

Table des matières

Résumé	iii
Abstract.....	iv
Liste des tableaux.....	viii
Liste des figures.....	ix
Remerciements	xi
Introduction	1
Chapitre 1. Problématique	1
1. L'alimentation biologique, du militantisme au supermarché.....	1
2. Un marché en croissance	2
3. Une consommation parcellaire	3
3.1. La figure du consommateur intermittent.....	3
3.2. Une consommation diverse et hétérogène	4
4. Questions et objectifs de recherche	6
4.1. Intérêt de la recherche	7
Chapitre 2. Revue de littérature	9
1. Qui est le consommateur d'aliments biologiques ?	9
1.1. Genre	10
1.2. Niveau d'éducation	10
1.3. Âge.....	10
1.4. Revenu.....	11
1.5. Présence d'enfants au foyer.....	11
1.6. Discussion des résultats contradictoires.....	12
2. Les domaines motivationnels	13
2.1. Les motivations d'ordre égoïste	14
2.1.1. La santé, principale motivation	14
Le biologique, sain car plus nutritif	15
Le biologique, sain car exempt de certains éléments.....	15
2.1.2. La qualité, un motif récurrent	15
2.1.3. Le goût, motivation incertaine	16
2.2. Les motivations d'ordre altruiste.....	16
2.2.1. La protection de l'environnement	16
2.2.2. Le bien-être animal	17
3. Les freins à la consommation d'aliments biologiques	18

3.1. Le prix, principal frein	18
Les différences de consentement à payer laissent voir une perception différenciée des produits biologiques.....	18
3.2. L'accessibilité	19
4. L'offre biologique interagit avec la perception de l'offre alimentaire générale.....	20
4.1. Le biologique comme assurance	20
4.2. Le biologique, une considération parmi d'autres	21
5. Une grande hétérogénéité des approches individuelles	22
5.1. Des perceptions différenciées selon la catégorie de produits à l'étude	23
5.2. Mêmes critères de choix, différentes sélections	24
Chapitre 3. Modèle théorique et méthodologie.....	26
1. Le modèle des chaînages cognitifs	26
1.1. Les attributs	26
1.2. Les conséquences.....	27
1.3. Les valeurs	28
1.4. Pertinence du modèle	28
2. Méthodologie	30
2.1. Les techniques d'entretien	30
L'entretien souple en échelon.....	30
L'entretien rigide en échelon	31
Choix de la technique.....	31
2.2. Limites de la méthodologie	31
3. Recueil des données.....	32
3.1. Échantillonnage	32
3.2. Pré-tests et adaptation du guide d'entretien.....	33
3.3. Recrutement.....	34
3.4. Profil des répondants.....	34
4. Analyse des données.....	36
4.1. Positionnement théorique	36
4.2. Transcription des données.....	36
4.3. Codage et analyse des données	37
4.4. La validité en recherche qualitative	38
Chapitre 4. Résultats et discussion	39
1. Pourquoi manger biologique ?.....	39
1.1. L'option biologique comme réponse à une insatisfaction vis-à-vis de l'offre non biologique. 39	
Résultats.....	39
Discussion.....	44
1.2. Les raisons invoquées changent selon le type d'aliments.....	45
Résultats.....	45

2. Restitution du processus de choix des consommateurs intermittents	50
2.1. Différents critères permettent aux répondants de juger de l'acuité du problème pour un aliment spécifique	50
Résultats	50
Discussion.....	53
2.2. La nécessité de recourir au biologique pour répondre au problème identifié n'est pas systématique.....	54
Résultats	54
Discussion.....	59
3. Le statut équivoque du biologique dans la consommation intermittente	61
3.1. Le caractère biologique d'un aliment est diversement valorisé, même quand ce dernier est acheté en biologique.....	61
Résultats	61
Discussion.....	64
3.2. Des stratégies d'adaptation différenciées pour gérer l'absence d'option biologique	64
Résultats	65
Discussion.....	68
Conclusion	69
Limites de la recherche et pistes de recherches futures.....	71
Bibliographie	73
Annexe I : Courriel de recrutement	78
Annexe II : Guide d'entretien.....	79

Liste des tableaux

Tableau 1 : Profil des répondants.....	35
--	----

Liste des figures

Figure 1 : Modèle théorique des relations entre les dix valeurs de base (Schwartz, 1992)	13
Figure 2 : Structure du modèle des chaînages cognitifs (Valette-Florence, 1994)	26
Figure 3 : Illustration du cheminement vers l'option biologique à partir du problème des résidus chimiques ...	41
Figure 4 : Illustration du cheminement vers l'option biologique à partir du problème du goût.....	41
Figure 5 : Illustration du cheminement vers l'option biologique à partir du problème des conditions de vie des animaux	42
Figure 6 : Illustration du cheminement vers le biologique à partir du problème de l'utilisation de produits chimiques dans l'agriculture conventionnelle	43
Figure 7 : Illustration du cheminement en faveur de l'option biologique à partir du problème de l'usage de produits chimiques dans l'agriculture conventionnelle et leurs effets sur les producteurs	43
Figure 8 : Schématisation du processus décisionnel vis-à-vis des aliments biologiques chez les répondants.	60

*À ma mère, dont l'esprit critique continue de
m'accompagner*

Remerciements

Qu'il est long, le chemin qui mène au point final d'un mémoire de maîtrise. Un chemin tortueux, où l'étudiant parfois se voit en Sisyphe. Mais, depuis la première vague idée de sujet à ce point final tant espéré, que de chemin parcouru !

Un chemin qu'il ne m'aurait été possible de gravir sans le soutien de toute l'équipe pédagogique du département d'Économie agroalimentaire et des sciences de la consommation de l'Université Laval. Leur implication et leur authentique désir de voir leurs étudiants progresser m'ont été précieux, et je les remercie vivement.

Je remercie également ma directrice Mme Lachance, qui a su me guider tout au long de ce chemin, et m'aiguiller lorsque je faisais fausse route. Merci aussi à mon co-directeur M Doyon, pour l'intérêt qu'il a manifesté dès notre première rencontre et pour le soutien qui en a découlé. Merci à eux pour la confiance qu'ils m'ont accordée. Je remercie également le Syndicat des Producteurs d'œufs du Québec pour leur participation au financement de ce mémoire, et l'INAF pour son soutien dans le recrutement des participants.

Je tiens aussi à remercier chaleureusement mes amis, qui ont su me soutenir quand je me sentais perdue, et qui ont enduré sans mot dire mes tirades parfois bougonnes sur ce mémoire. Merci de m'avoir supportée au quotidien, dans tous les sens du terme.

Merci aussi à toutes les personnes, famille, amis de longue date ou presque inconnus croisés le temps d'une soirée qui ont manifesté de l'intérêt pour mon sujet de recherche : ces instants d'échange ont toujours contribué à me remotiver et à me remettre à l'ouvrage.

Introduction

Chapitre 1. Problématique

1. L'alimentation biologique, du militantisme au supermarché

L'agriculture biologique est une méthode de production qui n'utilise pas ou peu d'intrants de synthèse, comme les engrais et pesticides de synthèse ou les antibiotiques vétérinaires (Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture, [FAO] 2014), le cahier des charges précis variant selon l'organisme de certification et le pays de mise en vente. L'agriculture biologique apparaît au début du XXe siècle en Europe (Besson, 2011; Lockeretz, 2007). Elle prend son essor au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, en réaction à l'industrialisation et à la mécanisation de la production agricole (Dubuisson-Quellier, 2009). Il s'agit alors d'un mouvement d'opposition qui critique à la fois les nouvelles méthodes agricoles productivistes et les transformations sociales qu'elles suscitent, comme l'exode rural et la mise en place d'une société de consommation dont la grande distribution, dans son ensemble, serait le symbole (Rémy, 2004). De fait, production et consommation alimentaires sont perçues par les premiers mouvements en faveur de l'agriculture biologique comme intrinsèquement liées, l'industrialisation de la production agricole entraînant une consommation de masse. Dans cette logique, la consommation de produits issus de l'agriculture biologique est alors militante, perçue comme un moyen de refuser un système économique et politique, portée par les différentes mouvances contestataires des années 1960 et 1970 (Dubuisson-Quellier, 2009; Rémy, 2004).

La consommation de produits biologiques en tant que telle n'est donc pas nouvelle. En revanche, l'intérêt du grand public pour l'agriculture biologique est plus récent. Phénomène d'abord marginal, la consommation d'aliments biologiques a émergé ces dernières années sur la place publique, devenant un sujet de société suffisamment important pour que des médias de masse y consacrent régulièrement des articles de presse et des émissions de télévision. La filière se structure et s'organise peu à peu, notamment par la mise en place de cahiers des charges et de certifications pour permettre au consommateur d'identifier les produits issus de l'agriculture biologique. En effet, ce dernier ne peut constater par lui-même la nature biologique d'un produit et doit donc se fier à des signes extérieurs pour s'en assurer. La certification des produits biologiques est par conséquent une condition *sine qua non* pour leur identification par le consommateur. Dans la majorité des pays européens, cela passe par des initiatives privées, des associations de producteurs et consommateurs mettant en place leurs propres cahiers des charges et processus de certification, comme, par exemple, Nature & Progrès (Dubuisson-Quellier, 2009). Au Canada, la Colombie-Britannique crée le logo « *BC Certified Organic* » en 1994 (MacKinnon, 2013). Le Québec introduit l'appellation biologique en 2000. Ces deux

provinces ont été les seules à disposer d'une certification publique jusqu'à l'instauration d'un logo national canadien en 2009 (MacKinnon, 2013).

L'accès aux produits alimentaires biologiques s'élargit à partir des années 1980, avec l'implication d'acteurs de la grande distribution sur ce créneau. Alors que les premiers consommateurs s'approvisionnaient directement chez les producteurs ou via des coopératives, les produits biologiques sont peu à peu apparus sur les tablettes des épiceries conventionnelles. Aux États-Unis, en 2007, 82% des supermarchés offraient ainsi des produits alimentaires biologiques (Dimitri & Dettmann, 2012). En 2009, la grande distribution est le principal canal de ventes des produits alimentaires biologiques dans le monde avec 54% des parts de marché (Agriculture et Agroalimentaire Canada, 2010). La grande distribution est également le principal canal d'écoulement des aliments biologiques au Canada, avec 45% des ventes en 2012, devant les magasins spécialisés et les ventes en ligne (29%), les ventes directes (13%), la restauration collective (12%) et les coopératives d'achat (0,5%) (Canada Organic Trade Association, 2013).

2. Un marché en croissance

Depuis les années 1980, la consommation d'aliments biologiques est ainsi passée de la sphère militante à la distribution de masse, comme l'illustre la montée en puissance des enseignes de la grande distribution conventionnelle. Cette normalisation de l'offre a fait croître le marché, en permettant à de nouveaux consommateurs de s'approvisionner en aliments biologiques sans changer leur parcours d'achat. De fait, la demande en produits biologiques de toutes sortes, au niveau mondial, a constamment progressé ces dernières années, quadruplant entre 1999 et 2011 (Agence Bio, 2013). Elle porte principalement sur les produits alimentaires qui représentent 93% des ventes de produits biologiques aux États-Unis (Agence Bio, 2013) et 96% au Canada, les 4% restants étant du secteur des soins d'hygiène et cosmétiques, des textiles et de la nourriture pour animaux (Willer & Lernoud, 2014). Cette croissance est principalement issue de l'Europe et de l'Amérique du Nord qui représentent plus de 9/10^e de la consommation mondiale (Agence Bio, 2013). Aux États-Unis en 2011, les produits biologiques représentent 4,4% du total des ventes alimentaires, contre 1,4% en 2001 (MarketLine, 2012). Au Danemark, sur la même période, le biologique constitue 7,6% des achats alimentaires (Agence Bio, 2013). En France, en 2011, il est estimé à 2,4% du marché alimentaire total, contre 1,3% en 2007 (Agence Bio, 2013). Au Canada, la part du biologique dans l'alimentaire est estimée, en 2012, à 1,7% du marché total (Canada Organic Trade Association, 2013). Le marché est en croissance avec un triplement de sa valeur entre 2006 et 2012 (Canada Organic Trade Association, 2013). La consommation de produits biologiques semble être entrée dans les mœurs avec 58% des Canadiens déclarant acheter des produits biologiques chaque semaine (Canada Organic Trade Association, 2013). Au Québec, le marché est estimé à 580 millions de dollars canadiens (ÉcoRessources Consultants, 2012). Dans l'ensemble du Canada,

le marché des aliments biologiques (boissons alcoolisées exclues) atteint 3 milliards de dollars canadiens (Canada Organic Trade Association, 2013).

Les spécialistes estiment que la demande en produits biologiques devrait continuer de progresser ces prochaines années, stimulée par différentes évolutions sociétales. Au Canada, 98% des consommateurs prévoient de maintenir ou d'augmenter leurs dépenses en fruits et légumes biologiques (Willer & Lernoud, 2014). Une tendance de fond est que, dans les pays développés, la préoccupation croissante des individus pour leur santé pousse les consommateurs à changer leurs habitudes alimentaires et à se tourner vers des produits plus sains, moins transformés, moins gras (Euromonitor International, 2012). Or, selon les recherches, les produits biologiques sont largement perçus par les consommateurs comme des produits meilleurs pour la santé (Baker, Thompson, Engelken, & Huntley, 2004; Lockie, Lyons, Lawrence, & Mummary, 2002; Magnusson, Arvola, Hursti, Åberg, & Sjöden, 2003; Makatouni, 2001; Yiridoe, Bonti-Ankomah, & Martin, 2005; Zanolli & Naspetti, 2002). Par ailleurs, la volonté croissante des consommateurs de trouver des produits locaux pourrait participer à stimuler la demande pour les produits biologiques. Au Canada, les consommateurs ont en effet tendance à voir dans le biologique un soutien à l'économie et à l'agriculture locales (Hamzaoui Essoussi & Zahaf, 2009; Holmes & Macey, 2014), voire à confondre ces deux aspects. C'est également le cas au Québec, où le soutien à l'économie locale serait la deuxième motivation la plus importante pour les consommateurs de produits biologiques (Filière Biologique du Québec, 2013). Enfin, selon Holmes et Macey (2014), l'implication de l'État canadien, qui a participé à clarifier l'offre avec la mise en place d'un cahier des charges et d'un mécanisme national de certification en 2009, stimulerait la demande en améliorant la confiance des consommateurs vis-à-vis de l'offre biologique. Le marché des aliments biologiques semble donc appelé à poursuivre sa progression.

3. Une consommation parcellaire

3.1. La figure du consommateur intermittent

Le développement de la consommation d'aliments biologiques ne s'est pas traduit par la conversion massive de nouveaux consommateurs à un régime alimentaire strictement composé de produits biologiques. Au contraire, pour la plupart d'entre eux, les aliments biologiques ne représentent qu'une portion de leur régime alimentaire global. Ces consommateurs, que nous qualifierons d'intermittents dans la lignée des travaux de Lamine (2008), représentent l'écrasante majorité des consommateurs de produits biologiques. Au Québec, seuls 18% des consommateurs d'aliments biologiques évaluent la part du biologique dans leur alimentation à plus de 30% (Filière Biologique du Québec, 2013). Cinquante cinq pour cent estiment que le biologique ne représente qu'entre 6% et 30% de leur alimentation globale. En France, seulement 8% des consommateurs de produits biologiques déclarent consommer des aliments biologiques tous les jours (Agence Bio, 2013). En

Australie, 1,4% des consommateurs d'aliments biologiques déclarent consommer exclusivement ces aliments (Lockie et al., 2002).

Ces intermittents se distinguent à la fois des consommateurs conventionnels qui ne consomment pas de produits biologiques ou le font sans le savoir (dans le cadre de repas pris hors domicile, par exemple), et des consommateurs puristes, qui ne consomment que ce type d'aliments. Là où le consommateur puriste se fie entièrement à la présence du label biologique pour ses achats, le consommateur intermittent s'autorise à considérer d'autres critères avant de faire son choix, rendant ses décisions plus complexes à comprendre, car moins codifiées et plus souples (Lamine, 2008). Il semble que consommateur puriste et consommateur intermittent vont suivre des chemins inverses : là où le consommateur puriste va commencer par s'assurer du caractère biologique d'un aliment, le consommateur intermittent va d'abord sélectionner un aliment avant de considérer, ou non, l'option biologique. En nous appuyant sur l'enquête sociologique de Lamine (2008), on peut faire émerger quatre principaux éléments caractéristiques de la consommation intermittente d'aliments biologiques. Tout d'abord, par définition, elle est éclatée. Elle ne touche pas tous les aliments consommés et même, ne concerne que rarement une catégorie entière de produits. Leur consommation est également irrégulière, un même individu pouvant systématiquement opter pour l'option biologique d'un produit lorsqu'il effectue ses achats, mais pas dans le cadre d'un repas au restaurant. Elle est aussi réversible, malgré une certaine régularité et une routinisation des pratiques. Le consommateur intermittent est souple dans ses choix et peut revenir à l'option non biologique sans voir cela comme un accident de parcours ou une erreur. Enfin, la consommation d'aliments biologiques chez les intermittents est non exclusive, ceux-ci prenant en compte un faisceau d'autres éléments qui participe à la formation de leur choix, comme d'autres logos et sigles de qualité, les lieux d'achat, ou la connaissance personnelle des producteurs. Au final, les consommateurs intermittents n'évoluent pas dans un « système homogène de règles, d'interdits et d'absolus » (Lamine, 2008, p. 117), contrairement aux consommateurs puristes.

3.2. Une consommation diverse et hétérogène

Cette rapide esquisse laisse entrevoir la grande diversité des comportements possibles au sein de la population des consommateurs intermittents. Par exemple, si certains d'entre eux achètent un seul produit biologique particulier, d'autres achètent un produit en version biologique sous une de ses formes (tomates fraîches biologiques) mais pas sous une autre (tomates en conserve conventionnelles), d'autres encore arbitrent entre biologique et conventionnel selon le type de préparation envisagée pour l'aliment (consommé cru ou cuit) (Henryks, 2009; Lamine, 2008). Compte tenu du peu de données actuellement disponibles sur ces consommateurs, il n'est pas possible d'indiquer lesquels de ces comportements sont les plus fréquents. Il apparaît clairement, en revanche, que la consommation d'aliments biologiques n'est pas une simple

transposition de la demande moyenne globale. On observe une sur- ou sous-représentation de certaines catégories par rapport à leurs contreparties dans le panier moyen conventionnel et par rapport à la consommation moyenne de ces produits au sein de la population. Les fruits et les légumes représentent ainsi 40% des ventes de produits biologiques en grande surface au Canada (Holmes & Macey, 2014), alors que la catégorie des fruits et légumes, toutes méthodes de production confondues, ne représente que 16% des apports caloriques au sein de la population canadienne adulte (Garriguet, 2004) et 16,3% des dépenses alimentaires moyennes au Canada (Statistiques Canada, 2012). Cette diversité se retrouve également à l'intérieur d'une même catégorie de produits. Au Canada, les bananes et les pommes représentent à elles seules près de 50% du marché des fruits biologiques (Agriculture et Agroalimentaire Canada, 2010). Au Québec, cette proportion passe à plus de 62%, les bananes représentant à elles seules près de 40% des ventes de fruits biologiques et ce fruit ne représentant que 8% des portions de fruits consommées par les Québécois (Institut National de Santé Publique du Québec, 2009). Dans le même ordre d'idée, la moitié des dépenses dans la catégorie des boissons biologiques concerne le café uniquement (Canada Organic Trade Association, 2013). Ces différentes données montrent que les achats d'aliments biologiques ne sont pas un simple reflet de la structure des achats d'aliments conventionnels.

Comment comprendre une telle hétérogénéité des pratiques ? On pourrait d'abord supposer que les consommateurs intermittents seraient des puristes en puissance qui voient leur consommation d'aliments biologiques freinée pour différentes raisons. La première à être invoquée par les consommateurs pour ne pas consommer davantage d'aliments biologiques concerne les limites budgétaires. Ces aliments sont, dans leur grande majorité, plus chers que leurs équivalents conventionnels (Filière Biologique du Québec, 2013). Les consommateurs intermittents feraient donc leur possible pour acheter ce que leurs moyens financiers leur permettent en version biologique, et complèteraient leur panier par des produits conventionnels. Un tel comportement de la part des consommateurs intermittents est effectivement possible, bien que les connaissances actuelles sur ce segment de marché ne permettent ni de le confirmer, ni de l'infirmer. Quoi qu'il en soit, ce type de stratégie ne nous renseigne pas sur les raisons pour lesquelles ces consommateurs vont opter pour la version biologique de certains aliments plutôt que pour d'autres. De plus, plusieurs études concluent que certaines catégories de produits alimentaires biologiques semblent pouvoir supporter un premium plus important que d'autres. Ainsi, Hutchins et Greenhalgh (1997) observent que les consommateurs britanniques sont deux fois plus nombreux à affirmer qu'ils accepteraient de payer 20 à 30% de plus pour de la viande biologique que pour des fruits, légumes ou céréales, pour lesquels le premium acceptable se situe plutôt entre 10 et 20%. Selon Millock, Hansen, Wier, et Andersen (2002), les premiums que des consommateurs danois étaient prêts à verser allaient en moyenne de 18,5% pour du bœuf émincé à 40,2% pour des pommes de terre. Le simple fait que les consommateurs déclarent être prêts à verser des primes différentes suggère que le caractère biologique est plus ou moins valorisé ou important à leurs yeux selon le

type de produit. Toutefois, à notre connaissance, aucune étude ne discute des raisons qui pourraient expliquer ces différences dans le consentement à payer.

La difficulté de s'approvisionner en aliments biologiques pourrait constituer une seconde piste d'explication. Bien que l'offre en aliments biologiques se soit élargie ces dernières années, certains produits demeurent difficilement trouvables en version biologique. Les consommateurs intermittents seraient ainsi contraints de se tourner vers des aliments issus de l'agriculture conventionnelle faute d'offre suffisante. Pourtant, la difficulté d'accès semble être le plus souvent un prétexte qu'une réalité pour la plupart des consommateurs (Henryks, 2009). Les consommateurs puristes confrontés au même type de problématique mettent en place des stratégies pour adapter leur consommation à leur exigence de manger biologique. Ainsi, ils préfèrent s'abstenir de consommer un produit plutôt que de le consommer dans sa version non biologique. Par exemple, cela amène souvent une réorientation du régime alimentaire comprenant moins de viande, onéreuse en version biologique et difficile d'accès, et plus de légumineuses (Lamine, 2008). Les consommateurs puristes sont ainsi prêts à transformer profondément leurs habitudes alimentaires pour que celles-ci s'accordent avec leur préférence pour les produits biologiques. À l'inverse, les consommateurs intermittents ne bouleversent pas leur régime alimentaire et intègrent plutôt les aliments biologiques dans une logique de juxtaposition avec les aliments conventionnels (Lamine, 2008). S'ils semblent donc insuffisamment motivés ou impliqués pour transformer profondément leurs habitudes (Henryks, 2009; Lamine, 2008), les consommateurs intermittents paraissent suffisamment réceptifs à l'offre biologique, dans certains cas, pour infléchir leurs habitudes de consommation.

Loin d'être un succédané du consommateur puriste, le consommateur intermittent apparaît comme une figure originale dans le paysage de la consommation d'aliments biologiques. Pourtant, son comportement a été jusqu'à présent assez peu étudié, la littérature se concentrant sur le marché global, ou sur les consommateurs puristes. Nous nous proposons de nous focaliser sur le groupe spécifique des consommateurs intermittents, bien plus important numériquement que les consommateurs puristes.

4. Questions et objectifs de recherche

L'augmentation globale de la consommation de produits alimentaires biologiques ne s'est pas traduite de la même manière pour toutes les catégories de produits, ni même pour tous les produits au sein d'une catégorie. De plus, en intégrant les aliments biologiques à leur panier, les consommateurs intermittents ne renoncent pas pour autant aux aliments non biologiques. Les questions qui se posent alors sont :

Pourquoi les consommateurs intermittents d'aliments biologiques se tournent-ils vers l'option biologique pour certains produits et la délaissent-ils pour d'autres, et sur la base de quels critères prennent-ils cette décision ?

L'objectif principal de la présente recherche est de mieux comprendre les raisons qui sous-tendent les choix des consommateurs intermittents en fonction du type d'aliment considéré, et d'identifier les éléments qui entrent en jeu pour faire basculer ou non la décision des consommateurs intermittents en faveur de l'option biologique.

4.1. Intérêt de la recherche

Nous pensons que cette recherche, dans la mesure de ses moyens, présente un intérêt sur différents plans. Il s'agit d'abord d'enrichir les connaissances actuelles sur les consommateurs d'aliments biologiques en se penchant spécifiquement sur les consommateurs intermittents, qui demeurent largement sous-étudiés (Henryks, 2009; Lamine, 2008; Sundell & Tilly, 2012), alors même que les données du marché indiquent qu'ils constituent l'écrasante majorité des consommateurs d'aliments biologiques, et que les premières recherches laissent penser que leurs motivations, attentes et perceptions à l'égard des aliments biologiques les distinguent nettement des consommateurs puristes (Lamine, 2008). En proposant une exploration de cette population, nous espérons contribuer à dresser un portrait plus précis des consommateurs d'aliments biologiques et, en intégrant la présence d'aliments non biologiques dans l'étude, plus proche de la réalité des consommateurs qui font quotidiennement face à une multiplicité d'options de consommation. Cette recherche vise donc avant tout à mieux comprendre ce type de consommateurs, et donc à mieux cerner leurs attentes et leurs besoins ce qui pourra, nous le souhaitons, aider les différents intervenants à mieux y répondre.

Nous voulons également croire que les résultats de cette recherche présenteront un intérêt pratique pour le développement du marché des aliments biologiques. Les consommateurs intermittents constituent en effet une cible particulièrement pertinente pour le développement de la consommation d'aliments biologiques, puisque les premières recherches indiquent qu'ils sont généralement « positivement disposés à acheter des aliments biologiques » (Henryks, 2009, p. 233, traduction libre). Cependant, sans une bonne connaissance de ce segment de marché, les professionnels ne sont pas en mesure de développer des stratégies marketing efficaces (Henryks, 2009). Nous pensons donc que les gestionnaires de marques de produits biologiques comme les responsables d'enseignes de la grande distribution devraient pouvoir tirer parti des résultats de la présente recherche, en leur permettant, par exemple, d'affiner et d'adapter leur mix marketing en fonction des bénéfices recherchés spécifiquement par les consommateurs intermittents par type de produits afin, *in fine*, d'élargir le panier de ces consommateurs et d'augmenter sa valeur.

Par ailleurs, mieux connaître les consommateurs intermittents présente un intérêt pour les acteurs de la filière qui cherchent à soutenir la demande pour les aliments biologiques, comme les producteurs et regroupements professionnels, pour adapter, par exemple, les arguments utilisés dans les campagnes de sensibilisation et de promotion de l'alimentation biologique et se rapprocher des préoccupations des consommateurs et, ce faisant, stimuler les volumes de ventes. Ces connaissances visent donc fondamentalement à aider à mieux répondre aux besoins et aux attentes des consommateurs intermittents d'aliments biologiques mais aussi à mieux cibler les consommateurs qui ne se sont pas encore intéressés au marché biologique mais qui pourraient devenir des consommateurs intermittents.

Après des débuts marqués par la marginalité, la consommation d'aliments biologiques s'est considérablement élargie. Pour autant, comme le montrent les fréquences de consommation, cet essor n'est pas lié à la conversion massive d'individus à une alimentation strictement biologique, mais bien plus à l'inclusion d'aliments biologiques dans un panier comprenant aussi des aliments conventionnels. En cherchant à découvrir les motifs qui conduisent ces intermittents à opter pour la version biologique d'un aliment mais pas pour un autre, nous voulons croire que cette recherche permettra de mieux connaître ce segment de marché, ses besoins et attentes vis-à-vis de l'offre biologique d'une part, et apportera des éléments précieux aux professionnels de la filière pour adapter leurs promesses en fonction des bénéfices effectivement recherchés par les consommateurs selon le type de produit.

