



Consommation et achat

Produits certifiés biologiques



Observatoire
de la Consommation

Table des matières

1	Introduction & méthodologie	1
2	Résultats de l'étude	2
2.1	Les engagements alimentaires des Belges	2
2.2	Consommation et comportements alimentaires bio : le secteur reste-t-il attractif ?	4
2.2.1	Quel intérêt portent les Belges aux produits bio lors de leurs achats ?	4
2.2.2	Au sein de la population belge, comment se caractérise la consommation de produits labellisés bio ?	4
2.2.3	Comment pourrait évoluer la consommation future des Belges en produits labellisés bio ?	4
2.2.4	Comment la consommation a-t-elle évolué sur les 12 derniers mois, et pour quelles raisons ?	5
2.2.5	Quelle est la part des dépenses en produits labellisés bio dans le budget des Belges ?	5
2.2.6	Quels sont les produits bio les plus consommés ?	5
2.2.7	Matrice sur la consommation bio et locale	6
2.2.8	Quels sont les lieux d'achats des produits labellisés bio ?	9
2.2.9	Quels sont les leviers et les freins à la consommation de produits bio ?	9
2.3	Les labels : quelle notoriété et quelle compréhension chez le consommateur ? .	11
2.3.1	Le label bio « Eurofeuille »	11
2.3.2	Les autres labels /logos en lien avec l'environnement et/ou la durabilité	12
2.4	Quelles sont les connaissances concernant des règles de la production biologique ?	15
2.5	L'image du Bio	17
2.6	Le rôle de la Wallonie	18
2.7	L'identification et l'accessibilité des produits bio	20
3	Analyse	21
3.1	Comment les belges interrogés définissent-ils les termes « bio », « durable » et « local » ?	21
3.1.1	Quelle est la compréhension du terme « produit bio » ?	21
3.1.2	Quelle est la compréhension des termes « produit durable » et « produit local » ?	23
3.2	Quel(s) intérêt(s) portent les Belges aux produits labellisés bio ?	26
3.2.1	Quel est l'intérêt du consommateur belge pour les produits labellisés bio ?	26
3.2.2	Comment cet intérêt se comporte-t-il par rapport à l'intérêt pour des « produits locaux » ou des « produits durables » ?	26
3.2.3	Des facteurs socio-démographiques influencent-ils l'intérêt relatif porté aux produits bio, aux produits durables et aux produits locaux ?	29
3.2.4	Comment l'intérêt pour le bio s'associe-t-il à l'intérêt pour des produits locaux ou des produits durables ?	33
3.3	Quelles associations le consommateur belge fait-il entre produit labellisé bio, produit durable et produit local ?	35
3.4	Quelles caractéristiques sont associées aux produits labellisés bio, aux produits durables et aux produits locaux ?	36
3.4.1	Caractéristiques associées	37
4	Conclusion	42
5	Table des références	45

1 Introduction & méthodologie

Deux ans après le dernier baromètre consacré au secteur bio, l'**Observatoire de la consommation** de l'Apag-W, **dans le cadre du Plan bio 2030**, a renouvelé son étude de marché en 2024¹, en fixant les objectifs suivants :

- Observer l'évolution de la consommation et des comportements alimentaires des consommateurs pour le secteur bio ;
- Analyser les leviers et les freins à la consommation de produits bio ;
- Analyser l'impact du prix dans l'acte d'achat pour les produits bio ;
- Évaluer la notoriété et la connaissance de différents labels, avec un focus plus spécifique sur le label bio européen « Eurofeuille » ;
- Évaluer l'identification des produits bio par les consommateurs ;
- Définir les caractéristiques associées aux produits bio par les consommateurs ;
- Évaluer la connaissance auprès des consommateurs du rôle de la Wallonie dans le secteur.

Cette étude qui s'organise dans le cadre du Plan bio 2030, se concentre sur les produits certifiés bio : à savoir les produits labellisés bio qui respectent la réglementation européenne relative à la production bio RUE 2018/848. Elle a été menée du 15 au 27 novembre 2024.

Notons que, cette étude a été menée sur un **échantillon de 1.500 répondants** (de 18 à 74 ans)² représentatif de la population belge (marge d'erreur : +/-**2,5%**).

À noter également que le lecteur doit garder en tête que les résultats de cette étude (comme pour toute étude de marché) se base **sur du déclaratif, c'est-à-dire sur la perception du consommateur**. Il peut y avoir des différences entre ce qui est déclaré, et la réalité.

Par ailleurs, une analyse plus spécifique a été menée afin d'évaluer les corrélations entre les engagements alimentaires des consommateurs et les caractéristiques associées aux produits bio, afin de mettre en évidence les analogies qui pourraient être utiles dans la communication pour promouvoir des produits (ici, bio) qui correspondent aux attentes et aux engagements alimentaires des consommateurs. L'étude s'est également intéressée à collecter des données quant aux caractéristiques associées au durable et au local, dans une même volonté de mieux évaluer comment les consommateurs perçoivent ces produits et mieux orienter les différentes stratégies de communication.

¹ L'Apag-W n'est pas à sa première étude de marché relative à la production biologique (RUE 2018/848). Si elle dispose également de données pour les années 2018, 2020 et 2022, les questions n'étant pas toujours similaires, les interprétations des évolutions sont difficiles et peuvent être biaisées.

² En 2022, l'échantillon était composé de 1.500 personnes domiciliées en Belgique (18-64 ans).

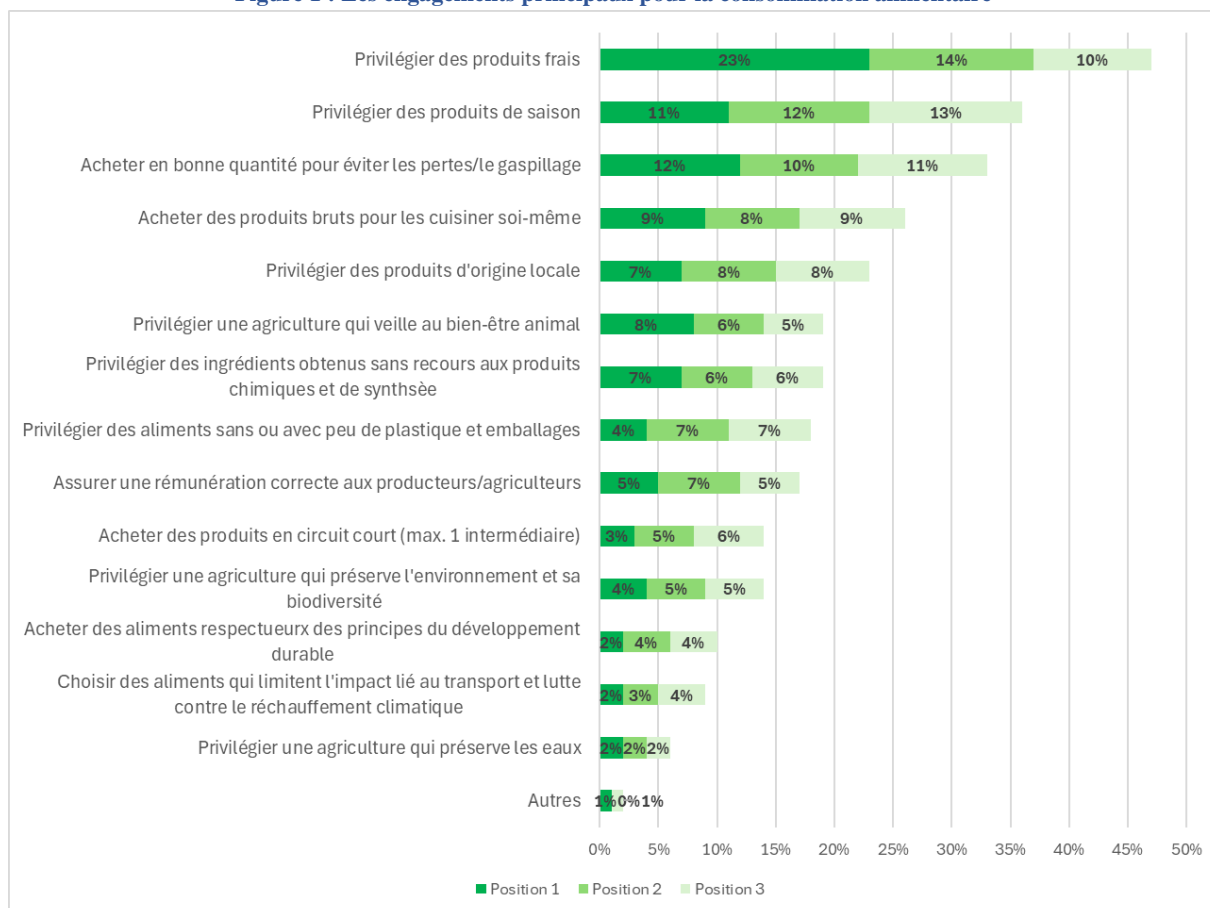
2 Résultats de l'étude

2.1 Les engagements alimentaires des Belges

Base : Total (N = 1.500)

Tout d'abord, les engagements alimentaires ont été testés : les répondants ont été interrogés quant aux trois principaux engagements qu'ils jugent importants dans le cadre de leur consommation alimentaire. Il ressort de l'étude que l'engagement le plus cité est le fait de **privilégier des produits frais** (46%, dont 23% en premier choix). Les autres engagements principalement cités sont : **privilégier des produits de saison** (36% ; 11% comme premier choix), **acheter en bonne quantité pour éviter les pertes, le gaspillage** (33% ; 12%), **acheter des produits bruts pour les cuisiner soi-même** (26% ; 9%) et **privilégier des produits d'origine locale** (24% ; 7%). Les autres engagements ont été sélectionnés par moins de 20% des répondants.

Figure 1 : Les engagements principaux pour la consommation alimentaire

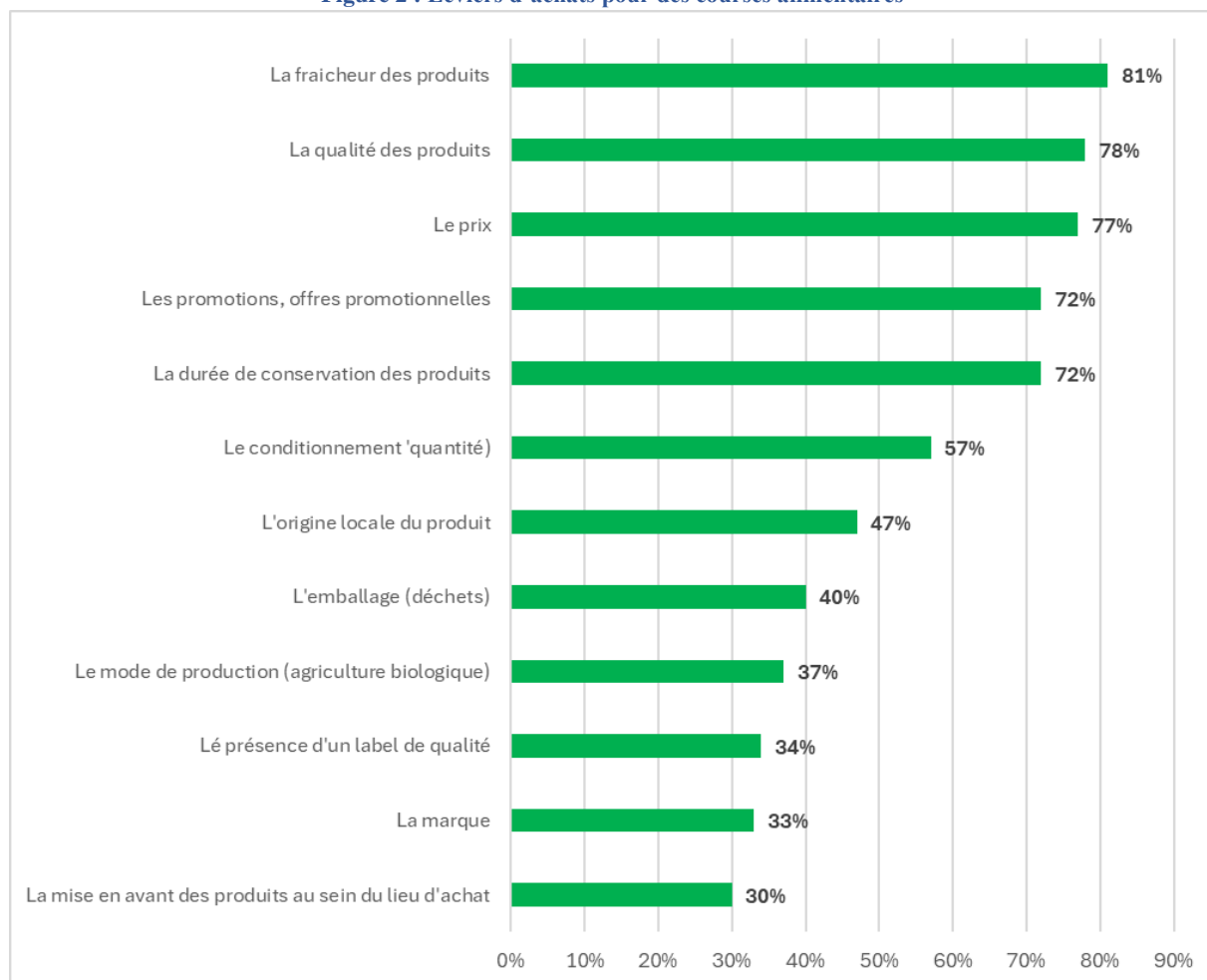


Les leviers d'achats pour les courses alimentaires ont également été sondés dans l'étude (voir Figure 2). Ainsi, la **fraicheur de produits** (81%), la **qualité des produits** (78%), le **prix** (77%), la **durée de conservation** (72%), les **promotions et offres promotionnelles** (72%) et le **conditionnement** (57%) sont les principaux leviers à l'achat. Tous les autres facteurs testés ne dépassent pas les 50%.

Par rapport au Baromètre de 2022, les Belges interrogés indiquent être encore plus attentifs à **la fraîcheur** et à **la qualité des produits** qu'ils achètent, avec respectivement +9 points et +8 points. Les items « **prix** », « **durée de conservation** » et « **offres promotionnelles** » gagnent également en importance, mais dans de plus faibles proportions (+ 5 points).

Cette étude fait ressortir un attrait plus important pour **l'origine locale du produit** (+ 7 points, atteignant 47% dans l'étude ci-présente), a contrario de la présence d'un label de qualité (34%, -5 points). Le **mode de production (agriculture biologique)** représente un levier à l'achat pour 37% des Belges interrogés.

Figure 2 : Leviers d'achats pour des courses alimentaires



2.2 Consommation et comportements alimentaires bio : le secteur reste-t-il attractif ?

2.2.1 Quel intérêt portent les Belges aux produits bio lors de leurs achats ?

Base : Total (N = 1.500)

Il ressort que 45% des Belges interrogés sont intéressés par les produits labellisés bio. Cet intérêt est en baisse de 7 points par rapport à notre précédent baromètre (2022), et plus prononcé encore au regard de la Belgique francophone (49% ; -12 points). À titre de comparaison, en 2024, les Belges interrogés indiquent être plus intéressés par les produits locaux (70%) et les produits durables (61%). Notons qu'à ce stade de l'étude, les notions de local et de durable ne sont pas définies (donc leurs interprétations sont propres à chacun).

2.2.2 Au sein de la population belge, comment se caractérise la consommation de produits labellisés bio ?

Base : Total (N = 1.500)

Sur base de l'étude, on constate qu'en 2024, les Belges consomment différemment les produits bio. Tout d'abord, la part de consommateurs ayant déclaré avoir *a minima* déjà consommé un produit bio est 86,6%³, ce qui est comparable à celle 2022. Cependant, entre ses 2 études, la fréquence de consommation semble avoir été modifiée. En effet, les répondants ont déclaré une consommation moins fréquente de produits certifiés bio. Ainsi, les « *heavy consumers bio*⁴ » représentent 28% de la population (-8 points), les « *medium consumers bio*⁵ » 29% (+4 points) et les « *low consumers bio*⁶ » 29% (+4 points). Ceux qui déclarent ne jamais consommer bio représentent 13,4% des Belges, soit la même proportion qu'en 2022.

Parmi les répondants ayant indiqué avoir consommé *a minima* un produit bio (N = 1.298 individus), 58% ont indiqué consommer des produits bio depuis au moins 2 ans alors que 11% des répondants seraient des nouveaux consommateurs de produits bio (moins de 1 an), soit une baisse de 6 points par rapport à 2022. Notons, que la part des consommateurs de produits bio qui ne savent pas définir depuis combien de temps ils consomment du bio est de 27% (contre 31% en 2022).

2.2.3 Comment pourrait évoluer la consommation future des Belges en produits labellisés bio ?

Base : Total (N = 1.500)

Toujours selon leurs déclarations, 68% des répondants indiquent **une intention à consommer davantage de produits bio** (15% déclarent le faire certainement, 53% probablement). Par rapport à notre précédent baromètre, la proportion est stable (66% en 2022, ce qui n'est pas significativement différent). En 2024, cette intention « future » est légèrement supérieure pour la région Wallonie/Bruxelles (71%).

³ Notons que les résultats ici obtenus sont sur base déclarative, et peuvent être différents de ce qui se produit dans réalité. Selon les données de YouGov, le taux de pénétration de bio (minimum un achat de produit bio au cours de l'année écoulée) est de plus de 98,4% pour la Wallonie.

⁴ Répondants ayant déclarés consommer tous les jours ou une à plusieurs fois par semaine des produits labellisés bio.

⁵ Répondants ayant déclarés consommer une à plusieurs fois par mois des produits labellisés bio.

⁶ Répondants ayant déclarés consommer plus rarement des produits labellisés bio.

2.2.4 Comment la consommation a-t-elle évolué sur les 12 derniers mois, et pour quelles raisons ?

Base : Consommateurs des produits bio depuis *a minima* 1 an (soit N = 1.198)

71% des répondants ont gardé une consommation en produits bio similaire au cours des 12 derniers mois (+ 5 points en comparaison à 2022). Par ailleurs, 20% des répondants indiquent avoir augmenté leur consommation de produits bio au cours des 12 derniers mois (- 5 points en comparaison à 2022). Les raisons invoquées pour justifier une hausse de consommation sont :

- **La volonté de consommer plus éthique** (49%) ;
- **La prise de conscience écologique** (44%) ;
- **Une plus grande disponibilité en magasins** (39%) ;
- **Des qualités gustatives et/ou nutritionnelles** (39%) ;
- **Le rapport qualité-prix** (33%) ;
- **Le changement de régime alimentaire** (24%).

9% répondants qui indiquent avoir diminué leur consommation de produits bio évoquent majoritairement **des raisons financières** (68%), ainsi que **la conjoncture actuelle** (augmentation du coût de la vie, 47%). Les autres raisons invoquées, **ne pas être convaincu par le bio** (27%), **des liens aux différentes crises** (27%) et **l'absence d'impacts bénéfiques perçus sur la santé du consommateur** (25%) complètent le top 5. À noter que ce dernier facteur ressort davantage qu'en 2022 (+11 points).

2.2.5 Quelle est la part des dépenses en produits labellisés bio dans le budget des Belges ?

Base : Consommateurs de produits bio (N = 1.298)

Au niveau global de la Belgique, la part des dépenses alimentaires attribuée par les répondants aux produits bio (en termes de volume) s'élève à 25%. Cette part est en diminution de 7 points par rapport au précédent baromètre. En Belgique francophone, cette part est légèrement plus élevée (28%), mais également en baisse (-8 points). Il s'agit de la première baisse constatée depuis le lancement de ces études dédiées au secteur bio en 2018 (26% en 2018 ; 30% en 2020 ; 36% en 2022). Cette différence entre la Belgique d'une part, et la région wallonne et la région bruxelloise réunies d'autre part s'explique notamment par la part des dépenses plus élevée à Bruxelles (32%).

