

Achats et image des produits fermiers en Pays de la Loire

L'Ecole Supérieure d'Agriculture d'Angers, en partenariat avec la Chambre d'agriculture des Pays de la Loire a réalisé une étude sur l'achat de produits fermiers en Pays de la Loire. Celle-ci a été menée sur les 5 départements de la région (Mayenne, Sarthe, Maine-et-Loire, Loire-Atlantique et Vendée) auprès de 375 consommateurs.

Présentation de l'étude et sa méthode

Cette étude a eu pour objectif de mettre en exergue les habitudes d'achat des ligériens en produits fermiers ainsi que la place qu'ils leur accordent dans leur alimentation. L'objectif était d'éclairer les producteurs sur la notoriété de ces produits fermiers et de la pertinence d'élargir leur champ de commercialisation aux circuits courts et notamment aux ventes en directe de l'exploitation ou dans des magasins de producteurs.

L'enquête a été réalisée en mars 2018 dans 15 communes des 5 départements des Pays de la Loire (voir carte 1) auprès de **375 personnes** (hommes et femmes de plus de 18 ans).

La méthode d'enquête utilisée a été celle par quotas en fonction des départements des Pays de la Loire (voir tableau 1) avec un mode d'administration en face à face.

Sur les 375 consommateurs interrogés, **plus de la moitié était des femmes** (57%). 76 % des enquêtés habitent dans une commune de plus de 5000 habitants. Les catégories socio-professionnelles sont présentées sur le graphique 1 : 29% étaient des retraités, 23% des employés et 16% des cadres ou des personnes occupants des professions intellectuelles. Plus de 35% des personnes interrogées font partie d'un foyer de deux personnes.

Chiffres clés

- **88%** des ligériens consomment des produits fermiers de manière régulière.
- **43 %** en **achète 1 fois par semaine**
- **Produits fermiers les plus consommés :**
 - viandes : 62 %
 - fruits et légumes : 57 %
 - produits laitiers : 46 %
- **Principaux lieux d'achat :**
 - Sur les marchés : 54 %
 - A la ferme : 43 %
 - En GMS : 27 %

