



« Qui sont les consommateurs bio ? »

Publication d'une web-bd de vulgarisation scientifique des premiers résultats de l'étude BioNutriNet

Dossier de presse

Mairie du 2e arrondissement de Paris
7 décembre 2016



Avec le soutien de notre partenaire financier :



#consobio2016

Association Bio Consom'acteurs
Diana Semaska
diana@bioconsomacteurs.org
Tel : 09 83 22 55 00

Epidémiologie Nutritionnelle (Inserm 1153/Inra
1125/Cnam/Université Paris 13) -
Emmanuelle Kesse-Guyot
e.kesse@eren.smbh.univ-paris13.fr
Tel : 01 48 38 89 79

Communiqué de presse

Montreuil, le 28 novembre 2016

Qui sont les consommateurs bio ? Publication d'une web-bd sur la typologie des consommateurs

L'association Bio Consom'acteurs publie le 7 décembre une web-bande dessinée destinée à vulgariser auprès du grand public une étude scientifique sur une typologie des consommateurs de produits bio, publiée par l'équipe de recherche en charge du projet BioNutriNet.

Dépasser le cliché « bio égale bobo »

Dans le cadre du projet BioNutriNet, mené par l'Equipe de Recherche en Epidémiologie Nutritionnelle (Inserm 1153/Inra 1125/Cnam/Université Paris 13), l'association Bio Consom'acteurs lance une bande dessinée numérique sur la typologie des consommateurs.

Basée sur l'étude « Typology of eaters based on conventional and organic food consumption: results from the NutriNet-Santé cohort study », parue le 17 juin 2016 dans la revue British Journal of Nutrition (1), cette web-bd montre que nos façons de consommer sont liées à de nombreux paramètres : caractéristiques socio-démographiques, modes de vie, motivations, régime alimentaire, état nutritionnel, etc.

En particulier, elle met en lumière le fait qu'il n'y a pas, d'un côté, les consommateurs bio, et de l'autre les non-consommateurs de produits bio. En fait, on distingue toute une palette de nuances parmi les consommateurs.

Si manger bio, surtout si cette consommation est forte, est lié au niveau d'éducation, les personnes qui mangent le plus bio n'ont pas des revenus plus élevés. Ils sont donc probablement davantage prêts à mettre le prix dans leur alimentation, étant donné que les produits bio sont en moyenne un peu plus chers que les autres.

Les plus gros consommateurs de produits bio ont souvent, entre autres caractéristiques, un niveau d'éducation élevé

Les Français en moyenne sont de plus en plus consommateurs de produits bio (2).

Une demande due à une conscience accrue des enjeux sanitaires et environnementaux, à laquelle les agriculteurs hexagonaux tentent tant bien que mal de répondre. Or, bien que le nombre de conversions en bio bat chaque année des records, 30 % des produits bio achetés en France sont importés. Cette demande sociétale doit être entendue par les pouvoirs publics :

- Il faut d'une part des mesures d'accompagnement stables pour les agriculteurs désireux de s'installer en bio ou en transition.

- D'autre part, un soutien fort au développement de la filière bio, en rendant obligatoire l'introduction de

20 % de produits bio en restauration collective en 2020, comme le prévoit le projet de loi pour l'ancrage territorial de l'alimentation, proposé par la députée EELV de Dordogne Brigitte Allain, dans le cadre de la loi Egalité et Citoyenneté, adoptée par l'Assemblée nationale le 23 novembre 2016 mais qui doit encore repasser au Sénat.

- Enfin, le déploiement et le soutien accru des actions d'éducation à l'environnement, à la nature et à la consommation responsable, menées pour l'essentiel par des acteurs de la société civile.

En effet, une consommation à la fois bio, locale et équitable, ne peut prendre racine que dans un terreau fertile : à savoir, une population sensibilisée à la nature et à la complexité des mécanismes en jeu au sein des écosystèmes, mécanismes sur lesquels repose l'agriculture biologique.

A l'heure où les campagnes électorales battent leur plein et où l'urgence écologique est chaque jour plus criante, il nous semble nécessaire de rappeler que les progrès de l'humanité naissent de l'éducation.

Contacts presse :

Diana Semaska – Bio Consom'acteurs – diana@bioconsomacteurs.org - 09 83 22 55 00

Julie Potier – Bio Consom'acteurs – julie@bioconsomacteurs.org - 09 83 22 55 00

Dr Emmanuelle Kesse-Guyot – Epidémiologie Nutritionnelle (Inserm 1153/Inra 1125/Cnam/Université Paris 13) - Centre de Recherche en Épidémiologie et Biostatistique Sorbonne Paris Cité
e.kesse@eren.smbh.univ-paris13.fr - 01 48 38 89 79

(1) Baudry J, Touvier M, Allès B, Péneau S, Méjean C, Galan P, Hercberg S, Lairon D, Kesse-Guyot E. Typology of eaters based on conventional and organic food consumption: results from the NutriNet-Santé cohort study. *Br J Nutr.* 2016 Aug;116(4):700-9.