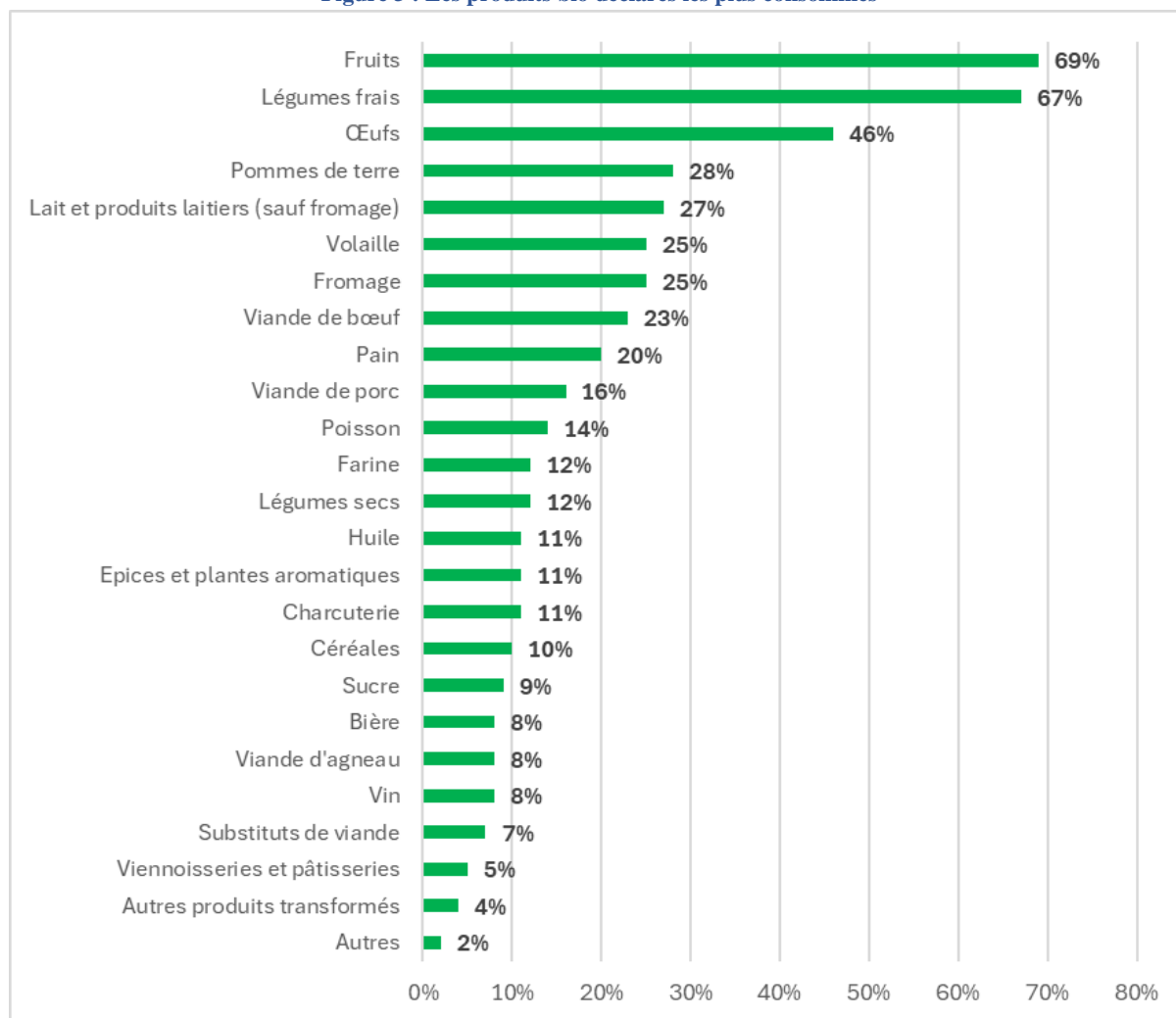
2.2.6 Quels sont les produits bio les plus consommés ?

Base : Consommateurs de produits bio (N = 1.298)

Les fruits et les légumes frais sont les catégories d'aliments bios les plus populaires, puisque respectivement 69% et 67% des Belges interrogés déclarent en consommer (voir Figure 3), suivi par les œufs (46%), les pommes de terre (28%) et le lait et les produits laitiers (sauf fromage) (27%). Le top 3 reste inchangé par rapport au précédent baromètre.

En comparaison avec 2022, la volaille est le seul produit qui est cité comme davantage consommé (+6 points), alors que l'huile et la charcuterie perdent 4 points.

Figure 3 : Les produits bio déclarés les plus consommés



2.2.7 Matrice sur la consommation bio et locale

Base : Consommateurs de produits bio (N = 1.298)

La Figure 4 représente, par catégorie de produits, le pourcentage de consommation de produits bio d'origine locale (axe vertical) et le pourcentage de consommation de produits bio total (indépendant de l'origine du produit). La lecture de la matrice est la suivante : plus les points sont situés en haut et à droite, plus la consommation de produits bio de la catégorie en question est d'origine locale.

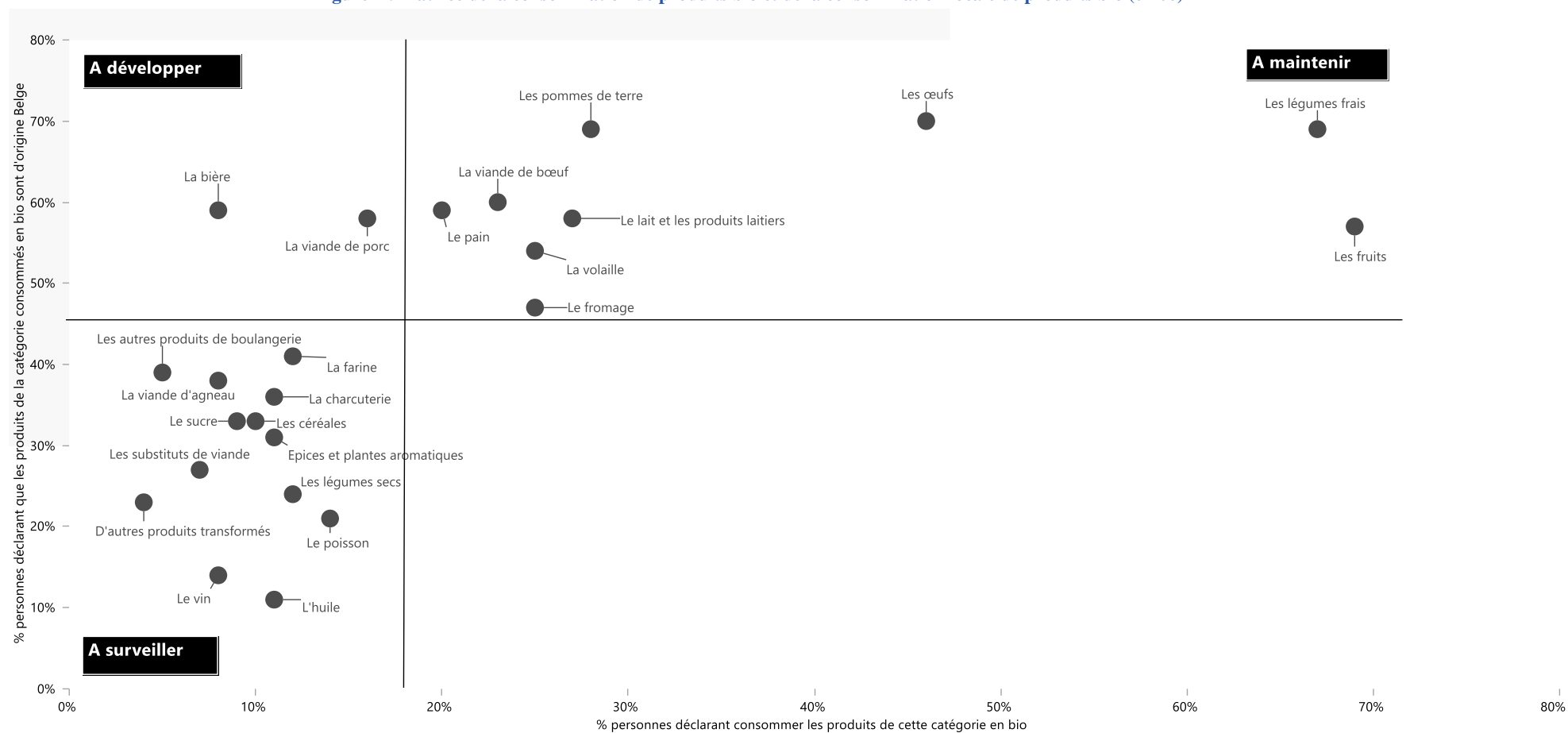
Il ressort que les catégories dans le cadran « à maintenir », tels que les pommes de terre, les fruits, les légumes frais et les œufs, font partie des catégories les plus consommées en bio, avec également une part du bio d'origine locale plus importante. Pour d'autres catégories telles que la volaille, le pain, le lait ou encore le fromage, la consommation bio est moins prononcée.

Pour les catégories dans le cadran « à développer », la consommation bio n'est pas très élevée, à contrario de la consommation locale. Des catégories de produits comme la bière et la viande de porc peuvent donc se développer au niveau de la consommation bio d'origine locale, si on se base sur les déclarations des consommateurs.

Enfin, dans le cadran « à surveiller », se regroupent des catégories de produits bio qui seraient plus faiblement consommés selon les répondants (avec une part plus faible en bio d'origine locale). La Wallonie pourrait trouver des opportunités intéressantes dans ce pool.

Aussi, 6% des répondants consommant des produits bio ont cité un ou plusieurs produits qu'ils souhaiteraient acheter en bio avec une origine locale, mais pour lesquels ils rencontrent des difficultés à en trouver. La viande (N = 22 individus) et les fruits (N = 16 individus) sont les plus mentionnés.

Figure 4 : Matrice de la consommation de produits bio et de la consommation locale de produits bio (en %)



Axe horizontal : % de personnes déclarant consommer les produits de cette catégorie bio
Axe vertical : % de personnes déclarant que les produits de la catégorie consommés en bio sont d'origine belge

2.2.8 Quels sont les lieux d'achats des produits labellisés bio ?

Base : consommateurs de produits bio (N = 1.298)

Les grandes et moyennes surfaces restent le lieu de prédilection pour acheter des produits labellisés bio. 74% des répondants déclarent en effet se rendre dans un supermarché et/ou dans un Hard Discount (64% dans les hypermarchés, 27% dans le Hard Discount). Les autres lieux d'achats sont prisés par moins d'un Belge sur 5 :

- Les marchés (19%) ;
- Les magasins bio (16%) ;
- Les magasins à la ferme (16%) ;
- Les petits commerçants (15%) ;
- Les commerces spécialisés (15%) ;
- Les sites internet des supermarchés et hypermarchés (8%).

NB : Les coopératives, sites dédiés aux produits locaux (e-farmz, box, etc.), les sites internet de producteurs, les magasins frontaliers et autres sont en-dessous de 5%.

Par rapport à notre étude de 2022, les magasins bio sont en baisse, passant de 22% à 16%.

À noter toutefois que la liste des lieux d'achats a été complétée dans cette étude, ce qui peut nuancer quelque peu la tendance observée. Également le répondant ne sait pas toujours si le magasin/épicerie est certifié (ou non) bio.

2.2.9 Quels sont les leviers et les freins à la consommation de produits bio ?

Base : Total (N = 1.500)

La **préservation de la santé** (29%) et la **qualité des produits bio** (27%) constituent les deux principaux leviers à la consommation de produits bio (voir Figure 5). Par rapport à 2022, le top 5 reste inchangé quant aux motivations à la consommation.

Au niveau des freins à la consommation, **le prix** reste en tête et constitue toujours le principal frein à la consommation de produits bio (voir Figure 6).

Ainsi, 47% des Belges (27% en 1^{er} choix) trouvent que les produits labellisés bio sont plus chers. La préférence pour une **origine locale** (21%), le **manque de réflexe de consommation bio** (18%) et **l'offre limitée** (17%) sont les autres freins les plus cités.

Figure 5 : Leviers cités à la consommation de produits bio

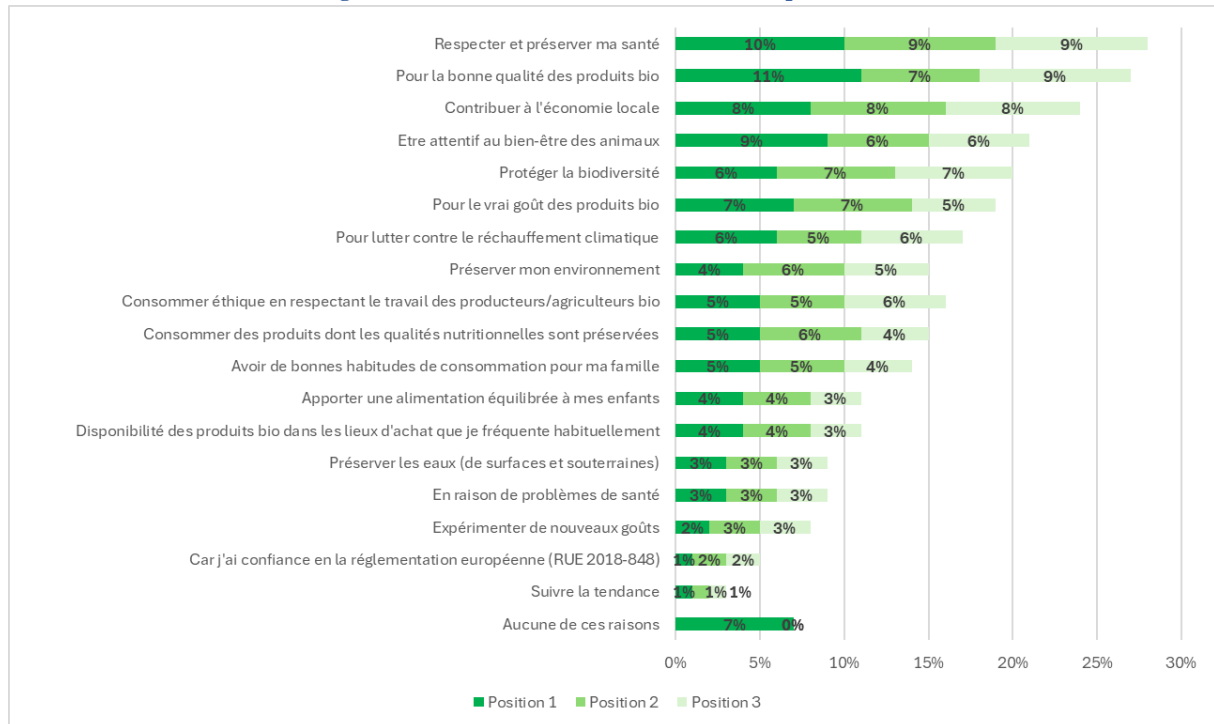
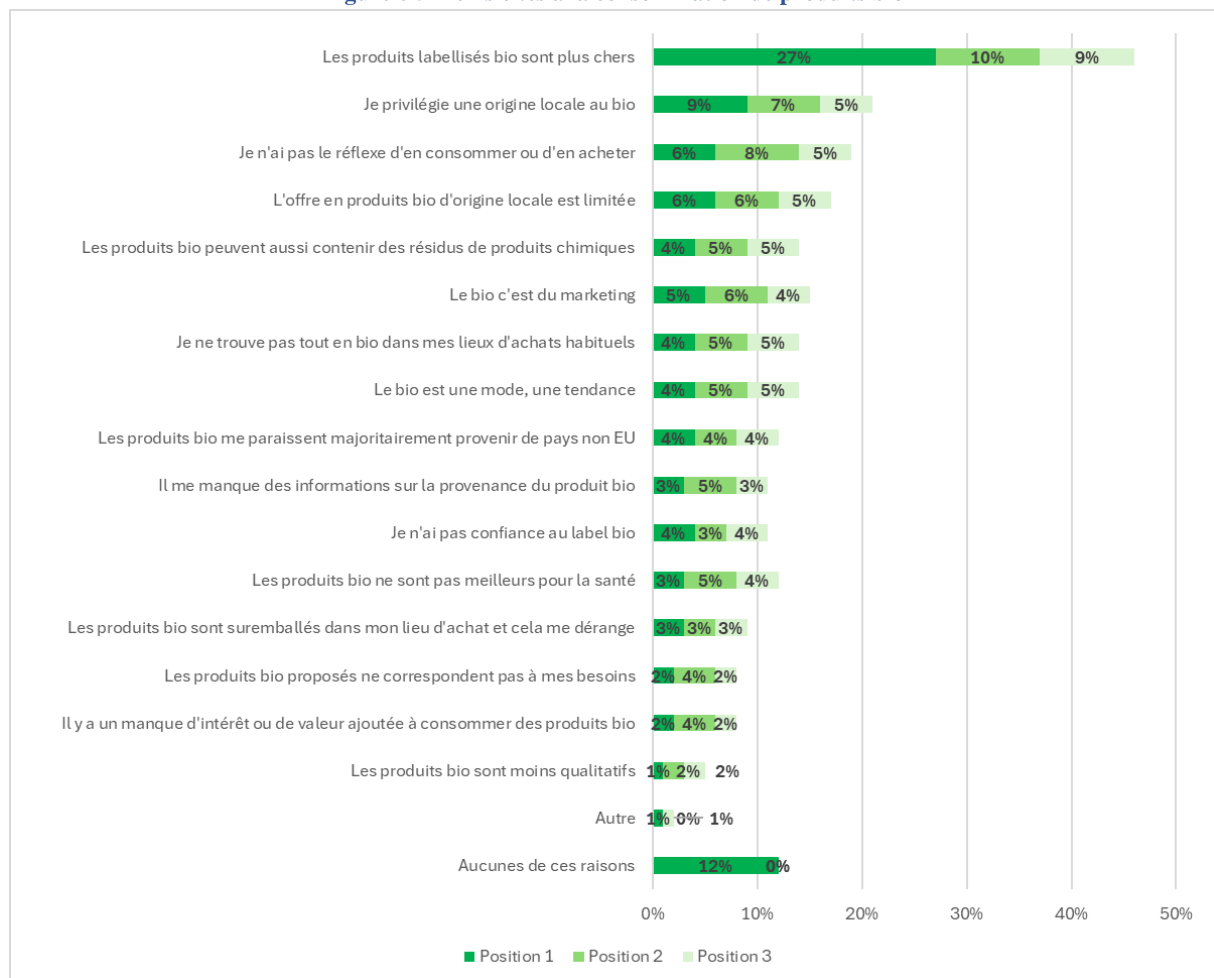


Figure 6 : Freins cités à la consommation de produits bio



Concernant le prix des produits bio, et plus particulièrement le ressenti consommateurs de produits bio quant à une différence de prix entre bio et non bio : **88% des répondants consommateurs bio affirment qu'un panier bio est plus cher qu'un panier non bio**, soit 10 points supplémentaires par rapport à 2022, revenant au niveau observé en 2020. Seuls 3% pensent que le panier bio est moins cher, et 9% des répondants trouvent que les prix sont similaires.

En moyenne, les répondants estiment que le panier bio **est 27% plus cher** qu'un panier non bio. En 2022, cet écart de prix s'élevait à 29% selon les consommateurs.

Dans une première approche, la perception du prix du panier de produits bio a également été testée selon les différents canaux de vente. À ce niveau, aucun de ces canaux ne se démarque particulièrement.

Dans une seconde question, le répondant a été sollicité pour identifier selon lui, les lieux où trouver des produits bio moins chers, et selon l'étude, les canaux de vente cités sont : les supermarchés (27%), le Hard Discount (24%), les marchés (21%) et les magasins à la ferme (21%). Les autres canaux de vente ont été sélectionnés par moins de 15% de la population belge. À noter que 26% des répondants indiquent qu'aucun canal ne propose un bio moins cher.

