

# NATEXPO l'étude 2011-2017



agoodforgood

## Qui nous sommes

- Depuis 2011
- Panel 7 500 personnes qualifiées non rémunérées
- 80 % alimentation > 50 % en bio
- 80 % femmes
- 66% ont entre 35 et 65 ans
- CSP id. pop. Française
- < 10% Paris RP



## Qui nous sommes



- Depuis 2007
- Spécialité : labels & filières
- Cosmebio, Bee Friendly, ...
- Analyse marketing/ bio

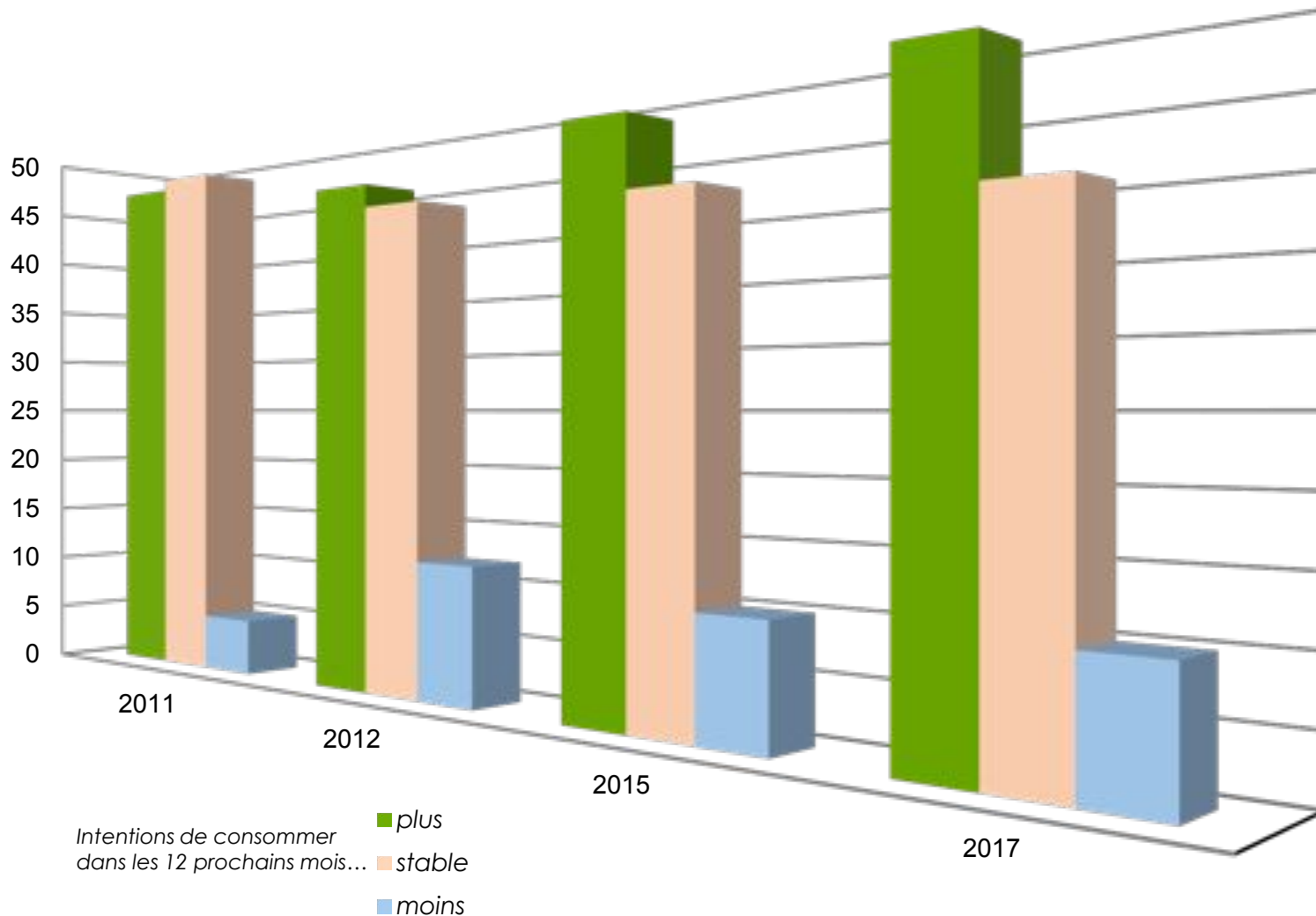
## L'étude 2011-2017

- Homogène sur la période
- 550 à 820 répondants selon les années
- Femmes : env. 85%
- Âge : 25/ 65 ans : 89%
- Part de bio dans l'alimentation : 75% > 50%
- CSP : id. pop. Française
- + 100 k hab. et RP : env. 33%