(2) 65 % des Français ont consommé régulièrement bio en 2015 (vs 37 % en 2003) et 9 Français sur 10 consomment bio, au moins occasionnellement (ils étaient 54% en 2003) - source Agence bio baromètre 2016

L'ETUDE BIONUTRINET



1. LE CONTEXTE

Le Grenelle de l'Environnement prévoyait qu'en 2012, 6 % de surfaces seraient cultivées en agriculture biologique et que 20 % des aliments servis par la restauration collective publique seraient bio. Ces objectifs n'ont pas été atteints en 2012.

- **En 2016, la SAU en agriculture biologique est de 5,8 %.**
- En 2015, les produits biologiques représentaient seulement 3,2 % des achats alimentaires en restauration collective à caractère social (source : Agence bio), alors même que les surfaces actuelles permettraient de répondre à l'objectif de 20 %.
- Les Français sont de plus en plus nombreux à consommer bio. **Aujourd'hui 9 Français sur 10 consomment bio au moins occasionnellement**, alors qu'ils n'étaient que 54 % en 2003.

En parallèle, l'impact environnemental bas lié au mode de production en agriculture biologique est de plus en plus reconnu. La comparaison de produits issus de l'agriculture biologique et de l'agriculture conventionnelle a fait l'objet de nombreux travaux de recherche. Plusieurs revues de la littérature ont recensé les connaissances, que ce soit par des organismes institutionnels (Rapport AFSSA 2003 ; Rapport Food Standards Agency 2009 ; rapport du CGSP 2015) ou des organismes de recherche (« Agriculture biologique et environnement : des enjeux convergents » du Réseau mixte technologique Développement de l'agriculture biologique paru en 2011 ; « Vers des agricultures à hautes performances », Inra, 2013.

En particulier, le rapport de l'Institut technique d'agriculture biologique (Itab) , rendu public le 25 novembre 2016 et basé sur l'analyse de plus de 280 travaux scientifiques, montre que l'agriculture biologique présente de nombreuses externalités positives, dont certaines sont quantifiables économiquement. Par exemple, l'agriculture biologique permettrait d'économiser des coûts de traitement de l'eau polluée par les nitrates et pesticides de l'ordre de 20 à 46 euros par hectare et par an en grandes cultures. Sur le plan de la santé, l'agriculture biologique permettrait d'économiser entre 62 et 121 euros par hectare de coûts des décès évités par cancers dus aux pesticides.

L'étude BioNutriNet a été lancée fin 2014 par les chercheurs en charge de l'étude NutriNet-Santé (laquelle est menée depuis 2009 par l'Equipe de Recherche en Epidémiologie Nutritionnelle [Inserm/Inra/Cnam/Université Paris 13], dirigée par le Pr Serge Hercberg).

L'étude BioNutriNet porte sur **une grande cohorte* d'individus avec un objectif d'au moins 100 000 internautes**, suivis dans le cadre de l'étude NutriNet-Santé, durant une période d'au moins 5 ans. Au sein de cette cohorte, les chercheurs peuvent **mesurer précisément la consommation d'aliments bio, caractériser les consommateurs de produits bio et les consommateurs d'aliments conventionnels.**

** Cohorte : désigne un ensemble d'individus ayant vécu un même événement au cours d'une même période. Dans le cas d'une étude scientifique, désigne un groupe de sujets suivis sur la même période et pendant plusieurs années.*

2. LES OBJECTIFS

L'objectif principal est de **mieux comprendre les relations entre le mode de production des produits alimentaires consommés** (issus de l'agriculture biologique ou de l'agriculture classique) **et la santé** (état nutritionnel, exposition toxicologique et risque ou protection vis-à-vis des maladies chroniques). Elle vise également à **déterminer les impacts économiques et environnementaux du mode de production.**

L'étude se décompose en 3 objectifs :

1. Le premier objectif consiste à **évaluer la consommation d'aliments issus de l'agriculture biologique et conventionnelle et décrire les caractéristiques et motivations des consommateurs** selon le niveau de consommation d'aliments bio (non-consommateurs, occasionnels, réguliers).
2. Le deuxième objectif consiste à **évaluer les conséquences environnementales des différents systèmes de production** (biologiques et classiques) **et ainsi estimer l'impact environnemental des modes de consommations** des différents groupes de consommateurs.
3. Le troisième objectif est de **préciser les relations entre le statut nutritionnel et le statut toxicologique et le niveau de consommation d'aliments issus de l'agriculture biologique.**

Ce projet doit permettre à terme d'apporter des arguments objectifs quant à l'impact individuel et environnemental du mode de consommation bio.

