

# Baromètre Bio pour la Suisse: Enquête nationale sur la consommation bio

Qu'est-ce qui incite ou empêche les consommateurs d'acheter du bio?  
 Qui sont les acheteurs bio en Suisse?  
 L'étude du FiBL «Baromètre Bio» répond à de nombreuses questions.

Le marché suisse des aliments bio a poursuivi ces dernières années son développement dynamique. Le chiffre d'affaires a atteint l'année passée une part de marché de 7,7% (2014: 7,1%). La Suisse avait aussi en 2015 la plus forte dépense du monde pour les produits bio avec 280 francs par habitant. Les données commerciales et autres statistiques sur la consommation bio sont recensées à intervalles réguliers par Bio Suisse et l'Office fédéral de l'agriculture (OFAG), mais on manquait encore de recensements réguliers et comparables sur les raisons d'acheter bio ou non, sur les caractéristiques des acheteurs et sur les tendances de consommation actuelles.

Pour combler ces lacunes, le FiBL a interrogé en 2015 608 personnes dans le cadre d'une enquête nationale sur les comportements d'achats pour les produits bio. L'étude a veillé à ce que les interviewés forment un échantillon représentatif du point de vue de critères comme l'âge, le sexe et l'origine citadine ou rurale. Ce sondage spécialisé nommé Baromètre Bio pour la Suisse sera répété à intervalles réguliers pour que le secteur bio puisse observer les tendances à long terme et réagir par une communication ciblée et des mesures adéquates. Le «Baromètre Bio pour la Suisse» est lié au baromètre bio utilisé régulièrement en Allemagne depuis 2002 sur mandat du ministère fédéral de l'alimentation et de l'agriculture (BMEL).

## Le consommateur bio est une consommatrice

Selon le recensement de novembre 2015, 11% des sondés achètent très souvent ou même seulement des produits alimentaires de qualité bio et 28% en achètent souvent, 43% occasionnellement et 18% rarement ou jamais. Les sondés ont aussi affirmé vouloir consommer plus souvent des produits bio à l'avenir (voir graphique 1). Dans des sondages analogues de Bio Suisse, 46% avaient déclaré acheter des produits bio chaque semaine.

Le Baromètre Bio pour la Suisse 2016 a aussi révélé que la majorité des consommateurs bio sont des femmes qui ont une formation supérieure et vivent en Suisse allemande. Les personnes qui mangent beaucoup de bio ont une plus forte conscience environnementale que les autres sondés, font plus attention à se nourrir sainement et mangent moins de viande.

## Les plus-values des produits doivent être visibles

Les principaux motifs d'acheter bio qui ressortent de cette étude sont les suivants: «Éviter les résidus de produits phytosanitaires dans les denrées alimentaires», «Contribution positive à la protection de l'environnement» et «Production naturelle avec moins d'additifs et d'auxiliaires technologiques»

(voir graphique 2). Et les motivations d'intérêt général comme la contribution positive à la biodiversité et au bien-être des animaux ainsi que le soutien aux producteurs bio se classent devant les motivations purement nutritionnelles.

Les personnes qui achètent le plus de produits bio ont assimilé les caractéristiques positives d'une consommation durable. Les consommateurs bio occasionnels doivent pouvoir voir la plus-value des produits pour qu'ils se sensibilisent à long terme à l'importance des denrées alimentaires biologiques. Les motivations issues du style de vie ou la sympathie pour la marque ne doivent pas être négligées dans les arguments de vente, mais cette étude ne s'est pas penchée sur ces aspects.