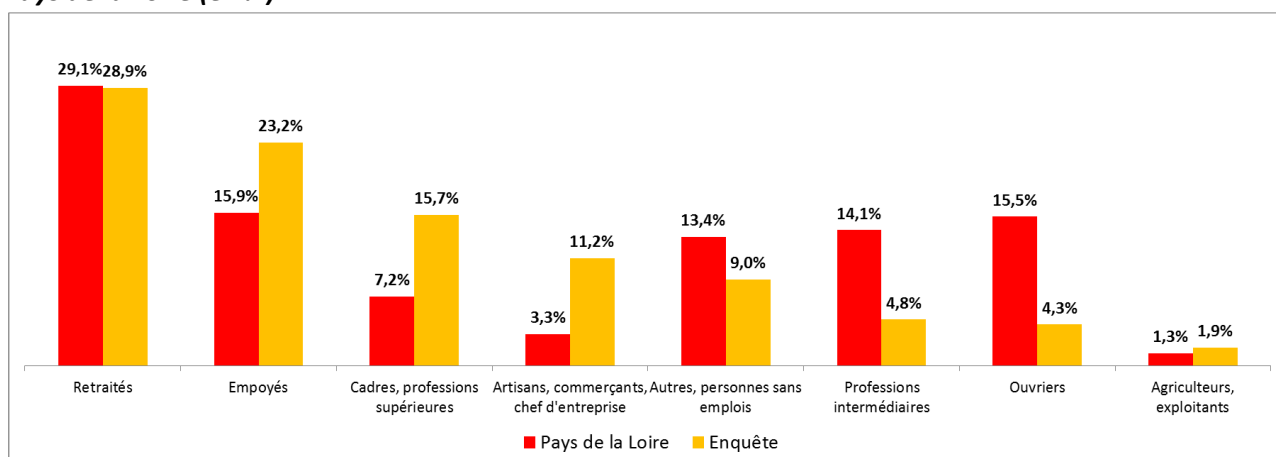
Carte 1 – Lieux d'enquête



Tab 1 : répartition des enquêtes par département

Département	Nombre d'habitants	Répartition géographique des habitants (en%)	Répartition géographique des enquêtes (en %)
Loire-Atlantique	1 346 592	37%	33%
Maine-et-Loire	805 888	22%	23%
Vendée	662 122	18%	17%
Sarthe	568 760	15%	9%
Mayenne	307 471	8%	18%

Graphique 1 : catégorie socio-professionnelle des enquêtés et comparaison avec la population des Pays de la Loire (en %)



Perception des produits fermiers et motivation d'achat

La définition suivante du produit fermier a été retenue pour l'enquête : « **un produit alimentaire en dehors des vins, dont les matières premières ont été produites et/ou transformées, conditionnées sur une exploitation agricole sous le contrôle d'un producteur** ».

Il faut rappeler qu'aucune définition légale n'existe pour le terme « fermier » à l'exception de quelques catégories de produits (fromage, volailles, œufs). La

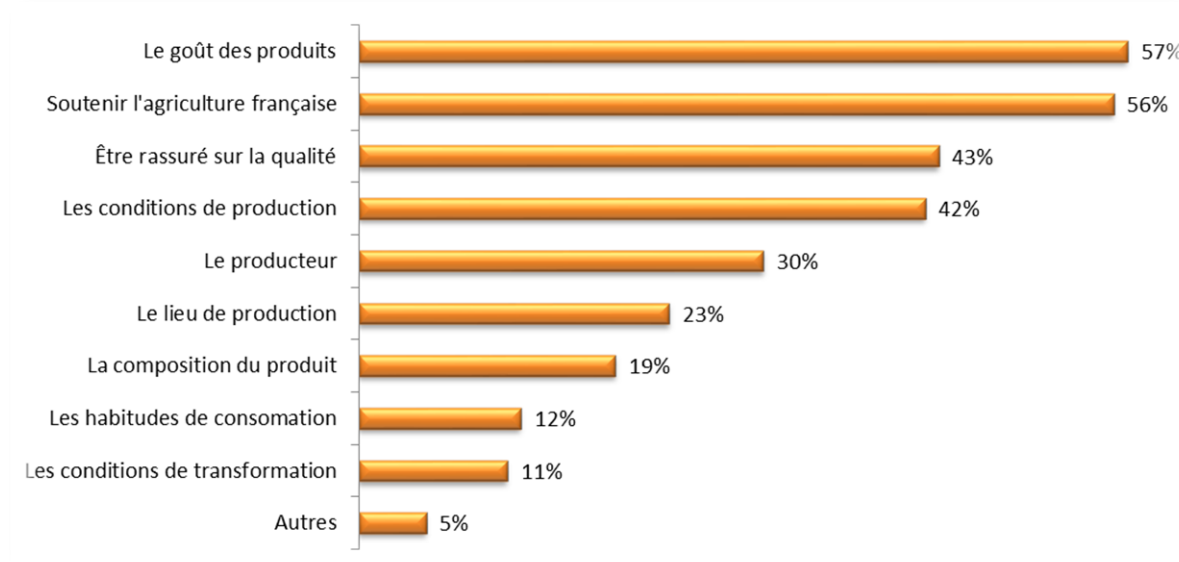
jurisprudence est venue poser les grandes lignes pour l'utilisation non mensongère de ce terme : méthodes de production traditionnelles dans un circuit intégré à la ferme. La DGCCRF précise que le terme ne peut être utilisé que si le produit est fabriqué par un producteur sur l'exploitation, avec des ingrédients provenant de la ferme et selon des méthodes non industrielles.

