



Christian LANGLAIS¹
Martine FRANÇOIS²
Louis-Marie LEGOFF¹

¹ PRAM-Cirad
² GREC

Le marché des produits frais biologiques et naturels : les attentes des consommateurs martiniquais

Cette étude est constituée, d'une part, par des entretiens avec des responsables produits frais de dix grandes et moyennes surfaces (GMS) et, d'autre part, par une synthèse de propos tenus par des consommateurs martiniquais sur leur vision du marché des produits biologiques et sur leur perception des produits biologiques et naturels. Au total, 50 textes résultant d'entretiens semi-directifs ont été traités, provenant de différents lieux d'achats (hypermarchés, magasins diététiques, marchés...). Il est clair qu'avec cette méthode, il n'est pas possible de généraliser à l'ensemble de la population martiniquaise les résultats observés dans les enquêtes. À l'aide des entretiens semi-directifs, nous avons seulement réalisé une étude exploratoire du marché des produits biologiques. Toutefois, quelques tendances reviennent dans le discours des personnes interrogées. Reste à savoir si les demandes et attentes des consommateurs sont comblées par le marché actuel, alimenté notamment par les associations Bio des Antilles et Orgapéyi.

Après avoir présenté les grandes tendances en terme de demande, de prix et de préoccupations des consommateurs, nous réfléchissons à la mise en place d'un sondage quantitatif visant à cerner les attentes des consommateurs vis-à-vis

des produits biologiques et naturels d'Orgapéyi.

PERSPECTIVES DE LA DEMANDE

Commercialisation des produits biologiques et naturels

Au cours des enquêtes, sept responsables produits frais des GMS sur les dix concernés ont déclaré être intéressés par la commercialisation des fruits et légumes biologiques. Cependant, il est clair que la production biologique est encore beaucoup trop faible pour se lancer sur un tel marché. De plus, les responsables de la Bio des Antilles ne souhaitent pas traiter avec les grandes surfaces car, selon eux, ils écrasent les prix. De même, Orgapéyi ne peut envisager de commercialiser ses produits en GMS, car le cahier des charges des distributeurs est trop strict pour accepter une certification non officielle. Ainsi la commercialisation de fruits et légumes biologiques dans les GMS est inenvisageable pour l'instant.

Pour la Bio des Antilles et Orgapéyi, l'essentiel est de développer les marchés mis en place. D'après les interviews, il apparaît que la demande en produits frais biologiques est assez forte alors que la production décolle peu. L'objectif pour ces deux organisations est donc de fidéliser les clients présents et de développer



Marché de produits biologiques

les volumes de ventes car, pour l'instant, seuls quelques producteurs sont présents pour chaque marché. De plus, certaines personnes interrogées ont mis en évidence la position excentrée des marchés biologiques (à 15 km de Fort-de-France). Cela ne doit pas être négligé par les producteurs biologiques lorsque la production sera supérieure, car une position plus proche des centres urbains leur permettrait de mieux écouler leur marchandise.

MARCHÉ DE PRODUITS BIOLOGIQUES

Les prix observés en Martinique

En métropole, le prix est la première raison de non achat des produits biologiques chez les non consommateurs avec 56 % des opinions. Dans notre échantillon, on retrouve cette augmentation puisque 65 % (22/34) des enquêtés jugent les produits biologiques plus chers que les autres. En Martinique, les différences de prix constatées entre les magasins de produits diététiques sont assez importantes, puisqu'en moyenne (sur 16 produits), les prix sont 26 % plus chers qu'en métropole. Cela est dû en grande partie au coût de transport élevé de petits volumes depuis la métropole. Pourtant, ces magasins sont bien fréquentés et augmentent leur surface de vente. Cependant, il se peut que les prix élevés des produits biologiques secs contribuent, d'une part, à dissuader des consommateurs et, d'autre part, à répandre l'idée selon laquelle les produits issus de l'Agriculture biologique sont chers.