# Ce que l'on apprend

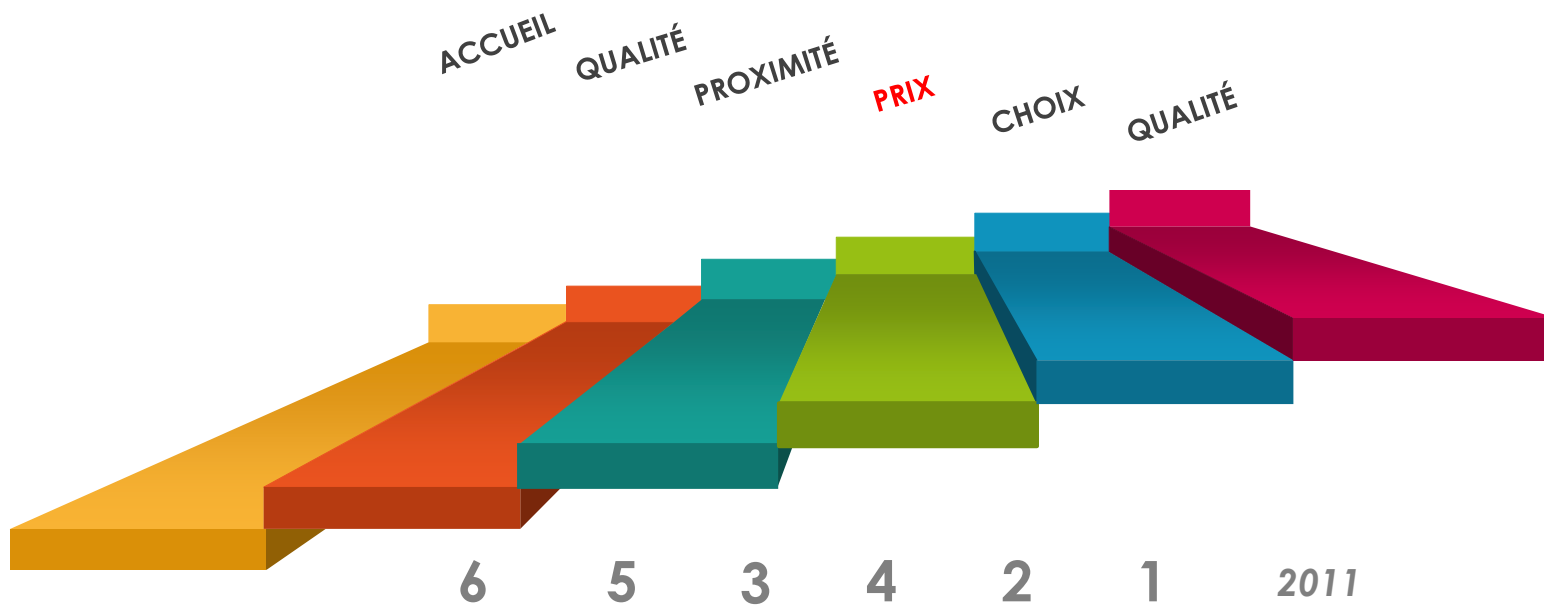
1. La consommation bio se **massifie**
2. Le futur pour le **réseau bio** se trouve dans son origine

