

Famous Relations: Coca-Cola bio (HONEST)

20180164  
16 avril 2018  
  
Kristof Boghe





|  |
| --- |
| **À propos de l’enquête**  Enquête en ligne effectuée par le bureau d’enquête iVOX à la demande de Famous Relations entre le 3 et le 16 avril 2018 auprès de 1.000 Belges, représentatifs sur base de sexe, de la région (Flandre/Bruxelles/Wallonie), l’âge et le niveau d’études.  Pour comparer les Belges “bio” et “non-bio”, l’échantillon **représentatif** était composé de 500 répondants “bio” et 585 répondants “non-bio”. La marge d’erreur maximale auprès de 1.000 Belges est de 3,02 %.   * Par “**Belges bio**” ou “**personnes bio**”, nous entendons les Belges qui achètent “parfois” ou “(presque) toujours” au moins 5 (des 11) produits suivants sous forme bio : * Fruits * Légumes * Lait et autres produits laitiers * Œuf * Viande * Poisson * Pain * Biscuits et sucreries * Boissons fraiches * Vin * Plats préparés * Par “**non consommateurs de bio**”, nous entendons les Belges qui achètent “parfois” ou “(presque) toujours” moins de 5 produits ci-dessus sous forme bio. |

|  |
| --- |
| Conclusions-clé   * Un quart des Belges achètent régulièrement bio. * La moitié des Belges ne font pas confiance aux labels bio. * L’absence de pesticides est le motif le plus important pour consommer bio * Le Belge a une idée bien précise du “consommateur de bio” * “Les personnes qui achètent bio ont une longue barbe” (et autres absurdités au sujet de l’apparence du “consommateur bio”) * Les consommateurs de bio achètent plus souvent des vêtements durables * Un voisin consommateur de bio vaut mieux qu’un frère éloigné * Les consommateurs de bio des enfants de chœur naïfs ? Pas du tout ! * Non, il ne faut pas vivre parmi les vaches pour acheter bio; ni dans un débarras rudimentaire * Les consommateurs de bio ne sont pas plus souvent végétariens ou véganes (mais se soucient avantage de mère nature) * Le mythe du riche hipster-bio-vélo triporteur * Le stéréotype du consommateur de bio qui veut sauver le monde est dépassé |

Un quart des Belges achètent régulièrement bio

***Un peu plus d’un Belge sur 4 achètent régulièrement des produits bio. Ce sont surtout des œufs, des légumes et des fruits sous forme bio qui atterrissent dans le panier belge. Près de 9 Belges sur 10 affirment d’ailleurs au moins savoir environ ce que le terme “produit bio” signifie. Frappant : ce ne sont pas les jeunes consommateurs qui achètent plus souvent bio.***

* 28 % des Belges peuvent être considérés comme **consommateurs de bio**[[1]](#footnote-1).
* Frappant : ce n’est **pas la** **jeune génération** qui se retrouve plus souvent dans le segment des consommateurs de bio (part des consommateurs de bio : <= 34 : 24 %; 35-54 : 29 %; 55+ : 32 %). Le sexe (H : 25 %; F : 31 %) et le diplôme (niveau d’études inférieur : 29 %; supérieur : 28 %) n’ont qu’un impact limité sur la probabilité qu’il s’agisse d’un consommateur de bio ou non. Il semble cependant y avoir plus de consommateurs de bio dans la région bruxelloise, même si cette différence ne semble pas être statistiquement significative (Flandre : 27 %; Wallonie : 29 %; Bruxelles : 36%).
* 27 % des Belges affirment **savoir exactement ce que le terme “bio” signifie**. 63 % affirment savoir environ ce que ce terme veut dire. 9 % affirment ne pas très bien le savoir alors qu’1 % affirment n’avoir jamais entendu parler de “bio”.
* Ce sont surtout les Wallons qui affirment savoir exactement ce que le terme “bio” signifie (Flandre : 23 %; Wallonie : 34 %; Bruxelles : 26 %). Les Flamands affirment plus souvent savoir “environ” ce que ce terme signifie (Flandre : 67 %; Wallonie : 55 %; Bruxelles : 61 %).
* **Frappant : un peu plus de la moitié des consommateurs de bio (52 %) indiquent savoir (à peine) “environ” ce que le terme “bio” signifie.** 45 % des consommateurs de bio indiquent savoir exactement ce que “bio” veut dire.
* 13 % des Belges qui ont déjà entendu parler du terme “bio” (= 99 % des Belges ont déjà entendu parler du terme “bio”), **affirment avec erreur que les produits bio sont d’office produits localement.** 3 % affirment avec erreur qu’il n’y a pas de produit animal dans les produits bio. Presque personne (0,3 %) indique qu’il n’y a pas de viande dans les produits bio. 89 % des Belges affirment correctement qu’il n’y a pas de pesticides dans les produits bio, 41 % savent que les produits ne sont pas produits avec des engrais. 35 % des Belges estiment vrai que la viande bio est élevée avec plus de respect pour le bienêtre animal.
* **49 % des Belges achètent au moins de temps en temps des légumes bio.** Les œufs (48 %), les fruits (44 %) et le lait et autres produits laitiers (31 %) clôturent le top 4.Le vin (14 %), les biscuits et sucreries (10 %), les plats préparés (9 %) et les **boissons fraiches** (8% sont les moins achetés sous forme bio.
* Ce sont surtout les femmes qui achètent – en comparaison avec les hommes – des légumes bio (H : 44 %; F : 53 %). Les Belges plus âgés achètent plus souvent des œufs bio en comparaison aux générations plus jeunes (<= 34 : 42 %; 35-54 : 48 %; 55+ : 53 %).

