

A



Le Baro Bio

Le Baromètre Annuel de la Distribution Bio

Vendu en souscription

Vague 9 – Mars 2022



POUR LA 9^{EME} ANNEE,

Le Baro Bio

LE BAROMETRE ANNUEL DE LA DISTRIBUTION BIO
est programmé pour **mars 2022**

LANCE EN 2014,

LE BARO BIO A POUR OBJECTIFS :

- DE MIEUX CONNAITRE **LES CONSOMMATEURS DU CIRCUIT BIO,**
- DE SUIVRE **LA PERCEPTION DES MARQUES PRESENTESDANS LES MAGASINS SPECIALISES BIO,**

UN OUTIL VENDU EN SOUSCRIPTION

POUR PERMETTRE AU PLUS GRAND NOMBRE D'Y ACCEDER
GRACE A LA MUTUALISATION DES COUTS.



LE DISPOSITIF METHODOLOGIQUE

LA CIBLE DE L'ETUDE

Les consommateurs actifs sur le circuit spécialisé bio

Les consommateurs interrogés sont **sélectionnés à partir d'un échantillon représentatif de 1500 français âgés de 18 ans et plus**, recrutés selon la méthode des quotas (source INSEE : sexe, âge, catégorie socio professionnelle du chef de famille, région)

Compte tenu de la part de la population fréquentant les magasins bio, nous obtenons **un échantillon représentatif des consommateurs du circuit de ± 500 individus**.

Nous suivons ainsi au plus près l'évolution des consommateurs du circuit bio en termes de pénétration et de profil.

LE RECUEIL DE L'INFORMATION

Un questionnaire auto administre on-line

- Envoi par mail d'une invitation à répondre au questionnaire.
- Mise en place d'un lien permettant d'être dirigé vers une interface dédiée.
- Questions filtres permettant de valider les cibles recherchées.

Une interrogation on-line, pour :

- Assurer une répartition optimale des interviews sur l'ensemble du territoire
- Permettre une gestion parfaite des quotas
- Laisser au répondant le choix du moment et leur garantir l'anonymat de leurs réponses.
- Pouvoir insérer du contenu multimédia : images (logos), audio ou films.

Une interface dédiée, hébergée en France, pour :

- Maitriser la sécurité et le fonctionnement du service,
- Assurer la confidentialité des données,
- Faciliter le traitement de l'information.



LE QUESTIONNAIRE

(Version détaillée en annexe)

1. QUESTIONNAIRE PARTAGÉ PAR TOUS LES SOUSCRIPTEURS

DES INDICATEURS BAROMETRIQUES étudiés chaque année :

- o Profil consommateurs, (quotas) - habitudes alimentaires
- o Les comportements d'achat : fréquence d'achat des produits bio par circuit, enseignes fréquentées, part du bio, dynamique, ancienneté...
- o Les motivations à fréquenter les magasins du circuit spécialisé bio vs GMS
- o La relation aux marques bio présentes en circuit bio : critères d'achat, rapport marque/magasin
- o Le niveau d'information global sur les marques en général

UN SUJET D'ACTUALITÉ, renouvelé chaque année, lié aux préoccupations « du marché »

2022 : LA RESPONSABILITE SOCIALE DES ENTREPRISE

Si le contexte sanitaire semble motiver de plus en plus de français à adopter un mode de vie plus durable et plus respectueux de l'environnement, en choisissant en priorité des marques responsables, vous avez été nombreux lors du dernier salon à nous faire part de vos interrogations sur la RSE :

- cette démarche est-elle connue des consommateurs du circuit ?
- que signifie-t-elle pour eux ?
- à quoi renvoie-t-elle ?
- quelle attention y portent-ils ? ...

Aussi nous vous proposons cette année de faire un point sur la RSE :

1. Niveau de connaissance de la RSE
2. Perception des consommateurs du circuit

Parallèlement, nous maintenons pour un point 2, les questions d'habitudes de consommation liées au contexte sanitaire (usage services « courses » et nouvelles habitudes d'achat posées en 2021) afin de vérifier leur installation dans le temps.