La même question a été posée sur base des catégories de produits. Il ressort que toutes les catégories de produits sont considérées comme plus chères en bio par au moins 75% de la population interrogée. Cela monte à 86% pour la viande, 83% pour les fromages et 82% pour les fruits et les légumes.

2.3 Les labels : quelle notoriété et quelle compréhension chez le consommateur ?

2.3.1 Le label bio « Eurofeuille »



L'Eurofeuille est **le label bio** obligatoirement présent sur les étiquettes de tous les produits préemballés certifiés bio. Ce logo à fond vert représente une feuille avec les étoiles européennes. Il a été créé et mis en place au 1^{er} juillet 2010. L'Eurofeuille garantit qu'au minimum 95% des ingrédients sont issus d'une agriculture biologique respectant la réglementation européenne RUE 2018/848.

La notoriété de l'Eurofeuille

Base : Total (N = 1.500)

3 Belges sur 4 (74%) se souviennent avoir déjà vu le logo Eurofeuille. Cette part est plus élevée en Wallonie (79%). Parmi les Belges qui déclarent reconnaître le logo (N = 1.108), 68% indiquent l'avoir vu **directement sur le produit**, 13% à **la télévision** et 10% dans **des magazines, revues**. Les autres canaux sont en dessous des 10% : **sur Internet** (9%), sur **le site**

Internet d'une marque (8%), dans les journaux, la presse (7%) et sur les réseaux sociaux (6%). À noter que 19% déclarent ne plus s'en souvenir d'où ils ont vu l'Eurofeuille.

Quant aux lieux de vente, 4 Belges sur 5 qui déclarent l'avoir vu directement sur le produit disent l'avoir vu en supermarché, 27% en Hard Discount, 26% en magasin bio, 18% chez un petit commerçant, 16% dans un commerce spécialisé et 16% sur le site Internet des supermarchés.

Quelle est la signification du label « Eurofeuille » pour le consommateur ?

Base : Individus ayant déjà vu le logo Eurofeuille (N = 1.108)

Pour tester la connaissance du label, nous avons procédé en deux étapes : une première question permettant de connaître la signification pour le consommateur du label de manière spontanée, puis de manière assistée.

Il ressort que 49% des Belges qui connaissent l'Eurofeuille l'associent spontanément au bio (34%) et/ou à une norme européenne (22%), soit 36% de l'ensemble de la population (N = 1.500). 29% des Belges qui affirment avoir déjà vu le logo Eurofeuille ne lui attribuent aucune signification.

La principale confusion est une association aux aspects écologique et durable (16%). Les autres mauvaises associations parlent de Fairtrade (3%), d'un label de qualité (3%) ou d'un label pour des produits végétariens/végans (1%).

En réponse assistée (plusieurs possibilités de réponses ont été proposées aux répondants), l'association correcte du logo Eurofeuille au label européen est plus élevée, atteignant 64%. Les autres associations faites sont liées au développement durable (26%), à la qualité des aliments (22%), au commerce équitable (20%), au soutien aux agriculteurs locaux (18%), à l'agroécologie (12%), à la traçabilité (10%), à la préservation des sols (6%) et à la régénération des terres agricoles (6%).

Ces données sont positives au regard de notre précédent baromètre, où on forçait automatiquement l'association et où on arrivait à 33% de bonne association. De plus, cette manière de procéder en 2024 a permis d'évaluer avec plus de précision la connaissance réelle des consommateurs, et démontre que si la tendance est positive, les efforts doivent se poursuivre afin de veiller à une connaissance accrue du logo auprès de la population, tout en évitant les fausses interprétations du label.

2.3.2 Les autres labels /logos en lien avec l'environnement et/ou la durabilité

Base : Total (N = 1.500)

Sur les produits alimentaires, d'autres labels ou logos peuvent figurer : certains sont des logos en lien avec le bio d'autres non. Notre étude a donc testé d'autres logos. Ils vous sont présentés rapidement, avant de présenter nos résultats.



Fairtrade : Ce logo concerne le commerce équitable dont l'objectif est de proposer une plus grande équité dans le commerce conventionnel, voir une alternative à celui-ci. Il garantit un prix plus juste aux producteurs et des relations

commerciales plus durables. Ce logo existe depuis 1997. Il n'est pas lié au bio.



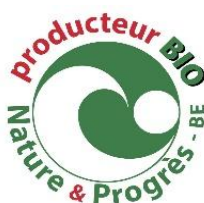
Rainforest alliance : Créé par une ONG américaine, ce logo vise à préserver la biodiversité et la durabilité. Sa Norme/standard donne une garantie aux consommateurs du respect de trois principes de la durabilité : équité sociale, la responsabilité environnementale, et la viabilité économiques des communautés agricoles. Ce logo existe depuis 2020 après une fusion en Rainforest Alliance et UTZ. Il n'est donc pas lié au bio.



Le **Label AB** est un label de qualité français créé en 1985 pour identifier les produits bio à l'échelle nationale française. Dès que le bio a été légiféré au niveau européen (i.e. à partir de 1991), le cahier des charges lié au label AB s'est mis au même niveau que la réglementation européenne. L'Eurofeuille créée par l'Europe vise d'ailleurs à remplacer tous les labels nationaux à terme afin de faciliter/simplifier la reconnaissance par les consommateurs européens.



Biogarantie est un label bio belge. Il s'agit d'une marque privée qui a été créé en 1987. Son cahier des charges est légèrement plus strict sur certains aspects et couvre des domaines non couverts par la réglementation bio. Les contrôles sont menés également par des organismes de contrôles.



Nature & Progrès a développé une charte agrobiologique. Seuls les opérateurs (producteurs, transformateurs) certifiés bio et membres Nature & Progrès peuvent l'apposer s'ils respectent la charte qui complète la réglementation en intégrant des dimensions essentielles : respect de l'environnement, justice sociale, solidarité économique. Le respect de cette charte est garanti par le Système Participatif de Garantie. L'association est active en Belgique depuis 1976.



Demeter est une marque de certification internationale créée en 1928. Il s'agit d'un label lié à la biodynamie (approche holistique de l'agriculture pour soigner la terre. Ce label se base sur la régénération des sols, le développement de la biodiversité, du soin végétal, du respect animal, et va plus loin que la certification biologique.

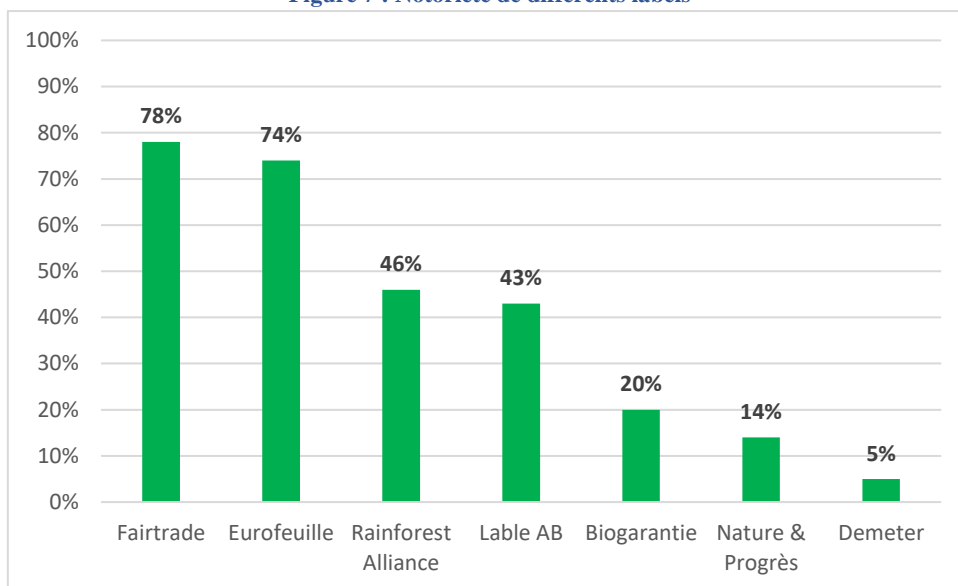
Selon l'étude, il en ressort que le label « Fairtrade » est le plus reconnu par les Belges avec 78%. Les pourcentages de reconnaissance des autres logos sont :

- « Rainforest Alliance » : 46%,
- « Label AB » (France) : 43%,
- « Biogarantie » : 20%,
- « Nature & Progrès » : 14%
- « Demeter » : 5%.

De ces différents logos, les 4 derniers avaient déjà été testés auprès de la population belge en 2022. Il ressort 2 ans plus tard une connaissance moins forte de ces logos, puisqu'une baisse est observée pour chacun d'entre eux :

- « Nature & Progrès » ; -10 points
- « Label AB (France) » ; -7 points
- « Biogarantie » ; -5 points
- « Demeter » ; -5 points

Figure 7 : Notoriété de différents labels



Par ailleurs, face à la multiplication des labels/logos en lien avec l'environnement, la durabilité ou le bio, nous avons souhaité tester la bonne perception des consommateurs sur les logos existants en créant un logo fictif dénommé « Bio certifié ». L'objectif était d'évaluer si leur (re)connaissance des labels pouvait être influencée par d'autres éléments tels que la profusion des labels, la mise en avant du mot « bio » sur les emballages ou encore l'usage de certains termes/codes et slogans. **Il s'avère que près d'un Belge sur trois (35 %) indique reconnaître ce logo (alors qu'il est fictif) comme un label officiel.** S'il n'est pas possible, via cette étude, d'en évaluer avec précision les raisons, ce résultat questionne sur les multiplications de logos : les consommateurs peuvent vite faire de fausses associations et confondre certains éléments visuels ou certaines appellations avec un label officiel bio, même lorsqu'il ne s'agit pas d'une certification reconnue.

Figure 8 : Illustration du logo fictif testé auprès des répondants



2.4 Quelles sont les connaissances concernant des règles de la production biologique ?

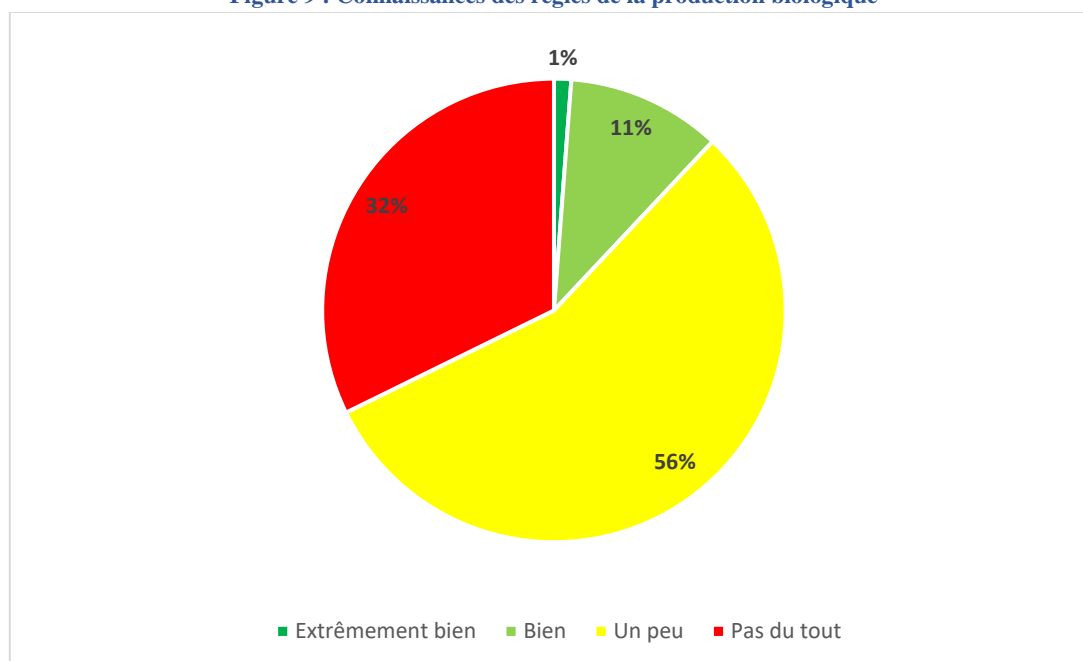
Base : Total (N = 1.500)

Dans ce baromètre, la connaissance de la réglementation bio a été évaluée.

Tout d'abord (voir Figure 9), il ressort que 68% des Belges (64% en 2022) indiquent spontanément connaître un peu la réglementation de la production biologique (et donc un tiers des répondants indiquent ne pas connaître du tout la réglementation bio).

Dans les faits, si de plus en plus de Belges indiquent connaître les règles de l'agriculture biologique, ils sont plus prudents sur leur niveau de connaissances. En effet, seuls 1% déclarent les connaître extrêmement bien (contre 10% en 2022), et 55% un peu (+11 points par rapport à 2022).

Figure 9 : Connaissances des règles de la production biologique

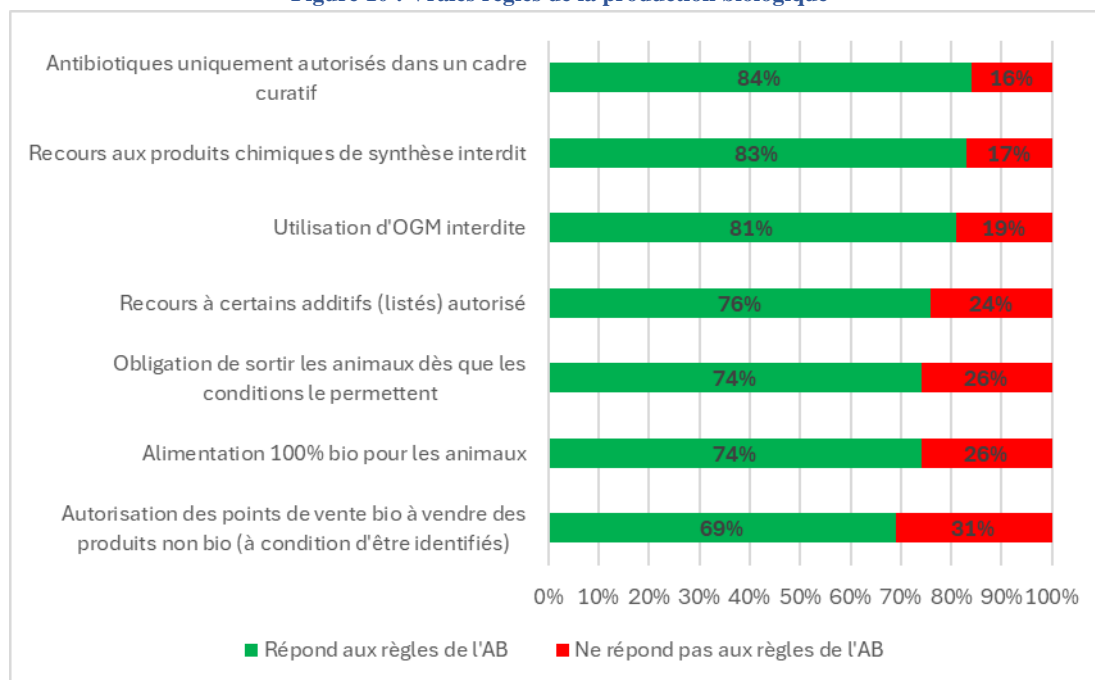


Nous avons dans un second temps, évalué leur niveau de connaissance avec la présentation de vraies et fausses règles (voir Figures 10 et 11). En moyenne, les répondants associent correctement 5 des 7 règles évaluées. La plupart des vraies règles sont correctement associées à la production biologique et dans une plus forte mesure qu'en 2022 (+4 points de moyenne).

« L'utilisation d'antibiotiques est uniquement autorisée dans un cadre curatif » (84% déclarant que cette règle répond à l'agriculture biologique), « le recours aux produits chimiques de synthèse est interdit » (83%) et « l'utilisation d'OGM est interdite » (81%) sont les règles les plus correctement associées par les répondants.

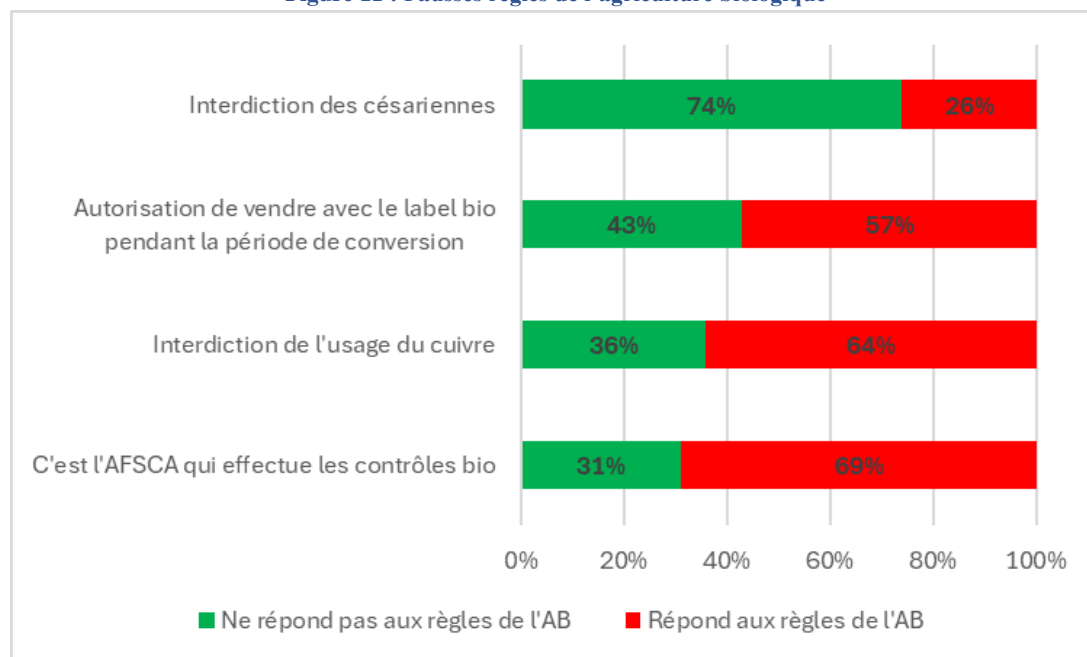
Les Wallons et les 55 ans et plus sont les profils qui connaissent le mieux les différentes règles de l'agriculture biologique.

Figure 10 : Vraies règles de la production biologique



Quant aux fausses règles testées, rapport à 2022, il s'avère que moins de Belges se trompent en pensant que les césariennes sont interdites (voir Figure 11).