La moitié des Belges ne font pas confiance au labels bio

***Près de la moitié des Belges affirment que les producteurs peuvent appliquer un label bio à n’importe quel produit, bio ou pas. Reconnaître les produits bio en soi ne forme pas une barrière importante : seul 1 Belge sur 4 affirme avoir du mal à reconnaître les produits bio en magasin. Le manque de connaissance quant à ce que signifie le terme « bio » est par contre un point sensible : plus de 4 Belges sur 10 affirment qu’ils consommeraient (encore plus) bio s’ils savaient exactement ce qui rend un produit « bio ». Le Belge souhaite consommer de manière plus consciente sans trop le ressentir au niveau de son portefeuille : au moins 3 Belges sur 4 indiquent que le prix élevé des produits bio le/la freine à acheter (encore plus) bio.***

* 49 % des Belges qui ont déjà entendu parler du terme “bio” (van de Belgen die al hebben gehoord van de term ‘bio’ (= 99 % des Belges ont déjà entendu parler du terme “bio”) indiquent que les **producteurs peuvent appliquer un label bio sur n’importe quel produit, bio ou non**. 38 % des Belges ne sont pas d’accord avec cette affirmation, 13 % n’ont pas d’avis.
* Surtout les personnes avec un niveau d’études supérieur affirment ne pas être d’accord avec cette affirmation (pas d’accord : niveau d’études inférieur : 33 %; supérieur : 47 %). La méfiance concernant les labels bio est plus importante chez les hommes (d’accord avec cette affirmation : H : 55 %; F : 43 %) et les Flamands (d’accord avec cette affirmation : Flandre : 55 %; Wallonie : 43 %; Bruxelles 34 %)
* Frappant : 38 % des consommateurs de bio sont également d’accord avec cette affirmation.
* 27 % des Belges indiquent **avoir du mal à reconnaître les produits bio dans les supermarchés**. 63 % ne sont pas d’accord avec cette affirmation, 10 % n’ont pas d’avis.
* Ce sont surtout les hommes qui ont du mal à reconnaître les produits bio en supermarché (H : 31 %; F : 23 %)
* 35 % des Belges indiquent qu’ils **consommeraient (encore plus) bio s’ils reconnaissaient mieux les produits bio**. 53 % ne sont pas d’accord avec cette affirmation, 12 % n’ont pas d’avis.
* Ce sont surtout les 55+ qui affirment que pourvoir mieux reconnaître les produits bio aurait un impact positif sur leur consommation de produits bio (<= 34 : 33 %; 35-54 : 30 %; 55+ : 41 %).
* 44 % des Belges qui ont déjà entendu parler du terme “bio” affirment qu’ils **consommeraient (encore plus) bio s’ils savaient exactement ce qui rend un produit “bio”**. 43 % affirment que cela n’aura pas d’impact, 13 % n’ont pas d’avis.
* **Frappant : cet impact déclaré au sujet d’une meilleure connaissance du “bio” ne diffère pas en fonction d’une quelconque variable démographique** : les hommes et les femmes, les jeunes et moins jeunes, peu importe leur niveau d’études, tous affirment qu’une meilleure connaissance aurait un impact positif sur leur consommation de bio. Les Belges qui ne consomment actuellement pas de produits bio, affirment cependant moins souvent qu’une meilleure connaissance mènerait à une plus grande consommation de bio (non consommateur de bio : 35 %; consommateur de bio : 66 %).
* 74 % des Belges indiquent que **le prix élevé des produits bio les freine pour l’instant à consommer (encore plus) bio**. 20 % ne sont pas d’accord avec cette affirmation, 6 % n’ont pas d’avis.
* **Ce sont surtout les jeunes Belges** (<= 34 ans) qui indiquent que le coût élevé est une barrière pour acheter (encore plus) de(s) produits bio (<= 34 : 80 %; 35-54 : 73 %; 55+ : 70 %).
* Frappant: **les revenus n’ont toutefois aucun impact** sur l’affirmation (ou non) que le coût élevé des produits bio est une barrière pour consommer (encore plus) bio (revenus nets du ménage : moins de €2.000 : 76 %; €2.000-€3.000 : 75 %; €3000+ : 72 %).

