



Etude de marché de la filière de l'agriculture biologique en Martinique

RAPPORT FINAL

Maître d'ouvrage : Chambre d'agriculture de la Martinique

JUIN 2015

SOMMAIRE	1
Préambule	4
1. CARACTERISATION DU MARCHE	5
1.1. Présentation chiffrée de la filière bio en Martinique	5
1.1.1. Localisation des exploitations agricoles biologiques	5
1.1.2. Répartition des surfaces agricoles	7
1.1.3. Volume de production	10
1.2. Modes de commercialisation des produits issus de l'agriculture biologique	11
1.2.1. Les différentes formes de circuit court	11
1.2.2. Le circuit long	12
1.3. Cadre réglementaire et aides	14
1.3.1. Réglementation	14
1.3.2. Les mesures d'aide	15
1.4. Difficultés et perspectives de la filière AB en Martinique	18
1.4.1. Difficultés rencontrées dans la filière	18
1.4.2. Projets et prospection	18
1.5. Concurrence extérieure	20
1.5.1. La concurrence nationale	20
1.5.2. La concurrence internationale	20
2. PRESENTATION DE LA POPULATION INTERROGEE	22
2.1. Caractéristiques générales de la population interrogée	22
2.2. Champ de l'agriculture bio en Martinique	26
2.2.1. Part des consommateurs de produits bio dans l'échantillon	26
2.2.2. Connaissance du bio	27
2.2.3. Notoriété et identification des produits bio	28
3. ENQUETE AUPRES DES CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIO	31
3.1. Les caractéristiques des acheteurs-consommateurs	31
3.2. Les pratiques des consommateurs de produits bio	33
3.2.1. Produits consommés	33
3.2.2. Budget consacré à la consommation bio	34
3.2.3. Fréquence de consommation	34
3.2.4. Lieux d'achat et fréquence	35
3.2.5. Origine des produits consommés :	37
3.3. Motivations	38
3.3.1. Motifs de consommation	38
3.3.2. Confiance	39
3.4. Les motifs du choix de distribution	41
3.4.1. Magasins spécialisés	41
3.4.2. Marchés de producteurs	41
3.5. La perception des prix	43
3.5.1. Produits bio locaux	43
3.5.2. Produits bio importés	44
3.6. La perception de l'offre en matière de produits bio d'origine animale	45
4. ENQUETE AUPRES DES NON-CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIO	46

4.1. Motivations	46
4.2. Confiance dans les produits certifiés bio	47
4.3. La perception des prix des non-consommateurs	48
4.4. Conversion au bio	49
4.4.1. Possibilité de conversion au bio	49
4.4.2. Critères de consommation bio	50
5. PROPOSITIONS DES SONDES POUR LE DEVELOPPEMENT DE LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIO	51
5.1. Propositions des consommateurs de produits bio	51
5.2. Propositions des non consommateurs de produits bio	52
5.3. Autres propositions spontanées	53
Synthèse et remarques finales	54
ANNEXES	57
ANNEXE 1 : Présentation des acteurs	58
Organisation de la production	59
Groupements de producteurs	59
Organismes de collecte de la production	60
Structures de distribution	60
Acteurs politiques de la filière AB	62
Les administrations spécialisées dans l'agriculture	62
Les collectivités locales	64
Recherche, développement et formation	65
Les organismes de soutien et de R&D	65
Les instituts techniques	66
Organismes de formation	67
Les certificateurs et les fédérations nationales	68
Acteurs de la certification	68
Les principales structures fédératrices nationales	68
ANNEXE 2 : Principaux enseignements de l'enquête – segment restauration collective	70
Un approvisionnement principalement auprès de grossistes	70
Une présence faible des produits AB dans les menus	70
Des produits bio souvent importés	71
Un approvisionnement en produit bio globalement insatisfaisant	71
Des débouchés dans la transformation	71
Des demandes traditionnelles en produits bio	71
Les pistes de développement proposées par les acteurs de la restauration collective interrogés	72
Estimation de la capacité d'absorption des produits bio locaux	72
ANNEXE 3 : Questionnaires des enquêtes	73

PREAMBULE

L'agriculture biologique plus qu'un type de production, se distingue de l'agriculture conventionnelle, en ce qu'elle s'inscrit dans une logique de développement durable. Elle s'installe en Martinique à partir de la fin des années quatre-vingt-dix. Alors qu'elle sort d'une longue période de marginalisation, elle profite désormais d'un soutien politique à l'échelle européenne et nationale à travers plusieurs dispositifs comme les programmes Ambition Bio 2012 et Ambition Bio 2017.

La Martinique souffre d'un retard conséquent par rapport à d'autres départements comme la Réunion en outremer, mais surtout par rapport au continent. La production est toujours marginale tandis que la demande n'a cessé de se développer selon les producteurs. Afin de permettre une plus grande implication dans la filière, contribuer à une meilleure organisation et mettre en œuvre toutes les actions qui autoriseraient son expansion, la chambre d'agriculture souhaite disposer d'une connaissance approfondie et récente de l'AB sur le territoire. C'est pourquoi à travers l'étude de marché qui sera réalisée, les caractéristiques, les changements et les spécificités du secteur devront être inventoriés et analysés.

Le premier séminaire d'orientation de l'agriculture biologique à la Martinique, prévu en septembre 2015 sera l'occasion de définir les grandes orientations du secteur au niveau de la production.

L'étude commandée devrait donc être un recueil de données éclairant pour tous les acteurs de l'agriculture biologique. Elle contribuera au socle de réflexion pour planifier, organiser et dynamiser la branche.

Ce rapport final vise à dresser un état des lieux de la filière tant statistique qu'organisationnel et présente résultats de l'étude de marché.

Le rapport s'organise comme suit :

- Caractérisation du marché
- Présentation de la population interrogée
- Enquête auprès des consommateurs de produits bio
- Enquête auprès des non-consommateurs de produits bio
- Propositions pour le développement de la consommation de produits bio

1. CARACTERISATION DU MARCHE

1.1. Présentation chiffrée de la filière bio en Martinique

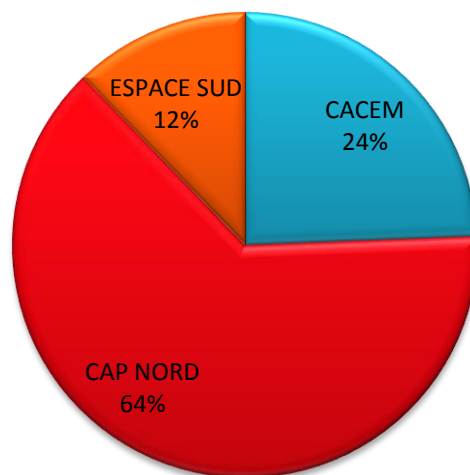
L'agence bio a recensé 41 agriculteurs bio certifiés en Martinique en 2014 qui produisent aussi bien des fruits, des légumes, de la volaille, des petits et gros ruminants, des fleurs. L'aquaculture n'est pas présente en Martinique dans la filière biologique.

Dans les années 1997-1998, les premières exploitations concernaient les bananes bio, l'arboriculture et l'élevage biologiques. 18 ans après l'apparition de l'agriculture biologique en Martinique, on compte 41 exploitants certifiés, 4 associations, 3 structures de collectes de productions AB et 3 petits marchés biologiques hebdomadaires (Génipa Ducos, Bourg Schoelcher et Cluny Schoelcher).

1.1.1. Localisation des exploitations agricoles biologiques

Ces agriculteurs sont majoritairement présents sur le territoire de la communauté des communes du Nord de la Martinique (CAP NORD).

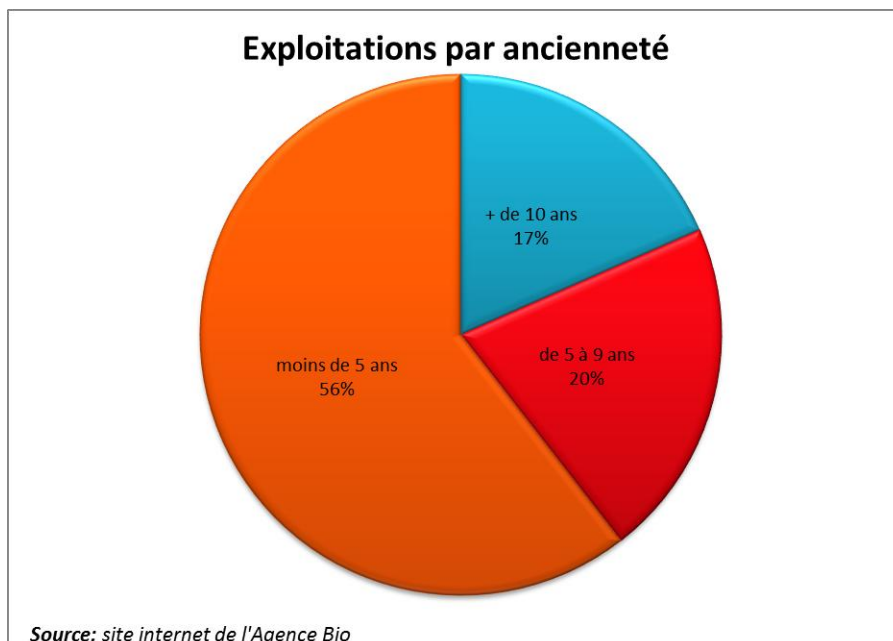
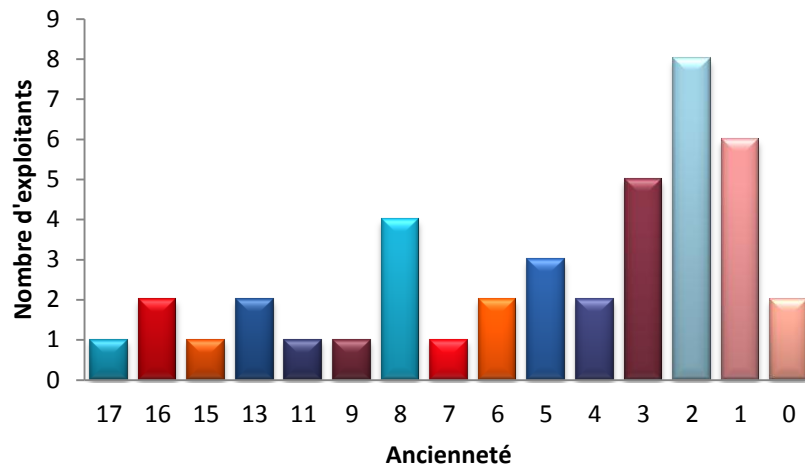
Répartition des agriculteurs par zone



Source: Site internet de l'Agence Bio, Mai 2015

Les exploitations sont majoritairement jeunes. 56% d'entre elles ont moins de 5 ans.
La plus ancienne des exploitations a 17 ans.

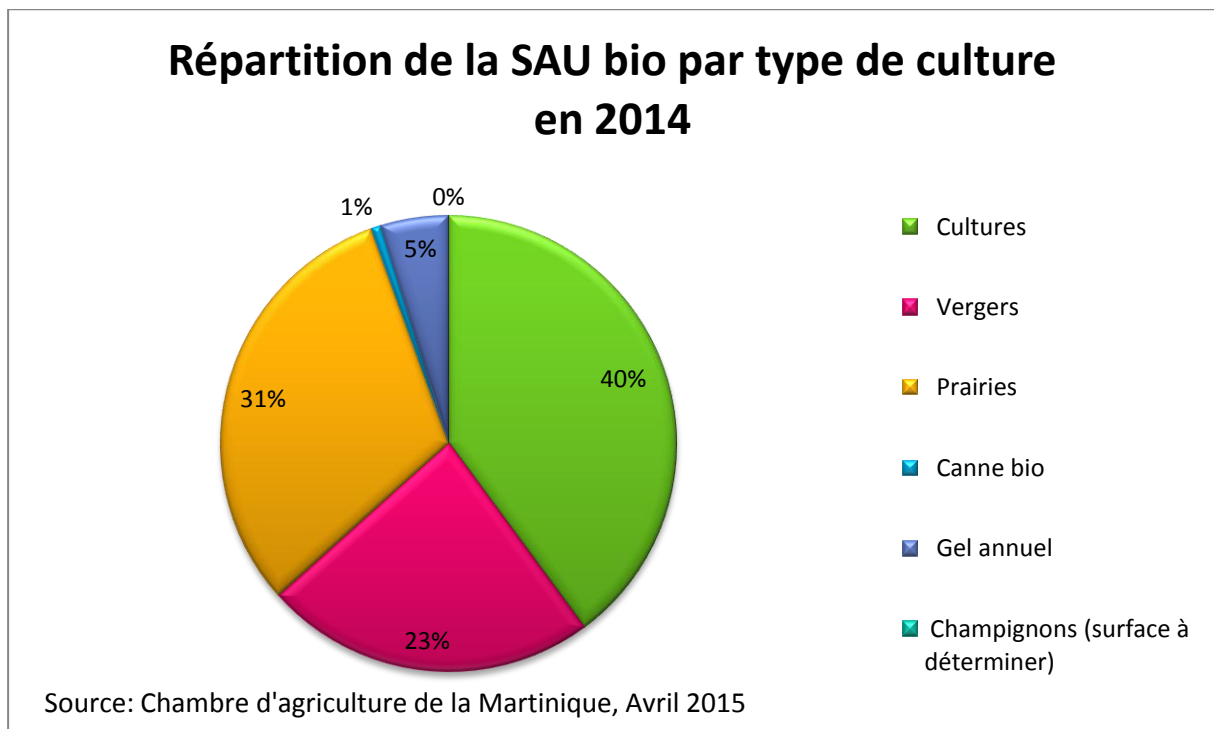
Nombre d'exploitations certifiées AB par ancienneté



1.1.2. Répartition des surfaces agricoles

La part occupée par l'agriculture bio en Martinique reste très modeste par rapport à l'agriculture conventionnelle. La superficie cultivée selon les normes de l'agriculture biologique en cours de certification ou déjà certifiée représente 1% de l'ensemble des surfaces agricoles utiles soit 207 hectares et 315 tonnes en 2014.

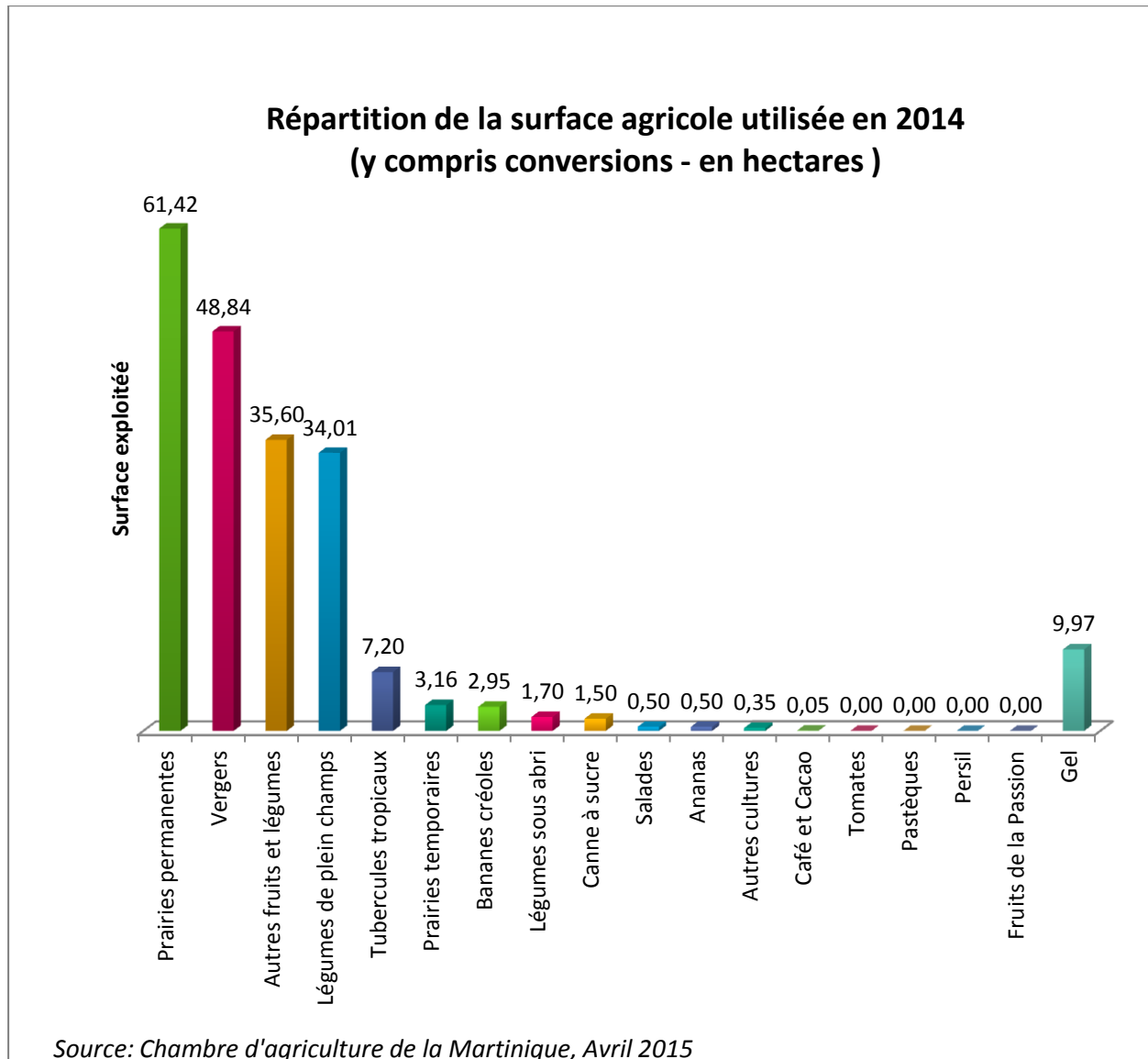
La SAU moyenne par exploitation est de 4,52 hectares en 2014 contre 5,47 hectares en 2013.



La production agricole biologique porte sur une liste moins étendue que celle de l'agriculture conventionnelle :

- Champignons
- Légumes de plein champ
- Légumes sous abri
- Tomates
- Pastèques
- Persil
- Salades
- Bananes créoles
- Ananas
- Fruits de la Passion
- Autres fruits et légumes
- Café et Cacao
- Autres cultures
- Tubercules tropicaux
- Vergers
- Prairies temporaires

- Prairies permanentes ¹
- Canne à sucre



La culture maraîchère et l'élevage d'ovins-caprins semblent particulièrement adaptés à la taille des exploitations martiniquaises.²

¹ Est prairie permanente toute surface dans laquelle l'herbe ou d'autres plantes fourragères herbacées prédominent

² Etude Expertise-action sur le développement de l'agriculture biologique dans les DOM Rapport filières AND international pour l'ODEADOM – Janvier 2014

Evolution des agriculteurs BIO en Martinique

	2008	2009	2010	2011	Evol. 08/11	Evol. 10/11
Exploitations (nbre)	24	27	27	31	29%	15%
Surfaces agricoles (ha)	188	140	191	298	59%	56%
dont conversion (ha)	72	6	87	91	26%	5%
% SAU	0,7%	0,5%	0,8%	1,2%	–	–
Taille moyenne des EA	7,8	5,2	7,1	9,6	23%	36%
Transformateurs	2	4	5	4	–	–
Distributeurs		2	1	2	–	–

Source : Agence BIO (rapport odeadom andi)

Les surfaces certifiées ou en conversion en 2013 se répartissent de la manière suivante :

Utilisation des surfaces bio en Martinique en 2013

Culture bio	Surfaces déclarées (ha)
Légumes	31
Fruits hors vergers	5
Vergers	80
Prairies	73
Jachère	13
PAPAM³	1
Horticulture	3
Total	205

Source : DAAF 972 (rapport Odeadom Andi 2014)

³ Plantes à parfum, aromatiques et médicinales

1.1.3. Volume de production

La production biologique est estimée à 315 tonnes en 2013⁴, avec un rendement d'environ 3T/ha pour les cultures maraîchères.

Les exploitations maraîchères sont les plus petites en surface. En Martinique elles produisent de la salade, des aubergines, des choux chinois et pommés et du giraumon sur une surface moyenne de 3 hectares⁵. Les légumes bio frais représentent 69 tonnes sur 19 ha⁶.

Estimation des productions BIO en Martinique en 2013

Cultures Bio	Estimation de la production (tonne)
Maraichage	69
Tubercules	3
Fruits dont vergers	237
Bananes créoles	6
Ananas	Nc
PAPAM	0,1
Fleurs et plants	Nc
Champignons	Nc
Total	315

Source : DAAF972-SISEP (rapport ODEADOM - ANDI 2014)

Les productions maraîchères se présentent selon deux agencements : le maraîchage diversifié bio et la culture légumière de plein champ. En Martinique le maraîchage diversifié bio est privilégié et se retrouve dans le jardin créole. Traditionnellement le jardin créole regroupe les produits maraîchers, la culture fruitière et la culture vivrière, très souvent l'igname et la patate douce. Cette diversité des cultures constitue un moyen de lutte efficace contre la prolifération des bioagresseurs.

⁴ Source : dossier AGRESTE n°9 de la Direction de l'Alimentation de l'Agriculture et des Forêts (DAAF), Juin 2014

⁵ Etude Expertise-action sur le développement de l'agriculture biologique dans les DOM Rapport filières AND international pour l'ODEADOM – Janvier 2014

⁶ Etude Expertise-action sur le développement de l'agriculture biologique dans les DOM Rapport filières AND international pour l'ODEADOM – Janvier 2014

1.2. Modes de commercialisation des produits issus de l'agriculture biologique

En Martinique, les produits locaux sont présents sur tous les circuits de distribution. Le marché local absorbe la totalité de la production bio. En 2013, 80% de cette production est distribué via les circuits courts, en vente directe ou sur les marchés bio (Génipa, Schoelcher, Patio de Cluny, Basse-Pointe...).