Par ailleurs, en ce qui concerne les fruits et légumes, même si les données sont peu importantes, on a constaté que les producteurs d'Orgapéyi vendent leurs produits moins cher que ceux de la Bio des Antilles car ils n'ont pas à supporter le coût de la certification. Dans l'ensemble, les consommateurs (8/9) acceptent les prix des producteurs car l'absence de pesticides et plus globalement la qualité justifient un tel prix. Si le problème de la différence de prix ne se pose pas pour l'instant, c'est parce que la demande reste largement supérieure à l'offre. Cependant, à l'avenir, ce problème pourra se poser car nous aurons des fruits et légumes biologiques certifiés plus chers que des fruits et légumes naturels (mais non certifiés officiellement).

La relation de confiance entre consommateurs et producteurs

Pour la Bio des Antilles, la certification officielle lui permet de valoriser le caractère biolo-

gique de ses produits dans ses relations avec les consommateurs. En revanche, pour Orgapéyi, en l'absence d'une démarche de certification, nous avons vu que le consommateur se base sur une relation de confiance avec le ou les producteur(s). Cependant, on peut penser qu'une telle confiance est fragile, et cela montre la nécessité pour Orgapéyi de développer un outil de contrôle permettant de rassurer le consommateur. Actuellement, le CIRAD réfléchit à la mise en place d'une certification participative pour un tel groupe sur la base des expériences réalisées au Brésil. Il est certain qu'une telle démarche dynamiserait Orgapéyi qui pourrait réunir tous les agriculteurs qui se revendiquent du mouvement biologique (104 selon le dernier recensement agricole).

LES ATTENTES DES CONSOMMATEURS MARTINIQUAIS

La découverte de la pollution qui affecte l'environnement naturel martiniquais alimente un sentiment de crainte par rapport à la sécurité alimentaire. Dans le cas de la Martinique, la demande de traçabilité s'exprime pour la production de fruits et légumes. Elle est évoquée par 63 % (19/30) des personnes interrogées. Cela est dû au climat de suspicion vis-à-vis des pesticides dans les terres à bananeraies. Certains consommateurs recherchent des légumes dont la zone de production est susceptible d'être exempte de pollution (par exemple Morne Vert plutôt que Sainte Marie).

La recherche d'une alimentation liée au terroir, au territoire, à l'identité alimentaire, semble être plus forte qu'en métropole du fait du contexte insulaire. D'autre part, la population martiniquaise se pose des questions sur la capacité de la terre à produire des aliments sains. Ainsi, les produits de la Bio des Antilles et d'Orgapéyi répondent aux attentes qualitatives des consommateurs locaux, soucieux de se rapprocher de produits naturels dont ils sont familiers.

Les attentes liées à la préservation de l'environnement et à l'équité sociale se retrouvent plus, comme en métropole, chez les consommateurs militants (François *et al.*, 2005). La préservation de la santé liée à une alimentation semble être une préoccupation majeure selon les entretiens. Il ne serait pas étonnant que cette raison soit plus importante qu'en métropole.

Enfin, d'autres facteurs liés aux styles de vie des Martiniquais peuvent apparaître. Au cours des interviews, certaines personnes ont évoqué l'importance de la religion dans leur orientation alimentaire.



En Martinique, au vu des attentes évoquées au cours des entretiens, il apparaît que la Bio des Antilles et Orgapéyi sont bien positionnées pour y répondre. Plutôt que les opposer, il faut se placer dans une idée de complémentarité puisque, de toute façon, la demande reste largement supérieure à l'offre. C'est pourquoi dans la construction de notre sondage quantitatif, nous intégrerons, en plus des produits biologiques, les produits naturels d'Orgapéyi.

RÉFLEXIONS SUR LA MISE EN PLACE D'UN SONDRAGE

A l'aide d'entretiens semi-directifs, nous avons exploré la question du marché des produits frais biologiques et soulevé et/ou confirmé quelques hypothèses. Cependant, ces hypothèses ne peuvent être généralisées à l'ensemble de la population du fait de la petite taille de l'échantillon. Afin de compter et comparer pour décider, il serait nécessaire d'aborder le problème à travers une approche quantitative. Une des techniques quantitatives est l'enquête par sondage qui est réalisée d'une

cibler les consommateurs biologiques récents, nous pourrions utiliser une question filtre du type : "Avez-vous acheté un produit biologique au cours des quatre dernières semaines ?".

