Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Département fédéral de l'économie,
de la formation et de la recherche DEFR

Office fédéral de l'agriculture OFAG
Promotion de la qualité et des ventes

Importance de l'origine des produits agricoles 2023

Enquête réalisée à la demande de l'Office fédéral de l'agriculture

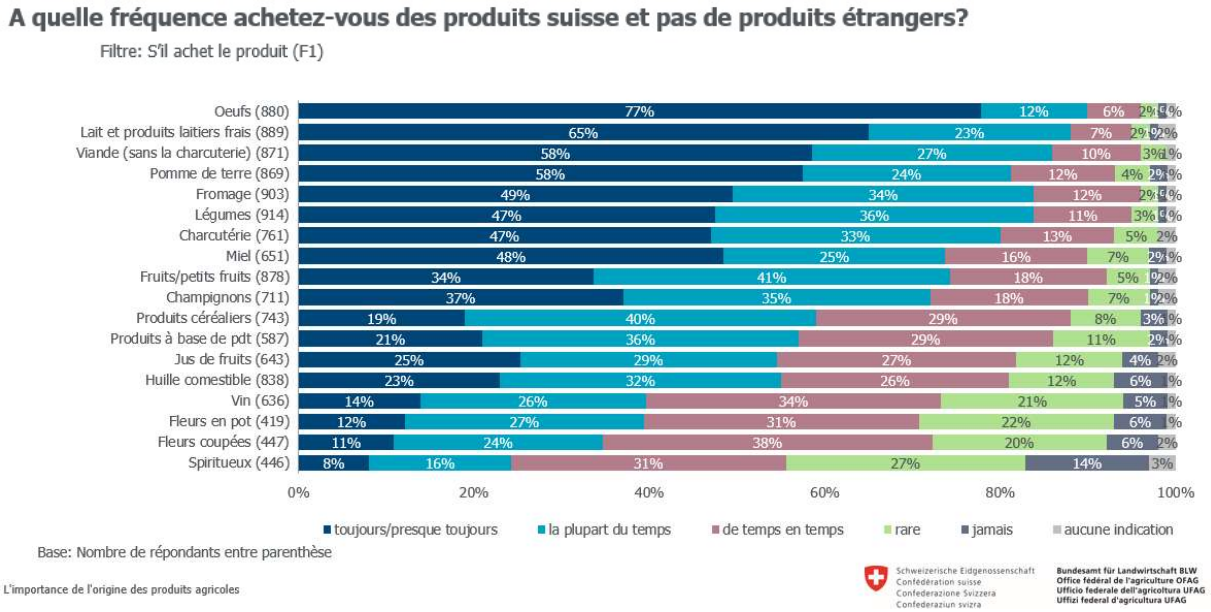
Résumé

L'étude
L'enquête réalisée en ligne par Demoscope, mandaté par l'OFAG, a eu lieu du 6 au 20 février 2023. Elle s'inscrit dans une série d'enquêtes portant sur une longue période et visant à déterminer l'importance que revêt l'origine des produits agricoles, au moyen de sondages réalisés tous les deux ans auprès de la population résidente âgée de quinze ans et plus. L'échantillon comprend 1 061 personnes, dont les réponses ont été pondérées par région, par âge et par sexe.

