



Agence Française pour le Développement
et la Promotion de l'Agriculture Biologique
Groupement d'intérêt public
Arboreal 12 rue Henri Rol-Tanguy 93100
Montreuil n° SIRET 187 512 553 000 46 - code
APE : 741 G
TVA intracommunautaire n° FR 42187512553 acquittée sur les
débits

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES

OBJET DU MARCHÉ :

EVALUATION DE LA PERCEPTION ET DE LA CONSOMMATION DES PRODUITS DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE EN FRANCE

AOO n° 2026-AGBIO-BAROCONSO

Personne publique contractante : L'Agence française pour le développement et la promotion
de l'agriculture biologique (groupement d'intérêt public)

Date limite de dépôt des candidatures/offres :
30/06/2026 à 10h30

SOMMAIRE

1	Objet	3
2	Contexte.....	3
3	Parties contractantes	3
4	Durée du marché et délais d'exécution des tranches	4
5	Modalité d'exécution de la prestation	4
	5.1 Objectifs, contenu de la prestation et résultats attendus	4
	5.1.1 Tranche ferme.....	4
	5.1.2 Tranche optionnelle	6
	5.2 Échantillons interrogés	6
	5.3 Méthodologie.....	7
	5.3.1 Mode de recueil de l'information	7
	5.3.2 Questionnaire	7
	5.3.3 Suivi de la prestation.....	8
6	Livrables attendus	8
	6.1 Tranche ferme : étude quantitative.....	8
	6.2 Tranche optionnelle : étude quantitative	9
7	Obligations des parties.....	9
	7.1 Obligation du titulaire	9
	7.2 Obligation du pouvoir adjudicateur.....	9

1 OBJET

Le présent marché à tranches a pour objet l'évaluation globale et actualisable de la perception et de la consommation des produits biologiques auprès des consommateurs en France.

Il est composé d'une tranche ferme : l'évaluation de la perception et de la consommation de produits biologiques et de deux tranches optionnelles : un focus group consommateur et un baromètre consommateur ciblé DROM.

2 CONTEXTE

L'Agence BIO est un groupement d'intérêt public chargé du développement, de la promotion et de la structuration de l'agriculture biologique française. Elle rassemble institutionnels et professionnels du secteur au travers d'une approche partenariale. Une de ses principales missions est la gestion et le développement de l'Observatoire national de l'Agriculture biologique (ONAB). De ce fait, elle est régulièrement sollicitée pour décrire l'état et les dynamiques de consommation des produits biologiques en France afin d'orienter le développement des filières pour une meilleure adéquation entre l'offre et la demande. Elle appuie l'évaluation et l'orientation des politiques publiques dans le secteur.

L'Agence BIO réalise chaque année, depuis 2009, une évaluation de la perception et de la consommation des produits biologiques auprès d'un échantillon national représentatif de la population française. Les résultats de la dernière enquête sont disponibles en ligne sur son site : <https://www.agencebio.org/vos-outils/les-chiffres-cles/> dans la section « études et conjoncture » puis « Baromètre consommation ». En 2026, l'Agence BIO souhaite renouveler cette évaluation.

3 PARTIES CONTRACTANTES

Les parties contractantes du présent marché sont les suivantes :

1. Le pouvoir adjudicateur : Agence BIO, Agence française pour le développement et la promotion de l'agriculture biologique, dont le directeur est le représentant légal. Le pouvoir adjudicateur fait connaître au titulaire dès la notification du marché la ou les personnes physiques, qui seront les représentants qualifiés et les interlocuteurs privilégiés du titulaire pour les besoins de l'exécution du marché.
2. Le prestataire de services, désigné dans le présent document sous la dénomination « le titulaire » ou « le prestataire », qui aura conclu le marché avec le pouvoir adjudicateur.

De son côté, le titulaire désigne une ou plusieurs personnes physiques habilitées à le représenter auprès du pouvoir adjudicateur. Ce ou ces représentants sont réputés disposer des pouvoirs suffisants pour prendre dans les délais requis ou impartis par le présent marché, dès notification de leur nom au pouvoir adjudicateur, les décisions nécessaires engageant le titulaire.

4 DUREE DU MARCHE ET DELAIS D'EXECUTION DES TRANCHES

Le marché prend effet à compter de sa date de notification constatée par voie électronique. Il s'exécutera de sa date de notification jusqu'au 30 juillet 2027.

La tranche ferme débutera à la notification du marché, elle devra être achevée le 15 mars 2027.

Les tranches optionnelles, si elles sont affermies, le seront au plus tard le 30 avril 2027.

L'affermissement de chaque tranche optionnelle se fera par ordre de service.

La ou les tranches optionnelle.s affermie.s devra.ont être achevée.s au plus tard le 30 juillet 2027.

Le marché est renouvelable 2 fois par reconduction expresse avec les mêmes délais d'exécution pour les années de reconduction que pour l'année initiale.

5 MODALITE D'EXECUTION DE LA PRESTATION

5.1 OBJECTIFS, CONTENU DE LA PRESTATION ET RESULTATS ATTENDUS

5.1.1 Tranche ferme

L'étude quantitative confiée au prestataire doit permettre à l'Agence BIO de disposer en 2027 d'une évaluation précise et fiable de la perception et de la consommation des produits biologiques en France en 2026, comprenant la reprise des précédents résultats du baromètre de perception et consommation de l'Agence BIO, leur mise en perspective générale sur plusieurs années, ainsi que des encarts spécifiques aux problématiques traitées dans ce baromètre.

