

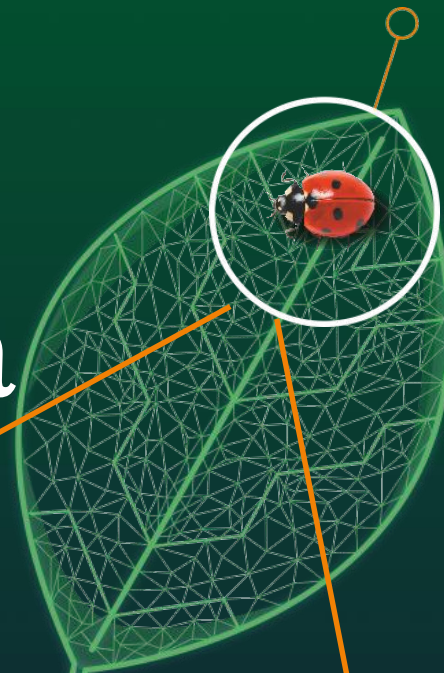
SALON
AGRICOLE
INTERNATIONAL

tech & bio
Une initiative des Chambres d'agriculture

L'influence de l'entourage sur la consommation de produits bio

Grégori Akermann, Servane Penvern, Myriam Faryssy
INRAE, UMR Innovation, Montpellier

INRAE



SALON
AGRICOLE
INTERNATIONAL



tech&bio

Une initiative des Chambres d'agriculture

Introduction



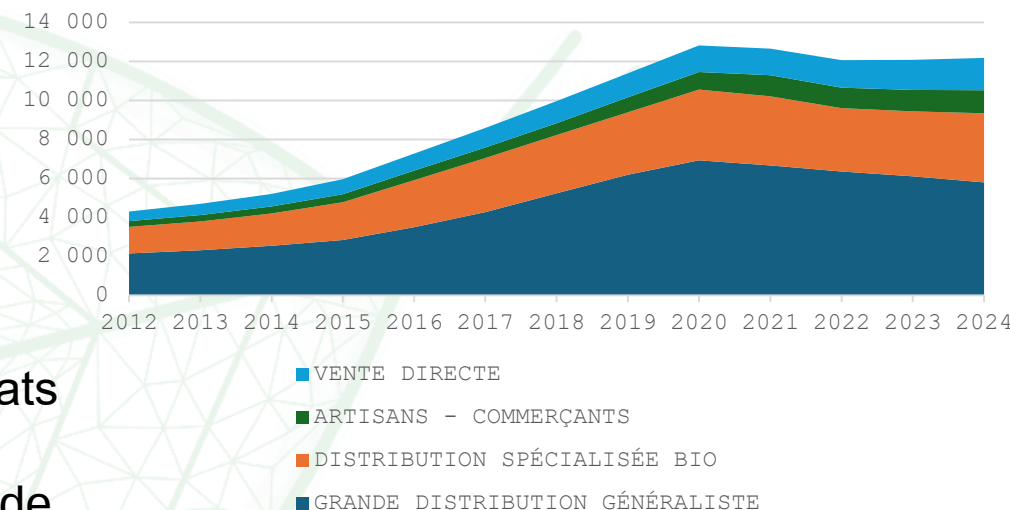
Qui décroche et pourquoi ?

La récente contraction du marché bio soulève une question centrale : qui décroche et pourquoi ?

Différentes réponses (Agence Bio, 2024; Iddri, 2023)

1. **L'inflation** : baisse du pouvoir d'achat = réduction des achats des produits les plus chers
2. **Le déréférencement accentuerait la baisse** : raréfaction de l'offre = réduction de la disponibilité
3. **La concurrence des labels** : multiplication = brouillage de la compréhension des messages
4. **Le bio bashing** : controverse sur le « bio industriel », l'usage de pesticide = perte de confiance

Évolution des ventes de produits alimentaires bio



Décrochage, un mécanisme relationnel ?

Les pratiques sociales dépendent des normes sociales, qui se transmettent à travers les relations avec l'entourage.

1. Les proches jouent **un rôle de leaders d'opinion** ou de **relais** : ils adaptent, reformulent et renforcent les messages reçus. (Katz & Lazarsfeld, 1955)
2. Les normes et représentations se construisent **dans et par les interactions quotidiennes** entre proches (Rogers & Kincaid, 1981)

Le décrochage de la consommation de produits bio peut-il s'expliquer par des mécanismes relationnels ?

