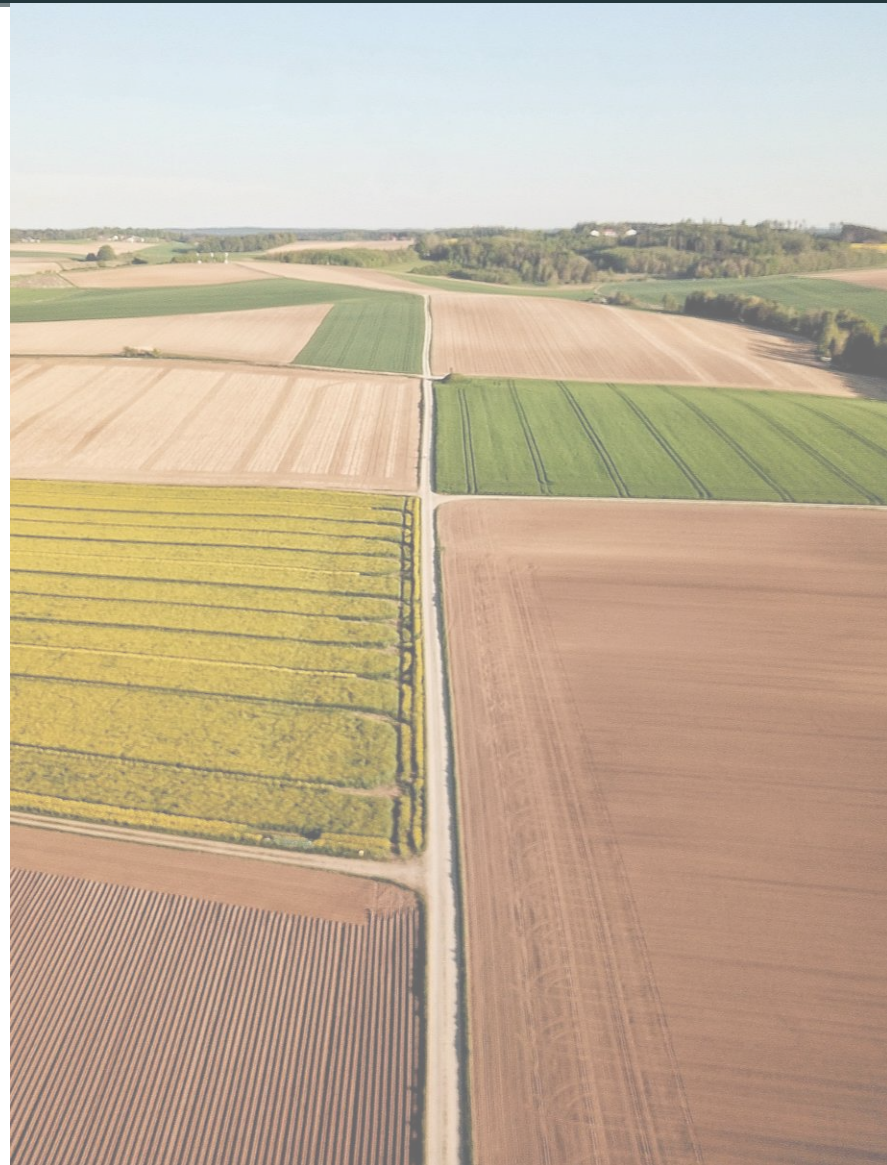




Étude consommateur Agri Confiance

Avril 2022





Synthèse

Il en ressort plusieurs résultats intéressants :

- Le taux de notoriété d'Agri Confiance est de **24%**. Cela nous place au coude à coude avec HVE, Terra Vitis ou encore CRC.

Ce chiffre monte même à **34%**, en incluant *ceux ayant déjà vu l'un des 2 logos Agri Confiance* (l'ancien et/ou le nouveau)

- La **qualité** reste le 1er critère d'achat, au-dessus du prix, pour **75%** des répondants.

Et pour **83%** de ces répondants, Agri Confiance est justement un label perçu comme étant de qualité.

Les autres critères ressortent tous positivement, pour minimum 73% des répondants : **la proximité avec l'agriculteur, la confiance, la préservation de l'environnement** et **la transparence**.

- Concernant la **présence de plusieurs logos sur un produit**, cela rassure **57%** des répondants (et jusqu'à **65%** pour les CSP+).

Pour **82%** des répondants, c'est une bonne idée de **regrouper plusieurs promesses derrière un seul logo**, bien que ces mêmes personnes préfèrent tout de même des démarches focalisées sur des thématiques bien spécifiques.

- Nous avons proposé différents produits avec différents logos apposés (*le logo Agri Confiance, un logo "bio", plusieurs logos et pas de logo*) et demandé : **lequel seriez-vous le plus enclin à acheter ?**

Il en ressort qu'une fois sensibilisé à Agri Confiance, plus d'**1 consommateur sur 4** se dirige volontiers vers un produit ayant le logo Agri Confiance

(étude faite sur : une bouteille de vin rouge, une brique de lait et une barquette de blancs de poulet)





1 MÉTHODE

2 RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3 CONCLUSIONS





Méthodologie

Structure du questionnaire

- Screening : Question de genre, âge, région d'habitation, profession,
 - Importance accordée lors des achats alimentaires
 - Perception des labels, logos : importance, intérêt
 - Perception et préférence d'un label
 - Connaissance des différents labels
 - Perception du logo agri confiance
 - Intention d'achat des produits phares du label
- Terrain : 01/04 au 05/04 2022
 - Taille d'échantillon : 1 000 répondants
 - Méthodologie : online
 - Cible : Hommes et Femmes, 18 ans et plus. Quotas nationaux représentatifs de la population en termes d'âge, genre et région (UDA5)
 - Connaisseurs du label : ceux ayant déjà vu l'un des deux logos Agri confiance (Q9 et Q10)
 - Non-connaisseurs du label : ceux ayant répondu non à au moins l'une des questions entre Q9 et Q10

Différences significatives



+B -B

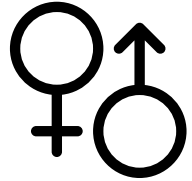
Score significativement au-dessus/ en-dessous de la moyenne

Score significativement au-dessus/ en-dessous de la colonne B





Structure de l'échantillon quantitatif : un échantillon national représentatif



Quotas Sexe

Homme	48%
Femme	52%



Quotas Région

Ile de France	18%
Nord - Ouest	23%
Nord Est	23%
Sud Ouest	11%
Sud Est	25%



Quotas Age

18-24 ans	11%
25 – 34 ans	16%
35 – 44 ans	17%
45 – 54 ans	17%
55 ans et plus	39%



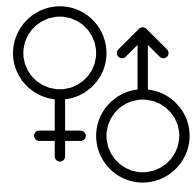
Quotas Activité

CSP +	29%
CSP -	31%
Inactifs	41%





Structure de l'échantillon quantitatif en fonction de la CSP



Quotas

Sexe

	CSP +	CSP -	Inactifs
Hommes	47%	37%	56%
Femmes	53%	63%	44%

Quotas

Région

	CSP +	CSP -	Inactifs
Ile de France	24%	18%	15%
Nord - Ouest	22%	23%	24%
Nord Est	21%	24%	22%
Sud Ouest	10%	11%	12%
Sud Est	23%	24%	27%

Quotas

Age

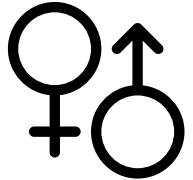


	CSP +	CSP -	Inactifs
18-24 ans	4%	12%	15%
25 - 34 ans	18%	23%	8%
35 - 44 ans	25%	20%	10%
45 - 54 ans	23%	22%	10%
55 ans et plus	30%	23%	57%





Structure de l'échantillon quantitatif selon le fait de connaître le label Agri Confiance



Sexe

Quotas

	Connaisseurs	Non-connaisseurs
Hommes	48%	48%
Femmes	52%	52%



Région

Quotas

	Connaisseurs	Non-connaisseurs
Ile de France	18%	18%
Nord - Ouest	22%	22%
Nord Est	23%	23%
Sud Ouest	12%	12%
Sud Est	25%	25%



Age

Quotas

	Connaisseurs	Non-connaisseurs
18-24 ans	15%	11%
25 - 34 ans	22%	14%
35 - 44 ans	14%	17%
45 - 54 ans	17%	17%
55 ans et plus	32%	41%



Activité

Quotas

	Connaisseurs	Non-connaisseurs
CSP +	34%	27%
CSP -	33%	30%
Inactifs	33%	43%





1 MÉTHODE

2 RÉSULTATS DÉTAILLÉS

- Notoriété Agri Confiance
- Critères d'achat alimentaires
- Perception des logos
- Satisfaction des produits labélisés
- Focus Agri Confiance

3 CONCLUSIONS





Notoriété des logos Agri Confiance

Les logos Agri Confiance ont déjà été vu par un tiers de la population. Ceci se traduit plus chez les CSP+.

Variable de tri dans le rapport présenté

ST connaît au moins un des 2 logos



ou



... dont connaît

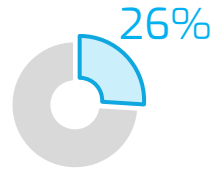
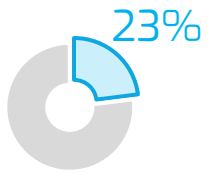
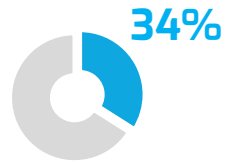


... dont connaît



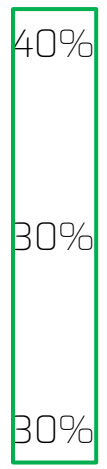
AU GLOBAL

1 031



CSP +

296



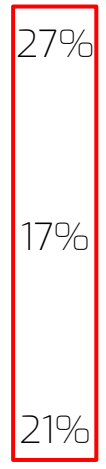
CSP -

316



INACTIFS

419



9 - Avez-vous déjà vu ce logo ?

