



attitudes et marques

STRATÉGIE ■ COMMUNICATION ■ MARQUETING OPÉRATIONNEL

LE BARO BIO

Le Baromètre Annuel de la Distribution Bio

Vendu en souscription

Vague 8 – Mars 2021



Pour la 8^{ème} année,
Attitudes et Marques réalisera en mars 2021
le Baromètre Annuel de la Distribution Bio.

Lancé en 2014, le Baro Bio interroge chaque année
500 consommateurs actifs sur le circuit biologique,
avec pour objectifs :

- De mieux connaître et suivre dans le temps les habitudes et les comportements,
- De mesurer la perception des marques présentes dans les magasins spécialisés biologiques.

Un outil **vendu en souscription**
pour permettre au plus grand nombre d'y accéder
grâce à une mutualisation des coûts.

C'est à ce jour la seule étude barométrique
exclusivement dédiée au circuit spécialisé biologique.



LE DISPOSITIF METHODOLOGIQUE

LA CIBLE DE L'ETUDE

Les consommateurs du circuit spécialisé bio

→ +/- **500 consommateurs** actifs sur le circuit spécialisé bio :

Afin de suivre au plus près l'évolution des consommateurs du circuit bio en terme de pénétration et de profil, les 500 consommateurs interrogés sont **sélectionnés à partir d'un échantillon représentatif de 1500 français âgés de 18 ans et plus**, recrutés selon la méthode des quotas (source INSEE : sexe, âge, catégorie socio professionnelle du chef de famille, région)

LE RECUEIL DE L'INFORMATION

Questionnaire auto administré on-line

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

Une interrogation en ligne, pour :

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



LE QUESTIONNAIRE

QUESTIONNAIRE PARTAGÉ PAR TOUS LES SOUSCRIPTEURS

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

2021 : HABITUDES D'ACHAT ET CRISE SANITAIRE

Rappel 2020 : MARQUES DU CIRCUIT BIO ET EMBALLAGE

Cela fait un an que nous vivons la crise sanitaire de la covid. Différentes études indiquent que dans ce contexte les français ont modifié leurs habitudes d'achat :

- + Essentielles
- + Responsables
- + Bio
- + Locales

Mais lisibles au seul niveau national, ces études ne vous renseignent pas sur les consommateurs actifs du circuit spécialisé bio, une cible déjà engagée dans une démarche plus « responsable ».

Nous avons suivi tout au long de l'année 2020, auprès des consommateurs du circuit bio, leurs habitudes de fréquentation des différents circuits de distribution de produits bio (mars – juin – déc 2020) et nous vous proposerons une analyse détaillée des résultats sur l'année complète (mars 2020 – mars 2021)

Aussi, nous vous proposons sur cette vague, de faire un point sur votre marché :

- Dynamique de fréquentation des lieux d'achats alimentaires
- Dynamique d'utilisation des services « courses » (c&c – drive – livraison)
- Nouvelles habitudes de consommation



QUESTIONNAIRE « MARQUES » CONFIDENTIEL

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



TRAITEMENT ET REMISE DES RESULTATS

Nous ne pratiquons aucun redressement, nous travaillons sur les données brutes et veillons lors du recueil des réponses à tendre au plus près des quotas recherchés (écart max +/- 1pt)

Les résultats de l'étude feront l'objet de traitements et analyses : nous privilégions les croisements simples et nécessaires à la pertinence de l'analyse et à la compréhension des résultats afin d'apporter le plus de lisibilité aux enseignements de l'étude.

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

Les résultats de votre marque vous seront remis sous la forme d'un rapport de synthèse personnalisé et confidentiel.