Figure 11 : Fausses règles de l'agriculture biologique



2.5 L'image du Bio

Base : Total (N = 1.500)

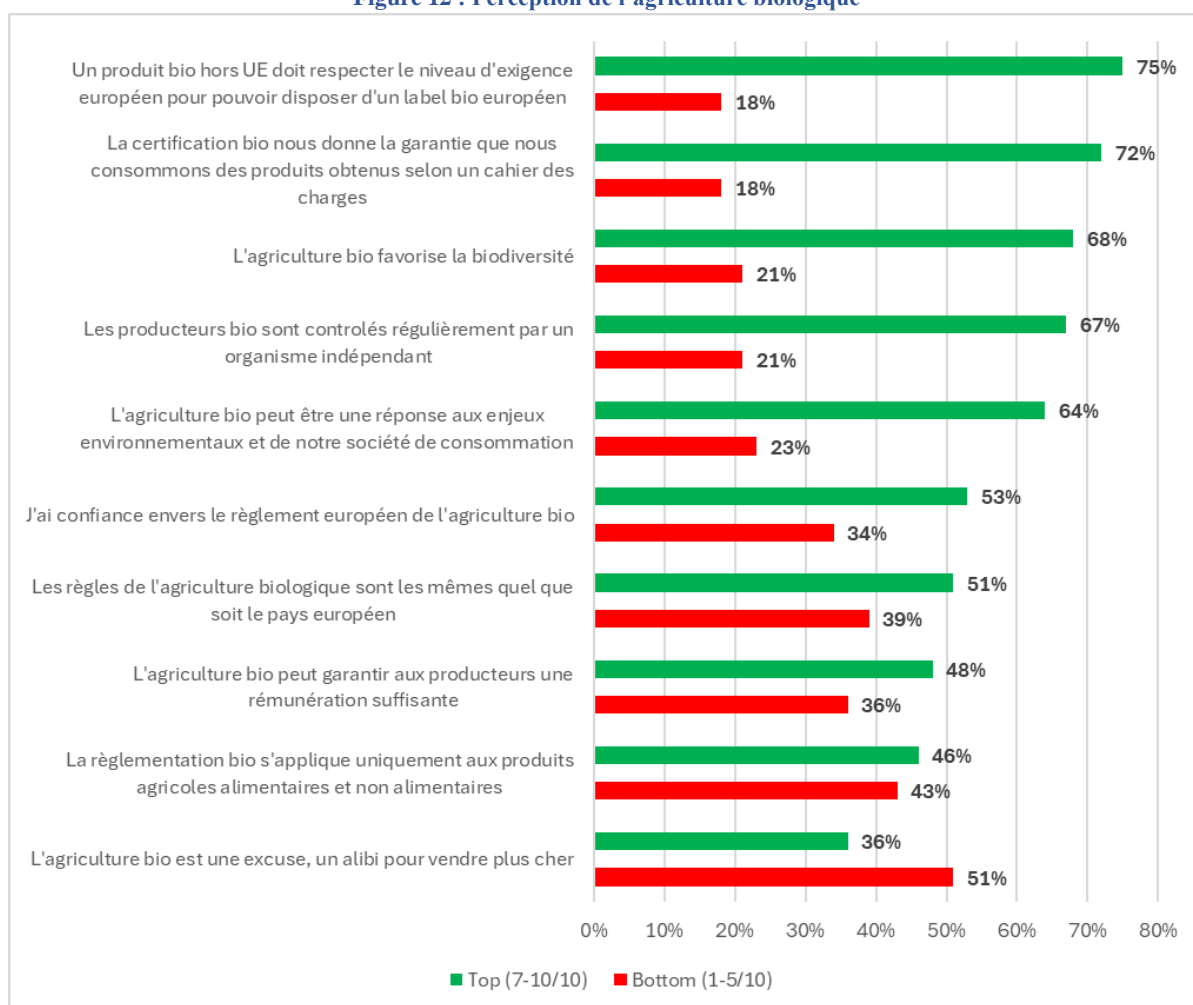
Une note d'accord (. /10) a été attribuée par les répondants (N = 1.500) à différents énoncés relatifs au bio (voir Figure 12).

Il en ressort que l'agriculture biologique conserve une bonne perception auprès des Belges, et se renforce. Le niveau d'exigence européen étendu aux produits bio non-européens souhaitant être commercialisés avec le label européen, la garantie qu'offre la certification bio ou encore le fait que l'agriculture bio favorise la biodiversité sont autant de facteurs qui sont mieux perçus en comparaison à 2022 (+4 points chacun).

A contrario, la garantie d'une rémunération suffisante aux producteurs grâce à l'agriculture bio est moins bien perçue qu'auparavant (48%, -5 points).

Un changement positif s'opère néanmoins : moins de Belges affirment que l'agriculture bio est une excuse pour vendre plus cher. Ils ne sont plus qu'un tiers à le penser, contre 42% précédemment (-6 points).

Figure 12 : Perception de l'agriculture biologique



2.6 Le rôle de la Wallonie

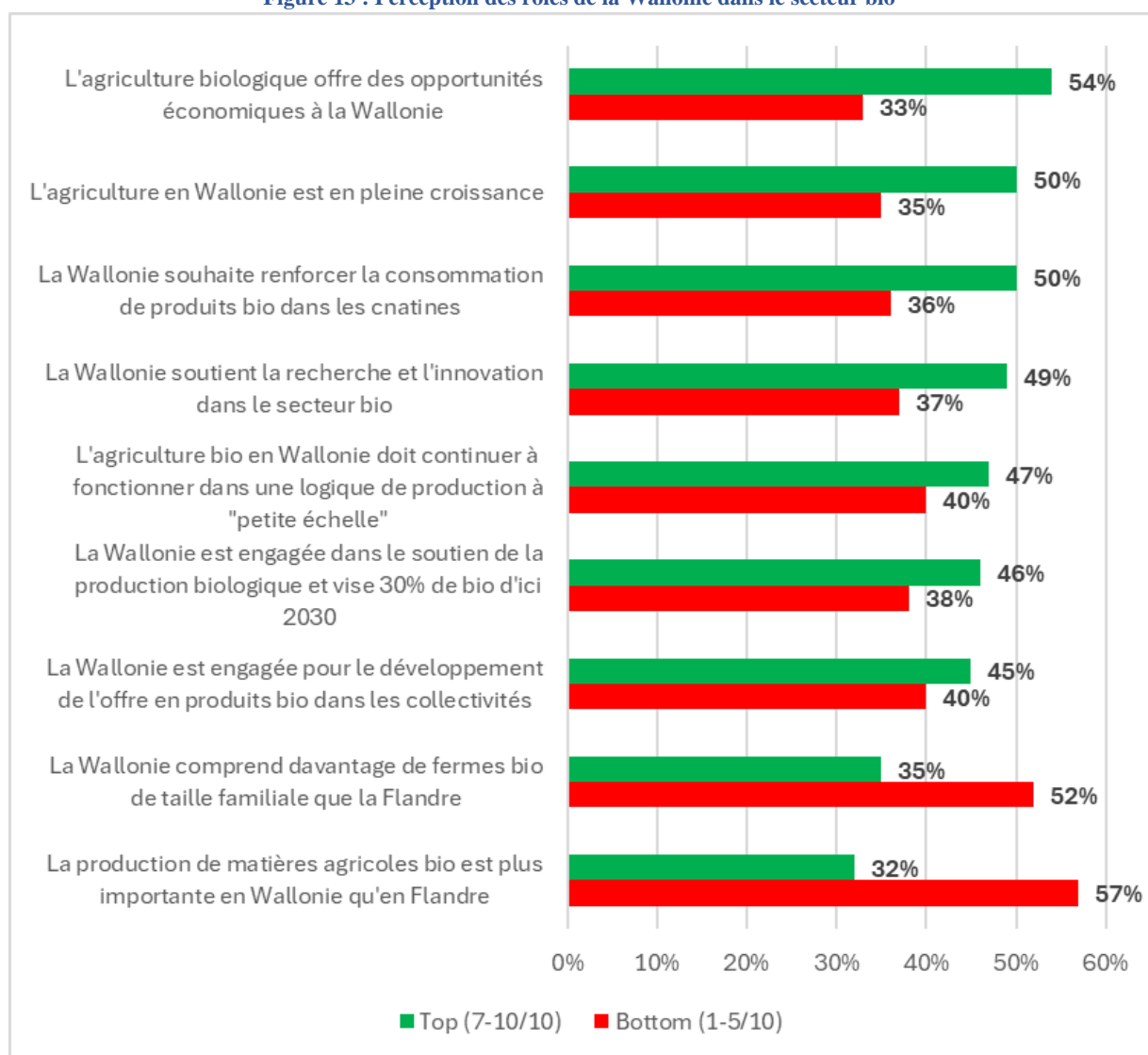
Base : Total (N = 1.500)

Les Belges interrogés ont été amenés à juger le rôle de la Wallonie au niveau du secteur bio.

Peu de changements ont été observés dans les attentes des consommateurs envers la Wallonie. Le seul changement significatif constaté par rapport à 2022 est que moins de Belges estiment que la production de matières agricoles bio est plus importante en Wallonie qu'en Flandres (-4 points).

Pour plus de la moitié des Belges (54%), l'agriculture biologique en Wallonie offre des opportunités économiques à la Wallonie. Par ailleurs, 1 Belge sur 2 est d'accord avec les affirmations suivantes : la Wallonie souhaite renforcer la consommation de produits bio dans les cantines, l'agriculture bio en Wallonie est en pleine croissance et la Wallonie soutient la recherche et l'innovation dans le secteur bio (voir Figure 13).

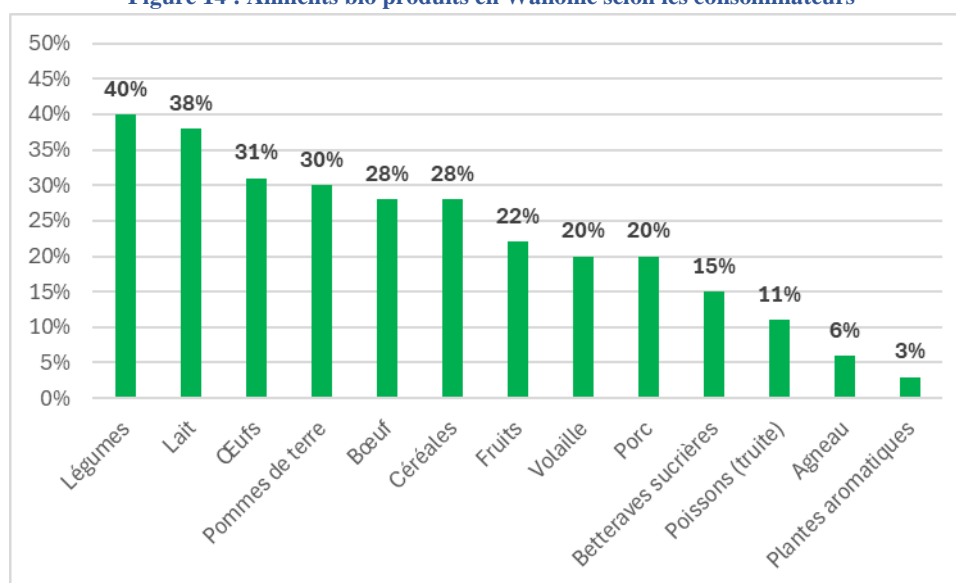
Figure 13 : Perception des rôles de la Wallonie dans le secteur bio



Pour les Belges (N = 1.166, excluant ceux qui ne savent pas), les légumes, le lait et les œufs constituent les principaux aliments bio produits en Wallonie, pour respectivement 40%, 38% et 31% d'entre eux. Par rapport à 2022, les légumes (-5 points) et les fruits (-4 points) sont en baisse, a contrario du lait (+8 points) et les céréales (+6 points) qui sont en progression (voir Figure 14).

Selon la région, la perception de ce qui est produit en Wallonie est différente. Ainsi, le bœuf, les céréales, le porc et l'agneau sont significativement plus produits selon les Flamands en comparaison à l'ensemble de la population belge, alors que pour les Wallons, ce sont les légumes, les œufs, les fruits et la volaille qui sont les plus produits en Wallonie.

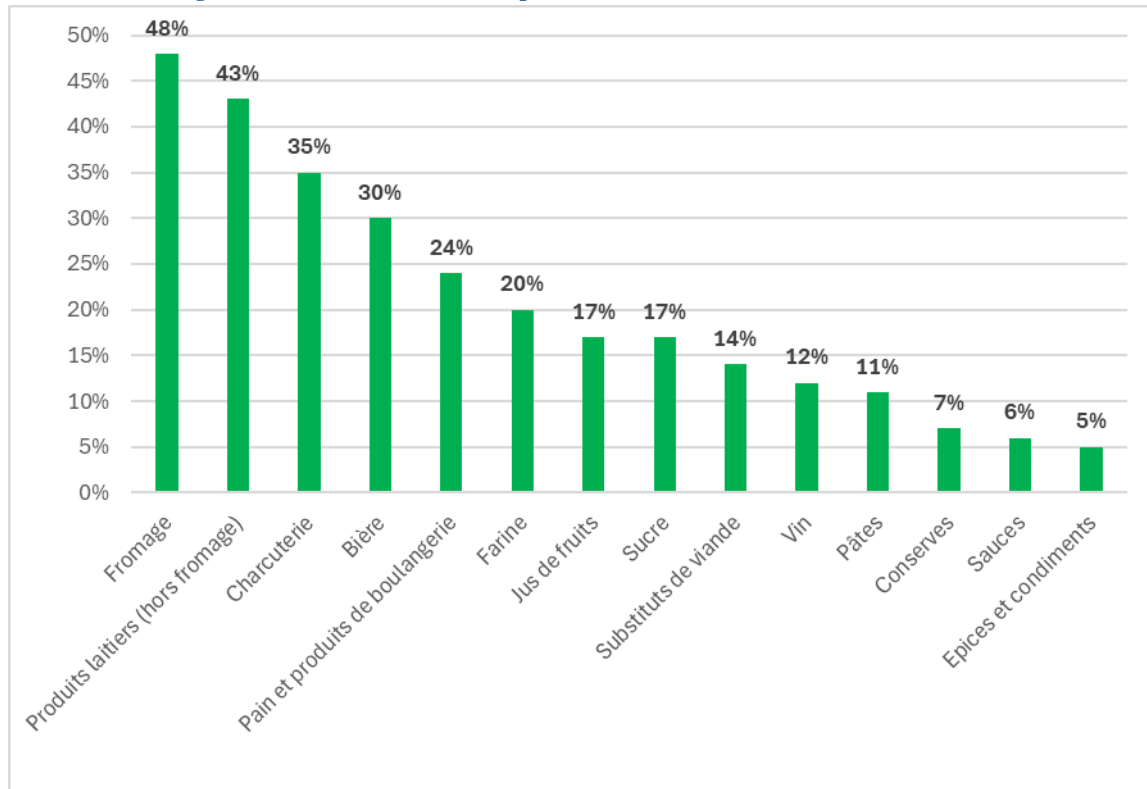
Figure 14 : Aliments bio produits en Wallonie selon les consommateurs



Pour les produits transformés (N = 1.007, excluant ceux qui ne savent pas), le top 5 reste identique à celui de 2020 et 2022 (dans l'ordre : fromage, produits laitiers, charcuterie, bière et pain et autres produits de boulangerie), mais avec un top 3 qui se renforce : +6 points pour le fromage, +7 points pour les produits laitiers et +4 points pour la charcuterie (voir Figure 15).

À nouveau, la perception est différente selon la région : les produits laitiers, la charcuterie et le vin sont plus mentionnés par les Flamands, la bière, le pain et produits de boulangerie, la farine, les jus de fruits et le sucre par les Wallons.

Figure 15 : Aliments transformés produits en Wallonie selon les consommateurs



2.7 L'identification et l'accessibilité des produits bio

Base : Total (N = 1.500)

Pour 63% des Belges, les produits bio sont facilement identifiables (pour 70% des Belges francophones). Si cela reste stable au niveau national, on observe une hausse significative en région Wallonie-Bruxelles (+7 points). Le label Eurofeuille a un peu moins d'impact sur l'identification rapide de produits bio, que ce soit sur l'échantillon belge (57%) ou sur la région Wallonie-Bruxelles (61%), avec une baisse respectivement de 5 points et de 4 points par rapport à 2022.

Les produits bio sont considérés comme accessibles par la moitié des Belges (51%, 56% en région Wallonie-Bruxelles) et l'offre wallonne/belge de produits bio est suffisante pour 42% d'entre eux (41% pour les Belges francophones).

On n'observe pas d'évolution quant à l'importance de l'origine des produits bio, la proportion de Belges (52%) et de Belges francophones (55%) y étant sensible reste stable. L'importance accordée à l'origine locale reste modérée : il y a autant de Belges qui y accordent de l'importance que de personnes qui n'y accordent pas d'importance (44% chacun, 12% ayant un avis neutre). Quant à la facilité d'identifier l'origine wallonne/belge des produits bio, elle ne dépasse pas la moitié de la population belge (44%) et belge francophone (49%).

3 Analyse

3.1 Comment les belges interrogés définissent-ils les termes « bio », « durable » et « local » ?

Afin de ne pas induire de biais, l'étude a abordé les trois termes en deux temps : le répondant a tout d'abord été questionné sur les termes de manière spontanée (sans suggestion de réponse), puis de manière assistée.

3.1.1 Quelle est la compréhension du terme « produit bio » ?

Base : Total (N = 1.500)

3.1.1.1 *Quelle est la définition officielle d'un produit bio ?*

L'agriculture biologique est définie et réglementée au niveau européen par la réglementation RUE 2018/848. Un produit bio dès lors qu'il est pré-emballé, doit obligatoirement présenter l'Eurofeuille.

Ainsi la présence de l'Eurofeuille garantit aux consommateurs :

- un produit respectant la réglementation bio européenne en vigueur (RUE 2018/848) :
 - La non-utilisation de produits chimiques de synthèses ;
 - L'interdiction de recours aux OGM ainsi qu'aux produits dérivés ;
 - La mise en place de pratiques veillant au bien-être animal ;
 - Le non-recours à des engrais chimiques ;
 - Le recours limité à des additifs pour l'agro-alimentaire (seuls 59 autorisés pour des usages et des quantités limités) ;
 - Des procédés des transformations interdits (comme l'hydrogénation des graisses, les traitement ionisants...) ;
- des opérateurs certifiés bio & contrôlés par des organismes indépendants ou par l'état membre lui-même. En Belgique, le contrôle se fait par des organismes de contrôles ;
- un minimum de 95% d'ingrédients issus de l'agriculture biologique pour un produit transformé (une tolérance admise uniquement pour les ingrédients non disponibles en bio ou non certifiables).