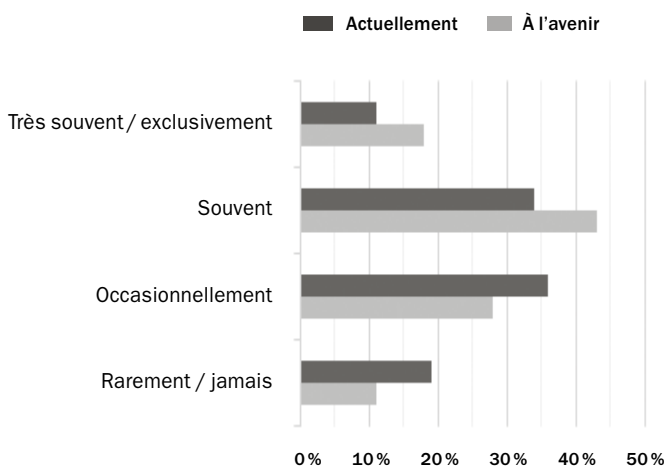
La raison principale contre la consommation de produits bio est leur prix plus élevé que celui des denrées alimentaires conventionnelles. Avec d'autres arguments (voir graphique 3), celui du manque de confiance dans les producteurs bio s'oppose aussi aux achats bio. D'autres études du FiBL ont montré que le manque de confiance dans l'honnêteté des produits bio se réfère surtout aux marchandises biologiques importées.

Un autre bloc de questions demandait aux sondés d'évaluer une liste de labels et de marques bio en fonction de leur perception de la qualité. C'est Demeter qui est sorti en tête, talonné de près par le Bourgeon et Naturaplan. C'est le logo bio de l'UE qui a été le plus mal noté et qui est en même temps le moins connu.

## C'est tendance: Régionalité et vente directe

Cette enquête a aussi étudié jusqu'où les sondés s'intéressent à certaines tendances de consommation. C'est la production régionale et les matériaux d'emballages biodégradables qui sont sortis en tête du classement. En relation avec la régionalité, les systèmes alternatifs de la vente directe comme l'agriculture

## À quelle fréquence estimez-vous que vous achetez des produits bio?

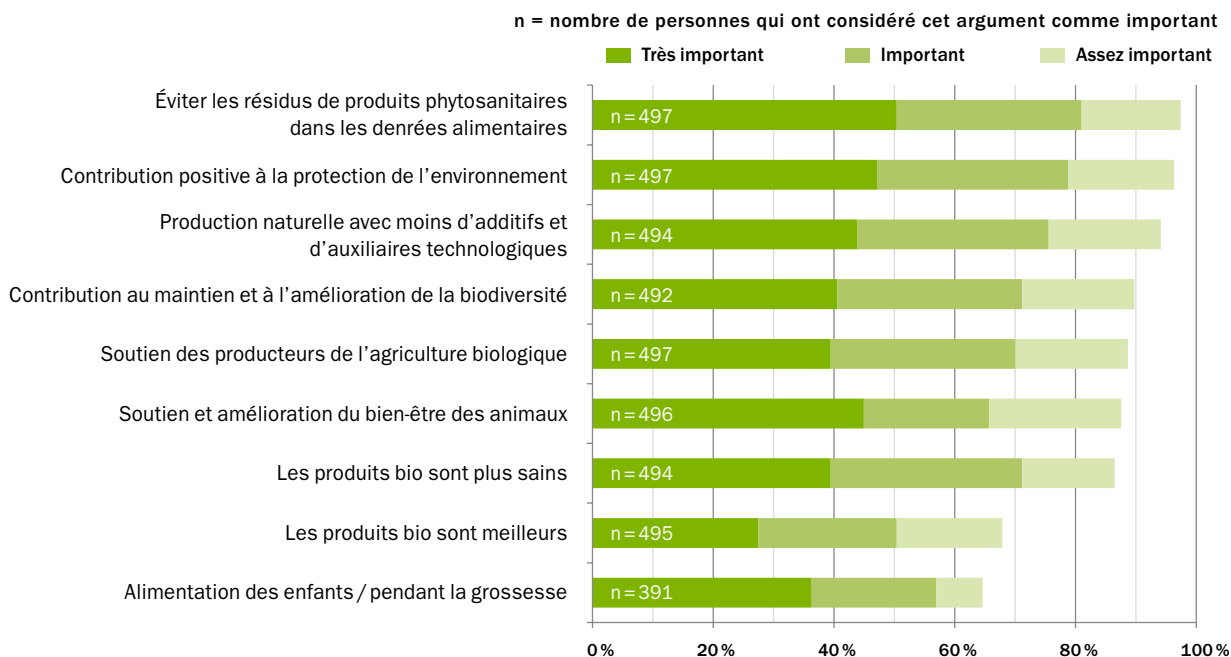


Graphique 1: La fréquence d'achat actuelle et à venir de denrées alimentaires biologiques (608 personnes interrogées).