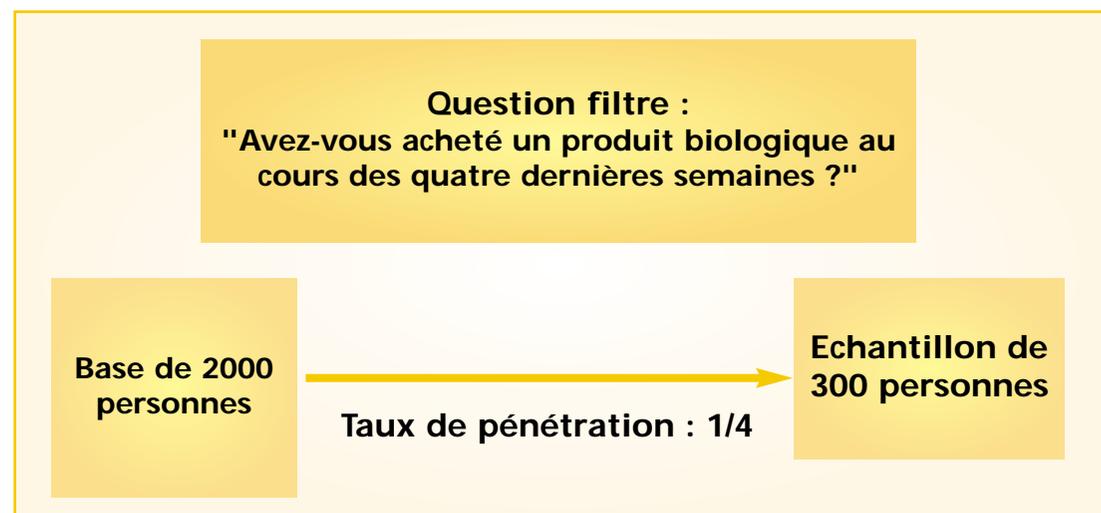
Sur une base de 2000 personnes, et avec un taux de pénétration égal à 0,25 associé à la question filtre, cela nous donnerait un nombre de 300 consommateurs absolus.

Après la constitution de l'équipe des enquêteurs, on procédera à une planification du terrain de l'enquête : alors que le lieu de collecte reste à définir, on peut penser qu'un sondage en face à face serait plus efficace pour une telle étude.

PROPOSITIONS DE DÉFINITIONS

La Bio des Antilles et Orgapéyi répondent toutes les deux aux attentes des consommateurs en terme de traçabilité, de rapprochement des racines alimentaires, d'équité sociale, de préservation de l'environnement... C'est pourquoi il paraît convenable de regrouper les produits biologiques et les produits naturels.

Figure 1 : Sélection des personnes pour l'échantillon



manière ponctuelle dans le temps à l'aide d'un questionnaire.

Nous allons réfléchir à la mise en place d'un sondage qui permettrait d'établir un baromètre de consommation des produits biologiques et naturels et la perception des consommateurs à ce sujet.

DONNÉES GÉNÉRALES

Afin de valider les hypothèses émises, il faut cibler un échantillon représentatif de la population adulte vivant en Martinique et pour bien

Cependant intégrer Orgapéyi, proche d'une certification participative, dans un tel sondage comporte une limite majeure : définir les produits naturels d'Orgapéyi. En effet, dans les études sur la consommation biologique en métropole, l'enquêteur précise en préambule la définition d'un produit biologique : produit issu d'une agriculture qui n'utilise pas de produits chimiques de synthèse. Pour les produits naturels d'Orgapéyi, tout en mettant en avant leurs caractéristiques, il nous faut les distinguer des produits biologiques certifiés par un organisme certificateur. Voici les contraintes aux-

quelles il a fallu faire face dans la recherche de la définition :