## Une consommation (très) dynamique

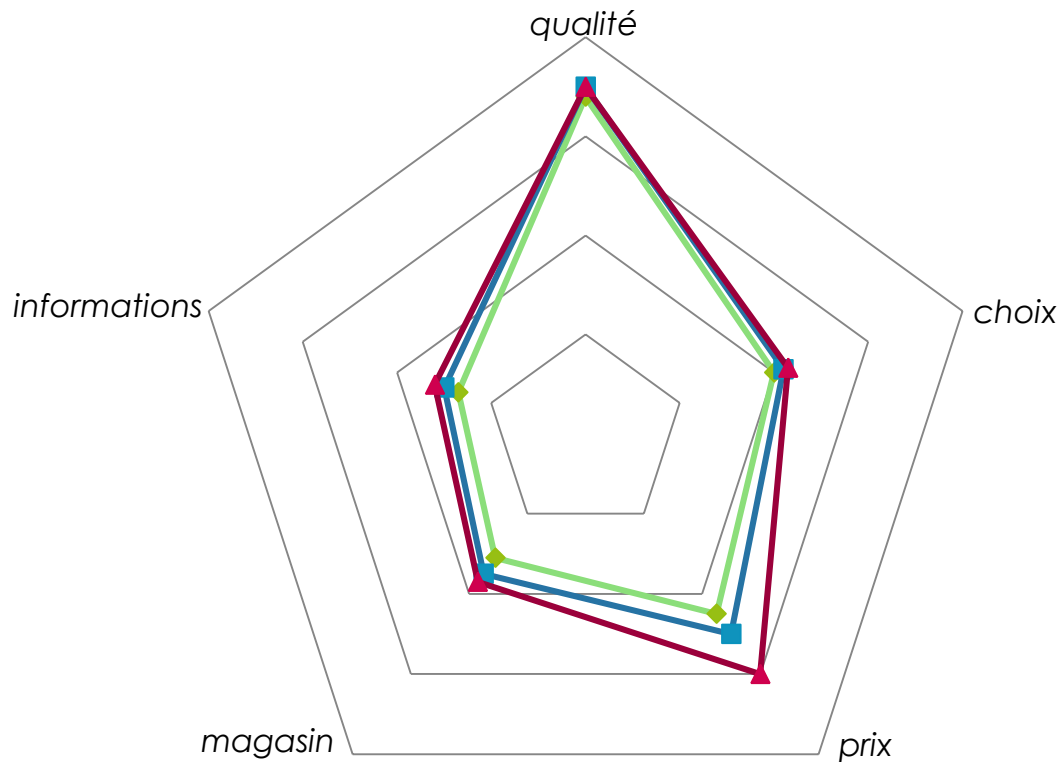


# Le prix ... monte

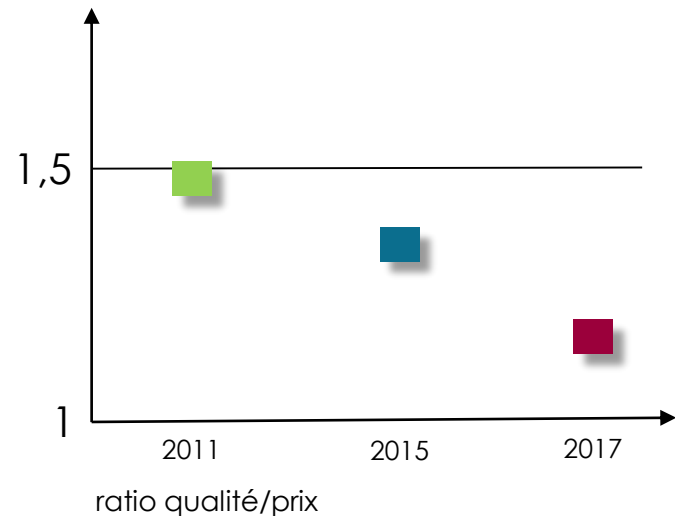
6	5	4	3	2	1	2017
6	5	3	4	2	1	2015



# Le rapport qualité/prix se *massifie*

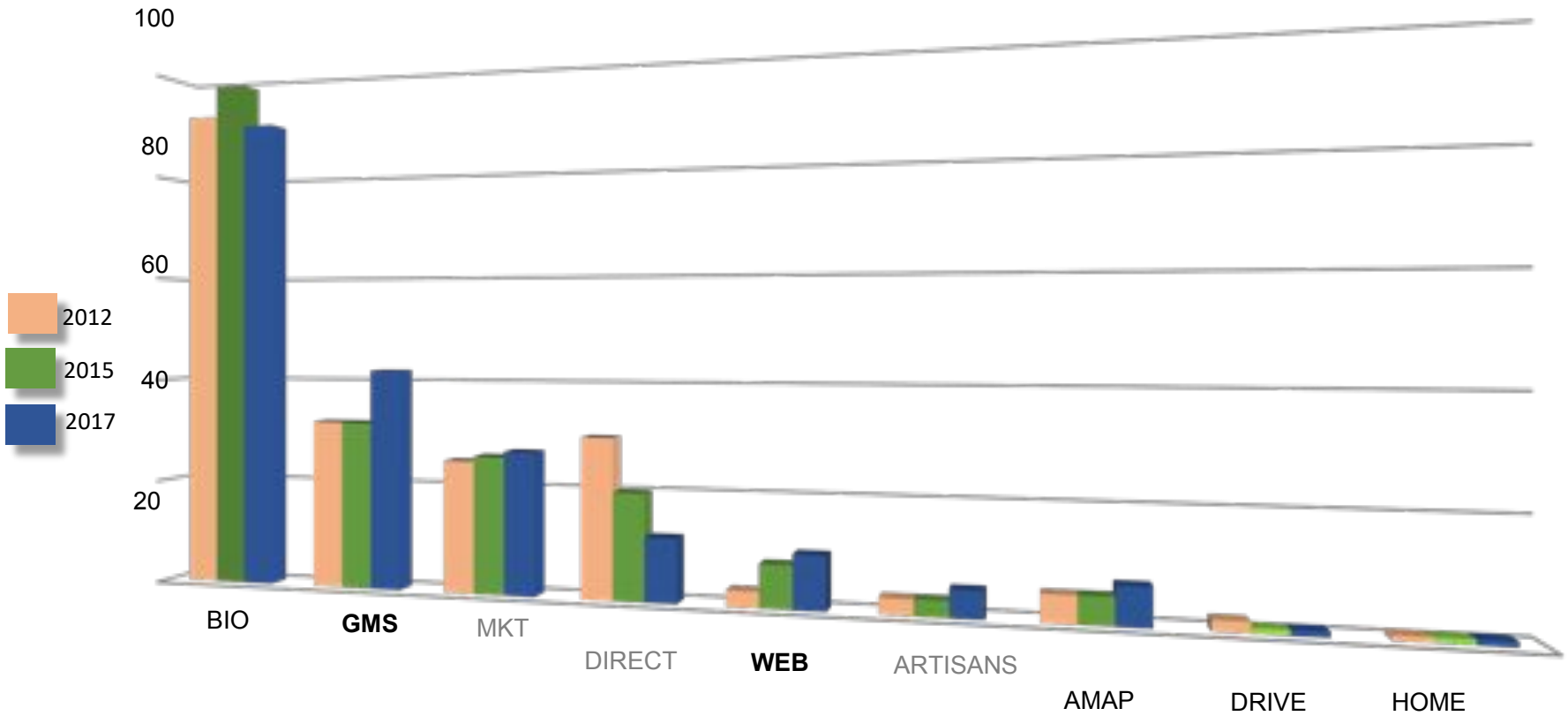


■ 2011   
 ■ 2015   
 ■ 2017   
 À quoi êtes vous le plus sensible ?  
 Top Box 9 à 10



