

L'intérêt des Français pour La viande Bio se confirme!

**7 SUR 10 EN CONSOMMENT
ET ELLE A UNE EXCELLENTE IMAGE
À LEURS YEUX**

Les Français et leur modèle alimentaire : une belle histoire, dans laquelle la viande a toute sa part. Et, comme de nombreux autres produits, on l'apprécie de plus en plus dans sa version bio. Aussi, pour mieux cerner la perception des consommateurs et leurs attentes dans ce domaine, la **Commission Bio d'INTERBEV, l'interprofession de l'Élevage et des Viandes, réalise chaque année depuis 2015 une enquête nationale avec le soutien de l'Ifop¹.**

Les résultats de la troisième vague font ressortir **l'image particulièrement positive de la viande bio, qui continue de progresser dans la lignée de 2016.** Concernant la consommation, on observe une stabilisation, ce qui confirme les excellents chiffres de la deuxième vague, d'autant que les intentions d'achat sont en hausse. **Ainsi, comme ces deux dernières années, l'environnement reste très favorable à la viande bio en 2017.**

¹ Troisième vague de l'enquête « Les Français et la consommation de viande bio », administrée en ligne du 3 au 6 avril 2017, auprès d'un échantillon de 1 001 personnes, représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus, suivant la méthode des quotas. La première vague a été réalisée en mars 2015 et la deuxième en mars 2016.

Une image toujours plus positive

Comme l'enquête le souligne cette année encore, **la viande bio bénéficie d'une excellente réputation** auprès des consommateurs français.

Non seulement ils reconnaissent **LA LÉGITIMITÉ D'UNE TELLE OFFRE, MAIS ILS PLÉBISCITENT SES QUALITÉS**, et ce, sur tous les plans. D'ailleurs, les items du sondage relatifs à son image sont quasiment tous en progression.

Ainsi, pour près de 4 personnes interrogées sur 5 (79%), la viande bio est **issue d'élevages respectueux du bien-être animal**, question sur laquelle on gagne donc 1 point par rapport à 2016. Par ailleurs, plus des **3/4 (77%) l'estiment bénéfique pour la santé comme pour l'environnement**, soit **2 points de plus** pour chacun de ces deux items. Enfin, en acheter contribue également à **mieux rémunérer les producteurs** selon 7 sondés sur 10 exactement et ils sont même plus de 6 sur 10 (62%) à y voir **un acte citoyen**, proportions demeurant identiques à l'an passé.

Des chiffres qui soulignent bien l'intérêt des consommateurs pour la viande bio, laquelle, **loin d'être perçue comme un phénomène de mode,**

S'INSTALLE DANS LEUR QUOTIDIEN.

De plus, elle semble répondre à leurs aspirations, s'inscrivant dans la tendance du « manger moins, mais mieux ». D'ailleurs, on observe **un véritable recul de la défiance à son égard** : à peine plus d'un sondé sur 10 (13%) déclare ne pas lui trouver d'intérêt, ce qui représente une très nette diminution par rapport à 2016, de l'ordre de 14 points.

Vers une consommation qui se stabilise et s'inscrit dans la durée

Les aliments bio ont la cote, puisque très précisément **9 sondés sur 10** en consomment : un vrai plébiscite, toutes générations et catégories socioprofessionnelles confondues.

Parmi les personnes interrogées,
la quasi-totalité mange de la viande (96%), et elles sont :

7
FRANÇAIS
SUR 10 | (71%) à l'apprécier en version
bio.

Une proportion en hausse d'un point par rapport à 2016, année qui avait enregistré un bond de 11%, ce qui confirme cette tendance de fond.

Sur ces 71% de personnes convaincues, **2% ne mangent que de la viande bio**, comme en 2016, tandis que **48% en consomment plus rarement**, soit une progression de 4 points. Enfin, **ceux qui en achètent dès qu'ils en trouvent passent à 21%** : une légère diminution de 3 points, sans doute liée à une offre encore insuffisamment présente en rayons.

Quant aux plus grands fans de la viande bio, ce sont pour **les 3/4 les 35 ans et plus (63%)**, ainsi que les **habitants de la région parisienne (78%)**. Et, côté distribution, **la boucherie artisanale** est déclarée comme le point de vente privilégié (76%).