Chapitre 2. Revue de littérature

Le marché des aliments biologiques connaît une forte croissance depuis plusieurs années, quadruplant entre 1999 et 2011 (Agence Bio, 2013). En 2013, trois quarts des Français ont consommé des aliments biologiques (Agence Bio, 2014b). Pour l'écrasante majorité de ces consommateurs cependant, les aliments biologiques ne représentent qu'une petite partie de leur régime alimentaire. Ils ne sont ainsi que 8% à déclarer manger des aliments biologiques tous les jours (Agence Bio, 2013). Ces consommateurs intermittents, cumulant consommation d'aliments issus de l'agriculture conventionnelle et aliments issus de l'agriculture biologique, ont été jusqu'à présent largement sous étudiés. La présente recherche se propose de participer à une meilleure compréhension de cette population en étudiant les choix d'aliments biologiques effectués par ces consommateurs. Pour ce faire, la revue de littérature suivante commencera par tenter de dresser leur portrait sociodémographique, avant de s'intéresser à leurs motivations pour consommer biologique et aux freins à cette consommation. Les liens qu'entretiennent consommation alimentaire générale et biologique seront ensuite soulignés. Un examen attentif suggère en effet l'existence d'étroites relations entre perception de l'offre alimentaire générale et choix de l'option biologique. De la nécessité de prendre en compte cette dynamique pour comprendre les consommateurs intermittents d'aliments biologiques, découle le choix du cadre conceptuel et de la méthodologie, présentés ci-après.

1. Qui est le consommateur d'aliments biologiques ?

Afin de pouvoir comprendre les consommateurs intermittents d'aliments biologiques, il convient de se pencher dans un premier temps sur leurs caractéristiques sociodémographiques. Compte tenu de la rareté des études spécifiquement consacrées aux consommateurs intermittents, les études portant sur les consommateurs d'aliments biologiques en général ont aussi été intégrées à notre recension. Cela ne semble pas poser de problème méthodologique dans le sens où ces études incluent, de fait, des représentants de la population intermittente. Les seuils de consommation utilisés pour définir les consommateurs d'aliments biologiques (achat d'un produit biologique par semaine, par mois ou par année) supposent en effet une consommation non exclusive d'aliments biologiques. La recension qui suit est fondée sur des recherches obéissant à deux critères. D'une part, les études citées, sauf exception liée au caractère fondateur d'une recherche, sont postérieures à l'année 2000. La raison d'un tel seuil est que le marché des produits biologiques a connu un développement rapide depuis le début des années 2000, marqué notamment par l'essor de l'offre alimentaire biologique dans les rayons de la grande distribution, qui a fortement participé au développement du marché (Roux, 2013). Un tel développement s'est accompagné d'une évolution du profil des consommateurs (Dimitri & Dettmann, 2012). Il nous a donc semblé raisonnable de limiter la recherche aux 15 dernières années. D'autre

part, toutes les études citées portent sur des consommateurs du monde occidental, qui représente plus des 9/10e de la demande. Malgré cet effort d'homogénéisation, force est de constater que les conclusions sur l'impact des caractéristiques sociodémographiques des consommateurs d'aliments biologiques sont contradictoires, observation déjà faite à plusieurs reprises (Aertsens, Verbeke, Mondelaers, & Huylenbroeck, 2009; Hughner, McDonagh, Prothero, Shultz, & Stanton, 2007; Wier, O'Doherty Jensen, Andersen, & Millock, 2008) sans que cela ne soit discuté par les auteurs. Nous commencerons par présenter ces résultats avant d'en discuter les contradictions dans une partie dédiée.

1.1. Genre

Le rôle du genre dans la demande en aliments biologiques est plutôt bien établi, la plupart des études arrivant aux mêmes conclusions. On ne retrouve pas de différence sur le plan du comportement entre les hommes et les femmes : le genre n'a pas d'impact sur la probabilité d'achat d'aliments biologiques (Gracia & de Magistris, 2008; Squires, Juric, & Cornwell, 2001; Stolz, Stolze, Janssen, & Hamm, 2011; Yue, Grebitus, Bruhn, & Jensen, 2008), ni sur la fréquence d'achat (Magnusson, Arvola, Ulla-Kaisa Koivisto, Aberg, & Per-Olow, 2001). Les auteurs préférant généralement discuter des variables indépendantes significatives (Squires et al., 2001; Stolz et al., 2011), il est difficile de trouver des explications sur la non significativité du genre.

1.2. Niveau d'éducation

L'impact de l'éducation sur la demande en aliments biologiques n'est pas clairement établi. Bien que plusieurs études concluent à un impact positif significatif du niveau d'éducation sur la probabilité d'opter pour du biologique (Dimitri & Dettmann, 2012; Hassan, Monier-Dilhan, Nichele, & Simioni, 2009; Rimal, Moon, & Balasubramanian, 2005; Yue et al., 2008) ou sur la part de budget consacré aux aliments biologiques (Wier et al., 2008), d'autres concluent à l'absence de relation significative (Gracia & de Magistris, 2008; Stolz et al., 2011). Les différentes études consultées ne proposent pas d'explication de ces résultats contradictoires.

1.3. Âge

L'étude de l'impact de l'âge donne des résultats également contradictoires. Certaines études concluent qu'il y a absence d'impact significatif de l'âge sur la probabilité d'achat d'aliments biologiques (Gracia & de Magistris, 2008; Stolz et al., 2011), alors que d'autres en trouvent (Bravo, Cordts, Schulze, & Spiller, 2013; Rimal et al., 2005). Cependant, dans ce dernier cas, le type de relation n'est pas établi, l'âge pouvant impacter positivement (Bravo et al., 2013) ou négativement (Rimal et al., 2005) la probabilité d'achat. L'impact de l'âge peut être ou non significatif selon le pays d'origine de la population étudiée : l'âge a ainsi un impact positif significatif sur la probabilité d'être un consommateur d'aliments biologiques chez les consommateurs danois,

mais pas chez les Néo-Zélandais (Squires et al., 2001). Les auteurs ne proposent pas d'explications pour ces résultats contradictoires, mais des différences dans les méthodologies sont envisageables.

1.4. Revenu

En France, les différences de revenu entre les consommateurs d'aliments biologiques et les non consommateurs ne sont pas significatives (Kesse-Guyot et al., 2013) et la probabilité d'achat d'aliments biologiques n'augmente pas avec le revenu (Hassan et al., 2009). Ce résultat est également observé par Stolz et al. (2011) et par Yue et al. (2008) chez les consommateurs allemands et suisses. Cependant Dimitri et Dettmann (2012), Gracia et de Magistris (2008) et Rimal et al. (2005) concluent à un impact positif significatif du revenu sur la probabilité d'achat de produits biologiques pour des consommateurs américains, italiens et britanniques respectivement. Malgré ces résultats contradictoires, il semble que la fréquence d'achat ne soit pas significativement impactée par le revenu (Dimitri & Dettmann, 2012; Magnusson et al., 2001; Squires et al., 2001). Comme les autres caractéristiques sociodémographiques présentées jusqu'à présent, les études consultées ne permettent pas de conclure à un impact clair du revenu sur la consommation d'aliments biologiques, et les contradictions relevées ne sont pas analysées par les auteurs. La récurrence de résultats contradictoires est discutée plus loin, comme annoncé en introduction.

1.5. Présence d'enfants au foyer

La présence d'enfants de moins de 18 ans au foyer n'a pas d'effet univoque sur la probabilité d'achat. D'une part, elle peut l'augmenter pour un produit mais ne pas avoir d'impact sur d'autres (Stolz et al., 2011). D'autre part, comme pour l'âge, l'impact de la présence d'enfants peut être significatif pour une population d'intérêt à l'étude mais pas pour une autre. Ainsi, aucun impact significatif n'a été trouvé pour les répondants suisses de l'étude (Stolz et al., 2011).

La présence d'enfants de moins de 15 ans augmente significativement la part de budget alimentaire consacrée aux aliments biologiques (Wier et al., 2008). Cependant, la relation est inverse pour les foyers avec enfants de 15 à 20 ans : la part de budget consacrée au biologique baisse significativement. Ce phénomène pourrait s'expliquer par l'attention accrue des parents pour l'alimentation des plus jeunes (Wier et al., 2008). Cependant, la relation entre la présence d'enfants et le budget consacré au biologique n'est pas claire : comme le soulignent les auteurs, en ne considérant non plus l'âge des enfants mais leur nombre dans le foyer, leur présence n'est plus significative. Les auteurs en concluent que la présence d'enfants n'est pas significative en tant que telle, mais que c'est plutôt la présence de jeunes enfants qui explique les différences (Wier et al., 2008).

1.6. Discussion des résultats contradictoires

Le profil sociodémographique des consommateurs d'aliments biologiques reste flou. Les contradictions des résultats présentés précédemment doivent nous amener à nous interroger sur leurs origines. Il ne semble pas que celles-ci soient liées à des différences dans les approches statistiques, les modèles *logit et probit* et leurs variations (ordonné, multinomial...) dominant la discipline, ni à un manque de rigueur patent dans la conduite de ces analyses. Plutôt, cela pourrait tenir, au moins en partie, à la définition des populations d'intérêts dans les études. Les critères définissant les consommateurs d'aliments biologiques sont en effet souvent très larges. Par exemple, Dimitri et Dettmann (2012) intègre dans le groupe des « foyers consommateurs de biologique » les foyers ayant acheté au moins un produit biologique sur l'année écoulée ; l'Agence Bio place la limite à un produit biologique acheté le mois précédant la réalisation de son baromètre annuel (Agence Bio, 2014a). Les consommateurs ayant consacré plus de 10% de leur budget alimentaire à des produits biologiques sont considérés comme des « gros » consommateurs par Wier et al. (2008). Soulignons qu'il s'agit bien de choix méthodologiques de la part des auteurs et non de limites liées au caractère déclaratif des enquêtes : Dimitri et Dettmann (2012) ainsi que Wier et al. (2008) fondent leur analyse sur des sorties de caisse, c'est-à-dire les données enregistrées par les magasins lors des passages en caisse de leurs clients.

À cette générosité des critères s'ajoute parfois l'imprécision des termes utilisés pour distinguer les consommateurs selon leur fréquence de consommation. Les répondants se voient ainsi souvent demander s'ils consomment « régulièrement » ou « occasionnellement » des aliments biologiques (Gracia & de Magistris, 2008; Kesse-Guyot et al., 2013). Sans définition précise des termes, les propositions sont suffisamment vagues pour que des consommateurs aux comportements très différents s'y retrouvent. À ce titre, il est évocateur que sur plus de 50 000 répondants, plus de 50% d'entre eux se soient reconnus dans la catégorie « consommateur occasionnel » proposée par Kesse-Guyot et al. (2013). Ces différentes limites laissent penser que les critères utilisés sont trop larges pour définir des populations d'intérêt homogènes, rendant difficile l'identification de profils sociodémographiques caractéristiques.

Par ailleurs, on ne peut pas exclure que les différences dans le niveau de signification des variables sociodémographiques soient liées au fait que les études aient été réalisées dans des pays différents. On observe d'ailleurs ce genre de différences pour des études portant sur plusieurs pays à la fois (Squires et al., 2001; Stolz et al., 2011). Cela peut s'expliquer par deux choses. D'une part, l'alimentation étant une activité profondément inscrite dans les codes culturels des sociétés, il est possible que cette dimension culturelle influe sur les comportements face au biologique des différents groupes. De l'autre, il peut exister des différences dans la structuration et la maturité des marchés nationaux, qui peuvent impacter l'accès à l'offre et la nature de la demande.

Quoiqu'il en soit, il semble que les caractéristiques sociodémographiques ne nous renseignent pas de manière précise sur les consommateurs d'aliments biologiques.

2. Les domaines motivationnels

Les études sur les motivations des consommateurs d'aliments biologiques sont nombreuses (Aertsens et al., 2009; Hughner et al., 2007; Sirieix, Kledal, & Sulitang, 2011). Elles proposent souvent de distinguer les motivations égoïstes, c'est-à-dire relevant principalement de l'intérêt personnel, des motivations altruistes, c'est-à-dire prenant en compte d'autres intérêts que les siens propres. Cette distinction renvoie au cadre des domaines motivationnels proposé par Schwartz (1992) qui a été largement utilisé dans la recherche à ce sujet (Aertsens et al., 2009; de Boer, Hoogland, & Boersema, 2007; Grunert & Juhl, 1995; Lea & Worsley, 2005). À partir de travaux en psychologie, Schwartz identifie 56 valeurs universelles qu'il structure en 10 domaines motivationnels. Ces 10 domaines sont censés comprendre l'ensemble des valeurs humaines. Les domaines motivationnels se répartissent de la manière présentée à la figure 1.

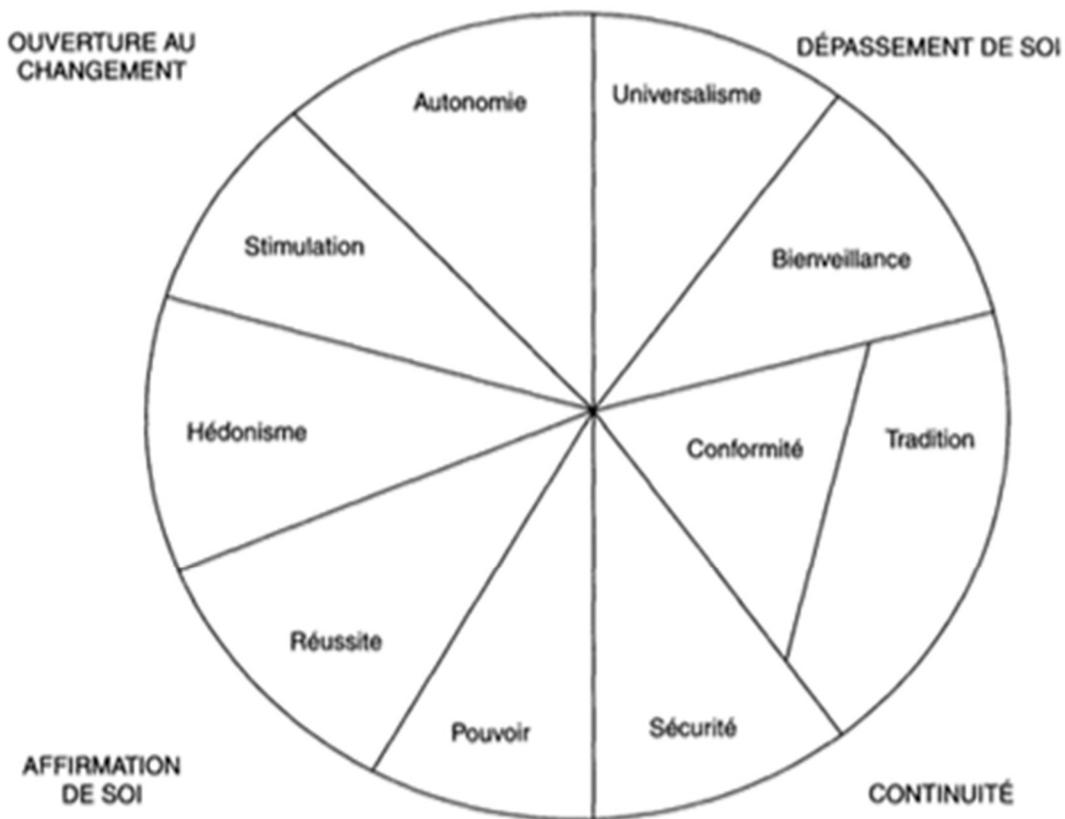


Figure 1 : Modèle théorique des relations entre les 10 valeurs de base (Schwartz, 1992)

Les domaines orientés vers « l'affirmation de soi » sont considérés comme relevant de l'égoïsme ; les domaines orientés vers le « dépassement de soi » sont considérés comme relevant de l'altruisme. Néanmoins, toutes ces motivations ne sont pas mutuellement exclusives et peuvent coexister chez un même consommateur. Cette dichotomie étant largement utilisée dans la littérature sur les motivations des consommateurs d'aliments biologiques (Sirieix et al., 2011), la présente recension se fonde sur cette organisation.

2.1. Les motivations d'ordre égoïste

2.1.1. La santé, principale motivation

La santé est une valeur égoïste rattachée, selon la classification de Schwartz (1992), au domaine motivationnel de la sécurité, qui concerne le maintien de soi et de ceux auxquels on s'identifie, et de ses intérêts personnels (Schwartz, 2006).

La majorité, voire l'intégralité, des études se penchant sur les motivations des consommateurs d'aliments biologiques concluent que la santé est la principale motivation parmi les consommateurs d'aliments biologiques (Baker et al., 2004; Gracia & de Magistris, 2008; Henryks, 2009; Hill & Lynchehaun, 2002; Hughner et al., 2007; Makatouni, 2001; Padel & Foster, 2005; Sirieix et al., 2011; Sirieix, Persillet, & Alessandrin, 2006; Zanolli & Naspetti, 2002). Les consommateurs perçoivent les produits biologiques comme des produits plus sains (Radman, 2005) et sont persuadés que le biologique est meilleur pour la santé (Lea & Worsley, 2005; Magnusson et al., 2001). Par exemple, dans l'enquête de Lea et Worsley (2005), près des trois quarts des répondants étaient d'accord pour dire que la nourriture biologique était meilleure pour la santé. L'attention accordée à sa santé personnelle est aussi le meilleur prédicteur de l'attitude, de l'intention, de la fréquence, et de la probabilité d'achat de produits biologiques (Gracia & de Magistris, 2008; Kriwy & Mecking, 2012; Magnusson et al., 2003; Squires et al., 2001).

Le lien fait par les consommateurs entre aliment biologique et santé mérite d'être interrogé, compte tenu du fait qu'il n'existe, à ce jour, pas de consensus scientifique sur le caractère plus sain des aliments biologiques comparés aux aliments conventionnels (Hoefkens, Verbeke, Aertsens, Mondelaers, & Van Camp, 2009), et que la législation française interdit toute allégation santé concernant les aliments biologiques (Lamine, 2008).

Le biologique, sain car plus nutritif

Le premier élément qui éclaire le lien entre biologique et santé est le fait que les consommateurs perçoivent les aliments biologiques comme des produits dont la valeur nutritive est plus élevée. Ils sont perçus comme étant plus riches en vitamines, minéraux et nutriments divers que leurs pendants conventionnels (Hill & Lynchehaun, 2002; Hoefkens et al., 2009; Lea & Worsley, 2005; Lockie, Halpin, & Pearson, 2006), et donc favorisant un régime alimentaire plus sain. En ce sens, le biologique est associé à la santé par ce qu'il offre (ou est supposé offrir) « en plus » des aliments conventionnels.

Le biologique, sain car exempt de certains éléments

Les aliments biologiques sont aussi et surtout perçus comme plus sains par ce qu'ils possèdent « en moins » des produits conventionnels. Il s'agit alors de l'absence de résidus chimiques, absence qui est un élément largement associé aux produits biologiques, et qui sert de lien avec la notion de santé chez les consommateurs (Henryks, 2009; Hoefkens et al., 2009; Lea & Worsley, 2005; Padel & Foster, 2005; Pellegrini & Farinello, 2009; Sirieix et al., 2006; Wier et al., 2008). L'absence de résidus chimiques renvoie à la notion de santé dans le sens où elle permet d'éviter un risque, celui de l'ingestion de ces résidus. En ce sens, le biologique est perçu comme plus sain car plus sûr (Henryks, 2009; Pellegrini & Farinello, 2009). Cette « absence de » est davantage associée à la santé pour les consommateurs que le « plus de » évoqué précédemment (Hoefkens et al., 2009). Le même processus vaut pour les OGM : dans la majorité des pays, la réglementation interdit explicitement l'utilisation des organismes génétiquement modifiés dans les productions biologiques. Par conséquent, manger biologique est vu par les consommateurs comme un moyen d'éviter d'ingérer des OGM, et donc de protéger sa santé (Makatouni, 2001; Sirieix et al., 2006).

2.1.2. La qualité, un motif récurrent

Un deuxième facteur stimulant la consommation d'aliments biologiques est la perception de la qualité supérieure des produits biologiques par rapport aux produits conventionnels (Baker et al., 2004; Fotopoulos, Krystallis, & Ness, 2003; Gracia & de Magistris, 2008; Lassen & Korzen, 2009; Radman, 2005; Sirieix et al., 2006). Bien que la notion de qualité soit équivoque, les auteurs ne détaillent pas ce qui est désigné sous ce vocable et il n'est pas toujours évident de comprendre ce que les consommateurs entendent par qualité (Henryks, 2009). Cette notion renvoie avant tout à celle de plaisir et d'appréciation des aliments, se rattachant ainsi au domaine motivationnel de l'hédonisme (Fotopoulos et al., 2003; Sirieix et al., 2006). Il est donc ici aussi question de motivation égoïste, toujours selon la classification proposée par Schwartz (1992).

2.1.3. Le goût, motivation incertaine

Parmi les éléments concrets que les consommateurs associent à la qualité des aliments, le goût est souvent invoqué (Baker et al., 2004; Fearn, 2008; Kihlberg & Risvik, 2007; Lassen & Korzen, 2009; Lea & Worsley, 2005; McEachern & McClean, 2002; Radman, 2005). Cependant, alors que la santé apparaît comme un motif consensuel, la question du goût des aliments biologiques est nettement moins tranchée.

Peut-être en raison de la subjectivité du goût, ou de différences objectives dans l'offre d'un marché à l'autre, les résultats concernant la question du goût sont différents et parfois même contradictoires d'une étude à l'autre. Certains consommateurs de produits laitiers biologiques invoquent un meilleur goût comme première raison d'achat (McEachern & McClean, 2002; Sirieix et al., 2006), alors que d'autres disent ne pas percevoir de différences (Hill & Lynchehaun, 2002; Padel & Foster, 2005).

Comparant la perception du goût des aliments biologiques chez les puristes et les intermittents, Lamine (2008) montre que là où les premiers sont affirmatifs, les seconds admettent plutôt une « espérance », et sont même généralement assez peu sûrs d'eux quand il s'agit de s'exprimer sur le goût des aliments biologiques, un constat partagé par Henryks (2009) à la suite d'une étude qualitative. Parmi les répondants, tous intermittents, certains affirmaient que tous les aliments biologiques avaient meilleur goût tandis que d'autres ne le constataient que pour la catégorie des fruits et légumes frais.

2.2. Les motivations d'ordre altruiste

2.2.1. La protection de l'environnement

Une troisième raison invoquée par les consommateurs de biologique est le souci de l'environnement (Baker et al., 2004; Gracia & de Magistris, 2008; Makatouni, 2001; Padel & Foster, 2005; Pellegrini & Farinello, 2009; Sirieix et al., 2006; Wier et al., 2008; Zanolli & Naspetti, 2002). Nous sommes ici dans une motivation d'ordre altruiste rattachée, d'après la catégorisation de Schwartz (1992), au domaine motivationnel de l'universalisme, dont l'un des objectifs est la protection du bien-être de tous et de la nature (Schwartz, 2006). Parce qu'ils sont issus de méthodes de production limitant ou interdisant le recours aux produits chimiques, les aliments biologiques sont vus par les consommateurs comme étant bénéfiques pour l'environnement (Lea & Worsley, 2005; Stobbelaar et al., 2007). Plus le consommateur accorde de l'importance aux caractéristiques environnementales d'un produit, plus la probabilité d'achat de produits biologiques augmente (Gracia & de Magistris, 2008). Une étude sur l'impact des considérations éthiques dans les attitudes envers le biologique a révélé que les considérations écologiques sont plus significatives que les considérations d'ordre politique, comme le régime politique du pays dont l'aliment est originaire, et religieux, comme les interdits alimentaires

(Honkanen, Verplanken, & Olsen, 2006). On note aussi une relation positive entre l'adhésion aux valeurs universalistes, comme la protection de l'environnement et du bien-être d'autrui, et l'attitude envers les aliments biologiques (Dreezens, Martijn, Tenbült, Kok, & De Vries, 2005).

Le rôle de la protection de l'environnement dans le choix de consommer biologique doit cependant être relativisé. D'une part, il impacte plus la formation des attitudes que le comportement (Hughner et al., 2007; Smith & Paladino, 2010). De l'autre, son influence est toujours moindre par rapport à celle de la santé dans la décision d'achat (Baker et al., 2004; Gracia & de Magistris, 2008; Lassen & Korzen, 2009; Shepherd, Magnusson, & Sjoden, 2005; Sirieix et al., 2006).

2.2.2. Le bien-être animal

Le bien-être animal, c'est-à-dire les conditions d'existence des animaux d'élevage est une raison régulièrement invoquée par les consommateurs d'aliments biologiques (Baker et al., 2004; Chang & Zepeda, 2005; Lea & Worsley, 2005; Padel & Foster, 2005). Ces consommateurs apprécient que les animaux dont ils consomment les produits aient bénéficié d'une bonne qualité de vie, particulièrement qu'ils aient pu se mouvoir le plus librement possible (Schröder & McEachern, 2004). Contrairement à des notions subjectives ou discutables comme le goût ou le caractère plus sain des aliments biologiques, le bien-être animal est une obligation sanctionnée par des critères précis dans le cahier des charges pour la certification des exploitations en biologique (Henryks, 2009).

Comme la protection de l'environnement, il s'agit d'une motivation rattachée au domaine motivationnel de l'universalisme (Schwartz, 2006). Cependant, bien qu'il puisse s'agir d'une motivation en elle-même, les consommateurs peuvent associer des animaux « heureux » à des produits plus sains, rejoignant ainsi la motivation égoïste de la santé (Makatouni, 2001).

Tel qu'indiqué précédemment, les produits biologiques restent un marché de niche, représentant moins de 2% du marché alimentaire canadien (Canada Organic Trade Association, 2013), et l'écrasante majorité des consommateurs d'aliments biologiques sont des consommateurs intermittents. Il convient donc d'examiner les raisons pour lesquelles les consommateurs ne se tournent pas vers l'option biologique, et dans quelle mesure ces freins pourraient expliquer la consommation intermittente.

3. Les freins à la consommation d'aliments biologiques

3.1. Le prix, principal frein

Le principal frein à la consommation d'aliments biologiques, invoqué dans presque toutes les études, est le prix des produits biologiques (Buder, Feldmann, & Hamm, 2014; Fotopoulos & Krystallis, 2002; Gracia & de Magistris, 2008; Hill & Lynchehaun, 2002; Lea & Worsley, 2005; Magnusson et al., 2001; O'Donovan & McCarthy, 2002; Sirieix et al., 2011; Sirieix et al., 2006; Tsakiridou, Boutsouki, Zotos, & Mattas, 2008; Zanolli & Naspetti, 2002). Il est invoqué tant par les consommateurs de produits alimentaires biologiques que par les non consommateurs (Lockie et al., 2002). Les consommateurs affirment volontiers qu'ils commenceraient à acheter du biologique, ou en achèteraient plus, si les prix de ces produits baissaient (Lea & Worsley, 2005; Tsakiridou, Zotos, & Mattas, 2006). Pourtant, des baisses effectives et importantes de prix ne se sont pas traduites par de plus grandes fréquences d'achat (Fearne, 2008; Hassan et al., 2009). De plus, la plupart des consommateurs se disent prêts à payer plus cher pour des produits biologiques que pour des produits conventionnels (Krystallis & Chryssohoidis, 2005; Radman, 2005). Ces deux constats laissent penser que le prix des aliments biologiques n'explique pas à lui seul le non achat.

Les différences de consentement à payer laissent voir une perception différenciée des produits biologiques

Aucun consensus n'émerge sur le montant des premiums que les consommateurs seraient prêts à consentir. Certaines catégories d'aliments biologiques semblent pouvoir supporter un premium plus important que d'autres. Hutchins et Greenhalgh (1997) observent ainsi que les consommateurs britanniques seraient deux fois plus nombreux à accepter de payer 20 à 30% de plus pour de la viande biologique que pour des fruits, légumes ou céréales, où le premium acceptable se situe plutôt entre 10 et 20%. Selon Millock et al. (2002), le premium que des consommateurs danois étaient prêts à verser allaient en moyenne de 18,5% pour du bœuf émincé à 40,2% pour des pommes de terre.

Krystallis et Chryssohoidis (2005) constatent également des écarts, bien que dans des proportions moindres, chez les consommateurs grecs. Ces derniers acceptent dans leur majorité (42,2%) un premium de 30% pour les légumes frais biologiques, mais sont bien plus réticents quand il s'agit de payer un premium dans le cas de la féta (31,9%). Il est plus révélateur encore de regarder la part de consommateurs refusant l'idée d'un premium : de 39,1% pour la féta, cette proportion tombe à 22,1% dans le cas des légumes. Ces études suggèrent que le caractère biologique d'un aliment n'est pas valorisé dans les mêmes proportions pour toutes les catégories de produits, relativisant l'impact du prix. Néanmoins, ces études s'intéressent aux variations dans le consentement à payer sans chercher à en expliquer les raisons.

