



## Étude consommateurs Agri Confiance : Comment les labels alimentaires sont-ils perçus ? 3 idées reçues

A l'occasion de ses Journées Découvertes<sup>1</sup>, Agri Confiance, le label d'agriculture durable porté par La Coopération Agricole, présente son étude consommateurs « *Comment les labels alimentaires sont-ils perçus ?* », menée en avril 2022 par Harris Interactive.

Pour compléter et enrichir ses résultats, Agri Confiance convie son partenaire La chaire In'FAAQT, qui a également mené, avec l'École d'Ingénieurs de PURPAN, une enquête sur « *Les perceptions des jeunes adultes de la qualité alimentaire et des labels* » en décembre 2021.

Ces études décryptent les attentes des consommateurs sur la qualité alimentaire et leurs attentes vis-à-vis des labels.

---

### Idee reçue n°1 : seuls le goût et le prix influencent l'acte d'achat du consommateur

---

Les deux études confirment l'importance du goût : c'est le **premier élément influençant l'acte d'achat** (avec le prix) et **l'attribut principal de la qualité alimentaire** pour les consommateurs. Mais d'autres critères sont différenciants :



Quels critères sont importants pour les achats alimentaires ?

**62 %** : la transparence, la traçabilité et la composition des produits

**59 %** : l'origine France



Quels critères représentent la qualité alimentaire ?

**40 %** : l'aspect sanitaire

**38 %** : la composition des produits

**34 %** : l'origine locale

**24 %** : l'origine France

Agri Confiance, basé sur 4 piliers, répond pleinement aux critères de la qualité alimentaire attendus par les personnes interrogées dans les études :

- En particulier le pilier de la qualité qui garantit l'origine France, la traçabilité, et la sécurité des aliments, ainsi que la transparence.

---

<sup>1</sup> Les 15, 16 et 18 novembre : trois jours pour tout savoir sur Agri Confiance, durant lesquels se tiennent des conférences en ligne dédiées aux partenaires, coopératives, ONG...  
Tout le programme [ici](#)

Les trois autres piliers répondent aux autres attentes des consommateurs :

- Le soutien aux agriculteurs grâce au modèle coopératif ancré dans les territoires.
- La préservation de l'environnement par la limitation des intrants, le respect de la biodiversité, la préservation des sols et des ressources en eau.
- Le bien-être animal par des conditions d'élevage encadrées, qui incluent (selon les cas) la réduction de l'utilisation des antibiotiques, une alimentation sans OGM, un élevage plein air.

---

## Idée reçue n°2 : les consommateurs ne font plus confiance aux labels et sont perdus

---

Les consommateurs en ont une image sérieuse et positive et sont même rassurés par la présence de plusieurs labels sur un produit.



**83 %** des personnes interrogées prennent en considération les labels lors de leurs achats (en magasin et/ou une fois au domicile)

**75 %** des personnes interrogées considèrent qu'un label signifie que le produit a des conditions de production plus strictes

**57 %** des personnes interrogées estiment que c'est rassurant d'avoir plusieurs labels sur un même produit



**71 %** des personnes interrogées estiment que les labels alimentaires sont dignes de confiance

Agri Confiance se veut plus simple pour le consommateur en apportant plusieurs promesses derrière un seul logo, et sur plusieurs filières. Dans son étude, l'association a demandé aux personnes interrogées si ce principe est une bonne idée : **82 %** ont répondu « **oui** ».

« En matière alimentaire, particulièrement en France, les consommateurs se caractérisent par des attentes complexes, nourries de leur histoire, de leur culture et de contraintes. Chacun cherche à consommer selon son système de valeurs, son style de vie et ses possibilités matérielles. Face à cette diversité, de nombreux signes de qualité, de labels agricoles et alimentaires ont vu le jour, rendant le paysage digne d'une véritable « jungle des labels ». On peut donc s'attendre à une phase de maturité des labels, avec des messages simples, des positionnements clairement définis pour chacun, afin de proposer une promesse destinée à une cible. » commente **Cendrine Auguères**, enseignant-chercheur en marketing à l'École d'Ingénieurs de PURPAN

## Idée reçue n°3 : on ne sait pas ce qu'il y a derrière Agri Confiance

Les études montrent qu'Agri Confiance est un label qui a une bonne image auprès des consommateurs. Il est reconnu pour ses **valeurs éthiques** et de **proximité avec les agriculteurs**.



