

Les circuits d'achat des produits fermiers restent traditionnels. Mais la distribution moderne se situe en troisième position en terme de pourcentage d'acheteurs

- Marchés, Ferme et Grandes Surfaces sont les circuits d'achat les plus fréquentés.

Où effectuez-vous vos achats de produits fermiers ?	Régulièrement (1 fois par mois au moins)
MARCHE	35,1 %
FERME	22,42 %
GRANDES SURFACES	19,98 %

Goût, tradition et confiance dans le producteur sont au cœur des relations d'achat des produits fermiers

- Les acheteurs de produits fermiers sont moins nombreux à attacher de l'importance à un label national qu'à une relation de confiance avec les producteurs.

Selon vous, pour être sûr d'acheter un produit fermier, quelle est la meilleure garantie ?	Taux de réponse
Il faut établir une relation de confiance avec le producteur	51,5 %
Il faut que le produit bénéficie d'un label national vérifié, établi sur des critères précis	17,9 %
Il faut s'informer, s'y connaître	13,1 %
Il faut que le produit porte le nom du producteur, ce qui le responsabilise	11,5 %

Le budget consacré aux produits fermiers par les acheteurs de produits fermiers est important. Il s'élève à 836 € par an. Il représente 17,8 % du budget alimentaire global des acheteurs de produits fermiers (4 700 € par an en 2006 source INSEE).

Centre
Etudes
et de **R**essources
sur la **D**iversification

Tél. 03 86 85 02 10

Fax 03 86 85 04 34

e-mail : cerd@wanadoo.fr



CHAMBRE
D'AGRICULTURE

APCA

Bourgogne

Bretagne

Ile de France

Rhône-Alpes

Poitou-Charentes

RESULTATS NATIONAUX DE L'ETUDE DE LA CONSOMMATION DES PRODUITS FERMIERES



Octobre 2007

Réalisée avec le concours financier du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche



Cette étude de la consommation des produits fermiers, réalisée avec le concours financier du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche (Appel à projet Casdar 2005) a été conduite dans 5 régions de France : Bourgogne, Bretagne, Ile de France, Rhône-Alpes et Poitou-Charentes par le réseau des Chambres d'Agriculture et le Centre d'Etudes et de Ressources sur la Diversification de Bourgogne

Elle a été réalisée sous forme d'enquêtes en face à face auprès de 5 673 consommateurs en situation d'achat sur les différents circuits de distribution, répartis entre la Bourgogne, la Bretagne, Poitou-Charentes, Rhône-Alpes et l'Ile de France

L'étude complète est disponible au
Centre d'Etudes et de Ressources sur la Diversification (CERD) –
Centre Jean Sallonyer – Rue Pierre Mendès France –
58120 CHATEAU-CHINON –
Tél. 03 86 85 02 10 – Fax. 03 86 85 04 34 –
e.mail : cerd@wanadoo.fr

L'achat de produits fermiers constitue une pratique

➤ Courante

70,76 % des acheteurs de produits alimentaires répondent favorablement à la question « Avez-vous déjà acheté des produits tel que je vous les ai décrit et quel que soit le lieu d'achat ? » après définition des produits fermiers de la façon suivante : « Un produit fermier ou de la ferme est un produit alimentaire hors vins dont les matières premières ont été produites et le cas échéant transformées ou conditionnées sur une exploitation agricole sous le contrôle d'un producteur » (définition issue du projet de décret).

➤ Fréquente

Presque 40 % des acheteurs de produits fermiers en achètent une fois par semaine et plus.

Le marché des produits fermiers est en progression

- Le pourcentage de consommateurs ayant acheté au moins une fois un produit fermier (selon la définition retenue en 1994, c'est-à-dire hors légumes, fruits frais et pommes de terre) est passé de 59,6 % en 1994 à 68,7 % en 2006. Soulignons la forte différence entre l'Ile de France et les autres régions.

L'achat de produits fermiers fait partie de l'univers quotidien de consommation

- Les achats sans occasion particulière sont dominants
- Le nombre moyen de produits fermiers différents achetés dans l'année s'élève à 8 par acheteur dont 4 régulièrement (au moins une fois par mois)
- Les familles de produits fermiers :
 - volailles, lapins et œufs,
 - produits laitiers,
 - légumes et produits à base de légumes,
 - fruits et produits à base de fruits,

dominent le marché.