

Des produits biologiques ou locaux dans leurs paniers ? Analyse des consommateurs en fonction de leur choix entre différentes offres

Carole Chazoule et Vincent Payet, ISARA Lyon

CONTEXTE ET ENJEUX

Issu d'un modèle de production « alternatif » reniant l'agriculture industrielle, l'agriculture biologique a dans les années 1980 entraîné dans son sillage une vague de consommateurs militants et adhérents à ses valeurs. Ces consommateurs ont inscrit leur consommation biologique dans un mode de vie et un régime alimentaire qui se voulait alternatif.

Depuis quelques années cependant, un double mouvement s'est engagé interrogeant la dimension alternative de l'offre AB. D'une part, la distribution et la consommation de produits biologiques s'est développée et s'est diversifiée pour toucher un plus large public et capter des consommateurs de moins en moins militants. D'autre part, avec l'engouement pour les circuits courts, la consommation de produits locaux (n'étant pas issus de l'AB) s'est développée, faisant une nouvelle concurrence aux produits biologiques et locaux. Dans ce contexte, une question autour de la consommation nous a paru importante à aborder pour accompagner le développement des filières de proximité biologiques en Région Rhône-Alpes : comment les consommateurs de produits biologiques arbitrent-ils aujourd'hui entre des produits locaux, des produits biologiques et des produits biologiques et locaux ?

METHODE DE TRAVAIL

Pour répondre à cette question, nous avons réalisé nos enquêtes en zones urbaine et rurale. Dans un premier temps, 600 consommateurs lyonnais de produits biologiques ont été interrogés : 150 au sein de **circuits de proximité** (marché, point de réception de paniers) ; 150 dans **des magasins spécialisés** ; 300 dans deux **hypermarchés**. Dans un second temps, nous avons étendu notre enquête auprès de 300 consommateurs dans un secteur rural (région d'Annonay, Ardèche). Nous avons interrogé 100 personnes dans le rayon biologique d'un **hypermarché**, 100 autres au sein de **circuits de proximité** (2 marchés biologiques et un magasin de producteurs) et enfin 100 dans **des magasins spécialisés**. Ces 900 questionnaires ont été traités par une analyse statistique.

RESULTATS

Caractéristiques des consommateurs des zones urbaines et rurales

Diversité des consommateurs

L'analyse montre que notre échantillon, que ce soit en zone urbaine ou rurale, présente des caractéristiques communes. Il est composé de 70% de femmes dans les deux cas. Il se décompose de façon relativement équivalente en termes de catégories socio-professionnelles : 36.6% de cadres et professions libérales en zone urbaine contre 30% en zone rurale, 29% d'employés et de professions intermédiaires en zone urbaine contre 26% en zone rurale, 4% de personnels de service et d'ouvriers en zone urbaine et 5% en zone rurale. Il présente enfin une moyenne d'âge supérieure à 45 ans : 51,5 ans en zone rurale et 45,5 ans en zone urbaine.

En ce qui concerne les pratiques de consommation, on constate également une répartition similaire entre les deux populations. Ainsi dans les 2 cas, on retrouve environ 25% de consommateurs qui se déclarent « petit consommateur », 45% qui se déclarent « consommateur modéré », 25% qui se disent « grand consommateur » et enfin 5% qui se qualifient de « consommateur exclusif ». Dans les deux cas, les produits les plus consommés sont les œufs, les fruits et les légumes, les produits laitiers, les céréales, les biscuits et jus de fruits, les viandes et les poissons arrivant en dernier.

Au regard de la durée de consommation, il est intéressant de

noter que l'on remarque une légère prédominance en zone urbaine de consommateurs ayant commencé à acheter ces produits depuis moins de 10 ans, alors que c'est l'inverse en zone rurale où les consommateurs de plus de 10 ans représentent 51% de l'échantillon.

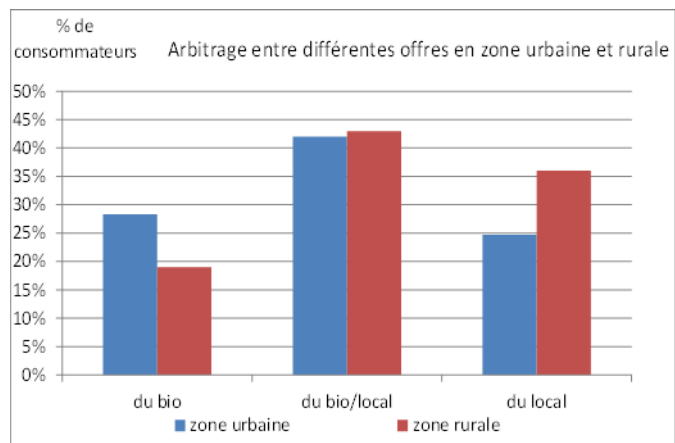


Figure 1 : Différence d'arbitrage entre produits biologiques, produits biologiques locaux et produits locaux entre consommateurs urbains et ruraux

Quels sont les arbitrages des consommateurs entre produits biologiques et produits locaux ?