Le reste de la production est destiné à la restauration collective, aux magasins spécialisés et GMS, et à une usine de transformation.

La répartition de la distribution a évolué de manière significative puisqu'en 2011 95% des produits sont distribués via le circuit court (60% en vente directe au consommateur et 35% sur les marchés), et les 5% restants, via les GMS et magasins spécialisés.

1.2.1. Les différentes formes de circuit court

Le circuit court se caractérise par le nombre d'intermédiaires limités entre le producteur et les consommateurs, par la relation entre l'agriculteur et la population ainsi que par la dynamique apportée sur le territoire. Les circuits courts regroupent deux grands types de commercialisation : la vente directe (sans intermédiaire) et la vente indirecte (un seul intermédiaire) dans des réseaux de proximité.

- **La vente directe à la ferme**

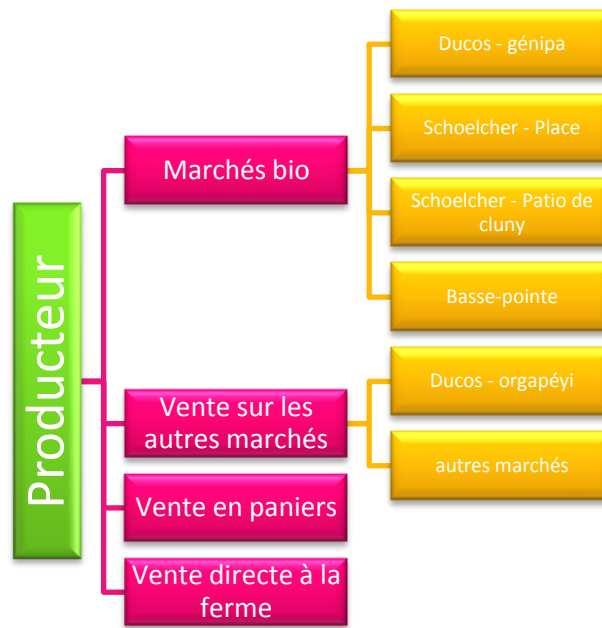
La vente à la ferme s'effectue dans un local aménagé avec des équipements adaptés aux produits vendus (étagère de légumes, vitrine réfrigérée pour les produits laitiers et viande...). L'accueil est assuré par le producteur, un membre de la famille ou un salarié. Ce mode de commercialisation est privilégié par les agriculteurs car ceux-ci n'ont pas de déplacement à faire ; les clients viennent directement à leur rencontre.

- **La vente directe hors ferme**

Ce mode de commercialisation s'effectue en dehors de l'exploitation. L'agriculteur a le choix de vendre ses produits de différentes manières dont :

- La vente sur les marchés dédiés
- La vente en bordure de route
- La vente en paniers

Figure 1 : Représentation du circuit court en Martinique



1.2.2. Le circuit long

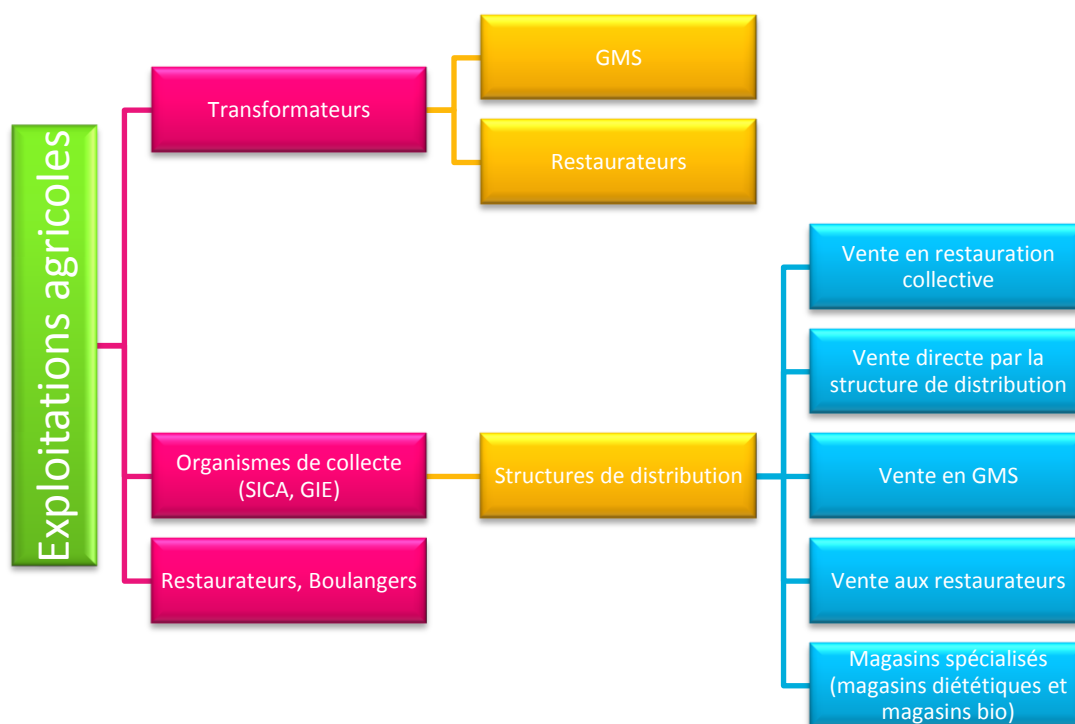
Le circuit long est un mode de commercialisation dans lequel interviennent un nombre important d'intermédiaires.

Celui-ci se base essentiellement sur la commercialisation auprès des GMS.

En effet, la distribution spécialisée et traditionnelle comprend :

- des magasins généralistes organisés en réseaux
- des magasins généralistes indépendants
- et des artisans "traditionnels", principalement dans les secteurs de la boulangerie, de la boucherie et du commerce de détail des fruits et légumes

Figure 2 : Représentation du circuit long en Martinique



Sources : dossier AGRESTE n°9 de la Direction de l'Alimentation de l'Agriculture et des Forêts (DAAF), Juin 2014 – DAAF – POSEI

Grâce à la stratégie de différenciation verticale - positionnement supérieur de l'AB par rapport à l'agriculture, la qualité des produits issus de l'agriculture biologique jouit d'une reconnaissance quasi unanime des consommateurs. Ces derniers consacrent proportionnellement une part plus élevée de leur budget aux produits de l'AB comparativement aux produits de l'agriculture conventionnelle.

1.3. Cadre réglementaire et aides

1.3.1. Réglementation

La production biologique est encadrée par des règlements européens (CE) n° 834/2007 et 889/2008 depuis 2012 par les règlements (CE) n°967/2008, (UE) n°203/2012 et (UE) n°126/2012⁷, cependant d'autres labels existent soit comme une surcouche au label européen (Bio cohérence) soit une branche disjointe de culture sans intrants chimiques qui se plie cependant aux règles internationales de l'agriculture biologique reconnues par la FAO et l'IFOAM comme Nature et progrès⁸.

La différenciation se retrouve aussi au niveau du contrôle qui est fait par des organismes certificateurs reconnus par l'état pour le label AB alors que pour nature est cohérence le contrôle se fait via un consommateur et un producteur, ce mode de contrôle a lieu aussi toutes les années, en plus du contrôle, la certification par regroupement donne lieu à des échanges et des transmissions de bonnes pratiques.

Les contraintes des autres pays sont supérieures à celles des pays de l'Europe, par exemple : il n'est pas possible d'être agréé et de cultiver avec des intrants chimiques d'autres produits. La conjugaison des difficultés liées à l'insularité fait qu'en général les producteurs en Martinique font payer 25% plus cher les produits bios⁹.

⁷ P.1 Lettre d'information AGRIESTE Agriculture_Bio_Martinique_cle42a815.pdf

⁸ <http://www.reporterre.net/Il-y-a-bio-et-bio-Voici-comment-s>

⁹ Lettre d'information AGRIESTE Agriculture_Bio_Martinique_cle42a815.pdf

Les modes de productions agricoles selon leur investissement dans le respect de l'environnement			
	Mode de contrôle et de certification	Référentiel	Exemples existants ou possibles en Martinique
Agriculture Biologique	Certification officielle norme 45011 ou équivalent	Règlements nationaux Règlement européen International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM)	Production des agriculteurs ayant adhéré à l'association « Bio des Antilles »
	Certification par groupe		Le référentiel de l'association « Orgapéyi » pourrait recouvrir l'une ou l'autre de ces acceptions s'il prévoit à minima l'interdiction de pesticides et d'engrais de synthèse
Agriculture Agro écologique	Certification participative	Mode de production, non stabilisé, fidèle aux principes de l'agriculture biologique	
Autres formes d'agriculture	Qualification par tiers expert	Exploitation qualifiée en agriculture raisonnée décret n° 2002-631 du 25 avril 2002	Cultures de banane en agriculture raisonnée
	Pas de certification	« Agriculture paysanne » (charte)	Jardin créole innovant
	Pas de certification	Agriculture conventionnelle, pas de référentiel ni de qualification	L'essentiel de la production agricole martiniquaise

1.3.2. Les mesures d'aide

Il existe plusieurs dispositifs d'aide tant au niveau de la période de conversion que lors de l'exploitation, on peut citer le plan de développement rural qui comprend une aide à la conversion, une aide au maintien, une aide pour l'assistance technique et une aide à la certification.

L'autre politique d'aide est le programme d'option spécifique de l'éloignement et de l'insularité. Les producteurs des DOM bénéficient donc d'un soutien public direct sans communes mesures avec ceux des états proches. Cette aide au développement de la production se fait par des programmes d'aides nationaux ou européens.

Aides du PDRM 2014-2020 (Plan de développement rural martiniquais)

- Mesure 1 : Aide au financement des projets d'encadrement technique
- Mesure 3 : Système de qualité
- Mesure 11 : - Conversion à l'agriculture biologique : Contrat de 5 ans donnant droit à un accompagnement financier (de 265 à 900 €/Ha) des exploitants qui s'engagent en partie ou en totalité dans une démarche de conversion à l'agriculture biologique

- Maintien en agriculture biologique : Contrat de 5 ans donnant droit à un accompagnement financier (de 175 à 605 €/Ha) des exploitants pratiquant l'agriculture biologique et ne bénéficiant pas des aides à la conversion

Aides de l'Etat

- Associations, groupements de producteurs : enveloppe pour l'animation et la structuration de la filière
- Exploitants : crédit d'impôt pour les exploitants ayant achevé leur conversion

Aides POSEI

- Producteurs membres d'une OP ou d'une structure collective de commercialisation agréée : Aide à la commercialisation: 800 €/tonne

Aides du PDRM 2007-2014

- CAB : Conversion à l'agriculture biologique
- MAB : Maintien de l'agriculture biologique
- Mesure 111B : Aide à l'encadrement technique
- Mesure 132 : Aide à la certification et au contrôle

Tableau des aides accordées selon le programme en 2013

	Mesures	Montant en €	Nombre de bénéficiaires
PDRM	CAB	35 052	4 exploitants
	MAB	6 577	8 exploitants
	Animation AB	24 900	1 association
	M111B	30 000	1 association
	M132	7 241	17 exploitants
POSEI	Aide à la commercialisation	51 553	6 exploitants pour 66 tonnes aidés

Source : dossier AGRESTE n°9 de la Direction de l'Alimentation de l'Agriculture et des Forêts (DAAF), Juin 2014

Les rapports successifs sur le terrain ont montré que les aides du POSEI accordées pour la commercialisation locale de produits bio restent difficiles à obtenir à cause du défaut de structures de commercialisation bio.

Il existe aussi des verrous qui découlent caractéristiques propres de la filière et de la phase de développement dans laquelle elle se trouve.

On peut noter :

- Un manque d'adéquation entre les espèces élevées ou cultivées et le montant des aides à l'hectare alors que cette adéquation existe dans le conventionnel
- Une diminution des minimums exigés pour les structures collectives éligibles.
- La levée de la double ou de la triple reconnaissance par des administrations différentes.
- La reconnaissance en structure d'aval, les points de vente spécialisés bio.
- L'adaptation du PDR.
- Le renforcement des incitations pour la vente directe à travers les aides MAE en mobilisant par exemple le FEADER puisqu'il prévoit la possibilité de dépasser les plafonds en cas de justification.

- Une généralisation des aides pour soutenir les projets au niveau des investissements, du contrôle, de la certification, des intrants plutôt qu'au niveau uniquement du produit.

1.4. Difficultés et perspectives de la filière AB en Martinique

1.4.1. Difficultés rencontrées dans la filière

Pour comprendre les difficultés à s'organiser des producteurs, il faut observer les points de divergence qui les caractérisent, que leur exploitation soit totalement ou non certifiée agriculture biologique. On peut citer :

- L'ancienneté de la conversion
- L'origine paysanne ou non des exploitants
- La part de leurs revenus issus de l'agriculture
- La diversité des productions
- Le nombre de salariés dont ils ont la charge
- La participation à un organisme de collecte

Ces divergences créent des rivalités entre les producteurs qui brouillent les informations autour de la filière. La filière AB apparaît divisée et les conséquences de cette division restreignent les économies d'échelles, la capacité à expérimenter et la sensibilisation commerciale du plus grand nombre.

1.4.2. Projets et prospection

Des projets de transformation des produits issus de l'agriculture biologique ont été initiés. L'entreprise DENEL, l'un des principaux transformateurs de l'île, souhaite étendre sa gamme de jus de fruits de goyave et de fruits de la passion, avec une gamme bio. Toutefois, ce projet semble avoir des difficultés à voir le jour en raison du coût actuel du sucre bio.

La production d'œufs locaux constitue l'autre grand projet agro industriel. Alors qu'en France continentale les œufs constituent le produit le plus vendu dans la gamme bio des produits frais, le coût de l'alimentation animale biologique contraint la faisabilité de ce projet à l'échelle locale.

Les transformateurs de produits bios au sein de Synabio (Syndicat National des transformateurs de produits naturels et de culture biologique) ont fait connaître leur intérêt pour nombre de leurs adhérents d'être fourni que ce soit en fruits tropicaux ou en sucre en provenance des DOM. L'utilisation de ces produits leur permettrait de valoriser leur transformation avec le label certifiant l'origine européenne des matières premières « Agriculture UE ».

Par ailleurs, la filière agriculture biologique en Martinique devrait être attentive aux enseignements tirés des programmes et actions suivants :

- Création de systèmes de cultures fruitières sans herbicide (CIRAD, FREDON, Chambre d'Agriculture et SEA)
- Expérimentation sur les plantes de couverture et sur le paillage naturel, développement des combinaisons élevage-cultures (désherbage par les volailles).

- Amélioration de la fertilité biologique et chimique des sols (CIRAD, Chambre d'Agriculture, IT2 et SEA) à travers une meilleure utilisation des plantes dite de service.
- Techniques de culture d'ananas nécessitant peu d'intrants (CIRAD/IT2).
- l'amélioration des systèmes fourragers à travers une meilleure qualité des prairies par l'ensilage de sorgho ou de canne à sucre (IKARE)
- l'amélioration de la filière d'élevage cunicole (IKARE)
- Création d'une licence « Agriculture Biologique – Conseil et Développement », pour former des conseillers en agriculture biologique (CFPPA).

1.5. Concurrence extérieure

1.5.1. La concurrence nationale

Les études réalisées sur la filière bio et notamment l'Etude expertise-action sur le développement de l'agriculture biologique dans les DOM de l'Office de développement de l'économie agricole d'outre-mer (ODEADOM) 2014, indiquent que les consommateurs accordent une grande importance aux vertus des produits bios sur la société, l'environnement et même sur leur santé.

Cependant dans le cadre de la concurrence qui existe entre les producteurs bio de l'hexagone et les producteurs locaux, il apparaît que l'essentiel du marché alimentaire bio des DOM profite aux fournisseurs métropolitains, notamment via les marques des distributeurs des grandes enseignes.

Les filières de distribution sont alimentées par des centrales d'achat des GMS (Carrefour, Commerçant U, Casino, etc), constituant ainsi un certain point de blocage, au niveau de la rentabilité, du volume, de l'approvisionnement et du prix pour le consommateur et le commerçant.

Vu la taille du marché et le faible niveau de la demande, la Martinique est n'est pas encore en mesure de se doter d'une production exhaustive en bio, tant au niveau des produits primaires que des produits transformés (huile, pâtes, aliments appertisés, etc).

1.5.2. La concurrence internationale

La concurrence internationale fait ressortir les deux faiblesses structurelles des productions locales AB. En premier lieu, le coût de la main d'œuvre en Martinique est souvent plus de cinq fois plus élevé que celui des pays de la Caraïbe et d'Amérique Latine – en 2012, le coût horaire de la main en République Dominicaine était de 60 centimes d'euros.

En second lieu, les surfaces disponibles et la taille des exploitations en agriculture biologique rendent difficiles les économies d'échelle dans le secteur – alors que la taille moyenne des exploitations AB est de 48 hectares au Brésil, elle est de 8 hectares en République Dominicaine, elle n'est que de 5 hectares en Martinique.

Dans un tel contexte, l'issue pour les agriculteurs Martiniquais est de renforcer leur stratégie de différenciation en privilégiant une logique de niche du type commerce équitable. Les consommateurs européens sont sensibles à l'origine des produits et sont prêts à consentir à un effort financier supplémentaire pour des produits provenant exclusivement de l'Union Européenne.

De plus, le dispositif d'octroi de mer permet aux producteurs de compenser une partie de leurs surcoûts relatifs à l'éloignement et à la petitesse du marché.

Enfin, les producteurs martiniquais bénéficient d'une main d'œuvre plus qualifiée que dans les îles voisines, et d'une technologie adossée à un réseau de recherche-développement plus avancée.

Comparatif des coûts entre les Antilles et la République Dominicaine

	Antilles	Rép. Dom (conventionnel)	Rép. Dom (AB)
Nombre de producteurs	600	653	1 332
Superficie (ha)	9 000	7 944	10 176
Taille moyenne des exploitations (ha)	15	12	8
Densité de plantations (nbre de plants/ha)	1 800	2 300	2 300
Rendement moyen (t/ha)	27	20	15
Production totale (t)*	243 000	158 875	152 645
Dont exportation (%)	72	100	100
Coût horaire de la MO**	10,1 €	0,6 €	0,6 €

Source : Rapport AND-I d'après ADOBANANO et CA Guadeloupe

* Données 2010 pour les Antilles et 2012 pour la République Dominicaine

** Antilles : source CA Guadeloupe / République Dominicaine : salaire de base de 6 USD/jour soit 4,5€/jour à raison de 8h/jour soit 0,56€/h

Les principaux avantages des concurrents de la Martinique à l'exemple du Brésil ou de la République dominicaine sont :

- une capacité importante à l'export
- l'implication de centre d'études et de recherche
- une réglementation conforme aux principes mondiaux définis par l'IFOAM et par les instances européennes, tout en étant mieux adaptée aux conditions tropicales
- une main-d'œuvre bon marché
- des monnaies moins fortes que l'euro
- la croissance et la force de leur demande intérieure.

Il est dès lors recommandé pour le développement de la filière bio martiniquaise d'opérer les ajustements suivants :

- autoriser la production des cultures les plus fragiles sur claies ou dans des bacs en attendant des techniques améliorant la production au sol
- améliorer l'approvisionnement bio en semence pour toutes les variétés et espèces dans le respect des espèces endémiques et l'utilisation de semence conventionnelles suivant des procédures strictes
- accroître la capacité à traiter les parcelles adjacentes, pour certains bioagresseurs sous la supervision d'un expert en dissémination
- améliorer les principes actifs des produits utilisés en bio prenant en compte les spécificités des pays tropicaux

2. PRESENTATION DE LA POPULATION INTERROGEE

Les enquêtes auprès des consommateurs ont été menées sur les différents circuits de distribution, auprès des exploitants, puis de la restauration collective.

235 personnes ont été interrogées dans le cadre de cette étude.

L'échantillonnage a suivi une répartition en quatre segments :

- Segment 1 : Population (105 personnes)
- Segment 2 : Magasins Bio (55 personnes)
- Segment 3 : Marchés de producteurs et producteurs (75 personnes)

Un quatrième segment a été interrogé à l'occasion de réunions de travail :

- Segment 4 : Restauration collective (Servichef, Cantine centrale de Fort-de-france, Cantine centrale du Lamentin, Clinique Sainte-Marie, Clinique Saint-Paul)

Ces enquêtes ont pour objectif de comprendre le marché du bio à travers les habitudes et modes de consommation, les raisons de satisfaction ou d'insatisfaction, ainsi que les raisons de la non-consommation des produits bio.

Les résultats de l'enquête réalisée auprès des trois premiers segments sont présentés et analysés plus avant.

Les résultats de l'enquête réalisée auprès de la restauration collective (segment 4) ont été reportés en annexe.