SALON
AGRICOLE
INTERNATIONAL



tech&bio
Une initiative des Chambres d'agriculture

Méthodologie



Méthodologie

Questionnaire auprès d'une population de personnes ayant baissé leur consommation.

Cohorte Nutrinet - 5800 personnes contactées

Objectifs :

- Identifier des « décrocheurs », connaître leur profil et leurs pratiques de consommation
- Identifier leur niveau de perception négative vis-à-vis du bio
- Identifier attitude de leur entourage (conjoint.e, ami.es, famille, collègues) vis-à-vis du bio

Indicateur de perception négative du bio

- **m1** : le bio comme **marqueur social** ou statutaire, susceptible d'exclure certaines catégories sociales
- **m2** : consommer bio releverait d'un **engagement militant**
- **m3** : perception du bio comme étant **trop onéreux** ;
- **m4** : remise en question de ses **bénéfices environnementaux**
- **m5** : scepticisme sur les **bénéfices nutritionnels et sanitaires**
- **m6** : doute sur les **avantages écologiques**
- **m7** : une suspicion sur la **sincérité du projet bio (marketing)** ;
- **m8** : critique du **surcout bio perçu comme abusif** ;
- **m9** : expression explicite de **doutes ou interrogations sur le bio**
- **m10** : **absence d'attention au caractère bio**, ne pas aimer ou ne pas acheter de produits bio
- **m11** : **faible niveau de confiance dans le label bio**.

Aucun marqueur = **Perception positive**

1 à 5 marqueurs = **Perception négative**

Plus de 5 marqueurs = **Perception très négative**

Indicateur d'entourage sceptique

- **m1** : attitude du **conjoint** peu favorable au bio (absence d'attention à la qualité bio, rejet explicite du bio ou non consommation)
- **m2** : très faible présence d'**ami.es** engagé.es dans la consommation bio (aucun ou une seule personne)
- **m3** : idem pour la **famille** proche (aucun ou une seule personne).
- **m4** : idem pour les **collègues** de travail (aucun ou une seule personne)
- **m5** : perception d'un **entourage globalement négatif** ou ambivalent vis-à-vis du bio
- **m6** : exposition a une **pression sociale négative** (pression fréquente ou occasionnelle perçue comme négative).

Au moins 3 sur 6 = **Entourage sceptique** |

> Exposition importante à un environnement social peu favorable au bio.

Répondants



2 831 questionnaires complets



70% de femmes



Surreprésentation de retraités



Très diplômés, plutôt aisées

SALON
AGRICOLE
INTERNATIONAL



tech&bio

Une initiative des Chambres d'agriculture

Résultats



Le décrochage ne s'explique pas par les déterminants socio-économiques



Âge : $p = 0,703$



Genre : $p = 0,761$



Diplôme : tous les niveaux non significatifs



Revenus : aucune tranche significative

Variables	Odds ratio	Écart-type	z	p> z	IC 95%
Entourage sceptique***	5,70	2,68	3,70	0,000	[2,27 ; 14,34]
Genre					
Femme	0,87	0,40	0,30	0,761	[0,36 ; 2,13]
Revenu mensuel net					
Moins de 500 €	1 (réf.)	—	—	—	—
500 à 999 €	5,96	8,42	1,26	0,207	[0,37 ; 95,19]
1 000 à 1 499 €	0,37	0,49	0,75	0,452	[0,03 ; 4,91]
1 500 à 1 999 €	0,64	0,69	0,42	0,677	[0,08 ; 5,23]
2 000 à 2 499 €	2,14	1,74	0,94	0,348	[0,44 ; 10,53]
2 500 à 2 999 €	2,90	2,33	1,33	0,184	[0,60 ; 13,97]
3 000 à 3 499 €	1,53	1,34	0,48	0,628	[0,27 ; 8,51]
3 500 à 3 999 €	0,60	0,62	0,50	0,619	[0,08 ; 4,55]
4 000 à 4 499 €	0,88	0,89	0,12	0,901	[0,12 ; 6,31]
4 500 à 4 999 €	2,83	2,50	1,18	0,237	[0,50 ; 15,95]
Plus de 5 000 €	1 (omise)	—	—	—	—
Niveau d'études					
Certificat d'études primaires	1 (réf.)	—	—	—	—
Brevet des collèges ; BEPC	1 (réf.)	—	—	—	—
CAP / BEP	0,12	0,18	1,45	0,147	[0,01 ; 2,10]
Bac / Brevet professionnel	0,93	1,24	0,06	0,956	[0,07 ; 12,61]
Bac + 2	0,26	0,36	0,96	0,335	[0,02 ; 4,04]
Bac + 3	0,49	0,70	0,50	0,619	[0,03 ; 7,91]
Bac + 4	0,24	0,37	0,92	0,358	[0,01 ; 4,93]
Bac + 5	0,26	0,37	0,95	0,344	[0,02 ; 4,24]
Doctorat	0,21	0,36	0,91	0,361	[0,01 ; 6,08]
Âge	0,99	0,02	0,38	0,703	[0,96 ; 1,03]
Constante	0,26	0,55	0,64	0,524	[0,00 ; 15,98]