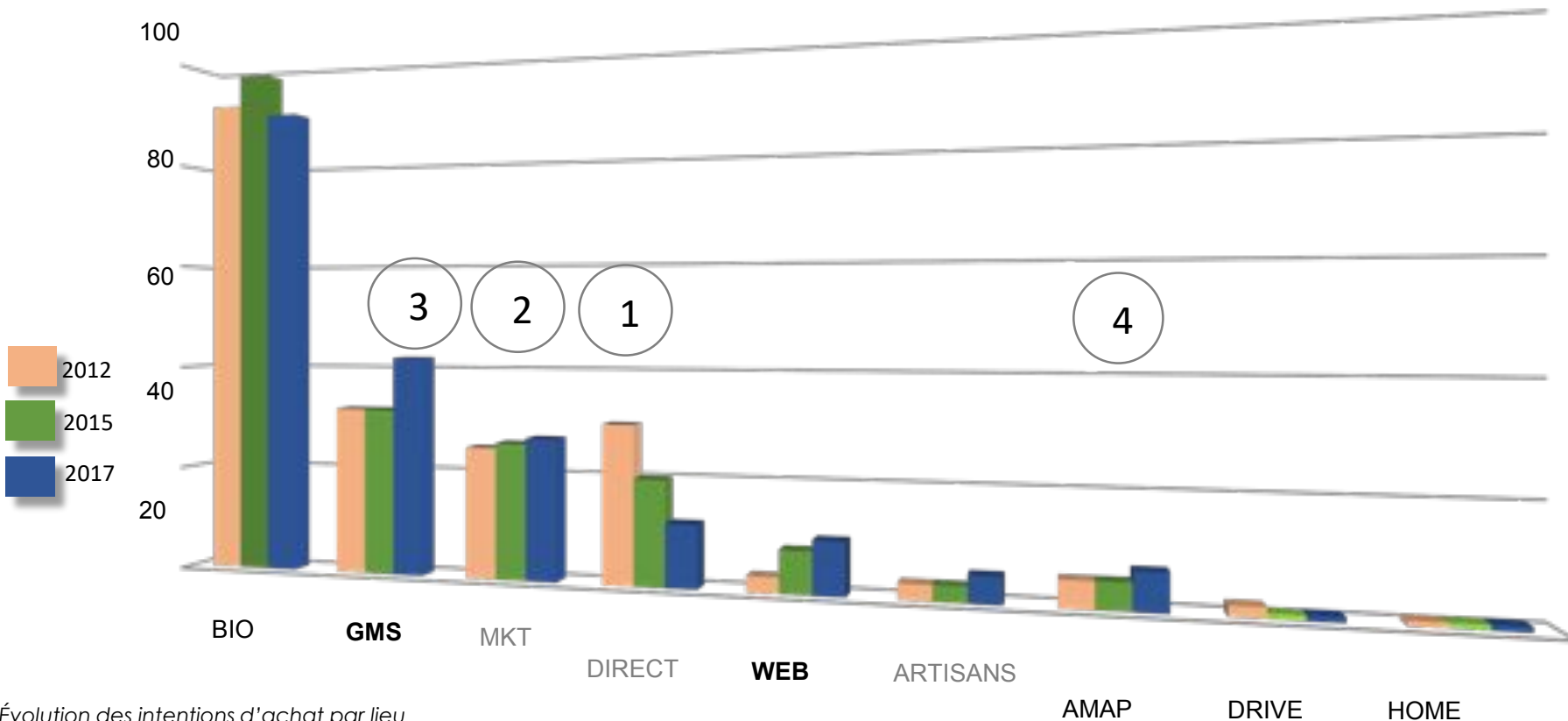


# La GMS entre en scène...



Évolution des intentions d'achat par lieu

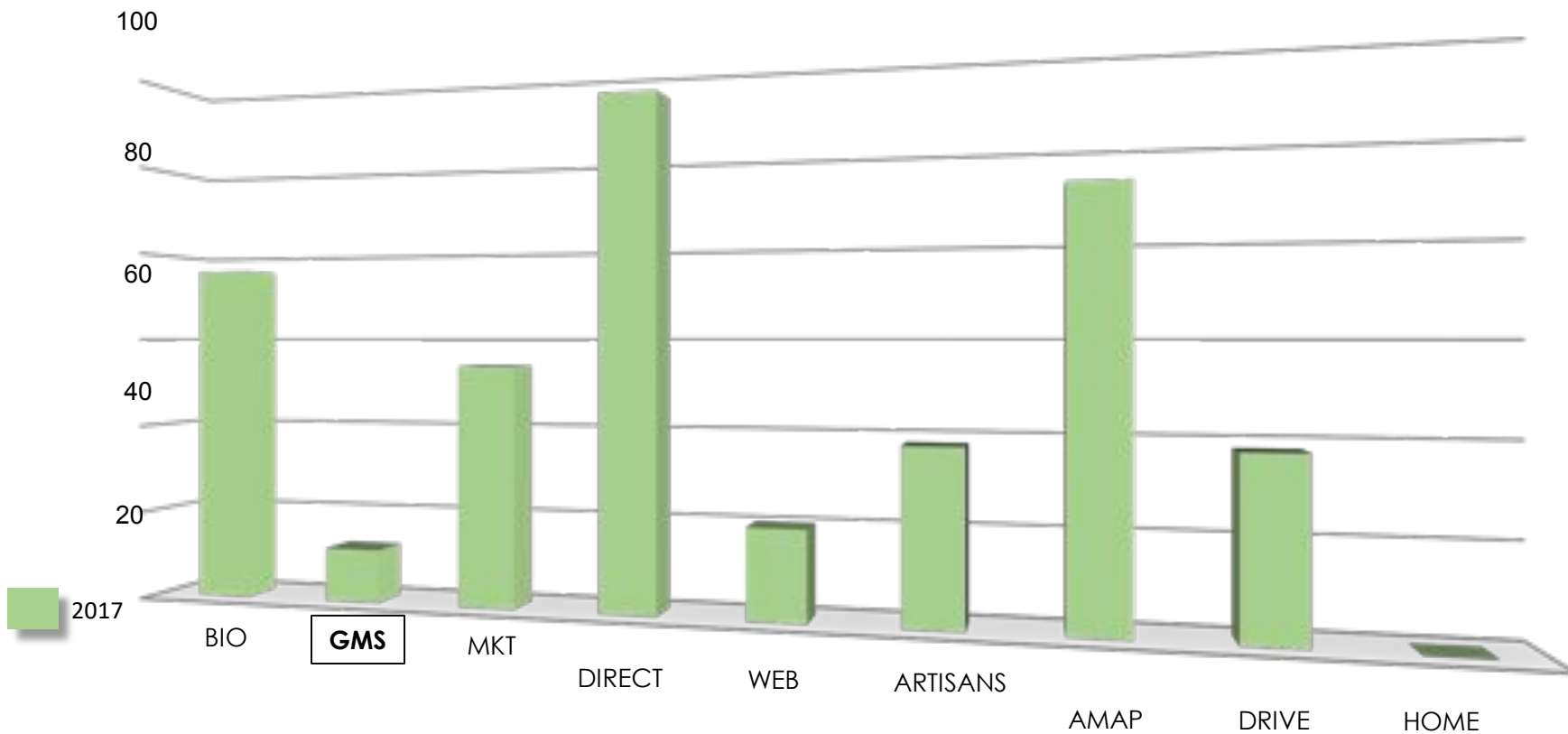
## ... chez tous les consommateurs...