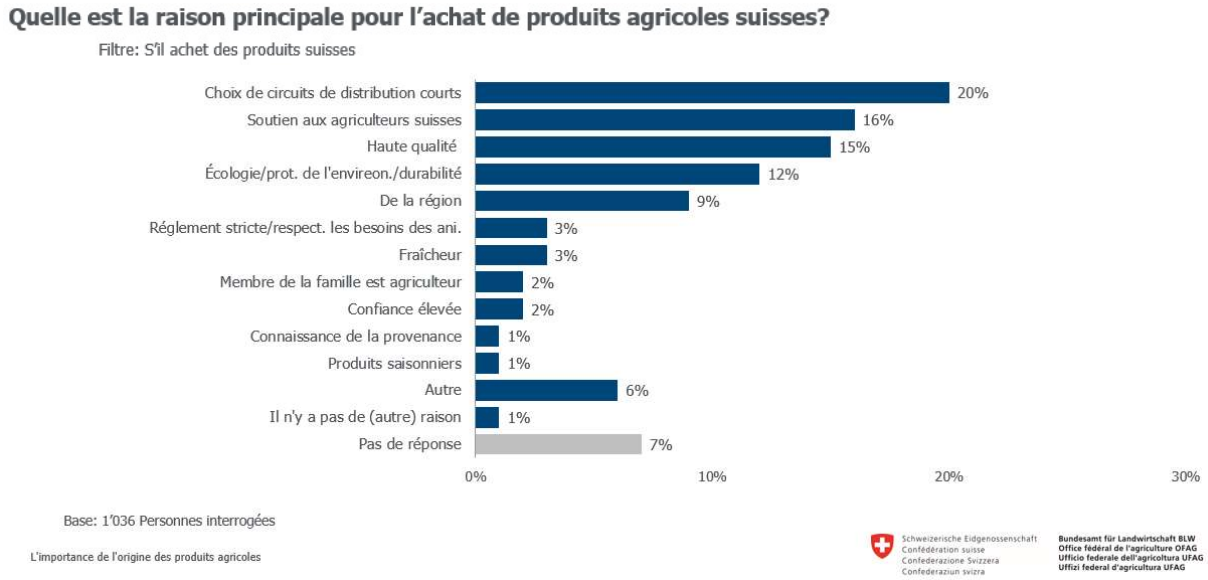
BLW-D-4B633401/92

« Produit suisse », une marque qui reste décisive dans l'acte d'achat
L'écrasante majorité (89 %) des personnes interrogées déclarent acheter des produits agricoles suisses chaque fois que c'est possible. Cette tendance à la hausse observée lors des enquêtes 2017 à 2021 ne s'est pas poursuivie, mais les valeurs se stabilisent à un niveau élevé et stable.

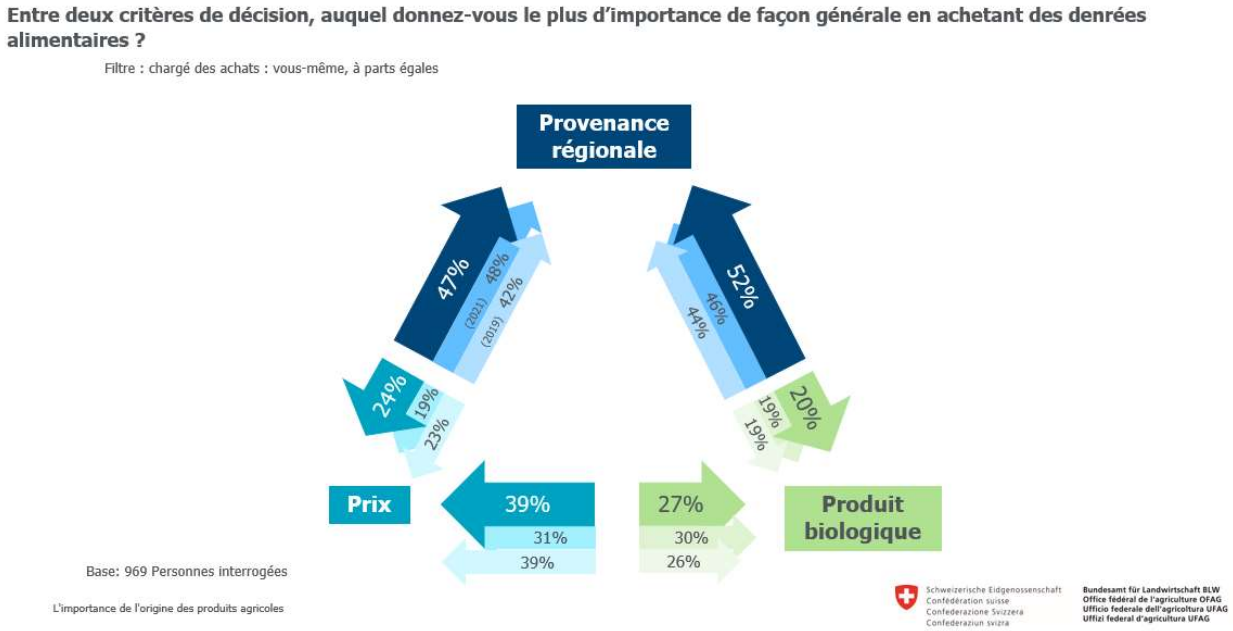
La préférence la plus élevée par rapport aux produits étrangers concerne l'œuf suisse, pour lequel 77% des personnes interrogées déclarent préférer "toujours/presque toujours" l'origine suisse à l'origine étrangère.