L’absence de pesticides est le principal facteur motivant la consommation de produits bio

***Les Belges qui consomment régulièrement du bio le font presque 7 fois sur 10 principalement parce que ces produits ne contiennent pas de pesticides. Le fait que les produits bio soient plus riches en nutriments semble peser moins dans le choix du bio. Les prix élevés constituent souvent l’obstacle le plus important pour les consommateurs qui n’achètent pas encore régulièrement de bio. Le goût supposé moindre des produits bio n’est pas un argument fréquent pour ne pas consommer bio: il n’est avancé que par 3% de ceux qui ne consomment pas régulièrement de bio.***

* 68% des consommateurs de bio belges (= 28% des Belges consomment du bio) citent **l’absence de pesticides** comme l’une des principales raisons de consommer du bio. Une autre motivation importante (dans le top 3, avec 37%) réside dans l’idée que manger des produits bio est **meilleur pour l’environnement**. Enfin, le troisième facteur déterminant (37%) dans le choix du bio est une plus **grande sécurité** des produits bio. Le **meilleur goût** des produits bio ainsi que la **richesse en nutriments** des produits bio sont moins décisifs (respectivement 20% et 7%).
* 72% des consommateurs belges qui n’achètent pas régulièrement bio (= 72% des Belges n’achètent pas régulièrement bio) mentionnent le **prix** (“les produits bio sont trop chers”) comme étant l’une des trois principaux obstacles à la consommation de produits bio. 38% **ne croient pas que les produits bio soient meilleurs**. 16% craignent qu’il y ait **trop peu de contrôles sur les produits bio** (sécurité alimentaire). 6% déclarent avoir **des difficultés à reconnaitre les produits bio** en magasin et 4 % que les produits bio **n’ont pas bon goût**. Ces deux derniers éléments sont des arguments moindres dans la décision de ne pas consommer bio.
* **Les hommes** qui ne consomment pas de bio affirment plus souvent que les femmes ne pas croire que les produits bio soient meilleurs (H: 43%; F:33%). Les femmes non consommatrices de bio citent plus volontiers le prix plus élevé comme frein (H: 66%; F: 78%).
* 83% des Belges qui ont déjà entendu le terme ‘bio’ **attendent des supermarchés qu’ils offrent des produits bio**. Avec les **magasins à la ferme** (dans lesquels 85% attendent une offre de produits bio), ces deux points de vente sont les premiers endroits dans lesquels le Belge compte sur une offre de produits bio. 70% s’attendent à une offre bio chez **l’épicier ou le magasin de quartier.**  Le Belge cite moins souvent les **magasins des stations-service** (où 15% attendent une offre de produits bio) et les **magasins de nuit** (12 % escomptent une offre bio) comme des points de vente devant offrir des produits bio dans leurs rayons.

Le Belge a une idée toute faite du “consommateur bio”

***Le Belge a une image stéréotypée des personnes qui consomment du bio. 4 Belges sur 10 qui ne consomment pas de bio affirment avoir une idée du comportement général des consommateurs de bio. Presque 1 sur 5 considère que ceux qui consomment du bio ont tout simplement trop de temps. Environ 4 sur 10 disent même ne pas avoir beaucoup en commun avec les personnes préoccupées par le bio. Seuls 2 Belges sur 10 qui ne consomment pas régulièrement de bio estiment que les consommateurs de bio sont juste des “gens comme moi”. Pourtant, la moitié des Belges qui ne consomment pas de bio déclarent qu’ils devraient certainement en acheter plus.***