40% des consommateurs environ disent préférer des produits biologiques et locaux et cela que l'on soit en zone urbaine ou rurale. En zone urbaine, l'avantage va ensuite aux produits biologiques quelle que soit leur origine. En zone rurale la tendance est inverse et ce sont les produits locaux qui sont préférés.

Nous avons cherché à préciser ce que les consommateurs entendent par « local ». Pour 46% d'entre eux en zone urbaine et 37% en zone rurale un produit local est un produit qui vient de la **région** (Rhône-Alpes). Viennent ensuite le niveau du **département** (33% en zone urbaine, 36% en zone rurale), celui de la commune (15% en zone urbaine et 24% en zone rurale) et enfin de la France (5% en zone urbaine et 4% en zone rurale). Il est intéressant de noter que les scores obtenus par les échelles du département et de la région se différencient nettement moins en zone rurale qu'en zone urbaine (respectivement 1% de différence contre 13%).

On rencontre en zone rurale des consommateurs qui achètent des produits biologiques depuis plus longtemps qu'en zone urbaine (sans être pour autant de plus gros consommateurs) ; qui sont plus âgés ; qui ont une préférence un peu plus forte pour des produits biologiques et locaux ou simplement locaux que pour les produits seulement biologiques. Enfin les consommateurs urbains sont plus nombreux que les consommateurs ruraux à envisager le local à l'échelle de la région, les consommateurs ruraux fixant la limite du local plus fréquemment au niveau du département ou même de la commune.

Description des groupes

En zone urbaine, l'analyse statistique nous a permis de mettre en évidence **7 groupes** de consommateurs qui se différencient, d'une part, en fonction de leur volume de consommation de produits AB (sur axe allant de fort à faible) et, d'autre part, en fonction des lieux dans lesquels ils ont été interrogés (grande distribution, circuits de proximité et magasins spécialisés).

Les deux premiers groupes (39% de notre échantillon) sont constitués de consommateurs **occasionnels** qui fréquentent pour leurs achats de produits biologiques la grande distribution ou encore des petits magasins spécialisés de centre-ville. Nous les avons nommés « **occasionnels récents** » et « **occasionnels de longue date** » car la principale différence entre eux réside dans leur durée de consommation : moins de 1 an pour les premiers et plus de 5 ans pour les seconds. Ces consommateurs ont une faible fréquence de consommation avec des pratiques de substitution : un ou deux produits conventionnels vont être remplacés par des produits équivalents mais biologiques. Pour les occasionnels de longue date, la consommation des produits biologiques est stable alors qu'elle semble plus en évolution pour les occasionnels récents.

Le troisième groupe est celui « des intermittents en GMS » (17%). Il s'inscrit dans le prolongement des occasionnels récents. Il s'en différencie cependant à la fois sur le volume et sur la diversité des produits biologiques achetés qui sont plus importants. Les consommateurs de ce groupe sont très attachés à la grande distribution et ils lui font confiance. Ils achètent d'ailleurs presque tous leurs produits et en particulier ceux issus de l'AB au sein de leur supermarché habituel. Ils ont commencé à acheter des produits biologiques il y a 5 ans environ avec l'arrivée de ceux-ci en « marque distributeur ». Leur consommation s'organise de façon routinière autour de l'achat de quelques produits AB bien identifiés (des plats cuisinés, de la viande, des œufs, des céréales). Les attentes de diversification de la gamme mais aussi de standardisation des produits biologiques sont ici plus marquées que dans les autres groupes.

Le quatrième groupe, celui « des modérés curieux » (16%), est un groupe un peu à part dans notre échantillon car c'est certainement celui le plus en dynamique. On y rencontre en effet des consommateurs évoluant vers une pratique de consommation de produits biologiques plus forte. D'abord achetés en grandes surfaces, les produits biologiques ont ensuite été achetés dans des lieux mettant en avant leur origine locale, à laquelle ces consommateurs sont de plus en plus attentifs. Ils sont également de plus en plus vigilants à la saisonnalité des produits. Ce groupe se définit par une diversification des lieux de courses (marché, système de panier, magasin spécialisé et grande surface). Quant à leur consommation, elle devient significative sur certains types de produits (fruits et légumes et céréales).