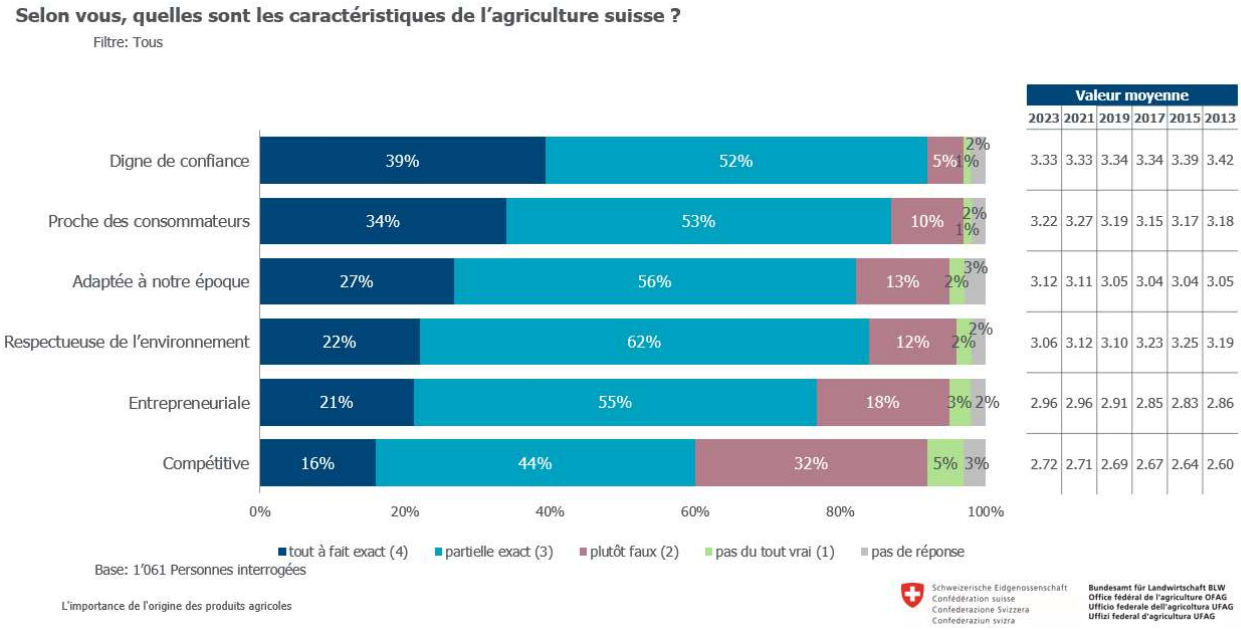
Principaux motifs d'achat de produits agricoles suisses
La raison la plus importante pour laquelle les personnes interrogées achètent des produits agricoles suisses est, pour 20 % d'entre elles, les « circuits de distribution courts ». Le soutien aux agriculteurs, qui figurait au premier rang en 2021, perd 6 points de pourcentage pour se retrouver en deuxième position avec 16 %. La haute qualité reste un motif d'achat important (15 %). Le prix des produits reste quant à lui le principal motif de ne pas acheter des produits suisses, en 2023 comme en 2021.



Le prix toujours plus important
Les consommateurs sont redevenus plus attentifs aux prix. Par contre, d'autres aspects comme la qualité bio et la qualité régionale perdent de l'importance. Si l'on interroge les consommateurs sur leur préférence générale en matière d'achat (prix, origine régionale et qualité bio), on constate que l'importance du prix a fortement augmenté. Alors qu'en 2021, le rapport entre le prix et la qualité bio était presque équilibré, cette année, le prix l'emporte clairement sur la qualité bio avec 39% contre 27%.

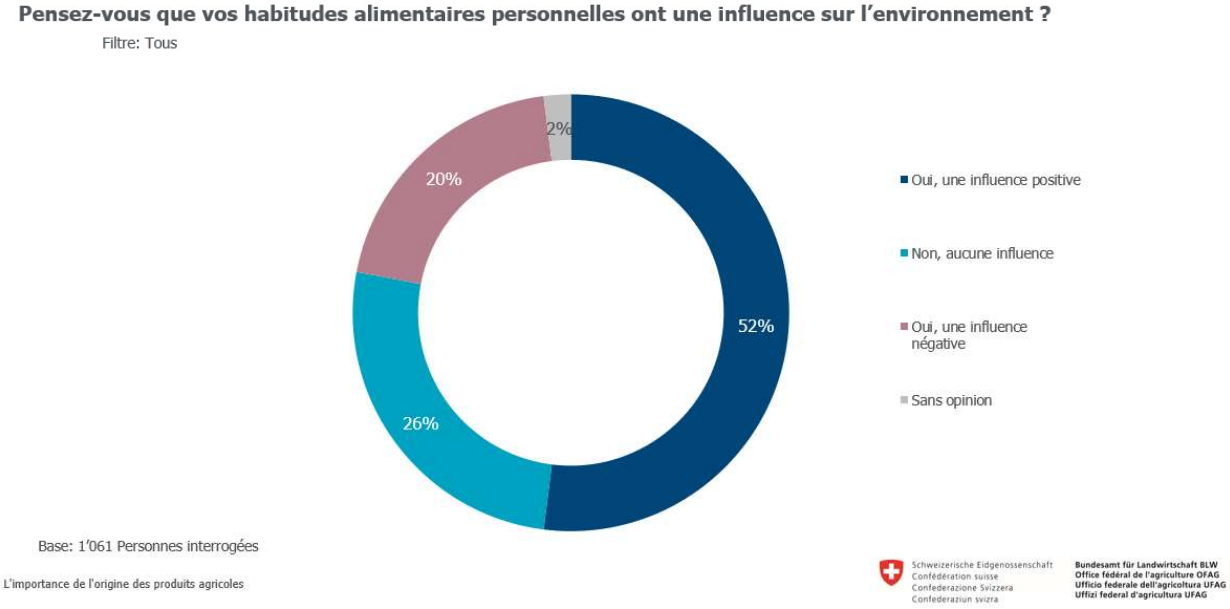


L'agriculture suisse telle qu'elle est perçue
L'agriculture bénéficie encore d'un grand capital de confiance. Par contre, elle est jugée un peu moins « proche des consommateurs » et « respectueuse de l'environnement » que les années précédentes.