10 - Avez-vous déjà vu ce logo ?



1 MÉTHODE

2 RÉSULTATS DÉTAILLÉS

- Notoriété Agri confiance
- Critères d'achat alimentaires
- Perception des logos
- Satisfaction des produits labélisés
- Focus Agri Confiance

3 CONCLUSIONS

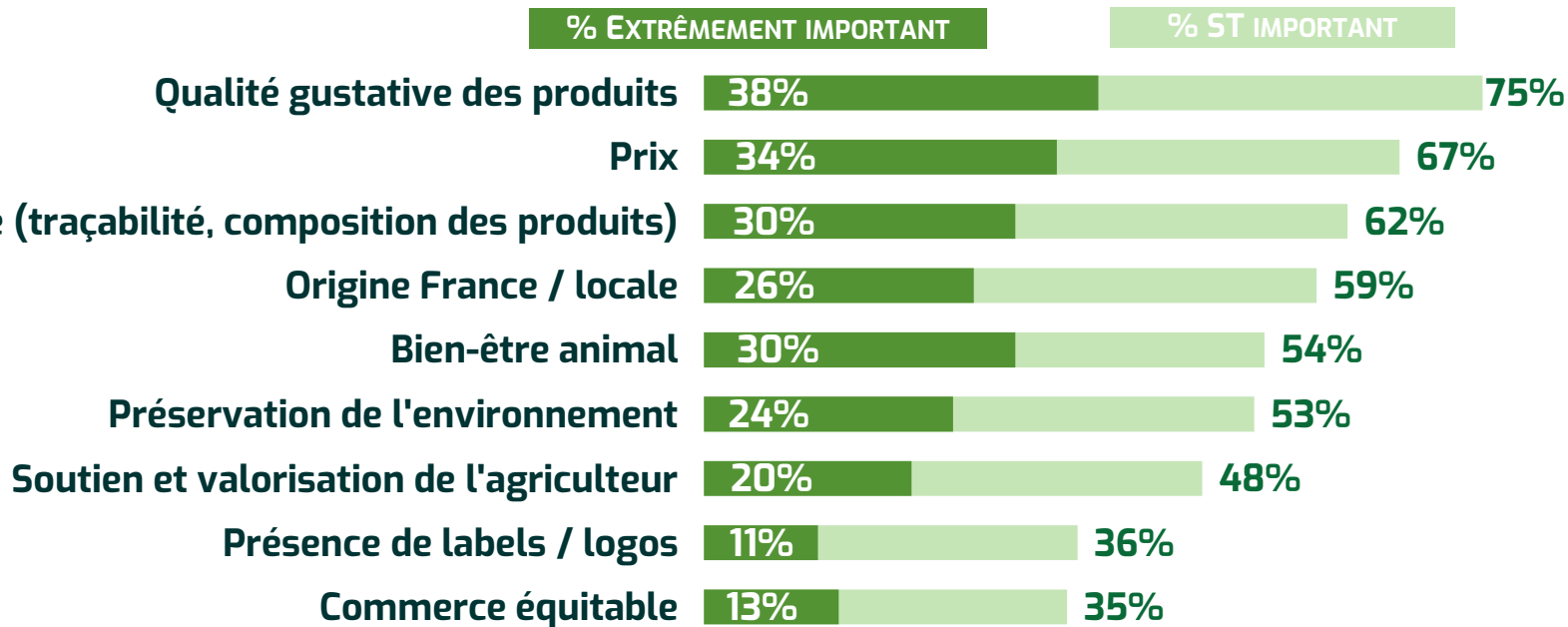




Thématiques importantes pour les achats alimentaires

Les critères de choix lors d'un achat alimentaire sont divers, même si la qualité gustative, le prix et la transparence ressortent comme les plus importants. Au contraire la présence de labels / logo est jugée importante par seulement 1/3 des français.

AU GLOBAL

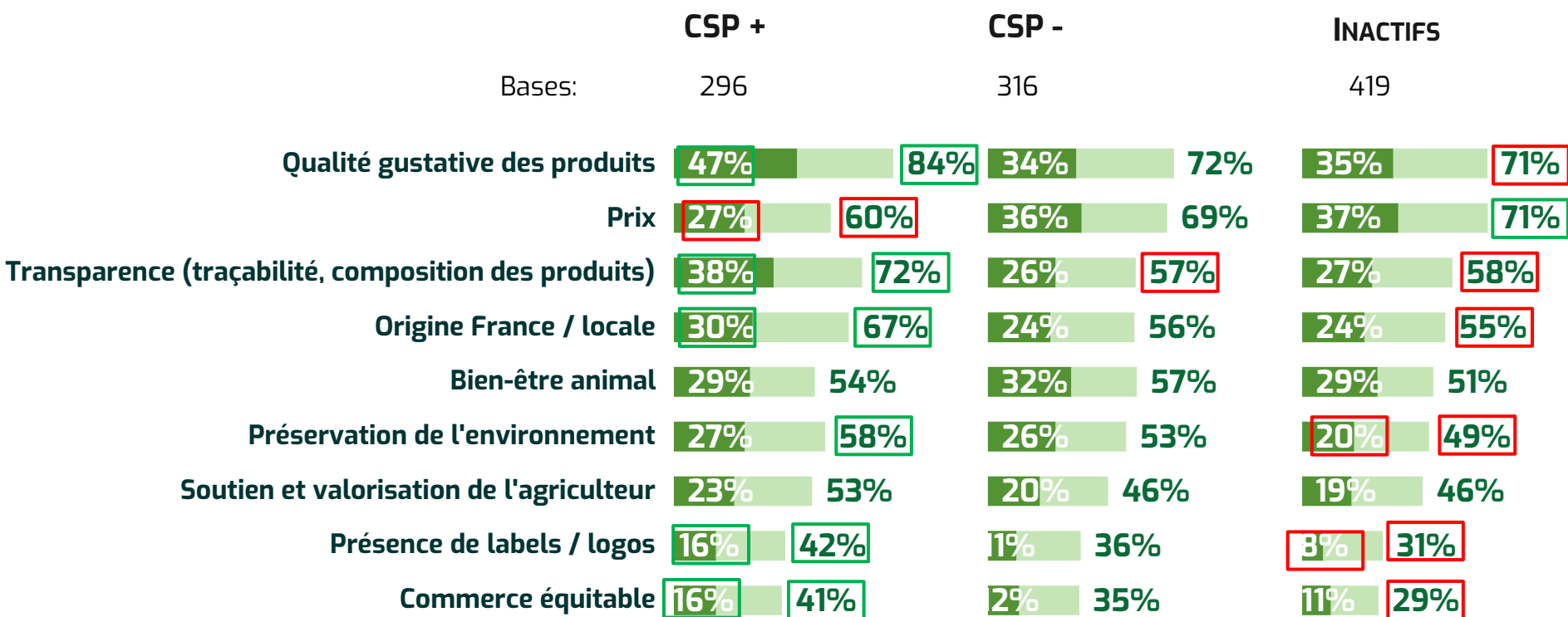


1 – Sur une échelle de 1 à 5, quelle importance accordez-vous à ces thématiques pour vos achats alimentaires ?
Base total = 1 031



Thématiques importantes pour les achats alimentaires

Auprès des CSP+, la qualité gustative et les critères environnementaux (transparence, origine, préservation de l'environnement, labels, commerce équitable) sont davantage pris en compte lors d'un achat, au détriment du prix. Au contraire des répondants « inactifs ».



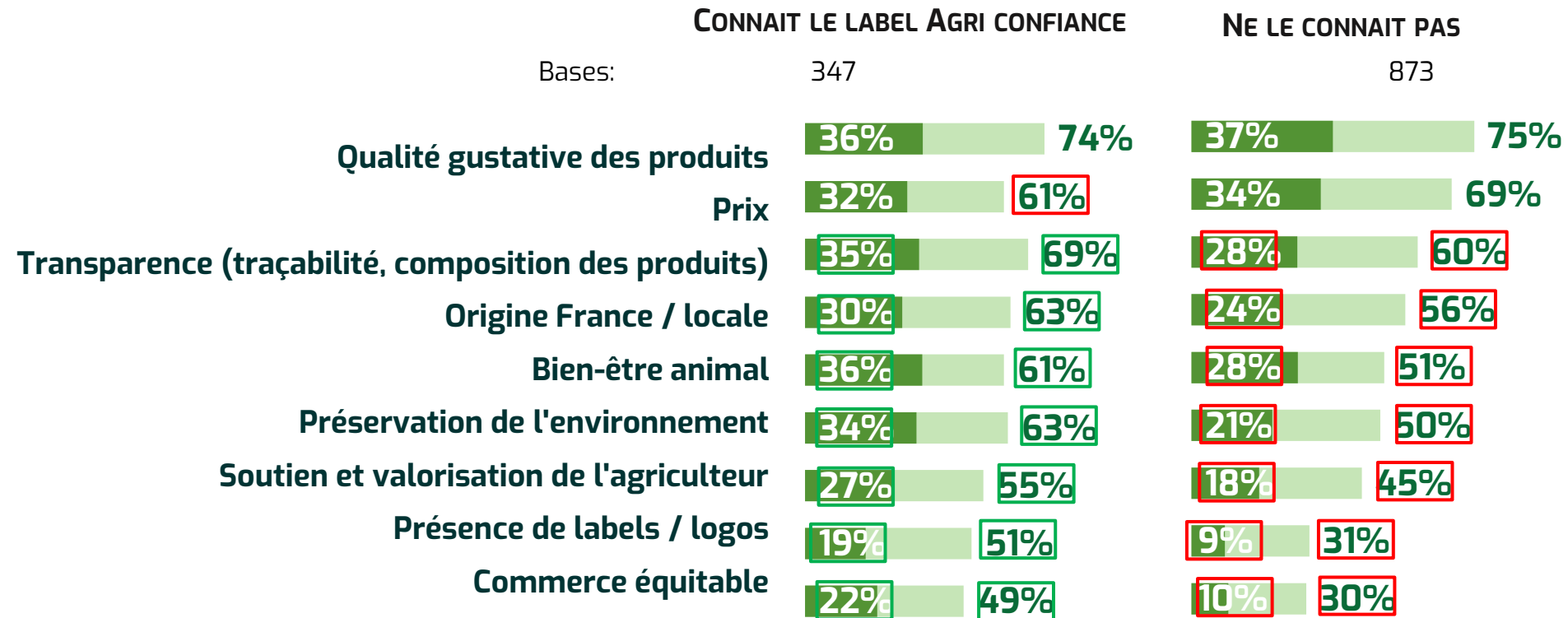
1 – Sur une échelle de 1 à 5, quelle importance accordez-vous à ces thématiques pour vos achats alimentaires ?