### 2017 – Gros consommateurs (> 80%)

Directement au producteur	32 %
Marchés	32%
Grande distribution	23 %
Amap	10%

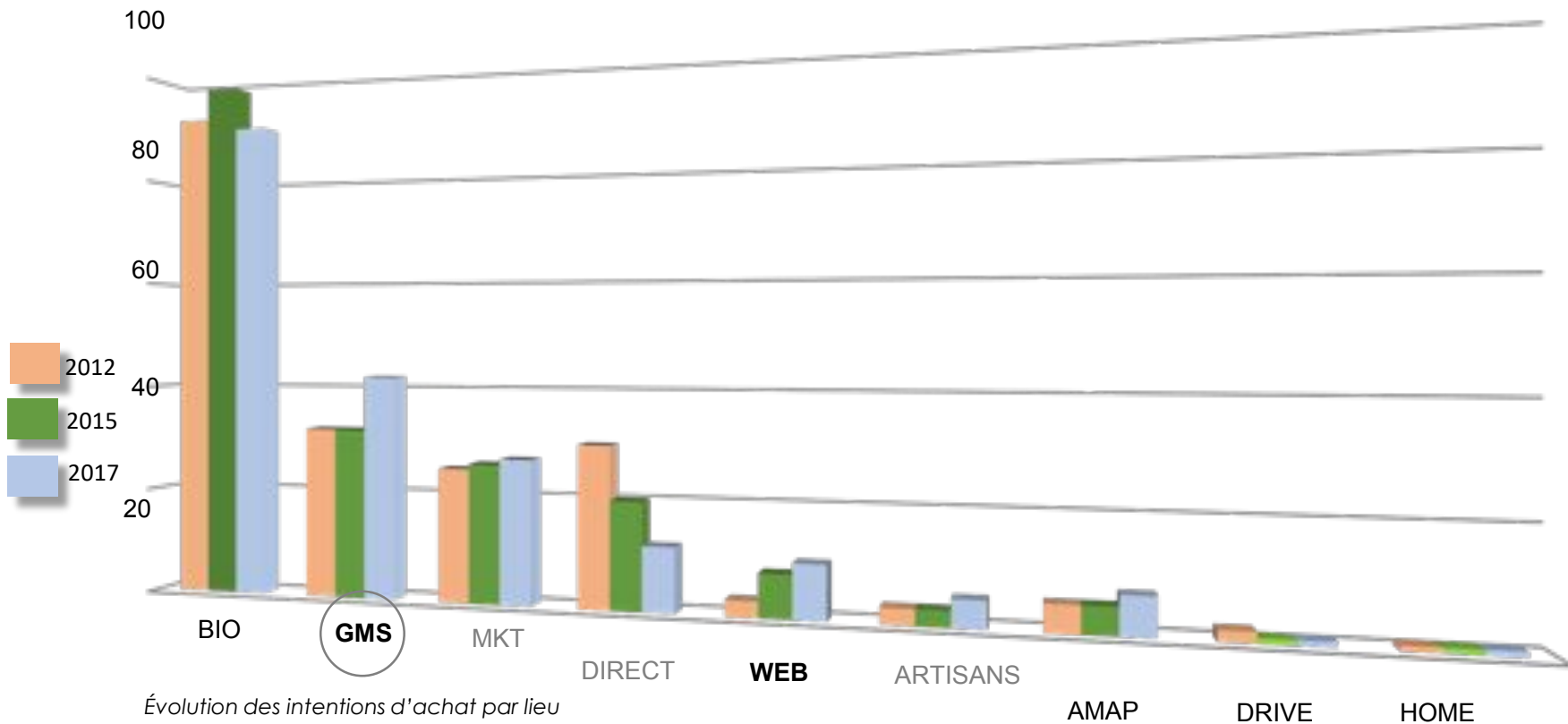
## ... avec un handicap...



Comment appréciez-vous le rapport qualité / prix des produits bio achetés ?