Dans notre enquête, la majorité des personnes perçoivent les produits fermiers comme étant des produits **issus de la ferme** (72%), **de qualité** (50%) et **locaux** (47%).

volonté de soutenir l'agriculture française (graphique 2). Viennent ensuite les motivations liées à la réassurance sur la qualité (43%) et les conditions de production (42%).

Le **goût des produits** est la principale motivation d'achat (57%) à égalité avec la

Graphique 2 – Motivations d'achat des produits fermiers (3 réponses possibles)

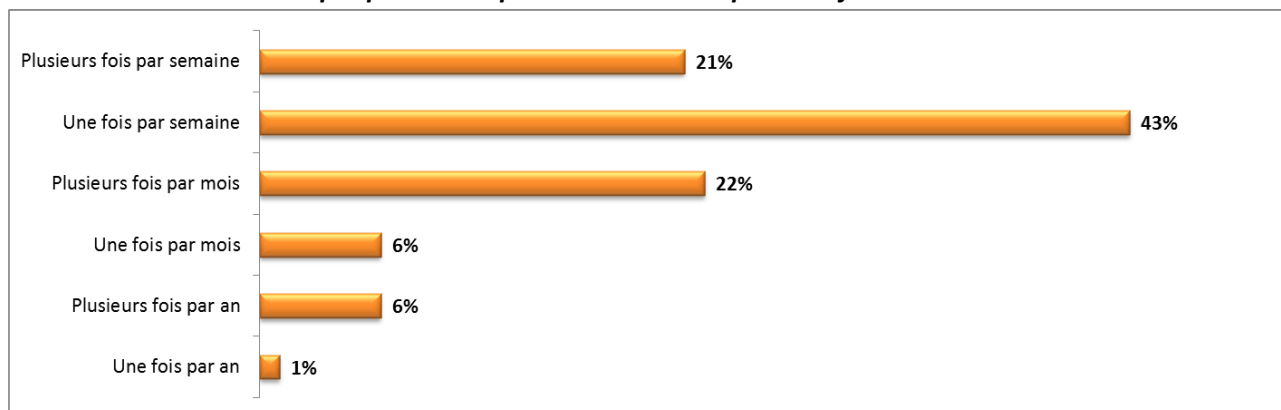


Les pratiques d'achat

Au total, **88%** des 375 consommateurs interrogés déclarent consommer des produits fermiers. Parmi eux, **43% déclarent en acheter une fois par semaine** et 21% au moins une fois par semaine, 22 % plusieurs fois par mois (voir graphique 3).

L'enquête n'a pas mis en évidence de liens entre fréquence d'achat et catégorie socio-professionnelle, tranche d'âge, nombre de personnes dans le foyer ou taille de la commune de résidence.

Graphique 3 – Fréquence d'achat des produits fermiers



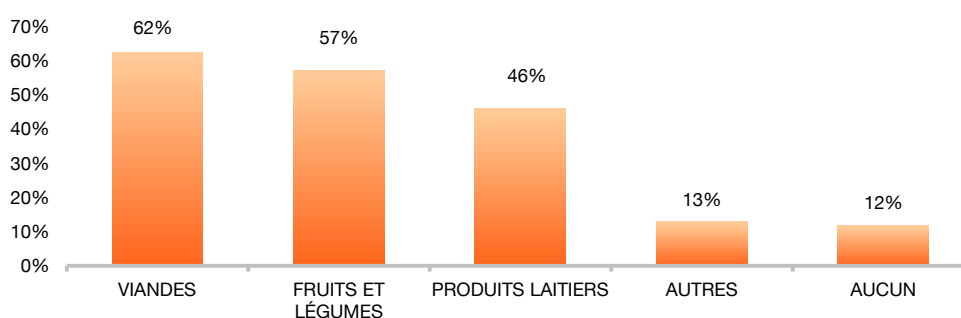
1) Gamme de produits achetés

Les catégories de produits fermiers les plus consommées en Pays de la Loire sont **la viande** (pour 62 % des acheteurs de produits fermiers), avec majoritairement la viande de poulet, de bœuf et de porc. Viennent ensuite **les fruits et légumes** (57 %), en particulier les gros fruits tels que les pommes ou les poires, puis **les produits laitiers** (46 %) et

notamment les yaourts, les fromages de vache et de chèvre ainsi que le lait et le beurre.