% EXTRÊMEMENT IMPORTANT
% ST IMPORTANT



Thématiques importantes pour les achats alimentaires

Ceux qui connaissent le label Agri Confiance sont plus sensibles aux thématiques environnementales lors d'un achat alimentaire et au contraire moins regardant sur le prix.



1 – Sur une échelle de 1 à 5, quelle importance accordez-vous à ces thématiques pour vos achats alimentaires ?

% EXTRÊMEMENT IMPORTANT

% ST IMPORTANT



1 MÉTHODE

2 RÉSULTATS DÉTAILLÉS

- Notoriété Agri Confiance
- Critères d'achat alimentaires
- Perception du label
- Satisfaction des produits labélisés
- Focus Agri Confiance

3 CONCLUSIONS

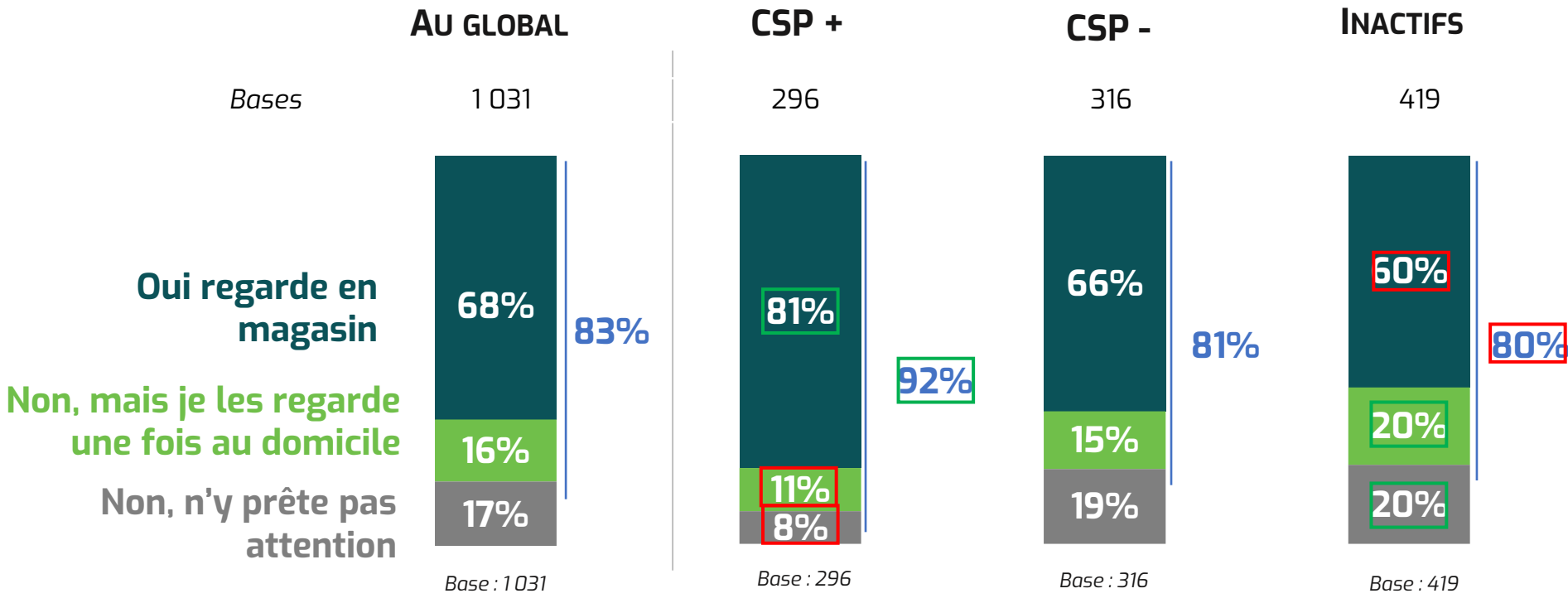




Prise en compte des logos lors de l'achat

De manière générale, les répondants regardent les labels ou logos sur les produits en magasin et ce quelle que soit la CSP.

Les CSP+ se montrent encore plus sensibles à cet élément.

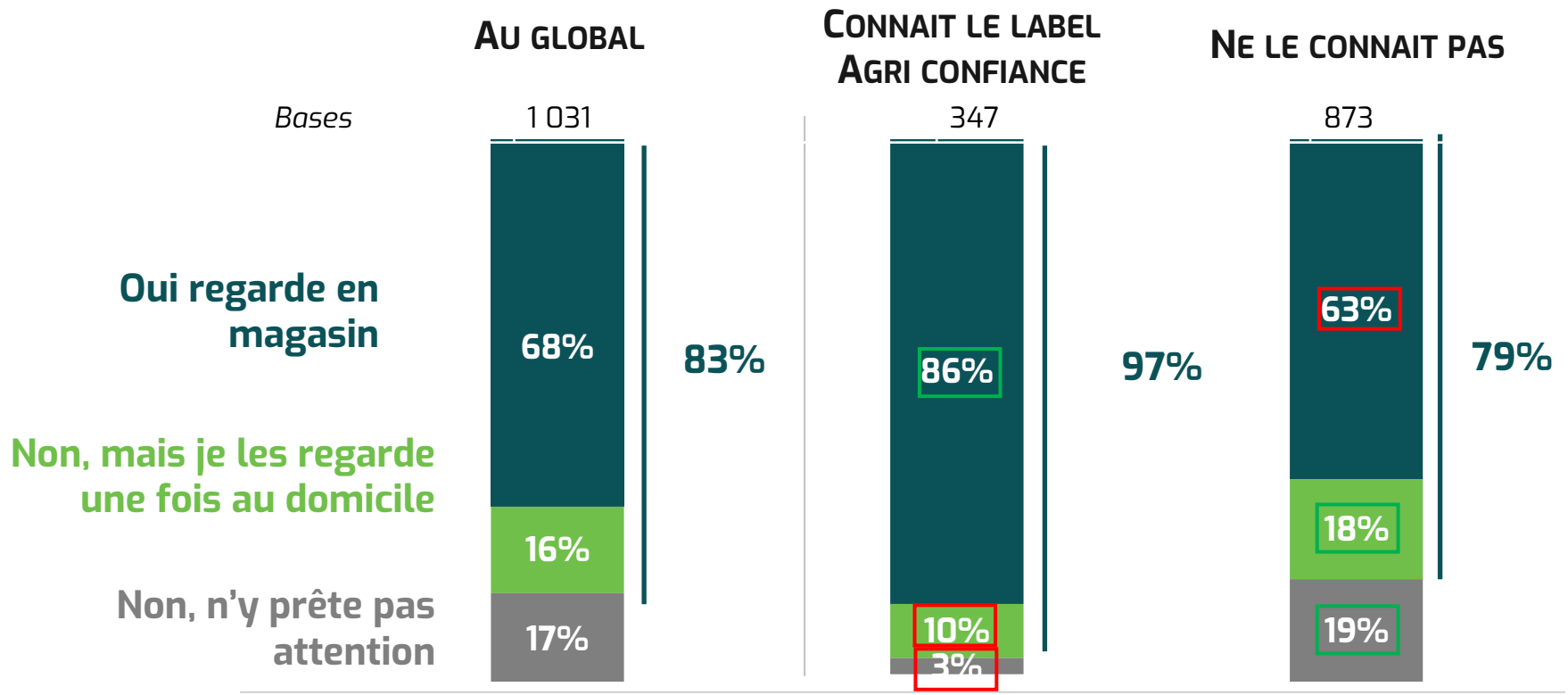


2 - Lors de vos achats alimentaires, prenez-vous le temps en magasin de regarder les labels ou logos qui figurent sur les produits ?



Prise en compte des logos lors de l'achat

Assez logiquement, ceux qui connaissent le label Agri confiance déclarent davantage prendre le temps de regarder les labels lors de leurs achats. Ainsi, une quasi-totalité de cette cible le fait (en magasin ou plus tard au domicile).