* 40% des Belges qui ne consomment pas régulièrement de bio affirment **avoir une idée du comportement général de celui ou celle qui achète souvent du bio** dans d’autres domaines.
* Surprenant : ce sont **surtout les Belges qui indiquent ne pas savoir exactement ce que signifie le terme ‘bio’** qui ont une image des consommateurs bio et des autres aspects de leur comportement (Ne sait pas ce que ‘bio’ signifie : 44% ; Sait ce que ‘bio’ signifie : 26%).
* 17% des non-consommateurs de bio estiment que ceux qui se préoccupent du bio **ont tout simplement trop de temps** devant eux.
* Cette idée est très présente chez les 35-54 ans (<= 34: 11%; 35-54: 26%; 55+: 12%) et chez les Belges disposant d’un revenu familial net bas (< €2000: 27%; €2000-€3000: 17%; €3000: 10%).
* 37% disent **ne “pas avoir beaucoup en commun” avec les gens qui se préoccupent du bio.** 50% ne sont pas d’accord avec cette affirmation, et 14 % n’ont pas d’opinion à ce sujet.
* Cette idée est surtout présente parmi les Wallons (Flandres: 16%; Wallonie: 70%; Bruxelles: 61%) et chez les familles disposant d’un revenu inférieur à €3000 (< €2000: 44%; €2000-€3000: 47%; €3000: 25%) qui ne consomment pas de bio.
* 57% des non-consommateurs bio belges reconnaissent cependant que **le fait que certains consomment bio est une bonne chose** en soi, bien qu’ils ne soient pas personnellement intéressés. 32% ne sont pas d’accord avec cette affirmation, et 12% n’ont pas d’opinion.
* Ce sont en particulier les personnes de plus de 55 ans ne consommant pas de bio qui pensent que la consommation bio est une bonne chose, malgré leur propre désintérêt (<=34: 49%; 35-54: 55%; 55+: 68%).
* 23% des non-consommateurs perçoivent les **consommateurs de bio comme des personnes “juste comme moi”.** 35% considèrent que cette personne est “tout de même différente de moi”. 42% est neutre sur cette question.
* **Les jeunes non-consommateurs de bio** (<=34 ans) sont plus nombreux à voir quelqu’un qui consomme du bio comme simplement une “personne comme moi”. ( <=34: 37%; 35-54: 19%; 55+: 14%).
* 50% des personnes qui ne consomment pas de bio indiquent **qu’ils devraient en fait en consommer davantage**. 35% ne sont pas d’accord, tandis que 15% n’ont pas d’opinion.
* **Les jeunes qui ne consomment pas de bio** (<=34 jaar) sont les premiers à déclarer qu’ils devraient consommer davantage de bio (<=34: 63%; 35-54: 45%; 55+: 42%).

“Les gens qui achètent du bio ont une longue barbe” (et autres clichés sur le ‘look bio’)

***Plus d’un Belge sur cinq ne consommant pas de produits bio estime être capable de reconnaitre les consommateurs de bio à certaines caractéristiques externes. Presque la moitié d’entre eux juge qu’une longue barbe ou un petit bouc est typique du consommateur bio. Rien n’est moins vrai : les consommateurs de bio n’ont pas plus souvent une barbe ou un bouc que les non-consommateurs. On peut acheter du bio même sans avoir de dreadlocks. Et il est faux de croire que les consommateurs de bio laissent pousser leurs poils plus que les personnes qui n’achètent pas de bio.***

* 23% des Belges qui ne consomment pas de bio affirment pouvoir **reconnaitre les consommateurs de bio à leur apparence.**
* Ce sont surtout les hommes ne consommant pas de bio qui prétendent identifier les consommateurs de bio à leur look (H: 29%; F: 16%).
* Pour ceux qui disent reconnaitre les consommateurs de bio à leur look, c’est la **barbe ou le bouc** (43%) qui sont le plus fréquemment associés au look des consommateurs de produits bio. Les **sandales avec chaussettes** (33%) et **dreadlocks** (32%) sont aussi souvent cités.
* Pourtant cela **ne correspond pas à la réalité :** 11 % de ceux qui ne consomment pas de bio ont une barbe ou un bouc, contre 12 % des consommateurs de bio. C’est également le cas pour les autres associations : 16 % des non-consommateurs de bio n’ont aucun problème avec le fait de porter des chaussettes dans ses sandales, contre 20 % des consommateurs de bio (une différence non significative). 1,1% des non-consommateurs bio ont des dreadlocks, contre 2,8 % chez les consommateurs bio. Là encore une différence non significative.
* Les consommateurs de bio **ne se distinguent pour la plupart quasiment pas au niveau de l’apparence physique** des Belges qui ne consomment pas (encore) de bio. Ils ne portent pas plus souvent de sandales à l’extérieur (non-bio: 24%; bio: 29%), ni de sneakers trendy (non-bio: 30%; bio: 35%), et n’ont pas plus souvent de piercings (non-bio: 8%, bio: 10%) ou les jambes non rasées (non-bio: 47%; bio: 43%).
* 1 personne 5 ne consommant pas de bio pense que les consommateurs de bio **jugent moins important d’avoir un look parfait.**
* **Les hommes** en particulier partagent cette opinion (H: 24%; F: 14%).
* **Ce préjugé se révèle également faux :** 26% des non-consommateurs de bio indiquent porter simplement des vêtements dans lesquels ils se sentent bien, même si leur look apparait moins soigné. C’est aussi le cas pour un pourcentage similaire (33%) des consommateurs bio.
* Ce préjugé est encore invalidé par la manière dont les deux groupes perçoivent la **pilosité** : 32% des non-consommateurs ne supportent pas une pilosité excessive, ce que 34 % des consommateurs de bio affirment également.
* 3 non-consommateurs bio sur 10 pensent que les consommateurs de bio **trouvent moins important le fait de s’habiller comme les autres**.
* Ce stéréotype est faux **:** 22% de ceux qui ne consomment pas de bio disent avoir leur propre style et ne pas s’habiller comme les autres. Une proportion égale de consommateurs bio (22 %) déclare la même chose.