2.1. Caractéristiques générales de la population interrogée

○ Sexe

Sexe	Fréq.	Nb. cit.
Homme	28,9%	68
Femme	71,1%	167
TOTAL OBS.	100%	235

○ Age

IG-AGE	Fréq.	Nb. cit.
Moins de 20 ans	0,9%	2
Entre 20 et 29 ans	9,4%	22
Entre 30 et 39 ans	16,6%	39
Entre 40 et 49 ans	20,0%	47
Entre 50 et 59 ans	23,8%	56
60 ans et plus	29,4%	69

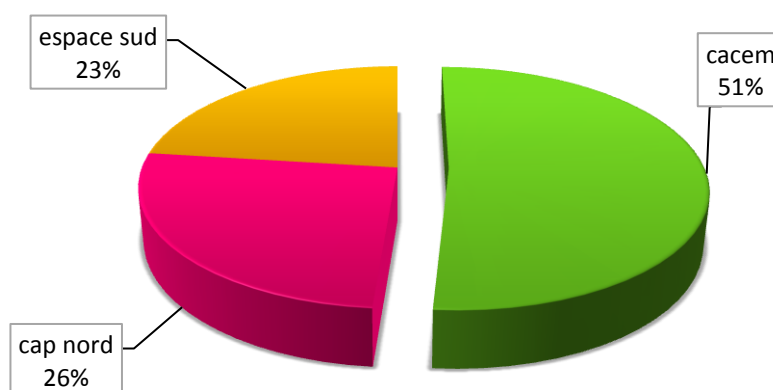
○ Commune de résidence

CODE POSTAL	Freq.	Nb.ci t.
Fort De France	21,7%	51
Schœlcher	13,2%	31
Le Lamentin	8,9%	21
Basse Pointe / Grand Rivière	6,0%	14
Saint Joseph	4,7%	11
Ducos	3,8%	9
Le François	3,4%	8
Trinite	3,0%	7
Bellefontaine / Case Pilote	3,0%	7
Saint Esprit	3,0%	7
Rivière Salée	2,6%	6
Ajoupa Bouillon	2,6%	6
Le Diamant	2,6%	6
Sainte-Marie	2,1%	5
Riviere Pilote	1,7%	4
Gros Morne	1,7%	4
Le Lorrain	1,7%	4
Sainte-Luce	1,7%	4
Le Marin	1,7%	4
Anses D'arlets	1,3%	3
Le Robert	1,3%	3
Le Morne Rouge	1,3%	3
Morne Vert	0,9%	2
Sainte Anne	0,9%	2
97234	0,9%	2
Fonds Saint Denis / Saint Pierre	0,9%	2
Marigot	0,4%	1
Le Vauclin	0,4%	1
Non Réponse	3,0%	7
Total	100,0%	235

○ CSP

IG-CSP	Fréq.	Nb. cit.
Non réponse	2,1%	5
Chef d'entreprise/ Artisan/ Commerçant	8,9%	21
Cadre/ Profession intellectuelle Profession supérieure	11,9%	28
Profession intermédiaire	12,8%	30
Employé	20,0%	47
Ouvrier/Technicien	2,1%	5
Retraité	22,1%	52
Sans emploi/ Femme au foyer	16,2%	38
Etudiant	3,8%	9
TOTAL OBS.	100%	235

Répartition par EPCI



Les personnes interrogées sont majoritairement des femmes (71%). Plus de la moitié de l'échantillon (52,3%) a au moins 50 ans. Les personnes qui ont été interrogées résident sur l'ensemble du territoire (51% CACEM, 26% CAP NORD, 23% ESPACE SUD). Il s'agit de CSP+ (20,8%), de retraités (22%), d'employés (20%), de personnes sans emploi 16,2%).

○ Revenu Mensuel du foyer en 2014

IG-REVENU MENSUEL	Fréq.	Nb. cit.
Moins de 800 euros	15,3%	36
Entre 800 et 1499 euros	14,0%	33
Entre 1500 et 1999 euros	11,9%	28
Entre 2000 et 2999 euros	17,9%	42
3000 euros et plus	20,4%	48
Refus de répondre	12,8%	30
Non réponse	0,9%	2
Ne sait pas	6,8%	16
TOTAL OBS.	100%	235

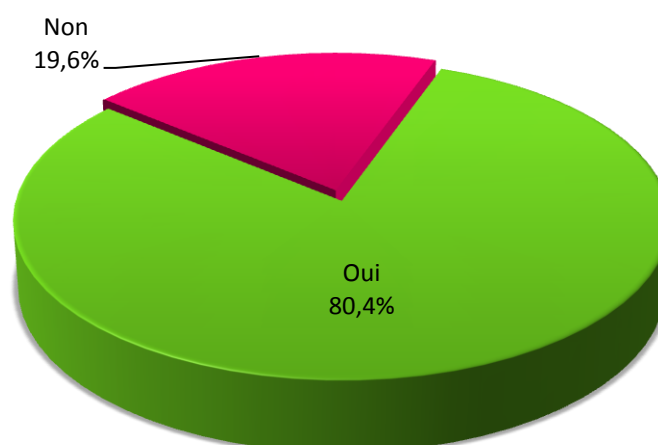
15,3% de l'échantillon a une revenu mensuel moyen de moins de 800€, 25,9% ont entre 800€ et 1999€, et 38,3% ont plus de 2000€ pour vivre.

2.2. Champ de l'agriculture bio en Martinique

2.2.1. Part des consommateurs de produits bio dans l'échantillon

Vous est-il déjà arrivé de consommer des produits bio ?

Part des consommateurs de produits bio

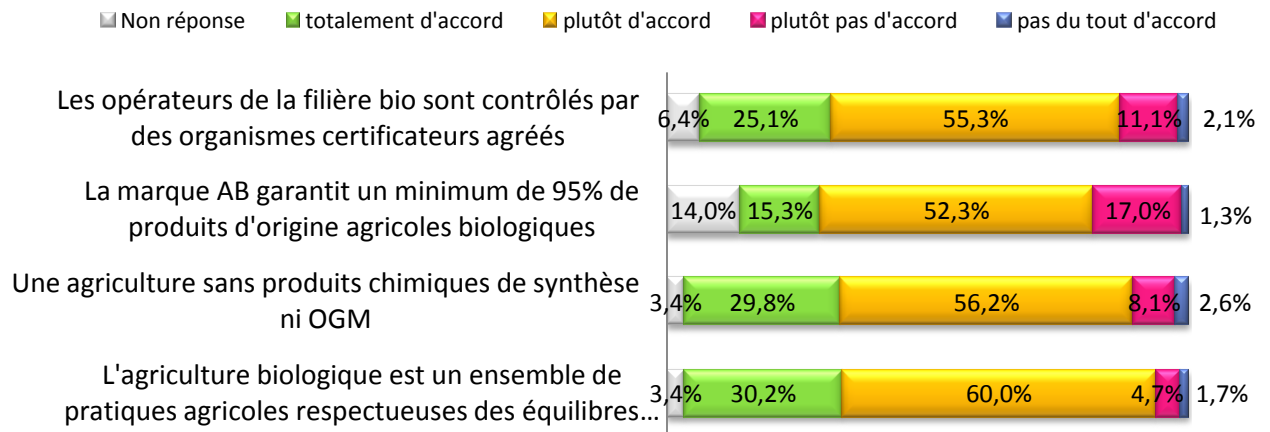


80,4% des personnes interrogées déclarent avoir déjà consommé au moins une fois des produits issus de l'agriculture biologique.

Il y a 19,6% des personnes interrogées qui ont répondu à l'enquête portant sur les non-consommateurs.

2.2.2. Connaissance du bio

Pour chacune des affirmations suivantes, précisez si vous êtes totalement d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord



A la lecture des réponses relatives à la définition de l'agriculture biologique, il apparaît que les personnes interrogées ont plutôt une bonne connaissance de l'agriculture bio.

Ils sont 80,4% à approuver l'affirmation selon laquelle les opérateurs de la filière bio sont contrôlés par des organismes certificateurs agréés ; 67,6%, l'affirmation selon laquelle la marque AB garantit un minimum de 95% de produits d'origine agricoles biologiques ; 86% l'affirmation selon laquelle une agriculture sans produits chimiques de synthèse ni OGM ; et enfin, 90,2% l'affirmation selon laquelle l'agriculture biologique est un ensemble de pratiques agricoles respectueuses des équilibres écologiques et du bien-être des animaux.

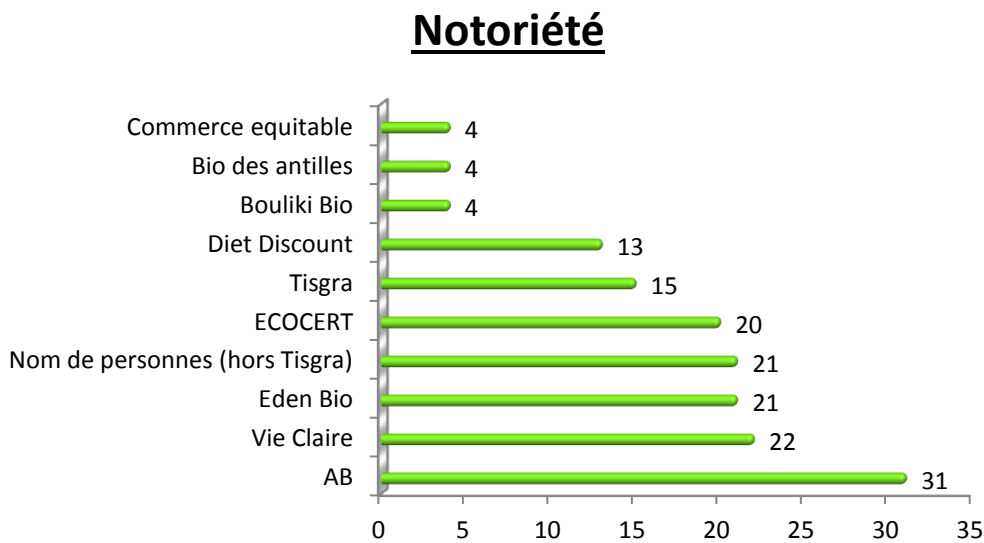
S'ils sont 26,3% chez les non-consommateurs, ils sont tout de même 21,3% chez les consommateurs à rejeter l'affirmation selon laquelle la marque AB garantit un minimum de 95% de produits d'origine agricole biologiques

Ces résultats seraient probablement moins favorables si au lieu de proposer les bonnes définitions, nous avions alterné bonnes et fausses affirmations.

2.2.3. Notoriété et identification des produits bio

○ Notoriété

Lorsque qu'on vous parle de l'agriculture bio, quels sont les 3 noms (organismes, logos, entreprises, personnes) qui vous viennent spontanément à l'esprit ? (Plusieurs réponses possibles)

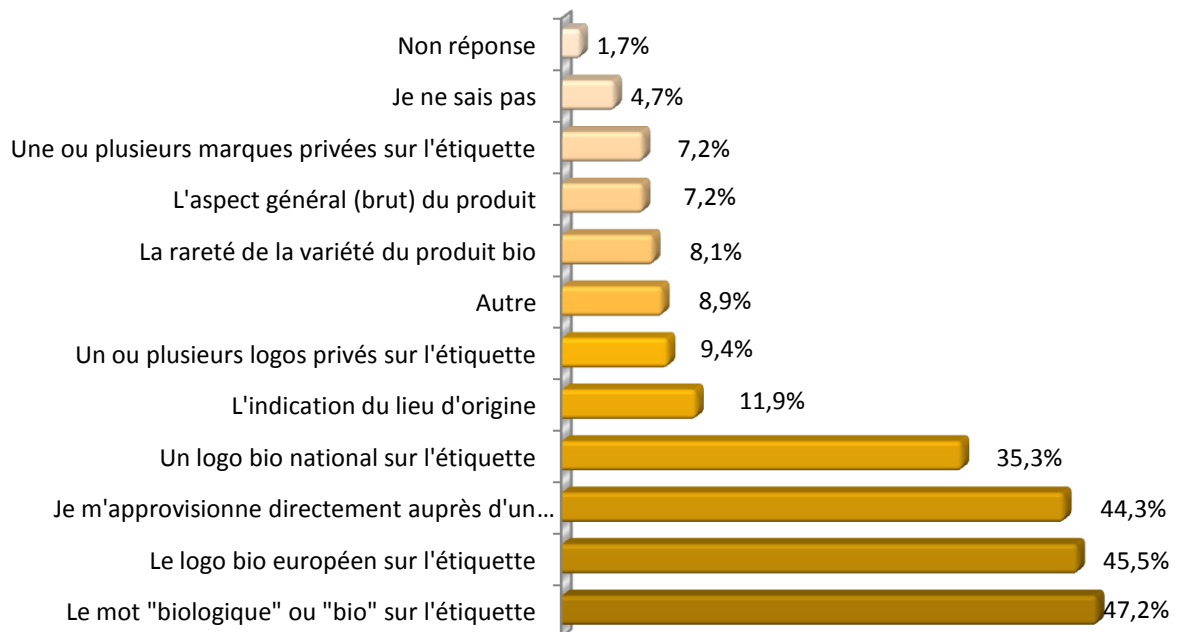


Les personnes interrogées citent spontanément le logo AB (31 fois), des noms de magasins spécialisés (22 fois la Vie Claire, 21 fois Eden Bio et 13 fois Diet Discount), des noms de personnes (36 fois), et un organisme certificateur Ecocert (20 fois). Remarquons qu'une personne se distingue sur tous les noms cités, Monsieur Tisgra avec 15 citations.

○ identification des produits bio

**A quoi vous fiez-vous pour reconnaître les produits issus de l'agriculture biologique ?
(plusieurs réponses possibles)**

Identification des produits bio



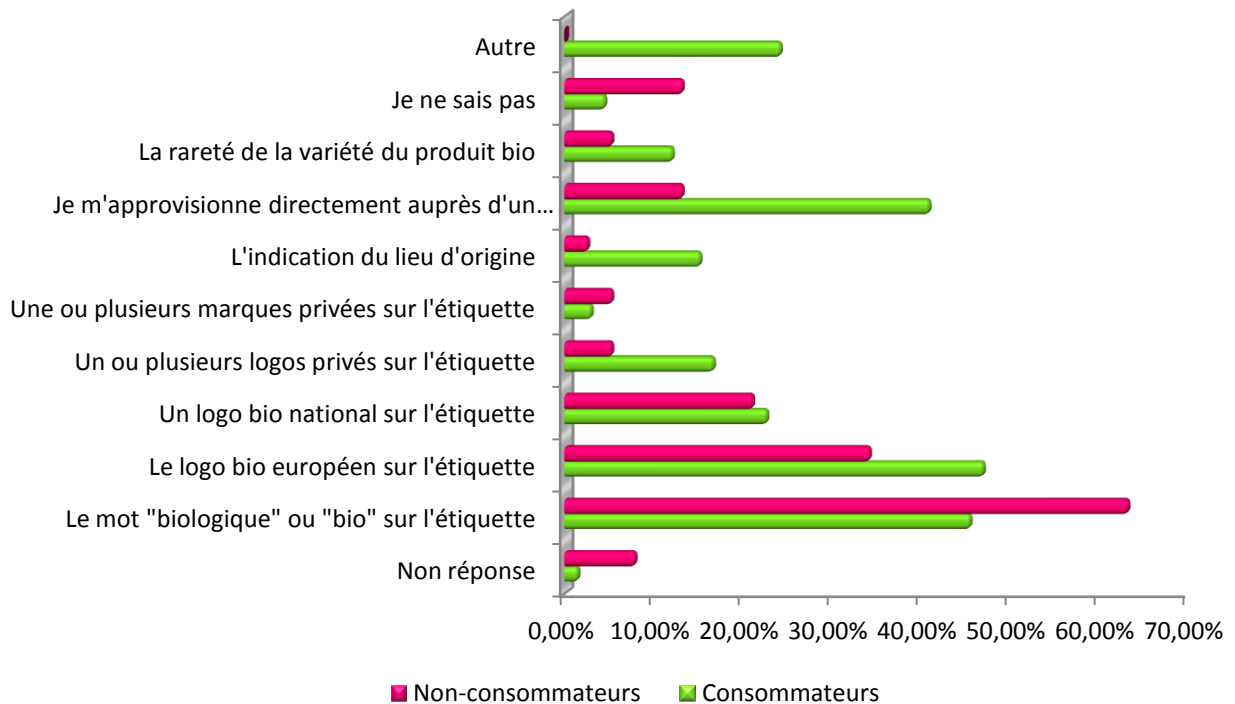
On peut dire que d'une manière générale, le mot "biologique" ou "bio" sur l'étiquette est le principal critère d'identification des produits issus de l'agriculture biologique puisque 47,2% des sondés se fient à lui, ou au logo bio européen ou national sur l'étiquette.

Le second critère important est l'approvisionnement direct auprès d'un producteur bio qui vend ses produits sans emballage ni étiquette.

Les autres critères comme l'indication du lieu d'origine, la rareté de la variété ou l'aspect général du produit représentant individuellement moins de 12%.

○ Comparaison des critères d'identification suivant la consommation de produits bio

Critères d'identification des produits bio



Les consommateurs et les non-consommateurs s'appuient sur des éléments différents pour identifier les produits bio.

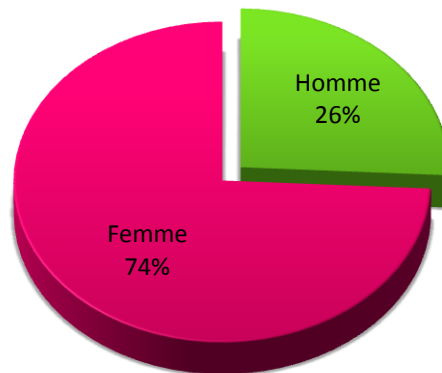
Alors que pour les consommateurs le fait de s'approvisionner directement auprès d'un producteur est un des principaux éléments permettant d'identifier un produit bio, il semble être un élément secondaire pour les non-consommateurs. Il apparaît néanmoins que l'on soit consommateur ou non-consommateur, que le mot bio reste le principal critère d'identification.

3. ENQUETE AUPRES DES CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIO

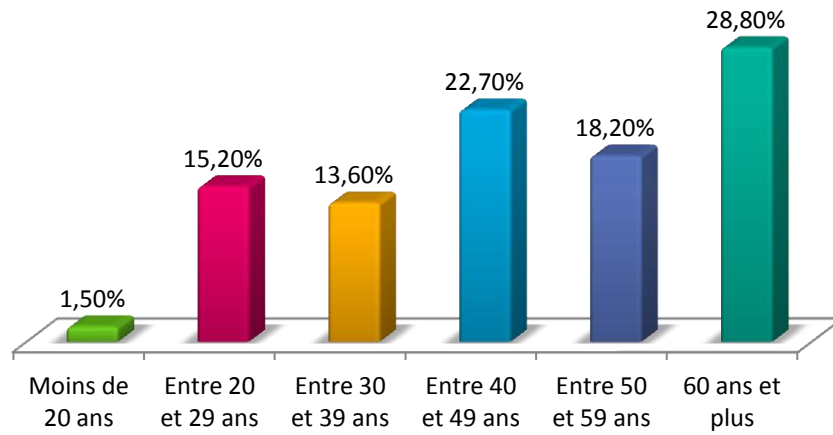
*Cette partie ne concerne que les personnes ayant déjà consommé des produits bio –
Base : 80,4%*

3.1. Les caractéristiques des acheteurs- consommateurs

Consommateurs de produits bio par genre



Consommateurs de produits bio par tranche d'âge



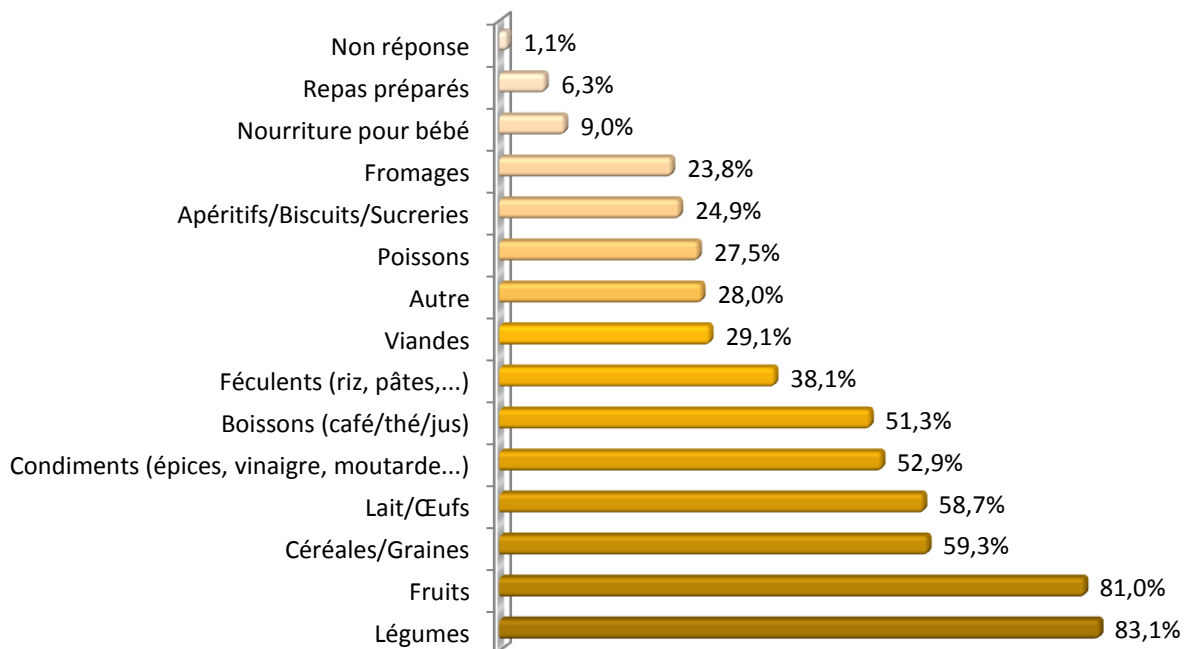
Les personnes ayant déjà consommé un produit bio de l'échantillon sont majoritairement des femmes. 47% des consommateurs interrogés ont au moins 50 ans.