Rappel 2021 : HABITUDES D'ACHAT ET CRISE SANITAIRE

Rappel 2020 : MARQUES DU CIRCUIT BIO ET EMBALLAGE

2. QUESTIONNAIRE « MARQUES » CONFIDENTIEL

- o Les lieux d'achats privilégiés de la (ou des) famille(s) de produits où la marque est présente.
- o Notoriété assistée simple de la marque du souscripteur + marques concurrentes (5 maximum)
- o Achat de la marque, ancienneté, régularité d'achat
- o La relation avec la marque : degré de connaissance, appréciation, proximité...
6 tems au choix, 2 items en options
- o EN OPTION : 1 ou 2 questions personnalisées et confidentielles



TRAITEMENT ET REMISE DES RESULTATS

Les résultats de l'étude ne font l'objet d'aucun redressement : nous travaillons sur les données brutes et veillons lors du recueil de l'information à tendre au plus près des quotas recherchés

Ils sont traités et restitués de manière pertinente et accessible : nous privilégions les croisements simples et nécessaires à la pertinence de l'analyse et à la compréhension des résultats afin d'apporter le plus de lisibilité aux enseignements de l'étude.

Les résultats du module partagé sont remis à chaque souscripteur sous la forme d'un rapport de synthèse faisant apparaître les principaux enseignements de l'étude.

Les résultats de chaque marque souscriptrice sont remis sous la forme d'un rapport de synthèse personnalisé et confidentiel.

Ce rapport peut faire l'objet d'une présentation orale à la demande des souscripteurs.



LES CONDITIONS DE REALISATION

LES DELAIS DE REALISATION

Accord définitif sur la souscription (module partagé et marques) :	vendredi 11 mars
Recueil de l'information :	du vendredi 18 mars au dimanche 3 avril
Remise des résultats « marques » :	à partir du lundi 25 avril
Remise des résultats module partagé :	à partir du lundi 9 mai

LA SOUSCRIPTION

Souscription pour 1 marque (module partagé inclus)	1 180 € HT
Souscription pour 2 marques (module partagé inclus)	1 940 € HT
Souscription pour 3 marques (module partagé inclus)	2 670 € HT
Souscription pour 4 marques (module partagé inclus)	3 520 € HT

Si plus nous consulter

SUPPLEMENTS OPTIONS QUESTIONNAIRE « MARQUES »

Question simple (2 max)	+ 200 € HT / question
Item d'image (2 max)	+ 120 € HT / item
Présentation orale dans vos locaux :	frais de déplacement au réel

REGLEMENT :

50% à la commande - solde à la livraison des résultats.

Attitudes et Marques se réserve le droit de ne pas réaliser la vague si le nombre de souscripteurs se révélait insuffisant.

VOTRE INTERLOCUTEUR SUR CETTE ETUDE

Michel Delouette

Tél : +33 (0)9 82 24 67 78

micheldelouette@attitudesetsociete.fr



LE QUESTIONNAIRE DÉTAILLÉ



QUESTIONS MODULE PARTAGÉ

SOCIO DEMO

- Vous êtes...
 - Un homme
 - Une femme
- Quelle est votre tranche d'âge?
 - Moins de 25 ans
 - 25-34 ans
 - 35-49 ans
 - 50-64 ans
 - 65 et plus
- Vous y compris, de combien de personnes se compose votre foyer ?
- Combien d'enfants de moins de 15 ans vivent-ils au sein de votre foyer ?
- Dans votre foyer, quelle est la situation professionnelle du chef de famille ?
Le chef de famille étant la personne, au sein du foyer, dont les revenus sont les plus élevés
 - Agriculteur exploitant
 - Artisan, commerçant et chef d'entreprise de moins de 10 salariés
 - Chef d'entreprise de 10 salariés ou plus
 - Cadre, profession intellectuelle supérieure et profession libérale
 - Profession Intermédiaire, cadre moyen
 - Employé, personnel de service
 - Ouvrier
 - Retraité
 - Etudiant
 - Sans activité professionnelle
- Merci d'indiquer le Code Postal de votre lieu de résidence



CIRCUITS FREQUENTES

- o Habituellement, à quelle fréquence achetez-vous des produits biologiques...

	Au moins une fois par semaine	2 à 3 fois par mois	1 fois par mois	5 à 6 fois par ans	Moins souvent	Jamais
Dans un hypermarché ou un supermarché	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En direct auprès de producteurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sur un marché local	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sur un site internet marchand	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dans un magasin spécialisé biologique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Au travers un réseau associatif (AMAP, etc...)	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dans une enseigne de hard discount	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Note : à ce stade, tous les répondants ayant répondu "moins souvent" ou "jamais" à l'item "dans un magasin spécialisé biologique" sont éliminés et ne sont pas pris en compte dans notre échantillon.