Les deux groupes suivants (5 et 6) sont très attachés à la provenance locale des produits qu'ils achètent et cela, qu'ils soient biologiques ou non. Ils se composent essentiellement de personnes engagés d'une part dans des systèmes de paniers « **le local avant tout** » (6%) et de personnes allant essentiellement sur les marchés « **les adeptes du marché** » (14%). Ces deux groupes déclarent une faible fréquentation des grandes surfaces et faire leurs achats essentiellement dans des circuits de proximité et des magasins spécialisés. Leur consommation AB concerne des fruits et légumes, des céréales, des biscuits, des jus de fruits et des produits laitiers. Elle est en évolution vers des produits locaux et de saison qu'ils soient biologiques ou non d'ailleurs et vers moins de produits transformés.

Enfin le dernier groupe est celui des « *inconditionnels* » (9%). Il rassemble les consommateurs qui se disent consommateur AB exclusif, qui disent ne plus aller en grande surface et fréquenter surtout des magasins spécialisés. Ils annoncent consommer des produits biologiques depuis plus de 10 ans et avoir modifié leurs pratiques alimentaires vers plus de produits de saison, locaux et moins de viandes et de produits transformés.

Un arbitrage variable selon les groupes entre produits biologiques et locaux

Dans le questionnaire nous demandions aux personnes interrogées quel serait leur choix entre une mention biologique, une mention locale ou une mention biologique locale pour un même produit. L'analyse de cette réponse nous a permis d'identifier trois profils de consommation en fonction d'un degré plus ou moins fort d'engagement des groupes dans le soutien à l'agriculture biologique locale (c'est-à-dire régionale pour beaucoup des consommateurs). Ainsi, les deux groupes d'occasionnels et celui des intermittents en GMS ont été réunis pour leur faible engagement et une préférence pour la seule mention biologique. Le groupe des modérés curieux, qui présente un engagement en train de s'affirmer, a été analysé seul car présentant un profil spécifique. Enfin les trois groupes : le local avant tout, les adeptes du marché et les inconditionnels du bio ont été réunis pour un engagement fort envers la combinaison AB et local.

Les groupes de faible engagement : les occasionnels et les intermittents en GMS

Ici les intermittents en GMS (courbe bleu) affichent un choix plus fortement majoritaire pour les produits biologiques, le choix local est assez faible. L'importance du label joue un rôle fondamental dans la confiance. Les raisons principales du choix « biologique » sont liées à des raisons de santé ainsi qu'à des motivations relevant de la protection de l'environnement.

Les occasionnels récents (courbe rouge) se partagent majoritairement entre les choix « biologique » et « local » même si le choix pour la mention biologique est le plus fort.

Leur choix pour les produits biologiques est justifié par des raisons de santé (32% des réponses), de praticité (facile à trouver en GMS, 21%) et de qualité (19%). Le choix pour le local est expliqué par des raisons financières (moins chers, 33%) mais aussi de soutien à l'économie locale (25%).

Les occasionnels de longue date (courbe verte) enfin n'affichent pas réellement de choix majoritaire. Dans ce groupe, le choix pour une mention biologique se justifie par des raisons de santé, ceux qui ont choisi la mention biologique et local justifie leur choix par des raisons de soutien à l'économie locale puis de santé, enfin le choix pour une mention locale seule est quant à elle justifiée par des raisons de souci par rapport à l'impact carbone, de proximité avec les producteurs et de soutien à l'économie régionale.

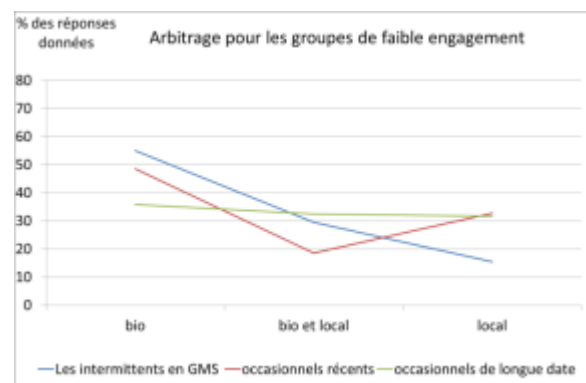


Figure 2 : Différence d'arbitrage entre produits biologiques, produits biologiques régionaux et produits locaux pour les groupes engagés

Un groupe intermédiaire en termes d'engagement : les modérés curieux.