BioNutriNet permettra, en fonction du type de consommation :

- de comparer les profils sociodémographiques, psychologiques et économiques et les motivations des différents consommateurs à l'égard de la durabilité de l'alimentation
- d'estimer l'apport en contaminants et l'impact environnemental des modes alimentaires liés à la consommation de produits issus de l'agriculture biologique
- de caractériser le statut nutritionnel (vitamines et minéraux), le statut toxicologique (résidus de pesticides) et le métabolome* urinaire (signatures métaboliques des aliments consommés)
- de préciser les relations avec la qualité de la santé et le risque de maladies chroniques.

****Métabolome** : Le métabolome est constitué de l'ensemble des petites molécules, les métabolites, tels que les intermédiaires métaboliques, les hormones et autres molécules signal ainsi que les métabolites secondaires, qui peuvent être trouvées dans un échantillon biologique.*

3. LA METHODOLOGIE

Dans le cadre de BioNutriNet, en plus des questionnaires posés via le site de l'étude NutriNet-Santé (www.etude-nutrinet-sante.fr), les sujets ont été interrogés sur les points suivants :

- leur consommation ou non d'aliments bio (fréquences et quantités),
- les quantités précises consommées, ainsi que la part relative des aliments issus de l'agriculture biologique dans le régime alimentaire global,
- leur santé (notamment l'apparition de maladies), la mortalité globale et les causes de mortalité,
- les motivations de consommation et de non consommation et les pratiques de consommation (lieux d'achat, pratiques écologiques ou non) vis-à-vis des produits issus de l'agriculture biologique et des produits classiques,
- mais aussi, comme tous les Nutrinautes, sur leur consommation alimentaire, leur activité physique, leur poids et leur taille, leurs caractéristiques socio-démographiques et leurs antécédents de santé personnels et familiaux.



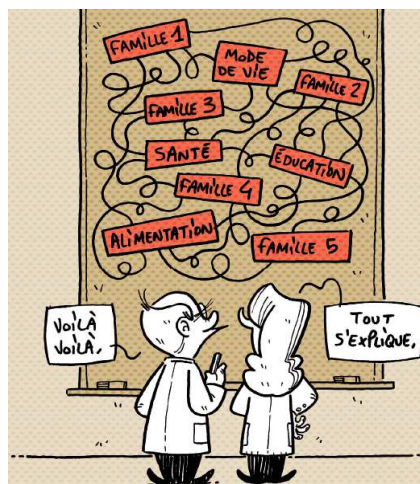
Un sous-échantillon de volontaires (consommateurs ou non-consommateurs de produits bio) permettra d'évaluer, dans le cadre d'une consultation, les statuts nutritionnels (à partir de dosages sanguins de vitamines, minéraux, caroténoïdes, profils en acides gras) et toxicologiques (dosages de pesticides) afin de préciser si l'origine des produits consommés induit des différences sur les différents marqueurs mesurés.

LA WEB-BANDE DESSINÉE QUI VULGARISE LES PREMIERS RESULTATS DE L'ETUDE

1. POURQUOI UNE WEB-BD ?

L'auteur de la web-bd a cherché à vulgariser les résultats principaux de l'étude « Typology of eaters based on conventional and organic food », qui répond au premier objectif de l'étude BioNutriNet, et aux objectifs suivants :

- Diffuser auprès du grand public les avancées scientifiques liées à l'agriculture biologique,
- Dépasser les idées reçues sur l'alimentation biologique,
- Rappeler, par le biais de la vulgarisation scientifique et d'illustrations humoristiques, que l'éducation est primordiale pour espérer obtenir des changements de comportement, notamment ceux de consommation, au sein de la population humaine.



2. A QUI S'ADRESSE LA WEB-BD ?

La web-bande dessinée s'adresse au grand public : les consommateurs, intéressés ou non par l'agriculture et l'alimentation biologique, mais aussi toutes les personnes engagées pour la transition vers une société plus écologique et plus respectueuse de l'environnement et de l'humain.