% des très satisfait

## ... et des atouts...



### Attractivité de l'offre bio en GMS

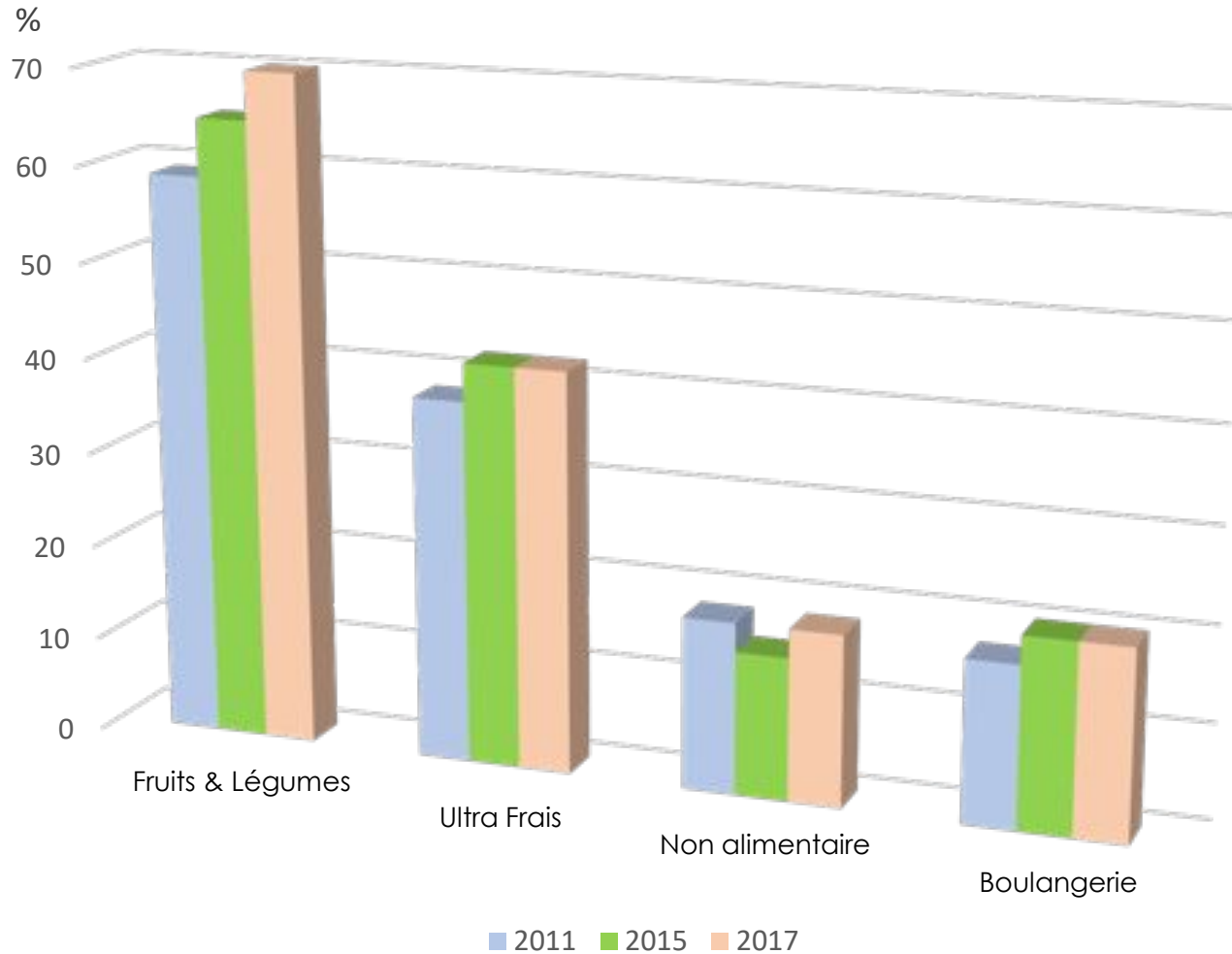
*Plutôt d'accord*

2012 : 51 %

2015 : 53 %

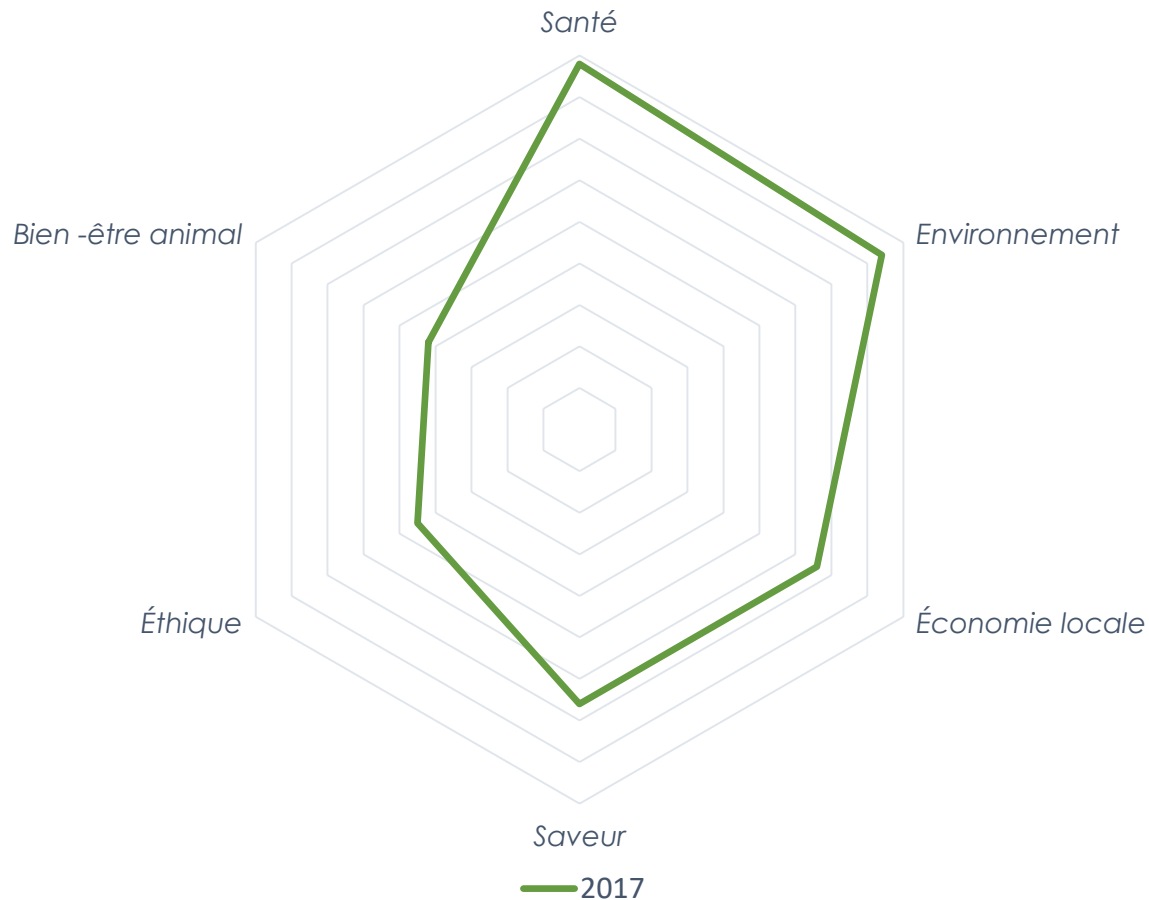
2017 : 60 %

## La qualité des F&L reste prioritaire



A quelle qualité êtes-vous le plus sensible pour vos achats de produits bio ?

# La santé se porte de mieux en mieux



Quelles sont les raisons principales qui vous incitent à consommer bio ?