3.1.1.2 *Résultats de l'étude*

De manière spontanée, pour le consommateur interrogé, un produit bio serait avant tout un produit obtenu sans l'emploi de produits chimiques de synthèse. En effet, 35% des Belges associent spontanément le bio à des produits sans pesticides/produits chimiques. Ensuite, les consommateurs évoquent un produit :

- | | |
|--|------------------|
| • Naturel/avec des ingrédients naturels (8%) ; | • ... |
| • Respectueux de l'environnement (4%) ; | • Durable (2%) ; |
| • Bon pour la santé (2%) ; | • Local (1%) |
| • Qui tient compte du bien-être animal (2%) ; | |
| • Avec un prix plus élevé (2%) ; | |

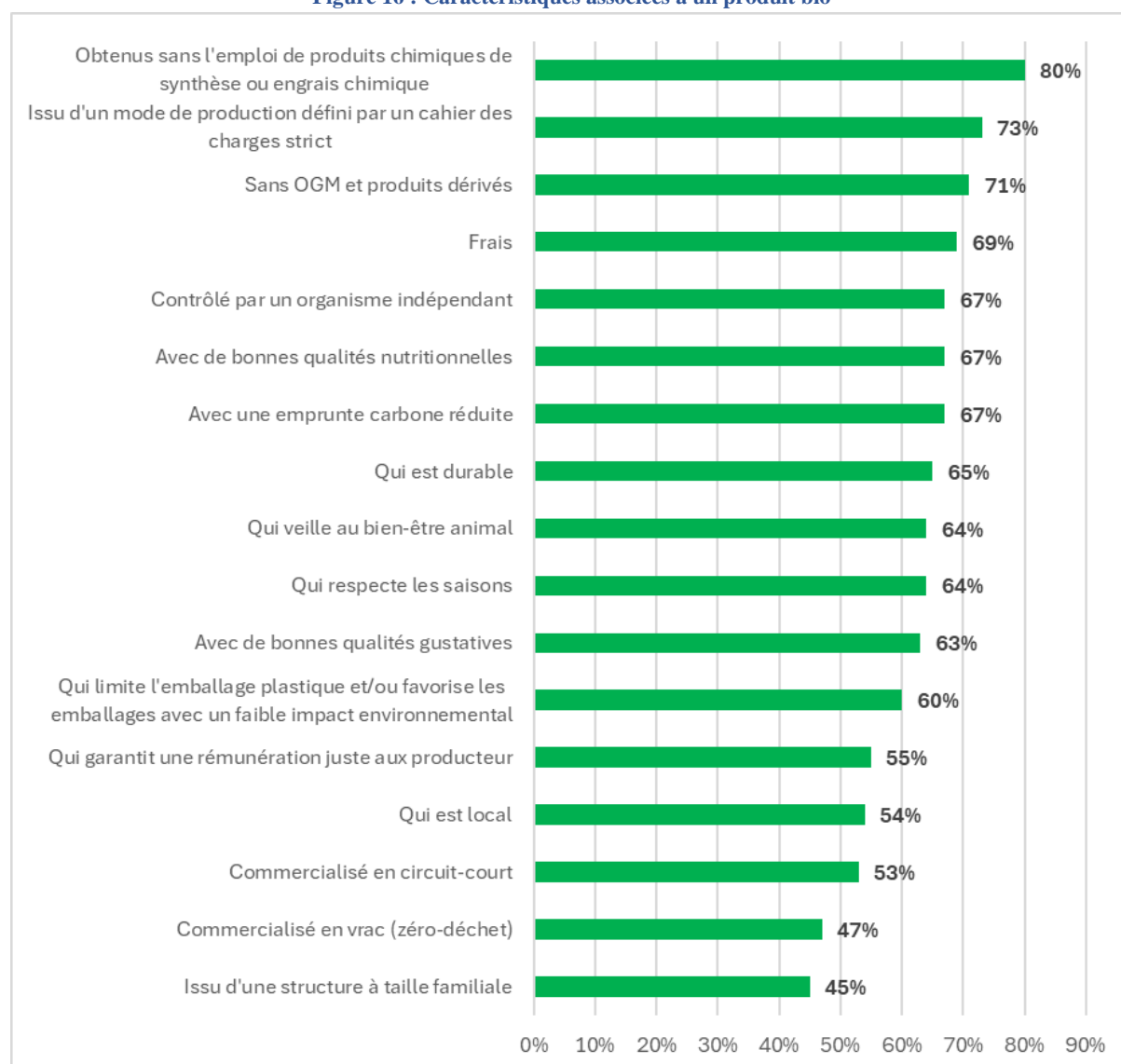
Pour 61% des répondants, aucun élément n'a été défini comme caractéristique d'un produit bio.

Dans un second temps, et par association assistée, le constat est identique (voir Figure 16) : la non-utilisation de produits chimiques de synthèse ou d'engrais chimique est la caractéristique la plus associée aux produits bio (80%). Il ressort également que certains critères sont davantage associés aux produits bio par rapport à 2022 : *obtenu sans l'emploi de produits chimiques ou engrais de synthèse*, qui est le critère le plus cité (80%, +4 points), *sans OGM et produits dérivés* (71%, +4 points) et *contrôlé par un organisme indépendant* (67%, +5 points). A l'inverse, l'association entre bio et local est moins forte (54%, -6 points). Les autres critères restent stables.

Il s'ensuit la définition suivante.

Le consommateur belge associerait un produit bio à :
« Un produit sans pesticide, sans produit chimique, issu d'un mode de production défini par un cahier des charges strict et sans OGM ou produit dérivé. »

Figure 16 : Caractéristiques associées à un produit bio⁷



⁷ Sont comptabilisées les notes = ou > à 7/10.

3.1.1.3 Discussion

Le terme bio est globalement bien compris par les consommateurs, sur base des propositions présentées aux répondants. Toutefois, certains termes associés ne sont pas liés au cahier des charges :

- Produit local ;
- Circuit court ;
- Frais ;
- Respectent les saisons ;
- Vrac ;
- ...

Une hypothèse par rapport à ces observations est que le consommateur se base sur sa propre expérience d'achat. Le fait que le bio est un secteur qui s'oriente plus facilement vers le circuit-court pour la vente de ses produits et que les magasins s'orientent aussi plus régulièrement vers des produits vendus en vrac sont des facteurs qui pourraient expliquer ces assimilations par le consommateur avec le produit bio.

3.1.2 Quelle est la compréhension des termes « produit durable » et « produit local » ?

Base : Total (N = 1.500)

3.1.2.1 Définition d'un produit alimentaire durable

Le terme « produit durable » n'est pas à proprement dit défini par une réglementation, ou un cahier des charges. L'ADEME⁸ (Agence de la transition écologique en France) définit sur son site internet l'alimentation durable comme « l'ensemble des pratiques alimentaires qui visent à nourrir les êtres humains en qualité et en quantité suffisante, aujourd'hui et demain, dans le respect de l'environnement, en étant accessible économiquement et rémunératrice sur l'ensemble de la chaîne alimentaire.

Au niveau de la Wallonie, si aucune définition officielle n'est disponible, il existe un référentiel de l'alimentation durable qui traite de la transition vers un système alimentaire durable, en se basant sur 8 principes généraux :

- L'exception et la priorité alimentaire (l'alimentation répondant à un besoin humain fondamental) ;
- La multiplicité des valeurs liées à l'alimentation ;
- L'approche systémique ;
- L'amélioration continue (vers une système alimentaire durable) ;
- La diversité de sous-systèmes ;
- La collaboration dynamique avec l'ensemble des acteurs ;
- L'équité sociale ;
- La résilience.⁹

⁸ Centre de ressources ADEME, Alimentation durable : enjeux et priorités de l'ADEME, URL : <https://economie-circulaire.ademe.fr/alimentation-durable>, dernière lecture le 27 octobre 2025

⁹ SPW – Département du Développement Durable, 2018, Vers un système alimentaire durable en Wallonie – Le Référentiel, URL : https://www.mangerdemain.be/wp-content/uploads/2020/07/Referentiel_AD_WEB_compressed-1.pdf

3.1.2.2 Résultats de l'étude

Pour la notion de « durable », 30% des Belges interrogés associent spontanément un produit durable à un produit respectueux de l'environnement, avec une empreinte carbone limitée. Ensuite, ils évoquent un produit :

- Avec une longue durée de vie (12%) ;
- Avec un emballage plastique minimal (5%) ;
- Recyclable ou réutilisable (4%) ;
- Local (4%) ;
- Qui rémunère équitablement le producteur (4%) ;
- Avec une qualité supérieure (3%) ;
- Avec une utilisation minimale de produits chimiques (2%) ;
- ...
- Bio (2%)

44% des répondants n'ont défini aucun élément comme caractéristique d'un produit durable.

Par association assistée, les premiers critères associés à des produits durables sont liés à l'environnement : empreinte carbone réduite (76%), emballage plastique limité (72%).

Certains critères sont plus associés au durable qu'au bio : respect des saisons (70%), commercialisé en circuit-court (68%) et garantie d'une rémunération juste aux producteurs (68%).

Il s'ensuit la définition suivante.

Le consommateur belge associerait un produit durable à :

« Un produit respectueux de l'environnement, avec une empreinte carbone limitée, qui limite l'emballage plastique et qui respecte les saisons. »

3.1.2.3 Discussion

Il est important de préciser que la durabilité ne se limite pas uniquement à une composante environnementale, mais comprend également une composante sociétale et économique. La définition d'un produit durable tel que défini par le consommateur aborde assez peu ces aspects. Il a d'ailleurs été démontré dans une autre étude menée par l'Observatoire que la thématique de la durabilité environnementale était plus importante que celle de la durabilité économique et la durabilité sociale (respectivement 52%, 42% et 38%).¹⁰ Notons que ces données ont été collectées au sein de la population belge francophone.

Ce constat peut être liée à de multiples facteurs externes qui impactent le consommateur, notamment au niveau du marketing autour de ces produits, et notamment autour de l'impact sur l'environnement.

¹⁰ Observatoire de la Consommation (APAQ-W), 2026, De l'agriculture à l'alimentation : des attentes et des perspectives pour demain. Quels futurs pour le système agro-alimentaire wallon en 2035 ? (à paraître)

3.1.2.4 *Définition d'un produit alimentaire local*

La notion de « local » dans l'alimentation ne dispose pas d'une définition officielle, que cela soit au niveau de la réglementation ou d'un cahier des charges au sens strict.

La notion de local peut néanmoins en complément apparaître dans certains cahiers des charges comme celui de Biogarantie belge (label privé qui vise à identifier des produits bio belges) :

- La culture bio des matières premières en Belgique ;
- L'élaboration de produits transformés en Belgique, et si possible à partir de matières premières biologiques belges¹¹ ;
- Si ce n'est pas possible, seuls le ou les ingrédients principaux (composant plus de 50% du produit final) doivent venir de Belgique.

Des labels de qualité comme AOP (Appellation d'Origine Protégée) ou IGP (Indication Géographique Protégée) font également référence à un territoire, une région, ou une pratique (recette). Certaines notions de local assimilent le local avec un savoir-faire local (recettes, bières, chocolat...).

3.1.2.5 *Résultats de l'étude*

Pour la notion de local, 40% des Belges associent spontanément un produit local à un produit de la région, produit dans un certain rayon de proximité du domicile. Ensuite, ils évoquent un produit :

- Du même pays que le lieu de vente/belge (15%) ;
- Cultivé localement (13%) ;
- Vendu en circuit-court (6%) ;
- Avec une empreinte carbone limitée (4%) ;
- Frais (2%) ;
- ...
- Bio (1%).

28% des répondants n'ont défini aucun élément comme caractéristique d'un produit local.

Par association assistée, les premiers critères associés à des produits locaux sont liés aux circuits-courts (82%) et à la fraîcheur des produits (78%). Certains critères sont plus associés au local qu'au bio : commercialisé en circuit-court, qui respecte les saisons et issu d'une structure à taille familiale (67%).

Il s'ensuit la définition suivante.

Le consommateur belge associerait un **produit local** à :
« *Un produit de ma région, commercialisé en circuit-court, à proximité de mon domicile, un produit frais et qui respecte les saisons.* »

¹¹ Ecoconso, Le label Biogarantie et Biogarantie Belgium pour les produits d'alimentation, URL : https://www.ecoconso.be/fr/content/le-label-biogaranterie-et-biogaranterie-belgium-pour-les-produits-dalimentation#_ftn2, dernière lecture le 27 octobre 2025

3.1.2.6 Discussion

Comme indiqué dans la définition, la notion de local est propre à chacun, et aux valeurs qui y sont mises derrière. Ici, le terme « local » semble rimer avec « circuit-court » (vente directe nombre d'intermédiaires limité, et avec un lieu de vente proche du site de production) ; et concernerait principalement « produits (primaires ou faiblement transformés) frais » et respectant la saisonnalité. Il faut toutefois prendre en compte que le terme local est complexe à définir, pouvant faire référence à un terroir, un savoir-faire, ... et pouvant concerner des produits transformés.

3.2 Quel(s) intérêt(s) portent les Belges aux produits labellisés bio ?

3.2.1 Quel est l'intérêt du consommateur belge pour les produits labellisés bio ?

Base : Total (N = 1.500)

Sur une échelle de 1 à 10, les adultes belges interrogés déclarent un **score d'intérêt moyen de 5,8/10 et un score d'intérêt médian¹² de 6/10 pour les produits labellisés bio.**

Si l'on considère qu'attribuer un score supérieur ou égal à 8/10 correspond à un intérêt élevé, **29,7% des Belges déclarent un intérêt élevé pour les produits labellisés bio.** Ils sont à l'inverse 43,5% à déclarer un intérêt bas (score inférieur ou égal à 5/10) et 26,9% à déclarer un intérêt modéré (score de 6 ou 7/10).

3.2.2 Comment cet intérêt se comporte-t-il par rapport à l'intérêt pour des « produits locaux » ou des « produits durables » ?

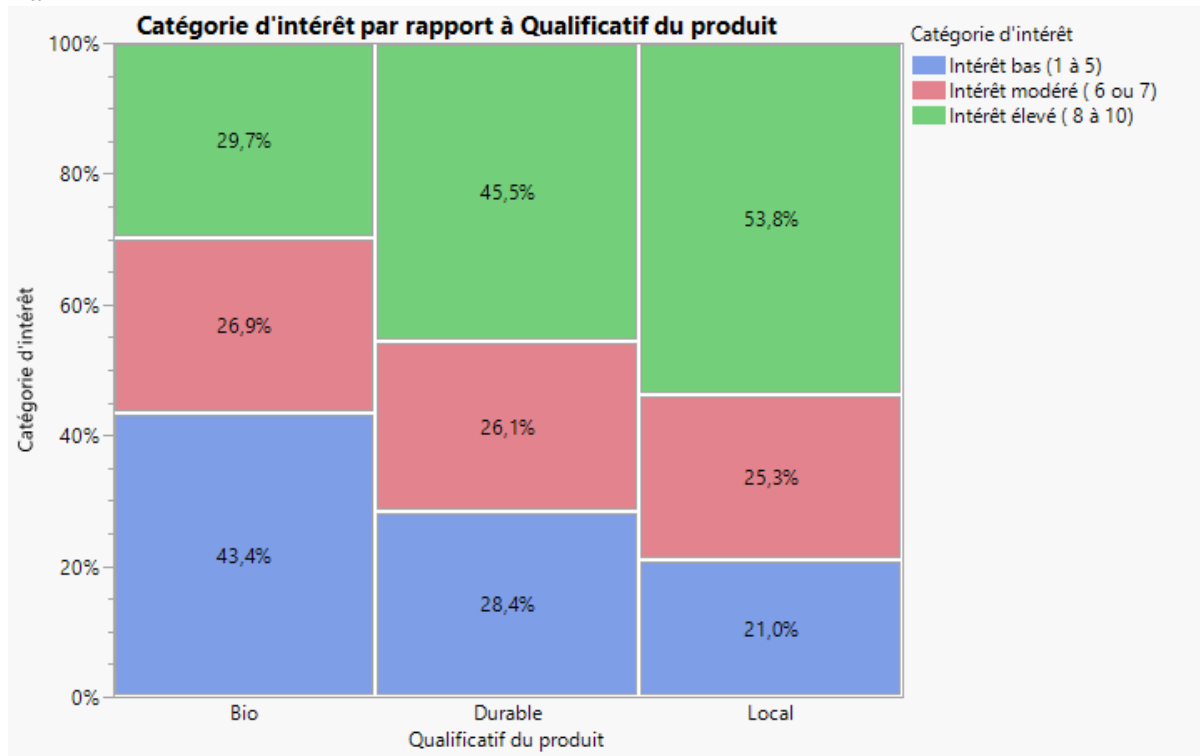
Base : Total (N = 1.500)

Selon notre étude, par rapport aux produits labellisés bio, les qualificatifs « produit local » et « produit durable » semblent susciter davantage l'intérêt des Belges.

La Figure 17 permet de comparer les distributions des scores d'intérêt déclaré par les Belges pour ces trois types de produits. Avec une moyenne de 7,2/10 et une médiane de 8/10, **les scores d'intérêt sont les plus élevés pour les produits locaux.** L'intérêt pour les produits durables suit, avec un score moyen de 6,7/10 et un score médian de 7/10.

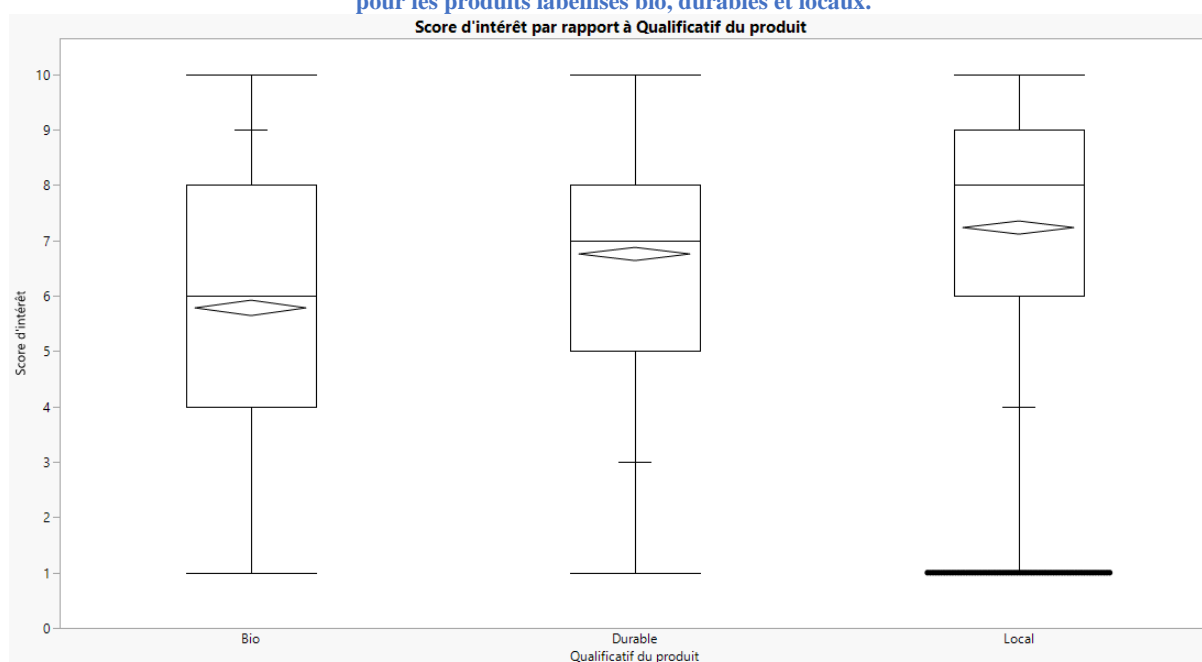
¹² Un score médian de 6/10 signifie que 50% des consommateurs déclarent avoir un intérêt inférieur ou égal à 6/10 pour les produits labellisés bio, tandis que 50% déclarent un intérêt supérieur à 6/10. L'avantage de cet indicateur est d'être moins sensible aux valeurs extrêmes.

La



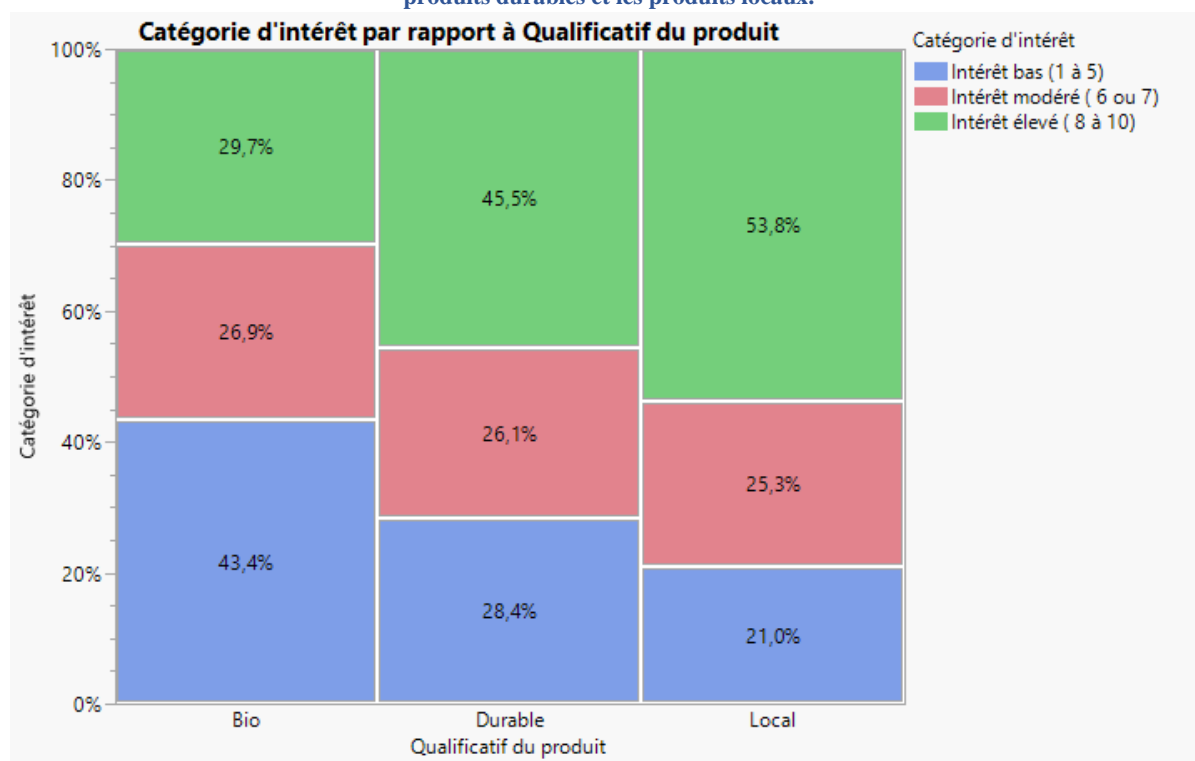
18 confirme ces tendances, avec 53,8% des Belges déclarant un niveau d'intérêt élevé pour les produits locaux, 45,5% déclarant un niveau d'intérêt élevé pour les produits durables et 29,7% déclarant un niveau d'intérêt élevé pour les produits bio.

