



RESULTATS DE L'ÉTUDE BIOCOOP

« Les motivations des Français pour leurs achats alimentaires »

A l'occasion de sa 1^{ère} participation au salon de l'agriculture, qui se tiendra du 21 février au 1^{er} mars 2015, Biocoop, 1^{er} réseau de magasins bio et équitables en France, dévoile les résultats de son étude* sur le comportement des Français en matière d'achats alimentaires.

Provenance, proximité, saisonnalité... Quels sont aujourd'hui les principaux critères d'achat des Français au moment des courses ? Cette enquête, réalisée pour Biocoop par l'institut d'études EasyPanel sur 1 000 personnes, tente notamment d'identifier si les intentions des Français correspondent bien à leur consommation réelle...

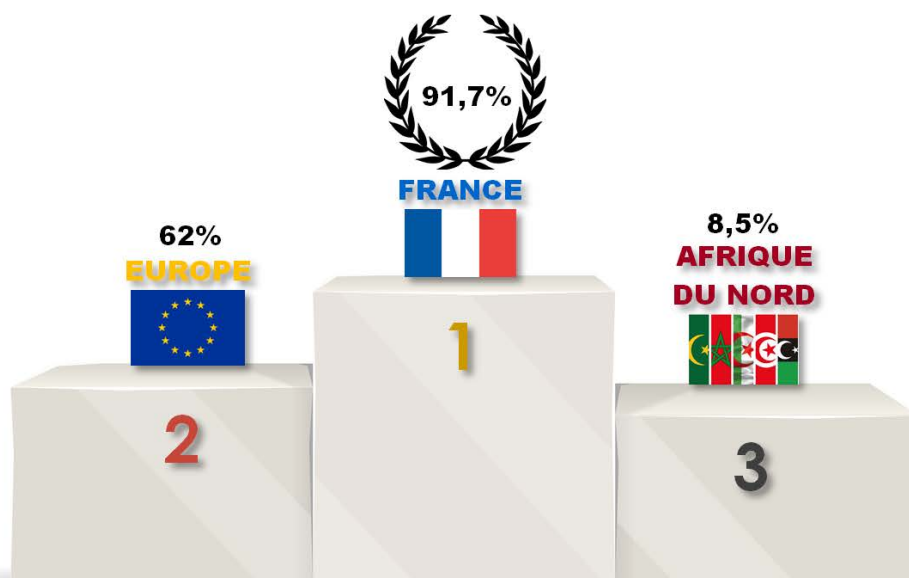
**Cette étude a été menée auprès d'un échantillon représentatif national de 1035 personnes, âgés de 18 ans et plus entre le 2 et le 5 février 2015. Résultats de l'étude sur demande.*

PLUS DE PROXIMITÉ, LES CONDITIONS DE LA CONFIANCE DES FRANÇAIS

Crises alimentaires, défiance envers les institutions, baisse du pouvoir d'achat... Plus que jamais, les achats alimentaires représentent un enjeu majeur pour les Français qui souhaitent être acteur et non spectateur de leur consommation. Ils souhaitent en effet donner plus de sens à leurs achats par un comportement pragmatique, notamment en participant à l'économie locale et favorisant l'achat « Made in France ».

La proximité de production représente ainsi un critère de choix important pour les Français.

*Pour leurs achats alimentaires, les Français répondent qu'ils privilégient **le plus souvent et toujours... La France***



Par ailleurs, ils sont plus de 32% des séniors à privilégier **toujours** la France dans leurs achats alimentaires.

L'étude montre également que 81,7% des Français font **plus confiance** à un produit alimentaire produit **localement**, soit 150 km autour de leur lieu d'habitation, dont 85,2% des familles avec enfant.

Les Parisiens et les Franciliens semblent cependant les plus méfiants, ainsi, ils sont tout de même 23% à répondre qu'ils ne font pas plus confiance à un produit alimentaire produit près de chez eux.