UN PRIX PLUS ÉLEVÉ, PERÇU COMME LÉGITIME

6
PERSONNES
SUR 10 | (59%) trouvent légitime de
payer la viande bio plus cher,
item qui gagne donc 1 point

et souligne l'attrait pour une consommation plus responsable. Certes, le prix reste un frein pour certains, notamment les moins de 35 ans, dont le pouvoir d'achat est généralement plus faible que celui de leurs aînés. Mais ce n'est probablement pas la seule raison, puisque l'on constate que leur consommation de viande en général tend à diminuer (26% en mangent tous les jours et 44% plusieurs fois par semaine contre 31% et 48% en 2016).

Quoi qu'il en soit, les amateurs de viande bio confirment leurs choix de consommation.

70% n'envisagent pas de changer leurs habitudes dans ce domaine, ce qui représente 3 points de plus qu'en 2016. Ils constituent ainsi une base de consommateurs fidèles à la viande bio, qui se renforce année après année comme l'illustre l'enquête

Les Français et la viande bio en 2017

La viande bio est perçue comme...



79%



77%



77%



70%



62%



71%

des Français consomment de la viande bio, dont :

2%

QUI NE MANGENT
QUE DE LA VIANDE BIO

21%

QUI EN ACHÈTENT
DÈS QU'ILS EN TROUVENT

48%

QUI EN CONSOMMENT,
MAIS PLUS RAREMENT

Ses plus grands fans sont...

les 35 ANS
et plus



63%



6 FRANÇAIS SUR 10

trouvent légitime de payer la viande bio plus cher

Carte des consommateurs de viande bio

65%

67%

78%

71%

74%

L'agriculture et l'élevage bio ont le vent en poupe

➔ CÔTÉ PRODUCTION, EN 2016, L'AGRICULTURE BIO REPRÉSENTAIT² :



1,5 million d'hectares,
SOIT 5,7% DU TERRITOIRE AGRICOLE
ET + 16% PAR RAPPORT À 2015



32 326 fermes
SOIT 7,3% DES EXPLOITATIONS FRANÇAISES
ET + 12% PAR RAPPORT À 2015

➔ CÔTÉ MARCHÉ, POUR 2016, L'ALIMENTATION DEVRAIT
ATTEINDRE 7 MILLIARDS D'EUROS TTC.
EN 2015, CE CHIFFRE S'ÉLEVAIT À 5,76 MILLIARDS D'EUROS TTC³ DONT :

5,53 milliards d'euros TTC
DE PRODUITS BIO POUR LA
CONSOMMATION À DOMICILE (+15 %)

225 millions d'euros HT
DE PRODUITS BIO ACHETÉS EN
RESTAURATION COLLECTIVE (+18 %)

➔ ET, DANS LE DÉTAIL, LA VIANDE BIO REPRÉSENTAIT :

231 MILLIONS D'EUROS TTC pour la viande bovine (+12,9 %)
101 MILLIONS D'EUROS TTC pour la charcuterie salaison (+5,3 %)
69 MILLIONS D'EUROS TTC pour la viande porcine (+3,9 %)
42 MILLIONS D'EUROS TTC pour la viande ovine (=)

² Source : Agence Bio - SAU France Métropolitaine + DOM SAA - Agreste.

³ Source : Agence Bio - ANDi.

⁴ Source : Commission Bio d'INTERBEV et Observatoire des abattages, chiffres 2015, toutes espèces confondues en pourcentage du tonnage et tous réseaux, incluant la RHD (9%).

Un réseau de distribution diversifié⁴

- Jouant la carte de la praticité via une offre alimentaire complète, **les grandes et moyennes surfaces** sont passées à la viande bio. Ainsi, en 2015, elles totalisaient **51% du volume des ventes**.
- **Les boucheries artisanales**, qui favorisent la proximité avec la clientèle, tout en faisant profiter cette dernière de conseils de professionnels, représentaient **15% des volumes**.
- **Les magasins spécialisés**, incontournables et bénéficiant du militantisme des réseaux bio, affichaient **16% des volumes**.
- Enfin, **la RHD engrangeait 9% des volumes et les autres circuits 10%**, parmi lesquels la vente directe.