3. LES PREMIERS RESULTATS DE L'ETUDE

L'étude « *Typology of eaters based on conventional and organic food* » parue dans le British Journal of Nutrition, vulgarisée dans la web-bd « Qui sont les consommateurs bio ? », montre qu'il n'y a pas de dichotomie entre les consommateurs de produits bio et les consommateurs de produits conventionnels. En revanche il existe toute une gamme de nuances, en fonction de critères alimentaires mais aussi des lieux d'achat, des caractéristiques socio-démographiques, du niveau d'éducation, du lieu de vie, des comportements vis-à-vis du respect de l'environnement et du régime alimentaire.

L'éducation, comme l'accès aux produits bio, sont des facteurs importants à prendre en compte si l'on veut développer la consommation de produits bio. Dans la mesure où les produits bio sont en moyenne plus chers et moins faciles d'accès, il faut s'attendre à ce que ce soit les personnes les plus éduquées qui soient plus disposées que les autres à mettre le prix dans leur alimentation. Ce sont donc les plus éduqués qui peuvent non seulement manger de manière plus durable, mais également adopter un régime alimentaire qui couvre mieux leurs besoins nutritionnels, ainsi que des comportements écologiques.

Au regard de cette étude portant sur une grande cohorte d'individus et qui **confirme scientifiquement une corrélation entre éducation et comportement de consommation** – en particulier écologique-, les pouvoirs publics doivent davantage inciter au développement de l'agriculture biologique et à l'éducation à l'environnement et à la consommation responsable. Il existe de nombreux outils d'éducation à l'alimentation, à l'environnement et à la consommation responsable, mis en place en particulier par les acteurs de la société civile comme Bio Consom'acteurs.

Par ailleurs, l'éducation peut être mise en place dans le cadre de l'introduction obligatoire de produits bio dans les cantines scolaires, disposition qui pourrait être mise en œuvre si le projet de loi Egalité et Citoyenneté en cours de relecture, intégrait définitivement la loi pour la relocalisation de l'alimentation proposée par Madame la députée de Dordogne Brigitte Allain. Le développement du bio dans les cantines

permettrait de faire levier pour développer, structurer et consolider les filières de l'agriculture biologique sur le territoire français. D'autre part il permettrait d'amener les enfants à reprendre contact et à connaître mieux l'origine et la nature de la nourriture, et ainsi à faire le lien entre alimentation, agriculture et plus largement respect de l'environnement.



4. LES 5 TYPES DE CONSOMMATEURS

Groupe 1 : Les petits mangeurs de produits conventionnels

Ces personnes sont plus jeunes, plus urbaines et plus souvent des femmes que les autres. Elles mangent peu de calories par rapport aux autres et peu bio. Elles ont plus souvent que les autres déficits nutritionnels, sauf en calcium. Ils font leurs courses au supermarché en priorité, ou chez les artisans ou au marché.



Groupe 2 : Les gros mangeurs de produits conventionnels

Les gros mangeurs conventionnels mangent beaucoup et c'est pour cette raison qu'ils couvrent globalement mieux leurs besoins que les autres. La qualité nutritionnelle de leur régime est en revanche la moins bonne de tous, avec une consommation plus importante d'acides gras saturés et de sel. Ce sont les moins éduqués et ceux qui ont les revenus les plus faibles. Ils font leurs courses au supermarché ou magasin discount.



Groupe 3 : Les petits mangeurs de produits bio

Les petits mangeurs bio mangent peu en quantités par rapport à leurs besoins, mais couvrent mieux leurs besoins nutritionnels que les petits mangeurs conventionnels, notamment en acides gras polyinsaturés et fibres. Ils ont pour un certain nombre adopté des comportements écologiques (tri des déchets, compost, économies d'énergie). Ils font leurs courses surtout au supermarché, en second lieu dans les magasins bio.

Groupe 4 : Les mangeurs bio écolo

Ce sont les plus éduqués mais ils n'ont pas des revenus plus élevés que les autres. Ils mangent essentiellement bio et font leurs courses surtout en magasin bio ou circuit court (paniers, amap, etc.). Ils comblent le mieux leurs besoins nutritionnels, en particulier ont les plus hauts apports en fibres et acides gras polyinsaturés. Ils sont les plus nombreux à avoir adopté des comportements écologiques. 14 % d'entre eux sont végétariens ou vegans.

Groupe 5 : Les mangeurs de bio modérés bons vivants

Ce sont les plus âgés et ce sont plus souvent des hommes que les personnes des autres groupes. Ils sont plus nombreux à être fumeurs et boivent beaucoup d'alcool par rapport aux autres. Ils mangent modérément bio mais aussi plus de protéines que les autres. Leurs apports nutritionnels sont moins bien couverts que les autres.