MOTIVATIONS ACHAT EN CIRCUIT BIO VS GMS

- o Concernant vos motivations à faire vos achats de produits bio dans un magasin spécialisé bio, ou dans un super/hyper marché conventionnel, vous indiquerez pour chacune des raisons suivantes si elles s'appliquent plutôt :
 - aux magasin spécialisé bio
 - aux super/hyper marchés
 - autant à l'un qu'à l'autre
 - La qualité des produits proposés
 - La diversité des produits proposés
 - L'engagement éthique des marques proposées
 - La confiance que vous accordez aux marques présentes
 - Les conseils fournis en magasin
 - Le prix des produits
 - Parce que vous y trouvez des produits que vous ne trouvez pas ailleurs
 - Parce que c'est pratique, vous pouvez vous y rendre facilement
 - Pour l'environnement du magasin/du rayon, le plaisir d'y faire vos courses
 - Pour y découvrir de nouveaux produits / de nouvelles saveurs
 - Parce que vous y trouvez des produits locaux
 - Pour l'offre de produits vendus en vrac



PART DU BIO DANS LES ACHATS ET DYNAMIQUE

- En pensant à vos achats en général, diriez-vous que la part des produits biologiques dans le total de vos achats est...
 - Inférieure à 25 %
 - Entre 25% et 50%
 - Entre 50 et 75 %
 - Supérieure à 75 %
- Et en pensant à ce que vous faisiez il y a un an, diriez-vous que la part des produits biologiques dans vos achats augmente, diminue ou reste stable ?
 - Augmente
 - Reste stable
 - Diminue

ANCIENNETE DANS LE CIRCUIT ET DYNAMIQUE

- Personnellement, depuis combien de temps environ fréquentez un magasin spécialisé bio ?
 - moins de 6 mois
 - de 6 mois à 1 an
 - de 1 an à 2 ans
 - de 2 ans à 5 ans
 - de 5 ans à 10 ans
 - Plus de 10 ans
- Et en pensant à ce que vous faisiez il y a un an, diriez-vous que vous fréquentez plus souvent, ni plus ni moins ou moins souvent les magasins spécialisés biologiques ?
 - Plus souvent,
 - Ni plus ni moins
 - Moins souvent



ENSEIGNE FRÉQUENTÉE

- Habituellement dans quel(s) magasin(s) spécialisé(s) biologique faites vous le plus souvent vos courses ? *Plusieurs réponses possibles*
 - Dans un magasin à l'enseigne Biocoop :
 - Dans un magasin à l'enseigne Biomonde :
 - Dans un magasin à l'enseigne Bio C' Bon :
 - Dans un magasin à l'enseigne Croc Nature :
 - Dans un magasin à l'enseigne La Vie Claire:
 - Dans un magasin à l'enseigne L'Eau Vive :
 - Dans un magasin à l'enseigne Naturalia :
 - Dans un magasin à l'enseigne Naturéo
 - Dans un magasin à l'enseigne Satoriz :
 - Dans un magasin d'une autre enseigne (précisez) :
 - Dans un magasin indépendant

HABITUDES ALIMENTAIRES

- Respectez-vous, vous même ou une personne de votre foyer, une habitude alimentaire parmi les suivantes ?
 - Végan
 - Végétarien
 - Végétalien
 - Sans gluten
 - Sans lactose
 - Sans porc
 - Autre (préciser)

CRITERE DE CHOIX D'UN PRODUIT

- Lorsque vous choisissez un produit dans votre magasin spécialisé bio, quels est pour vous, parmi les critères suivants, le plus important : En 1^{er} ? En 2^{ème} ?
 - La recette
 - Les ingrédients
 - L'aspect innovant du produit/l'originalité
 - L'engagement éthique de la marque
 - La confiance accordée à la marque
 - La fabrication française
 - Le prix de vente
 - La proximité du lieu de production



- Et finalement, en pensant à votre état d'esprit lorsque vous faites vos achats dans votre magasin spécialisé bio, de quelle affirmation vous sentez vous le plus proche ?
 - Je fais plutôt attention aux marques que j'achète, et je choisie celles qui m'inspirent le plus confiance
 - Je ne fais plutôt pas attention aux marques que j'achète et je fais plutôt confiance aux choix de mon magasin

L'INFORMATION

- En pensant à l'information que vous recevez sur les marques présentes dans votre magasin bio et à celle dont vous avez besoin, diriez-vous que vous êtes globalement ... ?
 - Très bien informé(e) sur les marques
 - Plutôt bien informé(e) sur les marques
 - Plutôt mal informé(e) sur les marques
 - Très mal informé(e) sur les marques

SUJETS ACTU :

EVOLUTION DES HABITUDES SUITE A LA SITUATION SANITAIRE

Point 2 questions posées en 2021 : vérifier l'installation ou non dans le temps des nouvelles habitudes de consommation liées à la crise sanitaire.