En ce qui concerne leur arbitrage il fait apparaître pour la première fois une préférence pour les produits à la fois biologiques et locaux. Cette préférence est encore faible par rapport au choix biologique mais elle existe (43% contre 39%). La raison principale évoquée est que consommer des produits biologiques industriels est un non-sens (30% des réponses données). Les deux autres raisons sont le soutien à l'économie locale et la limitation de l'impact carbone. Ici la raison santé n'apparaît pas ou très peu. Pour les 39% qui arbitrent en faveur des produits AB la motivation environnementale reste et s'y ajoute celle de la santé.

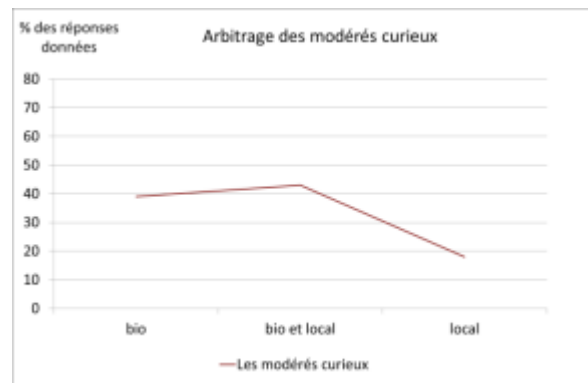


Figure 3 : Différence d'arbitrage entre produits biologiques, produits biologiques locaux et produits locaux pour le groupe des modérés curieux

Les groupes de fort engagement : le local avant tout, les adeptes du marché et les inconditionnels de l'AB

Les groupes « le local avant tout » (courbe bleu) et « les adeptes du marché » (courbe rouge) vont préférer les produits locaux. Le choix biologique n'est jamais une option pour le premier groupe et ne l'est que très peu pour l'autre. Dans le cas du groupe le local avant tout, les deux raisons principales expliquant le choix local sont le soutien à l'économie locale (45% des réponses) et l'impact carbone (39%). Pour les adeptes du marché, les raisons pour le local sont plus nombreuses et mieux distribuées, arrivent en tête le soutien à l'économie locale (24%) et la proximité avec le producteur (22%) et le prix (18%). Puis viennent les réponses liées à l'impact carbone (13%) et celles liées à la fraîcheur et à la qualité du produit local (8%). La santé n'est que rarement citée.

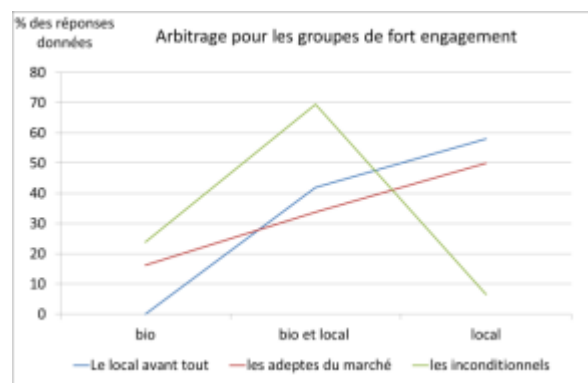


Figure 4 : Différence d'arbitrage entre produits biologiques, produits biologiques locaux et produits locaux pour les groupes engagés

Pour les « inconditionnels » (courbe verte), la question de l'arbitrage est tranchée. Leur préférence va aux produits biologiques et locaux. Quatre raisons nous sont données pour cela, limiter l'impact carbone (32% des réponses), des raisons liées à la santé (24%), des raisons liées à la proximité avec le consommateur (18%). Enfin pour 15% des réponses, ne pas acheter des produits biologiques et locaux est tout simplement un non-sens.

Les consommateurs de zone rurale : un choix local plus fortement ancré

En zone rurale, l'analyse fait apparaître 3 groupes seulement.

On rencontre encore une fois des petits consommateurs (37%) (courbe bleue) assez ressemblant à ceux rencontrés en ville en ce sens qu'ils fréquentent les grandes surfaces de façon régulière. Leurs achats de produits biologiques restent faibles en volume et en gamme. Ces consommateurs d'AB récents font part de nombreuses attentes (plus d'offres, plus d'informations sur les produits, des produits plus beaux, plus de marques distributeurs) et disent que leurs pratiques alimentaires sont en évolution (moins de produits transformés et plus de produits de saison)...