Figure 17. Boxplots des scores d'intérêt déclarés par les adultes Belges pour les produits labellisés bio, durables et locaux.



Pour chaque qualificatif de produit, la distribution des scores est représentée par une « boîte » délimitée par les quantiles Q25 et Q75 de la distribution. 50% des répondants déclarent donc un score d'intérêt compris dans les limites de cette boîte. Au sein de cette boîte, la médiane (Q50) est représentée par une ligne horizontale. À l'extérieur de la « boîte », les limites inférieures et supérieures de la représentation correspondent aux minimum et maximum de la distribution des scores d'intérêt déclarés. La diagonale horizontale du losange indique le niveau de la moyenne du score d'intérêt pour la catégorie de produits concernée.

Figure 18. Distribution des niveaux d'intérêt déclarés par les adultes Belges pour les produits labellisés bio, les produits durables et les produits locaux.



En moyenne, un adulte belge accorde à son intérêt pour les **produits durables** un score supérieur de **+0,97** par rapport à son propre score d'intérêt pour les produits labellisés bio (différence médiane nulle). En moyenne, il accorde à son intérêt pour les **produits locaux** un

score supérieur de **+1,44** par rapport à son propre score d'intérêt pour les produits labellisés bio (différence médiane +1).

3.2.3 Des facteurs socio-démographiques influencent-ils l'intérêt relatif porté aux produits bio, aux produits durables et aux produits locaux ?

Quel que soit le facteur socio-démographique testé (classe d'âge, classe sociale, région, langue, genre, taille du ménage, habitat), l'intérêt déclaré par un même répondant est en moyenne supérieur pour les produits locaux que pour les produits durables, qui bénéficient eux-mêmes d'un intérêt supérieur à celui porté aux produits bio.

Cependant, comme présenté dans le Tableau 1, **l'ampleur de la différence moyenne entre les scores d'intérêt accordés par un même individu aux produits labellisés bio, durables et locaux dépend de différents facteurs socio-démographiques.**

Tableau 1. Différences moyennes entre les scores d'intérêts déclarés par un même individu selon les qualificatifs des produits.

	Différence Score d'intérêt Produit durable - Score d'intérêt Produit Bio Moyenne	Différence Score d'intérêt produits locaux - Score d'intérêt produit bio Moyenne
	0,97	1,44
Genre		
Un homme	0,90	1,45
Une femme	1,04	1,44
Langue		
Français	0,93	1,19
Néerlandais	1,00	1,63
Tranche d'âge		
18-24	0,83	1,00
25-34	0,67	0,73
35-44	0,79	1,06
45-54	0,88	1,43
55-64	1,23	2,22
65-74	1,46	2,17
Région		
Bruxelles	0,58	0,71
Flandre	1,00	1,62
Wallonie	1,05	1,37
Classes sociales		
Supérieure (CS 1-2)	0,55	1,02
Intermédiaire (CS 3-6)	1,03	1,56

Inférieure (CS 7-8)	1,34	1,68
---------------------	------	------

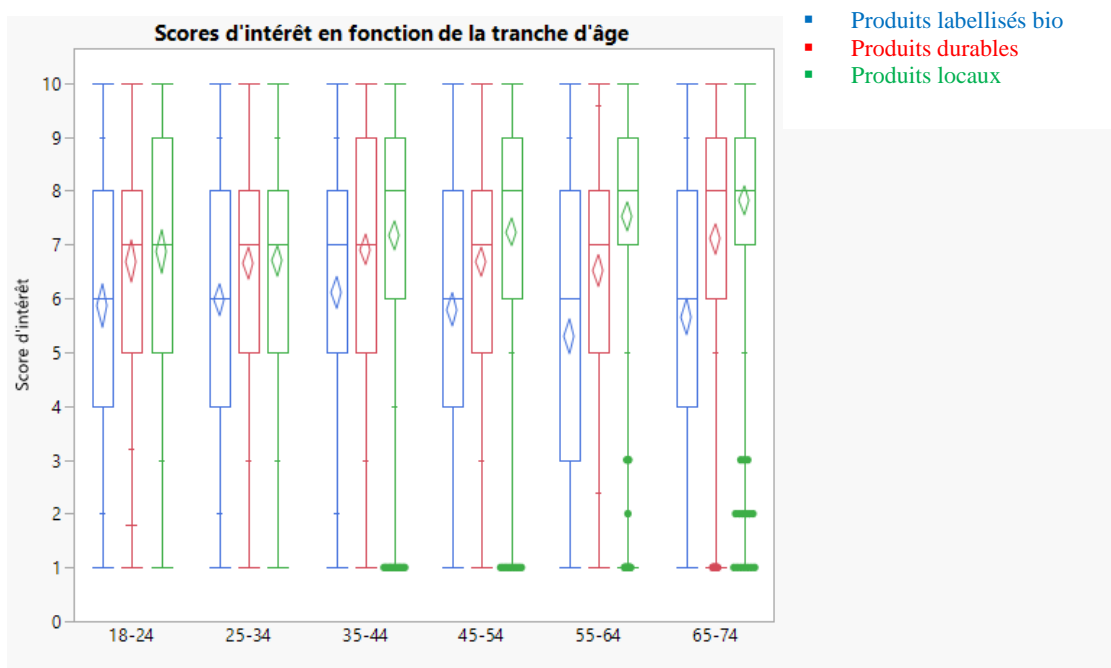
Taille du ménage		
Mén 1	1,10	1,68
Mén 2	1,22	1,76
Mén 3+	0,77	1,17

Habitat		
Communes rurales	0,95	1,46
Grands centres	0,85	1,11
Petites localités	1,24	1,94
Villes	0,88	1,33

En particulier, il est intéressant de noter que :

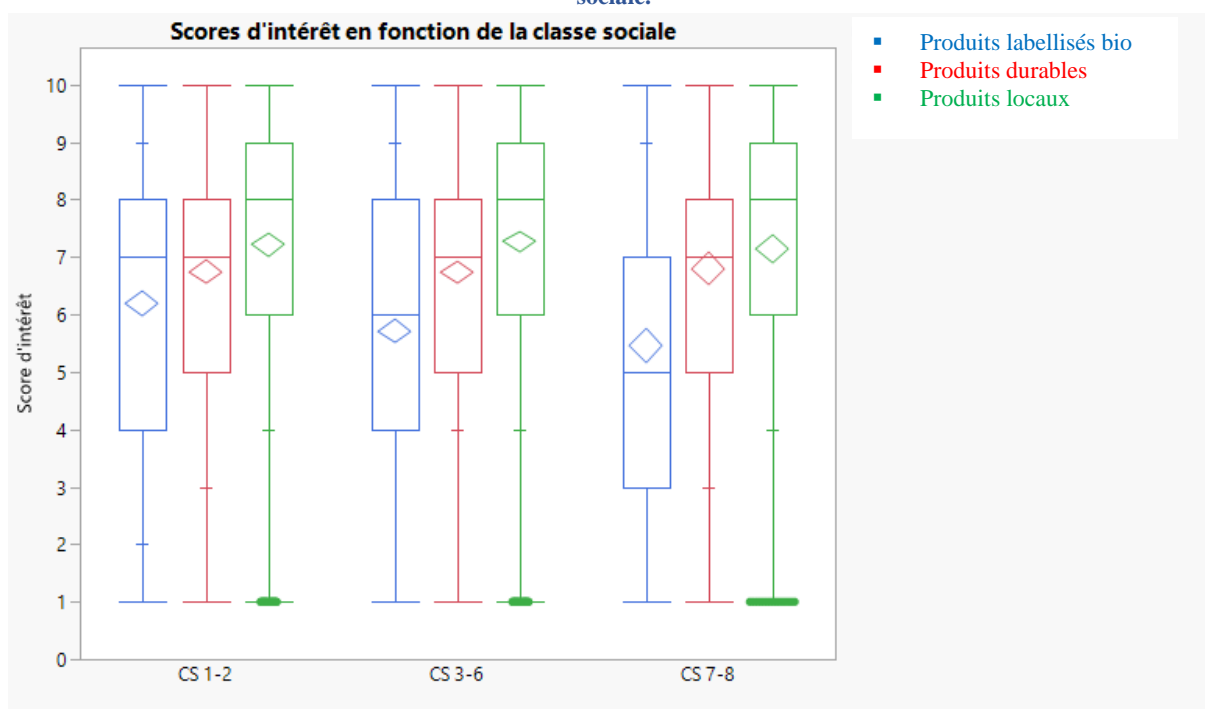
- **Au plus le répondant est âgé, au plus l'écart tend à se creuser entre son score d'intérêt pour les produits labellisés bio et son score d'intérêt pour les produits durables ou locaux** (sauf pour les 18-24 ans), ces derniers produits étant en moyenne mieux notés. La . 19 illustre la distribution des scores d'intérêt déclarés en fonction des qualificatifs des produits, pour chaque tranche d'âge. L'évolution des distributions en fonction de la tranche d'âge y est bien visible.
- **Au plus la classe sociale du répondant diminue, au plus l'écart tend à se creuser entre son score d'intérêt pour les produits labellisés bio et son score d'intérêt pour les produits durables ou locaux**, ces derniers étant en moyenne mieux notés. Comme l'illustre la Figure 20, ce sont en particulier les scores d'intérêt moyens ou médians pour les produits labellisés bio qui diminuent dans les classes sociales plus faibles.
- Par rapport aux Wallons et aux Flamands, **les Bruxellois tendent davantage à attribuer des scores d'intérêt proches aux produits bio, aux produits durables et aux produits locaux**. Comme l'illustre la Figure 21, les scores d'intérêt moyens et médians pour les produits locaux présentent peu de différences en fonction de la région, et sont supérieurs aux scores moyens et médians accordés aux produits durables et labellisés bio. Dans toutes les régions, les scores d'intérêt moyens et médians sont inférieurs pour les produits labellisés bio, mais on observe néanmoins des différences dans la distribution des scores d'intérêt en fonction de la région, **les Bruxellois ayant tendance à déclarer un score d'intérêt pour les produits labellisés bio qui est supérieur à celui déclaré par les Wallons et les Flamands**. À Bruxelles, les scores d'intérêt moyens et médians pour les produits durables sont très proches de ceux pour les produits locaux.

Figure 19. Boxplots des scores d'intérêt pour les produits labellisés bio, durables et locaux en fonction de la tranche d'âge.



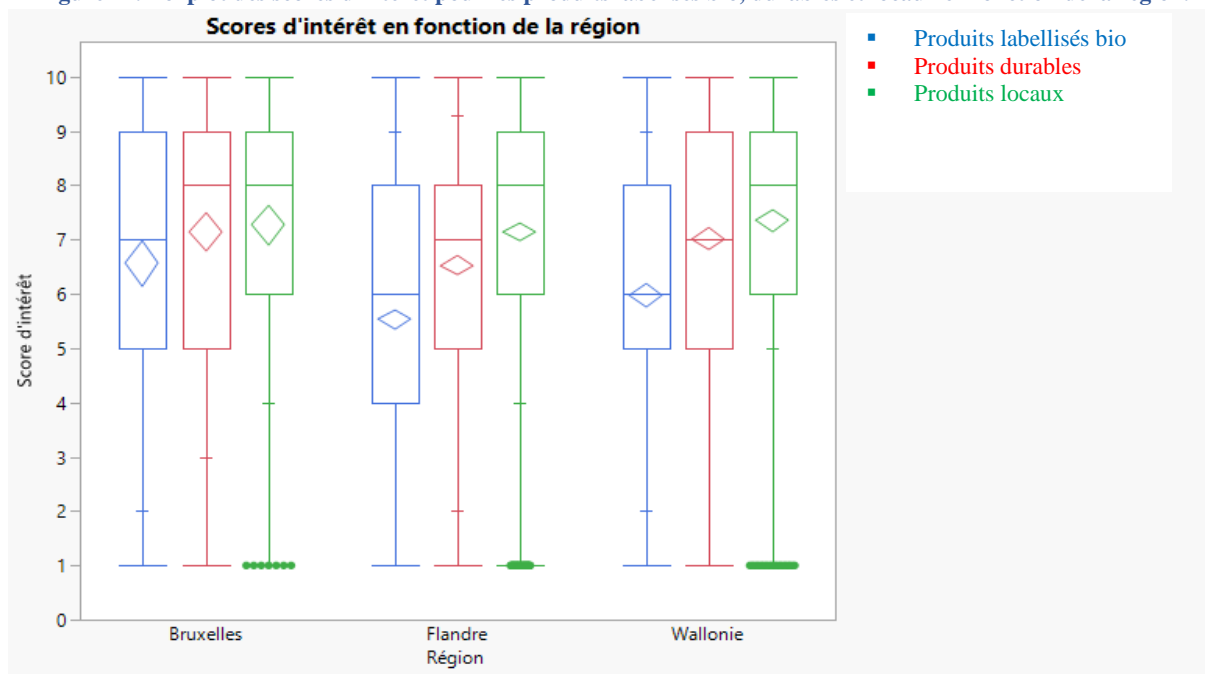
Pour chaque tranche d'âge et qualificatif de produit, la distribution des scores est représentée par une « boîte » délimitée par les quantiles Q25 et Q75 de la distribution. 50% des répondants déclarent donc un score d'intérêt compris dans les limites de cette boîte. Au sein de cette boîte, la médiane (Q50) est représentée par une ligne horizontale. À l'extérieur de la « boîte », les limites inférieures et supérieures de la représentation correspondent aux minimum et maximum de la distribution des scores d'intérêt déclarés. La diagonale horizontale du losange indique le niveau de la moyenne du score d'intérêt pour la tranche d'âge et la catégorie de produits concernée.

Figure 20. Boxplots des scores d'intérêt pour les produits labellisés bio, durables et locaux en fonction de la classe sociale.



Pour chaque classe sociale et qualificatif de produit, la distribution des scores est représentée par une « boîte » délimitée par les quantiles Q25 et Q75 de la distribution. 50% des répondants déclarent donc un score d'intérêt compris dans les limites de cette boîte. Au sein de cette boîte, la médiane (Q50) est représentée par une ligne horizontale. À l'extérieur de la « boîte », les limites inférieures et supérieures de la représentation correspondent aux minimum et maximum de la distribution des scores d'intérêt déclarés. La diagonale horizontale du losange indique le niveau de la moyenne du score d'intérêt pour la classe sociale et la catégorie de produits concernée.

Figure 21. Boxplot des scores d'intérêt pour les produits labellisés bio, durables et locaux en fonction de la région.



Pour chaque région et qualificatif de produit, la distribution des scores est représentée par une « boîte » délimitée par les quantiles Q25 et Q75 de la distribution. 50% des répondants déclarent donc un score d'intérêt compris dans les limites de cette boîte. Au sein de cette boîte, la médiane (Q50) est représentée par une ligne horizontale. À l'extérieur de la « boîte », les limites inférieures et supérieures de la représentation correspondent aux minimum et maximum de la distribution des scores d'intérêt déclarés. La diagonale horizontale du losange indique le niveau de la moyenne du score d'intérêt pour la région et la catégorie de produits concernée.

3.2.4 Comment l'intérêt pour le bio s'associe-t-il à l'intérêt pour des produits locaux ou des produits durables ?

Base : Total (N = 1.500)

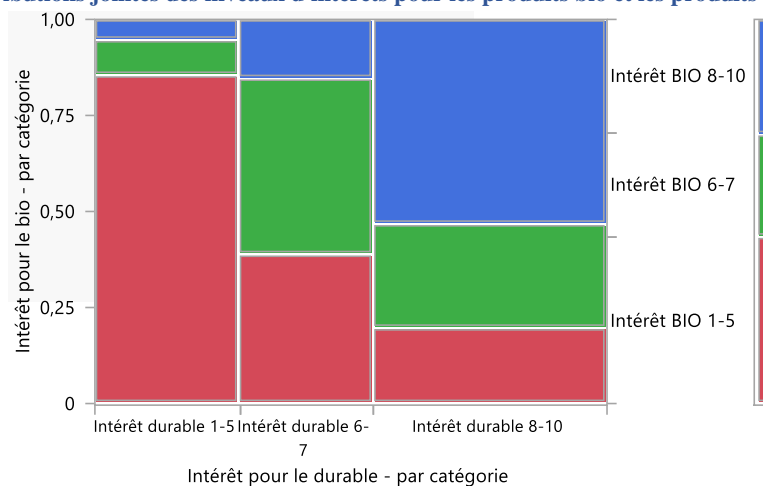
Les scores d'intérêt déclarés pour les produits labellisés bio, pour les produits durables et pour les produits locaux sont tous corrélés positivement¹³, comme présenté dans le Tableau 2, et les corrélations observées sont significativement non nulles (p-valeur < 0.0001). La corrélation la plus forte (r = 0.68) est observée entre le score accordé à l'intérêt porté aux produits locaux et aux produits durables. La corrélation la moins forte (r = 0.55) est observée entre le score accordé à l'intérêt pour les produits labellisés bio et pour les produits locaux.

Tableau 2. Corrélations entre les scores d'intérêt (. /10) pour les produits bio, les produits locaux et les produits durables.

Corrélations entre les scores d'intérêt	Produits labellisés BIO	Produits durables	Produits locaux
Produits labellisés BIO		0,65	0,55
Produits durables	0,65		0,68
Produits locaux	0,55	0,68	

Lorsque les scores d'intérêts sont catégorisés en fonction d'un niveau bas (score d'intérêt inférieur ou égal à 5/10), intermédiaire (score d'intérêt de 6/10 ou 7/10) ou élevé (score d'intérêt supérieur ou égal à 8/10), on observe sans surprise que **les niveaux d'intérêt relevés pour les produits bio, les produits locaux et les produits durables sont significativement liés** (test du chi carré, rejet de l'hypothèse d'indépendance avec une p-valeur < 0.0001 pour chaque paire de variables). Les Figure 22, 23 et 24 présentent les diagrammes en mosaïques associés.

Figure 22. Distributions jointes des niveaux d'intérêts pour les produits bio et les produits durables



¹³ Signifie que les scores d'intérêt évoluent dans le même sens.

Figure 23. Distributions jointes des niveaux d'intérêts pour les produits bio et les produits locaux.

