiés car ceux-ci leur paraissent davantage en capacité de contribuer à préserver leur santé et celle de leurs proches. De même qu'au niveau national, ceux-ci se fournissent en produits bio principalement en grandes et moyennes surfaces traditionnelles.

Néanmoins, les réponses recueillies font apparaitre une part importante de non-consommateurs de produits bio en Hauts-de-France (23% de la population régionale), bien supérieure à la tendance nationale, qui s'explique principalement par un pouvoir d'achat restreint ne permettant pas l'accès à des aliments certifiés bio, au coût considéré comme trop élevé pour 64% d'entre eux.

De même, le frein à l'achat que représente le prix des produits bio explique que leur part reste minoritaire dans la consommation alimentaire de la grande majorité des personnes se déclarant consommatrices de produits bio (52%), y compris lorsque cette consommation est déclarée régulière.

Cette étude met également en lumière plusieurs autres freins à la consommation qui méritent d'être pris en compte par les différents maillons de la filière bio régionale : la méconnaissance du label européen, la sensibilité des consommateurs aux enjeux environnementaux, le zéro-déchet en particulier, l'exigence de garanties concernant le label, la méconnaissance des produits bio régionaux transformés, ou encore l'attente de davantage de produits bio hors domicile, en restauration scolaire, dans les restaurants et fast-foods en priorité.
Nous observons toutefois que la part de consommateurs bio va croissante dans notre région, sans que cette tendance à la hausse ne semble avoir été affectée par la crise sanitaire (+ 1% de consommation de produits bio depuis mars 2020).

Le second enseignement de cette étude concerne la primauté du local sur toute autre garantie dans la consommation alimentaire des consommateurs des Hauts-de-France : 90% des habitants des Hauts-de-France y accordent de l'importance, pour les fruits et légumes notamment. Les consommateurs privilégiant l'origine régionale considèrent que celle-ci constitue une garantie de fraicheur et de qualité, corroborée par la grande confiance qu'ils accordent aux producteurs régionaux.

Ainsi, parmi les consommateurs bio, seuls 18% privilégient la consommation de produits bio contre 36% qui privilégient la consommation de produits locaux, et pour 46% qui s'orienteront de préférence vers des produits à la fois bio et régionaux. Ainsi, 68% d'entre eux souhaiteraient davantage de garanties concernant l'origine régionale des produits bio.

Pour faire face à ces différents enjeux et contribuer efficacement au développement harmonieux et équilibré de la filière bio des Hauts-de-France, plusieurs réponses sont à portée de main de ses acteurs, tandis que d'autres, plus complexes à appréhender, mériteraient de travailler à une réponse concertée et collective à apporter à l'échelle régionale.

C'est dans cet esprit que cette étude se verra complétée, courant 2021, d'un guide pratique à destination des professionnels de la filière visant à les informer et à les outiller efficacement face aux attentes croissantes des consommateurs et des freins à la consommation de produits bio locaux relevés en Hauts-de-France :

PRODUCTION ET TRANSFORMATION

• **Etiquetage :** mention de l'origine locale et du label AB, garanties sur la nutrition, l'impact environnemental, la transparence des prix et partage de la valeur ajoutée

• **Approvisionnement :** traçabilité régionale des matières premières

• **Commercialisation :** construction de prix équitables, offre zéro-déchet (vrac), diversification des points de vente (commerces de proximité)

DISTRIBUTION

• **Approvisionnements : régionaux, de saison, vrac, équitables**
• **Promotion des produits bio régionaux auprès des consommateurs**

CONSOMMATION

• Disponibilité des produits bio : à renforcer en restauration hors domicile et dans les commerces de proximité, augmenter le nombre de références bio régionales en magasins
• Visibilité des produits bio régionaux frais et transformés à renforcer, ainsi que des points de vente en région
• Développer et accompagner la consommation de produits bio régionaux en vrac
• Développer et accompagner la consommation de produits bio locaux et équitables
• Rassurer sur les garanties du label concernant son impact sur la santé et l'environnement
• Accompagner la transition vers une alimentation durable en outillant les consommateurs

aprobionord association-a-pro-bio APROBIO HDF A PRO BIO Association

A PRO BIO I 4 rue Dormagen I 59350 Saint-André-Lez-Lille I Tél : 03 20 31 57 97 I contact@aprobio.fr I www.aprobio.fr

Plan BIO Hauts-de-France

Région Hauts-de-France

Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
PRÉFET DE LA RÉGION HAUTS-DE-FRANCE

En partenariat avec :

AGRICULTURES & TERRITOIRES
CHAMBRE D'AGRICULTURE HAUTS-DE-FRANCE

BIO EN HAUTS-DE-FRANCE