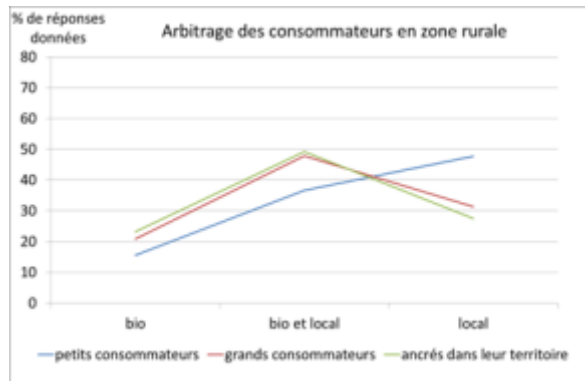


Figure 5 : Différence d'arbitrage entre produits biologiques, produits biologiques locaux et produits locaux pour le groupe des consommateurs en milieu rural

Comme on peut le voir sur le graphique, ils se différencient du groupe urbain sur la question de l'arbitrage puisqu'au moment de faire un choix, ils vont fortement préférer les produits locaux.

Notre typologie met également à jour une seconde catégorie de consommateurs (23%). Ceux-là se disent fortement « **ancrés dans leur territoire** » (courbe verte), consommant des produits locaux de façon assez importante puisqu'ils affirment pratiquement ne plus fréquenter la grande distribution et achètent des produits biologiques locaux ou seulement locaux sur des marchés, des magasins de producteurs ou via des systèmes de paniers. Leur consommation de produits biologiques n'est pas récente, par contre, elle reste faible à modérée, pouvant varier en fonction de l'offre proposée dans leur lieux de courses. On y rencontre des gens en attente d'une offre plus importante de produits biologiques locaux pour augmenter leur volume d'achat. Pour ce groupe, le choix prioritaire serait celui d'un produit biologique local s'ils pouvaient plus facilement le trouver.

Enfin, on retrouve **un groupe de grands consommateurs de produits biologiques (39%)** (courbe rouge). Au sein de ce groupe, on rencontre à la fois ceux qui n'achètent leurs produits AB qu'en magasins spécialisés (et qui sont majoritairement des consommateurs de longue date) et ceux qui pratiquent plusieurs lieux de distribution. Ces consommateurs, achètent essentiellement des céréales, des fruits et légumes, des œufs et du poisson AB. Lors de la question de l'arbitrage ce groupe dit préférer des produits biologiques locaux.

CONCLUSION

Les produits biologiques sans lien au local ne sont préférés qu'en zone urbaine et que par des consommateurs de faible engagement fréquentant plutôt les grandes surfaces. La mention « AB » seule ne semble plus en mesure de rassurer des consommateurs qui souhaitent soutenir des formes d'agriculture alternatives. Pour les autres consommateurs elle est perçue comme un signe de qualité permettant d'assurer aux produits AB des spécificités ayant trait à la protection de la santé et de l'environnement ou encore à une qualité gustative particulière.

Les produits biologiques **et** locaux sont choisis par des consommateurs déjà acquis depuis longtemps aux valeurs fondatrices de l'AB ou en passe de le devenir et cela que ce soit en zone urbaine ou rurale. Ces personnes fréquentent surtout les magasins spécialisés et les circuits de proximité. Il est intéressant cependant de noter qu'en zone rurale cette mention rassemble aussi des petits consommateurs d'AB ayant quitté les grandes surfaces car préférant acheter local mais pour lesquels le label AB est une garantie supplémentaire.

Enfin les produits locaux sont choisis par deux catégories de consommateurs bien différentes. Ceux pour lesquels le local représente l'alternative d'avenir promeuvent par ce choix des valeurs de soutien et de proximité avec les agriculteurs. Ils annoncent également une faible confiance dans le label AB (on les retrouve plus fortement en zone urbaine). Les autres, qui sont des petits consommateurs de produits AB, font ce choix en premier lieu pour des raisons financières et de praticité quand ils vont au marché. On les retrouve autant en zone urbaine qu'en zone rurale.

Les consommateurs de produits biologiques sont donc plus nombreux à arbitrer en faveur des produits biologiques et locaux qu'en faveur des produits biologiques ou des produits locaux. Pour autant le comportement en faveur des produits biologiques et locaux est d'abord le fait de consommateurs urbains et assidus de produits AB. Les consommateurs récents, surtout en milieu rural, arbitrent plus volontiers en faveur des produits biologiques simples ou des produits locaux.

Pour en savoir plus

Galland, Laure. 2010. Le choix des consommateurs face à l'offre en aliments biologiques à Lyon. Isara Lyon, mémoire de fin d'études, 92 p. + annexes.