3.2. Les pratiques des consommateurs de produits bio

3.2.1. Produits consommés

Quels sont les produits biologiques que vous consommez ? (Plusieurs réponses)

Produits bio consommés



Autres :

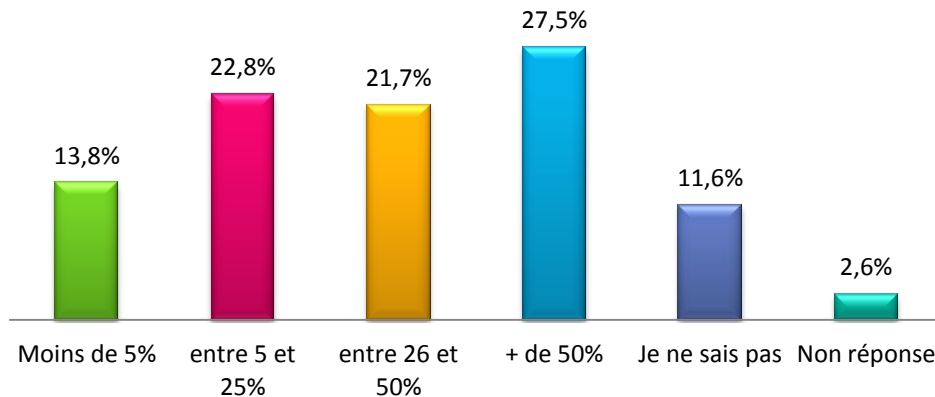
Les personnes ayant déjà consommé des produits bio consomment majoritairement des légumes (83,1%), des fruits (81%), des céréales/graines (59,3%), du lait ou des œufs (58,7%), ou encore des condiments (52,9%) et aussi des boissons bio (51,3%).

Les viandes ou les poissons représentent moins de 30% de de la consommation bio.

3.2.2. Budget consacré à la consommation bio

Dans votre budget d'alimentation la part de produits bio représente :

Budget consacré à la consommation bio



Quand on analyse le budget d'alimentations consacré aux produits bio, il n'existe pas de profil type de consommateur bio. En effet, 27,5% des interrogés consacrent plus de 50% de leur budget d'alimentation. Néanmoins, ils sont peu nombreux (13,8%) à ne consacrer qu'une part modeste de leur budget à la consommation bio.

67% des gens qui consacrent moins de 5% de leur budget à la consommation de produit bio, ont une consommation ponctuelle du produit.

3.2.3. Fréquence de consommation

Vous diriez que vous consommez des produits bio :

FREQUENCE CONSUMMATION PRODUITS BIO	Fréq.	Nb. cit.
Une fois par semaine ou plus	69,8%	132
Une fois par mois ou plus	6,9%	13
De temps en temps	21,2%	40
De manière exceptionnelle	1,1%	2
Non réponse	1,1%	2
TOTAL OBS.	100%	189

Lorsque l'on interroge les consommateurs de produits bio sur leur fréquence de consommation des produits bio près de 70% déclarent en consommer au moins une fois par semaine et 6,9% au moins une fois par mois.

Les consommateurs occasionnels représentent 22,3% des citations.

3.2.4. Lieux d'achat et fréquence

Où achetez-vous vos aliments bio ?

LIEU D'ACHAT PRODUITS BIO	Fréq. Rang 1	Fréq. Rang 2	Fréq. Rang 3	Indicateur moyen
Dans les magasins spécialisés bio	31,7%	15,90%	10,10%	19,23%
Directement auprès du producteur ou la ferme	19,0%	11,60%	6,90%	12,50%
Au marché des producteurs bio	15,9%	16,40%	9,00%	13,77%
En grande et moyenne surface	15,3%	19,00%	13,80%	16,03%
Au magasin diététique	7,4%	10,60%	5,30%	7,77%
Non réponse	6,3%	14,30%	28,00%	16,20%
Autre	2,6%	1,10%	1,10%	1,60%
Après d'une organisation de producteurs	1,60%	2,60%	3,20%	2,47%
Par internet	0,00%	0,50%	1,60%	0,70%
Livraison à domicile (ou panier)	0,00%	1,60%	0,50%	0,70%
Dans une coopérative agricole	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Fréquence sur total d'observations de 180				

Les personnes interrogées ont indiqué par ordre d'importance pour elles, les lieux où elles s'approvisionnent en produits bio. Les principaux lieux d'achats sont les magasins spécialisés bio avec 31,7% des citations au premier rang.

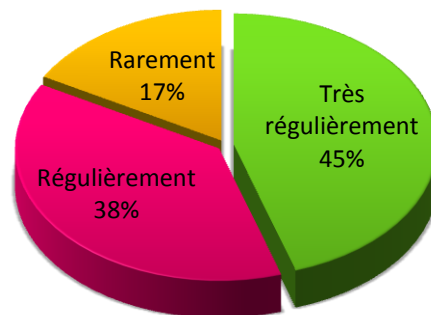
Nous avons calculé un indicateur moyen sur les trois premiers rangs, ce qui nous permet de dresser l'ordre de fréquentation des lieux d'achats. Suivant cet indicateur, les consommateurs fréquentent d'abord les magasins spécialisés bio, puis les grandes et moyennes surfaces. Viennent ensuite les marchés de producteurs, et l'approvisionnement direct à la ferme.

○ Marchés de producteurs

Vous achetez vos produits bio sur le marché des producteurs:

Cette question ne concerne que les personnes interrogées sur les marchés de producteurs – base : 75 personnes.

Fréquence d'achat marchés de producteurs



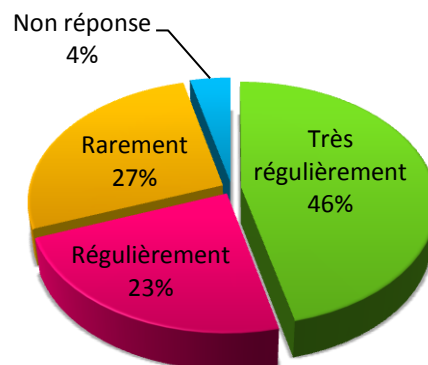
Les marchés de producteurs sont fréquentés par des habitués c'est-à-dire des clients très réguliers (45 %) ou réguliers (38%).

○ Magasins bio

Vous achetez vos produits bio en magasin bio :

Cette question ne concerne que les personnes interrogées dans les magasins bio – base : 55 personnes.

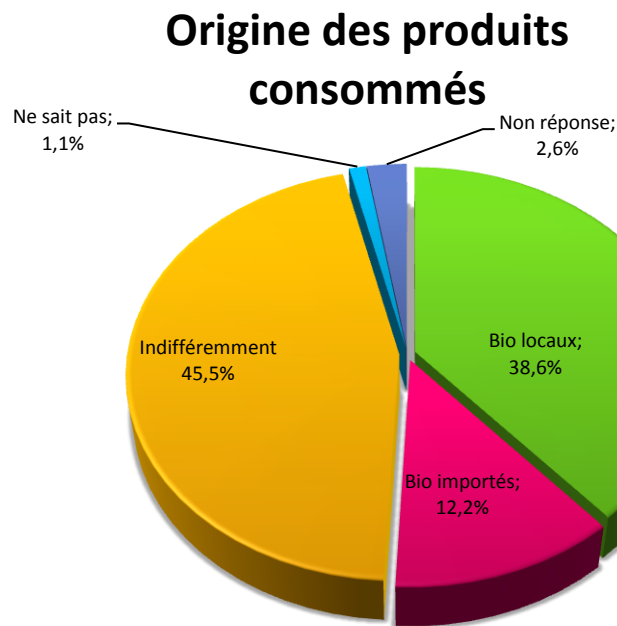
Fréquence d'achat magasins spécialisés



Les magasins spécialisés, sont aussi fréquentés par des habitués s c'est-à-dire des clients très réguliers (46,2%) ou réguliers (23,1%).
Néanmoins, ils accueillent une proportion plus importante de clients ponctuels 27%.

3.2.5. Origine des produits consommés :

Vous consommez principalement des produits :



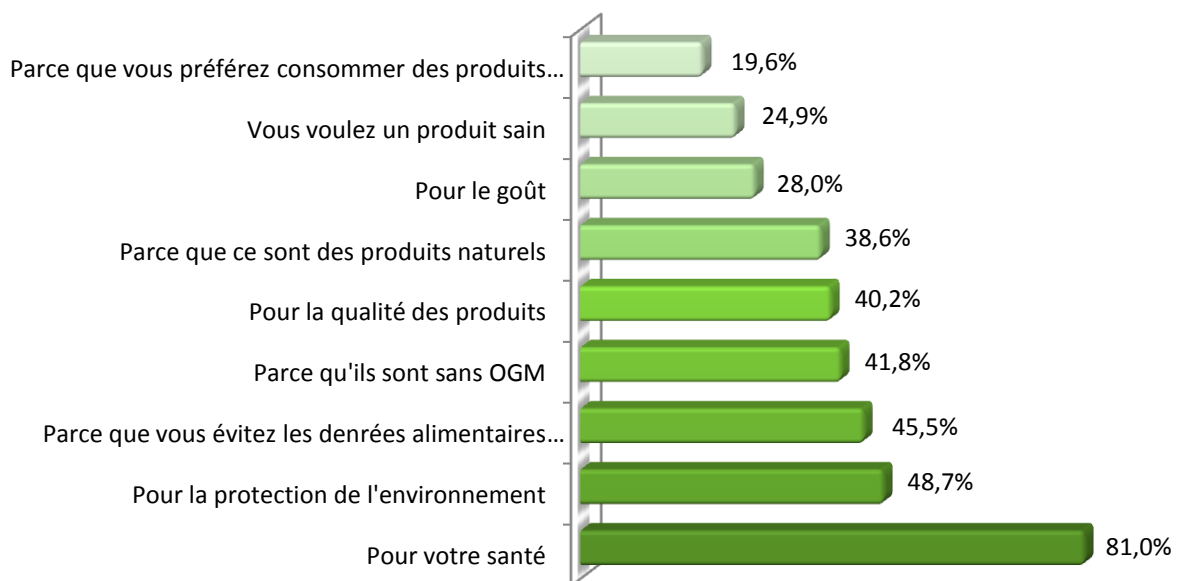
45,5% des consommateurs de produits bio de notre échantillon consomment indifféremment des produits bio locaux ou importés. 38,6% consomment principalement des produits d'origine locale contre 12,2% des produits bio importés.

3.3. Motivations

3.3.1. Motifs de consommation

Pour quelles raisons consommez-vous des produits issus de l'agriculture bio ?

Motifs de consommation



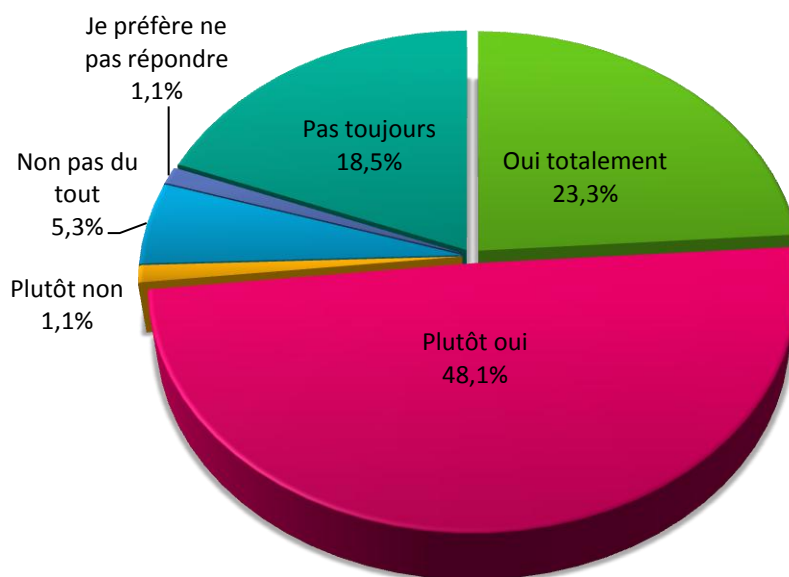
Les interrogés déclarent consommer des produits issus de l'agriculture bio principalement parce qu'ils se préoccupent de leur santé (81% des citations). Dans une moindre mesure, ils sont motivés par la protection de l'environnement (48,7%), leur volonté d'éviter des denrées alimentaires pouvant contenir des résidus de synthèse (ex : pesticides) ou autres substances artificielles (45,5%) ou des OGM (41,8%).

Le goût apparaît comme un motif secondaire avec 28%.

3.3.2. Confiance

Faites-vous confiance aux produits certifiés comme « biologiques » ?

Confiance



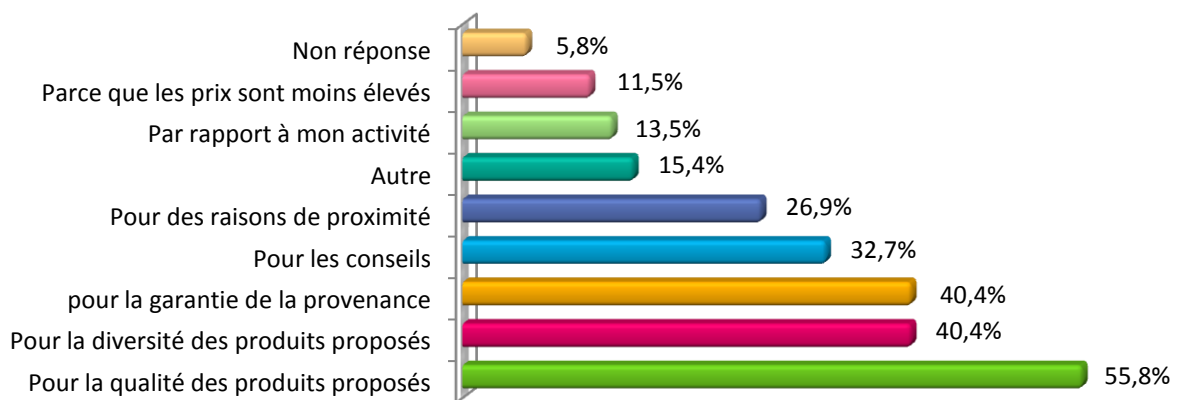
Les consommateurs font confiance aux produits certifiés comme « biologiques » à 71,4% (soit 48,1 % plutôt oui et 23,3% oui totalement). Ils sont 18,5% à émettre des doutes (réponse « pas toujours ») et ils ne sont que 5,3% à ne pas avoir du tout confiance.

3.4. Les motifs du choix de distribution

3.4.1. Magasins spécialisés

Pour quelles raisons achetez-vous en magasin bio ? (3 réponses possibles)

Motifs du choix de distribution Magasins spécialisés

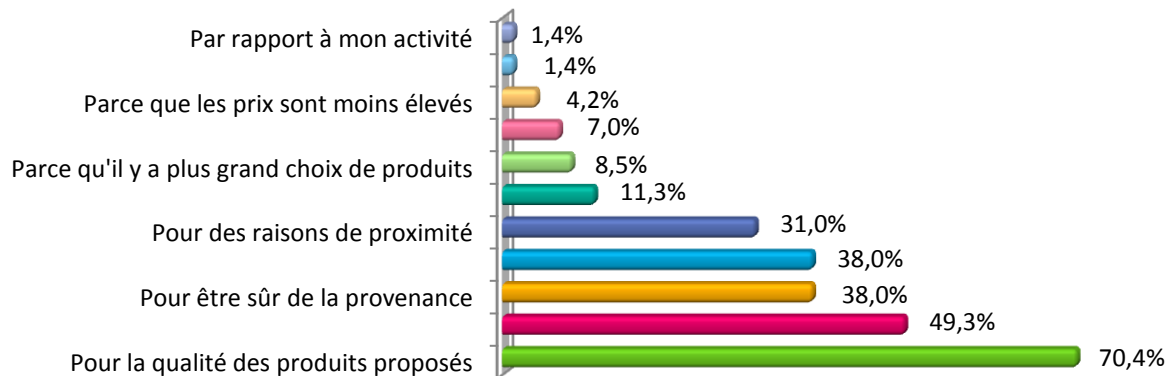


Le premier motif d'achat en magasin bio est la qualité des produits proposés (55,8%), viennent ensuite la diversité des produits proposés et la garantie de la provenance, tous deux à 40,4%. Les consommateurs achètent également en magasin bio pour les conseils qu'ils y reçoivent (32,7%) et pour la proximité (26,9%).

3.4.2. Marchés de producteurs

Pour quelles raisons achetez-vous sur les marchés de producteurs ? (3 réponses possibles)

Motifs du choix de distribution Marchés bio



Tout comme pour les magasins spécialisés, le premier motif d'achat sur les marchés de producteurs est la qualité des produits proposés. Ce motif recueille toutefois un score plus élevé : 70,4%.

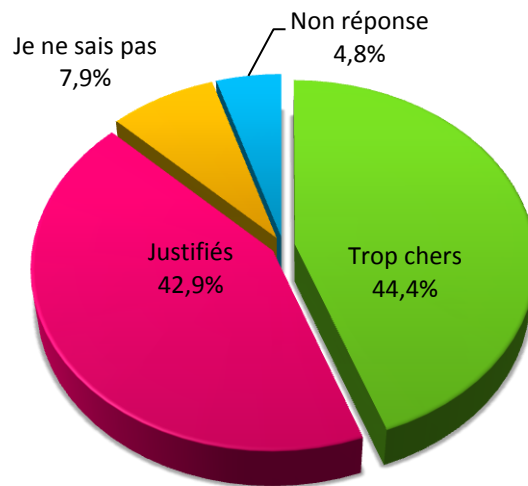
Le deuxième motif est le contact avec le producteur à 49,3%, viennent ensuite trois motifs relatifs à la garantie de la provenance (38%), à la fraîcheur des produits (38%), et à la proximité (31%).

3.5. La perception des prix

3.5.1. Produits bio locaux

Vous considérez que les prix des produits bio locaux sont :

Perception des prix des produits bio locaux

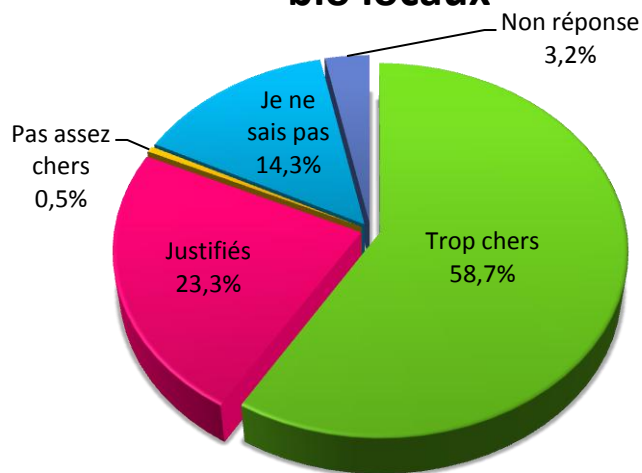


44,4% des consommateurs de produits bio de notre échantillon considèrent que les prix des produits bio locaux sont trop chers et 42,9%, qu'ils sont justifiés. Il est à noter qu'aucun des répondants n'a cité la réponse « pas assez chers ».

3.5.2. Produits bio importés

Vous considérez que les prix des produits bio importés sont :

Perception des prix des produits bio locaux

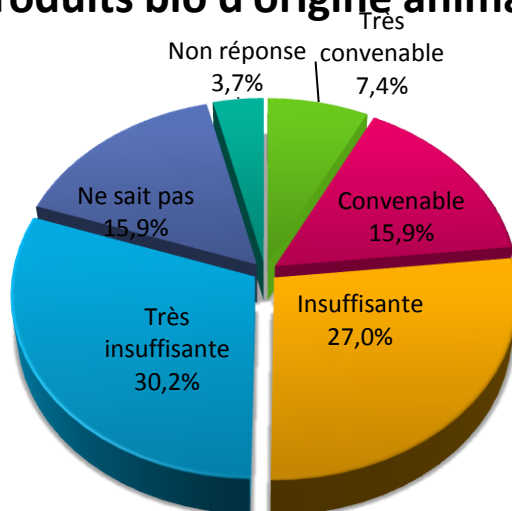


58,7% des consommateurs de produits bio de notre échantillon considèrent que les prix des produits bio importés sont trop chers et 23,3%, qu'ils sont justifiés. Pour les produits importés, une part significative de notre échantillon (17,5%) n'a pas souhaité se prononcer (14,3% « je ne sais pas » et 3,2% « non réponse »).

3.6. La perception de l'offre en matière de produits bio d'origine animale

Vous considérez que l'offre en matière de produits bio d'origine animale est :

Perception de l'offre en matière de produits bio d'origine animale



La majorité des interrogés considère que l'offre en matière de produits bio d'origine animale est insuffisante (27%) voire très insuffisante (30,2%).
Ceux qui la trouvent convenable ou très convenable ne représentent que 23,3%.

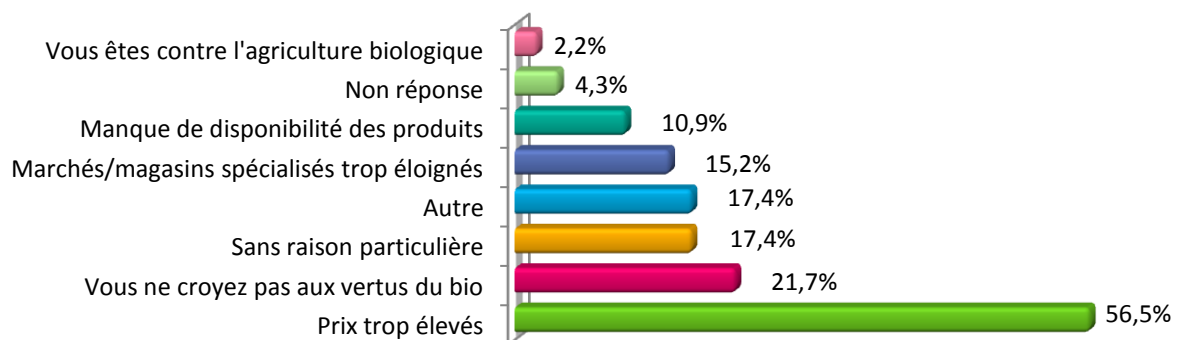
4. ENQUETE AUPRES DES NON-CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIO

4.1. Motivations

○ Motifs de non-consommation

Pour quelles raisons ne consommez-vous pas de produits bio ?

