Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche DEFR

Agroscope
Service de presse

Communiqué de presse

Date 09.09.2014

La consommation de produits bio augmente avec le revenu

La consommation de produits bio ne cesse d'augmenter. Plus les revenus augmentent, plus les ménages ont tendance à acheter des denrées alimentaires bio, cette tendance étant toutefois moins marquée en Suisse romande que dans les autres régions linguistiques. Des critères comme l'âge, la composition de la famille et le sexe de la personne de référence, influencent également le choix des produits bio. C'est ce que montre une évaluation de l'enquête sur le budget des ménages (EBM) réalisée par Agroscope.

L'enquête sur le budget des ménages de l'Office fédéral de la statistique (OFS) évaluée par Agroscope confirme la tendance à la hausse des produits bio en général, mais aussi de certains groupes de produits en particulier. «Tandis qu'en 2006, les dépenses pour les produits bio ne représentaient que 6,5 % de toutes les dépenses dans le domaine alimentaire, elles atteignent déjà 8 % en 2011», déclarent Franziska Götze et Ali Ferjani, collaborateurs du groupe de recherche Socio-économie de l'Institut des sciences en durabilité agronomique IDU, d'Agroscope.

Les produits bio les plus populaires en Suisse sont les fruits, les légumes, les produits laitiers et les œufs.
(Photo: Bio Suisse)

Part croissante des fruits et des légumes

Les produits bio qui occupaient déjà une grande part du marché comme les fruits et les légumes ou les produits laitiers et les œufs ont poursuivi leur progression. La part

de marché des légumes bio est passée de 9 à 14 %, celle des fruits bio de 9 à 11 %. La tendance à la hausse confirme le fait que les consommateurs et les consommatrices se servent de manière de plus en plus ciblée au rayon bio. Les produits qui représentaient une part relativement faible du marché bio n'ont par contre pas beaucoup progressé. La part du marché bio de la viande, des sauces et des épices est pratiquement restée inchangée de 2006 à 2011, avec près de 5 %. Les sucreries et les pâtisseries bio avec une hausse de 0,4 % ne sont pas non plus parvenues à dépasser un pourcentage de 3 %.

Les femmes ont plus tendance à acheter bio que les hommes

L'évaluation de plus de 19 000 séries de données EBM fournit également des informations sur le comportement des consommateurs en matière de produits bio. Selon Götze et Ferjani, il est particulièrement intéressant de remarquer que les ménages avec enfants achètent plus rarement des aliments bio: «Cette constatation va à l'encontre des données publiées jusqu'ici dans d'autres pays. Par contre, notre étude confirme ce que nous attendions, à savoir que les femmes ont davantage tendance à acheter des produits bio que les hommes.» Cette règle est aussi valable pour les ménages aisés chez lesquels la probabilité d'achat de produits bio est supérieure. L'étude montre enfin que les consommateurs entre 45 et 54 ans achètent particulièrement rarement des produits bio.

La région linguistique joue elle aussi un grand rôle: un ménage de Suisse alémanique achète généralement plus de produits bio qu'un ménage de Suisse romande. La fiabilité de l'étude repose sur les variables utilisées dans l'enquête sur le budget des ménages. Il ne faut cependant pas perdre de vue que la décision d'acheter des aliments bio est une décision complexe et qu'elle peut être déterminée par d'autres facteurs.

Enquête suisse sur le budget des ménages (EBM)

Depuis le début des années 1990, l'Office fédéral de la statistique (OFS) procède à des relevés de données sur le revenu et la consommation ainsi que sur les caractéristiques sociodémographiques des ménages privés suisses. Depuis 2000, ces relevés sont mensuels. Les ménages interrogés sont sélectionnés de manière aléatoire. Environ 3000 ménages participent chaque année. L'OFS veille à ce que la structure des ménages présents dans l'échantillon soit représentative de la population résidant en Suisse de manière permanente. Pendant la période de l'enquête, les ménages participants documentent leurs dépenses et leurs revenus. La participation des ménages à l'enquête se limite toutefois à un mois. Par conséquent, il s'agit d'une enquête par coupes transversales répétées (*repeated cross-section*).

Informations complémentaires

Pour accéder à l'article complet du magazine Recherche Agronomique Suisse, veuillez cliquer ici.

Contacts

Franziska Götze, doctorante
Agroscope, Institut des sciences en durabilité agronomique IDU
Tänikon 1, CH-8356 Ettenhausen, Suisse
franziska.goetze@agroscope.admin.ch
+41 (0)58 480 32 25

Ali Ferjani, collaborateur scientifique
Agroscope, Institut des sciences en durabilité agronomique IDU
Tänikon 1, CH-8356 Ettenhausen, Suisse
ali.ferjani@agroscope.admin.ch
+41 (0)58 480 32 75

Ania Biasio, Service de presse
Corporate Communication Agroscope CCA
Reckenholzstrasse 191, CH-8046 Zurich, Suisse
ania.biasio@agroscope.admin.ch
+41 (0)58 468 72 74

www.agroscope.ch