



CONSOBIO

Résultats du projet

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 pro-
duits bio
Données d'achats
Consentements à payer
Modèles de demande
Disponibilité

Déterminants de la consommation de bio

Après une décennie de forte croissance, les ventes de produits issus de l'agriculture biologique (AB) ont connu une forte baisse après 2022. Plusieurs explications ont été proposées : inflation, accessibilité, concurrence avec d'autres allégations, méconnaissance de l'AB, défiance des consommateurs, incohérence de l'offre (AB hors saison ou « du bout du monde »).

ConsoBIO, porté par METABIO et l'Agence Bio, visait à réévaluer les déterminants de l'achat de produits AB. L'économie, l'épidémiologie et la sociologie ont ainsi été mobilisées pour analyser des données d'achat, de « style de vie » (Kantar World Panel) et d'attitude (Cohorte NutriNet-Santé).

Les résultats de l'analyse économique ont révélé une diminution de l'écart de coût annuel entre le panier alimentaire des 20 % plus gros consommateurs d'AB et celui des 20 % les plus faibles, entre 2016 et 2021. Le « surcoût » du panier AB s'explique par le fait que les gros consommateurs d'AB achètent des produits plus chers même s'ils compensent en partie ces prix plus élevés par leur régime alimentaire, notamment en réduisant la part des produits transformés et de viande. De l'autre côté, les faibles consommateurs d'AB privilégient les produits conventionnels, même pour des catégories de produits où l'AB est bien implantée. Entre 2016 et 2021, ce surcoût a diminué car les faibles consommateurs d'AB ont augmenté leurs quantités achetées, alors que les gros consommateurs d'AB les ont maintenues à peu près constantes. Même si un profil socio-démographique type

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

du consommateur.trice régulier.ière s'est dessiné (plutôt aisé.e, diplômé.e, urbain.e), l'analyse a montré que ces consommateur.trice.s régulier.ière.s se trouvent en réalité dans toutes les tranches économiques de ménage.



© INRAE / S. Penven

Les résultats de l'analyse épidémiologique ont mis en lumière une consommation d'AB en hausse entre 2014 et 2022, majoritairement portée par les femmes, les jeunes (18-39 ans) et les foyers à hauts revenus. Elle a également identifié un déclin de la perception du label « AB » comme « naturel », ce qui le fragilise face à de nouvelles dénominations (local, sans résidus de pesticides par exemple).

Enfin, les résultats de l'analyse sociologique ont principalement apporté des informations sur le « décrochage » (réduction ou arrêt d'achat d'AB) : l'entourage a un effet massif. En effet, un entourage sceptique multiplie par 5,7 la probabilité de réduire sa consommation d'AB. La fermeture de magasins spécialisés et le déréférencement en grande surface viennent accentuer le décrochage.

ConsoBIO a ouvert de nouvelles pistes de recherche et de nouvelles interrogations, notamment autour des leviers de massification de la consommation durable, dessinant un éventuel projet ConsoBIO2. Le parcours poursuit le travail pour intégrer des variables identifiées (influence de l'entourage, contrainte de temps) dans le Baromètre de l'Agence Bio.

METABIO



Contact METABIO
metabio@inrae.fr