Motifs de non-consommation



Les interrogés déclarent ne pas consommer de produits issus de l'agriculture bio tout d'abord parce qu'ils trouvent les prix trop élevés (56,5%), ensuite parce qu'ils ne croient pas aux vertus du bio (21,7%).

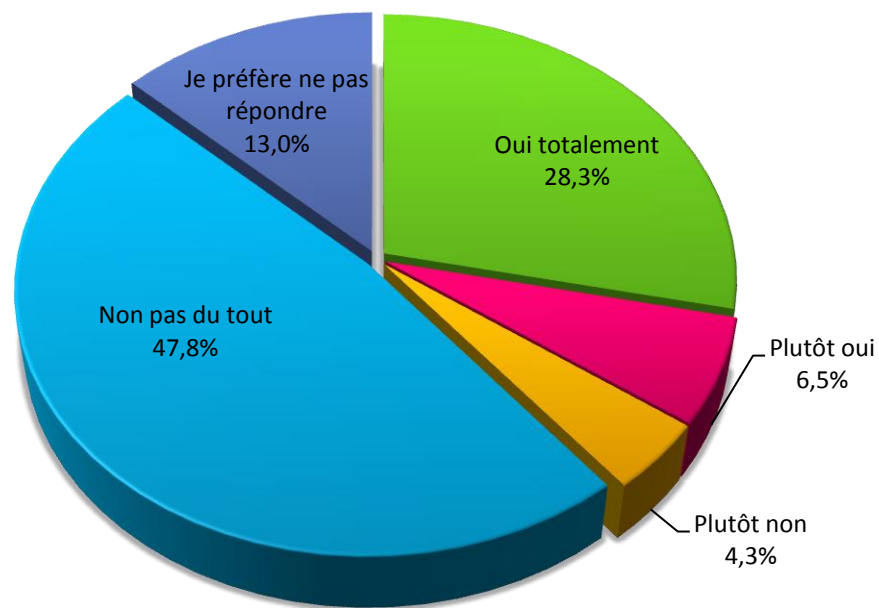
Ils considèrent également que les marchés ou magasins spécialisés sont trop éloignés (15,2%) ou que les produits ne sont pas toujours disponibles (10,9%).

Notons que 17,4% des sondés n'ont besoin d'aucune raison particulière pour ne pas consommer bio et le même pourcentage avance d'autres raisons que celles proposées dans l'enquête. Ces raisons ont trait principalement au manque de confiance, de traçabilité ou de transparence.

4.2. Confiance dans les produits certifiés bio

Faites-vous confiance aux produits certifiés comme « biologiques » ?

Confiance - Non-consommateurs



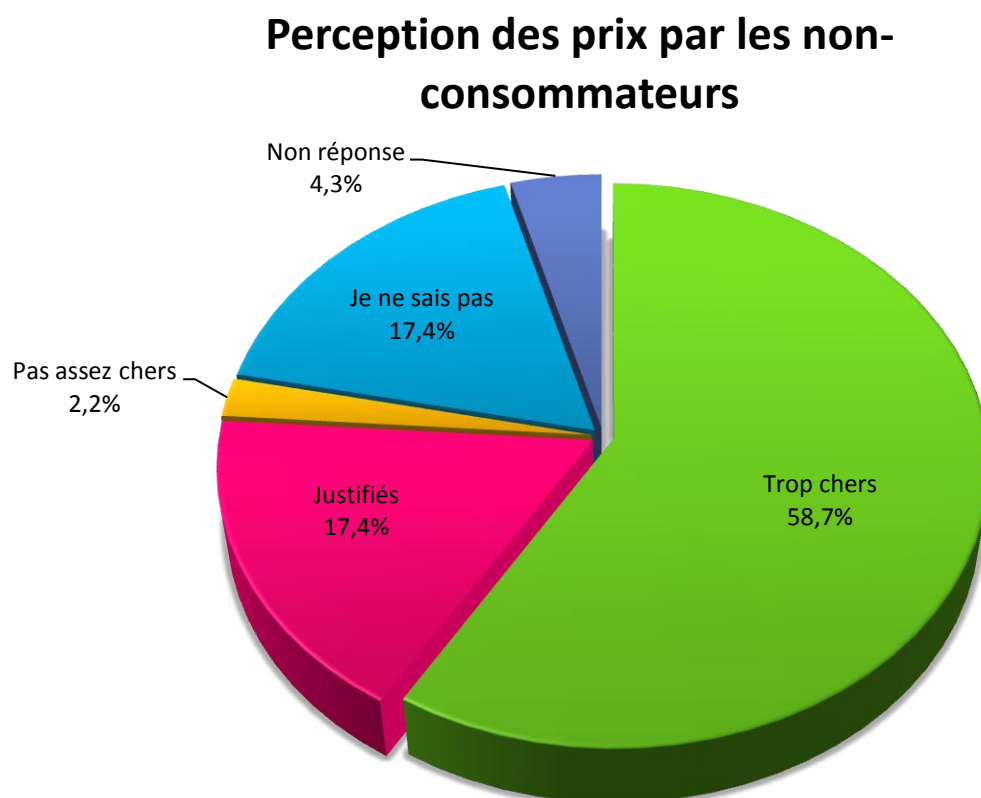
Une majorité de non-consommateurs ne fait pas confiance aux produits certifiés comme « biologiques », soit 47,8% « non pas du tout » ou 4,3% « plutôt non » .

Ceux qui leur font totalement confiance représentent 23,3% des répondants.

Un peu plus d'un tiers font néanmoins confiance aux produits certifiés comme « biologiques » (28,3% « oui totalement » et 6,5% « plutôt oui »).

4.3. La perception des prix des non-consommateurs

D'une manière générale, vous considérez que les prix des produits bio sont :



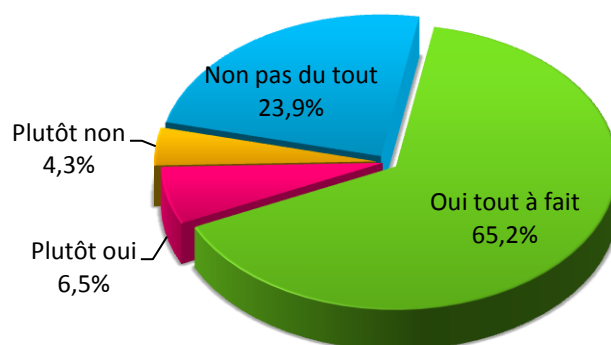
Les non-consommateurs de produits bio de notre échantillon considèrent que les prix des produits bio sont trop chers pour 58,7% d'entre eux. Ils sont seulement 17,4% à les considérer comme justifiés.

4.4. Conversion au bio

4.4.1. Possibilité de conversion au bio

Seriez-vous prêt à consommer des produits bio dans un avenir proche ?

Possibilité de conversion au bio



71,7% des non-consommateurs actuels seraient prêts à consommer des produits bio dans un avenir proche. Ils sont 23,9% à être opposés à cette possibilité.

4.4.2. Critères de consommation bio

Si oui, quelle serait l'importance de chacun des critères suivants dans votre choix de consommation ?

Cette question concerne les personnes n'ayant jamais consommé de produits bio qui seraient prêtes à consommer des produits bio dans un avenir proche – Base : 89,1% des non-consommateurs de produits bio

	Valeur moyenne
La santé	4,65
La fraîcheur	4,32
L'emballage	4,26
Le conditionnement	4,19
La saveur	4,16
La date de récolte	4,11
La traçabilité	3,93
La provenance	3,9
La variété	3,84
La disponibilité	3,71
L'aspect	3,55
Le prix	3,55
Ensemble	4,01

Lorsque l'on demande aux interrogés qui seraient prêts à consommer des produits bio dans un avenir proche de noter sur une échelle de 1 à 5, l'importance de certains critères dans leur choix de consommation le critère principal est la santé qui enregistre le meilleur score avec 4,65. Il apparaît clairement que tous les critères cités obtiennent un score supérieur à 3 et sont donc par conséquent déterminants dans le choix de consommation.

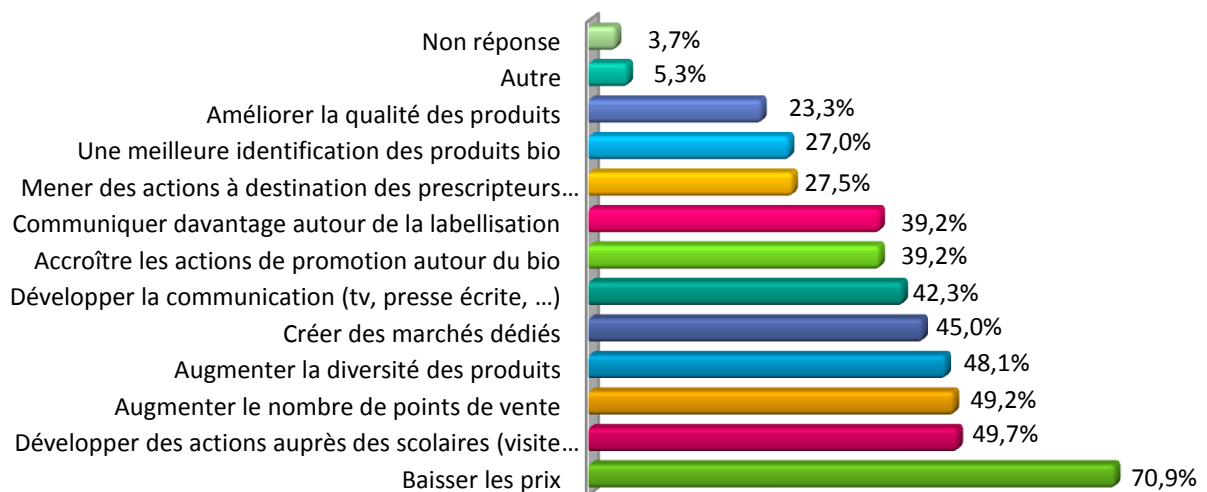
Il est donc possible de déterminer trois groupes dans les critères. Dans l'ordre décroissant d'importance un premier groupe composé de la santé, la fraîcheur, l'emballage, le conditionnement, la saveur et la date de récolte ; un deuxième groupe composé de la traçabilité, la provenance, la variété, et la disponibilité ; et enfin un troisième groupe composé de l'aspect et du prix.

5. PROPOSITIONS DES SONDES POUR LE DEVELOPPEMENT DE LA CONSOMMATION DE PRODUITS BIO

5.1. Propositions des consommateurs de produits bio

Pour augmenter la consommation de produits bio, vous pensez qu'il faudrait : (plusieurs réponses possibles) :

Propositions des consommateurs bio



Selon les consommateurs de produits bio, pour augmenter la consommation de ces produits, il faudrait d'abord baisser les prix (70,9% des interrogés). Il conviendrait également de développer des actions auprès des scolaires (49,7%), augmenter le nombre de points de vente (49,2%), augmenter la diversité des produits (45%), développer la communication (42,3%).

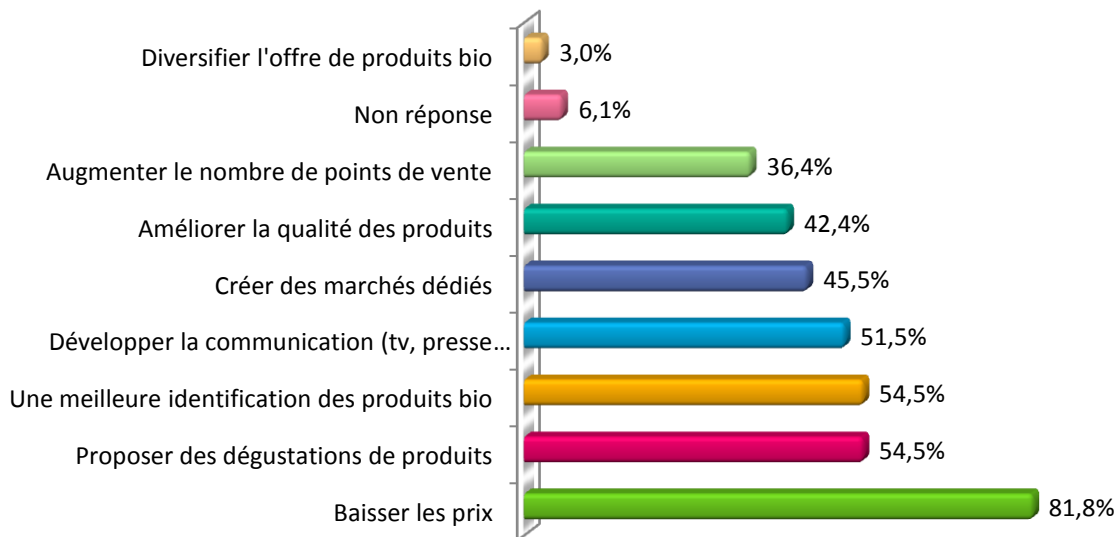
La proposition qui recueille le moins de citations – améliorer la qualité des produits - recueille toutefois un score significatif de 23,3%.

5.2. Propositions des non consommateurs de produits bio

Qu'est-ce qui vous inciterait à devenir un consommateur bio ?

Cette question concerne les personnes n'ayant jamais consommé de produits bio, qui seraient prêtes à consommer des produits bio dans un avenir proche – Base : 33,3% des non-consommateurs de produits bio

Propositions des non consommateurs bio

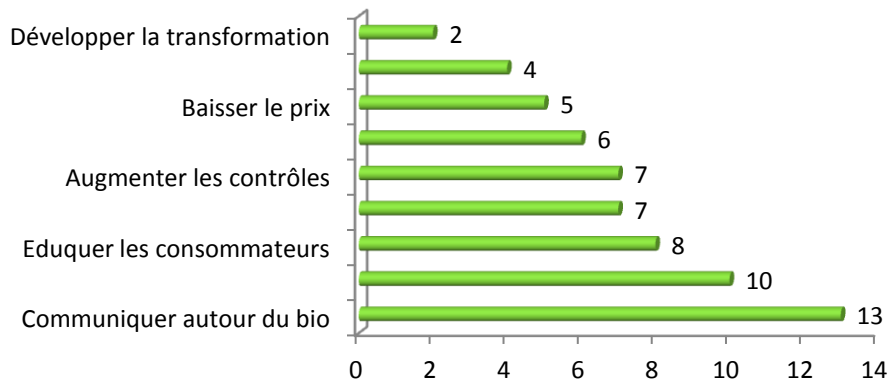


Lorsque l'on interroge les non-consommateurs sur ce qui les inciterait à devenir des consommateurs de produits bio, ils citent à une très forte majorité la baisse des prix à 81,8%. Ils sont aussi une majorité à considérer des dégustations de produits (54,5%), une meilleure identification des produits bio (54,5%) et un développement la communication (51,5%) seraient de nature à les inciter à devenir des consommateurs de produits bio.

Il est à noter que les autres propositions citées - créer des marchés dédiés, améliorer la qualité des produits, augmenter le nombre de points de vente - obtiennent des scores honorables.

5.3. Autres propositions spontanées

Autres propositions spontanées (nombre de citations)



Les personnes interrogées avaient la possibilité de faire des propositions spontanées en faveur du développement de la consommation de produits bio.

Il apparaît que ces propositions, une fois regroupées en thème plus générique, se rapprochent pour la plupart des propositions retenues dans l'exercice des questions à choix multiples.

On retrouve en effet les thèmes de la communication, de la sensibilisation des consommateurs, de l'augmentation de la production, de l'augmentation du nombre de points de vente, ou de la baisse des prix.

Néanmoins, trois propositions nouvelles sont apparues :

- Aider financièrement et techniquement les agriculteurs pour qu'ils soient incités à aller vers le bio, et une fois qu'ils y sont, qu'ils puissent en vivre
- Augmenter les contrôles pour limiter, voire éliminer les doutes sur les produits affichés comme bio
- Encourager les particuliers à cultiver des jardins créoles bio.

SYNTHESE ET REMARQUES FINALES

Les personnes interrogées sont majoritairement des femmes (71%), 74% ont entre 20 et 59 ans, et ont été interrogées sur l'ensemble du territoire (51% CACEM, 26% CAP NORD, 23% ESPACE SUD). Il s'agit de CSP+ (20,8%), de retraités (22%), d'employés (20%), de personnes sans emploi 16,2%).

47,2% des sondés identifient les produits bio par le mot "biologique" ou "bio" sur l'étiquette, puis le logo bio européen sur l'étiquette pour 45,5%.

44,3% des interrogés s'approvisionnent directement auprès d'un producteur bio qui vend ses produits sans emballage ni étiquette et enfin pour 35,3% c'est le logo bio national sur l'étiquette qui permet de reconnaître les produits bio.

Les personnes ayant déjà consommé des produits bio consomment majoritairement des légumes (83,1%), des fruits (81%), des céréales/graines (59,3%), du lait ou des œufs (58,7%), ou encore des condiments (52,9%). Les boissons n'arrivent qu'en 6^{ème} position avec 51,3% des citations.

Les interrogés déclarent consommer des produits issus de l'agriculture bio tout d'abord parce qu'ils se préoccupent de leur santé (81% des citations), mais aussi pour la protection de l'environnement (48,7%), parce qu'ils vous évitent les denrées alimentaires pouvant contenir des résidus de synthèse (ex : pesticides) ou autres substances artificielles (45,5%), parce qu'ils sont sans OGM (41,8%), et également, pour la qualité des produits (40,2%).

Lorsque l'on interroge les consommateurs de produits bio sur leur fréquence de consommation des produits bio près de 70% déclarent en consommer une fois par semaine ou plus, ce sont des bio-hebdos et 21,2%, de temps en temps.

Les consommateurs de produits bio qui s'approvisionnent en magasins spécialisés se préoccupent en premier lieu de leur santé, mais ensuite de la qualité des produits, puis de la protection de l'environnement.

Les personnes interrogées ont indiqué par ordre d'importance pour elles, les lieux où elles s'approvisionnent en produits bio. Les principaux lieux d'achats sont les magasins spécialisés bio pour 31,7%, directement auprès du producteur ou la ferme à 19%, au marché des producteurs bio à 15,9%, en grande et moyenne surface à 15,3%.

Lorsque l'on demande aux personnes interrogées de noter, l'importance de certains critères dans le choix de consommation, la santé est le critère qui enregistre le meilleur score suivi de de la fraîcheur, de la saveur, puis la provenance et la traçabilité tous deux au même niveau. Le plus petit score est obtenu par le prix.

Pour 27,5% des interrogés, la part de produits bio représente plus de 50% de leur budget d'alimentation. Ceux pour qui cette part est inférieure à 5% ne représentent que 13,8% de l'échantillon et pour les 44,5% restant cette part se situe entre 6 et 50%.

Les produits certifiés comme « biologiques » bénéficient d'une bonne image auprès des consommateurs puisque 23,3% d'entre eux lui font totalement confiance et 48,1% lui font plutôt confiance.

Les raisons d'achat en magasin bio les plus évoquées sont la qualité et le goût des produits. Pour les consommateurs qui choisissent d'acheter sur les marchés de producteurs les raisons d'achat les plus évoquées sont la qualité des produits proposés et la relation avec les producteurs.

Les consommateurs de produits bio de notre échantillon considèrent que les prix des produits bio locaux sont trop chers pour 44,4% d'entre eux et justifiés pour 42,9%. Il est à noter qu'aucun des répondants parmi les consommateurs n'a cité la réponse « pas assez chers ».

Ils considèrent que les prix des produits bio importés sont trop chers pour 58,7% d'entre eux et justifiés pour 23,3%.

La majorité des interrogés considère que l'offre en matière de produits bio d'origine animale est insuffisante (27%) ou très insuffisante (30,2%).

Ceux qui la trouvent convenable ou très convenable ne représentent que 23,3%.

Les interrogés qui déclarent ne pas consommer de produits issus de l'agriculture bio avancent comme raison tout d'abord, qu'ils trouvent les prix trop élevés ou qu'ils ne croient pas aux vertus du bio.

2,2% des non-consommateurs sont contre l'agriculture biologique.

Lorsque l'on demande aux personnes n'ayant jamais consommé de produits bio si elles font confiance aux produits certifiés comme « biologiques », elles répondent majoritairement par la négative soit non pas du tout à 47,8% ou plutôt non à 4,3%.

Ceux qui leur font totalement confiance représentent 23,3% des répondants.

Les non-consommateurs de produits bio de notre échantillon considèrent que les prix des produits bio sont trop chers pour 58,7% d'entre eux et justifiés pour 17,4%.

89,1% des non-consommateurs actuels seraient prêts à consommer des produits bio dans un avenir proche et 23,9% ne le seraient pas du tout.

Lorsque l'on demande aux interrogés qui seraient prêts à consommer des produits bio dans un avenir proche de noter sur une échelle de 1 à 5, l'importance de certains critères dans ce choix de consommation, la santé est le critère qui enregistre le meilleur suivi de la fraîcheur, de l'emballage, puis du conditionnement. Tout comme pour les consommateurs, le plus petit score est obtenu par le prix.

S'agissant des propositions de développement, selon les consommateurs de produits bio, pour augmenter la consommation des produits bio, il faudrait baisser les prix pour 70,9% des interrogés, développer des actions auprès des scolaires (visite de plantations, ateliers,...) pour 49,7%, augmenter le nombre de points de vente 49,2% et augmenter la diversité des produits pour 48,1% d'entre eux.

Lorsque l'on interroge les non-consommateurs sur ce qui les inciterait à devenir des consommateurs bio, ils citent en premier lieu « baisser les prix » à 81,8%, puis « proposer des dégustations de produits » et « une meilleure identification des produits bio » ex-aequo à 54,5%, et « développer la communication (tv, presse écrite, ...) » pour 51,5% d'entre eux.

Il est possible donc d'établir le profil type du consommateur de produits biologiques. Le consommateur type de produits bio est une femme de plus de 40 ans qui consomme majoritairement des légumes et des fruits au moins une fois par semaine, principalement parce qu'elle se préoccupe de sa santé. Elle consacre plus de 50% de son budget à sa consommation de produits bio. Elle consomme indifféremment des produits bio locaux ou importés.