A noter que les œufs, inscrits dans la catégorie « autres », occupent également une place importante dans les produits fermiers les plus consommés en Pays de la Loire (88% du « autres » devant le miel et le pain).

Graphique 4 - Type de produits fermiers consommés



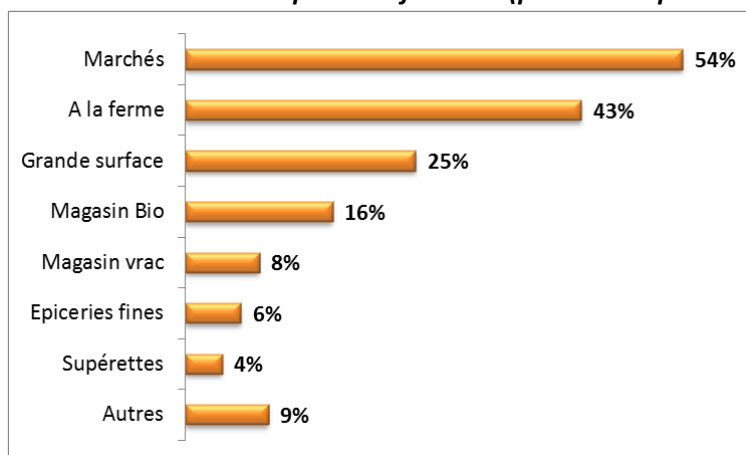
2) Principaux lieux d'achats des produits fermiers

Interrogés sur les lieux d'achat de leurs produits alimentaires en général, les enquêtés citent majoritairement les grandes surfaces puis les marchés et aussi la ferme.

Pour acheter leurs produits fermiers, ils se rendent principalement sur **les marchés** (plus de 50% des cas), à la ferme (plus de 40%) et enfin **en grandes et moyennes surfaces** (25%).

Ces données illustrent le fait que le lieu d'achat des produits alimentaires en général et celui des produits fermiers sont très liés. Les grandes et moyennes surfaces occupent une place assez prépondérante même si les marchés prennent le pas en ce qui concerne l'achat de produits fermiers.

Graphique 5 – Lieux d'achat des produits fermiers (plusieurs réponses possibles)





Quelles perspectives pour développer les achats de produits fermiers ?

Freins à l'achat

Le premier motif de non-achat de produits fermiers évoqué par les acheteurs et les non-acheteurs des Pays de la Loire est **un prix de commercialisation trop élevé**, même si la plupart d'entre eux se disent prêts à payer un produit fermier plus cher qu'un produit standard. En effet, ces produits sont perçus comme de meilleure qualité.

Par ailleurs, **l'absence de mise en avant des produits fermiers dans les lieux d'achat** ainsi que le **manque d'informations concernant les lieux d'approvisionnement et leur accès**

constituent également des raisons de non-consommation des produits fermiers.

Leviers à l'achat

Pour les consommateurs, un des principaux leviers à l'achat serait d'instaurer en GMS **un rayon uniquement dédié aux produits fermiers**. Par ailleurs, **le contact direct avec le producteur** semble être un facteur décisionnel important pour les consommateurs et ceci, quel que soit leur âge. A titre illustratif, plus de 40 % des consommateurs affirment que la **simple inscription des coordonnées du producteur sur le produit** les inciterait à acheter plus de produits fermiers.

Pour en savoir plus :

- Fabien VIGNAL – fabien.vignal@pl.chambagri.fr – Tél. 02 53 46 61 95
- Carole DIARD – carole.diard@pl.chambagri.fr – Tél. 02 49 18 78 06



Etude réalisée avec le soutien de :