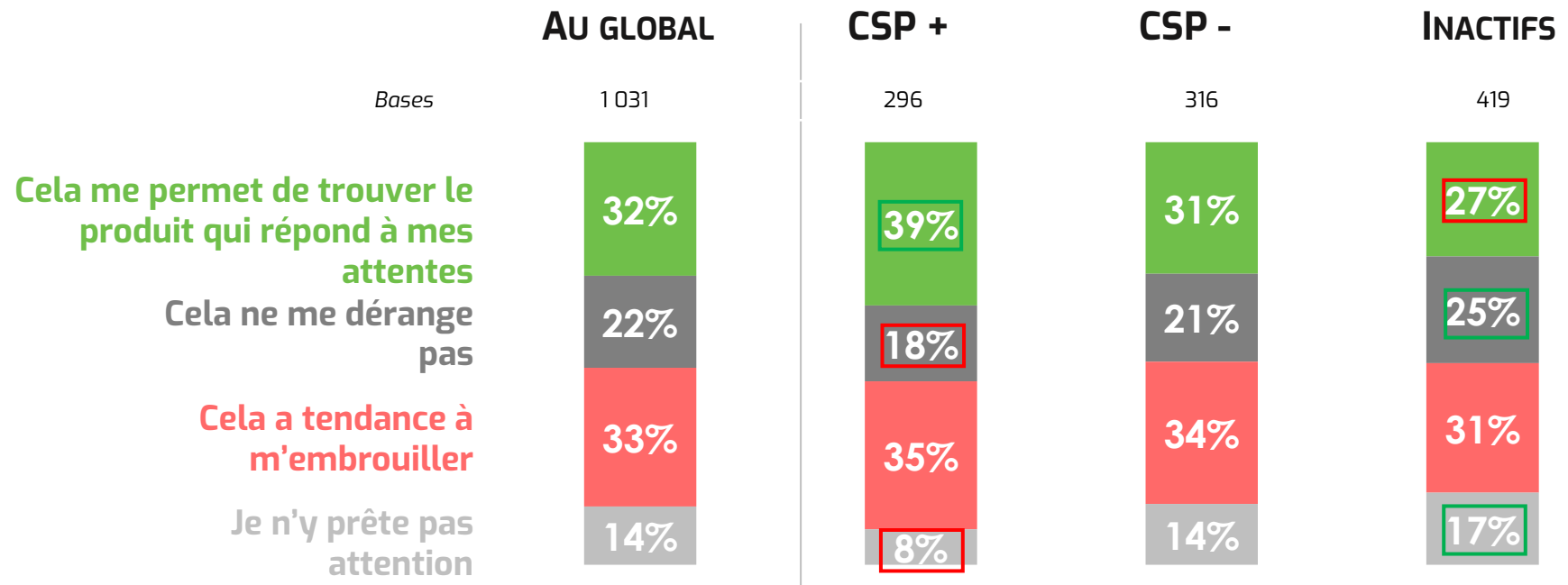


2 - Lors de vos achats alimentaires, prenez-vous le temps en magasin de regarder les labels ou logos qui figurent sur les produits ?



Réaction face à la multiplication des labels

Des avis très divergents concernant la présence de plus en plus de labels dans les rayons. 1/3 trouve que ça facilite les achats, 1/3 trouve que ça les embrouille et le dernier tiers se montre neutre face à cette tendance. Les CSP + se montrent les plus favorables à la multiplication des labels, même s'ils restent une minorité (39%)

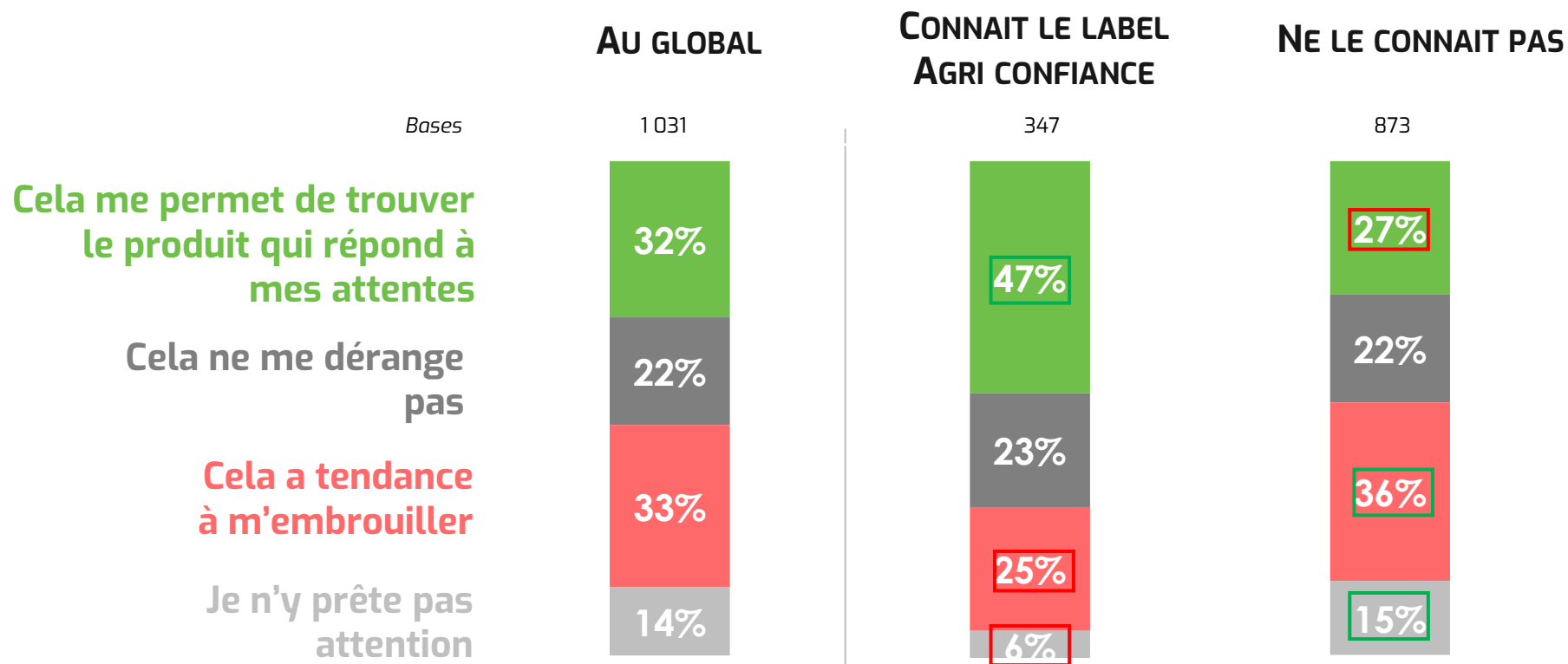


3 - Il y a de plus en plus de labels alimentaires dans les rayons. Diriez-vous...



Réaction face à la multiplication des labels

Ceux qui connaissent le label Agri confiance sont quant à eux nettement favorables aux nombreux labels présents dans les rayons.



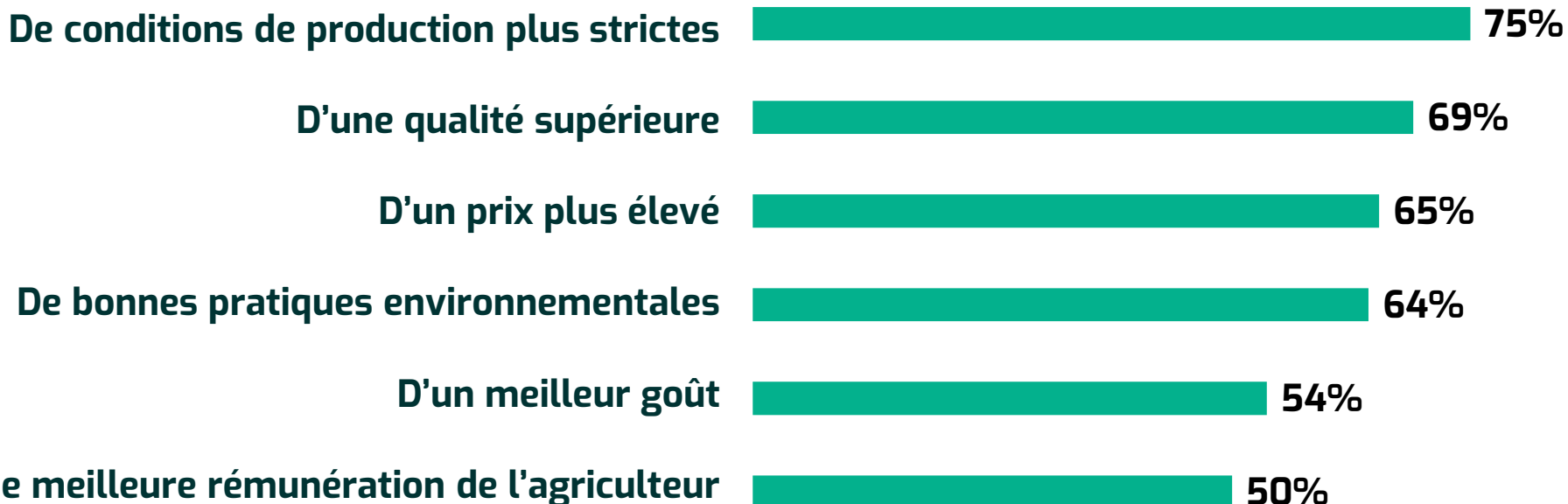
3 - Il y a de plus en plus de labels alimentaires dans les rayons. Diriez-vous ...



Signification d'un label sur un produit

La présence d'un label sur un produit est pour au moins une majorité des répondants, synonyme de l'ensemble des thématiques testées → un label véhicule des valeurs fortes. Si ces valeurs peuvent être positives (conditions de productions plus strictes / qualité supérieure), un label est également synonyme de prix plus élevé pour 2/3 des français.