5. LES PARTENAIRES DU PROJET BIONUTRINET

Le projet BioNutriNet associe plusieurs équipes de recherche : l'équipe NutriNet-Santé (EREN, U1153 Inserm/Inra/Cnam/Université Paris 13), l'unité Nutrition, Obésité et Risque Thrombotique (NORT INSERM/INRA, Université de la Méditerranée, Marseille) ; l'équipe « Alimentation et sciences sociales » (ALISS INRA, Ivry-surSeine) ; le laboratoire de Toxicologie Alimentaire TOXALIM (INRA, Toulouse) ; le département de Biochimie du CHU de Grenoble ; l'Institut Technique de l'Agriculture Biologique (ITAB) ; SOLAGRO et Bio Consom'acteurs Le financement spécifique pour la mise en place du programme BioNutriNet est assuré par l'Agence Nationale pour la Recherche (appel d'offre ALID 2013).



BIO CONSOM'ACTEURS : qui sommes nous ?



Créée en 2004 par des acteurs de la société civile, l'association Bio Consom'acteurs agit en faveur du développement d'une agriculture biologique, locale et équitable et de la consommation responsable. A cet effet, Bio Consom'acteurs sensibilise et informe les citoyens sur l'importance de leurs choix de consommation, interpelle les élus sur la nécessité de mettre tous les moyens en œuvre pour favoriser cette agriculture et encourage des échanges garantissant, du producteur au consommateur, des pratiques sociales et économiques respectueuses de l'humain et de son environnement.

Fin 2015, l'association était dirigée par un conseil d'administration de dix personnes, venant de différents univers : l'enseignement, le commerce, l'agronomie, la nutrition, le conseil en entreprises de l'ESS, le community organizing... Les actions sont réalisées par une équipe de salariés au siège, aidée par des volontaires en service civique et par 40 relais locaux, dispersés sur tout le territoire.

En 2015, Bio Consom'acteurs compte près de 2000 adhérents et/ou donateurs.

Bio Consom'acteurs se donne 3 missions principales :

1/ La préservation de l'environnement :

Bio Consom'acteurs promeut une agriculture biologique à impact positif sur l'environnement.

Exemples de projets :

- **Innovez Bio**, projet multi partenarial, qui vise à faire essaimer de nouvelles pratiques dans le domaine du bio,
- **Zéro phyto 100% bio**, projet multi partenarial, qui vise à faciliter le zéro phyto dans les espaces communaux et l'introduction du bio dans les cantines.

2/ La protection de la santé :

L'objet de l'agriculture est avant tout de nourrir les hommes. En limitant au maximum la présence de résidus chimiques de synthèse dans les végétaux ainsi que les additifs dans les produits transformés, les opérateurs de la filière agrobiologique proposent au consommateur des aliments sains et équilibrés.

Exemple de projet :

- **BioNutriNet**, projet multipartenarial soutenu financièrement par l'Agence nationale de la recherche, dont l'objectif est d'étudier les liens entre alimentation bio et santé et de diffuser les résultats de ces recherches au grand public.

3/ La promotion de nouveaux modes de consommation :

Bio Consom'acteurs promeut la consommation alimentaire de produits bio, issus d'une agriculture locale, donc de saison, car ces produits ont un impact écologique faible ; et aussi la consommation de produits issus du commerce équitable, respectueux d'un développement durable et valorisant le travail des producteurs.

Exemple de projet :

- **La bio pour tous**, projet de sensibilisation du très grand public à une alimentation respectueuse de la santé et de l'environnement, notamment par le biais de la réalisation de repas bio solidaires accompagnés d'animations pédagogiques

ANNEXES

LA WEB-BD EN LIGNE

La web-bd est disponible et téléchargeable sur le lien suivant :

CONTACTS

Diana Semaska – Bio Consom'acteurs – diana@bioconsomacteurs.org - 09 83 22 55 00

Julie Potier – Bio Consom'acteurs – julie@bioconsomacteurs.org - 09 83 22 55 00

Dr Emmanuelle Kesse-Guyot – Epidémiologie Nutritionnelle (Inserm 1153/Inra 1125/Cnam/Université Paris 13) -
Centre de Recherche en Épidémiologie et Biostatistique Sorbonne Paris Cité
e.kesse@eren.smbh.univ-paris13.fr - 01 48 38 89 79



Bio Consom'acteurs
10 rue Beaumarchais
93100 Montreuil
09 83 22 55 00/contact@bioconsomacteurs.org /www.bioconsomacteurs.org

→ **Pour soutenir l'association : adhérer ou faire un don.** Bio Consom'acteurs est une association habilitée à émettre des reçus fiscaux en échange des dons et adhésions qu'elle reçoit.