Les consommateurs de bio achètent plus souvent des vêtements durables

***Environ la moitié des non-consommateurs de bio pensent que les personnes qui consomment des produits bio achètent plus souvent des vêtements Fairtrade ou durables. Alors que la plupart des stéréotypes concernant l’apparence ou le style vestimentaire des consommateurs de bio ne se voient pas justifiés, cette affirmation contient une part de vérité. Les consommateurs bio semblent également être plus disposés à acheter des vêtements de seconde main. Alors que 6 non-consommateurs de bio sur 10 affirment n’avoir encore jamais acheté de vêtements de seconde main, ce n’est le cas que de 4 consommateurs de bio sur 10.***

* 46% des Belges qui ne consomment pas de produits bio pensent que les consommateurs de bio achètent plus souvent des **vêtements ‘durables’ ou Faitrade**.
* **Ce stéréotype semble se vérifier** : 11% des personnes ne consommant pas bio indiquent acheter des vêtements Faitrade ou durables. Chez les consommateurs de bio, ce pourcentage s’élève à 24%. 59% des non-consommateurs de bio indiquent ne pas acheter de vêtements durables ou Fairtrade. Ce pourcentage est significativement plus faible chez les personnes consommant des produits biologiques (44%).
* 33% des non-consommateurs de bio pensent que les consommateurs de bio achètent plus souvent des **vêtements** **en seconde main**.
* **Cette affirmation contient également une part de vérité :** 61% des personnes ne consommant pas de produits bio indiquent n’avoir jamais acheté de vêtements en seconde main alors que ce pourcentage s’élève à 50% chez les consommateurs de bio. 27% des consommateurs de produits biologiques déclarent acheter des vêtements en seconde main. Ce pourcentage est plus faible chez les personnes qui ne consomment pas de produits biologiques (20%).

Mieux vaut avoir un consommateur de bio comme voisin plutôt qu’un ami éloigné.

***Les consommateurs de bio semblent être de meilleurs voisins et être plus engagés envers leurs semblables. Les personnes consommant des produits biologiques indiquent qu’elles gardent plus souvent un œil sur la maison de leur voisin quand celui-ci est en vacances. Ils indiquent également qu’il faut, avant tout, se préoccuper de ses semblables. Cette préoccupation ne prend en aucun cas la forme d’une attitude pédante. Le cliché du consommateur de bio qui tente de convaincre les autres avec ses idées, ne se vérifie pas dans la réalité : tout comme les non-consommateurs de bio, les consommateurs bio indiquent préférer garder leur avis pour eux. Ils indiquent également être souvent plus ouverts aux nouvelles idées, en comparaison aux Belges ne consommant pas de produits bio.***

* Seulement 16% des non-consommateurs de bio indiquent que les **consommateurs de bio seraient de meilleurs voisins**. 36% ne sont pas d’accord avec cette déclaration et 49% n’ont pas d’avis sur la question.
* **Cependant, il vaut mieux avoir un consommateur de produits bio comme voisin :** alors que 63% des non-consommateurs de bio déclarent garder un œil sur la maison du voisin lorsque celui-ci est en vacances, cette déclaration est d’application pour 70% des consommateurs de bio. Une différence significative.
* 39% des personnes ne consommant pas bio pensent que les **consommateurs de bio se préoccupent plus de leurs semblables.** 15% pensent que les consommateurs de bio ne pensent qu’à eux-mêmes, tandis que 46% n’ont pas d’avis sur la question.
* **Le stéréotype du consommateur de bio attentionné semble se vérifier :** tandis que 47% des non-consommateurs de bio indiquent qu’il faut d’abord se préoccuper des autres, 61% des consommateurs de bio déclarent qu’il est important de se préoccuper d’abord de ses semblables.
* 33% des non-consommateurs de bio indiquent que les consommateurs de bio sont des **personnes qui essayent de convaincre les autres de leurs propres idées**. Seulement 15% indiquent que les consommateurs de bio sont plutôt des personnes qui écoutent les autres sans émettre de jugement. 52% n’ont pas d’avis sur la question.
* **Ce stéréotype ne semble pas se vérifier :** alors que 30% des non-consommateurs de bio indiquent qu’ils appliquent le principe du « vivre et laisser vivre » et qu’ils ont tendance à garder leur avis pour eux-mêmes, ce pourcentage atteint 35% chez les consommateurs de bio.
* Les consommateurs de bio indiquent également, plus souvent que les non-consommateurs de bio, être **ouverts aux nouvelles idées et être capables de changer rapidement d’avis** (non-consommateurs de bio : 36% ; consommateurs de bio : 48%). **Les personnes ne consommant pas de produits bio indiquent, au contraire, avoir un avis tranché et changer plus difficilement d’avis** (non-consommateurs de bio : 32%; consommateurs de bio : 22%).
* Les consommateurs de bio ne sont **pas plus critiques vis-à-vis des autres, comparé aux non-consommateurs de bio** (non-consommateurs de bio : 31%; consommateurs de : 30%).

Les consommateurs de bio, naïfs et enfants de chœur? Rien de cela !