# Ce que l'on apprend

1. La consommation bio se *massifie*
2. Le futur pour le **réseau bio** se trouve dans son origine

# A l'origine...

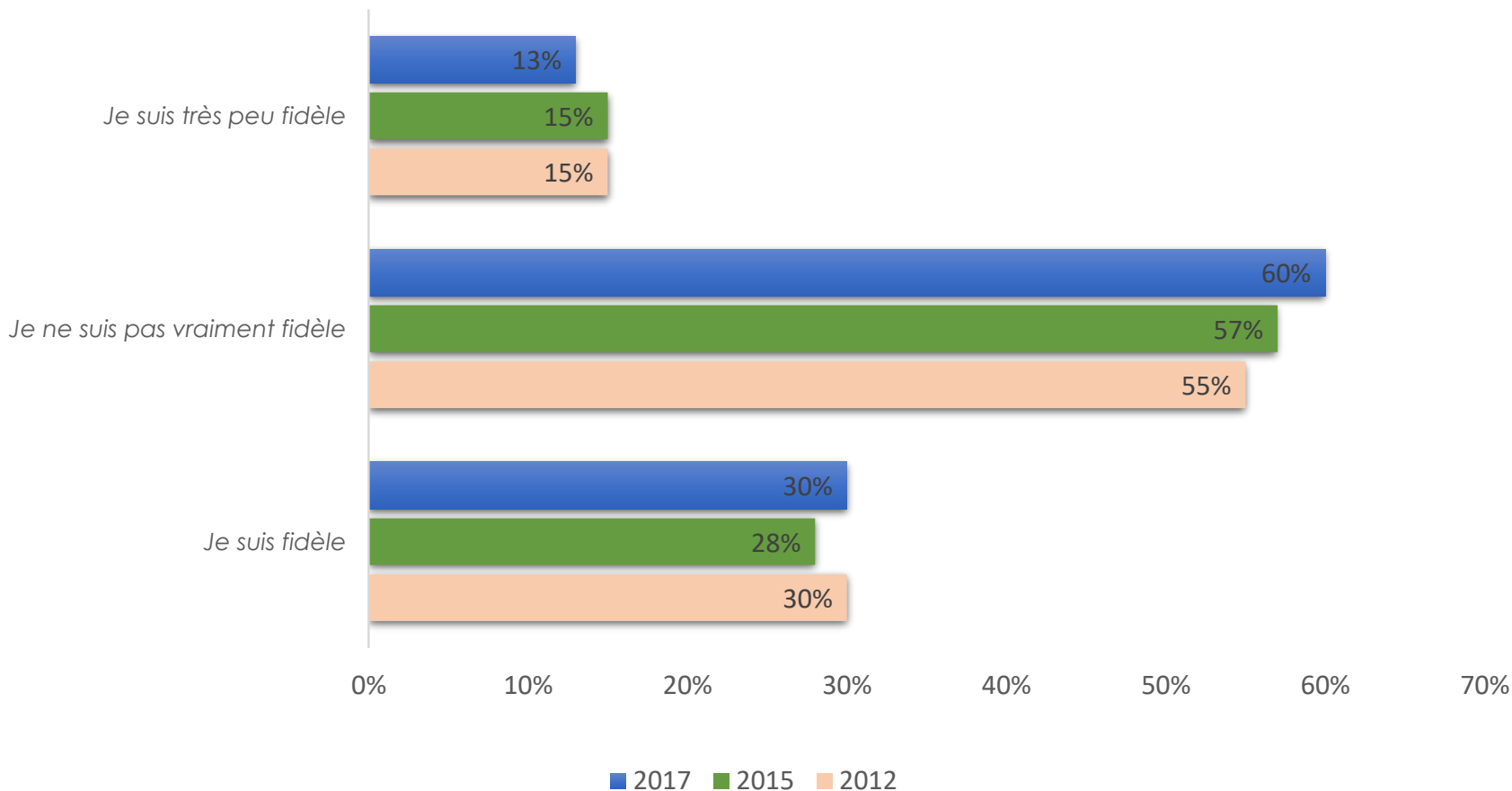
**Demande**  
Sécurité  
Qualité



**Action**  
Nature  
Hommes

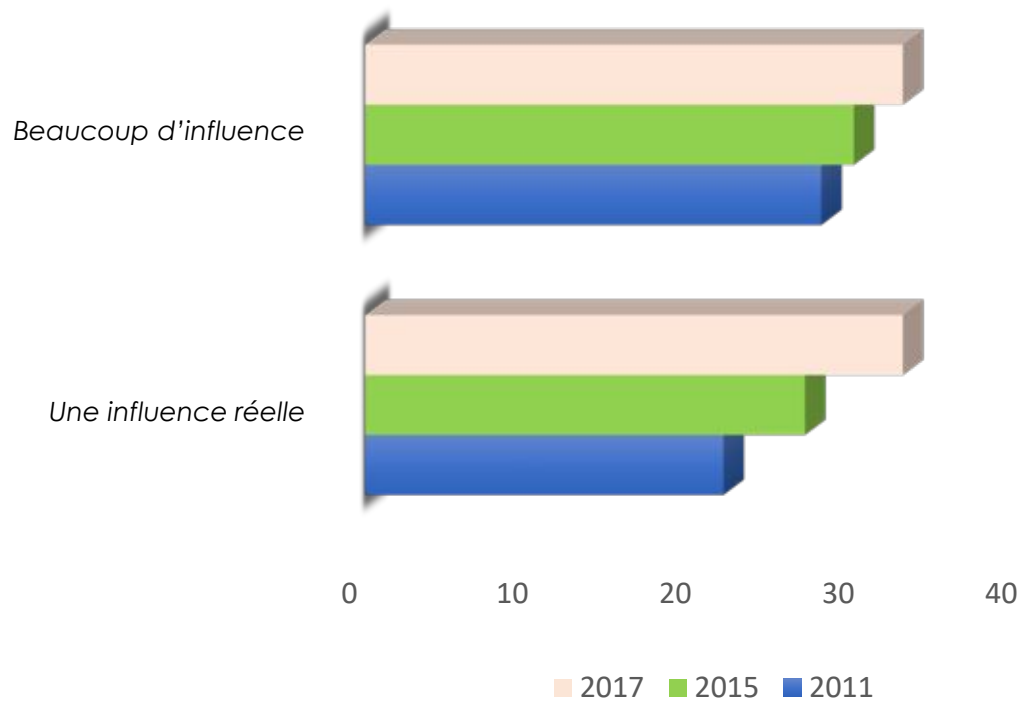


## Un réseau qui dépasse les marques



*Pour vos achats de produits et de marques en réseau bio, de quelle position êtes-vous le plus proche ?*

## Garder sa raison d'être



*Est ce que le positionnement sociétal ou éthique joue un rôle dans le choix de votre magasin ?*