- En pensant à ce que vous faisiez avant le début de la crise sanitaire, diriez vous que vous faites plus souvent, aussi souvent ou moins souvent qu'avant la crise sanitaire, vos courses courante (alimentation – hygiène – entretien) :
 - en utilisant le service du drive (retrait des produits à l'extérieur du magasin)
 - en utilisant le service du click & collect (retrait des produits en magasin)
 - en utilisant le service de livraison à domicile
- Et diriez-vous qu'avec la crise sanitaire vous privilégiez davantage pour vos achats de produits bio (oui/non)
 - les artisans de proximité
 - les magasins d'enseignes installés en centre-ville
 - Et diriez-vous qu'avec la crise sanitaire vous avez changé vos habitudes d'achat ... (oui/non)
 - en étant plus attentif-ve à l'origine des produits, les lieux de production
 - en achetant davantage des produits de saison
 - en achetant davantage des produits locaux, c'est à dire produits à moins de 200km de chez vous
 - en évitant au maximum les produits alimentaires importés
 - en privilégiant davantage « le fait maison » au détriment des produits transformés
 - en consommant moins de produits carnés



LA RSE : CONNAISSANCE

- Personnellement avez-vous entendu parler de la RSE – la Responsabilité Sociale des Entreprises. Elle est définie par la commission européenne, comme « l'intégration volontaire par les entreprises de préoccupations sociales et environnementales à leurs relations commerciales et leurs relations avec les parties prenantes. » :
 - Oui j'en ai déjà entendu parler (média, entourage, bouche à oreille ...)
 - Non je n'en ai jamais entendu parler

LA RSE : IMPORTANCE DES ENGAGEMENTS

- Au regard de la définition de la RSE, et en pensant aux marques présentes dans votre magasins bio, vous classerez les éléments suivants selon l'importance que vous leur accordez en tant que citoyen et consommateur : en 1er le plus important pour vous / en dernier le moins important

Apparition en ordre aléatoire :

- L'engagement dans la mise en place de méthodes de production respectueuses de l'environnement : sobriété énergétique, utilisation d'énergies renouvelables, réduction et recyclage des déchets
- L'engagement d'assurer à ses employés de bonnes conditions de travail, de rémunération et d'emploi
- L'engagement à favoriser les productions locales
- L'engagement pour le respect des normes sociales tout au long de la chaîne d'approvisionnement
- L'engagement d'assurer une rémunération soutenable des producteurs
- L'engagement pour la mise en place de filières d'approvisionnement soutenables écologiquement
- L'engagement pour des pratiques loyales en matière d'information
- L'engagement pour le prix le plus juste pour le consommateur

LA RSE : INFLUENCE SUR LES ACHATS

- Et concernant la démarche de RSE des entreprises bio, vous indiquerez pour chacun des items suivants si vous êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout d'accord ?
 - L'engagement dans une démarche de RSE des entreprises est quelque chose d'important pour moi, j'y suis attentif
 - Je suis prêt-e à payer plus chers les produits d'une entreprise engagée dans une démarche de RSE
 - Les marques inscrites dans une démarche de RSE auraient intérêt à davantage communiquer sur la nature de leurs engagements



QUESTIONS MODULE « MARQUES »

LIEUX D'ACHAT DES PRODUITS

- En pensant à vos achats de *FAMILLE DE PRODUITS X*, diriez-vous que vous les achetez...
 - Souvent
 - De temps en temps
 - Rarement
 - Jamais

POSER PAR PRODUIT OU FAMILLE DE PRODUITS DE LA MARQUE SOUSCRIPTEUR pour les marques présentes dans plusieurs rayons 3 familles de produits au choix

- en bio dans un magasin spécialisé bio
- en bio dans une enseigne de la grande distribution
- en bio sur un autre circuit
- en conventionnel (non bio) quelque soit le type de commerce