***L’image que l’on se fait des consommateurs de bio comme étant des enfants de chœur, ne semble pas correcte. Consommer des produits biologiques n’empêche pas de boire un bon verre de vin ou de bière et de fumer, de temps en temps, une cigarette. L’image du consommateur bio introverti et réservé peut également être mise de côté. Les personnes qui consomment des produits bio déclarent être autant à la recherche d’action et de stimulation que les personnes ne consommant pas de produits bio. Les consommateurs de bio se disent également aussi extravertis que les personnes qui ne consomment pas de produits bio. Contrairement à ce qu’on pourrait croire, ils ne sont pas non plus naïfs : ils considèrent, plus souvent que les non-consommateurs de bio, que les choses pourraient mal se passer.***

* 30% des non-consommateurs de bio pensent que les **personnes qui consomment souvent des produits biologiques boivent moins d’alcool**. 44% pensent que les consommateurs de bio **fument également moins**.
* **Cela ne semble pas correspondre à la réalité :** les consommateurs de bio boivent de **l’alcool** aussi fréquemment que les non-consommateurs de bio. 23% des non-consommateurs de bio déclarent boire de l’alcool plusieurs fois par semaine, un pourcentage qui ne diffère pas beaucoup de celui des personnes consommant bio (22%).

La proportion de fumeurs ne diffère pas non plus entre les deux différents sous-groupes : là où 16% des non-consommateurs de bio déclarent fumer de temps en temps une cigarette, ce pourcentage s’élève à 17% chez les consommateurs de bio.

* 35% des non-consommateurs de bio pensent que les consommateurs de bio sont à la recherche de **calme et de paix**. 10% seulement pensent qu’ils sont à la recherche d’action et de stimulation. 55% des personnes ne consommant pas de produits bio n’ont pas d’avis sur la question.
* **Cependant, les consommateurs de bio déclarent être autant à la recherche de stimulation et d’action que les non-consommateurs de bio** (non-consommateurs de bio: 12%; consommateurs de bio: 14%).
* Les consommateurs de bio déclarent être des **personnes aussi extraverties et démonstratives** que les non-consommateurs de bio (non-consommateurs de bio: 31%; consommateurs de bio: 33%).
* Plus d’1/4 des non-consommateurs de bio (26%) pensent que les consommateurs de bio sont **naïfs**. C’est un stéréotypes que partagent beaucoup d’hommes appartenant à ce sous-groupe (M: 32%; F: 20%).
* **Ce stéréotype ne semble pourtant pas se vérifier :** les consommateurs de bio déclarent, plus souvent que les non-consommateurs de bio, qu’il est plus prudent de considérer que certaines choses peuvent mal se passer (non-consommateurs de bio: 19%; consommateurs de bio: 27%).

Non, il n’est pas nécessaire de vivre parmi les vaches pour acheter bio; ni dans une maison mal-entretenue.

***Selon vous, pour quel style de vacances opte le consommateur de bio? Le camping en pleine nature ? Rien n’est moins vrai. Les consommateurs bio donnent la préférence aux hôtels cinq étoiles, tout comme les personnes ne consommant pas bio. L’idée que les consommateurs de bio vivent dans des maisons mitoyennes en désordre et mal-entretenues ne se vérifie pas non plus dans la réalité. Le consommateur de bio n’est pas non plus attaché à la campagne et à la ferme : il se considère, autant que les Belges non-consommateurs de bio, comme étant un ‘véritable citadin’.***