3.2. L'accessibilité

Le deuxième frein qui revient fréquemment est le manque d'accessibilité des aliments biologiques (Buder et al., 2014; O'Donovan & McCarthy, 2002; Zanolli & Naspetti, 2002) : les aliments ne seraient simplement pas offerts, rendant par définition leur consommation impossible. Cependant, la question de l'accessibilité comporte une part de subjectivité ; les consommateurs entendent avant tout que les produits ne sont pas disponibles dans les magasins où ils se rendent habituellement, et non pas que l'offre des produits en question soit inexistante. Le fait de devoir changer de lieu de vente pour s'approvisionner, ce qui conduit à une perte de temps et à un manque de praticité, est ce que les consommateurs entendent par manque de disponibilité (Chang & Zepeda, 2005; Sirieix et al., 2006; Zanolli & Naspetti, 2002). Cet argument peut également être invoqué dans le cas où la version biologique d'un produit serait dans un autre rayon que la version conventionnelle : le fait de ne pas trouver rapidement le produit en question suffit parfois à ce que le consommateur conclue qu'il n'est pas disponible, alors même qu'il est bien en rayon, mais ailleurs dans le magasin (Andersen, 2011; Henryks, Cooksey, & Wright, 2014; Tsakiridou et al., 2008). On peut donc dire que l'accessibilité comprend la visibilité.

Cette remarque vaut aussi pour la variété de produits disponibles en rayon (Dimitri & Dettmann, 2012; Sirieix et al., 2006; Yue et al., 2008) et leur conditionnement (Bravo et al., 2013; Lassen & Korzen, 2009). Par exemple, le préemballage de produits biologiques en grosses portions peut décourager le consommateur qui ne souhaite pas acheter tant de quantité (Lassen & Korzen, 2009).

Il apparaît clairement que l'offre biologique est confrontée, évaluée par rapport à l'offre conventionnelle : si l'aliment conventionnel est plus facilement identifiable, mieux conditionné, le consommateur peut opter pour cette solution même si l'offre biologique existe dans le même magasin (Andersen, 2011; Henryks et al., 2014). Il n'est donc pas question de disponibilité en termes d'offre absolue, mais aussi en termes de disponibilité relativement à la disponibilité, au sens large, de l'alternative conventionnelle.

Le prix plus élevé et le manque de disponibilité des produits biologiques sont donc des éléments dont l'importance est à relativiser pour comprendre le caractère intermittent de la consommation d'aliments biologiques. Tout se passe comme si, pour certains produits, le moindre effort (financier ou en termes de temps, ne serait-ce que de recherche dans les rayons) peut être jugé d'office comme trop important par les consommateurs, mais pas pour d'autres aliments biologiques. En ce sens, l'invocation de la barrière des prix et de la disponibilité pourrait être comprise comme une post-rationalisation des consommateurs, mus par des motifs plus obscurs (Henryks, 2009).

4. L'offre biologique interagit avec la perception de l'offre alimentaire générale

Par définition, les consommateurs intermittents d'aliments biologiques sont simultanément des consommateurs d'aliments conventionnels. On pourrait donc espérer mieux comprendre les raisons qui les poussent à opter pour le biologique en comparant ces dernières aux motivations et barrières invoquées dans le cas des choix alimentaires généraux. Or, on constate que celles-ci sont largement similaires à celles invoquées dans le cas spécifique de l'alimentation biologique. La recherche de la saveur des aliments, de la santé par l'alimentation, les limitations liées aux contraintes budgétaires sont des éléments qui se retrouvent également dans le cas du choix alimentaire général (Connors, Bisogni, Sobal, & Devine, 2001; Magnusson et al., 2001; Steptoe, Pollard, & Wardle, 1995). Si les motivations et contraintes sont si semblables, pourquoi des consommateurs vont-ils dans certains cas opérer la bascule vers le biologique ? Il faut donc que le caractère biologique d'un aliment entre en ligne de compte et pèse dans le processus de choix de ces consommateurs. Pour tenter d'éclairer cette situation, il paraît indispensable d'examiner les liens qu'entretient l'offre biologique avec l'offre conventionnelle dans l'esprit des consommateurs.

4.1. Le biologique comme assurance

Un examen attentif des motivations laisse voir que les consommateurs évaluent l'offre biologique à l'aune de l'offre conventionnelle. Nous avons évoqué précédemment que le lien entre alimentation biologique et santé tenait surtout à ce que les produits biologiques contenaient en moins que les produits conventionnels. Dans ce sens « d'évitement », il paraît clair que les produits biologiques sont mis en perspective avec l'offre alimentaire en général. Consommer biologique est un moyen d'éviter un risque, c'est une assurance permettant de répondre à un faisceau d'incertitudes sur l'offre alimentaire conventionnelle (Lamine, 2008). Ainsi, les consommateurs d'aliments biologiques sont plus méfiants vis-à-vis de l'industrie agroalimentaire que les non consommateurs (Squires et al., 2001). Interrogés sur les raisons de l'essor du marché des aliments biologiques, 81% des répondants citaient les scandales alimentaires (McEachern & McClean, 2002). Wier et al. (2008) concluent que la préoccupation pour les résidus chimiques présents dans les produits alimentaires conventionnels avait un impact significatif sur la part du budget des ménages dédié à l'alimentation biologique. Rimal et al. (2005) montrent que les consommateurs qui considéraient les biotechnologies alimentaires comme risquées étaient plus enclins à acheter des aliments biologiques. Ce lien montre la tendance à voir dans le biologique une assurance contre un ensemble de craintes disparates et diffuses liées à l'industrialisation de l'alimentation (Lamine, 2008; Lockie, 2006). Le biologique est alors compris comme un agrégat d'attributs, souhaitables mais vagues, comme la qualité, la sûreté sanitaire, la protection de

l'environnement, la tradition, l'origine... (Lockie et al., 2006). Les aliments biologiques sont alors perçus comme l'opposé des produits issus de l'industrie agroalimentaire moderne (Sirieix et al., 2006), dans une approche dichotomique entre l'offre biologique et l'offre conventionnelle (Lockie, 2006). Le caractère biologique d'un produit devient ainsi une assurance pour le consommateur (Lamine, 2008) et un moyen commode de s'assurer de la qualité d'un aliment (Lassen & Korzen, 2009).

4.2. Le biologique, une considération parmi d'autres

Le consommateur est animé simultanément par des considérations très diverses lorsqu'il est question de choix alimentaire (Blake, Bisogni, Sobal, Devine, & Jastran, 2007; Furst, Connors, Bisogni, Sobal, & Falk, 1996). Chacune de ces considérations peut se retrouver en opposition, voire en conflit, avec une ou plusieurs autres (Connors et al., 2001; Lockie et al., 2002). Le consommateur doit alors gérer ces différentes considérations et les hiérarchiser afin de pouvoir porter son choix sur un produit plutôt que sur un autre (Connors et al., 2001). On peut penser à la considération du goût confrontée au caractère sain ou au coût financier d'un aliment. Ces différentes considérations et leur hiérarchisation vont permettre au consommateur d'évaluer les attributs des produits qui lui sont proposés à l'aune de ses priorités (Connors et al., 2001; Dubuisson-Quellier, 2006). Dans le cas du consommateur intermittent, qui ne délègue pas entièrement ses choix à la présence d'une certification biologique (Lamine, 2008), le caractère biologique d'un aliment peut être mis en perspective, voire en concurrence, avec d'autres caractéristiques.

Le dilemme évoqué par certains consommateurs (Andersen, 2011; Wier et al., 2008) quand il s'agit de choisir entre un produit biologique importé et un produit conventionnel produit localement est éclairant. Le transport des produits biologiques importés et les coûts environnementaux afférents, peuvent faire hésiter un consommateur, incertain du produit à privilégier pour répondre à sa préoccupation pour l'environnement. Ici, la méthode de production entre en tension avec d'autres considérations (la distance, le transport) chez le consommateur, conduisant ce dernier à contester la valeur du biologique (Andersen, 2011).

Andersen (2011) poursuit son analyse en se fondant sur la théorie des conventions et des registres moraux (Boltanski & Thévenot, 1999), et s'intéresse aux justifications mobilisées par les consommateurs pour expliquer leur choix en faveur (ou non) du biologique. En partant du principe fondateur du modèle selon lequel les individus sont tenus par un impératif de justification de leurs actions, et en appliquant cette perspective à la consommation d'aliments biologiques, l'auteur montre que les consommateurs puisent dans des registres moraux différents pour légitimer la présence (ou l'absence) du biologique dans leur consommation alimentaire. Ces différents registres peuvent se combiner pour renforcer le statut du biologique. Ainsi, les aliments biologiques peuvent répondre à la fois à un souci de soin à ses proches, comme ses jeunes enfants (morale domestique), et à une recherche de plaisir au-travers de l'alimentation (morale de l'inspiration) (Andersen,

2011). Dans ce cas précis, les deux registres moraux viennent se renforcer mutuellement, asseyant la légitimité du biologique. Mais un aliment biologique peut également voir sa valeur contestée au sein d'un registre moral tout en étant assurée dans un autre. Ainsi, la morale industrielle, régie par le principe d'efficacité et de performance, peut menacer le statut du biologique en raison par exemple de la difficulté à localiser les produits biologiques en rayon, alors que dans le même temps, ces derniers seront valorisés à l'aune de la morale domestique (Andersen, 2011). Les consommateurs procèdent alors à une hiérarchisation des registres moraux devant guider leurs choix alimentaires (Andersen, 2011). On voit au travers de cette analyse que le statut du biologique n'est pas univoque, monovalent, mais au contraire lié positivement ou négativement à une pluralité de considérations, elles-mêmes négociées et hiérarchisées par les consommateurs dans le cadre du choix alimentaire (Andersen, 2011). Ce phénomène a aussi été noté pour les produits durables (Luchs, Naylor, Irwin, & Raghunathan, 2010). Les consommateurs ont tendance à associer à ces derniers des attributs relatifs à la délicatesse et à la douceur plutôt qu'à l'efficacité, ce qui peut être un atout pour certains produits et un inconvénient pour d'autres. En d'autres termes, le caractère durable d'un produit n'affecte pas les préférences des consommateurs de manière unidirectionnelle. Bien que la notion soit perçue favorablement en elle-même, ses conséquences, telles que perçues par les consommateurs, entrent en concurrence avec d'autres considérations, au premier rang desquelles le type de bénéfice le plus valorisé par les consommateurs (Luchs et al., 2010). En ce sens, il est très possible que, de la même manière, le biologique impacte différemment les préférences des consommateurs selon les aliments, et selon ce que le consommateur recherche à travers eux.

On voit donc que la consommation biologique ne fonctionne pas en silo, à l'écart du reste de l'offre alimentaire mais entretient au contraire pour les consommateurs, des liens étroits avec celle-ci. Aussi, paraît-il opportun de changer d'échelle et, plutôt que de chercher ce qui distingue consommateur de biologique et non consommateur, chercher comment ces deux aspects sont réunis chez un même consommateur, et comment ce dernier gère ces ambiguïtés, ambivalences et contradictions au quotidien.

5. Une grande hétérogénéité des approches individuelles

Se concentrer sur l'individu-consommateur est d'autant plus indispensable que la population qui consomme des aliments biologiques de façon intermittente est mal connue, et que les quelques éléments que l'on connaît déjà laissent deviner une grande hétérogénéité des comportements relatifs au biologique.

5.1. Des perceptions différenciées selon la catégorie de produits à l'étude

Beaucoup d'études sur les motivations des consommateurs d'aliments biologiques ne portent pas sur des aliments en particulier (Baker et al., 2004; Lea & Worsley, 2005; Makatouni, 2001; Zanolini & Naspetti, 2002), ou ne portent que sur une catégorie de produits (Kihlberg & Risvik, 2007; McEachern & McClean, 2002) sans s'intéresser aux autres. Même lorsqu'elles font explicitement référence à la diversité des produits (Padel & Foster, 2005; Sirieix et al., 2006), la plupart des études portant sur les consommateurs d'aliments biologiques ne considèrent les aliments en tant que tels que comme des exemples, des points d'appui devant permettre une meilleure compréhension des consommateurs d'aliments biologiques. Une telle approche laisse penser que le caractère biologique d'un produit est envisagé, évalué, de la même manière et consommé pour les mêmes raisons quelle que soit sa catégorie. Or, un examen attentif des études sur la consommation d'aliments biologiques laisse apercevoir des perceptions différenciées des aliments biologiques. Il s'agit toutefois ici d'indices, d'indications et non de conclusions fermes, les études citées ci-après ne portant pas spécifiquement sur les différences entre aliments biologiques telles que comprises par les consommateurs, ni sur l'arbitrage entre aliment conventionnel et aliment biologique. De plus, elles suivent une approche qualitative sans ambition de généralisation. Néanmoins, ce faisceau d'indices permet d'entrevoir les différentes perceptions des consommateurs selon le type de produit.

On a rapporté précédemment que la question du goût supérieur des aliments biologiques était principalement invoquée pour les fruits et légumes frais (Henryks, 2009; Padel & Foster, 2005). Les consommateurs ont aussi tendance à associer le biologique à la production locale dans le cas des fruits et légumes et des produits laitiers, mais pas dans le cas des produits céréaliers (Padel & Foster, 2005). De la même façon, certaines considérations apparaissent de manière plus prégnante pour certaines catégories de produits. Les résidus chimiques présents dans les aliments sont, par exemple, une préoccupation plus saillante pour la catégorie des fruits et légumes que pour la catégorie des produits laitiers (Padel & Foster, 2005). Le fait de pouvoir ou non consommer la « peau » d'un aliment semble même être un critère entrant en jeu dans le choix d'opter pour la version biologique de l'aliment (Padel & Foster, 2005). On retrouve cette notion d'enveloppe comme critère de choix dans les produits céréaliers, où les céréales complètes sont plus valorisées en biologique que les céréales raffinées (Sirieix et al., 2006). La question du degré de raffinement des aliments semble aussi influencer le choix des consommateurs. Ainsi, le fait que le lait provienne de vaches élevées en plein air aurait un impact significatif sur la probabilité pour les consommateurs de choisir du lait biologique, mais pas d'impact significatif pour les yaourts (Stolz et al., 2011). Les auteurs attribuent cette différence au degré de raffinage des aliments, mais ne développent pas plus cette idée.

5.2. Mêmes critères de choix, différentes sélections

Par ailleurs, au sein de la population intermittente, il semblerait que les mêmes considérations, les mêmes motivations n'aboutissent pas systématiquement aux mêmes choix.

Ainsi, bien que la santé soit la principale motivation dans la consommation biologique, cette préoccupation se traduit de différentes manières pour différents consommateurs. On remarque en effet une grande hétérogénéité des points de vue des consommateurs sur ce qui constitue une alimentation saine (Henryks, 2009). Le lien alimentation-santé en tant que tel ne fait pas de doute ; par contre, le passage de l'alimentation en général à un aliment particulier, est nettement plus problématique. Pour certains consommateurs intermittents interrogés par Henryks (2009), l'attention qu'ils accordent à leur santé les mène à éviter à tout prix les aliments contenant du blé, tandis que d'autres fuient ceux comprenant du soja, montrant ainsi que différentes personnes font le lien différemment entre une motivation identique et des aliments spécifiques. On retrouve aussi cette variété dans l'évaluation du risque que font les consommateurs des résidus chimiques. Ces derniers font régulièrement état d'évaluations différenciées du « danger » des résidus selon le type de produits, certaines récoltes étant perçues comme contenant un plus fort taux de résidus chimiques (Henryks, 2009). Il n'y a cependant pas de consensus entre les consommateurs sur les récoltes les plus risquées : les consommateurs sont d'accord pour dire que certains produits sont plus risqués que d'autres en version conventionnelle, mais ils ne sont pas d'accord sur les aliments concernés (Henryks, 2009). Ceci laisse supposer que selon leur évaluation individuelle du danger, deux consommateurs peuvent opter pour des aliments différents en version biologique. Par ailleurs, Baker et al. (2004) ont fait ressortir des différences dans le lien que les consommateurs allemands et les consommateurs britanniques faisaient entre la recherche de la santé et les attributs des produits qu'ils considéraient pertinents pour l'atteindre. Bien que les deux groupes soient principalement animés par la même motivation dans le cadre de la consommation biologique, les consommateurs allemands traduisent cette motivation par la recherche de la qualité et du goût dans les aliments biologiques, lien absent chez les consommateurs britanniques qui recherchent avant tout des produits exempts d'OGM (Baker et al., 2004). On peut légitimement en déduire que l'appréhension différenciée du lien aliment-santé conduit différents consommateurs intermittents à opter pour l'option biologique pour différents aliments.

Le même constat peut être fait concernant des considérations plus abstraites comme le bien-être animal. Dans le cas du choix des œufs chez les consommateurs intermittents, Lamine (2008) montre qu'un critère de choix commun, le rejet des conditions d'élevage des poules pondeuses, se traduit par des comportements d'achat bien différents de la part des consommateurs intermittents, certains optant systématiquement pour des œufs biologiques, d'autres considérant d'autres labels garantissant le bien-être animal, voire des circuits de distribution alternatifs, comme l'achat direct à la ferme (Lamine, 2008). La prise en considération de lieux de

vente spécifiques semble d'ailleurs jouer un rôle dissuasif dans le recours à l'option biologique. À la suite de Lamine (2008), Buder et al. (2014) soulignent également que, dans le cas de la charcuterie, les consommateurs avaient tendance à préférer se tourner vers un magasin spécialisé plutôt que vers l'option biologique. En d'autres termes, un lieu de vente peut être en lui-même un critère auquel le biologique est confronté, et qui peut lui être préféré.

Ces différents éléments laissent voir que les consommateurs articulent différemment leurs préoccupations à des produits particuliers, sans que nous ayons à ce stade plus d'éléments pour les expliquer. Forts de ce constat, il nous semble indispensable de partir de ce qu'ont à dire les consommateurs sur leurs processus de décision en lien avec leur consommation d'aliments biologiques, dont nous avons vu la grande diversité, pour comprendre ce qui les amène à opter ou non pour la version biologique d'un aliment.

Chapitre 3. Modèle théorique et méthodologie

1. Le modèle des chaînages cognitifs

Pour comprendre comment les consommateurs effectuent leurs choix de produit dans un contexte d'abondance et de multiples possibilités, Gutman (1982) a proposé un modèle des processus de choix du consommateur, le modèle des chaînages cognitifs (ou *means-end chain analysis*), qui propose d'articuler les valeurs d'un consommateur avec ses choix de consommation. Le modèle postule que le consommateur est animé par des valeurs qui le poussent à rechercher certains états d'être, nommés dans ce modèle les conséquences. Cette recherche le mène à privilégier certains attributs dans les produits qu'il juge pouvoir lui procurer les conséquences recherchées. Cet enchaînement valeur - conséquence - attributs constitue le cœur du modèle. Il est d'ordre théorique : étant donné que le consommateur peut ne pas avoir conscience du rôle de ses valeurs dans ses choix de consommation (Gutman, 1982), le modèle propose de partir des attributs pour remonter jusqu'aux valeurs lors de la collecte de données, sous la forme d'entretiens. Le modèle des chaînages cognitifs propose d'accéder et de reconstituer les considérations qui conduisent le consommateur à opter pour un produit à différents niveaux d'abstraction, et donc de rendre compte de la dynamique des hiérarchies des consommateurs. Schématiquement, on obtient donc la séquence ci-dessous (figure 2), dont chaque aspect sera présenté.

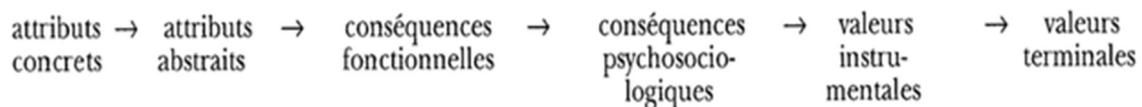


Figure 2 : Structure du modèle des chaînages cognitifs (Valette-Florence, 1994)

1.1. Les attributs

Un attribut est un élément lié au produit (Gutman, 1982). La catégorie des attributs se subdivise en deux niveaux : les attributs concrets et les attributs abstraits. Les attributs concrets sont les caractéristiques objectives du produit (Darpy, 2012). Le prix, l'emballage et les labels d'un produit sont des attributs concrets. Dans la perspective du modèle, le label garantissant le caractère biologique d'un produit est donc considéré comme un attribut concret. D'autres attributs concrets que l'on retrouve dans les études portant sur les aliments biologiques sont la moindre quantité d'hormones ou de produits chimiques (Padel & Foster, 2005; Sirieix et al., 2006).

Les attributs abstraits, bien que relevant directement d'un produit, contiennent une dimension d'évaluation personnelle. Ainsi, l'odeur d'un parfum peut être qualifiée différemment selon les individus (Valette-Florence, 1994). Les attributs abstraits peuvent ne pas découler des attributs concrets et être plutôt spontanément mentionnés par le consommateur (Costa, Schoolmeester, Dekker, & Jongen, 2007). C'est souvent le cas, par exemple, de la qualité des aliments biologiques, attribut abstrait fréquemment invoqué spontanément par les consommateurs sans que son origine soit bien claire.

Dans la perspective du modèle des chaînages cognitifs, un attribut n'est pertinent pour un consommateur qu'en ce qu'il le renseigne sur la capacité du produit à générer une conséquence ; c'est cette conséquence qui permet au consommateur de juger un attribut (Nielsen, Bech-Larsen, & Grunert, 1998). Par conséquent, un consommateur peut considérer certains attributs dans un produit qui n'auraient pas forcément de sens pour un autre consommateur (Gutman, 1982). Gutman (1982) développe l'exemple d'un hot-dog : selon que le consommateur accorde ou non de l'importance à son poids ou à sa santé, la teneur en graisse et en sel du dit hot-dog sera ou non considérée. Dans ces exemples, ce sont les conséquences qui dictent les attributs à prendre en compte : la prise de poids, les effets sur la santé, etc.

1.2. Les conséquences

Une conséquence est « un état d'être produit par un acte de consommation » (Gutman, 1982, p. 63, traduction libre). Elle peut être recherchée ou évitée, selon qu'elle est perçue positivement ou négativement par le consommateur. Un bénéfice est une conséquence jugée positive (Gutman, 1982). Certains auteurs qualifient de risque une conséquence négative (Zanoli & Naspetti, 2002), d'autres parlent de coût (Baker et al., 2004). Dans le cas du biologique, un exemple de conséquence négative est l'impact sur le budget familial des aliments biologiques, conséquence liée à l'attribut « onéreux » (Zanoli & Naspetti, 2002).

Les conséquences sont d'ordre physiologique, psychologique ou sociologique (Gutman, 1982). Elles peuvent être immédiates ou éloignées dans le temps. Les conséquences peuvent être directes ou indirectes. Les conséquences fonctionnelles sont directement liées à la consommation du produit (Valette-Florence, 1994), elles sont le résultat tangible de sa consommation (Darpy, 2012). Parmi les conséquences fonctionnelles invoquées dans le cas de l'alimentation biologique, la saveur des aliments est invoquée et le fait de manger sainement (Sirieix et al., 2006).

Les conséquences psychosociologiques sont les conséquences indirectes (Valette-Florence, 1994). Il peut s'agir de la réaction des autres à notre comportement de consommation, ou de conséquences des conséquences directes (Gutman, 1982). Par exemple, le caractère onéreux des aliments biologiques peut conduire à être perçu en tant que consommateur comme élitiste ou « snob » (Zanoli & Naspetti, 2002).

Comme les attributs, les conséquences n'ont pas de qualité intrinsèque, et dépendent des valeurs du consommateur : ce sont elles qui donnent leur valence aux conséquences (Gutman, 1982). Le système de valeurs d'un individu étant hiérarchisé, les conséquences menant aux valeurs les plus importantes pour l'individu sont préférées à celles menant à des valeurs moins importantes (Gutman, 1982). Les conséquences sont donc évaluées et hiérarchisées à l'aune des valeurs.

1.3. Les valeurs

Dans le modèle des chaînages cognitifs, les valeurs orientent le consommateur dans ses choix de consommation. Gutman (1982) intègre dans le modèle la notion de valeur développée par Rokeach (1973) en psychologie sociale. Une valeur est une « croyance durable selon laquelle un mode de comportement ou un but de l'existence est personnellement ou socialement préférable à un mode de comportement ou un but de l'existence contraire ou opposé » (Rokeach, 1973, p. 5, traduction libre). Rokeach distingue les valeurs instrumentales, qui font référence à un mode de comportement, des valeurs terminales, faisant référence à un but de l'existence. Dans le cas des aliments biologiques, la valeur santé est la valeur terminale la plus souvent invoquée. Le respect pour la nature est un autre exemple de valeur terminale (Sirieix et al., 2006), tandis que « protection de l'environnement » est considéré comme une valeur instrumentale (Sirieix et al., 2006). Une autre valeur terminale est le plaisir, tandis qu'une valeur instrumentale liée est « nourriture comme plaisir » (Sirieix et al., 2006).

1.4. Pertinence du modèle

Le modèle des chaînages cognitifs semble adapté à la présente recherche pour plusieurs raisons. Premièrement, il inclut aussi bien des éléments concrets (les attributs) que des éléments abstraits (les valeurs). Or, nous avons vu dans la revue de littérature présentée précédemment que le caractère biologique d'un produit peut « entrer en relation » avec des considérations à différents niveaux d'abstraction : à un niveau pragmatique, avec la question du goût, de l'apparence ou du prix, mais aussi à des niveaux plus abstraits, avec la question de la santé ou de la protection de l'environnement. Bien que le rôle des valeurs soit une assomption fondamentale du modèle, celui-ci ne s'y réduit pas, et peut faire émerger des différences entre les consommateurs à tous les niveaux du chaînage.

Le modèle permet non seulement d'examiner les différences dans les attributs perçus comme pertinents d'un consommateur à l'autre, mais aussi d'étudier comment ces différences s'articulent aux conséquences et valeurs personnelles (Nielsen et al., 1998). Un tel modèle ne permet donc pas seulement de découvrir les valeurs recherchées au travers d'attributs, mais aussi de découvrir la richesse des articulations faites par les consommateurs entre les différents niveaux du processus de décision. La formation des liens à différents

niveaux d'abstraction est de toute première importance : l'intérêt du modèle réside moins dans sa capacité à découvrir les valeurs terminales recherchées par les consommateurs que dans celle à découvrir les chemins qui y mènent. Les *liens* faits entre les différents niveaux par les consommateurs sont plus importants que le contenu même de ces niveaux (Reynolds & Gutman, 1988). Le modèle des chaînages cognitifs a ainsi permis de faire émerger les perceptions des répondants à propos d'un sujet, comme les perceptions associées à différentes huiles alimentaires (Nielsen et al., 1998), les perceptions associées à la nourriture locale et à la nourriture biologique (Roininen, Arvola, & Lähteenmäki, 2006), les perceptions des risques alimentaires (Miles & Frewer, 2001) et les perceptions de différents aliments fonctionnels (aliments enrichis en nutriments procurant un avantage santé) (Urala & Lähteenmäki, 2003).

Par ailleurs, c'est un modèle qui a déjà largement été utilisé dans le champ des choix alimentaires (Le Page, Cox, Georgie Russell, & Leppard, 2005), car il permet de faire réfléchir les consommateurs aux motifs de leurs achats quotidiens (Grunert & Grunert, 1995) et d'explicitier les aspects qui ne sont pas forcément conscients de leurs choix alimentaires (Costa, Dekker, & Jongen, 2004). Enfin, le modèle des chaînages cognitifs aide à rendre compte des conflits intérieurs auxquels les consommateurs peuvent avoir à faire face dans les choix alimentaires (Costa et al., 2007).

2. Méthodologie

2.1. Les techniques d'entretien

L'objectif du modèle est d'amener le consommateur à verbaliser les différentes étapes de son processus de décision et à le faire réfléchir sur ses motivations profondes. Afin d'y parvenir, la technique utilisée est celle de l'entretien par échelon (*laddering*), initialement développée par Gutman (1982). L'entretien en échelon repose sur le principe d'interrogations suivies (*probes*), exemplifiées par la question « pourquoi cela est-il important pour vous ? » (Reynolds & Gutman, 1988). En répétant cette interrogation à chaque fois que le répondant fait part d'un nouvel élément, l'intervieweur cherche à découvrir les liens que fait le consommateur entre les attributs d'un produit et ses valeurs personnelles (Reynolds & Gutman, 1988). Chaque nouvel élément exprimé par le répondant devient ainsi l'élément de la question suivante posée par le chercheur, comme illustré dans l'exemple suivant, extrait de Reynolds et Gutman (1988) :

« Intervieweur : « Vous avez dit qu'il était plus probable que vous buviez une boisson rafraichissante à base de vin lors d'une fête avec des amis, pourquoi cela ? »

Répondant : « Et bien, ces boissons contiennent moins d'alcool que les cocktails, et comme elles sont plus rassasiantes, j'ai tendance à en boire moins et à les boire plus lentement. »

Intervieweur : « Quel est l'avantage de consommer moins d'alcool lorsque vous êtes avec des amis ? »

(...)

Répondant : « Quand je suis à une fête, j'aime socialiser, parler à mes amis, m'en faire de nouveaux. Si je suis soûl, j'ai peur d'être ridicule et que les gens ne m'invitent plus. C'est important pour moi de faire partie d'un groupe. »

À partir de ce socle commun, plusieurs techniques d'entretien ont été développées pour amener les répondants à évoquer les attributs importants pour eux.