AU GLOBAL

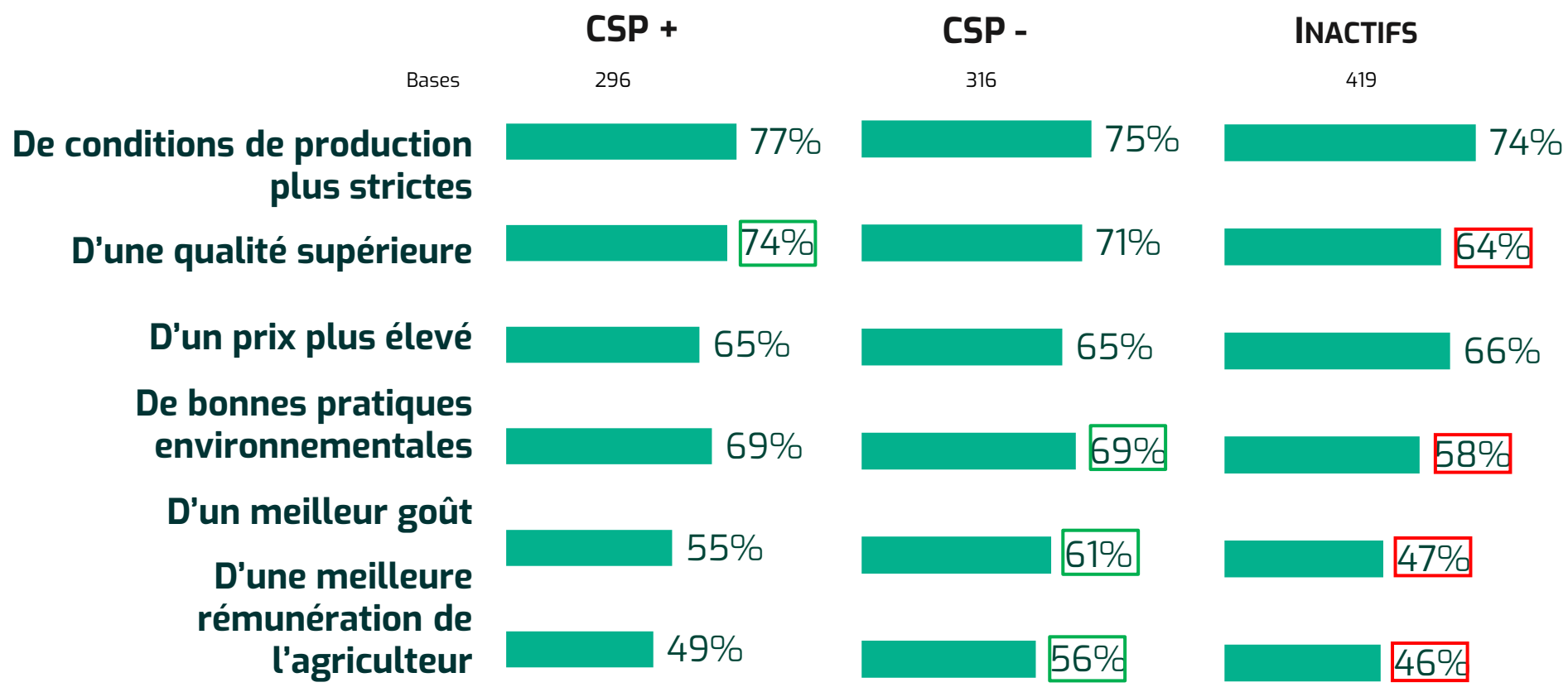


4 -Selon vous, un label sur un produit est-il forcément synonyme :
Base total = 1 031



Signification d'un label sur un produit

La hiérarchie des attributs liés à la présence d'un label est relativement homogène quelle que soit la CSP interrogée.

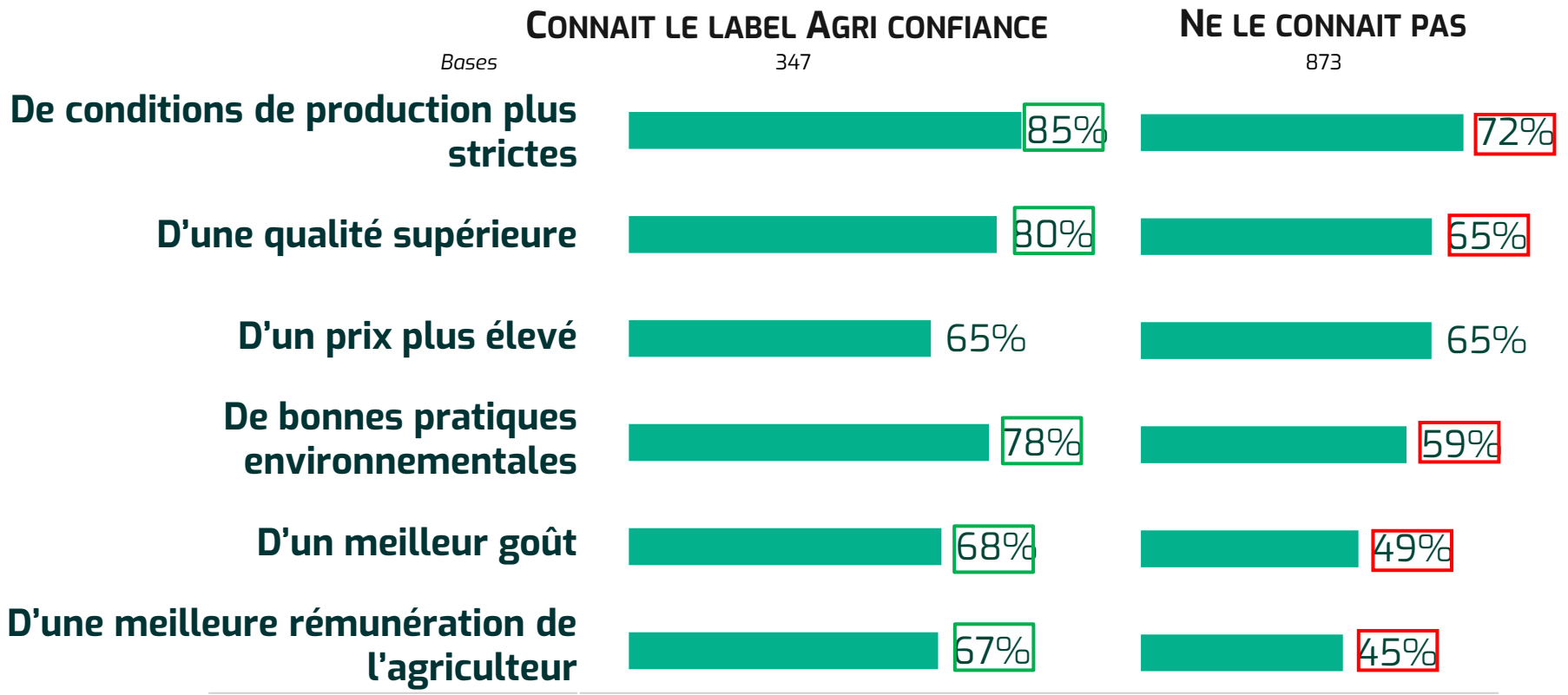


4 -Selon vous, un label sur un produit est-il forcément synonyme :



Signification d'un label sur un produit

Des labels qui sont encore plus synonymes de valeurs positives auprès de ceux qui connaissent le label Agri Confiance. L'aspect tarifaire plus élevé est quant à lui commun aux 2 populations.



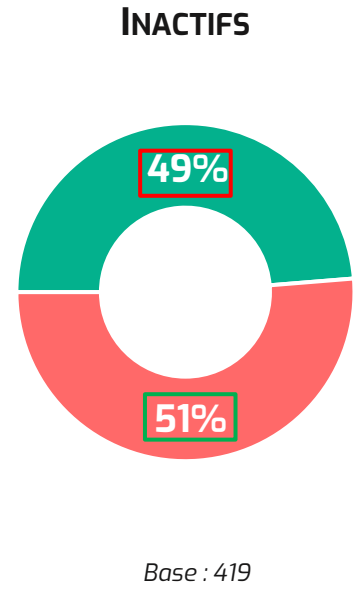
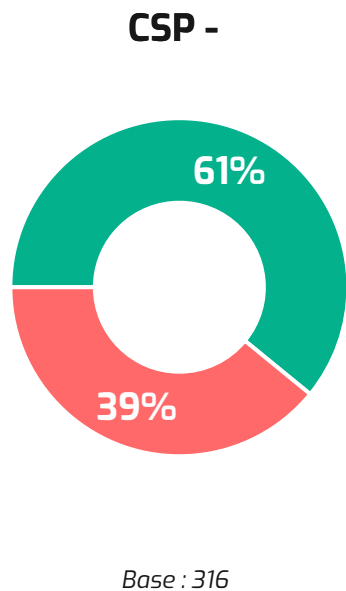
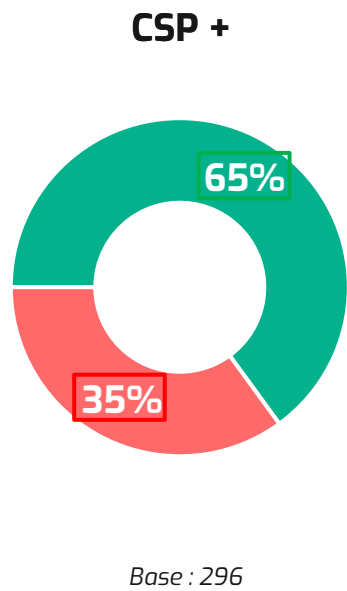
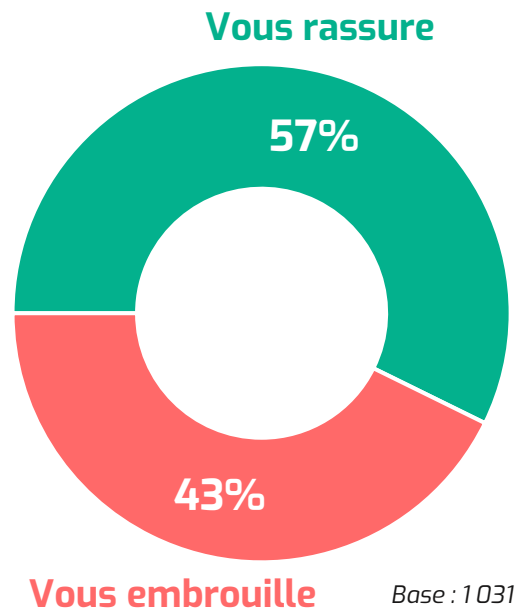
4 -Selon vous, un label sur un produit est-il forcément synonyme :



La présence de plusieurs logos...

