



CONSOBIO

Parcours **avec**
projet exploratoire
2024-2025

Coordination

Sébastien Lecocq
UMR BSE
sebastien.lecocq@inrae.fr

Eric Giraud-Héraud
UMR BSE
eric.giraud-heraud
@u-bordeaux.fr

Mots clés

Consommation des produits
bio
Données d'achats
Consentements à payer
Modèles de demande
Disponibilité

Déterminants de la consommation du bio

Après une décennie de forte croissance, les ventes de produits bio ont connu une forte baisse à partir de 2022. Inflation, accessibilité, concurrence avec d'autres allégations, méconnaissance du bio et défiance des consommateurs, incohérence de l'offre (bio hors saison ou « du bout du monde ») sont les principales explications avancées.

Le Parcours ConsoBio vise à reconsidérer les caractéristiques de l'achat des produits bio au regard de ces différentes hypothèses. Ce travail s'appuiera en premier lieu sur les données d'achats Kantar World Panel (KWP), concernant principalement la grande distribution. Ces données seront pour la première fois croisées avec les données « styles de vie » (KWP également) et d'attitudes (cohorte NutriNet-Santé) des consommateurs, permettant de prendre en compte l'influence des variables économiques (revenus, prix), sociodémographiques, comportementales (sensibilités, routines) et d'offre (disponibilité sur les lieux d'achat) sur les achats de produits bio.

Plus spécifiquement, nos analyses visent à :

- Mesurer les réactions des consommateurs aux variations de prix relatifs et/ou de budget,
- Expliquer les attentes des consommateurs pour le bio, en tenant compte de leurs styles de vie, de leurs caractéristiques sociodémographiques, de leur revenu réel et de la part qu'ils consacrent à l'alimentation,

METABIO



Contact METABIO
metabio@inrae.fr

Unités INRAE

BSE, Bordeaux

CRESS-EREN, Paris

INNOVATION, Montpellier

ETTIS, Bordeaux

PSAE, Saclay

Partenaires

Agence Bio

Bordeaux Sciences Agro

Chaire AB de BSA Université
de Rennes

Sciences-Po Paris

- Estimer des consentements à payer pour le bio à la fois produit par produit et pour l'ensemble du panier du ménage.
- Détecter des communautés (de consommateurs, de distributeurs et de produits), et les caractériser.



© INRAE / S. Penvern

En parallèle, le projet explore l'influence de l'environnement alimentaire – c'est-à-dire l'accessibilité des produits (proximité des points de vente, référencement...), les cercles sociaux (entourage, études, parcours de vie...), l'environnement cognitif (confiance dans le label...) – et les systèmes de pratiques des ménages dans lesquels leur consommation s'insère. Ce volet s'appuiera notamment sur des enquêtes sociologiques auprès de consommateurs « décrocheurs », c'est-à-dire ayant récemment réduit leur consommation de produits bio.

Le parcours ConsoBio croise ainsi économie, épidémiologie et sociologie. En étroite collaboration avec l'Agence Bio, les travaux sont régulièrement présentés et discutés avec l'ensemble des parties prenantes, dans l'objectif de créer un groupe de recherche partenariale et interdisciplinaire.

METABIO



Contact METABIO
metabio@inrae.fr