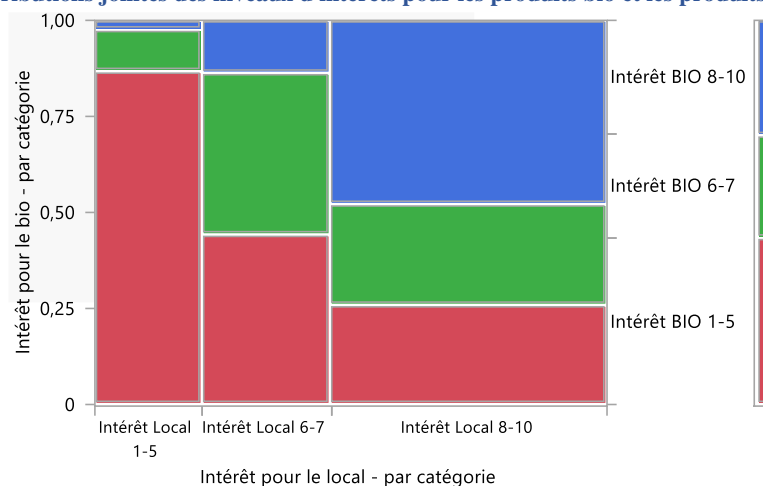
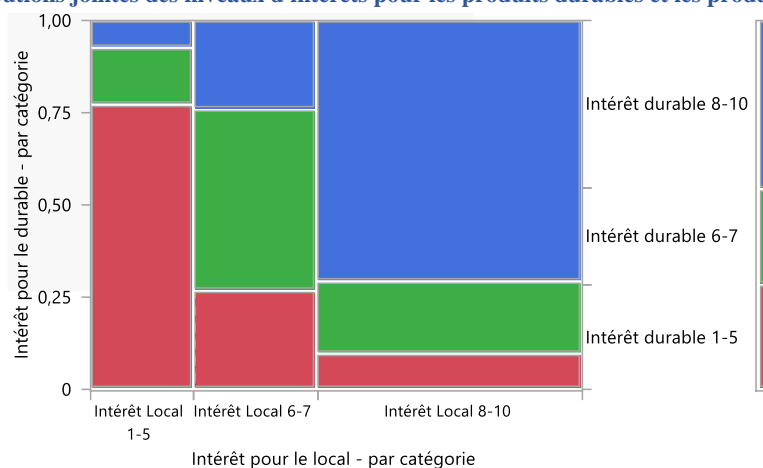


Figure 24. Distributions jointes des niveaux d'intérêts pour les produits durables et les produits locaux.



3.2.4.1 Intérêt croisé pour les produits bio et durables

Près d'un Belge sur quatre (24,2%) déclare simultanément un intérêt élevé (score d'intérêt supérieur ou égal à 8/10) pour les produits bio et pour les produits durables.

À l'inverse, près d'un Belge sur quatre (24,2%) déclare simultanément un intérêt bas (score d'intérêt inférieur ou égal à 5/10) pour les produits bio et pour les produits durables.

Moins d'un Belge sur dix (8,95%) déclare un intérêt élevé pour les produits durables, mais un intérêt bas pour les produits bio. Moins d'un Belge sur 50 (1,42%) déclare un intérêt élevé pour les produits bio mais un intérêt bas pour les produits durables. Il est donc rare que les Belges présentent un intérêt élevé pour le bio sans s'intéresser également à la durabilité des produits (intérêt modéré ou élevé, score supérieur ou égal à 6/10).

Dans l'étude, aucun répondant (sur 1.500) n'a d'ailleurs déclaré un intérêt élevé pour les produits bio et un intérêt inférieur à 4/10 pour les produits durables.

3.2.4.2 Intérêt croisé pour les produits bio et locaux

Un Belge sur quatre (25,7%) déclare simultanément un intérêt élevé (score d'intérêt supérieur ou égal à 8/10) pour les produits bio et les produits locaux. Près d'un Belge sur cinq (18,2%)

simultanément un intérêt bas (score d'intérêt inférieur ou égal à 5/10) pour les produits bio et les produits locaux.

Près d'un Belge sur sept (14,0%) déclare simultanément un intérêt élevé pour les produits locaux et un intérêt bas pour les produits bio. Moins d'un Belge sur cent (0,52%) déclare simultanément un intérêt élevé pour les produits bio et un intérêt bas pour les produits locaux. Il est donc rare que les Belges présentent un intérêt élevé pour le bio sans s'intéresser également au caractère local des produits (intérêt modéré ou élevé, score supérieur ou égal à 6/10). Plus précisément, un seul répondant sur 1500 a déclaré simultanément un intérêt élevé pour les produits bio et un intérêt inférieur à 4/10 pour les produits locaux dans le cadre de cette étude.

3.2.4.3 Intérêt croisé pour les produits locaux et durables

Près de quatre Belges sur dix (37,9%) déclarent simultanément un intérêt élevé (score d'intérêt supérieur ou égal à 8/10) pour les produits durables et les produits locaux. Un peu plus d'un Belge sur six (16,2%) déclarent simultanément un intérêt bas (score d'intérêt inférieur ou égal à 5/10) pour les produits durables et les produits locaux.

Un peu plus d'un Belge sur 20 (5,4%) déclare simultanément un intérêt élevé pour les produits locaux et un intérêt bas pour les produits durables. Moins d'un Belge sur cinquante (1,52%) déclare simultanément un intérêt élevé pour les produits durables et un intérêt bas pour les produits locaux.

3.3 Quelles associations le consommateur belge fait-il entre produit labellisé bio, produit durable et produit local ?

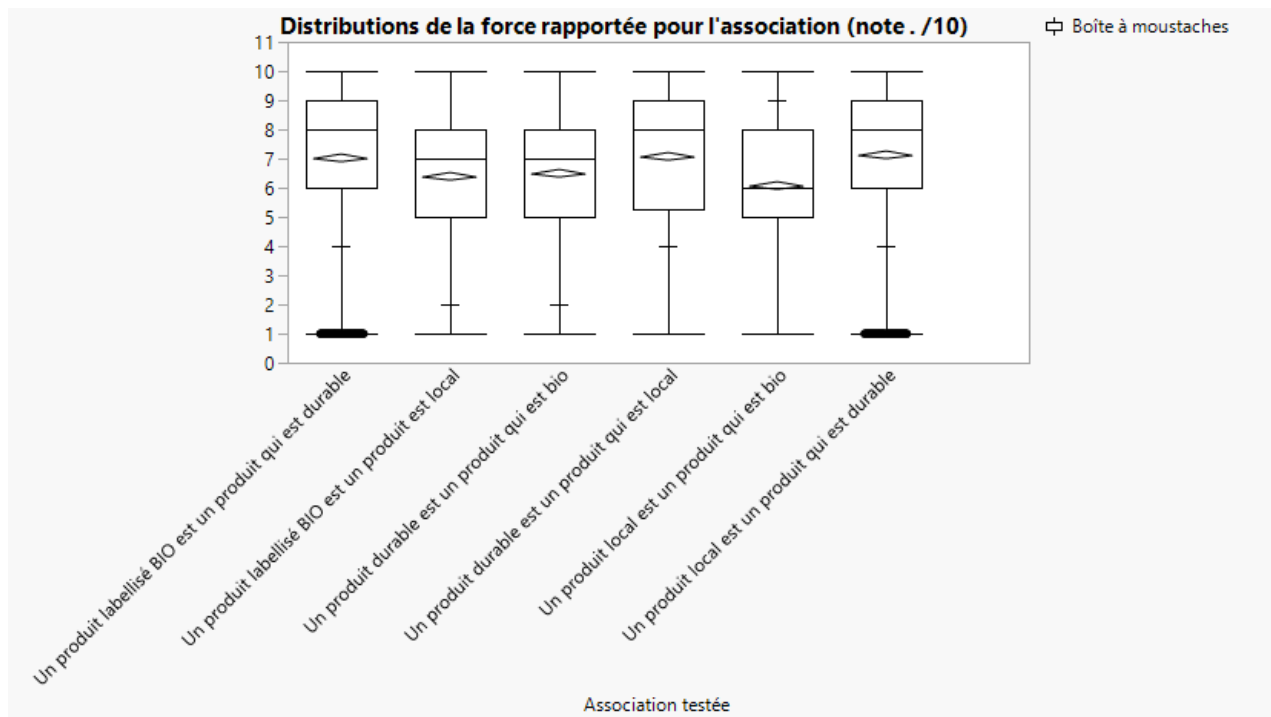
Base : Total (N = 1.500)

Afin d'évaluer les associations perçues par la population entre produits labellisé bio, produits durables et produits locaux, les répondants ont attribué un score de 1 à 10 aux associations suivantes : « un produit labellisé bio est un produit qui est durable », « un produit labellisé bio est un produit qui est local », « un produit durable est un produit qui est labellisé bio », « un produit durable est un produit qui est local », « un produit local est un produit qui est labellisé bio » et « un local durable est un produit qui est durable ». Le Tableau 3 **Erreur ! Source du r envoi introuvable.** et la Figure 255 présentent les distributions des scores ainsi attribués.

Tableau 3. Moyenne et médiane des scores accordés aux associations entre produits labellisés bio, produits durables et produits locaux.

Score (/10) accordé à l'association	Moyenne	Médiane
Un produit labellisé BIO est un produit qui est durable	7,1	8
Un produit labellisé BIO est un produit qui est local	6,3	7
Un produit durable est un produit qui est bio	6,5	7
Un produit durable est un produit qui est local	7,0	8
Un produit local est un produit qui est bio	6,0	6
Un produit local est un produit qui est durable	7,1	8

Figure 25. Boxplots des scores attribués aux associations entre produits labellisés bio, produits durables et produits locaux.



Pour chaque affirmation, la distribution des scores est représentée par une « boîte » délimitée par les quantiles Q25 et Q75 de la distribution. 50% des répondants déclarent donc un score d'association compris dans les limites de cette boîte. Au sein de cette boîte, la médiane (Q50) est représentée par une ligne horizontale. À l'extérieur de la « boîte », les limites inférieures et supérieures de la représentation correspondent aux minimum et maximum de la distribution des scores d'association déclarés. La diagonale horizontale du losange indique le niveau de la moyenne du score d'association attribué pour l'affirmation concernée.

Indépendamment des autres caractéristiques associées par les consommateurs aux produits bio, durables et locaux, les Belges considèrent majoritairement qu'un produit labellisé bio est un produit durable, qu'un produit local est un produit durable, et qu'inversement un produit durable est un produit local. Dans chaque cas, la moitié répondants accordent une note supérieure à 8/10 à l'association ainsi proposée.

Les notes associées à toutes les affirmations sont corrélées positivement entre elles (corrélations comprises entre 0.43 et 0.60), et toutes les corrélations sont significatives (p-valeur < 0.0001 pour le test $H_0 : r=0$).

3.4 Quelles caractéristiques sont associées aux produits labellisés bio, aux produits durables et aux produits locaux ?

Base : Total (N = 1.500)

L'objectif de cette section est de mieux comprendre quelles caractéristiques les Belges associent aux qualificatifs « produit (alimentaire) bio », « produit (alimentaire) durable » et « produit (alimentaire) local », et de comprendre les distinctions et rapprochements qu'ils opèrent entre ces produits.

3.4.1 Caractéristiques associées

À cette fin, un ensemble de caractéristiques a été proposé au panel de répondants en leur demandant de noter dans quelle mesure cette caractéristique est selon eux associée à un « produit labellisé bio », à un « produit durable » et à un « produit local ». La liste des caractéristiques testées est reprise dans le Tableau 4.

Certaines caractéristiques testées correspondent effectivement à des caractéristiques du label bio européen et d'autres non.

Le Tableau 4 permet de visualiser les caractéristiques qui sont les plus souvent associées aux produits labellisés bio, aux produits durables et aux produits locaux. Les pourcentages indiqués représentent les pourcentages de personnes ayant attribué une note supérieure ou égale à 7/10 à l'association de la caractéristique au qualificatif du produit.

Le Tableau 5 reprend les scores moyens et médians associés à chacune des caractéristiques, en fonction du qualificatif du produit.

On note tout d'abord que toutes les caractéristiques proposées tendent à être positivement associées tant aux produits labellisés bio qu'aux produits durables et aux produits locaux : les scores moyens associés par les répondants sont supérieurs ou égaux à 5,8/10 pour toutes les caractéristiques et pour chaque qualificatif de produit, tandis que les scores médians sont tous supérieurs ou égaux à 6/10. Qualifier un produit de *bio*, *durable* ou *local* est donc associé à une perception positive par rapport à l'ensemble des caractéristiques testées.

La caractéristique la plus associée à un **produit labellisé bio** est qu'il est *obtenu sans l'emploi de produits chimiques de synthèse ou engrais chimiques* : 80% des Belges soutiennent cette affirmation (score moyen associé : 8/10 ; score médian associé : 9/10) . Le top 3 des caractéristiques les plus associées aux produits labellisés bio est complété par le fait qu'un produit labellisé bio est *issu d'un mode de production défini par un cahier des charges strict* (affirmation soutenue par 73% des Belges ; score moyen associé : 7,6/10 ; score médian associé : 8/10) et qu'il s'agit d'un *produit sans OGM et produits dérivés* (affirmation soutenue par 71% des Belges ; score moyen associé : 7,5/10 ; score médian associé : 8/10). Ces caractéristiques font effectivement partie des critères garantis par le label bio.

On note toutefois que ces trois caractéristiques sont également associées aux produits durables par respectivement 67%, 68% et 61% des Belges (au sens où cette proportion de répondants attribue un score supérieur ou égal à 7/10 à cette association). De même, ces caractéristiques sont associées aux produits locaux par respectivement 58%, 56% et 54% des Belges.

Il apparaît donc que ces trois traits distinctifs du label bio (absence de produits chimiques de synthèse, absence d'OGM et existence d'un cahier des charges strict) sont connus des Belges, mais qu'une part élevée d'entre eux associe également ces critères aux produits qualifiés de durable ou, dans une moindre mesure, de local.

Les caractéristiques les plus associées à un **produit durable** sont qu'il *a une empreinte carbone réduite* (affirmation soutenue par 76% des Belges; score moyen associé : 7,7/10 ; score médian associé : 8/10), qu'il *limite l'emballage plastique et/ou favorise les emballages avec un faible impact environnemental* (affirmation soutenue par 72% des Belges; score moyen associé : 7,4/10 ; score médian associé : 8/10), et qu'il *respecte les saisons* (affirmation

soutenue par 70% des Belges; score moyen associé : 7,3/10 ; score médian associé : 8/10). Ces trois caractéristiques ne font pas partie du cahier des charges du label bio.

Enfin, les caractéristiques les plus associées à un **produit local** sont qu'il *est commercialisé en circuit-court* (affirmation soutenue par 82% des Belges; score moyen associé : 8,1/10 ; score médian associé : 9/10), qu'il *est frais* (affirmation soutenue par 78% des Belges; score moyen associé : 7,7/10 ; score médian associé : 8/10), et qu'il *a une empreinte carbone réduite* (affirmation soutenue par 75% des Belges; score moyen associé : 7,6 /10 ; score médian associé : 8/10). Ces trois caractéristiques ne font pas partie du cahier des charges du label bio.

Tableau 4. Pourcentage de répondants ayant accordé un score supérieur ou égal à 7/10 à la caractéristique, en fonction du qualificatif du produit.

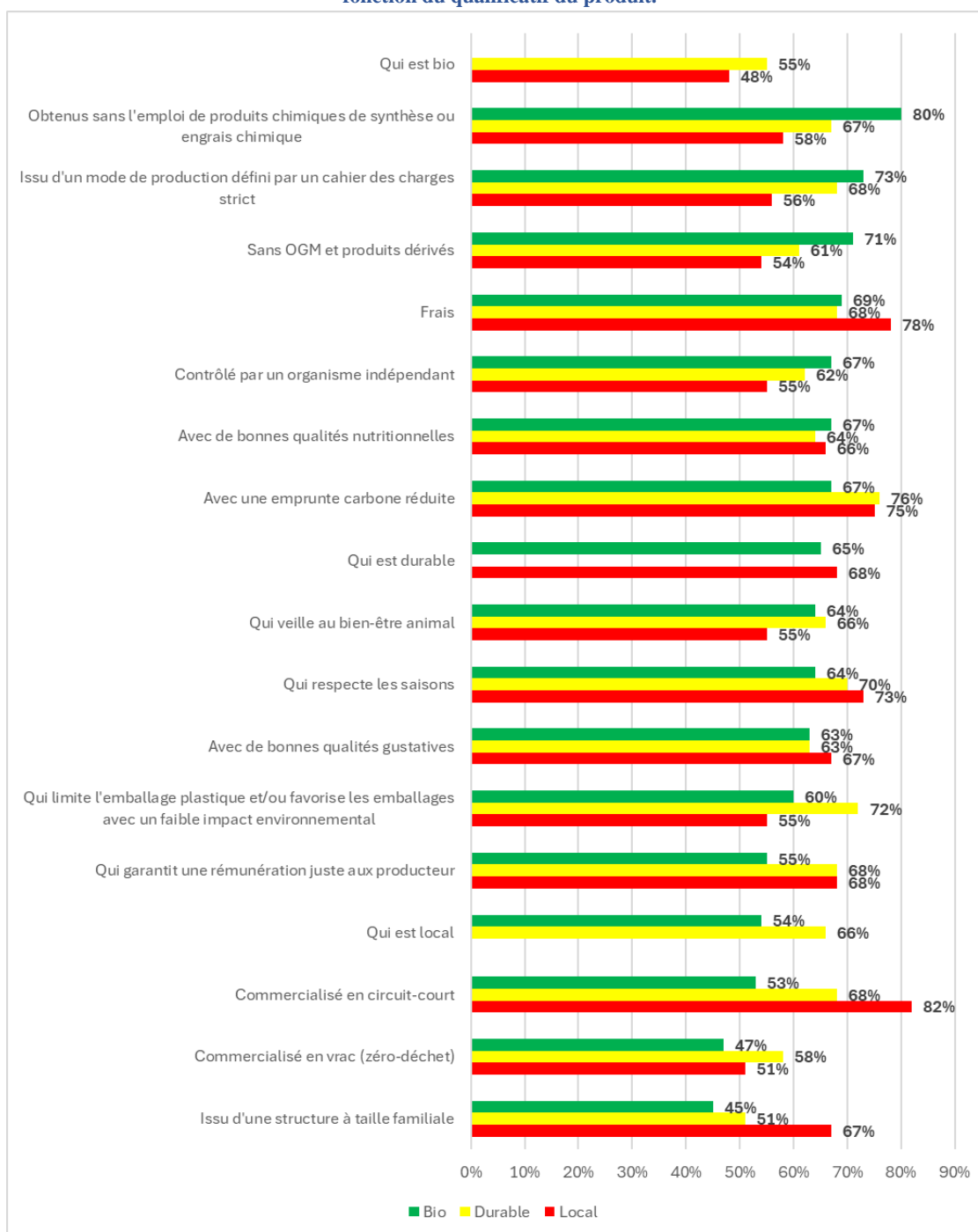


Tableau 5. Score moyen et médian associé à différentes caractéristiques, en fonction du qualificatif du produit.

		Qualificatif du produit		
		Bio	Durable	Local
Issu d'une structure à taille familiale	Moyenne	5,8	6,2	7,1
	Médiane	6	7	8
Contrôlé par un organisme indépendant	Moyenne	7,2	6,8	6,3
	Médiane	8	7	7
Qui respecte les saisons	Moyenne	6,9	7,3	7,5
	Médiane	7	8	8
Qui limite l'emballage plastique et - ou favorise les emballages avec un faible impact environnemental	Moyenne	6,7	7,4	6,4
	Médiane	7	8	7
Commercialisé en circuit-court	Moyenne	6,3	7,2	8,1
	Médiane	7	8	9
Commercialisé en vrac (zéro-déchet)	Moyenne	6,0	6,7	6,1
	Médiane	6	7	7
Sans OGM et produits dérivés	Moyenne	7,5	6,9	6,3
	Médiane	8	7	7
Issu d'un mode de production défini par un cahier des charges strict	Moyenne	7,6	7,1	6,4
	Médiane	8	8	7
Obtenu sans l'emploi de produits chimiques de synthèse ou engrais chimiques	Moyenne	8,0	7,2	6,4
	Médiane	9	8	7
Frais	Moyenne	7,1	7,1	7,7
	Médiane	8	8	8
Qui veille au bien-être animal	Moyenne	6,9	7,0	6,4
	Médiane	7	8	7
Qui garantit une rémunération juste aux producteurs	Moyenne	6,4	7,1	7,1
	Médiane	7	8	8
Avec de bonnes qualités nutritionnelles	Moyenne	7,1	6,8	6,9
	Médiane	8	7	7
Avec de bonnes qualités gustatives	Moyenne	6,9	6,8	7,1
	Médiane	7	7	8
Avec une empreinte carbone réduite	Moyenne	7,1	7,7	7,6
	Médiane	8	8	8
Qui est durable	Moyenne	7,1	.	7,1
	Médiane	8	.	8
Qui est BIO	Moyenne	.	6,5	6,0
	Médiane	.	7	6
Qui est local	Moyenne	6,3	7,0	.
	Médiane	7	8	.