- Dans l'ensemble de notre étude, nous avons appelé les produits vendus par les agriculteurs, des "produits naturels" puisqu'il n'y a pas d'équivalence pour ces termes d'après la réglementation européenne. A titre indicatif, le terme "organique" (provenant de l'anglais) doit être écarté car il y a équivalence des termes "biologique" et "organique" dans la zone européenne.
- Nous avons vu que les agriculteurs de Orgapéyi pratiquent une politique de rapprochement avec l'association de consommateurs "Capable" et pourraient développer des outils pour une certification participative, même si, pour l'instant, il n'existe pas de cahier des charges. Pourtant, au cours de visites d'exploitation d'agriculteurs Orgapéyi, on s'aperçoit qu'ils pratiquent une agriculture naturelle : pas d'intrants chimiques, respect de la rotation des cultures, etc.
- D'autre part, la définition citée en préambule du questionnaire doit être claire pour la personne interrogée. Il faut éviter de parler de certification participative, car il est fort probable qu'elle ne comprendra pas ce terme. De même, il ne faut pas être trop vague car si on se limite à l'appellation produit naturel, cela engloberait, dans l'esprit du répondant, les produits issus du potager familial.

Voici deux définitions possibles d'un produit naturel d'Orgapéyi et d'un produit biologique :

- Définition d'un produit naturel d'Orgapéyi : produit issu d'une agriculture qui n'utilise pas de produits chimiques de synthèse et qui fait l'objet d'un contrôle tacite s'appuyant sur une relation de confiance.
- Définition d'un produit biologique : produit issu d'une agriculture qui n'utilise pas de produits chimiques de synthèse et qui fait l'objet d'un contrôle officiel.

Ces définitions ne sont pas définitives et évolueront sûrement en fonction de l'orientation prise par Orgapéyi (certification participative ou certification de groupe).

PROPOSITION DE QUESTIONNAIRE

Dans le cadre de la mise en place d'un baromètre annuel de consommation des produits biologiques, le Conseil Supérieur de

l'Alimentation a transmis à l'Agence Bio un questionnaire permettant d'observer dans le temps les évolutions de consommation, d'achat, de motivation, et de mesurer les éventuels effets des crises alimentaires sur la consommation.

On y trouve des questions sur :

- Les raisons de non-consommation de produits biologiques
- La durée de la consommation biologique pour chaque produit
- La part de la consommation pour chaque produit biologique
- Les lieux d'achat des produits biologiques
- Les intentions d'achat ou de non-achat des produits biologiques
- Les raisons qui incitent le consommateur à acheter des produits biologiques
- Les surcoûts admissibles par le consommateur par rapport aux produits conventionnels, etc.

Toutes ces questions méritent d'être intégrées dans un questionnaire pour un sondage sur la consommation de produits biologiques et de produits naturels. Elles permettraient d'obtenir des données générales sur la consommation biologique en Martinique.

Cependant, il paraît difficile d'intégrer le terme produit naturel d'Orgapéyi car cela provoquerait une confusion chez le répondant et cela alourdirait les questions. Par contre, on peut très bien envisager une première partie sur les données générales relatives à la consommation de produits biologiques en reprenant les questions posées lors du sondage de l'Agence Bio et une seconde partie portant sur les produits naturels d'Orgapéyi en essayant de savoir si les produits d'Orgapéyi peuvent répondre aux attentes des consommateurs :

- Données sur la consommation de produits naturels et lieux d'approvisionnement ?
- Comment les consommateurs perçoivent-ils la différence entre une certification officielle et une certification participative ?
- Est-ce que l'absence d'une certification officielle n'altère pas la confiance des consommateurs ?
- Comment une telle démarche peut-elle contribuer à répondre aux attentes sociétales des consommateurs ?
- Comment une certification de type social permet-elle de répondre aux besoins de traçabilité des consommateurs ?



RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

AFSSA, 2003.
*Evaluation des risques
et bénéfiques
nutritionnels et
sanitaires des aliments
issus de l'Agriculture
biologique*, Paris :
AFSSA, 100 p.

CTIFL (Centre
Technique
Interprofessionnel
des Fruits et Légumes),
2002. *Les fruits et
légumes biologiques :
Marché et attentes des
consommateurs*, Paris :
CTIFL, 60 p.

François M., Moreau
R. & Sylvander B.
(coord.), 2005.
*Agriculture biologique
en Martinique : Quelles
perspectives de déve-
loppement ?*, Paris :
IRD (Coll. Expertise
collégiale), 304 p. +
cédérom (515 p.).

Guet G., 1999.
*Mémento de
l'Agriculture
biologique*, Paris :
Agridécisions, 168 p.