L'entretien souple en échelon

La technique d'entretien originelle est celle de l'entretien souple en échelon (*soft laddering*), développée par Reynolds et Gutman (1988). Elle consiste, lors d'entretiens semi-directifs en profondeur, à amener les répondants à mentionner d'eux-mêmes les attributs, conséquences et valeurs qu'ils recherchent à travers un produit. Comme dans un entretien qualitatif classique, l'objectif est de restreindre le moins possible les paroles du répondant. Cette technique présente donc l'avantage d'apporter des données riches et nombreuses, mais dont le traitement est plus lourd.

L'entretien rigide en échelon

La technique de l'entretien rigide en échelon (*hard laddering*) utilise une liste d'attributs élaborée en amont de l'entretien. Les listes d'attributs sont établies à partir d'entretiens préalables avec d'autres consommateurs (Baker et al., 2004), des entrevues de groupe, ou à partir d'une revue de littérature (Fotopoulos et al., 2003). Le répondant se voit proposer cette liste, et doit indiquer les attributs qui sont déterminants dans sa décision d'achat parmi ceux proposés (Valette-Florence, 1994). Pour chaque attribut choisi, le répondant se voit ensuite demander pourquoi cet élément est important pour lui. Cette question est répétée pour chaque nouvelle réponse. Contrairement à l'approche souple, l'entretien rigide en échelon force le répondant à exprimer un chaînage cognitif à la fois.

Cette approche présente l'intérêt de réduire les coûts de la recherche (Zanoli & Naspetti, 2002). Elle permet aussi de raccourcir le temps de l'entretien et de concentrer celui-ci directement sur les chaînages cognitifs du répondant, réduisant ainsi la fatigue de ce dernier, qui peut entraîner des réponses plus courtes, et donc des données moins riches (Fotopoulos et al., 2003; Padel & Foster, 2005). Même si on utilise la technique de l'entretien rigide en échelon, on peut introduire un peu de souplesse et permettre aux répondants d'ajouter leurs propres attributs s'ils ne sont pas proposés lors de l'entretien, ce qui permet de minimiser les biais possibles présents dans la liste préétablie (Baker et al., 2004).

Choix de la technique

Bien que la consommation d'aliments biologiques ait été l'objet de nombreuses recherches, la question des arbitrages entre aliment biologique et aliment conventionnel n'a pas encore été abordée de front. La nature de la présente recherche est donc exploratoire. La technique de l'entretien souple en échelon semble la plus indiquée pour ce type de recherche, car elle permet d'obtenir plus de détails de la part des répondants (Costa et al., 2007; Russell et al., 2004). Par ailleurs, la recension des écrits suggère la possibilité de réponses très variées entre les répondants concernant l'articulation entre le caractère biologique d'un produit et ses attributs. Il serait dommageable de restreindre la parole des répondants alors que la richesse des articulations est un élément même de l'analyse qui suivra.

2.2. Limites de la méthodologie

On peut espérer faire ressortir des différences dans les éléments recherchés par un consommateur selon que le produit est biologique ou non grâce à la technique de l'entretien souple en échelon. Néanmoins, il est possible que la technique soit imparfaite pour explorer les arbitrages et hésitations du consommateur, du fait de la stricte structure d'interrogation qu'elle impose. Dans ce cas, l'entretien sera mené de manière plus libre, sans se focaliser sur l'émergence d'une chaîne cognitive. Une attention particulière sera portée aux éléments esquissés dans la revue de littérature qui semblent avoir un rôle dans la prise de décision des

consommateurs. Les verbatim recueillis feront par la suite l'objet d'une analyse de contenu. La présente recherche étant de nature qualitative, ses résultats ne permettront pas de quelconque généralisation à une population. Similairement, aucune quantification ne pourra être dérivée des résultats.

Bien que majoritaires, et alors que les nombreuses études portant sur les consommateurs d'aliments biologiques les intègrent de facto, les consommateurs intermittents d'aliments biologiques restent mal connus. Particulièrement, la combinaison de la consommation alimentaire conventionnelle et de la consommation alimentaire biologique chez un même consommateur a été très peu étudiée, alors même que les deux types de consommation entretiennent des liens étroits. En prenant en compte cette dimension et en reconstituant les processus de choix de ces consommateurs lors d'entretiens qualitatifs de type exploratoire, la présente recherche ambitionne de réconcilier ces deux dimensions des consommateurs, afin de participer à une compréhension de la place et du statut du biologique dans la consommation alimentaire, et de leurs conséquences dans les habitudes d'achat des consommateurs.

3. Recueil des données

3.1. Échantillonnage

Compte tenu de la nature exploratoire de la recherche et de l'incertitude portant sur le profil sociodémographique des consommateurs d'aliments biologiques, a fortiori des consommateurs intermittents, la recherche ne vise pas la représentativité d'une quelconque population. Un échantillonnage de convenance (*purposive sampling*) a été préféré. L'échantillonnage de convenance consiste à sélectionner sciemment des répondants qui présentent les caractéristiques recherchées (Silverman, 2013). En l'occurrence, nous avons recruté des consommateurs intermittents d'aliments biologiques. Cependant, la définition même de cette population doit faire l'objet d'une réflexion critique et non pas consister en une sélection qui s'auto-justifierait (Silverman, 2013). Dans le cas de la consommation intermittente, aucune définition ne fait consensus à l'heure actuelle, compte tenu de la rareté des recherches spécifiquement consacrées à cet aspect de la consommation d'aliments biologiques. Nous avons donc proposé d'inclure tout consommateur dont le régime alimentaire contient en partie, mais pas en totalité, des aliments biologiques. De plus, nous proposons d'ajouter comme critère de sélection la consommation régulière d'œufs biologiques. Par régulière, nous entendons qu'environ la moitié des œufs achetés par le répondant devra être biologique. Nous avons préféré ne pas nous restreindre aux consommateurs exclusifs d'œufs biologiques afin justement de pouvoir explorer les variations de comportement d'un même consommateur pour un même produit en fonction de facteurs encore mal identifiés. Le fait de spécifier un aliment permet de restreindre la population d'intérêt, et de s'assurer qu'il s'agit d'un choix de consommation conscient, et non lié au hasard. Le choix des œufs, bien qu'il relève de considérations pratiques liées au financement partiel de l'étude, est aussi pertinent compte tenu de

la versatilité du produit. Les œufs sont en effet consommés après des temps et modes de cuisson très variables (cuisson avec ou sans la coquille, à l'eau, au four ou à la poêle, absence de cuisson ou cuisson jusqu'à obtenir un œuf dur), peuvent être un aliment central du repas (omelette, œuf à la coque) ou incorporés dans des préparations (gâteaux, sauce mayonnaise...). Un même consommateur pourrait donc choisir des œufs biologiques ou conventionnels selon les circonstances de consommation, comme cela a été le cas dans l'étude de Lamine (2008). Enfin les répondants devaient être responsables ou co-responsables des achats alimentaires dans leur foyer.

Quant au nombre de répondants souhaité, l'objectif était d'atteindre une saturation des données. On constate une grande variation dans le nombre de répondants dans les recherches ayant utilisé le même modèle pour étudier les consommateurs d'aliments biologiques, de 24 répondants dans l'étude de Baker et al. (2004) à 127 dans celle de Lind (2007). Considérant les études précédentes et les ressources dont nous disposions, entre 20 et 25 répondants étaient visés.

3.2. Pré-tests et adaptation du guide d'entretien

Quatre entretiens ont été réalisés en amont du recrutement à titre de pré-test. L'objectif était de vérifier si les questions du guide d'entretien étaient bien comprises, si le vocabulaire et l'enchaînement étaient adaptés aux répondants, et d'y apporter des modifications, si nécessaire. Les participants au pré-test ont été recrutés au sein du réseau personnel de la chercheuse. Chacun de ces entretiens a été enregistré et des notes ont été prises, mais aucune retranscription intégrale n'a été faite. Après réécoute des entretiens et discussions avec la directrice de la recherche, plusieurs modifications ont été introduites. Le changement le plus significatif a consisté à proposer aux répondants de compléter un tableau de trois colonnes, des aliments qu'ils achetaient toujours ou presque, parfois, ou jamais ou presque, dans leur version biologique. L'introduction d'un tel tableau a été décidée à la suite de son utilisation par une des répondantes ayant participé au pré-test. Celle-ci exprimait de manière particulièrement claire ses choix, et attribuait cette aisance à la réalisation du tableau qui lui avait permis de réfléchir à ses habitudes de consommation. De plus, le tableau a servi de support et de cadre à l'entretien, permettant de passer en revue les aliments recensés par la répondante l'un après l'autre. Par conséquent, il a été décidé d'envoyer un modèle de tableau à chaque participant ayant manifesté un intérêt pour la recherche lors du processus de recrutement. Les autres modifications ont consisté en la reformulation de certaines questions du guide d'entretien (Annexe II). Ces entretiens n'ont pas été inclus dans les données analysées, du fait qu'il s'agissait de répondants français résidant en France.

3.3. Recrutement

Le recrutement des participants a été effectué par le biais d'un courriel de recrutement envoyé à l'intégralité des personnes inscrites à la liste d'envoi de l'Institut de la nutrition et des Aliments Fonctionnels (INAF), un institut de recherche de l'Université Laval. L'inscription à la liste d'envoi de l'INAF est ouverte à tous et non seulement des personnes de l'Université Laval. Ce courriel de recrutement a été envoyé le lundi 17 août 2015. Les personnes intéressées étaient invitées à contacter la chercheuse par courriel. Les 38 personnes qui se sont manifestées ont ensuite été recontactées directement pour convenir d'un entretien (voir annexe I). Parmi elles, 12 n'ont pas donné suite. Deux autres personnes ne répondaient pas aux critères de sélection du fait de leur consommation quasi exclusive d'aliments biologiques et n'ont par conséquent pas été retenus.

Les entretiens se sont déroulés entre la mi-août et la mi-octobre 2016, soit sur une période de deux mois. Un total de 24 entretiens a été réalisé, après quoi le point de saturation a été jugé atteint. Douze entrevues ont eu lieu au domicile des répondants, et dix dans un bureau mis à disposition dans un pavillon de l'Université Laval. Un entretien s'est déroulé au bureau du répondant, sur le campus de l'Université Laval. Un seul entretien s'est déroulé dans un lieu public, un café, à la demande du répondant.

3.4. Profil des répondants

Le groupe de répondants est composé de 19 femmes et de 5 hommes âgés entre 25 et 69 ans. Tous ont au moins un diplôme d'étude secondaire ou l'équivalent. Le tableau 1 présente leurs caractéristiques.

Tableau 1 : Profil des répondants

<i>Caractéristiques</i>	<i>n</i>
<i>Genre</i>	
Féminin	19
Masculin	5
<i>Âge</i>	
18-25	1
26-35	4
36-45	6
46-55	4
56-65	6
66 et plus	3
<i>Niveau d'éducation</i>	
Aucun diplôme, certificat ou grade	0
Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent	2
Certificat ou diplôme d'apprenti ou d'une école de métiers	0
Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un autre établissement d'enseignement non universitaire	6
Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat	1
Baccalauréat	7
Certificat, diplôme ou grade universitaire supérieur au baccalauréat	11
<i>Revenu</i>	
Jusqu'à 14 999\$	3
15 000\$ à 29 999\$	4
30 000\$ à 59 999\$	10
60 000\$ à 79 999\$	1
80 000\$ à 99 999\$	1
100 000\$ et plus	3
Ne souhaite pas répondre	2
<i>Nationalité</i>	
Québécoise	21
Française	3

La recherche qualitative ne visant pas la généralisation des résultats à une population autre que celle des individus ayant participé à la recherche (Corbin & Strauss, 2008; Maxwell, 1999), la méthode d'échantillonnage ne visait pas la représentativité d'une quelconque population. Par conséquent, aucun critère sociodémographique n'était appliqué lors du recrutement.

4. Analyse des données

4.1. Positionnement théorique

L'analyse des entrevues s'inscrit dans le paradigme interprétatif qui s'attache au sens que les acteurs donnent à leurs comportements, en fonction de leur compréhension du monde qui les entoure. Ce paradigme postule qu'un comportement identique peut revêtir des significations différentes pour les différents acteurs qui le manifestent (Lessard-Hébert, Boutin, & Goyette, 1997). En ce sens, le propos de cette recherche n'est pas d'identifier les critères garantis par la certification biologique qui attirent les répondants, mais de voir comment leur propre compréhension du biologique les conduit à considérer ou non l'achat d'un aliment dans sa version biologique. Alternativement, la question n'est pas de déceler d'éventuelles méconnaissances ou incompréhensions des répondants par rapport à des critères objectifs, comme un cahier des charges, mais d'analyser comment des méconnaissances ou incompréhensions perçues par les répondants eux-mêmes jouent un rôle dans leur décision d'opter ou non pour l'option biologique.

4.2. Transcription des données

Avant de pouvoir procéder à l'analyse des données, la transcription de chaque entretien est indispensable pour permettre au chercheur de naviguer plus aisément dans la masse des données recueillies. Chaque entretien a été retranscrit dans son intégralité. La retranscription d'enregistrements audio est une tâche fastidieuse et chronophage, étant admis que chaque heure d'enregistrement prend minimalement quatre heures de transcription. Les retranscriptions ont été faites par l'auteure de la recherche. Les cinq premiers entretiens ont été retranscrits à l'aide du logiciel *Express Scribe*, qui permet de ralentir le débit de l'enregistrement afin de faciliter la transcription. Le logiciel de reconnaissance vocale *Dragon Dictate* a été utilisé pour les entretiens suivants. Concrètement, la procédure consistait à répéter à voix haute l'enregistrement de l'entretien qui était alors retranscrit directement par *Dragon Dictate* sur le logiciel de traitement de texte Microsoft Word.

4.3. Codage et analyse des données

Codage et analyse des données sont étroitement imbriqués, voire indissociables, l'un nourrissant l'autre (Huberman & Miles, 1991), raison pour laquelle ils sont présentés ici conjointement.

Les transcriptions d'entretiens ont été importées sur le logiciel d'analyse qualitative NVivo pour procéder au codage. La méthodologie développée par Reynolds et Gutman (1988) fournit des indications claires et directes pour guider le chercheur dans le processus de codage des données. La première étape consiste à regrouper les éléments de réponses comparables des différents répondants sous un même code, la seconde à rattacher ces codes à une des trois catégories du modèle (attributs, conséquences, valeurs). La première étape, que l'on peut rapprocher d'une étape de condensation des données typique de toute recherche qualitative (Huberman & Miles, 1991), est en réalité double. Elle consiste à déterminer les éléments de réponses des répondants qui peuvent être regroupés sous un même code d'une part, et à identifier les tendances émergentes (*patterns*) à considérer comme des codes de l'autre, selon un processus itératif (Reynolds, Dethloff, & Westberg, 2001).

La seconde étape a été plus problématique. Il était attendu que chacun des codes puisse être rattaché à une des trois catégories du modèle. Or, il est apparu que les répondants portaient plutôt d'une préoccupation générale qui les animait à propos d'un aliment ou d'une catégorie d'aliments, et associaient ensuite cette préoccupation au biologique qui venait (ou non) y répondre. Ces préoccupations générales évoquées par les répondants pouvaient appartenir à chacun de trois niveaux du modèle des chaînages cognitifs. Par exemple, la préoccupation première d'un répondant pouvait être le goût d'un aliment, considéré comme un attribut dans le modèle des chaînages cognitifs, mais elle pouvait aussi être le bien-être animal, considéré comme une valeur. Reconstruire la réflexion des répondants selon les niveaux du modèle des chaînages cognitifs semblait trop artificiel et pas assez fidèle au processus de décision des participants, dont l'exploration était un des principaux objectifs de la recherche. Par conséquent, il a été décidé d'adapter le modèle en présentant des chaînages rendant compte de ce qui pose problème aux répondants dans l'offre non biologique. Cette approche reprend la progression en niveaux d'abstraction (attribut – conséquence – valeur) qui est le fondement du modèle des chaînages cognitifs, mais l'adapte en faisant émerger la contradiction perçue par les répondants entre une offre non biologique et leurs valeurs. L'impossibilité de produire des chaînages cognitifs à l'issue de l'analyse des données et la nécessité d'adapter le modèle s'est déjà produit dans une autre recherche (Miles & Frewer, 2001). Il est possible que cela soit lié au type d'entretien conduit (entretien souple plutôt qu'entretien rigide), les répondants étant plus libres de leurs réponses dans le cadre de l'entretien souple, et n'étant pas amenés à exprimer un chaînage cognitif à la fois, contrairement à l'entretien rigide en échelon (Costa et al., 2004). Nous ne pouvons cependant exclure que cela soit dû à l'inexpérience de l'auteure de l'étude, tant au niveau de la conduite des entretiens que de l'analyse des données. De plus,

des pans entiers de la réflexion des répondants n'appartenaient à aucun des trois niveaux du modèle des chaînages cognitifs, et n'auraient pu être inclus dans l'analyse dans le cadre d'une stricte application du modèle des chaînages cognitifs. C'est notamment le cas des stratégies mises en œuvre par les répondants pour gérer l'absence d'offre biologique (chapitre 4, paragraphe 3.2). Bien que la recherche qualitative ne se caractérise pas par une quête d'exhaustivité, ces éléments « libres » permettaient d'enrichir la compréhension des décisions des répondants, alimentant ainsi le processus de théorisation auquel tend la démarche qualitative. Il a donc été décidé d'inclure ces éléments dans une approche d'analyse par théorisation ancrée, par laquelle le chercheur infère ses hypothèses à partir de l'analyse des données (Silverman, 2013).

4.4. La validité en recherche qualitative

Contrairement à la recherche quantitative, il n'existe pas dans la recherche qualitative de normes ou de formules à appliquer pour s'assurer de la validité des résultats présentés (Huberman & Miles, 1991). Le chercheur doit avant tout convaincre de la crédibilité de ses analyses, ce qui passe par la présentation des méthodes mises en œuvre pour appuyer son interprétation, nécessairement subjective, des données (Patton, 2002).

Parmi ces méthodes, la recherche de cas ou d'exemples atypiques ou négatifs, c'est-à-dire allant contre les conclusions établies est recommandée (Huberman & Miles, 1991; Maxwell, 1999; Patton, 2002). L'objectif n'est pas d'en trouver coûte que coûte, mais faire l'effort de les chercher permet au chercheur de se protéger du biais conduisant à surestimer l'importance d'un élément déjà identifié, et à ne pas voir les éléments qui lui seraient contraires (Huberman & Miles, 1991). Cela a pu nous conduire, par exemple, à rejeter des conclusions qui semblaient pourtant s'imposer lors de la conduite des entretiens, tant le même critère laissait l'impression d'être sans cesse évoqué par différents répondants. À titre d'exemple, une analyse rigoureuse des entretiens nous a permis de déceler que la fréquence de consommation d'un aliment était effectivement un critère important, mais qu'il orientait la décision tantôt en faveur de l'achat de produits biologiques et tantôt en défaveur, et non systématiquement en faveur, ce que la chercheuse pensait avoir vu émerger comme critère, à tort.

Chapitre 4. Résultats et discussion

Ce chapitre présente les résultats obtenus à partir de l'analyse des 24 entretiens menés. Les résultats sont directement discutés au fur et à mesure de leur présentation, pour une plus grande fluidité et une compréhension plus facile de l'analyse.

1. Pourquoi manger biologique ?

1.1. L'option biologique comme réponse à une insatisfaction vis-à-vis de l'offre non biologique

Résultats

Interrogés sur les raisons qui les amènent à consommer des aliments biologiques, les répondants expliquent le plus souvent leur décision comme une solution à un ou des problèmes identifiés dans l'offre non biologique : les résidus chimiques contenus dans les aliments non biologiques, le goût insatisfaisant de ceux-ci, et les conséquences des modes de production non biologiques sur les acteurs de la chaîne alimentaire. Ces problèmes entrent en contradiction avec une ou plusieurs valeurs auxquelles les répondants attachent de l'importance, suscitant un malaise chez ces derniers. Ces valeurs avec lesquelles l'offre non biologique entrent en contradiction selon les répondants sont les suivantes : mener une vie saine, profiter des plaisirs de la vie, et protéger le bien-être de tous les êtres vivants. Se tourner vers l'option biologique constitue alors une réponse à cette tension. L'offre non biologique constitue ainsi le point de départ de leur réflexion.

La santé

Selon les répondants, le problème dominant porte sur les résidus chimiques que les aliments non biologiques sont susceptibles de contenir, et qui pourraient nuire à la santé. Par dominant, il faut entendre la récurrence avec laquelle le sujet est abordé par les répondants, aussi bien que le rôle prépondérant qu'ils lui attribuent dans leurs prises de décision. Ici, la notion de résidus chimiques est laissée large à dessein : elle inclut tant les pesticides que les antibiotiques, en passant par les hormones et les cires appliquées sur les fruits après récolte, voire les additifs alimentaires utilisés dans les produits transformés. La décision de regrouper ces différents intrants sous un même vocable tient à l'usage que les répondants font eux-mêmes de ces termes. D'une part, ils sont souvent accolés, associés entre eux par les répondants, laissant deviner leur appartenance à une catégorie commune, et leur relative équivalence. De l'autre, ces termes sont généralement reconnus comme mal compris par les répondants eux-mêmes, qui y voient plus l'illustration d'un problème général que des substances spécifiques aux propriétés particulières.

« Ma décision est souvent en lien avec ce que j'appelle « cochonneries », vous comprenez... Tout ce qui est additifs alimentaires, colorants, beaucoup de gras ou de sucre ou de sel... » (Julie, 51 ans).

Les résidus chimiques sont perçus par les répondants comme des ajouts artificiels qui s'introduisent dans l'aliment et y demeurent. Ces éléments intrus provoquent leur méfiance, principalement en ce qui concerne l'impact de leur ingestion sur leur santé. Bien que les répondants ne soient pas nécessairement catégoriques sur la nocivité de ces éléments, ils estiment qu'à défaut de conclusions certaines sur leur innocuité pour la santé humaine, il est plus sage de s'abstenir de les consommer pour conserver sa santé.

« Je me disais qu'il y a tellement de choses que je mets dans mon corps dont on ne sait pas ce que c'est... Peut-être que c'est bon mais je ne sais pas. (...) Peut-être que dans 5, 10, 15 ans, tous les ingrédients que je suis pas capable de lire aujourd'hui, ils seront bons, j'en doute mais peut-être. Mais pour l'instant je veux dire, moins de choses rajoutées, je pense que c'est mieux. » (Romain, 45 ans)

« Ce sont des produits extrêmement dangereux pour l'organisme humain, à plus ou moins long terme. Des tumeurs, des mutations, des choses comme ça, des mutations de cellules des choses comme ça. Donc, bon je me dis, tant que je peux éviter, m'offrir une vie un tant soit peu saine, ben voilà, [...] pour moi le choix est tout de suite fait, il y a pas de problème. » (Maha, 60 ans)

Dans cette perspective, la présence de résidus chimiques est alors incompatible avec la valeur de « vie saine » recherchée par les répondants. Le recours à l'offre biologique permet selon ces derniers de se prémunir des effets néfastes de l'ingestion de ces résidus, et donc de protéger leur santé. La réflexion se fait sur le long terme : les effets négatifs de ces résidus ne s'observent pas au jour le jour, mais pourraient avoir des conséquences dans l'avenir. Il s'agit donc pour les répondants de protéger leur santé en amont, pour éviter de futurs problèmes de santé, bien plus que pour résoudre des ennuis de santé déjà existants. La temporalité évoquée par les répondants soulève la notion d'accumulation et de seuil, déjà soulignée dans les travaux de Lamine (2008). En effet, l'idée selon laquelle les différents résidus s'accumulent dans l'organisme (plutôt que d'être éliminés au fur et à mesure) est très présente chez les répondants et contribue pour une grande part à leur méfiance.

« Si on mange plein de fruits blindés de pesticides, dans notre sang il va y avoir des vitamines, mais il va surtout y avoir des pesticides. » (Elena, 35 ans)

« En fait, je dis qu'on ne sait pas trop exactement ce que ça fait. Combien de temps ça reste dans l'organisme non plus, c'est des choses qui sont relativement nouvelles, puis... C'est l'effet cumulatif de ça, tu ne connais pas, peut-être que sur le coup ça ne pose aucun problème, mais que toutes les histoires de cancers qu'on sait pas trop, les maladies neurodégénératives... » (Léa, 42 ans)

Ainsi, la réflexion des répondants pourrait être schématisée comme suit :

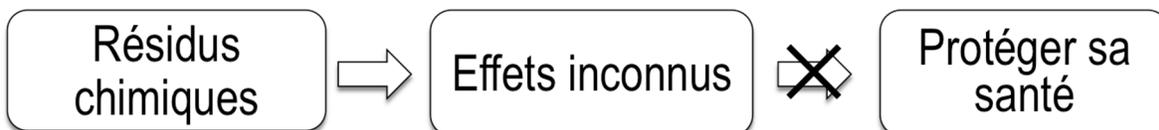


Figure 3 : Illustration du cheminement vers l'option biologique à partir du problème des résidus chimiques

Le goût insatisfaisant

Un autre problème invoqué par les répondants avec l'offre non biologique est celui du goût insatisfaisant des aliments non biologiques. C'est l'absence de goût qui est surtout reprochée aux aliments non biologiques plutôt qu'un goût différent ou mauvais. L'option biologique est alors perçue comme une tentative pour trouver un goût satisfaisant, parfois teinté d'une nostalgie pour le goût des aliments consommés dans l'enfance ou à une époque révolue, durant laquelle les aliments avaient un « vrai goût ». L'objectif premier est alors de (re)trouver le plaisir de s'alimenter, au-delà de la nécessité physiologique, se rattachant alors au domaine à la valeur de l'hédonisme selon la classification de Schwartz (2006).

« Pour les fruits et légumes, je dirais qu'il y a eu une question de goût. De pas du tout retrouver le goût... de pas trouver de goût du tout, en fait. Je dis pas que le bio a toujours du goût parce qu'il se trouve que c'est pas toujours le cas, mais c'est quand même plus souvent le cas que ça a du goût. » (Elena, 35 ans)

« Il est certain qu'un produit bio a beaucoup plus de goût, habituellement en tout cas, qu'un produit qui est pas bio. » (Maud, 64 ans)

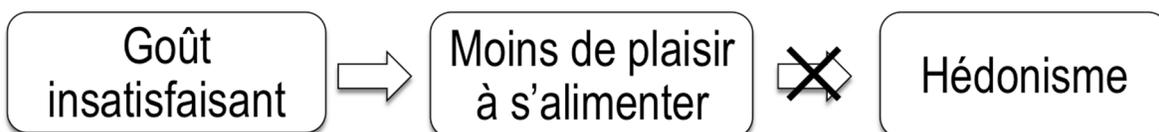


Figure 4 : Illustration du cheminement vers l'option biologique à partir du problème du goût

L'importance du goût dans les choix des répondants est cependant à nuancer. En effet, bien qu'ils abordent d'eux-mêmes la question lors de l'entrevue, les répondants mettent souvent tout de suite en doute leurs propres perceptions du goût supérieur des aliments biologiques, comme les citations précédentes le montrent bien. D'une part, le goût supérieur du biologique est souvent d'emblée mis en doute par les répondants qui y voient plus un pari qu'une certitude. Autrement dit, dans l'esprit des répondants, les aliments biologiques n'ont pas nécessairement meilleur goût, mais cela est tout de même probable. De l'autre, même quand cette supériorité est invoquée, ils modèrent le rôle du goût dans leur décision ; à de rares exceptions près, le meilleur goût perçu des aliments biologiques n'est pas le principal déclencheur de l'achat, mais plutôt un bénéfice secondaire. De nombreux répondants expliquent ainsi que le goût n'est pas leur préoccupation

première dans le fait de se tourner vers le biologique, et ne pas constater de différence de goût n'est pas un frein à l'achat d'aliments biologiques.

Le goût est également la préoccupation pour laquelle les différences d'un aliment à l'autre pour un même répondant sont les plus importantes. Les fruits, les légumes et la viande sont particulièrement concernés, au point pour certains répondants d'avoir un goût incomparable à celui de leurs équivalents non biologiques. À l'inverse, les œufs biologiques sont le plus souvent perçus comme ayant un goût similaire aux œufs non biologiques.

L'impact du mode de production non biologique sur les autres acteurs de la chaîne alimentaire

Un troisième problème qui se dégage des entretiens porte sur l'impact de la production non biologique chez les acteurs de cette production : animaux, environnement, producteurs.