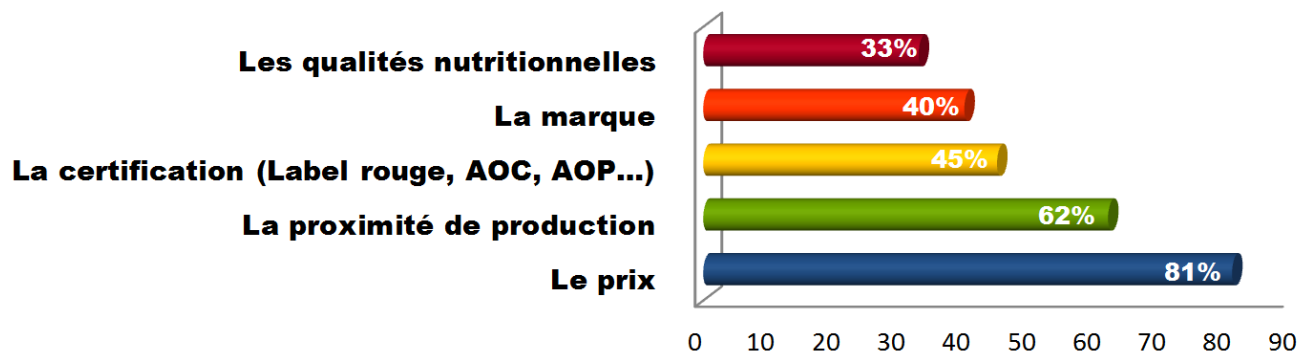
QUELS CRITERES DE CHOIX DES PRODUITS ALIMENTAIRES ?

Indétrônable, **le prix** reste sans surprise le critère n°1 de choix d'un produit alimentaire. Sur ses talons, **la proximité de production** représente le second critère le plus important pour choisir ses produits alimentaires.

Des Français cohérents qui privilégient majoritairement la France et des aliments produits localement dans le cadre de leurs achats alimentaires. Parmi le trio de tête, les **certifications** représentent également un gage de qualité indéniable pour 45% des Français.

La marque arrive quant à elle en 4^{ème} position avec 40% des réponses derrière la certification, puis les **qualités nutritionnelles** pour 33% des répondants.

TOP 5 !



SAISONNALITE : DES INTENTIONS CONTRADICTOIRES A LA REALITE

Sans équivoque, la proximité représente un critère essentiel dans le choix alimentaire des Français. Pour la saisonnalité en revanche, cela semble plus complexe... Deux questions sont dédiées à la saisonnalité dans cette enquête. Dissociées, dans le cadre de l'étude, les réponses des Français montrent des contradictions.

Ainsi, malgré des intentions significatives, **78%** disent en effet choisir leurs fruits et légumes **souvent ou toujours** en fonction des saisons... ils restent encore assez nombreux à consommer **effectivement** leurs fruits et légumes toute l'année.

Si le concombre est dans sa majorité consommé à la bonne saison, sa cousine la courgette est quant à elle souvent consommée hors saison. Ainsi, ce sont 42,6% des femmes qui les mangent aussi en hiver et 46,7% des jeunes. Pour les tomates, largement consommées en été par tous les Français soit 96%, ils restent 43% des femmes et 47,5% des hommes à poursuivre leur consommation jusqu'en automne, et plus de 25% jusqu'en hiver.

Les pommes, appréciées toute l'année par une majorité de Français, sont tout de même consommées par plus de 47% des Français en plein été... dont plus de 56% des plus jeunes pour seulement 33% des séniors.

BIOCOOP : « consommer local » en fonction des saisons

Priorité au local : Tous les magasins Biocoop se donnent comme priorité de travailler en direct avec des producteurs situés dans un périmètre de moins de 150 km.

Respect des saisons : Cela passe par le choix des origines : chez Biocoop pas de kiwi de Nouvelle-Zélande ou de poire d'Argentine ! Cela passe également par la limitation de la production en serre chauffée.

Une démarche de commerce solidaire Nord-Nord : Biocoop et des groupements de producteurs ont créé la marque *Ensemble, solidaires du producteur au consommateur*. Objectif : planifier la production en amont, maîtriser la qualité des produits, proposer un prix juste et solidaire. Aujourd'hui la marque propose une gamme de plus de 600 produits bio, fabriqués en France.

A propos de Biocoop

Leader de la distribution alimentaire biologique spécialisée en France depuis plus de 25 ans, Biocoop s'illustre également par ses produits du commerce équitable et par un choix très étendu d'écoproduits et de cosmétiques. Ce modèle coopératif multi professionnel regroupe 357 magasins et 1 300 producteurs partenaires. Précurseur et moteur, Biocoop revendique « l'agriculture biologique pour tous » et inscrit sa démarche au cœur d'une charte appliquée par l'ensemble des acteurs du réseau.

Biocoop comprend également 3 filiales : STB (Société de Transport Biocoop) ; Biocoop Restauration et DEFIBIO qui accompagne financièrement ses partenaires professionnels (producteurs, transformateurs, magasins).

Rachel Bornais
01 40 22 60 95
r.bornais@village-rp.com

Contacts presse
VILLAGE RP

Raïd Zaraket
01 75 44 98 84
r.zaraket@village-rp.com