* 52% des non-consommateurs de bio pensent que quelqu’un qui achète délibérément bio **partira en vacances là où il est possible de camper en pleine nature**. Seulement 10% pensent que les consommateurs de bio préfèrent profiter du soleil au bord de la piscine d’un hôtel cinq étoiles et 23% pensent que les consommateurs de bio préfèrent explorer des pays exotiques en sac à dos. 16% pensent qu’ils préfèrent louer un appartement ou un studio.
* **Ces stéréotypes contrastent avec les réelles préférences des consommateurs de bio,** qui ne différent pas tellement de celles des non-consommateurs de bio. Tout comme les non-consommateurs de bio, les personnes consommant bio préfèrent, par-dessus tout, louer un appartement ou un studio (non-consommateur de bio: 42%; consommateurs de bio: 47%). Les deux sous-groupes accordent ensuite leur préférence aux vacances passées au bord de la piscine d’un hôtel cinq étoiles (non-consommateurs de bio: 33%; consommateurs de bio: 27%). Camper en pleine nature (non-bio: 13%; bio: 13%) ou explorer des pays exotiques en sac à dos (non-bio: 12%: bio: 13%) arrivent respectivement en troisième et quatrième choix chez les deux sous-groupes.
* Les personnes qui ne consomment pas de produits bio associent **les consommateurs de bio à une habitation simple plutôt qu’à une grande maison quatre façades :** alors que 10% des non-consommateurs de bio associent les consommateurs de bio à une grande maison quatre façades, 22% associent les consommateurs de bio à des habitations simples. Les consommateurs de bio sont également associés à des maisons ne **disposant pas de beaucoup de gadgets technologiques** (sans trop d’objets technologiques : 23%; avec beaucoup d’objets technologiques : 12%).
* **Cependant, le pourcentage de consommateurs de bio habitant dans des habitations simples ne diffère pas grandement de celui des non-consommateurs de bio** (non-consommateurs de bio: 51%; consommateur de bio: 49%). Ils ne sont **pas non plus plus sceptiques face à la technologie** (TV par câble, internet rapide, smartphone,…) (non-consommateurs de bio: 31%; consommateurs de bio: 32%) et **trouvent tout aussi important que les non-consommateurs de bio d’avoir une maison propre** (non-consommateurs bio: 48%; consommateurs bio: 52%).
* 48% des non-consommateurs de bio pensent que les consommateurs de bio **préfèrent vivre dans les zones rurales plutôt qu’en ville**. 11% déclarent le contraire et pensent que les consommateurs de bio préfèrent vivre en ville. 41% n’ont pas d’avis sur la question.
* **Cependant, le nombre de personnes préférant vivre en ville plutôt qu’à la campagne ne diffère pas significativement entre les deux sous-groupes** (non-consommateurs de bio: 31%; consommateurs de bio: 29%). Autant de non-consommateurs que de consommateurs de bio se **considèrent comme étant de vrais citadins** (non-consommateurs de bio: 26%; consommateurs de bio: 27%) et qu’habiter en ville est ‘relaxant’ (non-consommateurs de bio: 34%; consommateurs de bio: 34%).

Les consommateurs de bio ne sont pas plus souvent végétariens ou végétaliens (mais se préoccupent de l’environnement)

***6 Belges sur 10 ne consommant pas de produits bio pensent que les consommateurs de bio se préoccupent plus souvent de l’environnement et de leur santé sur d’autres plans. Un pourcentage comparable déclare que les consommateurs de bio se déplacent plus souvent à vélo ou à pied. Ce stéréotype semble avoir du sens : les consommateurs de produits bio déclarent plus souvent vouloir renoncer à une partie de leur confort pour vivre en consommant moins d’énergie, regarder plus souvent consciemment le label énergétique des appareils électroménagers qu’ils achètent et d’être moins enclins à utiliser la voiture pour des courtes distances. Comparativement aux consommateurs de non bio, ils déclarent deux fois plus souvent entreprendre personnellement des actions pour lutter contre le réchauffement climatique. Et pourtant, les consommateurs de bio ne sont pas plus souvent végétariens ou végétaliens !***

* 62% des Belges ne consommant pas de produits bio pensent que les consommateurs de bio **se préoccupent plus souvent de l’environnement (et de la santé) sur d’autres plans.** 10% pensent le contraire, tandis que 28% sont neutres pour cette question.
* **Cela semble, pour le moins, être en partie cohérent :** 32% des consommateurs de non bio indiquent qu’ils sont **prêts à renoncer à une partie de leur confort pour vivre en consommant moins d’énergie**, tandis que 53% des consommateurs de bio y sont favorables.
* 74% des consommateurs de non bio indiquent **consulter consciemment le label énergétique** quand ils achètent des appareils électroménagers. 85% des consommateurs de bio déclarent le faire.
* 35% des consommateurs de non bio indiquent que **pour des distances inférieures à dix kilomètres ils utilisent volontairement le vélo ou les transports en commun**, tandis que les consommateurs de bio sont 48% à le déclarer.
* 30% des consommateurs de non bio déclarent **entreprendre personnellement des actions pour lutter contre le réchauffement climatique**, tandis qu’ils sont 60% de consommateurs de bio à le déclarer.
* Les consommateurs de bio déclarent plus souvent être flexitariens et manger de temps en temps des repas sans viande ou poisson (non bio : 29%; bio : 49%). Ils **ne sont en revanche pas plus souvent végétaliens** (non-bio: 0.4%; bio : 0,4%) **ou végétariens** (non-bio: 3%; bio : 5%) **que les consommateurs de non-bio.**

Le mythe du hipster bobo en triporteur

***Le mythe du consommateur de bio branché et aisé est bien ancré dans l’esprit des Belges. Peu de Belges imaginent les consommateurs de bio rouler dans une voiture ordinaire. 4 Belges sur 10 ne consommant pas de produits bio estiment que les consommateurs de bio roulent plus souvent en voiture électrique ou hybride. Les consommateurs de bio sont également plutôt associés à une classe sociale plus élevée : ils seraient plus souvent riches et auraient un plus haut diplôme. Pourtant ce stéréotype ne tient pas la route : les consommateurs de bio ne possèdent pas plus souvent de triporteur et roulent aussi souvent dans une petite voiture de luxe que les Belges ne consommant pas bio. Ils ne sont pas non plus plus riches ou ne possèdent pas de plus haut diplôme que les consommateurs de non bio.***