Ainsi, les conditions de vie des animaux dans les élevages non biologiques préoccupent les répondants. Le manque d'espace, les entraves au mouvement, l'absence d'accès au plein air, que les répondants associent à l'élevage non biologique, sont des éléments qui les mettent mal à l'aise en ce qu'ils engendrent de la souffrance chez les animaux. Cette souffrance est généralement perçue comme sans effet sur l'aliment issu de l'animal en tant que tel, c'est-à-dire qu'elle n'impacte pas, pour la majorité des répondants, le goût ou la qualité générale du produit. Leur préoccupation pour le bien-être animal n'est pas liée à une recherche de leur intérêt propre, mais répond plutôt à la valeur de respect des autres êtres vivants, rattachée au domaine de l'universalisme tel qu'identifié par Schwartz (2006), c'est-à-dire à la recherche du bien-être et de l'intérêt de tous.

« Et puis après il y a toute la férocité vis à vis de l'animal, c'est insupportable. Donc voilà, c'est ma façon à moi de contribuer et pour moi et pour ces pauvres animaux qui n'ont pas tellement le choix, qui sont élevés en batterie, et où ça devient un scandale de plus en plus innommable par rapport à ces êtres vivants, ... c'est pas des humains mais ce sont des êtres vivants. » (Maha, 60 ans)

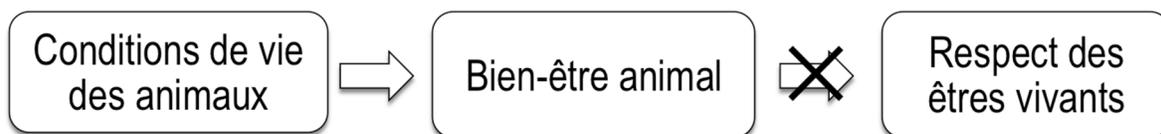


Figure 5 : Illustration du cheminement vers l'option biologique à partir du problème des conditions de vie des animaux

Le deuxième maillon de la chaîne alimentaire mis à mal par la production non biologique est l'environnement. Les différents résidus chimiques utilisés, s'ils s'intègrent à l'aliment lors de sa production, se répandent aussi, selon les répondants, dans les sols et les cours d'eau, souillant la nature et engendrant de la pollution. Cette



contamination par les résidus chimiques entre alors en contradiction avec la protection de l'environnement, qui, selon la classification de Schwartz (2006) se rattache au domaine de l'universalisme.

« Tu vois que c'est comme une grosse production de masse qui va libérer beaucoup de polluants, qu'on pense que non, ça a pas beaucoup d'impact, mais ça se ramasse dans les cours d'eau, ça se ramasse un peu partout. Ça reste pas là où on pense que ça devrait rester. Ça va courir plus loin que juste le champ de maïs par exemple » (Léa, 42 ans)



Figure 6 : Illustration du cheminement vers le biologique à partir du problème de l'utilisation de produits chimiques dans l'agriculture conventionnelle

Néanmoins, ce problème de contamination de l'environnement est beaucoup moins fréquemment invoqué par les répondants. Il semble guider leur choix en faveur du biologique de manière beaucoup plus marginale que le problème lié à la santé. Par ailleurs, contrairement à la santé, il est très peu associé à des aliments spécifiques. Ainsi, la pollution engendrée par la culture de tel ou tel aliment entre très rarement dans le processus de choix des répondants, intervenant plus comme une préoccupation générale que comme un critère spécifique.

Le troisième groupe d'acteurs identifié par les répondants est les producteurs. Étant les manipulateurs de ces produits, ceux-ci sont vus comme étant particulièrement exposés aux dangers des produits chimiques utilisés dans les cultures non biologiques. Ils semblent largement perçus comme victimes et non pas comme responsables de l'utilisation des produits chimiques en agriculture. Dans le cas des cultures exotiques ayant lieu dans des pays du Sud, cette impression est encore plus forte, les travailleurs étant perçus comme à la merci des grands propriétaires terriens ou des grandes entreprises du Nord, lesquels sont plus préoccupés par leurs profits que par les conditions de travail de leurs employés. Opter pour le biologique s'inscrit alors pour les répondants dans un souci de respect des autres êtres humains, et marque leur refus de consommer des produits pour lesquels d'autres ont sacrifié leur santé.

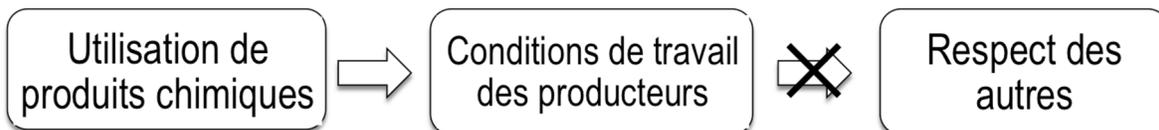


Figure 7 : Illustration du cheminement en faveur de l'option biologique à partir du problème de l'usage de produits chimiques dans l'agriculture conventionnelle et leurs effets sur les producteurs

Discussion¹

Ces différentes préoccupations sont semblables au large consensus trouvé dans la littérature sur ce sujet. En premier lieu, les répondants de la présente étude invoquent la conservation de leur santé comme principale raison pour consommer biologique. L'association faite par les consommateurs entre biologique et produit sain ou sûr, et la prépondérance de la santé dans les raisons en faveur du biologique sont déjà bien établies dans la littérature (Baker et al., 2004; Gracia & de Magistris, 2008; Henryks, 2009; Hill & Lynchehaun, 2002; Hughner et al., 2007; Makatouni, 2001; Padel & Foster, 2005; Sirieix et al., 2011; Sirieix et al., 2006; Zanolli & Naspetti, 2002).

Le lien établi par les répondants entre résidus chimiques et santé est récurrent, et constitue la principale raison invoquée en faveur du biologique. La perception des aliments biologiques comme étant plus sains d'abord, car exempts de résidus chimiques, et non pas plus riches en nutriments, se retrouve également dans de nombreuses études à ce sujet (Henryks, 2009; Hoefkens et al., 2009; Lea & Worsley, 2005; Padel & Foster, 2005; Pellegrini & Farinello, 2009; Sirieix et al., 2006; Wier et al., 2008). Enfin, la notion d'accumulation et de seuil au-delà duquel les résidus chimiques deviennent nocifs a également été abordée par Lamine (2008). On retrouve dans la présente recherche l'idée que, pour les répondants, le problème réside moins dans l'ingestion de résidus chimiques en tant que telle que dans la récurrence de cette ingestion, qui conduit à une accumulation de ces résidus dans le corps.

Le goût comme raison jouant en faveur du choix pour le biologique a souvent été rapporté (Baker et al., 2004; Fearne, 2008; Kihlberg & Risvik, 2007; Lassen & Korzen, 2009; Lea & Worsley, 2005; McEachern & McClean, 2002; Radman, 2005). Cependant, comme les consommateurs intermittents interrogés par Lamine (2008) et Henryks (2009), les répondants de la présente étude font spontanément part de leurs doutes sur un éventuel goût supérieur des aliments biologiques. Contrairement à ces précédentes recherches, le fait d'interroger les participants sur des aliments particuliers a permis de faire ressortir les différences chez un même répondant, pour qui le goût pourra être un facteur déterminant en faveur du biologique pour un produit, mais pas pour un autre, comme nous allons voir ci-après.

¹ Compte tenu du fait que la littérature se penchant explicitement sur les consommateurs intermittents d'aliments biologiques est extrêmement réduite, la discussion des résultats inclut également la littérature sur les consommateurs d'aliments biologiques en général. Néanmoins, comme souligné précédemment (chapitre 2, paragraphe 1.6), ces études comprennent de fait des consommateurs intermittents, bien que cela ne soit pas explicité. Cette remarque vaut pour l'ensemble des discussions proposées.

1.2. Les raisons invoquées changent selon le type d'aliments

Résultats

Pour les répondants de notre échantillon, l'option biologique semble apporter des solutions à des préoccupations générales. Ces différentes préoccupations présentées, la question est de savoir si elles se traduisent pour des aliments particuliers. En agrégeant les réponses des répondants, peut-on espérer voir émerger des préoccupations communes par type d'aliments ? S'il n'est pas possible de faire émerger une unanimité parmi les répondants, certaines préoccupations paraissent plus fréquentes que d'autres selon l'aliment considéré.

Fruits et légumes

Les fruits et légumes représentent la catégorie d'aliments la plus fréquemment citée par les répondants. Le problème principal que les répondants identifient pour cette catégorie d'aliments est, de façon récurrente, la présence de résidus chimiques. C'est à la fois le problème principal de cette catégorie d'aliments et la catégorie à laquelle ce problème est le plus largement associé. En ce sens, le contenu de cette catégorie recouvre pour ainsi dire parfaitement la présentation faite précédemment des préoccupations liées au problème des résidus chimiques. Les différents produits chimiques utilisés sont perçus par les répondants comme pénétrant les fruits et légumes non biologiques, demeurant dans les produits après leur récolte. Comme mentionné précédemment, le problème de ces résidus est avant tout lié à une préoccupation des répondants pour leur santé personnelle : opter pour le biologique est avant tout un moyen de se prémunir de l'ingestion de ces éléments problématiques et donc de protéger leur santé sur le long terme.

Des nuances apparaissent cependant lorsqu'il est question de fruits ou de légumes spécifiques, lesquelles donnent à voir une hiérarchisation des considérations à l'œuvre chez les répondants. Ainsi, les bananes et les baies (fraises, framboises, mûres...) sont deux types de fruits parmi les plus achetés dans leur version biologique par les répondants. Comme la catégorie des fruits et légumes en général, le principal problème identifié est l'utilisation de produits chimiques dans la culture non biologique pour les bananes comme pour les baies. Cependant, dans le cas de la banane, les répondants ne font presque pas le lien avec leur préoccupation pour leur santé. Disposant d'une pelure épaisse, non comestible, le fruit en tant que tel semble plus ou moins protégé de la contamination des résidus chimiques. Le problème des résidus chimiques s'articule plutôt aux conditions de travail subies par les producteurs, et aux effets sur leur santé de la manipulation de produits chimiques. Ainsi, Céline, 25 ans, évoque un reportage télévisé sur les plantations de bananes qui l'a laissée « traumatisée », dans lequel les travailleurs devenaient aveugles du fait de l'absence de protection lors de l'épandage de différents produits chimiques. Les bananes qu'elle achète depuis sont le plus souvent biologiques. Comme pour la banane, le problème principal identifié dans le cas des baies est la présence de résidus chimiques. Contrairement à elle, cependant, la présence de ces résidus n'est pas liée à

une préoccupation pour la santé des producteurs, mais bien plus pour la leur. Cela s'explique, selon les répondants, d'abord par le fait que ces fruits ne possèdent pas de pelure épaisse, et ne disposent donc pas d'une enveloppe qui les protégerait des résidus chimiques. Par ailleurs, ils ne s'épluchent pas non plus, le rinçage à l'eau claire étant le seul moyen pour les répondants d'essayer de les débarrasser des résidus chimiques. Ces deux éléments expliquent que la préoccupation pour la santé domine dans le cas du choix en faveur de l'option biologique pour ce type de fruits, illustrant ainsi qu'un même problème identifié dans l'offre non biologique puisse être articulé à des valeurs différentes d'une part, et que deux produits puissent être choisis dans leur version biologique comme réponse à deux différentes préoccupations d'autre part.

Œufs

Les œufs étaient le seul produit cité dans les critères de sélection de la recherche. Par conséquent, tous les répondants consommaient des œufs. Cependant, la seule consommation d'œufs biologiques n'était pas obligatoire.

Deux problèmes animent les répondants en ce qui concerne le choix des œufs. D'une part, ils expriment leur malaise vis-à-vis les conditions de vie des poules pondeuses dans les élevages non biologiques. Leur principal grief porte sur la densité de population et le manque d'espace : les poules pondeuses de ces élevages leur paraissent trop serrées les unes contre les autres, entravées dans leurs mouvements. Les répondants valorisent les œufs provenant de poules qui peuvent se déplacer librement. La question de l'accès au plein air est moins abordée, mais il est possible que cela soit dû à une association faite par les répondants et la chercheuse lors de la tenue des entretiens, de la notion de plein air avec celle de liberté, récurrente². À de rares exceptions, le problème des conditions de vie des poules n'est pas perçu comme ayant de potentiels impacts sur le produit consommé (l'œuf) : la préoccupation principale est de loin le bien-être animal en tant que tel, recherché pour lui-même, sans référence claire à la santé humaine.

Le second problème que relèvent les répondants porte sur les produits susceptibles d'être donnés aux poules pondeuses des élevages non biologiques. La problématique centrale pour les répondants est celle de l'alimentation de l'animal. Qu'il soit question de pesticides, d'hormones ou d'antibiotiques, le résidu se trouve selon les répondants toujours dans l'alimentation de l'animal : il n'est pas question d'injections par exemple. On retrouve alors le même cheminement de pensée qui vaut pour l'alimentation humaine : en ingérant des produits chimiques, le corps de l'animal ou de l'humain est contaminé et devient lui-même porteur de ces ajouts. Concernant les animaux cependant, le problème est moins leur santé propre que leur capacité à

² Une poule élevée en liberté n'a cependant pas accès à l'extérieur, contrairement aux poules élevées en libre parcours ou en production biologique (professeur Maurice Doyon, département d'économie agroalimentaire et des sciences de la consommation de l'Université Laval, communication personnelle, 8 juillet 2016).

transmettre ces ajouts via les produits issus d'eux (œufs, lait, et viande). Ainsi, le problème des résidus est associé à la préoccupation pour sa santé personnelle, et passe par l'alimentation de l'animal.

Il n'est pas possible de quantifier l'importance relative de chacun de ces problèmes dans le processus de choix des répondants. Une certaine pondération s'impose cependant. La question des conditions de vie des poules pondeuses et la préoccupation des répondants pour leur bien-être semblent bien plus décisives que la question des résidus. Cela transparait de plusieurs manières. D'abord, certains répondants expliquent spontanément qu'il s'agit de leur principale ou unique préoccupation. D'autre part, à cause d'un doute fréquent chez les répondants sur l'effectivité de la liberté des poules pondeuses dans les élevages biologiques, certains répondants peuvent préférer des œufs de poules provenant d'élevages privés, de leurs proches par exemple, en dehors des voies de commercialisation : on constate que pour les répondants de notre étude, le côté liberté est plus valorisé que l'alimentation de l'animal.

Aliments issus du soya

Les aliments issus du soya (tofu et lait de soya principalement) occupent une place à part dans l'esprit des répondants. Si la préoccupation envers la présence de « résidus chimiques » est également mobilisée par les répondants pour cette catégorie d'aliments, elle est ici clairement liée à un problème spécifique, la présence d'organismes génétiquement modifiés (OGM). Tandis que pour les autres aliments le problème demeure assez imprécis (pesticides, herbicides, « cochonneries » en général), les répondants identifient la présence d'OGM comme leur principal problème lors de l'achat de produits issus du soya. Considérés comme des résidus chimiques car résultant d'une intervention humaine et non naturelle, les OGM suscitent la méfiance des répondants. L'incertitude sur leurs effets sur la santé humaine à long terme est la préoccupation la plus partagée.

« Je pense qu'il n'y a pas assez de recherches qui ont été faites sur les effets possibles [des OGM] sur la santé. Donc c'est un peu de l'expérimentation humaine à grande échelle... »
(Jeanne, 38 ans)

Dans ce cas, avoir recours au biologique est donc un moyen de s'assurer de l'absence d'OGM dans ces produits. Les OGM ne s'articulent cependant pas à une préoccupation différente de celle que l'on retrouve pour les résidus chimiques en général. Dans les deux cas, la principale préoccupation des répondants est de protéger leur santé. Il semble cependant que le recours à l'option biologique, dans le cas des produits identifiés comme contenant potentiellement des OGM, est bien moins négociable que pour les produits contenant d'autres types de résidus chimiques. Pour la plupart des répondants concernés, il est inenvisageable de se tourner vers le produit dans une version non biologique en cas d'indisponibilité de la version biologique, le risque d'ingérer des OGM leur paraissant trop grand.

Viande

Les produits carnés sont relativement peu consommés dans leur version biologique par les répondants, qui lui reprochent à la fois un coût élevé et un écart de prix très important avec les mêmes produits dans la version non biologique.

Cependant, parmi les répondants qui en consomment, la viande biologique est perçue très positivement, la plupart préférant s'abstenir de viande plutôt que de consommer une viande non biologique. Ils expliquent ce choix par une différence flagrante de goût et de texture entre viande biologique et viande non biologique. Ces répondants évoquent notamment la tendance des viandes non biologiques à rendre de l'eau au cours de la cuisson, ce qui aboutit à un morceau de viande dans l'assiette bien plus petit que lors de l'achat, et peut engendrer du dégoût. À l'inverse, la viande biologique leur paraît se tenir et ne pas diminuer de taille à la cuisson, d'où découle une impression d'en avoir plus pour son argent. Le goût des viandes biologiques est aussi plébiscité par les répondants, qui trouvent souvent la viande biologique d'une saveur « incomparable » à son pendant non biologique. Tous les types de viandes consommées par ces répondants sont concernés par cette dimension goût et texture, qu'il s'agisse de poulet, de bœuf ou de porc.

« Ça m'est arrivé de prendre des steaks genre IGA ou Métro normaux, en tout cas des choses quand même pas données au départ, mais pas dans l'excessif non plus. Je les mets dans la poêle pour les faire cuire et j'ai ça d'eau qui revient... je veux dire c'est aussi bête que ça : qui peut avoir de l'appétit après avoir mangé son steak dans ça d'eau ? » (Maha, 60 ans)

La question du bien-être animal est également souvent invoquée, mais de façon moins récurrente que dans le cas des œufs. Alors qu'il constitue le principal moteur de l'achat de produits biologiques pour ces derniers, le souci du bien-être animal apparaît comme une préoccupation secondaire dans le cas des viandes biologiques en général. Martin, 54 ans, qui ne consomme pas de poulet biologique mais uniquement des œufs biologiques s'en étonne lui-même :

« Ça peut paraître un non-sens, je me préoccupe des pondeuses, pas des poulets d'élevage... c'est un effort que je fais pas là, vraiment pas. » (Martin, 54 ans)

Il est difficile d'expliquer cet écart pour des aliments provenant du même animal, la poule. A notre connaissance, aucune recherche ne s'est intéressée à cette différence. Il est envisageable que les conditions de vie des poules pondeuses aient été l'objet de plus de médiatisation que celles des poulets de chair. Or, le traitement médiatique des sujets liés à l'alimentation participe à forger l'opinion publique sur le biologique, les aliments biologiques étant souvent présentés comme une panacée contre les divers scandales alimentaires et les peurs qui en découlent (Dubuisson-Quellier, 2009; Lockie, 2006). Compte-tenu de l'importance que joue

le bien-être animal dans le choix en faveur du biologique (Baker et al., 2004; Harper & Makatouni, 2002; Lea & Worsley, 2005), il paraît légitime de supposer qu'une plus grande exposition aux conditions de vie des animaux dans l'agriculture conventionnelle augmente les chances d'opter pour le biologique. Notons d'ailleurs que plusieurs répondants mentionnent un reportage ou une émission télévisée comme un évènement déclencheur de l'achat biologique, certains évoquant le visionnage comme un traumatisme :

« Je me souviens avoir vu un reportage sur la façon dont les poules étaient traitées, ça nous avait traumatisés. » (Guillaume, 57 ans)

Discussion

Les raisons invoquées par les répondants sont similaires à celles identifiées par les quelques études portant sur des aliments spécifiques. Ainsi, la présence de résidus chimiques dans les fruits et légumes non biologiques est une raison récurrente invoquée par les consommateurs en faveur des fruits et légumes biologiques (Hoefkens et al., 2009; Padel & Foster, 2005). L'aversion exprimée par les répondants pour les OGM présents dans les aliments à base de soya a également été constatée par Lamine (2008). L'auteure rattache cette aversion au caractère incertain du risque de la consommation d'OGM. Cette incertitude rend l'évaluation du risque plus difficile, puisque les consommateurs ne sont pas en mesure de savoir si l'ingestion d'OGM est dangereuse, et si cette dangerosité est effective dès la première ingestion (Lamine, 2008). Par conséquent, éviter toute consommation d'OGM est jugé préférable à simplement en limiter la consommation (Lamine, 2008). La préoccupation pour le bien-être animal est un élément que l'on retrouve dans toutes les études se penchant sur les motivations des consommateurs d'œufs ou de viande biologique (Baker et al., 2004; Chang & Zepeda, 2005; Harper & Makatouni, 2002; Lea & Worsley, 2005; Padel & Foster, 2005). Au meilleur de notre connaissance, la variation des raisons poussant les consommateurs à opter pour l'option biologique selon le type d'aliment n'a pas fait l'objet de recherche à ce jour. Il n'est par conséquent pas possible de mettre en relation ces résultats avec des études précédentes. Cependant, la diversité des raisons exprimées par les répondants laisse penser qu'il s'agit d'une piste de recherche pertinente pour mieux comprendre les consommateurs intermittents d'aliments biologiques.

2. Restitution du processus de choix des consommateurs intermittents

Pour les répondants, différents aliments présentent donc différents problèmes qui leur feront considérer l'option biologique. Pour autant, cette prise en compte du biologique n'aboutit pas systématiquement à l'achat. En effet, malgré toutes les raisons invoquées en faveur du biologique, celui-ci ne représente qu'une partie du régime alimentaire des répondants. Le prix plus élevé des aliments biologiques est, sans surprise, la raison la plus couramment invoquée pour expliquer cette consommation partielle. À prix égal, les répondants déclarent volontiers qu'ils ne consommeraient que des aliments biologiques, mais que leurs contraintes budgétaires leur imposent de faire des choix. La répartition entre aliments biologiques et aliments non biologiques dans le panier des répondants est donc le résultat d'un ensemble de compromis. Les importantes variations dans les consentements à payer des consommateurs selon le type d'aliment identifiées dans la littérature (Hutchins & Greenhalgh, 1997; Krystallis & Chryssohoidis, 2005; Millock et al., 2002; Silverman, 2013) indiquent déjà une valorisation différente du caractère biologique de la part des consommateurs. La question est donc de savoir sur quels éléments les répondants s'appuient pour déterminer les aliments à acheter dans leur version biologique. Les données recueillies permettent de restituer un processus de choix fondé sur deux raisonnements effectués en parallèle : d'une part, les répondants appuient leur décision sur leur évaluation de l'acuité du problème qu'ils ont identifié ; de l'autre, ils estiment la capacité de l'option biologique à répondre à ce problème.

2.1. Différents critères permettent aux répondants de juger de l'acuité du problème pour un aliment spécifique

Résultats

La protection perçue de l'aliment non biologique

Le premier critère sur lequel s'appuient les répondants est la conviction que les aliments non biologiques, bien qu'exposés à des éléments problématiques, en sont protégés. Comme souligné précédemment, les divers produits chimiques utilisés dans les productions non biologiques posent problème aux répondants, qui cherchent à les éviter. Il s'agit de la principale raison invoquée en faveur de l'option biologique. Mais tous les aliments ne sont pas égaux à leurs yeux au regard de la contamination par des résidus chimiques : certains y sont plus résistants, d'autres plus exposés. La notion de barrière protectrice est alors mobilisée par les répondants, devenant un critère permettant de juger de l'importance du biologique. Bien que le terme ne soit pas explicitement cité par un répondant, l'idée selon laquelle tel ou tel aliment est protégé de la contamination directe par les résidus chimiques, semble jouer un rôle central dans la décision de consommer un aliment dans sa version non biologique. Ce critère de la barrière peut être appliqué à plusieurs attributs du produit :

son apparence, son mode de culture (sur ou sous terre), son mode de consommation (avec ou sans sa pelure). Nous développerons le cas des fruits et légumes, qui est le plus évoqué par les répondants et de la manière la plus éloquente. Néanmoins, plusieurs répondants appliquent ce raisonnement à d'autres aliments.

En premier lieu, la porosité perçue d'un aliment sert de guide aux répondants. Certains fruits et légumes leur paraissent plus perméables aux éléments, naturels et chimiques, qui les entourent. Par exemple, les crucifères sont souvent perçus comme composés d'une multitude de « spores », ils sont « granuleux » (Elsa, 41 ans) et les résidus divers peuvent y pénétrer, et être difficiles à déloger. Les fruits perçus comme « remplis d'eau », comme les fraises et les baies en général, sont également concernés. Leur capacité à se gorger d'eau souligne pour les répondants leur tendance à absorber les éléments qui les entourent. Cette porosité devient problématique dans le cas du non biologique puisque ces aliments sont plus susceptibles d'être contaminés avec des résidus, du fait de leur perméabilité.

« Tout ce qui est brocoli, chou-fleur, j'ai l'impression que c'est des cultures qui requièrent en règle générale plus de pesticides, tout ce qui est chou, donc j'aurais tendance pour des choses comme ça, probablement à opter pour le produit biologique. » (Guillaume, 57 ans)

Le mode de culture joue également un rôle. Ainsi, les légumes-racines (ex. : pommes de terre, carottes) sont perçus comme protégés des résidus par la terre dans laquelle ils poussent, qui joue un rôle de barrière protectrice. À l'inverse, les légumes-feuilles, « nus » et poussant au-dessus de la terre ne bénéficient d'aucune protection.

« Mais ça nous « achale » moins les carottes, parce que ça pousse en dessous de la terre, donc théoriquement, t'as pas les pesticides ou moins directement. Même chose pour les pommes de terre. » (Léa, 42 ans)

Cette distinction « dedans-dehors » peut s'appliquer à d'autres aliments. Judith, 34 ans, attribue ainsi sa sérénité par rapport au fait de consommer des œufs non biologiques au fait que

« [L'œuf] est dans la poule, il est pas arrosé de trucs. C'est pour ça que les fruits et légumes sont tellement... J'ai pas le mot, ils sont là comme dépendants [cherche ses mots, je pense qu'elle veut dire vulnérable]. Bref, ils peuvent recevoir le produit sur eux directement puis je le mange, tandis que l'œuf... Dans ma tête à moi, le légume, c'est plus important qu'il soit biologique. » (Judith, 34 ans)

Enfin, la pelure du fruit ou du légume est régulièrement invoquée : c'est la partie du produit directement exposée aux pesticides, celle qui est susceptible d'être aspergée de produits chimiques pendant la culture et même après la récolte. Un fruit ou un légume qu'on ne peut pas ou difficilement débarrasser de sa peau (ex.: raisins, brocoli, baies) est donc vu comme particulièrement problématique, et est plus susceptible d'être choisi

dans sa version biologique. À l'inverse, les fruits et légumes dont la pelure est épaisse (ex. : banane, avocats, agrumes) sont vus comme étant protégés, et donc plus acceptables pour la consommation en non biologique.

« ...pour les fruits pour lesquels on peut pas enlever la peau. Pour ceux-là, je vais préférer, notamment, les baies [que] je préfère les prendre bio parce que bah, je vais les passer un peu à l'eau mais j'enlèverai pas la peau, donc là pour ce genre de fruits, quand j'enlève pas la peau, je préfère avoir quelque chose de bio. » (Amélie, 29 ans)

La fréquence de consommation

Un autre critère largement invoqué par les répondants a trait à la fréquence de consommation. Le fait de consommer un aliment fréquemment est un élément qui revient régulièrement dans les explications données sur l'importance de consommer tel ou tel produit dans sa version biologique. Cependant, les données recueillies ne permettent pas de conclure à propos du sens de la relation. D'une part, il y a ceux pour lesquels plus un aliment est consommé fréquemment, plus il est important qu'il soit biologique. De l'autre, il y a ceux pour lesquels le fait de consommer fréquemment les détourne de l'option biologique, compte tenu des coûts financiers que cela impliquerait. Pour la première approche, le même raisonnement est appliqué aux aliments consommés en non biologique : le fait de consommer rarement un aliment non biologique rend la consommation non biologique moins problématique.

« C'est pas que je serais pas capable de me trouver du beurre bio, c'est que j'ai jamais cherché vraiment parce que c'est... que c'est tellement une denrée que je consomme pas souvent... » (Élise, 32 ans)

« Le pain, parce que c'est un aliment qu'on consomme quand même beaucoup, c'est quotidien dans notre alimentation, donc je trouve que c'est important de trouver les marques qui vont offrir des pains certifiés bio. » (Guillaume, 57 ans)

Le mode de consommation prévu

Un troisième critère utilisé par les répondants pour déterminer l'importance du recours au biologique est lié au mode de consommation prévu pour l'aliment en question. Spécifiquement, lorsque l'utilisation de la pelure est envisagée, le caractère biologique d'un aliment gagne grandement en importance, devenant même indispensable pour certains répondants. Ce critère est quelque part la continuation logique de la protection perçue de l'aliment : on a vu plus haut que les aliments qui semblent protégés des résidus par leur épaisse pelure avaient tendance à être jugés plus acceptables dans leur forme non biologique. Quand cette pelure est elle-même comestible, il semble donc logique que l'option biologique devienne préférable, d'autant plus qu'elle est perçue comme emmagasinant les résidus, protégeant le cœur de l'aliment, et donc comme concentrant ces résidus. Ainsi, si le jus des agrumes peut être consommé sans trop de problème, grâce à leur écorce qui protège la chair du fruit, la consommation de leur zeste rend la version biologique largement préférable, plusieurs répondants refusant même d'utiliser des zestes provenant d'agrumes non biologiques, mais acceptant d'utiliser leur jus.