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



LES CONDITIONS DE REALISATION

LES DELAIS DE REALISATION

Accord définitif sur la souscription (module partagé et marques) : vendredi 12 mars
Recueil de l'information : du vendredi 19 mars au dimanche 5 avril
Remise des résultats « marques » : à partir du lundi 26 avril
Remise des résultats module partagé : à partir du lundi 10 mai

LA SOUSCRIPTION

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

SUPPLEMENT « MARQUES »

Question personnalisée (2 max)	+ 200 € HT / question
Item d'image (2 max)	+ 120 € HT / item

Présentation orale dans vos locaux : frais de déplacement au réel

Règlement :

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

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

VOS INTERLOCUTEURS SUR CETTE ETUDE

Michel Delouette

Tél. : +33(0)9 82 54 49 37

micheldelouette@attitudesetmarques.com

Olivia Dupré

Tél : +33 (0)9 82 24 67 78

oliviadupre@attitudesetmarques.com



LE QUESTIONNAIRE DÉTAILLÉ



QUESTIONS MODULE PARTAGÉ

SOCIO DEMO

- Vous êtes...
 - Un homme
 - Une femme

- Quelle est votre tranche d'âge?
 - Moins de 25 ans
 - 25-34 ans
 - 35-49 ans
 - 50-64 ans
 - 65 et plus

- Vous y compris, de combien de personnes se compose votre foyer ?

- Combien d'enfants de moins de 15 ans vivent-ils au sein de votre foyer ?

- Dans votre foyer, quelle est la situation professionnelle du chef de famille ?
Le chef de famille étant la personne, au sein du foyer, dont les revenus sont les plus élevés
 - Agriculteur exploitant
 - Artisan, commerçant et chef d'entreprise de moins de 10 salariés
 - Chef d'entreprise de 10 salariés ou plus
 - Cadre, profession intellectuelle supérieure et profession libérale
 - Profession Intermédiaire, cadre moyen
 - Employé, personnel de service
 - Ouvrier
 - Retraité
 - Etudiant
 - Sans activité professionnelle

- Merci d'indiquer le Code Postal de votre lieu de résidence



CIRCUITS FREQUENTES

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

Items posés par ordre aléatoire

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

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

PART DU BIO DANS LES ACHATS ET DYNAMIQUE

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

ANCIENNETE DANS LE CIRCUIT ET DYNAMIQUE

- o Personnellement, depuis combien de temps environ fréquentez un magasin spécialisé bio ?
 - moins de 6 mois
 - de 6 mois à 1 an
 - de 1 an à 2 ans
 - de 2 ans à 5 ans
 - de 5 ans à 10 ans
 - Plus de 10 ans



- o Et en pensant à ce que vous faisiez il y a un an, diriez-vous que vous fréquentez plus souvent, ni plus ni moins ou moins souvent les magasins spécialisés biologiques ?
 - Plus souvent,
 - Ni plus ni moins
 - Moins souvent

MOTIVATIONS ACHAT EN CIRCUIT BIO vs GMS

- o Concernant vos motivations à faire vos achats de produits bio dans un magasin spécialisé bio, ou dans un super/hyper marché conventionnel, vous indiquerez pour chacune des raisons suivantes si elles s'appliquent plutôt :

Items posés par ordre aléatoire

	au magasin spécialisé bio	au super/hyper marché	autant à l'un qu'à l'autre	Ni à l'un ni à l'autre
Pour l'offre de produits vendus en vrac	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour la confiance que vous accordez aux marques présentes	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que c'est pratique, vous pouvez vous y rendre facilement	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que vous y trouvez des produits locaux	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour la qualité des produits proposés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour la diversité des produits proposés	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour les conseils fournis en magasin	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour l'engagement éthique des marques proposées	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour y découvrir de nouveaux produits / de nouvelles saveurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour le prix des produits	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Pour l'environnement du magasin/du rayon, le plaisir d'y faire vos courses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parce que vous y trouvez des produits que vous ne trouvez pas ailleurs	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



ENSEIGNE FRÉQUENTÉE

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

* *Nouveauté 2021*

HABITUDES ALIMENTAIRES

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

CRITERE DE CHOIX D'UN PRODUIT

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



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

L'INFORMATION

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

SUJET ACTU :

- En pensant à ce que vous faisiez il y a un an, c'est à dire avant le début de la crise sanitaire, diriez-vous que vous faites plus souvent, aussi souvent ou moins souvent, vos courses courantes (alimentation – hygiène – entretien) :
 - en utilisant le service du drive (retrait des produits à l'extérieur du magasin)
 - en utilisant le service du click & collect (retrait des produits en magasin)
 - en utilisant le service de livraison à domicile