Là encore, des résultats assez clivants avec une petite majorité (57%) qui se dit rassurée par la présence de plusieurs logos. Si celle-ci est plutôt rassurante auprès des CSP+ (65%), elle est jugée comme perturbante pour une majorité d'inactifs (51%).

AU GLOBAL



12 - Est-ce que la présence de plusieurs logos sur un même produit ?

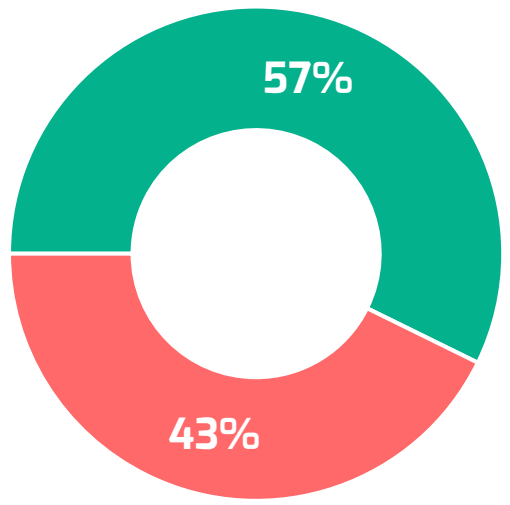


La présence de plusieurs logos...

Ceux qui connaissent le label Agri Confiance sont rassurés en grande majorité (69%) par la présence de plusieurs labels.

AU GLOBAL

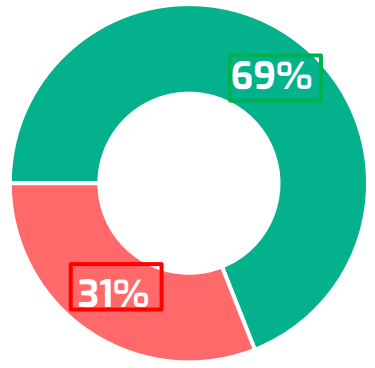
Vous rassure



Vous embrouille

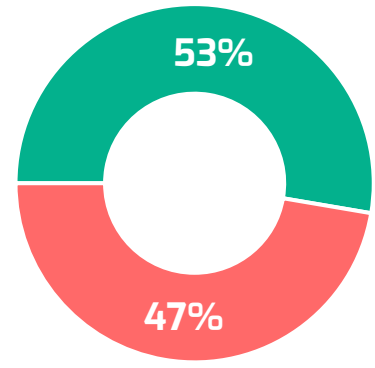
Base : 1 031

CONNAIT LE LABEL AGRI CONFIANCE



Base : 347

NE LE CONNAIT PAS



Base : 873

12 - Est-ce que la présence de plusieurs logos sur un même produit ?



1 MÉTHODE

2 RÉSULTATS DÉTAILLÉS

- Notoriété Agri confiance
- Critères d'achat alimentaires
- Perception du label
- Satisfaction des produits labélisés
- Focus Agri Confiance

3 CONCLUSIONS

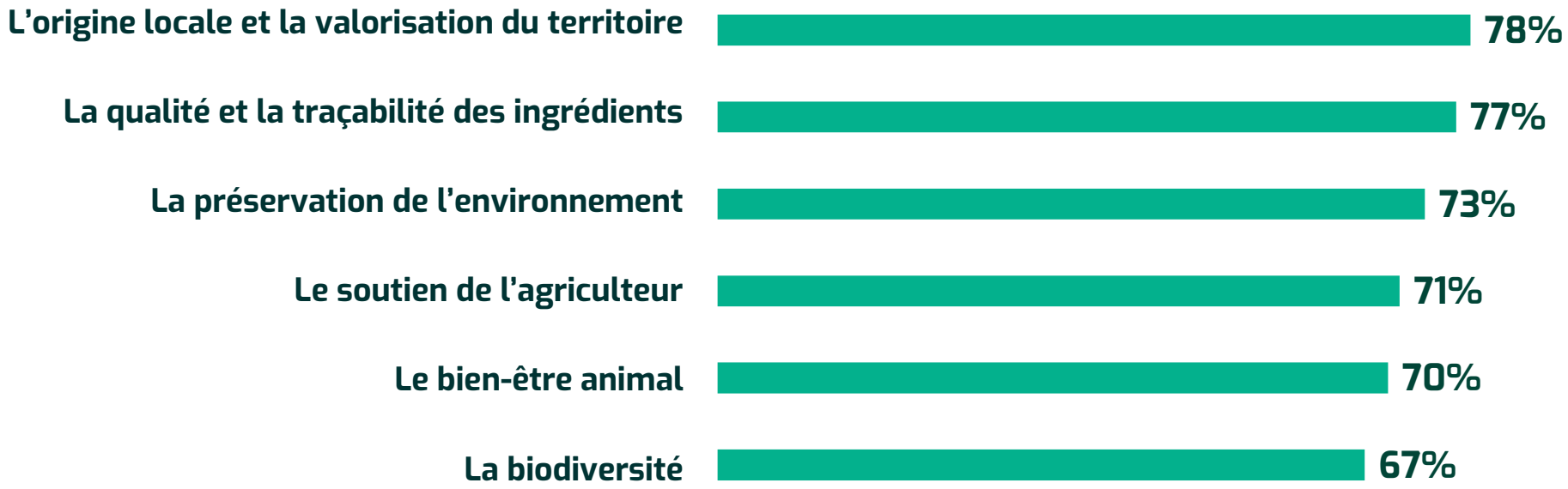




Satisfaction liée à l'achat de produits labellisés, concernant...

Une nette majorité se déclare satisfaite des produits labellisés et ce pour l'ensemble des thématiques testées. C'est particulièrement le cas concernant l'origine, la valorisation des territoires, le détail des ingrédients et leur traçabilité. Au contraire, même si elles sont satisfaisantes, c'est sur les dimensions de bien être animal et de biodiversité que les attentes sont les plus fortes.

AU GLOBAL



6 - Lors de vos achats alimentaires, êtes-vous satisfait de l'offre des produits labellisés prenant en compte :
Base total = 1 031



Satisfaction liée à l'achat de produits labellisés, concernant...

Là encore, une satisfaction relativement homogène quelle que soit la CSP interrogé, même si les CSP+ se montrent un peu plus critique vis-à-vis des labels concernant le bien être animal.