Discussion

La présente recherche va dans le sens d'une perception différenciée de l'importance du recours au biologique en fonction de la dangerosité perçue de la culture conventionnelle, déjà esquissée dans des recherches précédentes. Le fait que les consommateurs aient une appréciation d'une dangerosité variable des cultures, et qu'ils s'appuient sur cette appréciation pour guider leur choix en faveur ou non du biologique est ainsi également présente dans les travaux de Henryks (2009). La question de la pelure a aussi été mentionnée par Padel et Foster (2005), sans que cela ne soit discuté par les auteurs. Notons cependant que la question de l'enveloppe des céréales et d'une importance plus grande du biologique en cas de consommation de céréales complètes (Sirieix et al., 2006) n'est pas apparue chez les répondants de notre étude. La distinction entre cultures souterraines et cultures exposées à l'air comme critère pour évaluer la protection de l'aliment se retrouve également parmi les répondants de la recherche menée par Henryks (2009).

À notre connaissance, la fréquence de consommation comme critère d'évaluation de l'importance du recours au biologique n'a pas fait l'objet de recherche, la fréquence étant plutôt utilisée comme une variable permettant de mesurer la consommation d'aliments biologiques et de discriminer entre les différents types de consommateurs d'aliments biologiques (e.g. Bravo et al., 2013; Kriwy & Mecking, 2012; Magnusson et al., 2001). Il est par conséquent difficile d'expliquer ces résultats, d'autant plus que deux réflexions opposées se font jour. Cependant, la première approche (une consommation fréquente rend le caractère biologique plus important) pourrait faire écho à la notion de seuil introduite par Lamine (2008). En effet, selon Lamine (2008), le recours au biologique chez les consommateurs intermittents renvoie souvent à une question de seuil, c'est-à-dire de quantité au-delà de laquelle un consommateur intermittent opère un basculement vers le biologique, sa préoccupation devenant trop importante. Le seuil est alors évidemment subjectif et non mesurable : il s'agit pour les répondants de ne pas consommer *trop* d'un aliment jugé problématique (Lamine, 2008). Bien qu'il soit question de quantité consommée et non de fréquence de consommation dans la recherche de Lamine (2008), le parallèle ne semble pas absurde avec l'approche d'une partie des répondants de la présente recherche, qui valorisent le biologique pour les aliments qu'ils consomment quotidiennement. En ce qui concerne la seconde approche, consistant à privilégier en biologique les aliments consommés le moins fréquemment, le lien entre le revenu des répondants et l'utilisation de la fréquence de consommation comme critère de décision mériterait d'être exploré plus avant. On pourrait imaginer qu'en cas de faibles revenus, les consommateurs soient plus réticents à acheter dans leur version biologique des aliments consommés fréquemment. Cependant, comme indiqué plus haut, la fréquence de consommation d'un aliment comme critère de décision dans le choix de recourir au biologique n'a pas encore, à notre connaissance, fait l'objet de recherche, ni, par voie de conséquence, l'interaction entre niveau de revenu et mobilisation de la fréquence de consommation dans le processus décisionnel.

La mobilisation d'un raisonnement autour du mode de consommation envisagé apporte un éclairage sur le comportement des consommateurs intermittents alternant pour un même aliment achat de l'option biologique et achat de l'option non biologique. Comme déjà souligné dans les recherches de Lamine (2008) et d'Henryks (2009), ce type de comportement n'est pas imputable à une irrationalité ou à un manque de cohérence du consommateur, mais peut résulter d'arbitrages conscients de celui-ci. Dans le cas de la présente recherche, ce raisonnement ne se retrouve que pour une catégorie d'aliments, les agrumes. Cependant, de précédentes recherches ont abordé la présence ou l'absence de pelure comme critère de choix en faveur du biologique (Padel & Foster, 2005), même si la recherche n'abordait pas la question sous l'angle de produits spécifiques. Par ailleurs, la cuisson envisagée pour un aliment pourrait également être rattachée à ce critère. Andersen (2011) relate ainsi l'importance plus grande accordée au biologique dans le cas où le produit serait consommé cru plutôt que cuit ; une des répondantes de sa recherche expliquait ainsi que le biologique était plus important pour les aliments consommés crus, la cuisson devant faire disparaître la plupart des « éléments nuisibles » (Andersen, 2011, p.110, traduction libre).

2.2. La nécessité de recourir au biologique pour répondre au problème identifié n'est pas systématique

Le problème identifié et son acuité jaugée, reste au consommateur à déterminer si l'option biologique représente la solution la plus satisfaisante. De la même manière que les répondants évaluent l'importance d'un problème dans l'offre non biologique, ils vont ainsi chercher à estimer si la bascule vers l'option biologique est la meilleure réponse au problème. Ils s'appuient pour ce faire sur deux critères : l'acceptabilité de la culture non biologique d'un aliment et la présence d'autres indications sur le produit.

Résultats

Si la culture conventionnelle d'un aliment est acceptable

La décision de ne pas opter pour le biologique peut d'abord être due à une perception positive de la culture ou de la production non biologique de l'aliment ; si celle-ci est perçue comme acceptable, l'option biologique perd de son importance. Les répondants s'appuient ainsi largement sur leur perception des modes de culture non biologiques pour expliquer le fait qu'ils ne recourent pas à l'option biologique pour tel ou tel produit, bien que le problème existe toujours :

« Donc l'agneau est pas bio, sauf que l'agneau au Québec est pas une viande [...] à laquelle on a donné des hormones, c'est une viande encore assez, comment dire, préservée de tout ce qui est surconsommation. » (Elena, 35 ans)

« Je pense que les carottes ont pas beaucoup de produits, d'insecticides, de pesticides, tout ça. » (Marion, 75 ans)

« Tout ce qui est brocoli, chou-fleur, j'ai l'impression que c'est des cultures qui requièrent, en règle générale, plus de pesticides, tout ce qui est chou, donc j'aurais tendance, pour des choses comme ça, probablement à aller pour le produit bio. » (Guillaume, 57 ans)

Dans le cas des fruits et légumes, la décision passe par une évaluation de la quantité de produits utilisée dans une culture spécifique, la présence de résidus étant la principale préoccupation des répondants. Il paraît en effet évident pour bien des répondants que la quantité utilisée de ces produits varie d'une culture ou d'un élevage à l'autre. Les fruits et légumes qui leur semblent exiger pas ou peu de pesticides sont considérés comme acceptables pour la consommation dans leur version non biologique. À l'extrême, on pourrait conclure que le biologique « ne vaut même pas la peine » (Léa, 42 ans) dans ces cas précis. On retrouve aussi cette notion d'exemption dans d'autres catégories de produits. Par exemple, la conviction qu'un produit ne contient pas d'OGM peut suffire à convaincre un consommateur de ne pas se tourner vers l'option biologique pour cette catégorie de produits. Pareillement, l'absence d'utilisation d'hormones dans l'élevage bovin peut détourner un consommateur du lait biologique (Jeanne, 38 ans), là où une autre répondante, incertaine, va préférer se tourner vers le lait biologique pour être sûre d'éviter l'élément problématique (Léa, 42 ans).

Pour juger de l'acceptabilité des cultures non biologiques, la référence à l'existence de normes de production est fréquente parmi les répondants, même si ceux-ci tendent à ajouter qu'il s'agit d'impressions et non de connaissances certaines et objectives. Les répondants évoquent souvent la confiance qu'ils portent aux normes de production nationales, dont la sévérité les rassure et leur permet d'opter pour le non biologique avec une certaine tranquillité d'esprit. À ce titre, les changements de comportements évoqués par les répondants ayant vécu à l'étranger sont particulièrement parlants. Sept des répondants venaient de l'extérieur du Canada ou avaient vécu à l'étranger à un moment de leur vie. Ils sont nombreux à invoquer des différences dans l'offre alimentaire non biologique pour expliquer leur passage au biologique ou, alternativement, leur retour au non biologique. Ainsi, les trois répondantes d'origine française ont toutes exprimé un changement dans leurs habitudes de consommation d'aliments biologiques suite à leur arrivée au Québec. Leur arrivée s'est accompagnée pour chacune d'entre elles d'une insatisfaction vis-à-vis de l'offre alimentaire québécoise qui les a poussées à se tourner vers le biologique. Même si toutes consommaient des produits biologiques avant leur arrivée au Québec, ces répondantes lient leur consommation de biologique au Québec à une insatisfaction vis-à-vis de l'offre alimentaire générale, à laquelle le biologique est le plus susceptible de répondre. Pour elles, le goût des aliments et l'utilisation d'intrants prohibés dans le pays d'origine sont des éléments déclencheurs du recours au biologique. Toutes soulignent d'ailleurs que leur consommation d'aliments biologiques a augmenté par rapport à ce qu'elle était en France.

« Et peut-être que le fait d'avoir immigré joue sur le fait que je suis plus regardante qu'avant. Pour avoir vécu au départ de mon expérience un certain nombre de mauvaises expériences. Que ce soit de goût, que ce soit d'indigestion, que ce soit... donc après, j'ai commencé à faire beaucoup plus attention, à chercher des produits particuliers, au début de mon expérience au Québec » (Elena, 35 ans)

« Ici, je pense que c'est plus difficile d'avoir des aliments d'aussi bonne qualité, on va dire, ou de la même qualité que j'avais quand j'étais en France. Ce qui fait que oui, probablement, je me tourne plus vers le bio à l'heure actuelle, depuis que je suis à Québec. » (Amélie, 29 ans)

À l'inverse, le retour au pays natal peut justifier l'arrêt de la consommation biologique de certains produits : Jeanne, 38 ans, qui consomme au Québec du lait non biologique, ne le consommait que dans sa version biologique lorsqu'elle résidait aux États-Unis, où l'élément problématique, l'utilisation d'hormone de croissance dans l'élevage bovin, était légal. Elle a également cessé d'acheter des fraises biologiques car il lui semble que les fongicides utilisés aux États-Unis ne sont pas permis au Québec :

« Aux États-Unis on ne les consommait pas du tout en non bio. Ici je pense qu'il y a quand même plus de réglementation. » (Jeanne, 38 ans)

Pour le sujet qui nous intéresse ici, la question n'est pas de savoir quelles différences objectives caractérisent les offres alimentaires d'un pays à l'autre, mais bien de souligner l'importance de la perception de cette offre pour guider les répondants dans leur choix du biologique, l'expérience à l'étranger n'étant qu'une illustration. Au meilleur de notre connaissance, aucune recherche n'a été faite sur les différences de consommation d'aliments biologiques d'un même individu selon son pays de résidence. Il s'agit d'une piste de recherche future pertinente, compte tenu de l'importance de l'immigration au Québec.

Le fait de percevoir un aliment comme intrinsèquement naturel détourne également les répondants de l'option biologique. Dans ces cas, l'option biologique leur paraît simplement de ne pas avoir de sens. Le cas du poisson illustre bien cette question. Interrogés sur leur éventuel intérêt pour du poisson biologique, plusieurs répondants ont été interloqués par la question, voire amusés, tant il leur semblait que le biologique ne cadrait pas avec cet aliment.

« Poisson bio ? J'ai un petit peu de misère à imaginer que ça puisse être bio, c'est quoi ? L'eau est bio (rire). Les crevettes bio ? Comment est-ce que, comment est-ce que ça peut être bio, je ne sais pas. Je ne vois pas comment ça peut être bio, un peu comme ce midi j'ai voulu compléter ma liste donc je suis allé sur le site de IGA et j'ai vu qu'il y avait de l'eau en bouteille bio... Qu'est-ce qui est bio ? Le poisson comment est-ce que ça peut être biologique ? » (Elsa, 41 ans)

Les répondants sont beaucoup moins nombreux à faire le lien entre poisson biologique et alimentation de l'animal que dans le cas de la viande, pour laquelle il s'agit d'une préoccupation récurrente. La préoccupation pour le bien-être du poisson est presque inexistante. De telle sorte qu'il était difficile pour plusieurs répondants

de concevoir ce que pourrait être un poisson biologique. Le fait que les poissons évoluent dans l'eau explique une bonne part de l'embarras des répondants. Celle-ci est, en effet, vue par une partie d'entre eux comme un élément naturel par excellence, dans lequel l'humain ne s'immisce pas. Les poissons qui vivent dans cette eau sont donc eux aussi perçus comme à l'écart des problématiques rencontrées avec les aliments produits par l'Homme. Par conséquent, rechercher l'option biologique pour ces poissons serait superflu, puisqu'ils le seraient déjà par nature. Céline, 25 ans, explique que lorsqu'elle pêche, elle atteste elle-même, en quelque sorte, que le poisson est naturel. Le poisson n'ayant été explicitement inclus comme aliment de référence dans aucune des études consultées sur la consommation biologique, il n'est pas possible de confronter ce résultat à d'autres.

« Dans ma tête, c'est comme si je l'auto-certifiais bio le poisson que je pêche, parce que bon... il est dans la nature donc... » (Céline, 25 ans)

Cette réflexion est également valable pour la viande provenant de la chasse. Ainsi, Marie-Pierre, 46 ans, explique que le père de son enfant « est un chasseur. Donc les animaux, il les chasse dans la nature, très au Nord, donc dans le fond, c'est de la viande bio. » (Marie-Pierre, 46 ans)

Une autre raison pour laquelle un répondant peut se détourner de l'offre biologique est l'incapacité ou l'insuffisance du biologique à répondre au problème identifié dans l'offre non biologique par le répondant. En effet, si le biologique représente, au niveau du déclaratif, un idéal de consommation pour les répondants, d'autres éléments peuvent venir contester ce statut lors de la prise de décision effective pour répondre aux préoccupations qui les animent.

Si d'autres indications répondent mieux que le biologique aux préoccupations des répondants

Le caractère biologique d'un aliment n'est pas systématiquement évalué positivement par les répondants, pour lesquels il répond de manière parfois inappropriée à leurs préoccupations, ou de manière moins satisfaisante que d'autres attributs du produit. Ainsi, d'autres éléments d'information peuvent répondre plus adéquatement aux préoccupations des répondants, ce qui les conduit à ne pas opter pour l'option biologique. Nous illustrerons ce cheminement dans le processus de décision avec deux types d'aliments.

Dans le cas des œufs biologiques, pour lesquels une des préoccupations principales porte sur les conditions de vie des poules pondeuses, plusieurs répondants font part de leurs doutes sur la liberté des poules pondeuses dans les élevages biologiques. La liberté des poules pondeuses n'est pas, selon eux, exigée par le processus de certification biologique, mais tient plutôt à leur propre perception des élevages biologiques comme des élevages artisanaux, proches de l'agriculture familiale. S'ils recourent au biologique, c'est donc parce qu'ils « ont l'image », « se disent que » les poules sont « plus heureuses », et pas parce que le caractère biologique du produit exige le respect d'un cahier des charges sur les conditions de vie des poules

pondeuses. Parce qu'ils ont conscience de fonder leur choix sur des perceptions qui peuvent ne pas correspondre à la réalité, ces répondants expriment souvent un doute sur la capacité du biologique à répondre à leur préoccupation.

« Parce que j'ai l'image, mais c'est peut-être pas fondé, que les poules qui pondent les œufs bio sont mieux, sont élevées dans de meilleures conditions que les autres. Mais en même temps... c'est comme si je suis consciente que c'est pas parce que les œufs sont bio que les poules sont en liberté, mais on dirait que je garde quand même cette image-là de la poule qui est plus heureuse qu'empaquetée dans une petite cage, c'est pour ça... » (Céline, 25 ans)

Cette incertitude peut les conduire à privilégier l'achat d'œufs dont la boîte porte l'appellation « poules en liberté », qui répond alors de manière claire et directe à leur préoccupation principale, ou à considérer ces deux options, poules en liberté et biologique, comme relativement équivalentes. On voit donc que des consommateurs peuvent se détourner du biologique au profit d'autres garanties qui répondent de façon plus certaine à leurs préoccupations.

L'habitude de consulter la liste d'ingrédients, largement évoquée par les répondants, pour les produits transformés se rattache à cette même approche, consistant à sortir du cadre du biologique pour s'appuyer sur d'autres critères, plus susceptibles de répondre à leurs préoccupations. Dans le cas des aliments transformés, l'objectif premier des répondants est avant tout d'éviter au maximum l'ingestion d'éléments non souhaités. Ces éléments peuvent être des ajouts chimiques incorporés à l'aliment (conservateurs, colorants...), comme des composés de l'aliment que le répondant préfère éviter, comme un excès de gras ou sel. La question du biologique est alors reléguée au second plan : un produit non biologique ne contenant pas d'ajouts problématiques ne pose pas de difficultés particulières. À l'inverse, un produit biologique qui contiendrait ces éléments perdrait son attrait aux yeux des répondants.

« J'essaye de choisir en fonction de la liste d'ingrédients qui est le plus près de mots que je connais... Peut-être que 'l'éritate' de je sais pas quoi, n'a aucun effet sur le corps mais je sais pas ce que c'est » (Elsa, 41 ans)

« Ma décision va souvent avec 'quelles cochonneries ils mettent dans le produit' ? Si un produit il y a pas trop de cochonneries dedans mais il est pas bio, je vais l'acheter, s'il est en rabais. Ma décision est souvent en lien avec ce que j'appelle « cochonneries », vous comprenez... Tout ce qui est additifs alimentaires, colorants, beaucoup de gras ou de sucre ou de sel... » (Julie, 51 ans)

« Moi, dès qu'il y a glucose, fructose, tout ça, c'est sûr que je prends pas [...] donc s'il y a un produit bio qui contient ça, j'ai pas d'exemple en tête, je crois pas que ce soit arrivé, mais je ne le prendrai pas c'est sûr » (Laura, 39 ans)

L'accès à des circuits de commercialisation autres que la grande distribution vient également jouer dans les arbitrages des répondants vis-à-vis du biologique. La vente directe, à la ferme ou en magasins de producteurs, est un mode d'approvisionnement en aliments biologiques largement pratiqué par les répondants. L'offre biologique en grande distribution est en effet souvent jugée insuffisante, principalement sur le plan de la faible variété des produits offerts et de leur mise en rayon peu attrayante. Se tourner vers l'achat en direct au producteur est un moyen pour les consommateurs interrogés de répondre à cette insuffisance. Mais l'accès direct aux producteurs peut aussi évacuer la question du biologique. D'une part, il peut rendre la question de la certification accessoire, la proximité se substituant alors au label dans le rôle du délégateur de confiance. De nombreux répondants se satisfont ainsi de la parole des producteurs auxquels ils ont accès pour s'assurer du caractère biologique de leur production. Même s'il ne peut se réclamer d'une certification, le produit est perçu comme biologique par le répondant, répondant alors à la préoccupation principale qui le pousse à rechercher le biologique. Par ailleurs, la proximité avec le producteur peut être recherchée pour elle-même, l'origine locale des produits pouvant être préférée à l'appellation biologique.

Discussion

Indications alternatives, ingrédients, lieu de vente sont autant de possibilités que les répondants peuvent prendre en compte lors de leurs achats pour répondre aux préoccupations qui les animent, et qui peuvent leur éviter de considérer l'option biologique. Nous voyons donc que l'achat en non biologique n'est pas nécessairement un achat auquel les consommateurs se résolvent faute de mieux : il peut être le résultat d'une évaluation des différentes options, au terme de laquelle le biologique n'apparaît pas comme la meilleure solution. La mobilisation, par les consommateurs intermittents d'aliments biologiques, de référents autres que le label biologique a déjà été évoquée dans de précédentes recherches. Spécifiquement, le recours à d'autres appellations ou indications de qualité par Lamine (2008) et l'importance du point de vente avaient été soulignés par Buder et al. (2014). Les consommateurs intermittents interrogés par Lamine (2008) n'hésitent ainsi pas à se tourner vers d'autres labels (Label Rouge, AOC) plutôt que vers le biologique lorsqu'ils répondent à leurs préoccupations premières. Par exemple, un œuf fermier peut être préféré à un œuf biologique en ce qu'il permet au répondant de s'assurer des bonnes conditions d'élevage (Lamine, 2008). Se penchant sur les raisons pour lesquelles des consommateurs réguliers d'aliments biologiques continuent d'acheter certains aliments en version non biologique, Buder et al. (2014) ont trouvé que, dans le cas de la viande, la préférence pour l'achat en magasins spécialisés est évoquée par environ 30% des répondants. La préférence pour un aliment non biologique mais produit localement est également un point déjà identifié dans de précédentes recherches (Andersen, 2011) Ces différents éléments nous montrent que l'achat en non biologique n'est pas nécessairement problématique pour les consommateurs intermittents d'aliments biologiques, mais peut au contraire relever d'un arbitrage assumé entre les différentes options.

En guise de synthèse des données recueillies sur le processus de choix des répondants, consommateurs intermittents d'aliments biologiques, nous proposons le schéma suivant (Figure 6) :

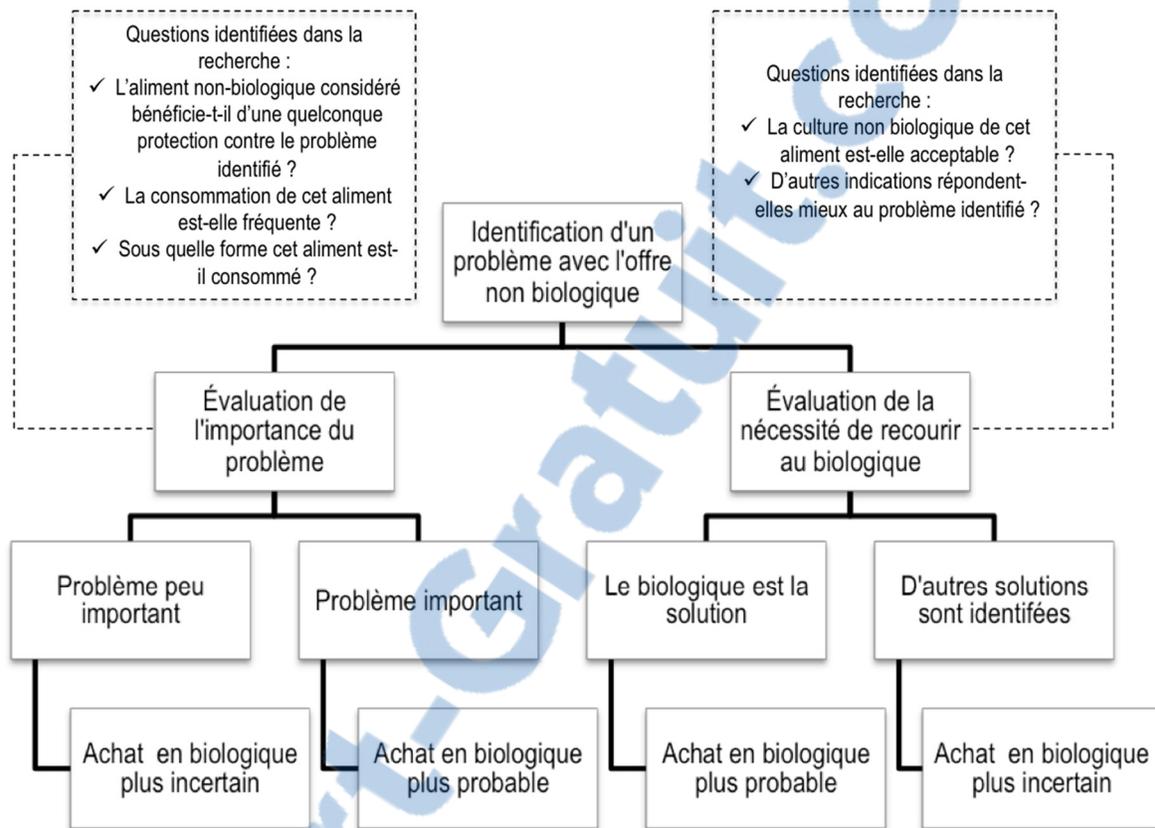


Figure 8 : Schématisation du processus décisionnel vis-à-vis des aliments biologiques chez les répondants

Si la nature des données ne nous permet pas de quantifier l'importance relative de chacun des deux axes de réflexion qui paraissent guider le choix des répondants, ni ne permet de généraliser les critères identifiés qu'ils mobilisent à une population plus large, cette restitution permet de nuancer le caractère idéal du biologique. Animés par une pluralité de préoccupations et faisant face à de multiples options, les répondants intègrent le biologique dans leur consommation alimentaire quotidienne plus qu'ils ne distinguent l'offre biologique du reste de l'offre alimentaire en général, le recours au biologique n'étant qu'une option de consommation parmi d'autres. Les consommateurs intermittents représentant l'écrasante majorité des consommateurs d'aliments biologiques, de tels résultats devraient encourager à explorer plus en avant les dynamiques entre consommation d'aliments biologiques et consommation d'aliments non biologiques chez un même individu.

3. Le statut équivoque du biologique dans la consommation intermittente

3.1. Le caractère biologique d'un aliment est diversement valorisé, même quand ce dernier est acheté en biologique

Nous avons vu que le choix en faveur de l'option biologique d'un aliment est lié à la fois à l'identification d'un problème dans l'offre non biologique et à l'évaluation positive de la capacité du biologique à répondre à ce problème de manière satisfaisante. Ainsi, un ensemble de critères intervient lors de la prise de décision. Nous avons aussi montré que la capacité du biologique à répondre au problème identifié peut être contestée par le consommateur. Le caractère biologique d'un aliment est donc diversement apprécié par les répondants, et peut occuper un rang variable dans la hiérarchie des raisons d'achat, même lorsque l'achat de la version biologique est systématique. La partie qui suit présente les 4 rangs occupés par le caractère biologique d'un aliment identifiés dans les entretiens.

Résultats

Le biologique non négociable

Pour la plupart des répondants, au moins un des aliments qu'ils ont l'habitude d'acheter dans leur version biologique l'est de manière non négociable, c'est-à-dire que le caractère biologique du produit est recherché activement, consciemment et pour lui-même. Le caractère biologique du produit est une condition *sine qua non* pour réaliser l'achat. Les raisons derrière ce systématisme peuvent varier : présence d'un ingrédient très problématique aux yeux du consommateur dans la version non biologique, mode de transformation du produit, conditions de vie des producteurs du produit ou des animaux dont il est issu... Mais, dans tous les cas, le caractère biologique du produit est l'élément qui vient résoudre le problème identifié par le répondant. Le processus décisionnel est alors fixé, dans le sens où la question de l'intérêt du biologique ne se pose plus pour cet aliment. Le comportement du répondant intermittent rejoint alors celui du consommateur puriste, qui délègue son choix au caractère biologique d'un aliment (Lamine, 2008).

« Quand j'achète du soya, je l'achète toujours bio. » (Amélie, 29 ans)

« Les fruits secs, je les achète jamais autrement que bio. » (Victoire, 47 ans)

« Les œufs, c'est pas négociable. » (Martin, 54 ans)

« Pour moi, pour l'instant, ça reste la farine, où il n'y a rien à discuter. » (Matthieu, 58 ans)

Le biologique préférable

Plusieurs répondants font état d'une préférence marquée pour le biologique, déclarant qu'ils opteraient volontiers pour un régime alimentaire exclusivement biologique s'ils en avaient la possibilité, le biologique leur semblant un idéal vers lequel tendre. Ainsi, les répondants déclarent généralement être potentiellement intéressés par tous les produits biologiques, n'écartant jamais la possibilité d'opter pour la version biologique d'un produit. Si ces déclarations sont à relativiser, compte tenu des éléments évoqués précédemment, cet horizon normatif peut expliquer le statut du biologique comme option préférable que l'on constate chez les répondants. Il est ici question des produits pour lesquels la version biologique est valorisée, mais sans que cela ne conduise le répondant à rechercher activement le biologique. Si le répondant voit l'option biologique lors de la décision d'achat, il peut décider de l'acheter. À l'inverse, si la version biologique du produit n'est pas disponible dans son magasin habituel, ou si le prix est jugé excessif, le répondant se tourne vers l'offre non biologique sans que cela ne pose trop de problèmes.