Vous associez Agri Confiance à :

**83 %** : la qualité

**81 %** : la proximité avec les agriculteurs



A quelles promesses associez-vous Agri Confiance ?

**20 %** : l'éthique

**15 %** : l'environnement

Ces éléments confirment le positionnement d'Agri Confiance, avec ses 4 piliers complémentaires, comme une **démarche qui contribue globalement au développement durable**. Cette approche est plus simple et plus lisible pour le consommateur.

Parmi eux, même les non-connaisseurs d'Agri Confiance ont un **a priori positif** du label, témoignant ainsi d'un potentiel de croissance encore fort. L'association œuvre dans ce sens et continue ses efforts de développement pour faire connaître sa démarche auprès des consommateurs.

**Philippe Sommer**, directeur d'Agri Confiance, se réjouit de ces résultats « *ils confirment le repositionnement du label entrepris il y a 3 ans, avec des exigences renforcées et élargies pour mieux répondre aux attentes des consommateurs. En effet, le nouveau cahier des charges Agri Confiance engage pleinement nos adhérents dans des démarches de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE), avec des engagements clairs sur 4 piliers complémentaires (origine France, environnement & bien-être animal, qualité, soutien aux agriculteurs).* »

### Agri Confiance en chiffres :

- 35 coopératives adhérentes
- 20 000 exploitations
- 7 filières : Lait, Fruits et Légumes, Grandes cultures, Volailles, Palmipède, Pisciculture, Vin
- 5 accompagnements de coopératives en cours (Grandes Cultures – Lait – Arboriculture)

### **À propos d'Agri Confiance**

Agri Confiance est le label d'agriculture durable porté par La Coopération Agricole, selon un modèle exclusivement coopératif et français. Il prend en compte les attentes globales des consommateurs sur de nombreuses filières : lait, fruits et légumes, grandes cultures, volailles, palmipèdes, pisciculture et vins.

Cette démarche, initiée en 1992 par et pour les coopératives, se base sur 4 piliers : des produits origine France garantie, qui valorisent le travail des agriculteurs et les territoires, qui préservent l'environnement et prennent en compte le bien-être animal.

Agri Confiance est le socle des démarches RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) de ses adhérents par une contribution à 13 des 17 ODD (Objectifs de Développement Durable identifiés par l'ONU). Il rassemble 35 coopératives et 20 000 agriculteurs en France.

Pour en savoir plus : [www.agriconfiance.coop](http://www.agriconfiance.coop)

[Facebook](#) / [Instagram](#) / [Twitter](#) / [LinkedIn](#)

### **Contact presse : agence Communicante**

Sarah Taleb : [sarah.taleb@communicante.fr](mailto:sarah.taleb@communicante.fr) - 06 73 80 93 65

### **À propos de la chaire In'FAAQT**

1ère chaire d'enseignement et de recherche dédiée aux démarches de qualification en agriculture, la Chaire In'FAAQT (Innover dans les Filières Agricole et Agroalimentaires, la Qualité et les Territoires) a pour objectif d'accompagner la transition des entreprises agricoles et agroalimentaires par l'innovation socioéconomique au sein des filières qualité en France. Ancrage territorial, renouvellement des générations, gouvernance et action collective, chaîne de valeur, durabilité environnementale, nouvelles attentes des consommateurs, ...

Son programme 2020-2025 s'incarne autour d'actions de recherche, de formation et de diffusion au plus grand nombre des éclairages scientifiques générés en lien étroit avec les professionnels du secteur. Sans personnalité morale propre, elle est adossée au Fonds de Dotation de l'Université Fédérale de Toulouse pour son cadre administratif et financier, en tant que chaire de mécénat.

Pour en savoir plus : [www.infaagt.fr](http://www.infaagt.fr) / [Twitter](#) / [LinkedIn](#)