POSÉE POUR CHAQUE SERVICE SI « PLUS SOUVENT »

- Et pensez-vous que vous continuerez à utiliser ce service une fois la crise sanitaire terminée
 - Oui certainement
 - Oui probablement
 - Non probablement pas
 - Non certainement pas
- Et diriez-vous qu'avec la crise sanitaire vous privilégiez davantage, pour vos achats de produits bio (oui/non)
 - les artisans de proximité
 - les magasins d'enseignes installés en centre ville
- Et diriez-vous qu'avec la crise sanitaire vous avez changé vos habitudes d'achat ... (oui/non)
 - en étant plus attentif-ve à l'origine des produits, aux lieux de production
 - en achetant davantage des produits de saison
 - en achetant davantage des produits locaux, (produits à = de 200km de chez vous)
 - en évitant au maximum les produits alimentaires importés
 - en privilégiant davantage « le fait maison » au détriment des produits transformés
 - en consommant moins de produits carnés
 - en achetant moins de produits en vrac



- Compte tenu de ce que vous savez du risque sanitaire, diriez-vous que vous vous sentez tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout en sécurité, par rapport à la covid, lorsque vous faites vos courses : (poser pour chaque circuit fréquenté)

	Tout à fait en sécurité	Plutôt en sécurité	Plutôt pas en sécurité	Pas du tout en sécurité
Dans un hyper/super marché	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Dans un magasin spécialisé bio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Sur un marché local	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Chez un artisan de proximité	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
En direct auprès d'un producteur	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



QUESTIONS MODULE « MARQUES »

LIEUX D'ACHAT DES PRODUITS

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

- o En pensant à vos achats de *FAMILLE DE PRODUITS X*, diriez-vous que vous les achetez...

	Souvent	De temps en temps	Rarement	Jamais
en bio dans un magasin spécialisé bio	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
en bio dans une enseigne de la grande distribution	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
en bio sur un autre circuit	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
en conventionnel (non bio), quel que soit le type de commerce	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

NOTORIETE ASSISTÉE MARQUE SOUSCRIPTEURS + CONCURRENTES

- o Pour chacune des marques suivantes vendues en magasin spécialisé bio, vous indiquerez si c'est une marque que vous connaissez ne serait-ce que de nom ? **(avec présentation logos)**
 - Marque souscripteur
 - Marque A
 - Marque B
 - Marque C
 - Marque D
 - Marque E

POUR CHAQUE MARQUE SOUSCRIPTEUR, 5 MARQUES CONCURRENTES MAX

- ▶ **SI DEUX MARQUES CONCURRENTES SOUSCRIVENT EN MÊME TEMPS :**
chacun se voit remettre les résultats des marques qu'il a demandées,
pour les choix communs, les résultats sont remis aux deux.

L'analyse par profil du score de notoriété n'est en revanche faite que sur la marque du souscripteur et est donc « confidentielle » - il n'y a pas d'analyse de profil sur les marques concurrentes.



ACHAT

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

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

Si acheteur

ANCIENNETÉ D'ACHAT

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

Si acheteur

REGULARITÉ D'ACHAT

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

RELATION À LA MARQUE

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

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

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

OPTION FACULTATIVE : Les souscripteurs peuvent à leur convenance modifier la liste des items proposés et ce dans la limite de 8 items (dont 6 inclus dans la souscription soit 1 ou 2 items facturés en supplément)



NIVEAU D'INFORMATION SUR LA MARQUE

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

(visuel logo)

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

SOURCE D'INFORMATION SUR LA MARQUE

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

Plusieurs réponses possibles (par exemple)

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

→ Liste réponses à adapter en fonction de vos actions de communication

- ▶ **OPTION FACULTATIVE** : possibilité pour les marques qui le souhaitent de rajouter 1 ou 2 questions « confidentielles » barométrisées
(non comprises dans la souscription – facturées en supplément)