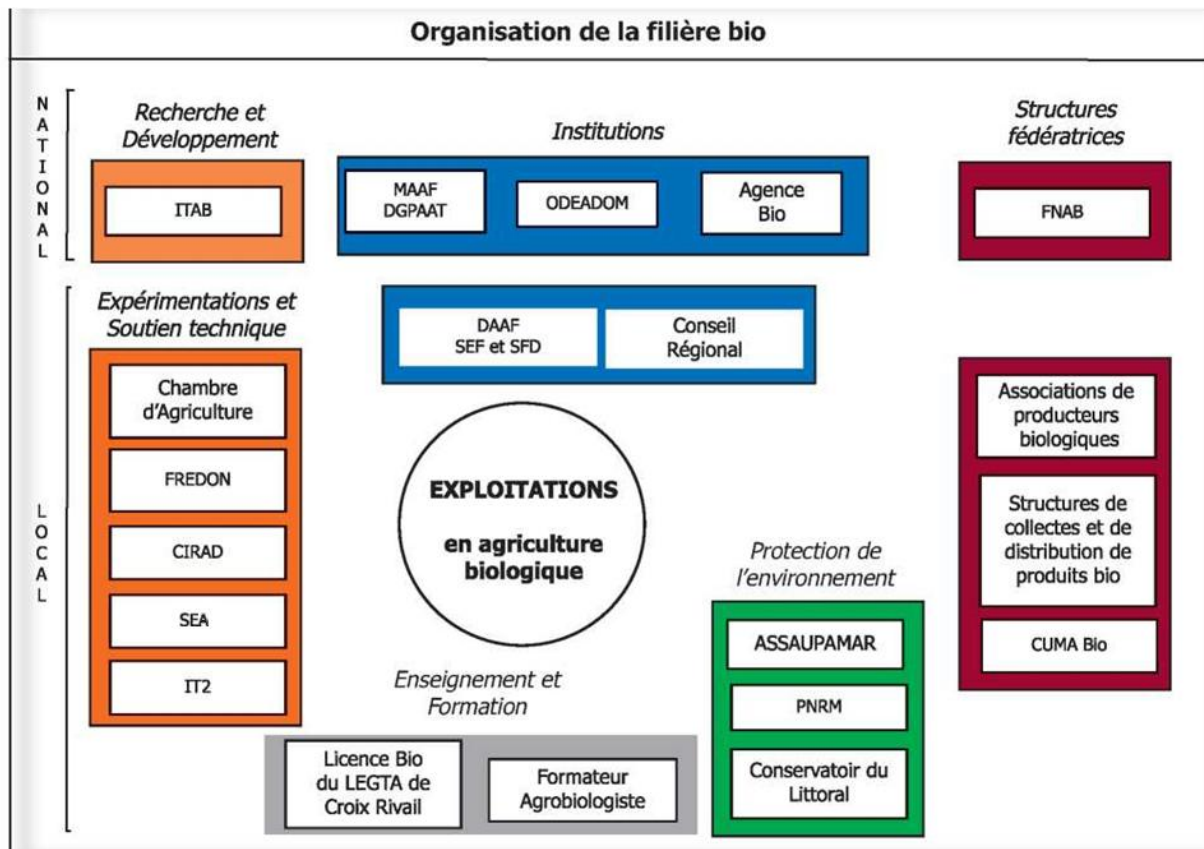
Au total, les réponses de la population confirment que l'agriculture biologique est en Martinique une branche de l'agriculture à fort potentiel, mais qui est encore au stade de la genèse. Pour mémoire, la superficie cultivée selon les normes de l'agriculture biologique en cours de certification ou déjà certifiée représente 1% de l'ensemble des surfaces agricoles utiles soit 207 hectares et 315 tonnes en 2014.

Avec un poids économique très modeste par rapport l'agriculture conventionnelle, l'agriculture biologique s'apparente en Martinique a une niche qu'il convient de développer pour qu'elle obtienne le statut de véritable branche agricole. Il semble que la population soit disposée à l'accompagner dans ce long processus.

ANNEXES

ANNEXE 1 : PRESENTATION DES ACTEURS

Dans l'une de ses publications, la DAAF a schématisé la filière bio comme suit :



Source : dossier AGRESTE n°9 de la Direction de l'Alimentation de l'Agriculture et des Forêts (DAAF), Juin 2014

Les acteurs seront présentés à l'échelle locale d'une part, et à l'échelle nationale d'autre part. Les acteurs ont été agrégés en grandes catégories en fonction de leur rôle dans la structuration de la filière :

- administrations
- groupements de producteurs
- organismes de collecte de la production
- structures de distribution
- organismes de développement
- organismes de soutien et de R&D
- organismes de formation
- offices régionaux

- acteurs de la certification
- structures fédératrices

Organisation de la production

Groupements de producteurs

Il existe trois associations d'agrobiologistes : la Bio des Antilles, Paysans Bio Martinik et Madinina Coop.

○ BIO des Antilles – GRAB

L'association a été créée en 1998 à partir du rapprochement d'une dizaine de producteurs puis désormais le Groupement Régional des Agriculteurs Biologiques, c'est une trentaine d'agriculteurs Biologique qui la composent.

Ses objectifs sont :

- Défendre les intérêts des agriculteurs
- Développer son marché
- Organiser la filière

Elle participe à l'offre de produits contrôlés, labellisés et certifiés aux consommateurs soucieux d'une alimentation saine et respectueuse de notre patrimoine. Le recours à un organisme privé, indépendant et accrédité par les ministères de l'Agriculture et des Finances en est le garant.

○ ASSOCIATION PAYSANS BIO MARTINIK

L'association a été créée en 2010.

Elle a vocation à :

- promouvoir le développement du label AB (Agriculture Biologique) et l'agriculture Biodynamique
- sensibiliser la population par des actions pédagogiques
- accompagner l'installation et la conversion de ses nouveaux membres
- participer à l'élaboration de références technicoéconomiques

○ MADININA-COOP

Madinina Coop est une coopérative qui a été créée en 2014. Cette coopérative initialement tournée vers l'agriculture conventionnelle a orienté son action en 2015 vers l'agriculture biologique.

Organismes de collecte de la production

○ SICA Bio Matinik

La SICA¹⁰ Bio Matinik est une structure collective de collecte de produits bio qui a pour objet de mutualiser des installations afin de permettre aux agriculteurs certifiés bio de regrouper leurs productions en vue de leur commercialisation. Cette structure a été inaugurée en juin 2013 à Ajoupa Bouillon.

La SICA Bio Matinik commercialise les produits maraîchers frais et non transformés sont commercialisés.

Elle a également un autre rôle, celui d'animer et de communiquer sur la filière, par exemple, lors d'évènements (foires agricoles, marchés...).

Cette structure est dirigée par Thomas ACCAMAH, (président) et compte aujourd'hui une trentaine d'adhérents dont deux certifiés bio.

○ SICA CHATEAUGAILLARD

La société d'intérêt collectif agricole CHATEAU GAILLARD agit en amont de la distribution uniquement en Martinique. En effet, elle collecte la production de ses membres puis les revend. Ses adhérents à ce jour sont au nombre de 15 dont 2 qui sont certifiés bio, ses derniers ont intégré la SICA en 2013. Le chiffre d'affaires généré par leur production s'élève de 3 à 5% du global de l'entreprise.

○ GIE MHM

Le groupement d'intérêt économique MHM intervient au niveau de la collecte et de la vente pour 15 agriculteurs. Ses membres cultivent en bio certaines de leur production, mais uniquement un seul est totalement bio. La revente se fait auprès des snacks, restaurants, mais aussi des GMS. Cette PME de 10 personnes n'est pas présente sur des marchés d'exportations.

Structures de distribution

○ SICA GRAAL

La SICA GRAAL est une filiale de la SICA CHATEAU GAILLARD. Elle exerce une activité de grossiste dans la filière.

¹⁰ société d'intérêt collectif agricole

○ SARL CALYPSO

La SARL Calypso est une filiale du GIE MHM spécialisée dans les produits maraichers et l'horticulture, son activité n'est pas exclusivement bio.

○ BAMELI SAS

Cette entreprise a été certifiée en 2014 par le Bureau Veritas. Son activité principale est la boulangerie.

Acteurs politiques de la filière AB

Les administrations spécialisées dans l'agriculture

○ Chambre d'Agriculture

La Chambre d'Agriculture est une institution professionnelle, publique, démocratique et représentative, au service de l'agriculture.

Ses interventions prennent les formes suivantes :

- Information
- Conseil
- Appui technique,
- Montage de dossiers
- Formation des agriculteurs.

Elle souhaite impulser le développement de l'agriculture biologique en accompagnant les acteurs et en réalisant des études et séminaires sur le sujet. Elle a un référent en agriculture biologique

○ DAAF 972

La direction de l'alimentation de l'agriculture et de la forêt de la Martinique est une administration sous la tutelle du ministère de l'Agriculture. Sa mission est d'assurer au consommateur une alimentation sûre, accessible et diversifiée et d'accompagner les professions agricoles par ses publications, par la production de statistiques et en particulier par sa gestion de plusieurs dispositifs d'aides publiques. Pour la sécurité alimentaire, elle opère des contrôles sanitaires.

La DAAF dispose aussi d'un référent en agriculture biologique.

○ ODEADOM

L'office de développement de l'économie agricole des départements d'outre-mer siège à Montreuil. Elle est sous la supervision commune du ministère de l'Agriculture et du ministère des départements d'outre-mer. Sa représentation selon le département est différente, elle peut même être comme à Saint-Pierre et Miquelon, directement intégrée au sein à la direction du territoire et de la mer. Cependant dans les départements, les DAAF relayent ses initiatives.

Pour développer l'économie agricole, elle met en ligne ses publications et prospecte.

○ AGENCE BIO

Elle revêt la forme d'un groupement d'intérêt public et débute ses activités en 2001. C'est aussi une plateforme d'échanges entre les différents professionnels de l'agriculture et les pouvoirs publics concernés. Son Conseil d'Administration est composé :

- d'un représentant du Ministère de l'agriculture, de l'agro-alimentaire, de la ruralité et de l'aménagement du territoire
- d'un représentant du Ministère de l'écologie, du développement durable et de l'énergie
- des professionnels FNAB, APCA, Synabio et Coop de France.

Ses missions s'articulent autour de :

- la communication et la promotion de l'agriculture biologique
- l'observatoire des évolutions de l'agriculture biologique en France,
- la gestion du Fonds de structuration des filières biologiques, le Fonds Avenir Bio,
- la gestion des notifications des opérateurs biologiques, et de la marque AB.

Les collectivités locales

○ Conseil Régional

Le conseil régional en charge du développement économique pour la Martinique est un acteur majeur de l'agriculture biologique de par sa capacité financière mais aussi son engagement dans la recherche on peut citer par exemple le PARM en partenariat avec de grands instituts de recherche nationaux ou internationaux.

Le conseil régional est aussi porteur de projets pour l'agriculture biologique comme par exemple la ferme biologique expérimentale, la couveuse d'entreprises agricoles, des projets associant élevage de poissons et cultures maraîchères.

○ Conseil général

Le Conseil Général de la Martinique mène une politique de soutien l'agriculture Martiniquaise a tous les niveaux :

- au niveau de l'aménagement foncier
- au niveau des dispositifs d'irrigation
- au niveau du développement agricole durable,
- au niveau des moyens et fonds pour la recherche
- au niveau social pour par exemple les pré-retraites, le RSA et l'accompagnement de projet.

Le Conseil Général va pour cela au-delà de ces attributions légales et œuvre pour structurer ce secteur d'activité grâce à des outils essentiellement :

- l'abattoir départemental,
- la SEA (ex-SECI)
- le Périmètre Irrigué du Sud-Est (PISE) en aval du barrage de la Manzo
- Le Pôle d'Excellence Rurale de Petit Galion

La traduction de son engagement passe aussi par l'aménagement du foncier, la mise en valeur des terres en friches, l'irrigation et la recherche pour leur financement, accompagnement administratif et technique.

Le Conseil Régional et le Conseil Général devront se fondre en décembre 2015 pour laisser la place à la nouvelle Collectivité Territoriale de la Martinique.

Recherche, développement et formation

Les organismes de soutien et de R&D

○ PRAM

Le Pôle de recherche agronomique de Martinique (Pram) accueille, sur 2 500 m², une centaine d'agents du CEMAGREF, de l'IRD et du CIRAD, dont 17 chercheurs, 20 techniciens, 10 doctorants, et des stagiaires.

Il existe un chercheur référent pour tous les domaines qui sont investis par les exigences propres de l'agriculture biologique :

Le maintien d'une biodiversité fonctionnelle au sein des cultures fruitières et maraîchères en agriculture biologique

La protection contre les bio agresseurs pour les cultures fruitières et maraîchères.

Les axes de recherche couvrent à la fois l'utilisation de la chimie et l'utilisation de méthode plus douce et même si l'agriculture biologique n'est pas la priorité de l'établissement il n'en demeure pas moins que la finalité des travaux est de ne laisser intervenir la chimie que si les autres méthodes n'ont abouti à aucun résultat.

○ CIRAD

Le Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement est largement confronté aux caractéristiques des climats tropicaux et subtropicaux qui présentent de nombreux avantages, mais concourent aussi a des inconvénients. Ainsi les phénomènes météorologiques de forte intensité sont une menace à la saison d'hivernage qui va de juin à novembre. La Martinique de par son insularité peut être menacée rapidement par la faune ou la flore étrangères, toutes ces spécificités inhibent le développement de la filière bio.

Le CIRAD a plusieurs projets de recherche en cours, notamment le Le projet de Protection des Cultures en AB (PROCAB) en lien avec l'ODEADOM (2008-2010 et 2011-2013).

○ FREDON

La Fédération Régionale de lutte et de Défense contre les Organismes Nuisibles est un syndicat professionnel tel que régi par la loi du 21 mars 1884 modifié par la loi du 12 Mars 1920.

Voici la liste de ses prérogatives :

- Protection biologique intégrée
- Sécurité sanitaire
- Diagnostic phytosanitaire

Elle reçoit délégation pour :

- Plan Ecophyto 2018
- Surveillance biologique du territoire

- Plan de Surveillance des Résidus de produits phytosanitaires
- Contrôle aux frontières pour le circuit touristique

La FREDON propose des systèmes de production innovant à la fois sur le plan économique pour proposer par exemple une combinaison d'élevage et de culture pour réduire l'utilisation de dés herbant par la volaille, ce qui permettrait ainsi a une exploitation de créer plusieurs produits. Tous ces mécanismes encore en expérimentation laissent supposer que l'agriculture biologique, loin d'être une contrainte pourrait être pour la Martinique une chance de repenser par elle-même sa production agricole.

○ SEA

Le service expérimentation agro écologique est affilié au Conseil général. Il a pour mission de développer chez les agriculteurs de la Martinique des techniques permettant d'instituer une agriculture durable à savoir :

- L'adaptation des dosages en fonction des cultures
- La recherche d'un ratio irrigation/rendement à l'hectare optimisé.

Le SEA est également la tête de pont de cette collectivité dans sa démarche d'innovation et d'ingénierie agricole. Les domaines de recherche sont nombreux et divers, on peut citer :

- l'amélioration de productions existantes
- le développement de nouvelles cultures
- l'amélioration du cheptel
- la traçabilité de la viande.

○ INRA

L'Institut National de Recherche Agronomique a créé un programme dévolu a l'agriculture biologique en 2000. Ce programme de recherche intitulé AgriBio centralise les recherches de l'INRA. L'INRA s'implique aussi dans l'expertise et la dispense aussi des formations autour de l'AB.

○ GREPHY

Le Groupe de travail Régional Phytosanitaire a pour vocation le suivi et la communication des conséquences des produits phytosanitaires sur les Martiniquais et leur environnement. Il est sous la direction du Préfet de région comme dans les autres régions de France.

Les instituts techniques

○ I2T

L'institut technique tropical constitue des contrats de recherche avec des centres tels que le CIRAD, L'INRA, l'IRD et l'IRSTEA.

Il est historiquement très proche des producteurs de banane. Une fois ses priorités définies par les professionnels, il concourt à trouver des solutions techniques pour créer des systèmes de culture innovants et améliorer les variétés que ce soit par la création ou l'évaluation.

○ IKARE

IKARE est un institut technique d'élevage des Antilles et de la Guyane, il a été fondé en Martinique en 2010 et regroupe une trentaine d'adhérents répartis sur les trois départements français d'Amérique. Son objectif principal est d'accroître la production locale par un soutien technique de ses adhérents au niveau économique comme au niveau agricole. Pour réaliser son objectif, voici les trois axes d'approches :

- La réalisation d'action de recherche adaptée aux conditions des éleveurs
- La vulgarisation et la diffusion des résultats de la recherche
- La formation des éleveurs

○ ITAB

L'Institut technique de l'agriculture biologique a été créé en 1982 pour la coordination de la recherche-expérimentation en Agriculture Biologique au niveau national. L'institut est composé d'experts et de professionnels pour établir des références techniques sur le mode de production biologique. Ses missions sont d'animer et d'être un organisme référent dans la recherche en amont, mais aussi en aval de participer à la diffusion et à la valorisation du savoir qui aura été ainsi créé.

Organismes de formation

○ LEGTA

Le lycée d'enseignement général et de techniques agricoles de Croix-Rivail est implanté sur une exploitation de 17 hectares entre le Lamentin et Ducos. Deux parcours sont dédiés à l'agriculture biologique et à la protection de l'environnement :

- Licence professionnelle Agriculture Biologique : Conseil et développement
- Licence professionnelle Protection de l'environnement spécialité Aménagement et gestion des ressources en eau en milieu tropical.

Ils ont pu voir le jour en 2012 avec le concours du conseil régional et du CNAM.

Les certificateurs et les fédérations nationales

Acteurs de la certification

○ BUREAU VERITAS - QUALITE FRANCE

Le leader mondial dans la conformité et la certification est aussi présent dans la certification AB depuis 2012 où Qualite France l'a rejoint. Il permet donc à des distributeurs, producteurs, industriels de faire certifier leur appartenance à la filière agriculture Biologique.

○ ECO CERT

Le groupe ECO CERT débute ses activités en France en 1991, aujourd'hui elle est présente dans plusieurs pays. Le groupe a participé aux réglementations nationales et européennes mais concourt à la rédaction de plusieurs référentiels. Son engagement pour la sauvegarde de l'environnement est mise en application par exemple par le bâtiment de son siège classé E+. En Martinique son organisation est la suivante : un responsable domicilié en dehors du département et un contrôleur.

○ QUALISUD

QUALISUD est un organisme de contrôle et de certification et depuis sa création en 1965, a toujours développé une activité dans les filières agricoles et agroalimentaires. Récemment, son développement s'est poursuivi dans la filière bois. Pour garantir indépendance, impartialité et confidentialité pour ses activités d'audit, de contrôle et de certification, QUALISUD est une entreprise associative.

Les principales structures fédératrices nationales

○ FNAB

La fédération nationale de l'agriculture biologique a été créée en 1978 afin d'être le porte-parole des agriculteurs biologiques. La FNAB constitue donc un réseau de professionnels agricoles spécialisé en agriculture biologique. En tant que réseau de proximité et de compétences, elle se compose d'une fédération nationale, de groupements régionaux et départementaux répartis sur le territoire. Elle s'inscrit dans une démarche d'accompagnement des nouveaux professionnels voulant suivre la voie de l'agriculture biologique, mais aussi vient en soutien aux collectivités et institutions voulant développer la filière.

○ INTERFEL

INTERFEL a été créée en 1976, elle est le regroupement et la représentation des métiers de l'ensemble de la filière fruits et légumes frais, de la production jusqu'à la distribution.

Cet Organisme de droit et d'initiative privés est reconnu association interprofessionnelle nationale agricole. Interfel a pour missions :

- l'élaboration des accords interprofessionnels
- La mise en œuvre des actions de communication informative et publi-promotionnelle.
-

L'INTERFEL tient une commission BIO dont plusieurs programmes ont reçu un cofinancement de France AgriMer et de la communauté européenne. Ces programmes portés par l'agence bio visent à améliorer les connaissances des professionnels sur ces produits et à augmenter les ventes.

○ SYNABIO

Le Syndicat National des transformateurs de produits naturels et biologiques est reconnu par les pouvoirs publics, c'est une organisation professionnelle nationale, elle rassemble les opérateurs de la transformation et de la première mise en marché des produits biologiques. Il représente 110 structures et est aussi un des membres de l'Agence Bio.

○ SYNADIS

Le Syndicat National des Distributeurs Spécialisés de produits biologiques et diététiques représente plus de 600 entreprises adhérentes auprès des pouvoirs publics. Il défend les intérêts des magasins de détail en produits biologiques.

ANNEXE 2 : PRINCIPAUX ENSEIGNEMENTS DE L'ENQUETE – SEGMENT RESTAURATION COLLECTIVE

Dans le cadre de l'étude de marché sur l'agriculture biologique en Martinique, l'un des segments interrogés concernait la restauration collective.

Selon l'Agence Bio en 2009, « La restauration hors domicile (RHD) se compose de la restauration commerciale et de la restauration collective (RC). Cette dernière se différencie par sa fonction sociale. Elle est destinée aux personnels et aux usagers des collectivités privées et publiques, afin qu'ils puissent déjeuner sur place ».