* 38% des Belges ne consommant pas de produits bio estiment que les consommateurs de bio **roulent plus souvent en voiture électrique ou hybride**. 31% pensent que c’est n’est pas le cas, tandis que 31% n’ont pas d’avis sur la question.
* 38% des Belges ne consommant pas de produits bio estiment que les consommateurs de bio ont plus souvent **une petite voiture ou pas de voiture du tout**. 32% pensent que ce n’est pas le cas, tandis que 30% n’ont pas d’avis sur la question.
* 34% des Belges ne consommant pas de produits bio estiment que les consommateurs de bio possèdent plus souvent **un triporteur**. 28% ne sont pas d’accord, tandis que 38% n’ont pas d’avis sur la question.
* **Le consommateur de bio n’a pourtant pas plus de chance de posséder une voiture électrique ou hybride** (parmi les propriétaires de voitures : non-bio: 3%; bio : 6%), de posséder une **plus petite voiture** (non-bio: 52%; bio : 54%), ou de posséder **un triporteur** (non-bio: 0.4%; bio : 0.6%). **Les consommateurs de bio possèdent aussi souvent des voitures luxueuses que les consommateurs de non bio** (non-bio: 7%; bio : 8%).
* Le consommateur de non bio associe plutôt le consommateur de bio à une personne ayant un **haut niveau de formation** (32%) plutôt qu’un niveau de formation faible (7%). 61% restent neutres sur cette question. Le consommateur de bio est aussi plus souvent associé à une personne **riche** (28%) qu’à une personne pauvre (11%) Ici aussi 61% n’ont pas d’avis sur la question.
* Néanmoins, les **consommateurs de bio n’ont pas plus souvent un haut niveau de formation** que les consommateurs de non bio (non bio : 36%; bio : 37%). De même, ils **n’appartiennent pas plus souvent à la catégorie percevant un revenu supérieur** que les consommateurs de non bio (revenu du ménage supérieur à 3000 € : non-bio: 38%; bio : 40%).

« Le consommateur de bio améliore le monde » est un stéréotype dépassé

***L’idée selon laquelle les Belges qui achètent des produits bio ont des idées davantage de gauche ou radicales est un stéréotype qui peut définitivement être mis aux oubliettes. Plus de la moitié des Belges ne consommant pas de produits bio pensent que les consommateurs de bio sont plutôt des gens qui améliorent le monde. Même si les consommateurs de bio votent plus souvent pour des partis de gauche et fréquentent un peu plus souvent les manifestations, ils ne sont pas plus opposés au capitalisme que les consommateurs de non bio. Cela va même plus loin : les consommateurs de bio indiquent plus souvent que les consommateurs de non bio qu’ils apprécient la nuance dans les idées politiques et que pour chaque idée il y a quelque chose à dire.***

* 56% des Belges ne consommant pas de produits bio estiment que les consommateurs de bio sont plutôt **des gens qui améliorent le monde**. 14% pensent que ce n’est pas le cas, tandis que 30% n’ont pas d’avis sur la question.
* 45% des Belges ne consommant pas de produits bio estiment que les consommateurs de bio **votent plus souvent pour un parti de gauche**. 12% pensent que ce n’est pas le cas, tandis que 43% n’ont pas d’avis sur la question.
* 40% des Belges ne consommant pas de produits bio estiment que les consommateurs de bio **sont plus souvent contre le capitalisme**. 16% pensent que ce n’est pas le cas, tandis que 44% n’ont pas d’avis sur la question.
* 31% des Belges ne consommant pas de produits bio estiment que les consommateurs de bio **fréquentent plus souvent les manifestations**. 24% pensent que ce n’est pas cas, tandis que 44% n’ont pas d’avis sur la question.
* Il semble que les consommateurs de bio **votent plus souvent pour des partis de gauche** que les consommateurs de non bio (non bio : 24%; bio : 32%), mais votent quasiment aussi souvent pour un parti explicitement de droite (non-bio: 40%; bio : 36%).
* Les consommateurs de bio fréquentent plus souvent les **manifestations** (non bio : 8%; bio : 14%), même s’il s’agit d’une petite minorité des consommateurs de produits bio.
* Les consommateurs de produits bio ne sont **pas plus souvent opposés au capitalisme** que les consommateurs de non bio. 37% des consommateurs de non bio indiquent que pour eux le capitalisme représente l’exploitation et l’inégalité, tandis que 40% des consommateurs de bio sont de cet avis.
* Les consommateurs de bio indiquent **apprécier la nuance dans les idées politiques** et que chaque idée a ses avantages et ses inconvénients (non bio : 37%; bio : 44%).

1. Ces Belges achètent “de temps en temps” ou “(presque) toujours” au moins 5 des 11 catégories de produits sous forme bio (*voir aussi page 2)* [↑](#footnote-ref-1)