CSP +

Base : 296

CSP -

Base : 316

INACTIFS

Base : 419

L'origine locale et la valorisation du territoire



78%



80%



76%

La qualité et la traçabilité des ingrédients



75%



80%



75%

La préservation de l'environnement



74%



78%



69%

Le soutien de l'agriculteur



67%



77%



69%

Le bien-être animal



64%



73%



71%

La biodiversité



67%



73%



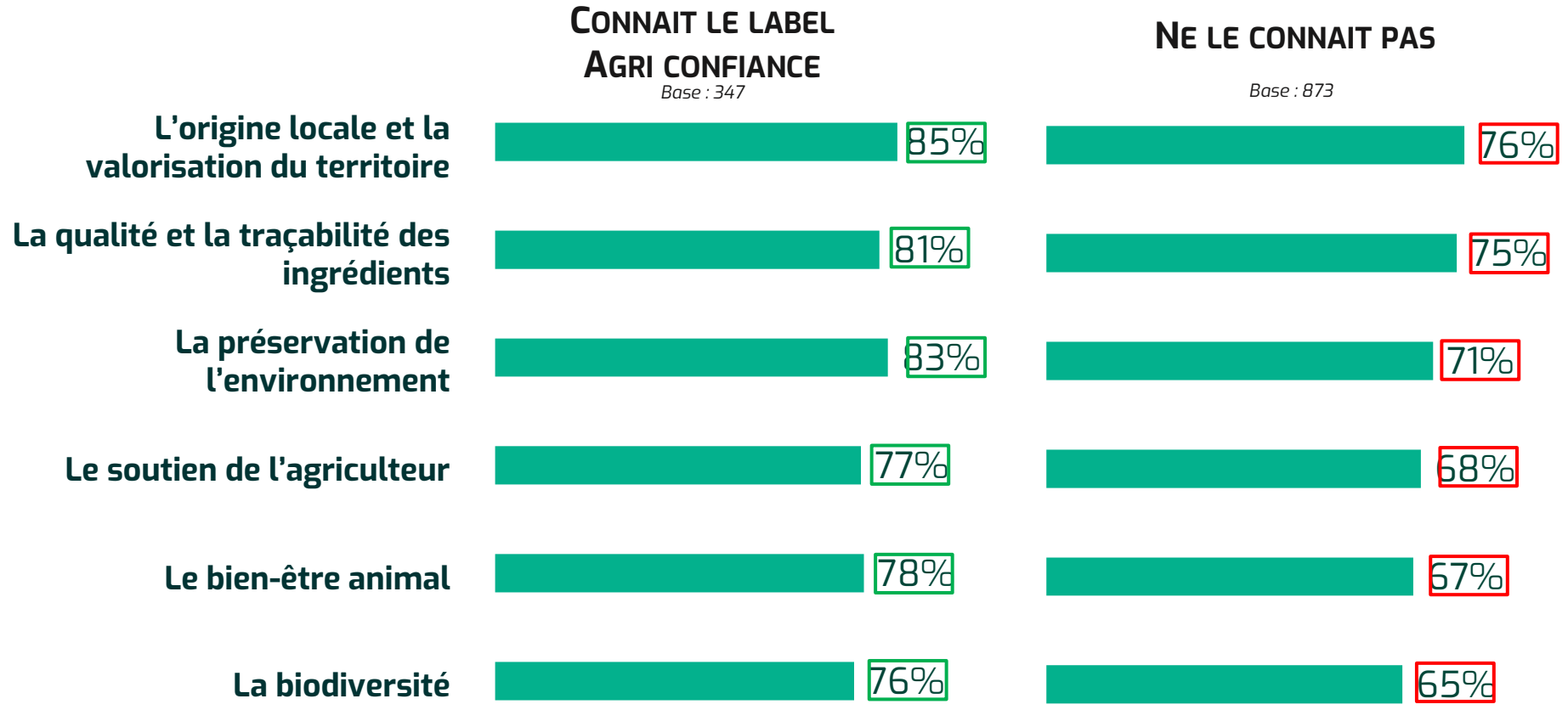
63%

6 – Lors de vos achats alimentaires, êtes-vous satisfait de l'offre des produits labellisés prenant en compte !



Satisfaction liée à l'achat de produits labellisés, concernant...

Ceux qui connaissent le label Agri confiance sont encore plus satisfaits par l'ensemble des thématiques



6 - Lors de vos achats alimentaires, êtes-vous satisfait de l'offre des produits labellisés prenant en compte !



1 MÉTHODE

2 RÉSULTATS DÉTAILLÉS

- Notoriété Agri confiance
 - Critères d'achat alimentaires
 - Perception du label
 - Satisfaction des produits labélisés
- Focus Agri Confiance

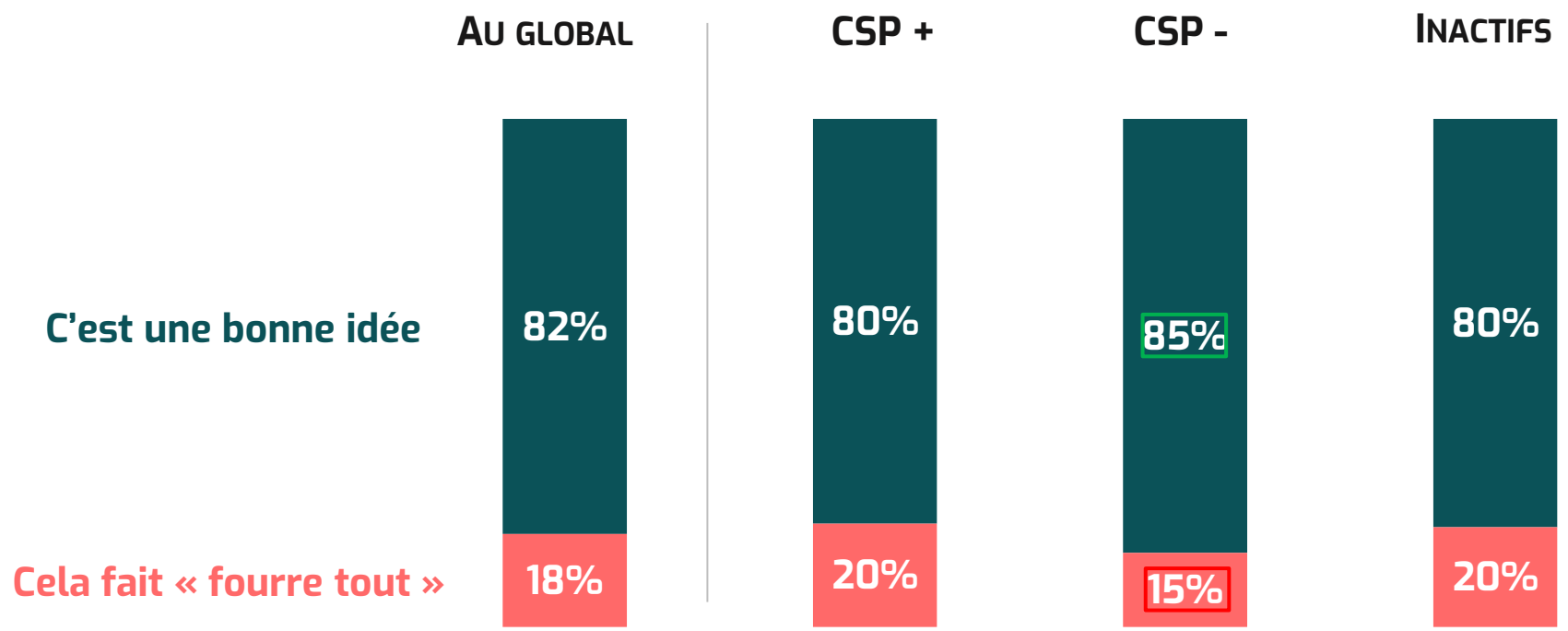
3 CONCLUSIONS





Un logo avec plusieurs promesses

La volonté de regrouper plusieurs promesses derrière le seul logo Agri confiance est jugée positivement par une nette majorité de français (82%) et ce quelle que soit la CSP interrogée.

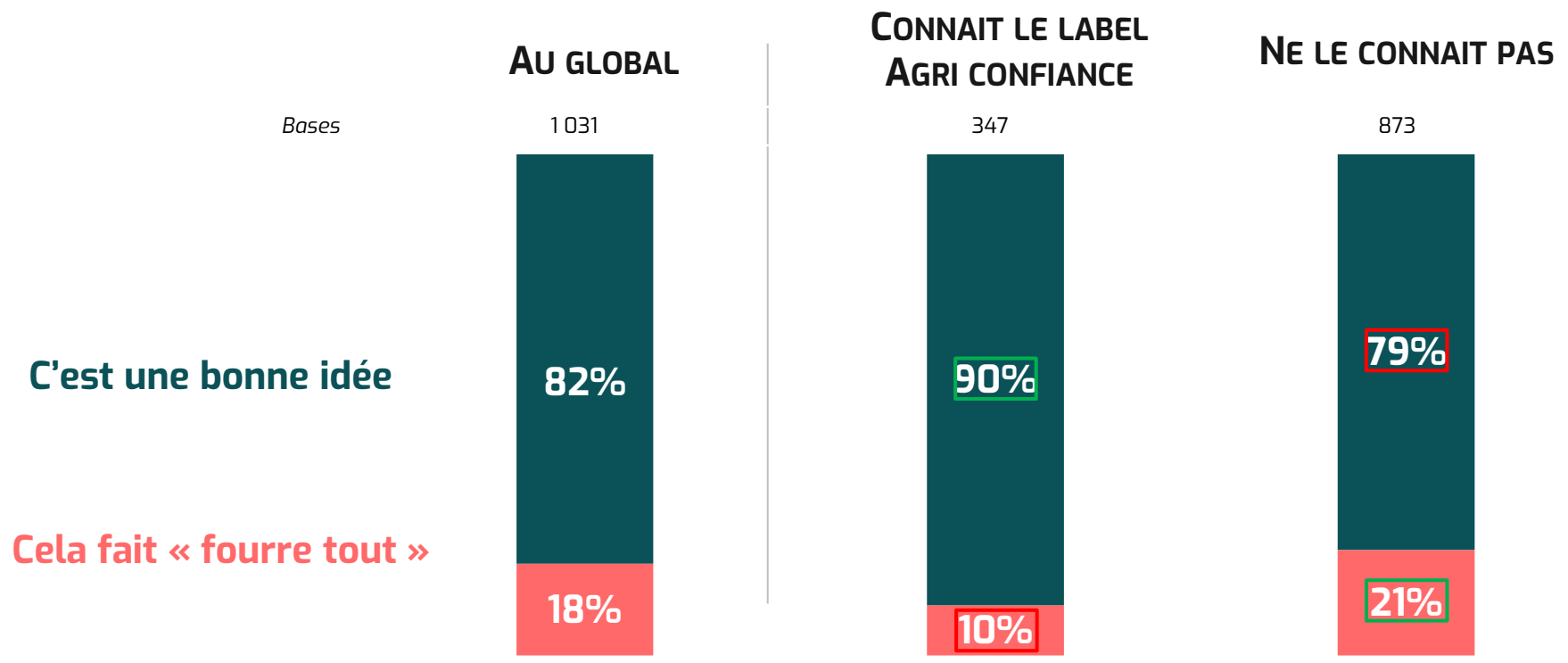


13 – Face à la multiplication des labels, Agri Confiance se veut plus simple pour le consommateur en apportant plusieurs promesses derrière un seul logo



Un logo avec plusieurs promesses

La volonté de regrouper plusieurs promesses derrière le seul logo Agri confiance est jugée positivement par une nette majorité de français (82%) et encore plus par ceux qui connaissent le label (90%).