D'après le Syndicat National de la Restauration Collective (SNRC) , « la restauration collective recouvre toutes les activités consistant à préparer et à fournir des repas aux personnes travaillant et/ou vivant dans les collectivités telles que les entreprises publiques ou privées, les collectivités locales et administrations, les crèches et les établissements scolaires publics ou privés, les hôpitaux ainsi que les établissements sociaux et médico-sociaux accueillant les personnes âgées ou handicapées, et tous les autres organismes publics et privés assurant l'alimentation de leurs ressortissants: les forces armées, le monde carcéral, l'éducation surveillée et les communautés religieuses. La restauration collective s'adresse aux membres d'une collectivité: enfants, salariés, malades. Le repas est servi quotidiennement et dans les locaux appartenant à l'entreprise ou à la collectivité. Le prix d'un repas en restauration collective est obligatoirement inférieur à celui pratiqué par les restaurants similaires ouverts au public. Bénéficiaire de repas sur le lieu d'activité à un prix réduit représente un avantage social pour les membres des collectivités et constitue un élément important de la politique sociale de celles-ci.»

En tenant compte de ces critères trois types d'acteurs ont été rencontrés : deux cantines centrales, deux cliniques et une structure de préparation de plats pour la restauration collective.

Un approvisionnement principalement auprès de grossistes

Les acteurs de la restauration collective s'approvisionnent pour les denrées alimentaires d'abord auprès de grossistes, ensuite auprès d'organismes de producteurs. De manière très marginale, ils peuvent avoir recours aux GMS.

Une présence faible des produits AB dans les menus

Les acteurs interrogés sont loin de satisfaire aux 20% d'aliment bio dans les menus. Ils ne semblent pas toujours au fait des dispositions nationales prises pour encourager l'introduction du bio en RHD. L'autre frein important est le coût plus élevé des denrées bio.

Les acteurs qui ont introduit des produits bio dans leurs menus s'approvisionnent soit auprès de grossistes, soit auprès d'organisations de producteurs.

Des produits bio souvent importés

Les rares produits bio utilisés par la restauration collective sont les légumes frais ou en conserve, le café, le thé, les champignons, les steaks de soja et les jus.

En dehors de certains légumes, ces produits sont souvent importés.

Un approvisionnement en produit bio globalement insatisfaisant

Les structures qui consomment des produits bio déclarent ne pas être vraiment satisfaites de l'offre bio. L'une d'elle juge l'offre inexistante. Une autre se plaint des ruptures d'approvisionnement.

Enfin, pour des raisons sanitaires, les produits terreaux devraient être livrés lavés. Lorsque cela n'est pas possible, les structures sont contraintes de se priver de produits bio pourtant disponibles sur le marché. Un acteur suggère que les producteurs bio devraient s'inspirer des conditionnements utilisés par Socopgel.

Des débouchés dans la transformation

Les acteurs de la restauration collective sont unanimes. Ils souhaitent avoir à leur disposition des produits transformés, au minimum pré-conditionnés et épluchés. Même avec une vigilance sur les prix, la transformation constitue selon la restauration collective des débouchés pour les produits locaux bio.

Des demandes traditionnelles en produits bio

Les structures ont déclaré qu'elles seraient favorables à l'introduction de tous les types de produits utilisés traditionnellement dans leurs structures :

- Des produits végétaux et animaux dès lors qu'ils répondent à un impératif de prix abordables et de disponibilité. En particulier, des fruits, du maraîchage, de la banane créole, des racines et tubercules et des épices
- Des produits frais, car l'image du bio est très vertueuse et en parfaite harmonie avec la vocation sanitaire des structures de restauration collective.
- Des produits féculents (pomme de terre à remplacer par les tubercules locaux)

Les pistes de développement proposées par les acteurs de la restauration collective interrogés

○ Au niveau des aides publiques

- Amplifier la demande en restauration collective en institutionnalisant au niveau local le bio dans les menus et en soutenant publiquement et financièrement le produit bio de sorte qu'il soit supportable par la collectivité

○ Au niveau de la communication

- Faire un travail pédagogique auprès des enfants afin de les sensibiliser sur le produit bio local
- Faire mieux connaître l'AB locale, la mettre en valeur en communiquant sur ses qualités, sur les productions disponibles
- Davantage de communication sur l'AB locale pour mieux la connaître. « L'AB devrait aller à la rencontre de la restauration collective »

○ Au niveau de la production

- Donner les moyens aux producteurs de fournir en quantité et en régularité (modernisation des entreprises ?)
- Organiser le conditionnement des produits (lavage, nettoyage)
- Donner aux entreprises les moyens de produire en quantité et de manière régulière
- Envisager de donner une plus-value par une première transformation (épluchage + mise sous vide)
- Mécaniser les entreprises pour augmenter la production

Estimation de la capacité d'absorption des produits bio locaux

Pour une structure de restauration collective scolaire qui produit 12 000 plats par jour soit environ 3 120 000 plats par an (180 jours d'école et 80 jours de vacances) il faut 231 115 tonnes de denrées.

Pour respecter l'obligation réglementaire d'introduction de 20% de produits bio, une telle structure devrait consommer 46 223 tonnes de produits bio. En admettant que sur ce tonnage, la production locale ne puisse absorber que 5%, le potentiel de marché des produits locaux rien que pour cette structure est de 2 311 tonnes, soit plus de sept fois la production totale bio estimée en Martinique.

ANNEXE 3 : QUESTIONNAIRES DES ENQUETES

Etude agriculture BIO

Avril 2015 - Chambre d'Agriculture

IDENTIFICATION

1. Quel questionnaire voulez vous administrer?

1. Population 2. Producteurs 3. Marché BIO
 4. Magasin BIO

La réponse est obligatoire.

2. Sexe

1. Homme 2. Femme

La réponse est obligatoire.

3. Dans quel tranche d'âge vous situez-vous?

1. Moins de 20 ans 2. Entre 20 et 29 ans
 3. Entre 30 et 39 ans 4. Entre 40 et 49 ans
 5. Entre 50 et 59 ans 6. 60 ans et plus

4. Indiquez le code postal de votre commune de résidence?

La réponse doit être comprise entre 97200 et 97300.

5. Indiquez votre catégorie socio-professionnelle?

1. Chef d'entreprise/ Artisan/ Commerçant
 2. Cadre/ Profession intellectuelle Profession supérieure
 3. Profession intermédiaire
 4. Employé
 5. Ouvrier/Technicien
 6. Retraité
 7. Sans emploi/ Femme au foyer
 8. Etudiant

6. Quel était le revenu mensuel de votre foyer en 2014 :

1. Moins de 800 euros
 2. Entre 800 et 1499 euros
 3. Entre 1500 et 1999 euros
 4. Entre 2000 et 2999 euros
 5. 3000 euros et plus
 6. Refus de répondre
 7. Ne sait pas

CONNAISSANCE DU BIO

- | | 1 | 2 | 3 | 4 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 7. L'agriculture biologique est un ensemble de pratiques agricoles respectueuses des équilibres écologiques et du bien-être des animaux | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 8. L'agriculture biologique est une agriculture sans produits chimiques de synthèse ni OGM | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 9. La marque AB garantit un minimum de 95% de produits d'origine agricole biologiques | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 10. Les opérateurs de la filière bio sont contrôlés par des organismes certificateurs agréés | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

totalemment d'accord (1), plutôt d'accord (2), plutôt pas d'accord (3), pas du tout d'accord (4).

CONNAISSANCE DES PRODUITS BIO

11. Lorsque l'on vous parle de l'agriculture bio, quels sont les 3 noms (organismes, logos, entreprise, personnes) qui vous viennent spontanément à l'esprit ?

12. À quoi vous fiez-vous pour reconnaître les produits issus de l'agriculture biologique? (plusieurs réponses possibles)

1. Le mot "biologique" ou "bio" sur l'étiquette
 2. Le logo bio européen sur l'étiquette
 3. Un logo bio national sur l'étiquette
 4. Un ou plusieurs logos privés sur l'étiquette
 5. Une ou plusieurs marques privées sur l'étiquette
 6. L'indication du lieu d'origine
 7. Je m'approvisionne directement auprès d'un producteur bio qui vend ses produits sans emballage ni étiquette
 8. La rareté de la variété du produit bio
 9. Je ne sais pas
 10. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (9 au maximum).

13. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si REPERE PRODUITS BIO = "Autre"

14. Vous est-il déjà arrivé de consommer des produits bio ?

1. Oui 2. Non (Aller à la question 58)

La réponse est obligatoire.

Aller à '58-NONCONSO-RAISON' si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Non (Aller à la question 58)"

CONSUMMATEURS DE PRODUITS BIO

Ne répondre que si vous êtes consommateur de produits bio

15. Quels sont les produits biologiques que vous consommez?

- 1. Fruits
- 2. Légumes
- 3. Condiments (épices, vinaigre, moutarde...)
- 4. Apéritifs/Biscuits/Sucreries
- 5. Céréales/Graines
- 6. Boissons (café/thé/jus)
- 7. Repas préparés
- 8. Nourriture pour bébé
- 9. Lait/Œufs
- 10. Fromages
- 11. Féculents (riz, pâtes,...)
- 12. Viandes
- 13. Poissons
- 14. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

16. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO = "Poissons"

17. Pour quelle(s) raison(s) consommez-vous des produits issus de l'agriculture biologique ?

- 1. Pour le goût
- 2. Pour la qualité des produits
- 3. Pour la protection de l'environnement
- 4. Parce que ce sont des produits naturels
- 5. Parce qu'ils sont sans OGM et sans résidus de synthèse (ex : pesticides) ou autres substances artificielles
- 6. Parce que vous préférez consommer des produits locaux issus de l'agriculture biologique
- 7. Pour votre santé
- 8. Vous voulez un produit sain
- 9. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

18. Si 'Autres', précisez :

La question n'est pertinente que si RAISONS CONSOMMATION PRODUITS BIO = "Pour votre santé"

19. Vous diriez que vous consommez des produits bio :

- 1. Une fois par semaine ou plus
- 2. Une fois par mois ou plus
- 3. De temps en temps
- 4. De manière exceptionnelle

20. Où achetez-vous vos aliments bio ? (5 réponses possibles à ordonner par ordre de priorité)

1. Dans les magasins spécialisés bio
2. En grande et moyenne surface
3. Directement auprès du producteur ou la ferme
4. Auprès d'une organisation de producteurs
5. Dans une coopérative agricole
6. Au marché des producteurs bio
7. Par internet
8. Au magasin diététique
9. Livraison à domicile (ou panier)
10. Autre

Ordonnez 5 réponses.

21. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si LIEU D'ACHAT PRODUITS BIO = "Autre"

Consommateurs de produits bio - achat au marché de producteurs de produits bio

22. Vous achetez vos aliments bio sur les marchés de producteurs bio :

- 1. Très régulièrement (4 à 6 fois par semaine)
- 2. Régulièrement (1 à 3 fois par mois)
- 3. Rarement (4 à 6 fois par an)

La question n'est pertinente que si Profil = "Marché BIO"

23. Pour quelles raisons achetez-vous sur les marchés de producteurs bio? (3 réponses possibles)

- 1. Pour le contact avec les producteurs
- 2. Pour des raisons de proximité
- 3. Pour la qualité des produits proposés
- 4. Par rapport à mon activité
- 5. Parce que les prix sont moins élevés
- 6. Parce qu'il y a plus grand choix de produits
- 7. Pour être sûr de la provenance
- 8. Parce que les produits y sont plus frais
- 9. Parce que je peux acheter de plus gros volumes
- 10. Parce que les conditionnements sont écologiques
- 11. Pour les conseils
- 12. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

La question n'est pertinente que si Profil = "Marché BIO"

24. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si RAISON ACHAT CHEZ MARCHÉ PRODUCTEURS = "Autre"

25. Etes-vous satisfait de l'emplacement où se tient le marché?

1. Oui tout à fait 2. Plutôt oui 3. Plutôt non
 4. Non pas du tout

Aller à '27-SATISFACTION FREQUENCE MARCHÉ' si SATISFACTION EMPLACEMENT MARCHÉ Parmi "Oui tout à fait ; Plutôt oui"
La question n'est pertinente que si Profil = "Marché BIO"

26. Si insatisfait, pour quelles raisons?

La question n'est pertinente que si Profil = "Marché BIO" et SATISFACTION EMPLACEMENT MARCHÉ Parmi "Plutôt non ; Non pas du tout"

27. Etes-vous satisfait de la fréquence à laquelle il se tient?

1. Oui tout à fait 2. Plutôt oui 3. Plutôt non
 4. Non pas du tout

La question n'est pertinente que si Profil = "Marché BIO"

28. Si insatisfait, pour quelles raisons?

La question n'est pertinente que si Profil = "Marché BIO" et SATISFACTION FREQUENCE MARCHÉ Parmi "Plutôt non ; Non pas du tout"

Consommateurs de produits bio - achats aux magasins bio

29. Vous achetez vos produits bio en magasin bio:

1. Une fois par semaine ou plus
 2. Une fois par mois ou plus
 3. De temps en temps
 4. De manière exceptionnelle

La question n'est pertinente que si Profil = "Magasin BIO"

30. Pour quelles raisons achetez-vous en magasin bio ? (3 réponses possibles)

1. Pour des raisons de proximité
 2. Pour la qualité des produits proposés
 3. Par rapport à mon activité
 4. Parce que les prix sont moins élevés
 5. Pour la diversité des produits proposés
 6. pour la garantie de la provenance
 7. Pour les conseils
 8. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

La question n'est pertinente que si Profil = "Magasin BIO"

31. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si Profil = "Magasin BIO"

Consommateurs de produits bio - achat chez le producteur de produits bio

32. Vous achetez vos aliments bio chez le producteur de produits bio:

1. Une fois par semaine ou plus
 2. Une fois par mois ou plus
 3. De temps en temps
 4. De manière exceptionnelle

La question n'est pertinente que si Profil = "Producteurs"

33. Pour quelles raisons achetez-vous directement chez le producteur de produits bio? (3 réponses possibles)

1. Pour le contact avec le producteur
 2. Pour des raisons de proximité
 3. Pour la qualité des produits proposés
 4. Parce que les prix sont moins élevés
 5. Pour la diversité des produits proposés
 6. Pour la garantie de la provenance
 7. Parce que les produits y sont plus frais
 8. Parce que je peux acheter de plus gros volumes
 9. Parce que je peux négocier les prix
 10. Pour la confiance établie avec le producteur
 11. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

La question n'est pertinente que si Profil = "Producteurs"

34. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si RAISON ACHAT PRODUCTEUR = "Autre"

Importance des produits bio dans la consommation

Quelle est l'importance de ces critères dans votre choix de consommation bio sur une échelle de 1 à 5 (5 étant la note la plus haute, 1 étant la note la plus basse)?

35. L'aspect
36. La saveur
37. La fraîcheur
38. La disponibilité
39. Le prix
40. La variété
41. La provenance
42. La traçabilité
43. L'emballage
44. Les apports nutritionnels pour la santé
45. Le conditionnement
46. La date de récolte

47. Dans votre budget d'alimentation la part de produits bio représente :

1. Moins de 5% 2. entre 6 et 25%
3. entre 26 et 50% 4. + de 50%
5. Je ne sais pas

IMAGE DES PRODUITS BIO PAR LES CONSOMMATEURS

48. Faites-vous confiance aux produits certifiés comme "biologiques"?

1. Oui totalement 2. Plutôt oui 3. Plutôt non
4. Non pas du tout

49. Vous considérez que l'offre en matière de produits bio d'origine animale est :

1. Très convenable 2. Convenable
3. Insuffisante 4. Très insuffisante

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Oui"

50. Vous consommez principalement des produits :

1. Bio locaux 2. Bio importés
3. Indifféremment 4. Ne sait pas

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Oui"

51. Vous considérez que les prix des produits bio locaux sont :

1. Trop chers 2. Justifiés 3. Pas assez chers
4. Je ne sais pas

52. Vous considérez que les prix des produits bio importés sont :

1. Trop chers 2. Justifiés 3. Pas assez chers
4. Je ne sais pas

53. Globalement, êtes-vous satisfait des produits certifiés comme "biologiques"?

1. Oui totalement 2. Oui plutôt
3. Non plutôt pas 4. Non pas du tout

Aller à '56-AUGMENTATION CONSOMMATION PRODUITS BIO' si SATISFACTION PRODUITS CERTIFIES Parmi "Oui totalement ; Oui plutôt"

54. Si insatisfait, pour quelles raisons? (3 réponses possibles)

1. Manque de diversité des produits biologiques
2. Indisponibilité des produits biologiques
3. Prix élevés
4. Manque de goût
5. Manque d'information sur la traçabilité, sur la provenance
6. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

55. Si 'Autre', précisez :

56. Pour augmenter la consommation de produits bio, vous pensez qu'il faudrait (plusieurs réponses possibles)(aller à la question 77):

1. Accroître les actions de promotion autour du bio
2. Améliorer la qualité des produits
3. Augmenter la diversité des produits
4. Augmenter le nombre de points de vente
5. Créer des marchés dédiés
6. Une meilleure identification des produits bio
7. Baisser les prix
8. Développer des actions auprès des scolaires (visite de plantations, ateliers,...)
9. Développer la communication (tv, presse écrite, ...)
10. Mener des actions à destination des prescripteurs (nutritionnistes, diététiciens, etc...)
11. Communiquer davantage autour de la labellisation
12. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Aller à '77-PROPOSITIONS PRODUITS BIO' si AUGMENTATION CONSOMMATION PRODUITS BIO # "Autre"

57. Si 'Autres', précisez :

Aller à '77-PROPOSITIONS PRODUITS BIO' quelque soit la réponse.
La question n'est pertinente que si AUGMENTATION CONSOMMATION PRODUITS BIO = "Autre"

NON CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIO

58. Pour quelles raisons ne consommez-vous pas de produits biologiques?

- 1. Vous ne croyez pas aux vertus du bio
- 2. Manque de disponibilité des produits
- 3. Manque de diversité des produits
- 4. Prix trop élevés
- 5. Marchés/magasins spécialisés trop éloignés
- 6. Vous êtes contre l'agriculture biologique
- 7. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Non (Aller à la question 58)"

59. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si NONCONSO-RAISON = "Autre"

60. Faites-vous confiance aux produits certifiés comme "biologiques"?

- 1. Oui totalement
- 2. Plutôt oui
- 3. Plutôt non
- 4. Non pas du tout

61. D'une manière générale, vous considérez que les prix des produits bio sont:

- 1. Trop chers
- 2. Justifiés
- 3. Pas assez chers
- 4. Je ne sais pas

62. Seriez-vous prêt à consommer des produits bio dans un avenir proche?

- 1. Oui tout à fait
- 2. Plutôt oui
- 3. Plutôt non
- 4. Non pas du tout

Aller à '75-NONCONSO-INCITATIONS BIO' si NON CONSO-CONSO FUTURE Parmi "Plutôt non ; Non pas du tout"

76. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si NONCONSO-INCITATIONS BIO = "Autre"

PROPOSITIONS GENERALES

77. Avez-vous d'autres propositions ou remarques à formuler sur les produits biologiques?

Terminer le questionnaire quelque soit la réponse.

Si oui, quelle serait l'importance de chacun des critères dans votre choix de consommation? Évaluez les sur une échelle de 1 à 5 (1 étant la note la plus basse, 5 la note la plus élevée)

63. L'aspect1

64. La saveur1

65. La fraîcheur1

66. La disponibilité1

67. Le prix1

68. La variété1

69. La provenance1

70. La traçabilité1

71. L'emballage1

72. Les apports nutritionnels pour la santé

73. Le conditionnement1

74. La date de récolte1

75. Qu'est ce qui vous inciterait à devenir un consommateur de produits bio? (3 réponses possibles)

- 1. Proposer des dégustations de produits
- 2. Améliorer la qualité des produits
- 3. Augmenter le nombre de points de vente
- 4. Diversifier l'offre de produits bio
- 5. Baisser les prix
- 6. Créer des marchés dédiés
- 7. Développer la communication (tv, presse écrite, ...)
- 8. Une meilleure identification des produits bio
- 9. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

Etude agriculture BIO

Avril 2015 - Chambre d'Agriculture

IDENTIFICATION

1. Sexe

1. Homme 2. Femme

La réponse est obligatoire.

2. Dans quel tranche d'âge vous situez-vous ?

1. Moins de 20 ans 2. Entre 20 et 29 ans
 3. Entre 30 et 39 ans 4. Entre 40 et 49 ans
 5. Entre 50 et 59 ans 6. 60 ans et plus

3. Indiquez le code postal de votre commune de résidence?

La réponse doit être comprise entre 97200 et 97300.

4. Indiquez votre catégorie socio-professionnelle?

1. Chef d'entreprise/ Artisan/ Commerçant
 2. Cadre/ Profession intellectuelle Profession supérieure
 3. Profession intermédiaire
 4. Employé
 5. Ouvrier/Technicien
 6. Retraité
 7. Sans emploi/ Femme au foyer
 8. Etudiant

5. Quel était le revenu mensuel de votre foyer en 2014 :

1. Moins de 800 euros 2. Entre 800 et 1499 euros
 3. Entre 1500 et 1999 euros 4. Entre 2000 et 2999 euros
 5. 3000 euros et plus 6. Refus de répondre

CONNAISSANCE DU BIO

- | | 1 | 2 | 3 | 4 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| 6. L'agriculture biologique est un ensemble de pratiques agricoles respectueuses des équilibres écologiques et du bien-être des animaux | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7. L'agriculture biologique est une agriculture sans produits chimiques de synthèse ni OGM | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 8. La marque AB garantit un minimum de 95% de produits d'origine agricole biologiques | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 9. Les opérateurs de la filière bio sont contrôlés par des organismes certificateurs agréés | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

totalemment d'accord (1), plutôt d'accord (2), plutôt pas d'accord (3), pas du tout d'accord (4).

CONNAISSANCE DES PRODUITS BIO

10. Lorsque l'on vous parle de l'agriculture bio, quels sont les 3 noms (organismes, logos, entreprise, personnes) qui vous viennent spontanément à l'esprit ?