# Une attente de choix sur les spécialités du réseau bio

ALIMENTAIRE



**83%**

2017 id. 2011

ORIGINE



**84%**

2017 +10% vs 2011

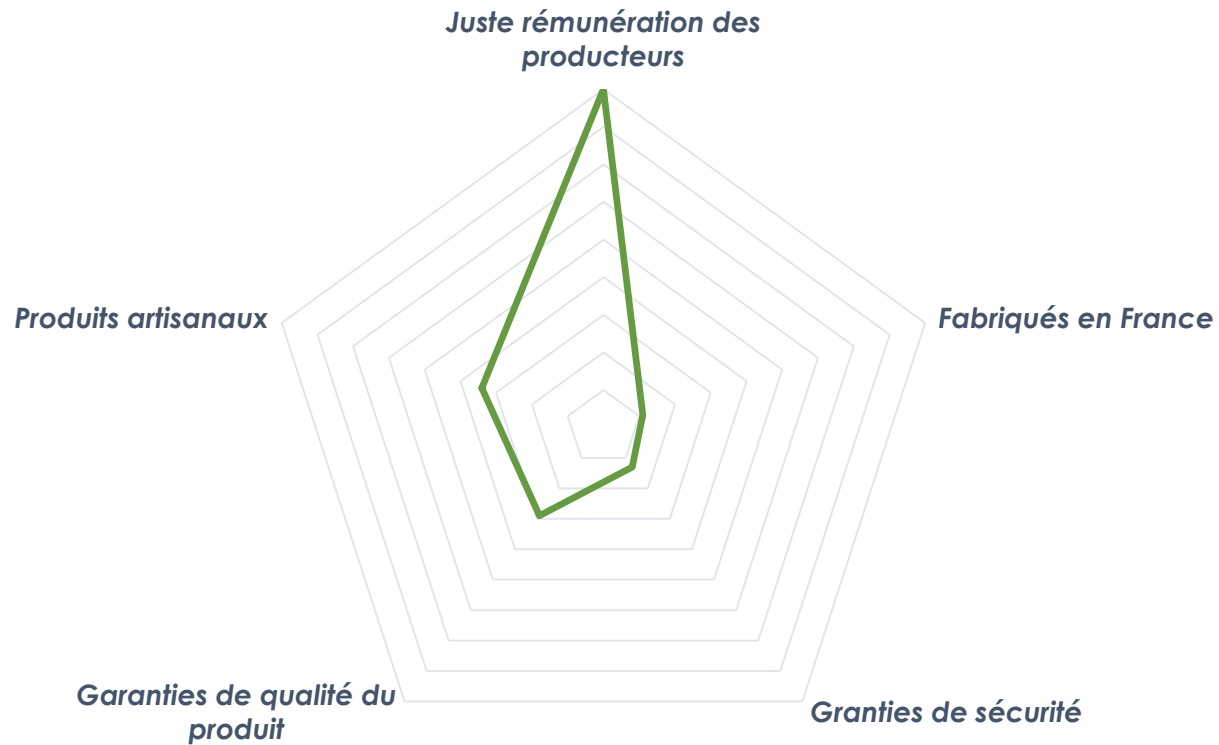
# VRAC

**85%**

2017 +5 % vs 2011

*Pour vos achats de produits bio, à quoi êtes vous le plus sensible en matière de choix ? (important et très important)*

# Le consomm'acteur existe

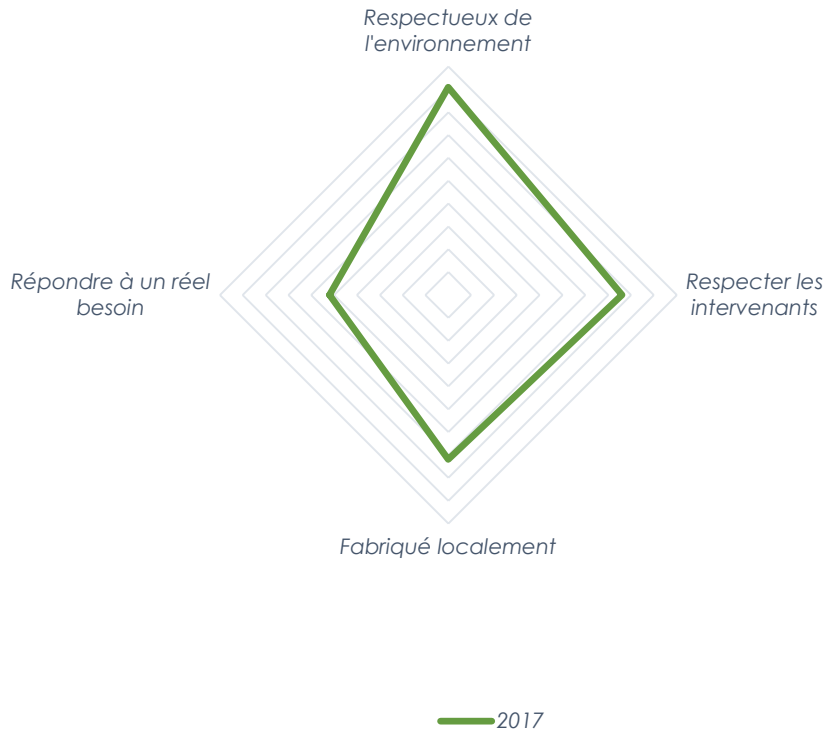


36% favorisent les produits « commerce équitable »

— 2017

# Le consomm'acteur existe

Consommer responsable, c'est...



69 %  
en 2017



Je privilégie un emballage  
écologique

70 %  
en 2017



En consommant bio,  
je favorise l'économie  
régionale ou locale

The logo for BIOpanel features four colored triangles (orange, green, red, and blue) arranged in a square pattern around the text. The text "BIOpanel" is written in a blue, sans-serif font. The "O" in "BIO" is stylized with a white dot in the center, resembling a target or a lens. The "panel" part is in a lowercase, rounded font.

**BIOpanel**