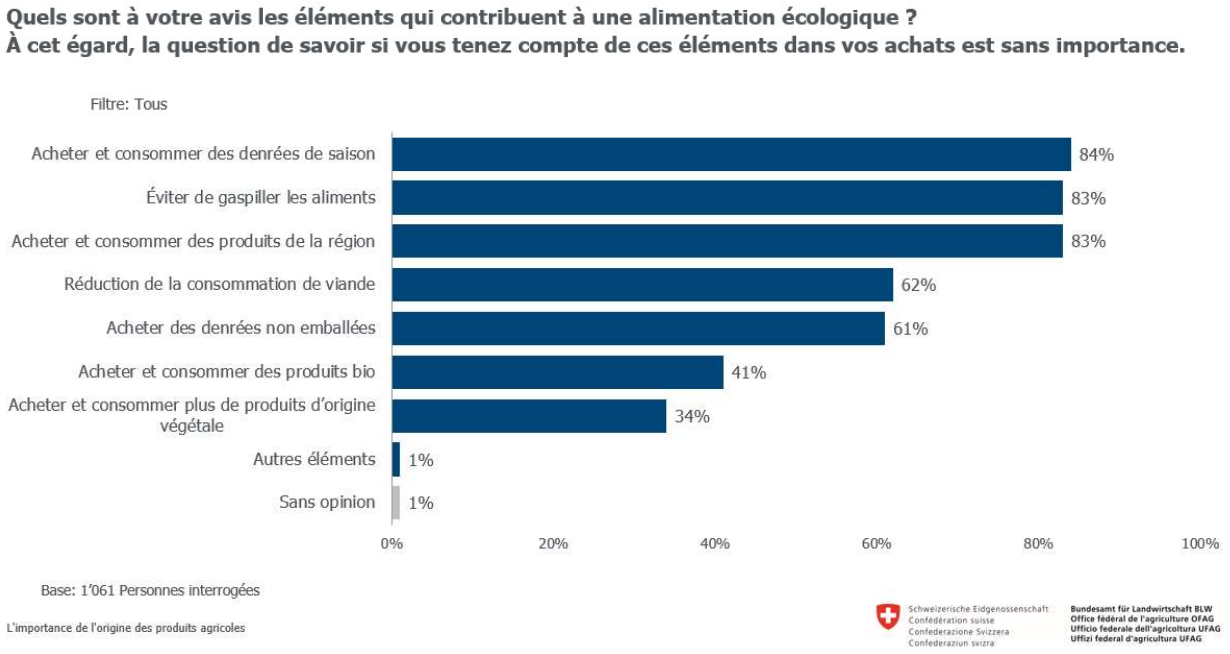
Impact environnemental de vos habitudes alimentaires
Plus de la moitié des personnes interrogées sont d'avis que leurs habitudes alimentaires ont une influence favorable sur la protection de l'environnement. Un quart des personnes interrogées déclarent que leurs habitudes n'ont aucun effet sur l'environnement. Et 20 % estiment que leurs habitudes sont néfastes pour l'environnement.

Cette influence favorable réside principalement dans le fait d'acheter et de consommer des produits régionaux (moitié des personnes interrogées), puis dans le fait de consommer moins de viande ou d'opter pour une alimentation végétarienne. Quant à l'influence négative, elle est due prioritairement à une consommation excessive de viande ou de produits d'origine animale. Deuxième raison citée : la consommation et le style de vie sont généralement néfastes pour l'environnement.



Connaître les habitudes alimentaires écologiques

S'agissant de ce qui constitue une alimentation écologique, les éléments suivants reçoivent l'adhésion des personnes interrogées. Pour 80 % de ces personnes, il s'agit d'« acheter et consommer des denrées de saison », d'« éviter de gaspiller les aliments » et d' « acheter et consommer des produits de la région » . Les éléments « réduire la consommation de viande » et « acheter des denrées alimentaires non emballées » sont choisis respectivement par 62 % et 61 % des personnes interrogées.



Désignation de l'impact climatique et environnemental

Les personnes interrogées souhaitent, à raison de 73 %, que les produits et les denrées alimentaires portent une indication de leur empreinte climatique et écologique.