NOTORIETE ASSISTÉE MARQUE SOUSCRIPTEURS + CONCURRENCES

- Pour chacune des marques suivantes vendues en magasin spécialisé bio, vous indiquerez si c'est une marque que vous connaissez ne serait-ce que de nom ? (avec présentation logos)

POUR CHAQUE MARQUE SOUSCRIPTEUR, 3 MARQUES CONCURRENTES

- Marque souscripteur
- Marque C
- Marque F
- Marque P

- ▶ SI DEUX MARQUES *CONCURRENTES* SOUSCRIVENT À LA MÊME VAGUE DE BAROMÈTRE, LES RÉSULTATS DE NOTORIÉTÉ LEUR SERONT REMIS DE FACON COMMUNE EN PARTICULIER SI LE CHOIX DES MARQUES TESTÉES EST IDENTIQUE

si le choix est différent chacune se verra remettre les résultats des marques demandées

l'analyse par profil du score de notoriété ne sera en revanche faite que sur la marque du souscripteur et sera donc « confidentielle » - il n'y aura pas d'analyse de profil sur les marques concurrentes



ACHAT

Posée si marque souscripteur connue ne serait-ce que de nom

- Vous avez indiqué connaître la marque *souscripteur* ne serait-ce que de nom, vous arrive-t-il d'acheter des produits de cette marque ? **(visuel logo)**
 - Oui
 - Non

ANCIENNETÉ D'ACHAT

Posée si marque souscripteur achetée

- Depuis combien de temps environ achetez vous les produits de la marque *souscripteur* ? **(visuel logo)**
 - moins de 6 mois
 - de 6 mois à 1 an
 - de 1 an à 2 ans
 - de 2 ans à 5 ans
 - de 5 ans à 10 ans
 - Plus de 10 ans

REGULARITÉ D'ACHAT

Posée si marque souscripteur achetée

- Et diriez-vous que vous achetez les produits de la marque *souscripteur* **(visuel logo)**
 - Régulièrement
 - De temps en temps
 - Rarement



IMAGE

Posée si marque souscripteur connue ne serait-ce que de nom

- Concernant la marque *souscripteur*, vous indiquerez si vous n'êtes tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout s'accord avec les affirmations suivantes : **(visuel logo)**

	Tout a fait d'accord	Plutôt d'accord	Plutôt pas d'accord	Pas du tout d'accord
Je me sens proche de cette marque	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C'est une marque qui répond bien à mes attentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque est dynamique, elle fait parler d'elle	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cette marque participe au développement de la filière biologique	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C'est une marque qui m'inspire confiance	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
C'est une marque avec laquelle je peux me faire du bien	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<i>Suggestion item suppl. : C'est une marque engagée dans la réduction des emballages</i>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

OPTION FACULTATIVE : LES SOUSCRIPTEURS POURRONT A LEUR CONVENANCE MODIFIER LA LISTE DES ITEMS PROPOSÉS ET CE DANS LA LIMITE DE 8 ITEMS (dont 6 inclus dans la souscription soit 1 ou 2 items facturés en supplément)

NIVEAU D'INFORMATION

Posée si marque souscripteur connue ne serait-ce que de nom

- En pensant maintenant à l'information que vous recevez de la marque *souscripteur* diriez vous que vous êtes globalement très bien, plutôt bien, plutôt mal ou très mal informé(e) sur cette marque ? **(visuel logo)**

- Très bien informé(e)
- Plutôt bien informé(e)
- Plutôt mal informé(e)
- Très mal informé(e)



SOURCES D'INFORMATION

Posée si marque souscripteur connue ne serait-ce que de nom

- Enfin, au cours des 6 derniers mois, avez-vous reçu de l'information sur la marque... **(visuel logo)**

Plusieurs réponses possibles (par exemple)

- En consultant son site internet
- En consultant sa page Facebook ou son compte Twitter
- En voyant une publicité dans un magazine
- En repérant une information en magasin type stop rayon, affichettes, flyers, dépliants...
- Aucun, je n'ai pas reçu d'information sur cette marque
- Autre

→ *(Liste réponse à adapter en fonction de vos actions de communication)*

- ▶ **OPTION FACULTATIVE : POSSIBILITE POUR LES MARQUES QUI LE SOUHAITENT DE RAJOUTER 1 OU 2 QUESTIONS « CONFIDENTIELLES » BAROMETRISEES (non comprises dans la souscription – facturées en supplément)**