Les différentes caractéristiques testées sont à présent discutées séparément.

Aspects réglementaires

Les aspects réglementaires sont davantage associés aux produits labellisés bio.

- Le caractère **contrôlé par un organisme indépendant** est davantage associé à un *produit bio* : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 8/10 (médiane) à cette caractéristique pour les produits bio.
Cette caractéristique est garantie par le label bio européen (Eurofeuille). En Belgique, cinq organismes de contrôle officiels sont accrédités pour cette mission.

- Le caractère **issu d'un mode de production défini par un cahier des charges strict** est davantage associé à un produit bio : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 8/10 (médiane) à cette caractéristique pour les produits bio.
Cette caractéristique est garantie par le label bio européen (Eurofeuille). Le cahier des charges est défini par la réglementation européenne RUE 2018/848.

Aspects environnementaux

Les aspects environnementaux tendent à être davantage associés aux produits durables.

- Le caractère **qui limite l'emballage plastique et/ou favorise les emballages avec un faible impact environnemental** est davantage associé aux produits durables : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 8/10 (médiane) à cette caractéristique pour les produits durables.
Cette caractéristique n'est pas garantie par le label bio européen (Eurofeuille).

Aspects sociaux

Les aspects sociaux tendent à être davantage associés aux produits locaux.

- Le caractère **issu d'une structure à taille familiale** est davantage associé aux produits locaux : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 8/10 (médiane) à cette caractéristique pour les produits locaux.
Cette caractéristique n'est pas garantie par le label bio européen (Eurofeuille). Mais en Wallonie, les fermes bio sont en moyenne plus petites : 45,6 ha en moyenne pour les fermes bio vs. 59,1ha en moyenne générale.¹⁴
- Le caractère **qui garantit une rémunération juste aux producteurs** est davantage associé par les consommateurs aux produits durables et locaux : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 8/10 (médiane) à cette caractéristique pour les produits durables et pour les produits locaux.
Cette caractéristique n'est pas garantie par le label bio européen (Eurofeuille).

Aspects qualitatifs du produit

- Le caractère **frais** est associé aux produits bio, locaux et durables : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 8/10 (médiane) à cette caractéristique pour chacun des qualificatifs de produit. La variabilité de la distribution est inférieure pour les scores associés aux produits locaux.
Cette caractéristique n'est pas garantie par le label bio européen (Eurofeuille).
- Le caractère **avec de bonnes qualités nutritionnelles** est davantage associé aux produits bio : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 8/10 (médiane) à cette caractéristique pour les produits bio. Les scores moyens sont très proches pour les trois qualificatifs de produits.
Cette caractéristique n'est pas garantie par le label bio européen (Eurofeuille).
- Le caractère **avec de bonnes qualités gustatives** est davantage associé aux produits locaux : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 8/10 (médiane) à

¹⁴ Biowallonie & APAQ-W, 2025, L'agriculture biologique - Les chiffres clés de 2024, <https://www.apaqw.be/sites/default/files/uploads/Actualites%20presse/2025/sb25chiffresbio2024.pdf>

cette caractéristique pour les produits locaux. Les scores moyens sont très proches pour les trois qualificatifs de produits.

Cette caractéristique n'est pas garantie par le label bio européen (Eurofeuille).

Aspects de production agricole

- Le caractère **qui respecte les saisons** est davantage associé aux produits durables et locaux : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 8/10 (médiane) à cette caractéristique pour les produits durables et pour les produits locaux.
Cette caractéristique n'est pas garantie par le label bio européen (Eurofeuille).
- Le caractère **sans OGM et produits dérivés** est davantage associé aux produits bio : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 8/10 (médiane) à cette caractéristique pour les produits bio.
Cette caractéristique est garantie par le label bio européen (Eurofeuille).
- Le caractère **qui veille au bien-être animal** est davantage associé aux produits durables : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 8/10 (médiane) à cette caractéristique pour les produits durables.
Cette caractéristique est garantie par le label bio européen (Eurofeuille).
- Le caractère **obtenu sans l'emploi de produits chimiques de synthèse ou d'engrais chimiques** est davantage associé aux produits bio : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 9/10 (médiane) à cette caractéristique pour les produits bio.
Cette caractéristique est garantie par le label bio européen (Eurofeuille).

Aspects de commercialisation

- Le caractère **commercialisé en circuit-court** est davantage associé aux produits locaux : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 9/10 (médiane) à cette caractéristique pour les produits locaux.
Cette caractéristique n'est pas garantie par le label bio européen (Eurofeuille).
- Le caractère **commercialisé en vrac** est davantage associé aux produits durables et locaux : 50% des répondants associent un score supérieur ou égal à 7/10 (médiane) à cette caractéristique pour les produits durables et les produits locaux.
Ces deux caractéristiques ne sont pas garanties par le label bio européen (Eurofeuille).

4 Conclusion

L'un des premiers constats relevés par l'étude est que **la proportion de consommateurs déclarant consommer au moins occasionnellement des produits bio reste stable, mais les Belges qui en consomment le font moins régulièrement qu'avant**. Cela se répercute sur les dépenses déclarées en produits bio, dont les parts sur le total des dépenses alimentaires sont en baisse (32% à 25%). Cependant, il s'agit d'indicateurs qui se basent sur du déclaratif. En se référant au dernier rapport sur les chiffres du bio de 2024¹⁵, qui se concentre principalement sur la Wallonie, les indicateurs sont plus positifs. En effet, après deux années plus difficiles au niveau des données YouGov de la consommation de produits bio, le taux de pénétration reste élevé (98,4%, soit le nombre de Wallons ayant acheté au minimum une fois un produit bio au cours de l'année). Par ailleurs, les dépenses sont en hausse, même si cela est expliqué en grande partie par la hausse du coût de la vie.

Cette diminution de la consommation relevée par les consommateurs, qui ne se vérifierait donc pas au regard de l'acte réel d'achat, contraste avec leur perception du bio, qui est meilleure que celle constatée lors de notre précédent baromètre, avec **une image du bio qui s'améliore légèrement** (notamment par la perception du « bio comme simple argument de vente à prix élevé » qui diminue de 6 points) et **une meilleure connaissance des règles de l'agriculture biologique** (+4 points).

Concernant les leviers et les freins à la consommation de produits bio, ils restent identiques à ce qui a pu être observé en 2022 : **la préservation de la santé et la qualité des produits comme principaux leviers, le prix comme principal frein**. Par ailleurs, l'accessibilité et l'offre en produits bio restent encore des enjeux majeurs et doivent continuer à être valorisés, d'autant que le manque de réflexe de consommation (18%) et l'offre limitée (17%) font partie des freins les plus cités.

Autre constat souligné par l'étude : la baisse d'intérêt pour le bio. En effet, **l'attrait pour les produits labellisés bio est sur une pente descendante depuis la sortie de la crise sanitaire du Covid-19**, passant de 52% (précédente étude menée en 2022) à 45%. **Cette baisse d'intérêt se remarque d'autant plus que l'intérêt pour les produits locaux et les produits durables sont plus élevés** (respectivement de 70% et de 61%). L'analyse de l'intérêt porté à ces produits par les consommateurs belges démontre malgré tout **un intérêt croisé et une corrélation positive entre ces trois types de produits**. Il est effectivement rare qu'un consommateur ayant un fort intérêt pour un produit labellisé bio ait un intérêt faible, voire nul pour un produit durable ou local (et inversement). Le même constat est observé quand l'intérêt pour un produit labellisé bio chez un consommateur est faible, il est majoritairement lié à un intérêt faible pour un produit durable ou local.

Par ailleurs, l'étude s'est attardée sur la compréhension qu'ont les consommateurs d'un produit labellisé bio. Elle s'est aussi concentrée sur la compréhension par le consommateur de ce qu'est un produit durable et local, afin de pouvoir analyser les similitudes et les différences dans la compréhension de ces différents termes chez les consommateurs. Il ressort que les Belges considèrent majoritairement qu'**un produit labellisé bio est un produit durable, qu'un produit local est un produit durable, et qu'inversement un produit durable est un produit**

¹⁵ Biowallonie et Apaq-W – Les chiffres du bio 2024 – URL : <https://www.apaqw.be/fr/node/11730>

local. Le lien entre le bio et le local est moins prononcé dans la compréhension qu'ont les consommateurs de ces produits.

Il a aussi été démontré qu'**un produit bio est plus associé à des aspects réglementaires** (soumis à des normes, à un cahier des charges strict), **ainsi qu'à un produit sain** (sans pesticides, produits chimiques de synthèse ou d'engrais chimique). **Le produit durable est associé à des aspects environnementaux** (respectueux de l'environnement, empreinte carbone limitée, limitant les emballages plastiques...), alors que **le produit local est associé à des aspects liés à la proximité** (proche du domicile, commercialisé en circuit court) et à la fraîcheur du produit.

Toutefois, **ces caractéristiques assimilées à un produit labellisé bio, à un produit durable et à un produit local ne sont pas spécifiques à une de ces trois notions**. En effet, si on s'attarde sur les trois caractéristiques les plus associées à un produit labellisé bio (sans produit chimique de synthèse ou engrais chimiques, issu d'un cahier des charges strict et sans OGM), elles sont également associées à un produit durable (plus de 60% des consommateurs belges déclarant que ces trois caractéristiques définissent un produit durable) et à un produit local (plus de 50%). L'inverse est également vrai. Par exemple, parmi les caractéristiques liées à des aspects environnementaux associées par les consommateurs à un produit durable (limitation de l'empreinte carbone et limitation des emballages plastiques ou favorisant les emballages à faible impact environnemental), ils sont associés respectivement par 67% et 60% par les consommateurs belges à un produit labellisé bio.

Si ces constats illustrent une assez bonne perception de ce qu'est un produit labellisé bio, un produit durable et un produit local, il est toutefois important de spécifier qu'un produit labellisé bio est soumis à un cahier des charges strict, qui permet de classer qu'un produit est labellisé bio ou ne l'est pas. A contrario, un produit durable et un produit local peuvent également répondre à des normes (en termes de respect de l'environnement, de traçabilité, de qualité, etc.), mais ces normes ne sont pas spécifiques et ne permettent donc pas de classer ces produits en produit durable ou local, qui restent encore actuellement des termes définis selon la perception des consommateurs.

De facto, la **compréhension des consommateurs peut encore être améliorée**, notamment sur ce que contient le cahier des charges bio et qui reprend l'ensemble des règles à respecter pour classer un produit comme labellisé bio ou non. En effet, **certaines caractéristiques sont plus associées à un produit durable et/ou local qu'à un produit labellisé bio, alors que celles-ci sont clairement stipulées dans le cahier des charges**. Par exemple, le bien-être animal est plus associé à un produit durable que bio, alors que le cahier des charges bio fait mention de plusieurs règles visant à améliorer le bien-être animal. Par ailleurs, les caractéristiques associées à un produit local ne sont pas forcément correctes à tout point de vue : le local ne garantissant pas automatiquement par exemple une empreinte carbone faible (aucune norme ne contraignant un produit local à assumer une limitation de l'impact environnemental), même si intuitivement, il le laisse penser (et est probablement vrai dans une majeure partie des cas).

Enfin rappelons que les termes « bio », « local » et « durable » ne sont pas des termes à opposer. Un produit bio d'origine locale est un produit durable. Avec 15,5% des producteurs wallons qui ont optés pour le bio et qui occupent 12% de la SAU wallonne, il est tout à fait possible de consommer un bio de chez nous. Rappelons également l'engagement de la Wallonie à développer l'agriculture biologique avec son Plan bio 2030.

De fait, s'il ressort de l'étude une meilleure connaissance des **règles de l'agriculture biologique** chez les consommateurs belges, **un travail doit encore être poursuivi afin d'améliorer leurs connaissances de ces règles**. Car comme démontré, certaines caractéristiques sont plus associées à d'autres notions que le bio (durable et ou local) alors qu'elles sont reprises dans le cahier des charges. De plus, **l'intérêt moindre pour un produit labellisé bio par rapport à un produit durable et local est une contrainte supplémentaire dans l'image du bio chez les consommateurs**, ce qui a un impact indirect quant à sa consommation.

En définitive, l'étude met en exergue que **le bio reste encore considéré comme un modèle souhaitable plutôt qu'une norme courante dans les usages** : le consommateur y adhère, mais ne l'adopte pas encore forcément de manière systématique. **Il est néanmoins ancré au sein de la population belge**, en témoigne sa consommation qui, si elle n'est pas majoritaire, repart à la hausse (débutée il y a de nombreuses années, mais ralentie ces deux dernières années). Pour poursuivre cette dynamique, un effort doit notamment se poursuivre dans la communication des caractéristiques associées au bio, et plus spécifiquement à ce que comprend le cahier des charges, à ces règles qui sont des conditions pour qu'un produit soit labellisé bio ou non. Or, le consommateur ne fait pas systématiquement ce lien, et peut même les attribuer de préférence aux qualificatifs local ou durable, et donc ne pas profiter de produits qui ont le mérite de respecter des normes qui visent notamment à produire des aliments sains, respectueux de l'environnement, du bien-être animal et de l'humain.

Le Tableau 6 synthétise l'évolution des principaux indicateurs sur le secteur bio sur base des études de marchés réalisées par l'Apag-W ces dernières années.

Tableau 6. Evolution des principaux indicateurs sur le secteur bio

	2018 (N=1.500)	2020 (N=427)	2022 (N=642)	2024 (N=636)
Intérêt du bio	54%	60%	61%	49%
Heavy consumers produits bio	31%	38%	43%	36%
Consommation future produits bio	80%	77%	70%	71%
Part des dépenses alimentaires en produits bio	26%	30%	36%	28%
Reconnaissance de l'Eurofeuille	36%	62%	68%	79%
Connaissance des règles de l'agriculture biologique (% au moins un peu)	81%	71%	72%	74%
Perception de l'agriculture biologique La réglementation s'applique uniquement aux produits agricoles, alimentaires et non alimentaires	/	54%	42%	44%
Identification / Disponibilité / Origine Identification rapide des produits bio grâce à l'Eurofeuille	56%	53%	63%	61%
Origine des produits bio mise en avant	41%	51%	57%	55%
Origine wallonne / belge des produits facilement identifiable	33%	39%	52%	49%
Perception du prix du bio Panier bio plus cher que panier non bio	92%	87%	74%	85%
Panier bio ... % plus cher que panier non bio	32%	46%	30%	30%

5 Table des références

FIGURE 1 : LES ENGAGEMENTS PRINCIPAUX POUR LA CONSOMMATION ALIMENTAIRE.....	2
FIGURE 2 : LEVIERS D'ACHATS POUR DES COURSES ALIMENTAIRES	3
FIGURE 3 : LES PRODUITS BIO DECLARES LES PLUS CONSOMMES	6
FIGURE 4 : MATRICE DE LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIO ET DE LA CONSOMMATION LOCALE DE PRODUITS BIO (EN %)	8
FIGURE 5 : LEVIERS CITES A LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIO	10
FIGURE 6 : FREINS CITES A LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIO.....	10
FIGURE 7 : NOTORIETE DE DIFFERENTS LABELS	14
FIGURE 8 : ILLUSTRATION DU LOGO FICTIF TESTE AUPRES DES REpondANTS.....	14
FIGURE 9 : CONNAISSANCES DES REGLES DE LA PRODUCTION BIOLOGIQUE	15
FIGURE 10 : VRAIES REGLES DE LA PRODUCTION BIOLOGIQUE	16
FIGURE 11 : FAUSSES REGLES DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE.....	16
FIGURE 12 : PERCEPTION DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE.....	17
FIGURE 13 : PERCEPTION DES ROLES DE LA WALLONIE DANS LE SECTEUR BIO	18
FIGURE 14 : ALIMENTS BIO PRODUITS EN WALLONIE SELON LES CONSOMMATEURS.....	19
FIGURE 15 : ALIMENTS TRANSFORMES PRODUITS EN WALLONIE SELON LES CONSOMMATEURS	20
FIGURE 16 : CARACTERISTIQUES ASSOCIEES A UN PRODUIT BIO	22
FIGURE 17. BOXPLOTS DES SCORES D'INTERET DECLARES PAR LES ADULTES BELGES	28
FIGURE 18. DISTRIBUTION DES NIVEAUX D'INTERET DECLARES PAR LES ADULTES BELGES POUR LES PRODUITS LABELLISES BIO, LES PRODUITS DURABLES ET LES PRODUITS LOCAUX.	28
FIGURE 19. BOXPLOTS DES SCORES D'INTERET POUR LES PRODUITS LABELLISES BIO, DURABLES ET LOCAUX EN FONCTION DE LA TRANCHE D'AGE.	31
FIGURE 20. BOXPLOTS DES SCORES D'INTERET POUR LES PRODUITS LABELLISES BIO, DURABLES ET LOCAUX EN FONCTION DE LA CLASSE SOCIALE.	32
FIGURE 21. BOXPLOT DES SCORES D'INTERET POUR LES PRODUITS LABELISES BIO, DURABLES ET LOCAUX EN FONCTION DE LA REGION.	32
FIGURE 22. DISTRIBUTIONS JOINTES DES NIVEAUX D'INTERETS POUR LES PRODUITS BIO ET LES PRODUITS DURABLES	33
FIGURE 23. DISTRIBUTIONS JOINTES DES NIVEAUX D'INTERETS POUR LES PRODUITS BIO ET LES PRODUITS LOCAUX.....	34
FIGURE 24. DISTRIBUTIONS JOINTES DES NIVEAUX D'INTERETS POUR LES PRODUITS DURABLES ET LES PRODUITS LOCAUX.	34
FIGURE 25. BOXPLOTS DES SCORES ATTRIBUES AUX ASSOCIATIONS ENTRE PRODUITS LABELLISES BIO, PRODUITS DURABLES ET PRODUITS LOCAUX.	36
 TABLEAU 1. DIFFERENCES MOYENNES ENTRE LES SCORES D'INTERETS DECLARES PAR UN MEME INDIVIDU SELON LES QUALIFICATIFS DES PRODUITS.	29
TABLEAU 2. CORRELATIONS ENTRE LES SCORES D'INTERET (. /10) POUR LES PRODUITS BIO, LES PRODUITS LOCAUX ET LES PRODUITS DURABLES.....	33
TABLEAU 3. MOYENNE ET MEDIANE DES SCORES ACCORDES AUX ASSOCIATIONS	35
TABLEAU 4. POURCENTAGE DE REpondANTS AYANT ACCORDE UN SCORE SUPERIEUR OU EGAL A 7/10 A LA CARACTERISTIQUE, EN FONCTION DU QUALIFICATIF DU PRODUIT.	38
TABLEAU 5. SCORE MOYEN ET MEDIAN ASSOCIE A DIFFERENTES CARACTERISTIQUES, EN FONCTION DU QUALIFICATIF DU PRODUIT.....	39
TABLEAU 6. EVOLUTION DES PRINCIPAUX INDICATEURS SUR LE SECTEUR BIO	44