contractuelle ou les abonnements de légumes éveillent aussi l'intérêt des consommatrices et consommateurs suisses. À part ça, les différentes formes d'autoproduction – jardins, balcons, jardins municipaux – sont toujours plus appréciées. Et l'intérêt pour des concepts comme Fair Trade et Slow Food, l'alimentation végétane ou les anciennes variétés de plantes et races d'animaux

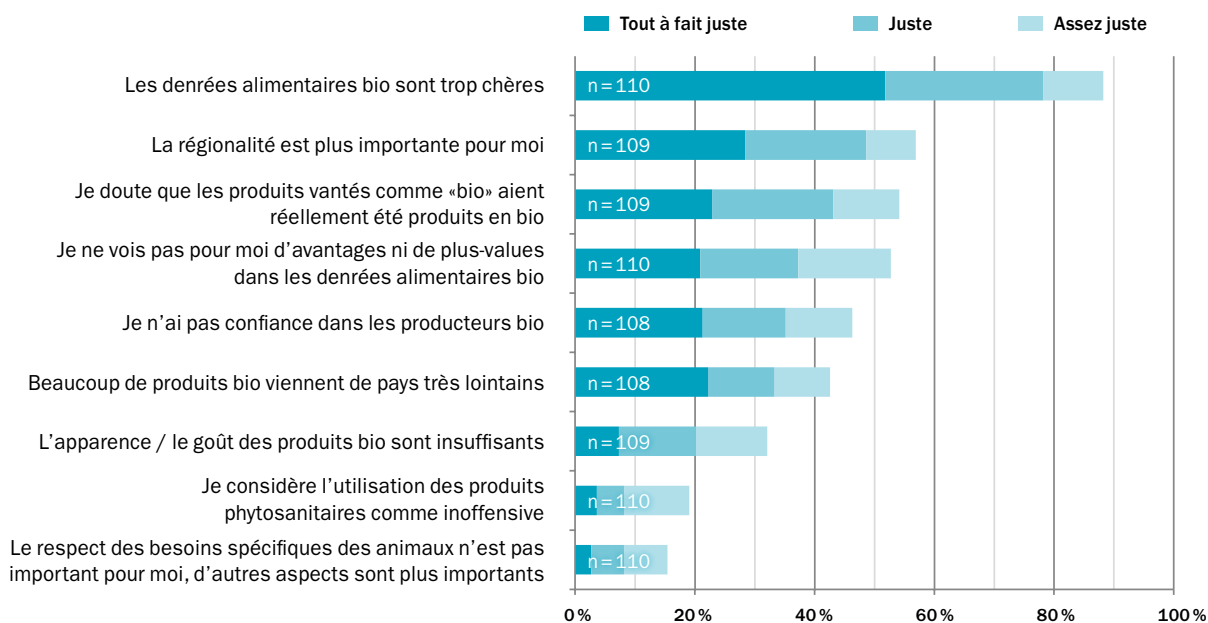
est en augmentation. Ces tendances peuvent être utilisées par le secteur bio pour profiter de nouveaux potentiels de développement. Cette étude a dans l'ensemble montré clairement que les caractéristiques et les plus-values des produits bio devraient être encore plus visibles si on veut convaincre davantage de consommateurs d'acheter bio. *Simon Blatter et Hanna Stolz, FiBL*

## Quels sont pour vous les principaux motifs pour acheter des produits bio?



Graphique 2: Motifs pour acheter bio. Les questions ont été posées à toutes les personnes qui avaient dit auparavant qu'elles achetaient des denrées alimentaires bio.

## Lesquels des motifs suivants pour ne pas acheter de produits bio sont justes pour vous?



Graphique 3: Motifs contre l'achat de produits bio. Les questions ont été posées à toutes les personnes qui avaient dit auparavant qu'elles n'achetaient pas de denrées alimentaires bio.