L'effet massif de l'entourage



Un effet qui domine tous les autres facteurs



Il transcende les clivages socio-économiques traditionnels

Être entouré de personnes sceptiques **multiplie par 5,7** les risques de décrocher du bio ($p < 0,001$).

Le rôle prégnant des liens forts

-  Influence déterminante du **conjoint**
-  Effet protecteur de la **famille**
-  Effet de seuil dans l'entourage **amical**
-  Moindre effet de l'entourage **professionnel**

Les décrocheurs sont sur-représentés parmi ceux dont le conjoint.e « ne fait pas attention au caractère bio des Produits » (38% vs 28%)

Les décrocheurs sont sous-représentés parmi ceux dont la plupart des membres de leur famille consomme bio (9% vs 21%)

Les décrocheurs sont sur-représentés parmi ceux n'ayant "personne" (11,48% vs 5,33%) ou "une seule personne" (11,48% vs 2,79%) consommatrice de bio dans leur entourage amical,

La figure du consommateur bio sceptique

Marqueurs	Perception négative modérée (1 à 5 marqueurs) % des individus avec perception_negative== 1 ayant ce marqueur	Perception négative forte - méfiance (au moins 6 marqueurs) % des individus avec perception_negative== 2 ayant ce marqueur
m1 – marqueur social	78.94%	87.8%
m2 – consommation militante	72.56%	76.39%
m3 – coût perçu élevé	74.69%	96.82%
m4 – bénéfices environnementaux remis en cause	13.5%	91.25%
m5 – bénéfices sanitaires remis en cause	12.03%	83.82%
m6 – bénéfices biodiversité remis en cause	1.69%	30.5%
m7 – bio = marketing	1.54%	31.83%
m8 – bio = prix abusif	1.98%	30.5%
m9 – expression de doutes	41.09%	94.43%
m10 – n'accorde pas d'importance au bio	8.22%	67.37%
m11 – faible confiance dans le label	3.37%	44.3%



Une représentation négative **modérée** centrée **représentations sociales et économiques du bio.**



Une représentation négative **forte** marquée par **une remise en cause des bénéfices sanitaires et environnementaux, l'expression des doutes, une faible confiance dans le label**

Un environnement social peu favorable au bio est très corrélé à une perception très négative du bio

	Aucun Marqueur	Perception nég forte
Entourage bio ou neutre	77,2%	22,8%
Entourage sceptique	7%	93%
Total	73,7%	26,3%

Chi² = 171.1614 Pr = 0.000 Clé de lecture : 93% des personnes ayant un entourage sceptique ont une perception fortement négative du bio

SALON
AGRICOLE
INTERNATIONAL



tech&bio
Une initiative des Chambres d'agriculture

Discussion et Conclusion



Vers une fragmentation du marché ?

Ces résultats suggèrent la présence de deux mécanismes d'influence relationnelle distincts :

1. **Mécanisme de relais normatif** : Les réseaux sceptiques bloquerait la réception des prescriptions officielles, tandis qu'un entourage favorable les amplifierait et les adapterait aux contextes locaux.
 2. **Mécanisme de production normative locale** : Les réseaux sceptiques élaboreraient des normes collectives alternatives (remise en question de l'impact environnemental et sanitaire notamment)
- Les **leviers d'action traditionnels** (communication de masse, segmentation démographique) peuvent avoir **une efficacité limitée** face à des mécanismes d'influence sociale qui échappent largement aux acteurs institutionnels.

Risque de fragmentation du marché par les réseaux

Conclusion

La mise en lumière de l'influence de l'entourage social sur les pratiques de **consommation bio** vient interroger les analyses classiques en termes de capital culturel ou de contraintes économiques.

Ces résultats invite à **renouveler notre compréhension des marchés alimentaires alternatifs** en accordant une attention plus grande aux **dynamiques relationnelles** et aux **effets des réseaux sociaux**.



SALON
AGRICOLE
INTERNATIONAL



tech & bio

Une initiative des Chambres d'agriculture

À BIENTÔT