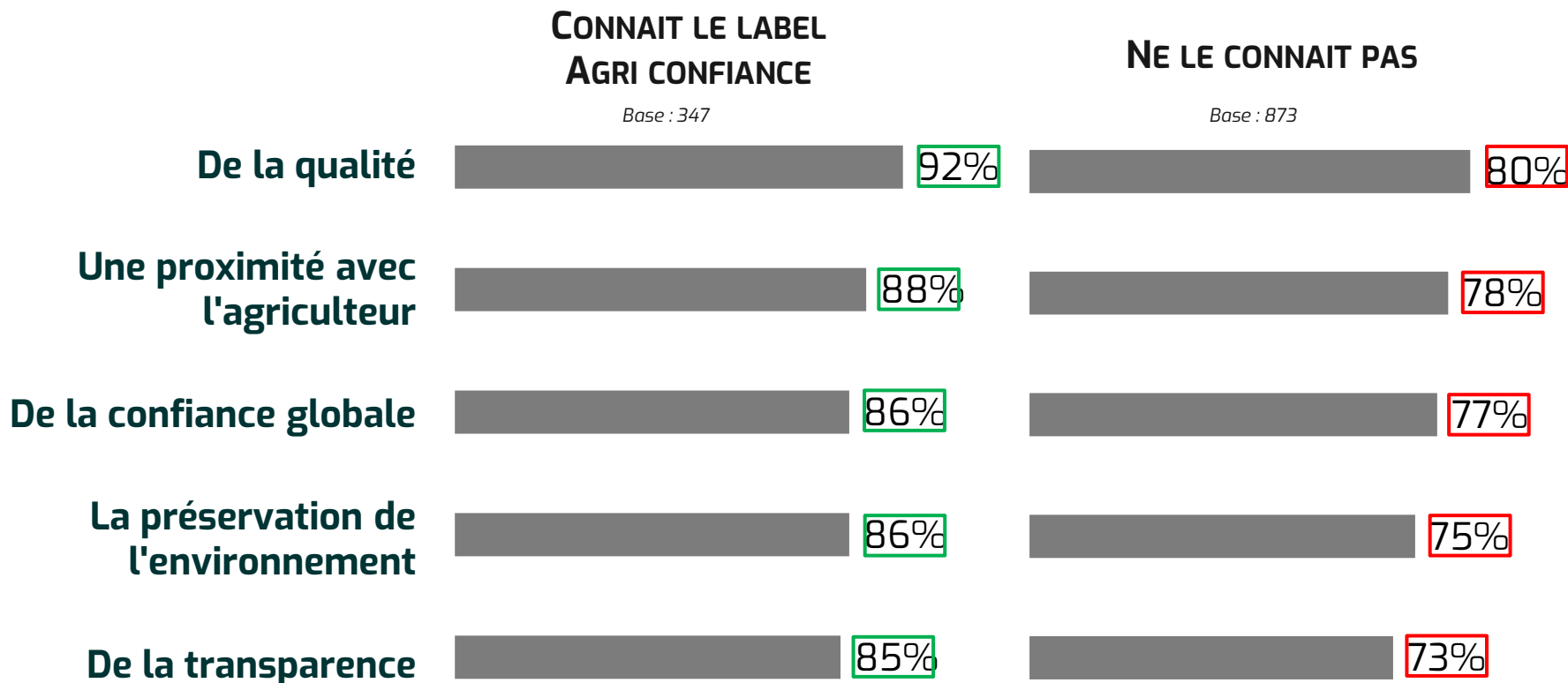


13 – Face à la multiplication des labels, Agri Confiance se veut plus simple pour le consommateur en apportant plusieurs promesses derrière un seul logo



Agri Confiance est perçu comme un label :

Auprès de ceux qui le connaissent, Agri Confiance bénéficie d'une excellente image sur l'ensemble des thématiques

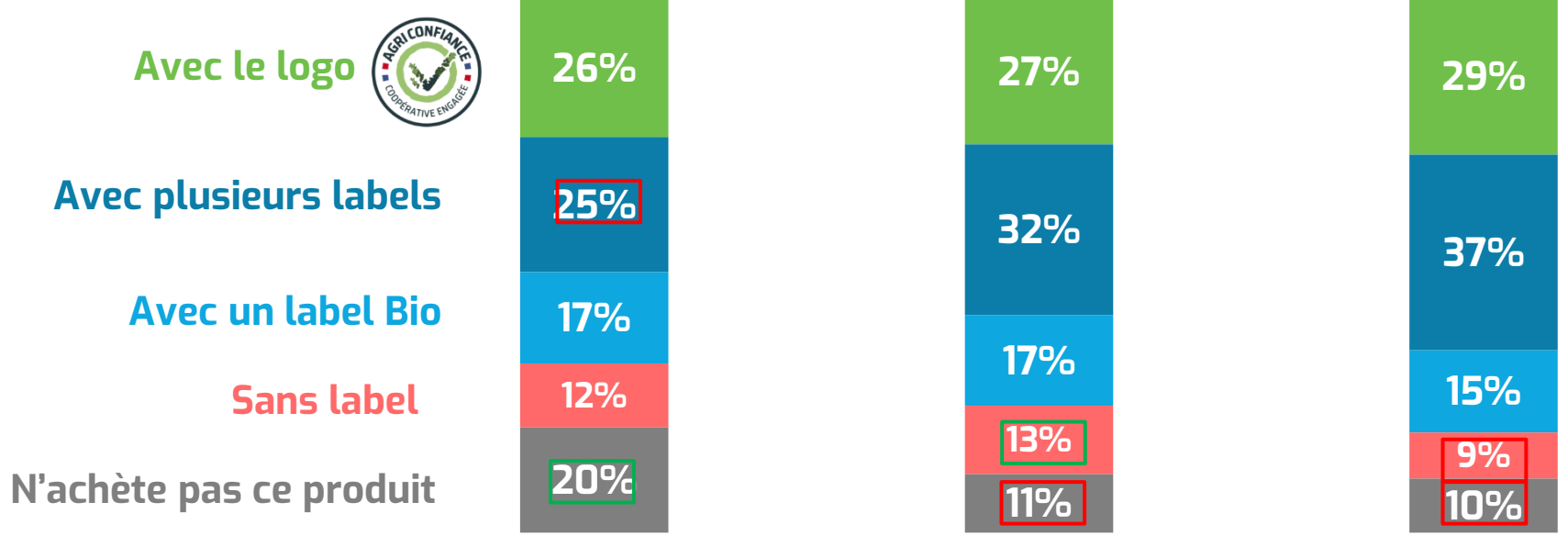




Importance d'un label dans les intentions d'achat selon le produit

Pour un peu plus d'un consommateur sur 4, les intentions d'achat se portent sur le produit avec le logo Agri Confiance et ce quelle que soit la catégorie de produits. C'est pour l'achat de poulet que la présence d'un ou de plusieurs labels est la plus souhaitée

AU GLOBAL



11- Quel produit seriez-vous le plus enclin à acheter ?
Base total = 1 031



1 MÉTHODE

2 RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3 CONCLUSIONS

4 ANNEXES





Principaux enseignements

- Lors des achats alimentaires, les répondants recherchent la **qualité gustative** ainsi que de la **transparence** de leurs produits pour un bon **prix**. De manière plus affinée, le prix n'est pas un élément aussi important en fonction des CSP.
- Un label doit véhiculer des **valeurs fortes** mais les répondants n'apportent pas d'importance quant à sa thématique
- Une petite majorité se dit **rassurée par la présence de plusieurs logos**. Une initiative plutôt rassurante chez les CSP+ mais jugée comme perturbante chez les inactifs.
- Les différents labels sont classés en 3 catégories distinctes en fonction de leur notoriété. Agri confiance fait partie de la 3^{ème} avec une **notoriété de 24%**. C'est chez les **CSP+** que le label est le plus connu.
- **1/3** de la population reconnaît les logos Agri Confiance
- Pour un peu plus d'un consommateur sur 4, les intentions d'achats sont plus importantes avec le logo Agri confiance quelle que soit la catégorie de produits. C'est pour **l'achat du poulet** que la présence d'un ou plusieurs labels est la plus souhaitée.
- D'une manière générale, la volonté de regrouper **plusieurs promesses derrière un logo** est jugée **positif** pour une nette majorité des répondants.



1 MÉTHODE

2 RÉSULTATS DÉTAILLÉS

3 CONCLUSIONS










4 ANNEXES





Connaissance des labels

Il est possible d'identifier 3 groupes de labels en fonction de leur notoriété. Loin devant, le label Bio est reconnu quasi unanimement. En position intermédiaire on retrouve 3 labels (Bleu blanc Cœur, Vergers Ecoresponsables, Zéro résidus de pesticides) qui sont reconnus par près d'un français sur 2. Enfin, avec une notoriété proche d'un français sur 4, on retrouve l'ensemble des autres labels, y compris Agri Confiance.

Bases	AU GLOBAL 1 031	CSP + 296	CSP - 316	INACTIFS 419
 Label Bio	96%	95%	95%	97%
 Bleu Blanc Cœur	59%	66%	57%	56%
 Vergers Ecoresponsables	46%	48%	51%	42%
 Zéro Résidu de Pesticides	44%	51%	46%	36%
 Vignerons Engagés	25%	29%	27%	21%
 Haute Valeur Environnementale	25%	30%	25%	22%
 Agri Confiance	24%	29%	25%	19%
 Terra Vitis	20%	28%	19%	15%
 Culture Raisonnée Contrôlée	18%	20%	21%	14%

8 - Parmi ces labels, quels sont ceux que vous connaissez ?