11. À quoi vous fiez-vous pour reconnaître les produits issus de l'agriculture biologique? (3 réponses possibles)

1. Le mot "biologique" ou "bio" sur l'étiquette
 2. Le logo bio européen sur l'étiquette
 3. Un logo bio national sur l'étiquette
 4. Un ou plusieurs logos privés sur l'étiquette
 5. Une ou plusieurs marques privées sur l'étiquette
 6. L'indication du lieu d'origine
 7. Je m'approvisionne directement auprès d'un producteur bio qui vend ses produits sans emballage ni étiquette
 8. La rareté de la variété du produit bio
 9. Je ne sais pas
 10. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

12. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si REPERE PRODUITS BIO = "Autre"

13. Vous est-il déjà arrivé de consommer des produits bio ?

1. Oui 2. Non (Aller à la question 58)

La réponse est obligatoire.

Aller à '47-NONCONSO-RAISON' si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Non (Aller à la question 58)"

CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIO

Ne répondre que si vous êtes consommateur de produits bio

14. Quels sont les produits biologiques que vous consommez?

- 1. Fruits
- 2. Légumes
- 3. Condiments (épices, vinaigre, moutarde...)
- 4. Apéritifs/Biscuits/Sucreries
- 5. Céréales/Graines
- 6. Boissons (café/thé/jus)
- 7. Repas préparés
- 8. Nourriture pour bébé
- 9. Lait/Œufs
- 10. Fromages
- 11. Féculents (riz, pâtes,...)
- 12. Viandes/Poissons
- 13. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

15. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO = "Autre"

16. Pour quelle(s) raison(s) consommez-vous des produits issus de l'agriculture biologique ?

- 1. Pour le goût
- 2. Pour la qualité des produits
- 3. Pour la protection de l'environnement
- 4. Parce que ce sont des produits naturels
- 5. Parce qu'ils sont sans OGM et sans résidus de synthèse (ex : pesticides) ou autres substances artificielles
- 6. Pour votre santé
- 7. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

17. Si 'Autres', précisez :

La question n'est pertinente que si RAISONS CONSOMMATION PRODUITS BIO = "Autre"

18. Vous diriez que vous consommez des produits bio:

- 1. Une fois par semaine ou plus
- 2. Une fois par mois ou plus
- 3. De temps en temps
- 4. De manière exceptionnelle

19. Où achetez-vous vos aliments bio ? (5 réponses possibles à ordonner par ordre de priorité)

1. Dans les magasins spécialisés bio
2. En grande et moyenne surface
3. Directement auprès du producteur ou la ferme
4. Auprès d'une organisation de producteurs
5. Dans une coopérative agricole
6. Au marché des producteurs bio
7. Par internet
8. Au magasin diététique
9. Livraison à domicile (ou panier)
10. Autre

Ordonnez 5 réponses.

20. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si LIEU D'ACHAT PRODUITS BIO = "Autre"

Consommateurs de produits bio - achats aux magasins bio

21. Vous achetez vos produits bio en magasin bio:

- 1. Une fois par semaine ou plus
- 2. Une fois par mois ou plus
- 3. De temps en temps
- 4. De manière exceptionnelle

22. Pour quelles raisons achetez-vous en magasin bio ? (3 réponses possibles)

- 1. Pour des raisons de proximité
- 2. Pour la qualité des produits proposés
- 3. Par rapport à mon activité
- 4. Parce que les prix sont moins élevés
- 5. Pour la diversité des produits proposés
- 6. pour la garantie de la provenance
- 7. Pour les conseils
- 8. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

23. Si 'Autre', précisez :

Importance des produits bio dans la consommation

Quelle est l'importance de ces critères dans votre choix de consommation bio sur une échelle de 1 à 5 (5 étant la note la plus haute, 1 étant la note la plus basse)?

24. L'aspect
25. La saveur
26. La fraîcheur
27. La disponibilité
28. Le prix
29. La variété
30. La provenance
31. La traçabilité
32. L'emballage
33. Les apports nutritionnels pour la santé
34. Le conditionnement
35. La date de récolte

36. Dans votre budget d'alimentation la part de produits bio représente :

1. Moins de 5% 2. entre 6 et 25%
3. entre 26 et 50% 4. + de 50%
5. Je ne sais pas

IMAGE DES PRODUITS BIO PAR LES CONSOMMATEURS

37. Faites-vous confiance aux produits certifiés comme "biologiques"?

1. Oui totalement 2. Plutôt oui 3. Plutôt non
4. Non pas du tout

38. Vous considérez que l'offre en matière de produits bio d'origine animale est :

1. Très convenable 2. Convenable
3. Insuffisante 4. Très insuffisante

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Oui"

39. Vous consommez principalement des produits :

1. Bio locaux 2. Bio importés 3. Indifféremment
4. Ne sait pas

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Oui"

40. Vous considérez que les prix des produits bio locaux sont:

1. Trop chers 2. Justifiés 3. Pas assez chers
4. Je ne sais pas

41. Vous considérez que les prix des produits bio importés sont:

1. Trop chers 2. Justifiés 3. Pas assez chers
4. Je ne sais pas

42. Globalement, êtes-vous satisfait des produits certifiés comme "biologiques"?

1. Oui totalement 2. Oui plutôt
3. Non plutôt pas 4. Non pas du tout

Aller à '45-AUGMENTATION CONSOMMATION PRODUITS BIO' si SATISFACTION PRODUITS CERTIFIES Parmi "Oui totalement ; Oui plutôt"

43. Si insatisfait, pour quelles raisons? (3 réponses possibles)

1. Manque de diversité des produits biologiques
2. Indisponibilité des produits biologiques
3. Prix élevés
4. Manque de goût
5. Manque d'information sur la traçabilité, sur la provenance
6. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

44. Si 'Autre', précisez :

45. Pour augmenter la consommation de produits bio, vous pensez qu'il faudrait (3 réponses possibles)(aller à la question 77):

1. Accroître les actions de promotion autour du bio
2. Améliorer la qualité des produits
3. Augmenter la diversité des produits
4. Augmenter le nombre de points de vente
5. Créer des marchés dédiés
6. Une meilleure identification des produits bio
7. Baisser les prix
8. Développer des actions auprès des scolaires (visite de plantations, ateliers,...)
9. Développer la communication (tv, presse écrite, ...)
10. Mener des actions à destination des prescripteurs (nutritionnistes, diététiciens, etc...)
11. Communiquer davantage autour de la labellisation
12. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

46. Si 'Autres', précisez :

Aller à '66-PROPOSITIONS PRODUITS BIO' quelque soit la réponse.
La question n'est pertinente que si AUGMENTATION CONSOMMATION PRODUITS BIO = "Autre"

NON CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIO

47. Pour quelles raisons ne consommez-vous pas de produits biologiques?

- 1. Vous ne croyez pas aux vertus du bio
- 2. Manque de disponibilité des produits
- 3. Manque de diversité des produits
- 4. Prix trop élevés
- 5. Marchés/magasins spécialisés trop éloignés
- 6. Vous êtes contre l'agriculture biologique
- 7. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Non (Aller à la question 58)"

48. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si NONCONSO-RAISON = "Autre"

49. Faites-vous confiance aux produits certifiés comme "biologiques"?

- 1. Oui totalement
- 2. Plutôt oui
- 3. Plutôt non
- 4. Non pas du tout

50. D'une manière générale, vous considérez que les prix des produits bio sont:

- 1. Trop chers
- 2. Justifiés
- 3. Pas assez chers
- 4. Je ne sais pas

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Oui"

51. Seriez-vous prêt à consommer des produits bio dans un avenir proche?

- 1. Oui tout à fait
- 2. Plutôt oui
- 3. Plutôt non
- 4. Non pas du tout

Aller à '64-NONCONSO-INCITATIONS BIO' si NON CONSO-CONSO FUTURE Parmi "Plutôt non ; Non pas du tout"

Si oui, quelle serait l'importance de chacun des critères dans votre choix de consommation? Évaluez les sur une échelle de 1 à 5 (1 étant la note la plus basse, 5 la note la plus élevée)

52. L'aspect1

53. La saveur1

54. La fraîcheur1

55. La disponibilité1

56. Le prix1

57. La variété1

58. La provenance1

59. La traçabilité1

60. L'emballage1

61. Les apports nutritionnels pour la santé

62. Le conditionnement1

63. La date de récolte1

64. Qu'est ce qui vous inciterait à devenir un consommateur de produits bio? (3 réponses possibles)

- 1. Proposer des dégustations de produits
- 2. Améliorer la qualité des produits
- 3. Augmenter le nombre de points de vente
- 4. Diversifier l'offre de produits bio
- 5. Baisser les prix
- 6. Créer des marchés dédiés
- 7. Développer la communication (tv, presse écrite, ...)
- 8. Une meilleure identification des produits bio
- 9. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

65. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si NONCONSO-INCITATIONS BIO = "Autre"

PROPOSITIONS GENERALES

66. Avez-vous d'autres propositions ou remarques à formuler sur les produits biologiques?

Terminer le questionnaire quelque soit la réponse.

Etude agriculture BIO

Avril 2015 - Chambre d'Agriculture

IDENTIFICATION

1. Sexe

1. Homme 2. Femme

La réponse est obligatoire.

2. Dans quel tranche d'âge vous situez-vous ?

1. Moins de 20 ans 2. Entre 20 et 29 ans
 3. Entre 30 et 39 ans 4. Entre 40 et 49 ans
 5. Entre 50 et 59 ans 6. 60 ans et plus

3. Indiquez le code postal de votre commune de résidence?

La réponse doit être comprise entre 97200 et 97300.

4. Indiquez votre catégorie socio-professionnelle?

1. Chef d'entreprise/ Artisan/ Commerçant
 2. Cadre/ Profession intellectuelle Profession supérieure
 3. Profession intermédiaire
 4. Employé
 5. Ouvrier/Technicien
 6. Retraité
 7. Sans emploi/ Femme au foyer
 8. Etudiant

5. Quel était le revenu mensuel de votre foyer en 2014 :

1. Moins de 800 euros 2. Entre 800 et 1499 euros
 3. Entre 1500 et 1999 euros 4. Entre 2000 et 2999 euros
 5. 3000 euros et plus 6. Refus de répondre

CONNAISSANCE DU BIO

- | | | | | |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 |
| 6. L'agriculture biologique est un ensemble de pratiques agricoles respectueuses des équilibres écologiques et du bien-être des animaux | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 7. L'agriculture biologique est une agriculture sans produits chimiques de synthèse ni OGM | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 8. La marque AB garantit un minimum de 95% de produits d'origine agricole biologiques | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |
| 9. Les opérateurs de la filière bio sont contrôlés par des organismes certificateurs agréés | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> | <input type="radio"/> |

totalemment d'accord (1), plutôt d'accord (2), plutôt pas d'accord (3), pas du tout d'accord (4).

CONNAISSANCE DES PRODUITS BIO

10. Lorsque l'on vous parle de l'agriculture bio, quels sont les 3 noms (organismes, logos, entreprise, personnes) qui vous viennent spontanément à l'esprit ?

11. À quoi vous fiez-vous pour reconnaître les produits issus de l'agriculture biologique? (3 réponses possibles)

1. Le mot "biologique" ou "bio" sur l'étiquette
 2. Le logo bio européen sur l'étiquette
 3. Un logo bio national sur l'étiquette
 4. Un ou plusieurs logos privés sur l'étiquette
 5. Une ou plusieurs marques privées sur l'étiquette
 6. L'indication du lieu d'origine
 7. Je m'approvisionne directement auprès d'un producteur bio qui vend ses produits sans emballage ni étiquette
 8. La rareté de la variété du produit bio
 9. Je ne sais pas
 10. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

12. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si REPERE PRODUITS BIO = "Autre"

13. Vous est-il déjà arrivé de consommer des produits bio ?

1. Oui 2. Non (Aller à la question 58)

La réponse est obligatoire.

Aller à '51-NONCONSO-RAISON' si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Non (Aller à la question 58)"

CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIO

Ne répondre que si vous êtes consommateur de produits bio

14. Quels sont les produits biologiques que vous consommez?

1. Fruits
 2. Légumes
 3. Condiments (épices, vinaigre, moutarde...)
 4. Apéritifs/Biscuits/Sucreries
 5. Céréales/Graines
 6. Boissons (café/thé/jus)
 7. Repas préparés
 8. Nourriture pour bébé
 9. Lait/Œufs
 10. Fromages
 11. Féculents (riz, pâtes,...)
 12. Viandes/Poissons
 13. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

15. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO = "Autre"

16. Pour quelle(s) raison(s) consommez-vous des produits issus de l'agriculture biologique ?

- 1. Pour le goût
- 2. Pour la qualité des produits
- 3. Pour la protection de l'environnement
- 4. Parce que ce sont des produits naturels
- 5. Parce qu'ils sont sans OGM et sans résidus de synthèse (ex : pesticides) ou autres substances artificielles
- 6. Pour votre santé
- 7. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

17. Si 'Autres', précisez :

La question n'est pertinente que si RAISONS CONSOMMATION PRODUITS BIO = "Autre"

18. Vous diriez que vous consommez des produits bio:

- 1. Une fois par semaine ou plus
- 2. Une fois par mois ou plus
- 3. De temps en temps
- 4. De manière exceptionnelle

19. Où achetez-vous vos aliments bio ? (5 réponses possibles à ordonner par ordre de priorité)

1. Dans les magasins spécialisés bio
2. En grande et moyenne surface
3. Directement auprès du producteur ou la ferme
4. Auprès d'une organisation de producteurs
5. Dans une coopérative agricole
6. Au marché des producteurs bio
7. Par internet
8. Au magasin diététique
9. Livraison à domicile (ou panier)
10. Autre

Ordonnez 5 réponses.

20. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si LIEU D'ACHAT PRODUITS BIO = "Autre"

Consommateurs de produits bio - achat au marché de producteurs de produits bio

21. Vous achetez vos aliments bio sur les marchés de producteurs bio:

- 1. Très régulièrement (4 à 6 fois par semaine)
- 2. Régulièrement (1 à 3 fois par mois)
- 3. Rarement (4 à 6 fois par an)

22. Pour quelles raisons achetez-vous sur les marchés de producteurs bio? (3 réponses possibles)

- 1. Pour le contact avec les producteurs
- 2. Pour des raisons de proximité
- 3. Pour la qualité des produits proposés
- 4. Par rapport à mon activité
- 5. Parce que les prix sont moins élevés
- 6. Parce qu'il y a plus grand choix de produits
- 7. Pour être sûr de la provenance
- 8. Parce que les produits y sont plus frais
- 9. Parce que je peux acheter de plus gros volumes
- 10. Parce que les conditionnements sont écologiques
- 11. Pour les conseils
- 12. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

23. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si RAISON ACHAT CHEZ MARCHE PRODUCTEURS = "Autre"

24. Etes-vous satisfait de l'emplacement où se tient le marché?

- 1. Oui tout à fait
- 2. Plutôt oui
- 3. Plutôt non
- 4. Non pas du tout

Aller à '26-SATISFACTION FREQUENCE MARCHE' si SATISFACTION EMPLACEMENT MARCHE Parmi "Oui tout à fait ; Plutôt oui"

25. Si insatisfait, pour quelles raisons?

La question n'est pertinente que si SATISFACTION EMPLACEMENT MARCHE Parmi "Plutôt non ; Non pas du tout"

26. Etes-vous satisfait de la fréquence à laquelle il se tient?

- 1. Oui tout à fait
- 2. Plutôt oui
- 3. Plutôt non
- 4. Non pas du tout

27. Si insatisfait, pour quelles raisons?

La question n'est pertinente que si SATISFACTION FREQUENCE MARCHE Parmi "Plutôt non ; Non pas du tout"

Importance des produits bio dans la consommation

Quelle est l'importance de ces critères dans votre choix de consommation bio sur une échelle de 1 à 5 (5 étant la note la plus haute, 1 étant la note la plus basse)?

- 28. L'aspect
- 29. La saveur
- 30. La fraîcheur
- 31. La disponibilité
- 32. Le prix
- 33. La variété
- 34. La provenance
- 35. La traçabilité
- 36. L'emballage
- 37. Les apports nutritionnels pour la santé
- 38. Le conditionnement
- 39. La date de récolte

40. Dans votre budget d'alimentation la part de produits bio représente :

- 1. Moins de 5%
- 2. entre 6 et 25%
- 3. entre 26 et 50%
- 4. + de 50%
- 5. Je ne sais pas

IMAGE DES PRODUITS BIO PAR LES CONSOMMATEURS

41. Faites-vous confiance aux produits certifiés comme "biologiques"?

- 1. Oui totalement
- 2. Plutôt oui
- 3. Plutôt non
- 4. Non pas du tout

42. Vous considérez que l'offre en matière de produits bio d'origine animale est :

- 1. Très convenable
- 2. Convenable
- 3. Insuffisante
- 4. Très insuffisante

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Oui"

43. Vous consommez principalement des produits :

- 1. Bio locaux
- 2. Bio importés
- 3. Indifféremment
- 4. Ne sait pas

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Oui"

44. Vous considérez que les prix des produits bio locaux sont:

- 1. Trop chers
- 2. Justifiés
- 3. Pas assez chers
- 4. Je ne sais pas

45. Vous considérez que les prix des produits bio importés sont:

- 1. Trop chers
- 2. Justifiés
- 3. Pas assez chers
- 4. Je ne sais pas

46. Globalement, êtes-vous satisfait des produits certifiés comme "biologiques"?

- 1. Oui totalement
- 2. Oui plutôt
- 3. Non plutôt pas
- 4. Non pas du tout

Aller à '49-AUGMENTATION CONSOMMATION PRODUITS BIO' si SATISFACTION PRODUITS CERTIFIES Parmi "Oui totalement ; Oui plutôt"

47. Si insatisfait, pour quelles raisons? (3 réponses possibles)

- 1. Manque de diversité des produits biologiques
- 2. Indisponibilité des produits biologiques
- 3. Prix élevés
- 4. Manque de goût
- 5. Manque d'information sur la traçabilité, sur la provenance
- 6. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

48. Si 'Autre', précisez :

49. Pour augmenter la consommation de produits bio, vous pensez qu'il faudrait (3 réponses possibles)(aller à la question 77):

- 1. Accroître les actions de promotion autour du bio
- 2. Améliorer la qualité des produits
- 3. Augmenter la diversité des produits
- 4. Augmenter le nombre de points de vente
- 5. Créer des marchés dédiés
- 6. Une meilleure identification des produits bio
- 7. Baisser les prix
- 8. Développer des actions auprès des scolaires (visite de plantations, ateliers,...)
- 9. Développer la communication (tv, presse écrite, ...)
- 10. Mener des actions à destination des prescripteurs (nutritionnistes, diététiciens, etc...)
- 11. Communiquer davantage autour de la labellisation
- 12. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

50. Si 'Autres', précisez :

Aller à '70-PROPOSITIONS PRODUITS BIO' quelque soit la réponse. La question n'est pertinente que si AUGMENTATION CONSOMMATION PRODUITS BIO = "Autre"

NON CONSOMMATEURS DE PRODUITS BIO

51. Pour quelles raisons ne consommez-vous pas de produits biologiques?

- 1. Vous ne croyez pas aux vertus du bio
- 2. Manque de disponibilité des produits
- 3. Manque de diversité des produits
- 4. Prix trop élevés
- 5. Marchés/magasins spécialisés trop éloignés
- 6. Vous êtes contre l'agriculture biologique
- 7. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases.

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Non (Aller à la question 58)"

52. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si NONCONSO-RAISON = "Autre"

53. Faites-vous confiance aux produits certifiés comme "biologiques"?

1. Oui totalement 2. Plutôt oui 3. Plutôt non
 4. Non pas du tout

54. D'une manière générale, vous considérez que les prix des produits bio sont:

1. Trop chers 2. Justifiés 3. Pas assez chers
 4. Je ne sais pas

La question n'est pertinente que si CONSOMMATION PRODUITS BIO1 = "Oui"

55. Seriez-vous prêt à consommer des produits bio dans un avenir proche?

1. Oui tout à fait 2. Plutôt oui 3. Plutôt non
 4. Non pas du tout

Aller à '68-NONCONSO-INCITATIONS BIO' si NON CONSO-CONSO FUTURE Parmi "Plutôt non ; Non pas du tout"

Si oui, quelle serait l'importance de chacun des critères dans votre choix de consommation? Évaluez les sur une échelle de 1 à 5 (1 étant la note la plus basse, 5 la note la plus élevée)

- 56. L'aspect1
- 57. La saveur1
- 58. La fraîcheur1
- 59. La disponibilité1
- 60. Le prix1
- 61. La variété1
- 62. La provenance1
- 63. La traçabilité1
- 64. L'emballage1
- 65. Les apports nutritionnels pour la santé
- 66. Le conditionnement1
- 67. La date de récolte1

68. Qu'est ce qui vous inciterait à devenir un consommateur de produits bio? (3 réponses possibles)

- 1. Proposer des dégustations de produits
- 2. Améliorer la qualité des produits
- 3. Augmenter le nombre de points de vente
- 4. Diversifier l'offre de produits bio
- 5. Baisser les prix
- 6. Créer des marchés dédiés
- 7. Développer la communication (tv, presse écrite, ...)
- 8. Une meilleure identification des produits bio
- 9. Autre

Vous pouvez cocher plusieurs cases (3 au maximum).

69. Si 'Autre', précisez :

La question n'est pertinente que si NONCONSO-INCITATIONS BIO = "Autre"

PROPOSITIONS GENERALES

70. Avez-vous d'autres propositions ou remarques à formuler sur les produits biologiques?

Terminer le questionnaire quelque soit la réponse.



TJB ECOCONSEIL
41 rue Martin Luther King
97200 Fort-de-France
F.W.I. MARTINIQUE

Téléphone : 596 (0)596 534 773
Télécopie : 596 (0)596 534 861
Mobile : 596 (0)696 74 75 75
Site : www.tjbecoconseil.fr
E-mail : contact@tjbecoconseil.fr