- Les prix acceptés sont-ils les mêmes lorsque la certification n'est pas officielle ?

Ces questions sont d'autant plus difficiles à rédiger qu'il n'existe, à ce jour, aucun travail sur les attentes des consommateurs vis-à-vis d'une certification de type social mise en place dans le cadre d'une certification participative.

Alors que les GMS sont intéressées par la commercialisation de produits frais biologiques, la production reste trop faible pour intégrer un tel marché. Le marché biologique de la Bio des Antilles de Saint Joseph et le marché Orgapéyi de Bois Rouge (Ducos) ont été mis en place depuis quelques mois seulement et il est nécessaire pour les agriculteurs d'augmenter leurs volumes de production afin de mieux attirer les nouveaux consommateurs.

Les attentes exprimées lors des entretiens sont variées : traçabilité, recherche de racines alimentaires, alimentation plus saine... et tout laisse à penser que la Bio des Antilles et Orgapéyi sont et seront bien placés pour répondre à cette demande de produits sains et naturels. La mise en place d'un sondage pour valider les hypothèses émises à l'échelle de la population martiniquaise doit donc intégrer ces deux groupes qui s'opposent sur les outils de contrôle, mais qui pratiquent le même type d'agriculture, sans utilisation de produits chimiques de synthèse.

CONCLUSION

Cette étude se veut plus exploratoire que définitive, plus qualitative que quantitative (les enquêtes menées sont quantitativement insuffisantes pour prétendre à une représentativité). Cependant, après analyse des propos tenus par les interviewés, on peut dégager quelques tendances.

Tout d'abord les personnes sondées ont manifesté une demande élevée pour les fruits et légumes biologiques. Cette demande est particulièrement forte chez les consommateurs exclusifs de produits biologiques que l'on rencontre dans les magasins diététiques et sur les marchés Bio des Antilles et Orgapéyi. Cette demande est aussi particulièrement présente en milieu urbain, les consommateurs ruraux s'approvisionnant en fruits et légumes par différents moyens. Sur les 16 consommateurs interrogés dans les grandes surfaces, 10 n'achètent pas leurs fruits et légumes en GMS.

Le critère prix ne doit pas être négligé dans le cadre du développement de l'Agriculture biologique en Martinique. En effet, les prix observés dans les magasins diététiques sont plus élevés que ceux observés en métropole (+26 % sur 16 produits) et les produits du marché Bio des Antilles sont plus élevés que les autres fruits et légumes, et notamment que ceux du marché Orgapéyi (environ plus 20 %). Comme en métropole, la majorité des enquêtés (65 %, 22/34) trouvent les produits biologiques trop chers.

La découverte de la pollution qui affecte l'environnement alimente une véritable psychose chez certaines personnes interrogées par rapport à la sécurité alimentaire. La demande de traçabilité s'exprime (63 %, 19/30) pour la production de légumes.

A travers les propos des personnes interrogées, on perçoit aussi une demande pour les produits locaux car, pour certains Martiniquais, il est intéressant de manger des produits de la terre sur laquelle ils vivent parce que cela correspond à leurs besoins. Ce sentiment est d'ailleurs renforcé par la faible couverture des besoins par ce type de produits.

De nombreuses autres attentes sont perçues à travers ces entretiens : préservation de la santé, recherche d'équité sociale, préservation de l'environnement...

Dans tous les cas, les groupes Bio des Antilles et Orgapéyi sont à même de répondre aux attentes des consommateurs biologiques, même si la confiance producteur/consommateur apparaît comme plus fragile chez le second groupe.

Chez les non-consommateurs de produits biologiques, on retrouve les mêmes raisons de non-achat qu'en métropole (prix trop élevés, doute sur la qualité du biologique, contraintes liées à une alimentation biologique...). Un phénomène inquiétant est la confusion que font certaines personnes entre les termes "biologique", "diététique" et "non-transgénique". Cela pourrait traduire une méconnaissance chez une partie de la population de l'expression "produit biologique" ou "Agriculture biologique". La consommation de produits biologiques est associée à un univers de contraintes qui freine ou dissuade les non-consommateurs : non-fréquentation des restaurants collectifs, sentiment de marginalisation, précautions dans le choix alimentaire...