« Des fois j'achète bio sans savoir pourquoi je l'achète, juste parce que c'est bio... » (Romain, 45 ans)

« C'est une question de principes tout simplement. » (Maud, 64 ans)

« Des fois, il y en a pas dans l'épicerie où je vais, donc là je refuserais pas d'acheter l'autre sorte de bananes, mais si les deux sont là, je prends la biologique. » (Laura, 39 ans)

Il s'agit sûrement du rapport au biologique le plus complexe parmi ceux identifiés chez les répondants, dans le sens où ces derniers ont généralement du mal à expliquer les raisons qui motivent leur choix pour ces produits. Interrogés sur les avantages à acheter ce produit dans sa version biologique, ils admettent ne pas y voir de bénéfices particuliers : le biologique est alors vu comme un attribut positif, rassurant, du produit. Cela fait écho à l'idée que le biologique est perçu comme une indication de qualité par les consommateurs, déjà établie dans la littérature (Baker et al., 2004; Barrena & Sánchez, 2010). Par ailleurs, le discours médiatique tendant à opposer l'offre biologique avec le reste de l'offre alimentaire, et à faire du biologique la solution à un ensemble de craintes diffuses vis-à-vis des chaînes actuelles de production et de distribution alimentaire (Lockie, 2006) pourrait participer à la diffusion de cette perception du biologique.

Les aliments relevant de cette catégorie de biologique occupent une espèce d'entredeux inconfortable chez les répondants : leur version biologique est, serait-on tenté de dire, un idéal non indispensable. Le choix du biologique paraît alors largement lié à la disponibilité du produit, à sa visibilité en rayon, à la différence de prix avec la version non biologique. Ce rôle central du point de vente a été souligné par Henryks et al. (2014). Par conséquent, ces produits sont sélectionnés dans leur version biologique de manière irrégulière, selon le

contexte d'achat, les opérations de promotion en cours sur les autres produits, et selon l'humeur du répondant. L'envie de se faire plaisir, de se faire du bien, ou de faire du bien autour de lui grâce à sa consommation peut le conduire à opter, occasionnellement, pour la version biologique d'un de ces aliments.

Le biologique par défaut

Plusieurs produits ne sont achetés en version biologique que parce que c'est la seule version du produit qui existe (ou qui est vue en rayon par les répondants). C'est souvent le cas de produits de niche, alternatifs : pâtes sans gluten, quinoa, graines de chia... Dans ce cas, c'est moins l'attribut biologique qui est recherché que le produit lui-même. L'attachement à l'attribut biologique est, au final, faible : si une version non biologique, mais aux caractéristiques semblables, du produit apparaissait sur le marché, les répondants n'excluent pas de la prendre en considération. Ce type de produits avait déjà été identifié par Lamine (2008).

« Cette année, de septembre à avril, ça se pourrait que si la situation [des pâtes sans gluten mais non biologiques] se présentait j'achèterais du non bio, parce que là j'ai moins les moyens. » (Céline, 25 ans)

Le biologique fortuit

Enfin, la catégorie des produits « biologiques fortuits » regroupe les aliments sciemment achetés dans leur version biologique, mais sans que celle-ci soit activement recherchée : le biologique est alors une caractéristique collatérale du produit. À la différence des aliments achetés dans leur version biologique par défaut, ces aliments existent dans une version non biologique, mais ces derniers ne satisfont pas pleinement les répondants.

Il semble que cette catégorie de produits biologiques concerne particulièrement les produits transformés. Le plus souvent, le critère déterminant est la liste des ingrédients contenus dans le produit ou sa valeur nutritive. L'absence d'additifs chimiques par exemple, ou un faible taux de sel ou de sucre, sont des critères recherchés. Il peut également s'agir de composantes activement recherchées, comme l'utilisation d'une farine intégrale dans un pain. Le critère de choix est alors le type de farine et non son caractère biologique, vis-à-vis duquel le répondant est neutre. Il peut également s'agir d'un achat en direct au producteur, où la relation avec ce dernier est jugée plus importante que le caractère biologique du produit.

Ces éléments laissent voir la précarité du statut de l'aliment biologique : les consommateurs intermittents pourraient se détourner de la version biologique d'un aliment si une version conventionnelle exempte des composantes problématiques apparaissait sur le marché.

« Au niveau du beurre d'arachide, du beurre d'amande, c'est plus au niveau du fait qu'il n'y a pas de gras trans dedans, pas de sel, pas de sucre. On dirait [que cela] a amené à ce qu'on le prenne bio. Le bio c'est plus un "adon" que vraiment on veut [sic] absolument qu'il soit bio. » (Léa, 42 ans)

« Mais je veux que ça soit du blé entier, que ce soit une farine intégrale... puis il se trouve que des fois, c'est de la farine biologique. » (Pierre, 42 ans)

Discussion

Les différents rangs occupés par le caractère biologique d'un aliment dans la hiérarchie des raisons d'achat n'ont pas fait l'objet de recherche dédiée, au meilleur de notre connaissance, mais semblent être un écho à la contestation morale dont le biologique peut faire l'objet parmi des consommateurs d'aliments biologiques étudiés par Andersen (2011). En effet, Andersen (2011) montre que les consommateurs peuvent entretenir une relation ambivalente au biologique, qui voit son intérêt contesté lorsqu'il entre en contradiction avec d'autres priorités, par exemple, le souci d'économie qui requiert de minimiser autant que possible le coût des courses d'épicerie. Bien que la méthode d'échantillonnage de la présente recherche ne prétende pas à une quelconque représentativité ni ne permette de généraliser les résultats, il est frappant de constater la coexistence de différentes places accordées au biologique chez la plupart des répondants. Même si l'on ne les retrouve pas systématiquement chez tous les répondants, la majorité d'entre eux en cumulent au moins deux. Ces résultats permettent d'apporter un nouvel éclairage à l'approche par profil-type des consommateurs d'aliments biologiques. On peut en effet s'interroger sur la pertinence de segmenter les consommateurs par fréquence de consommation, une même habitude pouvant recouvrir une valorisation très différente du caractère biologique de l'aliment. Un même consommateur peut ainsi acheter systématiquement deux aliments dans leur version biologique sans que cela ne traduise un même attachement au biologique. Là où le premier aliment peut relever du biologique non négociable, le second peut être acheté uniquement dans sa version biologique car l'offre non biologique de ce produit est inexistante. Dans ce cas, l'arrivée d'une offre non biologique pourrait conduire le consommateur à opérer la bascule vers le non biologique, alors qu'elle reste improbable dans le cas du premier aliment, où la préférence pour le biologique est très marquée.

Rapport-gratuit.com 
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MEMOIRE

3.2. Des stratégies d'adaptation différenciées pour gérer l'absence d'option biologique

L'approche par les chainages cognitifs recommande d'interroger les répondants sur leur réaction en cas d'absence de la caractéristique recherchée (Reynolds & Gutman, 1988). Cet axe de questionnement a permis, dans le cadre de cette recherche, de faire émerger trois grandes stratégies à l'œuvre chez les répondants

lorsque ceux-ci font face à l'indisponibilité d'un aliment spécifique dans sa version biologique : l'abstention, la substitution, et la concession.

Résultats

L'abstention

La stratégie de l'abstention est la plus radicale, puisqu'elle consiste pour le répondant à refuser purement et simplement d'opter pour un aliment issu de l'agriculture ou de la production conventionnelle si l'option biologique n'est pas disponible. Le caractère absolu de la décision rapproche alors le répondant intermittent du comportement du consommateur puriste décrit par Lamine (2008). Mais, contrairement à ce dernier, cela concerne un nombre restreint de produits : les répondants intermittents mentionnent généralement un seul aliment pour lequel ils vont préférer s'abstenir. Il n'y a cependant pas de consensus parmi les répondants à propos des aliments concernés et toutes les catégories d'aliments peuvent être concernées : la viande, les bananes, le tofu, les œufs sont mentionnés par différents répondants. Les données ne permettent pas non plus de déterminer la prépondérance d'une préoccupation sur les autres. Le goût, la santé, la possible présence d'OGM, ou les conditions de travail des producteurs sont toutes des préoccupations mentionnées par les différents répondants pour les aliments dont ils préfèrent se passer. D'autres recherches sont requises pour espérer identifier le lien entre préoccupation et abstention. Une piste d'explication pourrait être la facilité d'accès habituelle pour ce produit. Il semblerait, en effet, que les répondants s'abstiennent plus volontiers d'acheter un produit conventionnel s'ils savent qu'ils pourront trouver l'aliment biologique en question ailleurs, un autre jour, sans grande difficulté. Cette piste doit tout de même être nuancée d'emblée. La viande biologique, difficile à trouver aux dires des répondants, est en même temps un des produits pour lequel la décision de s'abstenir est la plus fréquente.

« Quand il y en a pas, j'en achète pas et puis, c'est aussi simple que ça. » (Victoire, 47 ans)

« Parfois pour certains produits, je pense, ... on va être incité à faire de petits détours pour trouver. » (Guillaume, 57 ans)

La substitution

Une autre stratégie consiste à substituer l'aliment biologique indisponible par un autre. Elle n'est pas une continuation logique de la stratégie d'abstention, dans le sens où elle n'implique pas nécessairement de se tourner vers un autre aliment biologique proche, par exemple une huile biologique issue d'un autre fruit. Au contraire, l'absence du produit conduit le répondant à « retourner en arrière » pour reconsidérer l'offre dans son ensemble. Celle-ci est alors réévaluée en fonction de la préoccupation principale du consommateur pour ce produit spécifiquement. Cette réévaluation peut conduire le répondant à ne plus opter pour des produits

biologiques. La substitution a tendance à se faire au profit d'aliments qui, dans l'esprit du répondant, partagent le plus de similitudes avec l'aliment biologique originellement recherché. On retrouve la notion de comparaison et d'évaluation de l'offre alimentaire non biologique mentionnée précédemment, appliquée cette fois à une situation où le premier choix (biologique) du répondant ne peut être satisfait. Le fait que deux aliments soient substituables dans l'esprit d'un répondant n'est pas nouveau. Le fait qu'un aliment biologique puisse être substitué par un aliment non biologique laisse néanmoins penser que ce dernier peut répondre de façon plus satisfaisante aux préoccupations d'un répondant, qu'un autre produit biologique. Le recours à cette stratégie souligne donc le poids prépondérant que peut avoir un problème particulier identifié dans le processus de décision d'un consommateur.

« Par exemple, les huiles, on prend pas des choses biologiques, par contre dans ma tête étant donné que tout le soya c'est de l'OGM, selon moi (...). Pour ce qui est assaisonnements, ça va être l'huile d'olive. C'est pas forcément bio mais c'est pas OGM selon moi » (Elena, 35 ans).

Donc s'il n'y a pas de lait de soya bio, vous prenez du lait de vache conventionnel ?

- Absolument.

- Tandis que le lait de soya sera plutôt bio ?

- Ah oui oui, tout le temps, tout le temps bio, à cause de la provenance du soya.

- Et le lait de vache, est-ce qu'il y a moins de problème à ce qu'il soit conventionnel ?

- Ça me pose des problèmes, quand j'en achète souvent je me dis 'oh je devrais acheter bio' mais finalement j'achète toujours le conventionnel, question d'économie. » (Martin, 54 ans)

La concession

Une dernière stratégie qui émerge des entrevues est la concession. Dans ce cas, le répondant renonce à consommer un aliment dans sa version biologique, par exemple, parce qu'il ne parvient pas à en trouver, et va opter pour le conventionnel. Mais cette concession n'est pas une renonciation : le consommateur fait souvent évoluer ses pratiques pour gérer la situation et rendre l'absence du biologique plus acceptable.

Le type de concession identifié dans les entretiens a lieu sur le plan de la préparation de l'aliment. Elle concerne plus spécifiquement les fruits et légumes, au travers de la pratique de l'épluchage. On a déjà eu l'occasion de souligner l'importance de la pelure comme critère de choix pour les répondants ; elle peut également devenir une stratégie d'adaptation, dans le sens où les fruits et légumes biologiques et les fruits et légumes non biologiques sont traités différemment sur ce point, par un même répondant. En l'occurrence, le

même fruit ou légume peut être consommé avec sa pelure dans sa version biologique, mais sera épluché dans sa version non biologique.

« Mais elles [poires non biologiques] sentaient tellement bon que je les ai achetées. Mais par contre je vais les éplucher. » (Elena, 35 ans)

« J'ai peut-être l'impression que les légumes, je les épluche plus que les fruits, donc... justement je me dis c'est comme si j'enlevais les pesticides, les produits chimiques et compagnie. » (Céline, 25 ans)

Cependant, l'épluchage n'est pas une solution idéale aux yeux des répondants. Il crée un nouveau problème : la disparition de nutriments avec celle de la pelure du fruit ou du légume. Lorsqu'ils abordent la question, les répondants situent systématiquement les nutriments juste sous la peau, voire dans la pelure même, des fruits et légumes. En ôtant celle-ci, ils se privent donc d'une partie des bénéfices liés à la consommation de l'aliment.

« Là j'ai pas confiance, même si dans la peau il y a tout ce qu'il faut, ouais, mais dans la peau il y a aussi des pesticides donc tant pis. » (Elena, 35 ans)

« On va pas aller jusqu'à les éplucher carrément parce qu'on sait que les vitamines sont souvent principalement juste en dessous de la pelure, donc si tu épluches tu les perds... » (Léa, 42 ans)

Le dilemme est résumé très clairement par Céline :

« Quand j'étais petite, ma mère me disait toujours que les vitamines étaient dans les pelures, dans les pommes, les poires... donc je suis toujours restée avec cette idée-là, mais là je me dis, les pesticides sont sur la pelure aussi. Fait que... je suis prise dans le dilemme : est-ce que je garde les vitamines et les pesticides ou est-ce que j'enlève les pesticides mais j'enlève la plupart des vitamines ? » (Céline, 25 ans)

Pour éviter cette perte, une pratique alternative est le lavage des fruits et légumes non biologiques, dans le but d'éliminer les pesticides et autres résidus. Alors que le lavage n'est pas automatique pour les fruits et légumes biologiques, il devient indispensable dans le cas des fruits et légumes non biologiques. On observe que le lavage sera plus attentif, plus minutieux, comme brosser les aliments, voire à les passer au savon :

« Quand il y a une laitue à quatre dollars et une autre à 1,20 \$, je prends celle à 1,20\$. Je vais la laver comme il faut, je me dis tout va partir, tout ce qui est pas bon va partir. » (Agnès, 58 ans)

« Ce qu'on va faire c'est qu'on va les nettoyer davantage... Une pomme bio, je la passe pas au savon. Je vais peut-être la rincer un peu dans le pire des cas ou je vais juste la frotter, je ne me poserai pas la question (...). L'autre je vais la brosser, les pommes [conventionnelles] par exemple je vais les passer au savon. (...) On va comme apporter plus de soin pour essayer d'en enlever. » (Léa, 42 ans)

L'attention portée à la préparation peut donc varier pour un même aliment selon qu'il est biologique ou non. Cela étant dit, aucune autre dimension liée à la préparation de l'aliment n'a émergé des entrevues. La cuisson par exemple n'a pas été évoquée par les répondants en lien avec ce sujet, que cela soit comme un critère permettant d'évaluer l'importance du biologique ou comme un moyen de gérer l'absence d'offre biologique, alors que d'autres recherches ont conclu à une préférence pour le biologique lorsque l'aliment est consommé cru (Andersen, 2011; Henryks, 2009; Lamine, 2008). Le rôle de la cuisson dans la décision de recourir à l'option biologique devrait donc faire l'objet de futures recherches.

Discussion

À notre connaissance, aucune étude n'a été faite sur les stratégies de gestion (*coping strategies*) des consommateurs face à l'absence de l'offre alimentaire biologique. Les stratégies évoquées par Andersen (2011) portent sur la mobilisation de registres moraux différents pour choisir entre aliment biologique et aliment non biologique, et non sur la gestion mise en place par les consommateurs en cas d'indisponibilité d'un produit biologique pour lequel l'achat était initialement prévu. Néanmoins, les stratégies identifiées à partir des données de la présente étude font écho à deux des trois stratégies des consommateurs engagés dans l'approvisionnement alimentaire local, identifiées par Bingen, Sage, et Sirieix (2011). En l'espèce, la stratégie qualifiée ici de concession rejoint bien la stratégie d'abandon repérée par Bingen et al. (2011), qui consiste à ne pas recourir à l'approvisionnement local lorsque celui-ci suppose trop de contraintes, comme un temps consacré à l'approvisionnement trop important. La stratégie de substitution se reflète quant à elle la stratégie d'arrangement identifiée par ces mêmes auteurs. Dans ce cas, les consommateurs cherchent à substituer l'aliment local par un aliment non local, mais qui est selon eux porteur d'une partie des principes associés au local, comme par exemple des aliments issus du commerce équitable (Bingen et al., 2011). On peut dresser un parallèle avec la stratégie de substitution décrite précédemment, par laquelle un répondant s'écarte de l'offre biologique mais continue d'être animé par les mêmes préoccupations. Par exemple, le fait d'opter pour une huile d'olive plutôt qu'une huile de colza, la première culture étant perçue comme exempte d'OGM, contrairement à la seconde. Dans ce cas, la principale préoccupation (éviter les OGM) reste identique, et sera traduite par un changement dans le type d'huile choisie.

Conclusion

La consommation d'aliments biologiques connaît une forte croissance, le marché ayant quadruplé au niveau mondial entre 1999 et 2011 (Agence Bio, 2013). Pourtant, la grande majorité des consommateurs qui se tournent vers cette option n'opèrent pas un bouleversement radical de leurs habitudes et continuent de consommer des aliments non biologiques. Cette population de consommateurs intermittents demeure largement inconnue, les recherches s'étant jusqu'à présent peu intéressées à l'interaction entre consommation biologique et consommation non biologique chez un même consommateur. L'objectif de la présente recherche était donc d'explorer les raisons pour lesquelles un consommateur intermittent d'aliments biologiques optait pour l'option biologique dans certains cas et pas dans d'autres. Le prix supérieur des aliments biologiques généralement constaté est une explication dont la portée est à relativiser, compte tenu des consentements à payer très variables d'une catégorie de produits à l'autre identifiés dans la littérature (Hutchins & Greenhalgh, 1997; Krystallis & Chryssohoidis, 2005; Millock et al., 2002). Ces variations laissent penser que le caractère biologique d'un aliment est plus ou moins désirable, puisqu'un même répondant est prêt à verser des premiums variables selon le type d'aliment acheté en version biologique.

La présente recherche s'est attachée à explorer cette désirabilité variable de l'option biologique selon le type d'aliments, à partir d'entretiens individuels semi-directifs. Leur analyse a permis de faire apparaître des raisons effectivement différentes dans le choix du biologique chez les répondants d'un aliment à l'autre. Par exemple, la préoccupation pour le bien-être animal était bien plus invoquée dans le cas de l'achat d'œufs biologiques que dans le cas de la viande, où la question des effets de l'alimentation animale sur la santé humaine primait. Cette recherche a aussi permis d'explorer le processus de choix des répondants, dont le point de départ a systématiquement été une évaluation de l'offre non biologique et de sa capacité à répondre à une préoccupation spécifique. La restitution proposée de ces processus de choix repose sur un double mouvement effectué par les répondants. D'une part, ils évaluent l'importance du problème qu'ils ont décelé dans l'offre non biologique. Ainsi, par exemple, si les résidus chimiques constituent un problème pour tous les fruits et légumes, ceux qui possèdent une épaisse pelure qui n'est pas elle-même consommée sont vus comme protégés, au moins partiellement, d'une contamination par ces résidus. Le problème sera donc perçu comme moindre, et le recours au biologique comme moins important que dans le cas des fruits et légumes dont la pelure est consommable ou inexistante. En parallèle, est évaluée par les répondants la nécessité de recourir au biologique pour répondre au problème identifié dans l'offre non biologique. Par exemple, si les conditions d'élevage des poules pondeuses constituent le principal problème avec l'offre des œufs non biologiques, les répondants pouvaient choisir d'opter pour des œufs dont l'emballage mentionnait simplement

qu'ils étaient issus de poules élevées en liberté, cette appellation répondant explicitement et directement à leur préoccupation principale. Ce processus de choix donne à voir une valorisation différenciée du caractère biologique d'un aliment chez les répondants. Il peut ainsi être considéré comme non négociable pour un aliment particulier, et être fortuit pour un autre, la recherche d'une ou plusieurs autres caractéristiques, par exemple la liste des ingrédients, primant le caractère biologique en tant que tel. Il en résulte des stratégies différentes mises en place par les répondants pour pallier à l'absence de l'option biologique. Ces derniers peuvent décider de s'abstenir d'un aliment si sa version biologique n'est pas disponible. Ils peuvent également se tourner vers la version non biologique d'un aliment comparable à celui initialement souhaité (passage du lait de soya au lait de vache par exemple) mais dont les spécificités rendent le recours à l'option biologique non nécessaire. À l'inverse, ils peuvent choisir d'opter pour la version non biologique de l'aliment, en adaptant toutefois leur préparation de l'aliment, par exemple en recourant à l'épluchage dans le cas des fruits et légumes.

Plusieurs des résultats de cette recherche sont inédits et n'avaient pas été, au meilleur de notre connaissance, abordés par la littérature sur les consommateurs d'aliments biologiques. En premier lieu, l'existence de raisons différentes pour recourir au biologique chez un même individu, et selon les aliments, n'avaient pas fait l'objet de recherche dédiée. Cette recherche identifie de plus trois stratégies de gestion de l'absence d'offre biologique par les consommateurs intermittents, un point qui là encore, au meilleur de notre connaissance, n'avait jamais fait l'objet de recherche. Elle apporte également de nouveaux éléments à la question des critères mis en place par les consommateurs pour évaluer la pertinence de l'option biologique, notamment la fréquence de consommation de l'aliment. Contrairement à la recherche de Sirieux et al. (2006), les résultats de la présente étude ne permettent pas de conclure à une importance plus grande du biologique pour les céréales complètes, ni à l'absence de cuisson comme jouant en faveur du recours à l'option biologique, à la différence de Lamine (2008) et Andersen (2011). Dans une perspective scientifique, notre recherche s'intéresse à une population sous étudiée et mal connue, permettant d'en avoir une meilleure connaissance. En proposant une schématisation de leurs processus de choix en relation avec l'option biologique et en explorant l'imbrication de la consommation d'aliments biologiques avec celle d'aliments non biologiques, cette recherche ouvre de nouvelles pistes pour l'étude des choix alimentaires, un champ de recherche complexe où de nombreuses inconnues demeurent (Gorton & Barjolle, 2013; Sobal & Bisogni, 2009). D'un point de vue opérationnel, cette recherche permet d'aboutir à une meilleure compréhension des choix des consommateurs, et donc de leurs attentes envers l'offre biologique. Elle devrait donc intéresser les différents acteurs responsables de la mise en marché de produits biologiques, notamment en ce qui concerne les confusions exprimées par les répondants sur l'intérêt du biologique à propos du bien-être animal, qui les conduisent parfois à opter pour d'autres options.

Limites de la recherche et pistes de recherches futures

La présente recherche comporte plusieurs limites. En premier lieu, le cadre d'analyse initialement choisi s'est rapidement avéré trop étroit pour traiter pertinemment la masse des données recueillies. Il était espéré que l'articulation entre attributs, conséquences et valeurs proposée par le modèle des chaînages cognitifs permette de faire ressortir des chaînages différents chez un même répondant pour différents aliments. Cela a bien été le cas, et ces résultats représentent une avancée par rapport à ce qui était connu auparavant sur les consommateurs d'aliments biologiques. Néanmoins, le modèle choisi ne permettait pas d'analyser de manière satisfaisante les données obtenues sur les critères mobilisés par les répondants lors du choix de l'option biologique, ni sur le statut équivoque du biologique chez les répondants, et a dû être abandonné. Tout bien considéré, ce modèle n'était vraisemblablement pas le bon pour répondre aux questions de recherche initiales. Compte tenu de la rareté des recherches consacrées aux consommateurs intermittents d'aliments biologiques, une inscription assumée dès le départ en faveur de la théorisation ancrée aurait été pertinente, et peut-être à même de produire des résultats plus riches que ceux présentés ici. De plus, la nature qualitative de la présente recherche ne permet pas de généraliser les résultats à une population autre que celle constituée par les répondants. L'approche qualitative ne permet pas non plus de pondérer de manière formelle l'acuité des problèmes identifiés par les répondants avec l'offre conventionnelle, ni de quantifier l'importance du rôle des différents critères mobilisés par ces derniers pour juger de l'importance du recours à l'option biologique. Par ailleurs, cette recherche a été réalisée par le biais d'entretiens et repose donc uniquement sur du déclaratif. Cela induit vraisemblablement une post-rationalisation de la part des répondants sur les raisons de leurs choix. Il aurait été intéressant d'accompagner les répondants dans une séance de courses quotidiennes sur le modèle du *shadowing* (Silverman, 2013), consistant à suivre les participants alors qu'ils font leurs courses d'épicerie en les incitant à verbaliser leurs actions, afin de prendre en compte ce qui se passait réellement sur le lieu de vente. Une telle approche permettrait en outre d'approfondir la question de la variabilité des choix chez un même consommateur. En effet, le rôle du contexte au moment de l'achat, bien qu'il n'ait pas été au cœur de la présente recherche, a été rapidement évoqué par quelques répondants. Une récente étude identifie sept facteurs susceptibles de jouer un rôle sur le lieu de vente en faveur ou en défaveur du biologique (Henryks et al., 2014). Étudier l'impact du contexte dans le choix en faveur ou en défaveur du biologique constitue donc une possibilité de recherche pertinente à suggérer pour mieux appréhender les variations chez un même répondant.

Les recherches sur la consommation d'aliments biologiques se sont jusqu'à présent très peu penchées sur l'interaction entre consommation biologique et consommation non biologique chez un même individu, et sur les raisons différentes qui conduisent à opter pour l'option biologique en fonction d'aliments spécifiques. Par conséquent, les opportunités de recherche dans ce domaine sont très nombreuses. En premier lieu, les

résultats de la présente étude soulèvent la question de la fréquence de consommation comme critère de choix vis-à-vis de l'option biologique. Certains répondants expliquent accorder une plus grande importance au caractère biologique d'un aliment lorsqu'ils consomment ce dernier fréquemment. À l'inverse, d'autres se tournent vers l'option biologique pour les aliments qu'ils consomment moins souvent, afin de minimiser le coût supplémentaire que l'achat en version biologique implique. Deux approches opposées se font ainsi jour, et mériteraient d'être explorées plus avant. Par ailleurs, le fait que des aliments différents soient consommés en version biologique par un même répondant selon son pays de résidence constitue une autre piste de recherche pertinente, particulièrement en ce que cela illustre les liens étroits faits par les consommateurs entre évaluation de l'offre non biologique et décision de recourir au biologique. De plus, il semble opportun de poursuivre la présente recherche avec une approche quantitative qui permettrait de vérifier jusqu'à quel point les tendances observées se reflètent dans les perceptions et les comportements de la population visée et de vérifier certaines hypothèses d'explication de ces tendances. Ainsi, une quantification de l'importance relative du biologique selon l'aliment serait pertinente, ainsi qu'une quantification de l'importance du biologique en fonction des problèmes identifiés. Des analyses de régression de type *logit* multinomial, dont les variables indépendantes reprendraient les propositions de la présente recherche, comme la perception de la quantité de pesticides utilisés sur une culture précise, et dont la variable dépendante serait la probabilité d'achat, serait également envisageable.