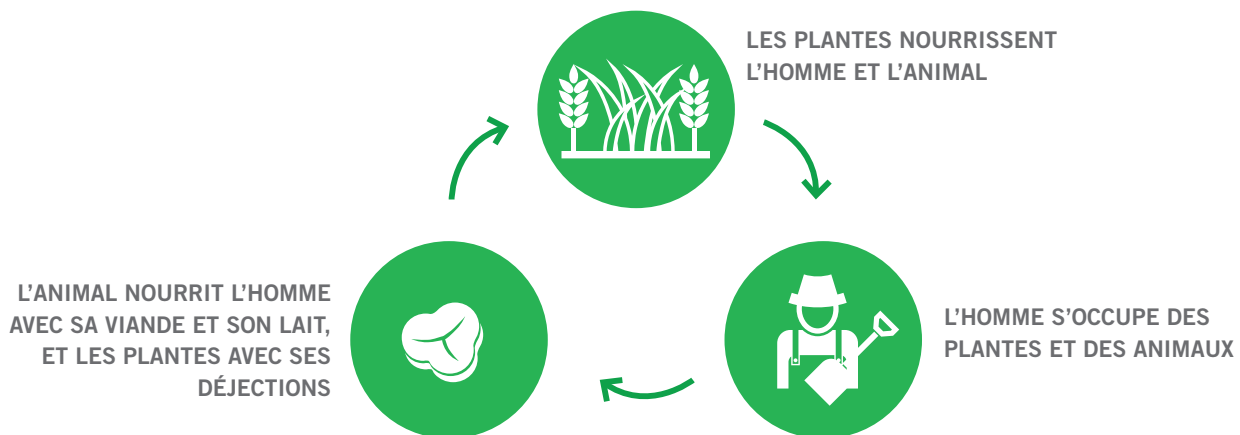
L'élevage bio en un clin d'œil

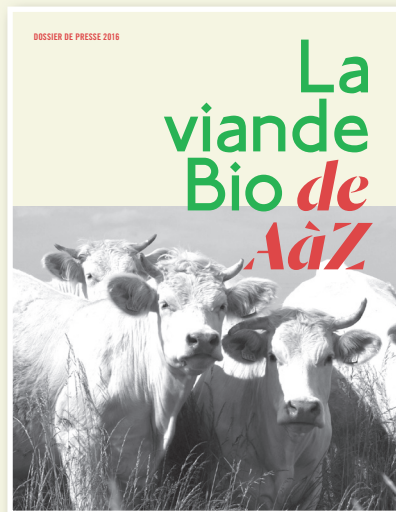
Produire et vendre de la viande bio, c'est appréhender son métier comme un tout. En effet, l'éleveur, qui est aussi un agriculteur bio, envisage sa ferme comme un écosystème. Pour préserver l'équilibre entre sols, végétaux et animaux, il s'appuie sur plusieurs principes : autonomie alimentaire, rotation des cultures, recyclage des matières organiques et méthodes de défense naturelles.

L'éleveur bio est avant tout guidé par l'anticipation et la prévention. Il s'engage ainsi à préserver l'environnement, afin de transmettre aux générations futures un patrimoine naturel riche et protégé.

Résultat pour le consommateur : c'est la garantie d'une viande de qualité, produite sans utiliser d'OGM, de pesticides, ni d'engrais chimiques de synthèse. Autrement dit : ce qui est bon pour la nature est bon pour nous !

ÉLEVAGE BIO : CE QUI FAIT LA DIFFÉRENCE...





**L'ABÉCÉDAIRE DE LA VIANDE BIO :
POUR TOUT SAVOIR DE A À Z ! :**

<http://www.vfcrp.fr/interbev/viande-bio-a-z/>

Relations Médias - VFC Relations Publics

Elodie Lambert - elambert@vfcrp.fr - 01 47 57 05 74

Caroline de Saint Albin - cdesaintalbin@vfcrp.fr - 01 47 57 05 71

A PROPOS D'INTERBEV ET DE SA COMMISSION BIO

INTERBEV est l'Association Nationale Interprofessionnelle de l'Élevage et des Viandes, fondée en 1979 par des organisations représentatives des secteurs bovin (veau compris), ovin, équin et caprin. Elle reflète leur volonté de proposer aux consommateurs des produits sains, de qualité et identifiés par toute la filière.

La Commission Bio d'INTERBEV, en partenariat avec INAPORC, rassemble les professionnels de l'agriculture biologique. Elle a donc à cœur de représenter ces filières et d'accompagner leur développement.