Bibliographie

- Aertsens, J., Verbeke, W., Mondelaers, K., & Huylenbroeck, G.V. (2009). Personal determinants of organic food consumption: a review. *British Food Journal*, 111(10), 1140-1167.
- Agence Bio. (2013). *Chiffres clés 2013*. Montreuil: Agence Bio Récupéré à http://www.agencebio.org/sites/default/files/upload/documents/4_Chiffres/BrochureCC/CC2013.pdf.
- Agence Bio. (2014a). *Baromètre de consommation et de perception des produits biologiques en France*. Montreuil: Agence Bio Récupéré à http://www.agencebio.org/sites/default/files/upload/documents/4_Chiffres/BarometreConso/barometre_agence_bio_public.pdf.
- Agence Bio. (2014b). *Chiffres clés 2014*. Montreuil: Agence Bio Récupéré à http://www.agencebio.org/sites/default/files/upload/documents/4_Chiffres/BrochureCC/CC2014_chap_4_France.pdf.
- Agriculture et Agroalimentaire Canada. (2010). *Tendances du marché : produits biologiques*. Ottawa: Agriculture et Agroalimentaire Canada. Récupéré à http://publications.gc.ca/collections/collection_2015/aac-aa/c/2015/aac-aa/c/A74-2-2010-11-fra.pdf.
- Andersen, A.H. (2011). Organic food and the plural moralities of food provisioning. *Journal of Rural Studies*, 27(4), 440-450.
- Baker, S., Thompson, K., Engelken, J., & Huntley, K. (2004). Mapping the values driving organic food choice; Germany vs the UK. *European Journal of Marketing*, 38(8), 995-1012.
- Barrena, R., & Sánchez, M. (2010). Frequency of consumption and changing determinants of purchase decision: from attributes to values in the organic food market. *Spanish Journal of Agricultural Research*(2), 251-272.
- Besson, Y. (2011). *Les fondateurs de l'agriculture biologique : Albert Howard, Rudolf Steiner, Maria & Hans Müller, Hans Peter Rusch, Masanobu Fukuoka*. Paris: Sang de la terre.
- Bingen, J., Sage, J., & Sirieix, L. (2011). Consumer coping strategies: a study of consumers committed to eating local. *International Journal of Consumer Studies*, 35(4), 410-419.
- Blake, C.E., Bisogni, C.A., Sobal, J., Devine, C.M., & Jastran, M. (2007). Classifying foods in contexts: How adults categorize foods for different eating settings. *Appetite*, 49(2), 500-510.
- Boltanski, L., & Thévenot, L. (1999). The sociology of critical capacity. *European Journal of Social Theory*, 2(3), 359-377.
- Bravo, C.P., Cordts, A., Schulze, B., & Spiller, A. (2013). Assessing determinants of organic food consumption using data from the German National Nutrition Survey II. *Food Quality and Preference*, 28(1), 60-70.
- Buder, F., Feldmann, C., & Hamm, U. (2014). Why regular buyers of organic food still buy many conventional products; Product-specific purchase barriers for organic food consumers. *British Food Journal*, 116(3), 390-404.
- Canada Organic Trade Association. (2013). Canada's organic market: national highlights.
- Chang, H.-S., & Zepeda, L. (2005). Consumer perceptions and demand for organic food in Australia: Focus group discussions. *Renewable Agriculture and Food Systems*, 20(3), 155-167.
- Connors, M., Bisogni, C.A., Sobal, J., & Devine, C.M. (2001). Managing values in personal food systems. *Appetite*, 36(3), 189-200.
- Corbin, J.M., & Strauss, A.L. (2008). *Basics of qualitative research : techniques and procedures for developing grounded theory* (3rd ed ed.). Thousand Oaks, Calif: Sage Publications, Inc.
- Costa, A.d.A., Dekker, M., & Jongen, W. (2004). An overview of means-end theory: potential application in consumer-oriented food product design. *Trends in Food Science & Technology*, 15(7), 403-415.
- Costa, A.I.A., Schoolmeester, D., Dekker, M., & Jongen, W.M. (2007). To cook or not to cook: a means-end study of motives for choice of meal solutions. *Food Quality and Preference*, 18(1), 77-88.
- Darpy, D. (2012). *Comportements du consommateur* (3 ed.). Paris: Dunod.

- de Boer, J., Hoogland, C.T., & Boersema, J.J. (2007). Towards more sustainable food choices: Value priorities and motivational orientations. *Food Quality and Preference*, 18(7), 985-996.
- Dimitri, C., & Dettmann, R.L. (2012). Organic food consumers: what do we really know about them? *British Food Journal*, 114(8-9), 1157-1183.
- Dreezens, E., Martijn, C., Tenbült, P., Kok, G., & De Vries, N.K. (2005). Food and values: an examination of values underlying attitudes toward genetically modified and organically grown food products. *Appetite*, 44(1), 115-122.
- Dubuisson-Quellier, S. (2006). De la routine à la délibération. *Réseaux*(1), 253-284.
- Dubuisson-Quellier, S. (2009). *La consommation engagée*. Paris: Presses de Sciences Po.
- ÉcoRessources Consultants. (2012). Analyse du marché des produits biologiques en fonction du développement du secteur biologique au Québec.
- Euromonitor International. (2012). Consumer lifestyles in Canada. In Euromonitor (Ed.). London.
- Fearne, A. (2008). Organic fruit and vegetables—who buys what and why... and do we have a clue. *Kent Business School, University of Kent, Canterbury, UK*.
- Filière Biologique du Québec. (2013). Faits saillants du sondage auprès de la population québécoise sur la consommation de produits biologiques (pp. 8). Lévis, Qc.
- Fotopoulos, C., & Krystallis, A. (2002). Purchasing motives and profile of the Greek organic consumer: A countrywide survey. *British Food Journal*, 104(8/9), 730-765.
- Fotopoulos, C., Krystallis, A., & Ness, M. (2003). Wine produced by organic grapes in Greece: using means end chains analysis to reveal organic buyers' purchasing motives in comparison to the non-buyers. *Food Quality and Preference*, 14(7), 549-566.
- Furst, T., Connors, M., Bisogni, C.A., Sobal, J., & Falk, L.W. (1996). Food choice: A conceptual model of the process. *Appetite*, 26(3), 247-265.
- Garriguet, D. (2004). Vue d'ensemble des habitudes alimentaires des Canadiens (Division de la statistique de la santé, Trans.): Statistique Canada.
- Gorton, M., & Barjolle, D. (2013). Theories of food choice. Dans D. Barjolle, M. Gorton, J. M. Đorđević & Z. Stojanović (dir.), *Food consumer science : theories, methods and application to the Western Balkans*: Springer Netherlands.
- Gracia, A., & de Magistris, T. (2008). The demand for organic foods in the South of Italy: A discrete choice model. *Food Policy*, 33(5), 386-396.
- Grunert, K.G., & Grunert, S.C. (1995). Measuring subjective meaning structures by the laddering method: Theoretical considerations and methodological problems. *International Journal of Research in Marketing*, 12(3), 209-225.
- Grunert, S.C., & Juhl, H.J. (1995). Values, environmental attitudes, and buying of organic foods. *Journal of Economic Psychology*, 16(1), 39-62.
- Gutman, J. (1982). A means-end chain model based on consumer categorization processes. *The Journal of Marketing*, 46(2), 60-72.
- Hamzaoui Essoussi, L., & Zahaf, M. (2009). Exploring the decision-making process of Canadian organic food consumers; Motivations and trust issues. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 12(4), 443-459.
- Harper, G.C., & Makatouni, A. (2002). Consumer perception of organic food production and farm animal welfare. *British Food Journal*, 104(3/4/5), 287-299.
- Hassan, D., Monier-Dilhan, S., Nichele, V., & Simioni, M. (2009). Organic food consumption patterns in France. *Journal of Agricultural & Food Industrial Organization*, 7, 1-23.
- Henryks, J. (2009). *Organic foods and consumer choice in context: an exploration of switching behaviour*.
- Henryks, J., Cooksey, R., & Wright, V. (2014). Organic food at the point of purchase: understanding inconsistency in consumer choice patterns. *Journal of Food Products Marketing*, 20(5), 452-475.
- Hill, H., & Lynchehaun, F. (2002). Organic milk: attitudes and consumption patterns. *British Food Journal*, 104(7), 526-542.

- Hoefkens, C., Verbeke, W., Aertsens, J., Mondelaers, K., & Van Camp, J. (2009). The nutritional and toxicological value of organic vegetables consumer perception versus scientific evidence. *British Food Journal*, 111(10), 1062-1077.
- Holmes, M., & Macey, A. (2014). Organic agriculture in Canada *The World of Organic Agriculture. Statistics and Emerging Trends 2014*. Frick, Bonn: Research Institute of Organic Agriculture (FiBL), International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM).
- Honkanen, P., Verplanken, B., & Olsen, S.O. (2006). Ethical values and motives driving organic food choice. *Journal of Consumer Behaviour*, 5(5), 420-430.
- Huberman, A.M., & Miles, M.B. (1991). *Analyse des données qualitatives*. Bruxelles: De Boeck Université.
- Hughner, R.S., McDonagh, P., Prothero, A., Shultz, C.J., & Stanton, J. (2007). Who are organic food consumers? A compilation and review of why people purchase organic food. *Journal of Consumer Behaviour*, 6(2-3), 94-110.
- Hutchins, R.K., & Greenhalgh, L.A. (1997). Organic confusion: sustaining competitive advantage. *British Food Journal*, 99(9), 336-338. doi: 10.1108/00070709710193998
- Institut National de Santé Publique du Québec. (2009). La consommation alimentaire et les apports nutritionnels des adultes québécois (pp. 140).
- Kesse-Guyot, E., et al. (2013). Profiles of organic food consumers in a large sample of French adults: results from the nutrinet-santé cohort study. *PLoS ONE*, 8(10), e76998.
- Kihlberg, I., & Risvik, E. (2007). Consumers of organic foods - value segments and liking of bread. *Food Quality and Preference*, 18(3), 471-481.
- Kriwy, P., & Mecking, R.a. (2012). Health and environmental consciousness, costs of behaviour and the purchase of organic food. *International Journal of Consumer Studies*, 36(1), 30-37.
- Krystallis, A., & Chryssohoidis, G. (2005). Consumers' willingness to pay for organic food: Factors that affect it and variation per organic product type. *British Food Journal*, 107(5), 320-343.
- Lamine, C. (2008). *Les intermittents du bio: pour une sociologie pragmatique des choix alimentaires émergents*. Paris: Maison des sciences de l'homme.
- Lassen, J., & Korzen, S. (2009). The environment overlooked?. The role of environmental concerns in organic food discourses. *Anthropology of Food*(S5).
- Le Page, A., Cox, D.N., Georgie Russell, C., & Leppard, P.I. (2005). Assessing the predictive value of means-end-chain theory: an application to meat product choice by Australian middle-aged women. *Appetite*, 44(2), 151-162.
- Lea, E., & Worsley, T. (2005). Australians' organic food beliefs, demographics and values. *British Food Journal*, 107(10-11), 855-869.
- Lessard-Hébert, M., Boutin, G., & Goyette, G. (1997). *La recherche qualitative: fondements et pratiques*: De Boeck Supérieur.
- Lind, L.W. (2007). Consumer involvement and perceived differentiation of different kinds of pork - a Means-End Chain analysis. *Food Quality and Preference*, 18(4), 690-700.
- Lockeretz, W. (2007). *Organic farming : an international history*. Wallingford, England: CABI.
- Lockie, S. (2006). Capturing the sustainability agenda: organic foods and media discourses on food scares, environment, genetic engineering, and health. *Agriculture and Human Values*, 23(3), 313-323.
- Lockie, S., Halpin, D., & Pearson, D. (2006). Understanding the market for organic food. *Organic Agriculture: A Global Perspective. Collingwood: CSIRO Publishing*, 245-258.
- Lockie, S., Lyons, K., Lawrence, G., & Mummery, K. (2002). Eating 'green': Motivations behind organic food consumption in Australia. *Sociologia Ruralis*, 42(1), 23.
- Luchs, M.G., Naylor, R.W., Irwin, J.R., & Raghunathan, R. (2010). The sustainability liability: potential negative Effects of ethicality on product preference. *Journal of Marketing*, 74(5), 18-31.
- MacKinnon, S. (2013). The BC organic market: growth, trends, and opportunities: Canada Organic Trade Association.
- Magnusson, M.K., Arvola, A., Hursti, U.-K.K., Åberg, L., & Sjöden, P.-O. (2003). Choice of organic foods is related to perceived consequences for human health and to environmentally friendly behaviour. *Appetite*, 40(2), 109-117.

- Magnusson, M.K., Arvola, A., Ulla-Kaisa Koivisto, H., Aberg, L., & Per-Olow, S. (2001). Attitudes towards organic foods among Swedish consumers. *British Food Journal*, 103(3), 209-226.
- Makatouni, A. (2001). What motivates consumers to buy organic food in the UK? Results from a qualitative study. *Organic-Research.com*, 1(April), 1-2.
- MarketLine. (2012). Whole Foods Market: the biggest retailer of organic and natural foods in the world (pp. 26).
- Maxwell, J. (1999). *La modélisation en recherche qualitative*. Fribourg.
- McEachern, M.G., & McClean, P. (2002). Organic purchasing motivations and attitudes: are they ethical? *International Journal of Consumer Studies*, 26(2), 85-92.
- Miles, S., & Frewer, L.J. (2001). Investigating specific concerns about different food hazards. *Food Quality and Preference*, 12(1), 47-61.
- Millock, K., Hansen, L.G., Wier, M., & Andersen, L.M. (2002). *Willingness to pay for organic foods: a comparison between survey data and panel data from Denmark*. European Association of Environmental and Resource Economists. Monterey, USA. Récupéré à <http://orgprints.org/1754/>
- Nielsen, N., Bech-Larsen, T., & Grunert, K. (1998). Consumer purchase motives and product perceptions: a laddering study on vegetable oil in three countries. *Food Quality and Preference*, 9(6), 455-466.
- O'Donovan, P., & McCarthy, M. (2002). Irish consumer preference for organic meat. *British Food Journal*, 104(3/4/5), 353-370.
- Organisation des Nations Unies pour l'alimentation et l'agriculture. (2014). En quoi consiste l'agriculture biologique. Récupéré à <http://www.fao.org/organicag/oa-faq/oa-faq1/fr/>
- Padel, S., & Foster, C. (2005). Exploring the gap between attitudes and behaviour - Understanding why consumers buy or do not buy organic food. *British Food Journal*, 107(8), 606-625.
- Patton, M.Q. (2002). *Qualitative research & evaluation methods* (3rd ed ed.). Thousand Oaks, Calif: Sage Publications.
- Pellegrini, G., & Farinello, F. (2009). Organic consumers and new lifestyles: An Italian country survey on consumption patterns. *British Food Journal*, 111(9), 948-974.
- Radman, M. (2005). Consumer consumption and perception of organic products in Croatia. *British Food Journal*, 107(4), 263-273.
- Rémy, É. (2004). Voyage en pays bio. *Décisions Marketing*, 33, 7-17.
- Reynolds, T.J., Dethloff, C., & Westberg, S.J. (2001). Advancements in laddering. *Understanding consumer decision making: The means-end approach to marketing and advertising strategy*. Hillsdale: Lawrence Erlbaum Associates.
- Reynolds, T.J., & Gutman, J. (1988). Laddering theory, method, analysis, and interpretation. *Journal of Advertising Research*, 28(1), 11-31.
- Rimal, A.P., Moon, W., & Balasubramanian, S. (2005). Agro-biotechnology and organic food purchase in the United Kingdom. *British Food Journal*, 107(2), 84-97.
- Roininen, K., Arvola, A., & Lähteenmäki, L. (2006). Exploring consumers' perceptions of local food with two different qualitative techniques: laddering and word association. *Food Quality and Preference*, 17(1), 20-30.
- Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: Free Press.
- Roux, N. (2013). *Consommation, distribution et prix des fruits et légumes issus de l'agriculture biologique en France*. Paris: Ministère de l'économie et des finances. Récupéré à http://www.economie.gouv.fr/files/directions_services/dqccrf/documentation/dqccrf_eco/dqccrf_eco1_6.pdf.
- Russell, C.G., et al. (2004). A comparison of three laddering techniques applied to an example of a complex food choice. *Food Quality and Preference*, 15(6), 569-583.
- Schröder, M.J., & McEachern, M.G. (2004). Consumer value conflicts surrounding ethical food purchase decisions: a focus on animal welfare. *International Journal of Consumer Studies*, 28(2), 168-177.
- Schwartz, S. (2006). Les valeurs de base de la personne : théorie, mesures et applications. *Revue française de sociologie*(4), 929.

- Schwartz, S.H. (1992). Universals in the content and structure of values - theoretical advances and empirical tests in 20 countries. *Advances in Experimental Social Psychology*, 25, 1-65.
- Shepherd, R., Magnusson, M., & Sjoden, P.O. (2005). Determinants of consumer behavior related to organic foods. *AMBIO*, 34(4-5), 352-359.
- Silverman, D. (2013). *Doing qualitative research: A practical handbook*: SAGE Publications Limited.
- Sirieix, L., Kledal, P.R., & Sulitang, T. (2011). Organic food consumers' trade-offs between local or imported, conventional or organic products: a qualitative study in Shanghai. *International Journal of Consumer Studies*, 35(6), 670-678.
- Sirieix, L., Persillet, V., & Alessandrin, A. (2006). Motivations and values : a means-end chain study of French consumers. Dans G. Holt & M. Reed (dir.), *Sociological perspectives of organic agriculture* (pp. 70-87). Wallingford: CABI.
- Smith, S., & Paladino, A. (2010). Eating clean and green? Investigating consumer motivations towards the purchase of organic food. *Australasian Marketing Journal (AMJ)*, 18(2), 93-104.
- Sobal, J., & Bisogni, C. (2009). Constructing food choice decisions. *Annals of Behavioral Medicine*, 38(1), 37-46.
- Squires, L., Juric, B., & Cornwell, T.B. (2001). Level of market development and intensity of organic food consumption: cross-cultural study of Danish and New Zealand consumers. *Journal of Consumer Marketing*, 18(5), 392-409.
- Statistiques Canada. (2012). Dépenses alimentaires moyennes des ménages. Récupéré à <http://www.statcan.gc.ca/tables-tableaux/sum-som/l02/cst01/famil132a-fra.htm>
- Stephoe, A., Pollard, T.M., & Wardle, J. (1995). Development of a measure of the motives underlying the selection of food - the Food Choice Questionnaire. *Appetite*, 25(3), 267-284.
- Stobbelaar, D.J., et al. (2007). Adolescents' attitudes towards organic food: a survey of 15□ to 16□ year old school children. *International Journal of Consumer Studies*, 31(4), 349-356.
- Stolz, H., Stolze, M., Janssen, M., & Hamm, U. (2011). Preferences and determinants for organic, conventional and conventional-plus products – The case of occasional organic consumers. *Food Quality and Preference*, 22(8), 772-779.
- Sundell, A., & Tilly, B. (2012). *Occasionally organic - a study of occasional consumers of organic food*. (Master of Science in Business and Economics), Lund University.
- Tsakiridou, E., Boutsouki, C., Zotos, Y., & Mattas, K. (2008). Attitudes and behaviour towards organic products: an exploratory study. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 36(2), 158-175.
- Tsakiridou, E., Zotos, Y., & Mattas, K. (2006). Employing a dichotomous choice model to assess willingness to pay (WTP) for organically produced products. *Journal of Food Products Marketing*, 12(3), 59-69.
- Urala, N., & Lähteenmäki, L. (2003). Reasons behind consumers' functional food choices. *Nutrition & Food Science*, 33(4), 148-158.
- Valette-Florence, P. (1994). Introduction à l'analyse des chaînages cognitifs. *Recherche et Applications en Marketing*, 9(1), 93-117.
- Wier, M., O'Doherty Jensen, K., Andersen, L.M.r., & Millock, K. (2008). The character of demand in mature organic food markets: Great Britain and Denmark compared. *Food Policy*, 33(5), 406-421.
- Willer, H., & Lernoud, J. (2014). The World of organic agriculture. Statistics and emerging trends 2014.: Research Institute of Organic Agriculture (FiBL) et International Federation of Organic Agriculture Movements (IFOAM).
- Yiridoe, E.K., Bonti-Ankomah, S., & Martin, R.C. (2005). Comparison of consumer perceptions and preference toward organic versus conventionally produced foods: a review and update of the literature. *Renewable Food and Agriculture Systems*, 20(04), 193-205.
- Yue, C., Grebitus, C., Bruhn, M., & Jensen, H.H. (2008). *Potato marketing—factors affecting organic and conventional potato consumption patterns*. Paper presented at the 12th Congress of the European Association of Agricultural Economists—EAAE, Ghent.
- Zanoli, R., & Naspetti, S. (2002). Consumer motivations in the purchase of organic food; A means-end approach. *British Food Journal*, 104(8), 643-653.

Annexe I : Courriel de recrutement

Objet : Participants recherchés pour un projet de mémoire sur la consommation d'aliments biologiques

Bonjour,

Nous recherchons des participants pour un projet portant sur la consommation d'aliments biologiques. Le but de cette recherche est de mieux comprendre ce qui conduit les consommateurs à opter pour la version biologique d'un aliment dans certains cas, et pour une version non biologique dans d'autres cas.

Votre participation prendra la forme d'un entretien d'une durée d'environ 60 minutes, qui portera sur vos habitudes de consommation d'aliments biologiques et non biologiques, les raisons qui vous poussent à choisir un produit biologique ou un produit non biologique, et les hésitations que vous pouvez avoir entre les deux possibilités.

Une compensation financière de 10\$ vous sera remise à la fin de l'entretien.

Vous pourriez être éligible si :

- vous êtes responsable ou co-responsable des achats alimentaires dans votre foyer
- vous achetez le plus souvent des œufs biologiques
- votre régime alimentaire contient en partie, mais pas en totalité, des aliments biologiques
- vous avez 18 ans et plus
- vous vivez au Québec depuis au moins 1 an

Si vous souhaitez participer, il vous suffit de contacter Camille Massey, étudiante-chercheuse, à l'adresse courriel suivante : camille.massey.1@ulaval.ca. Nous vous recontacterons alors pour convenir d'un rendez-vous.

Vous avez reçu cette invitation car vous êtes abonné à la liste d'envoi de l'INAF.

Nous vous remercions pour l'intérêt que vous portez à notre recherche,
Bien cordialement,

Camille Massey

Annexe II : Guide d'entretien

1. Introduction

Bonjour, et merci encore d'avoir accepté de participer à ma recherche sur les consommateurs de bio. Cette recherche s'inscrit dans le cadre d'une maîtrise réalisée à l'Université Laval. Tout ce que vous pourrez dire au cours de cet entretien restera confidentiel, et sera traité de manière anonyme.

Le but de l'entretien est de comprendre la place qu'a le biologique dans votre consommation alimentaire quotidienne : il n'y a pas de bonne ou de mauvaise réponse, je désire simplement découvrir votre consommation de biologique.

2. Mise en condition

Pour commencer, j'aimerais parler un petit peu de la place de l'alimentation dans votre vie.

Quelle place la nourriture occupe-t-elle dans votre vie ?

Quel type d'importance ? (santé, budget...)

Est-ce une source de plaisirs ? de problèmes ?

Passons maintenant à votre histoire par rapport au biologique.

Quand avez-vous commencé à manger biologique ?

Quel est le premier aliment que vous avez acheté en biologique ? pourquoi ?

Qu'est-ce qui vous a poussé à acheter biologique pour la première fois ?

Est-ce toujours les mêmes raisons aujourd'hui ?

Quelle est la part du biologique dans votre alimentation ?

3. Vos habitudes concernant les aliments biologiques aujourd'hui

Lors de nos échanges, je vous ai proposé de faire une liste des aliments que vous achetez toujours, parfois ou jamais en biologique. Je vous propose de nous y attarder maintenant.

Aliments achetés toujours ou presque en bio	Aliments achetés de temps en temps en bio	Aliments jamais ou presque jamais achetés en bio

En faisant cette liste, vous êtes-vous rendu compte (ou étiez-vous déjà conscient) de certains critères généraux qui guideraient vos décisions concernant le biologique ? Est-ce que les produits de chaque catégorie

ont des points communs ? (→ tenter de faire émerger une ou plusieurs grandes catégories de produits significatives pour le répondant –à destination des enfants, pour manger cru, pour le goût...).

→ Si oui : poursuivre entretien en échelon. Inciter à faire des liens avec d'autres aspects de la vie.

- Quels sont pour vous les bénéfices à consommer cette catégorie de produits en biologique ?
- Pourquoi est-ce important pour vous que cette catégorie de produits soit biologique ?
- Est-ce qu'il y a des inconvénients à consommer ce produit en biologique ? (arbitrages)

Je vous propose maintenant de passer en revue chaque aliment de votre liste.

4. Les produits achetés toujours ou presque en biologique

4.1. Pour vous, quels sont les avantages à ce que ce produit soit biologique ?

4.2. À quel point est-ce important pour vous que ce produit soit biologique ?

4.2.1. Pourquoi ? → démarrage du laddering (« pourquoi est-ce important pour vous »)

4.3. Avez-vous toujours consommé ce produit en version biologique ?

4.4. Comment êtes-vous venu à consommer ce produit en biologique ?

4.5. Dans le cas où ce produit ne serait pas disponible en biologique dans le magasin où vous l'achetez habituellement, que feriez-vous ?

4.6. Pourriez-vous cesser de consommer ce produit en version biologique ? pour quelles raisons ?

4.7. Parmi les produits votre liste, pourriez-vous classer les produits, de celui qui est le plus important pour vous à choisir en biologique au moins important ?

5. Les produits rarement ou jamais achetés en version biologique

5.1. Pourquoi ne consommez-vous pas ce produit en biologique ?

5.2. Parmi ces produits, est-ce qu'il y en a que vous préféreriez consommer biologique, même si vous ne le faites pas ? → Technique des « différences entre préférence et usage » : permet d'aborder les écarts entre ce qui est préféré et ce qui est effectivement acheté ou consommé. Peut permettre de faire ressortir les stratégies mises en place par les consommateurs pour choisir parmi des produits proches (Reynolds & Gutman, 1988).

5.3. Quels éléments sont importants pour vous lors du choix de ce produit ?

5.3.1. Est-il important que ce produit ne soit pas biologique ? (ou est-ce une conséquence à une autre considération : préférence pour marque non-biologique, lieu de vente, conditionnement inadéquat...)

5.4. Qu'est-ce qui vous amènerait à consommer ce produit en biologique dans le futur ?

- 5.5. Si lors de vos prochaines courses, ce produit n'était disponible qu'en version biologique dans votre magasin habituel, comment réagiriez-vous ?
- 5.6. Parmi les produits votre liste, pourriez-vous classer les produits, de celui que vous seriez le plus susceptible d'acheter en biologique à celui que vous seriez le moins susceptible d'acheter en biologique ?

6. Les produits achetés de temps en temps, mais pas tout le temps, en biologique

- 6.1. Pourquoi vous arrive-t-il d'acheter ce produit tantôt en version biologique et tantôt en version non-biologique ?
- 6.2. Comment, selon quels critères, faites-vous votre choix entre la version non-biologique et la version biologique de ce produit ?
 - 6.2.1. Pourquoi cet élément est-il important pour vous ?
 - 6.2.2. Si le répondant ne sait pas, encourager à penser à un contexte :
 - 6.2.2.1. Est-ce que la façon de préparer le produit peut jouer sur votre décision ?
 - 6.2.2.2. Est-ce que le fait de consommer ce produit avec d'autres personnes (invités, enfant...) peut jouer sur votre décision ?
- 6.3. Vous arrive-t-il d'hésiter entre les deux versions (bio et non-bio) du produit ?
 - 6.3.1. Pourquoi ?
 - 6.3.2. En quelle circonstance ?
 - 6.3.3. Comment tranchez-vous ?
- 6.4. À quelle fréquence optez-vous pour la version biologique/pas biologique de ce produit ?

7. Autres

- 7.1. Achetez-vous des marques biologiques spécifiques ?
- 7.2. Est-ce que d'autres personnes de votre entourage consomment aussi biologique ?

8. Éléments démographiques

Avant de finir, j'aimerais vous poser quelques questions sur vous. Je vous rappelle que ces informations sont confidentielles, et que vous n'êtes pas obligé d'y répondre.

Suivez-vous un régime alimentaire spécifique (allergie, cholestérol, vegan...)

Quel âge avez-vous ?

Combien de personnes vivent dans votre foyer ? Combien d'enfants ? Quel âge ont-ils ?

En regardant cette carte [carte A], pourriez-vous indiquer quelle lettre correspond au revenu annuel de votre foyer ?

En regardant cette carte [carte B], pourriez-vous indiquer quelle lettre correspond au plus haut diplôme que vous avez obtenu ?

Carte A

- A. Moins de 5 000 \$
- B. 5 000 \$ à 9 999 \$
- C. 10 000 \$ à 14 999 \$
- D. 15 000 \$ à 19 999 \$
- E. 20 000 \$ à 29 999 \$
- F. 30 000 \$ à 39 999 \$
- G. 40 000 \$ à 49 999 \$
- H. 50 000 \$ à 59 999 \$
- I. 60 000 \$ à 79 999 \$
- J. 80 000 \$ à 99 999 \$
- K. 100 000 \$ et plus
- L. Ne souhaite pas répondre

Carte B

- A. Aucun certificat, diplôme ou grade
- B. Diplôme d'études secondaires ou l'équivalent
- C. Certificat ou diplôme d'apprenti ou d'une école de métiers
- D. Certificat ou diplôme d'un collège, d'un cégep ou d'un autre établissement d'enseignement non universitaire
- E. Certificat ou diplôme universitaire inférieur au baccalauréat
- F. Baccalauréat
- G. Certificat, diplôme ou grade universitaire supérieur au baccalauréat
- H. Ne souhaite pas répondre

Finalisation de l'entretien

Merci beaucoup pour votre temps et votre participation. Si vous avez des questions, n'hésitez pas à me contacter à l'adresse courriel indiquée sur votre formulaire de consentement.

En remerciement de votre participation, voici la somme de 10\$ accordée comme compensation.

Merci encore, au revoir.