Le questionnaire devra s'inscrire dans la continuité des éditions précédentes afin de permettre un suivi des évolutions des réponses sur plusieurs années. Il devra :

- Reprendre l'essentiel des questions du questionnaire 2025 (mis en annexe du présent CCTP) pour assurer la comparabilité des données.
- Conserver les questions clés permettant d'analyser les tendances (ex : motivations, freins, notoriété des logos).
- Intégrer quelques nouvelles questions pour approfondir des thèmes émergents ou répondre à de nouveaux enjeux (à valider avec l'Agence BIO).
- Être conçu pour une durée d'environ 25 minutes

La problématique générale est de réaliser une typologie approfondie des consommateurs individuels ainsi que d'identifier les déterminants de la demande en produits issus de l'agriculture biologique. Cette analyse s'appuiera sur les résultats des baromètres des années

précédentes. Un axe spécifique sera étudié chaque année sur une filière ou un thème particulier : en 2025 par exemple, deux questions spécifiques par région ont été posées dans ce cadre. Cet axe sera défini avec le prestataire attributaire du présent marché.

En particulier, les objectifs sont de :

- Spécifier les profils des acheteurs de produits bio :
 - Caractéristiques sociodémographiques ;
 - Caractéristiques du ménage du répondant ;
- Mesurer la connaissance :
 - Des caractéristiques réglementaires principales du bio ;
 - De l'appréciation à priori de l'achat ;
 - Des logos et de leur compréhension :
 - La notoriété des logos européen et AB et leur évolution, ainsi que la perception de la différence entre les deux logos ;
 - La notoriété et la confiance des consommateurs en certains logos, labels et certification (tels HVE, Zéro Résidu de Pesticides, Nutriscore...) et leur positionnement par rapport au label bio.
 - La notoriété et la confiance des consommateurs de produits locaux
- Évaluer l'évolution de la consommation par :
 - Les produits achetés (quantité) et les canaux empruntés (fréquence) :
 - Les besoins ;
 - Les désirs (idéal de consommation).
 - Les niveaux et dynamiques d'achat : Indicateurs pertinents de l'évolution de la consommation des produits bio :
 - Les évolutions sur les familles de produits et sur les produits phares du bio ;
 - Les effets de l'inflation sur la consommation.
 - Les raisons :
 - Les motivations de consommation des produits bio et leur évolution, ainsi que les potentiels effet de l'entourage ;
 - Attentes et raisons de consommer bio selon les différentes familles de produits bio
 - Identification des freins à l'achat de produits bio et leur évolution ;
 - Mesure de l'impact des médias et réseaux dans les achats, et de la presse (influence externe) ;
 - Les raisons de se détourner du bio.
 - Processus d'achat :
 - Type d'achat ;
 - Intention et décision d'achat. Le consentement à payer au moment de l'acte d'achat
- Les actes et habitudes de consommation en restauration hors domicile :
 - Conscience du bio en restauration commerciale ;
 - Conscience du bio en restauration collective ;
 - Les attentes.
- Satisfaction ou insatisfaction sur les achats de produits issus d'agriculture biologique :
 - Évaluation du ressenti qualité produit ;
 - Rapport qualité/prix ;

- Volonté de fidélisation (aspiration au maintien ou à l'évolution de la consommation).

Les résultats seront déclinés selon la typologie de la population étudiée sur la base des critères pertinents.

A noter, les éditions précédentes du baromètre consommateur nous ont montré un effet saisonnier sur les réponses. Il conviendra donc de réaliser le terrain d'enquête au cours du mois de novembre 2026 afin d'assurer la comparaison avec les années précédentes et d'éviter les modifications de comportement d'achat notamment liées aux foires aux vins et à la période de préparation des fêtes de fin d'année.

Les résultats seront publiés sous forme de rapports d'analyse et de données agrégées sur le site Internet de l'Agence BIO.

5.1.2 Tranches optionnelles

5.1.2.1. Tranche optionnelle 1 : Focus group consommateurs

La tranche optionnelle concerne un focus group de consommateurs d'au moins 12 individus, sélectionnés avec des profils variés selon les objectifs décrits précédemment dans la tranche ferme.

Cette étude qualitative doit permettre de comprendre plus finement la consommation alimentaire bio ainsi que l'image du bio auprès de ces consommateurs décrits dans la tranche ferme. Les questions exactes qui composeront le guide d'animation, et les documents présentés au groupe seront définis avec le titulaire du marché.

En particulier les objectifs du focus group sont de :

- Comprendre ce qui incite ou freine les consommateurs dans leurs achats de produits bio
- Décrire les habitudes d'achats et les préférences des consommateurs
- Appréhender les représentations spontanées ou pas que les consommateurs associent aux produits bio
- Décrire les réactions par rapport à une action de communication, à un message ou un visuel défini à l'avance et proposé par l'Agence BIO.
- Appréhender les avis des consommateurs sur des actualités sociétales autour de l'agriculture et de l'alimentation bio.

Cette étude permettra de faire émerger plusieurs verbatim qui permettront d'illustrer l'analyse.

La méthode de recrutement des individus qui composeront le groupe de consommateur sera décrite dans l'offre du prestataire. Les profils des consommateurs composant le groupe seront proposés par le prestataire et validés par l'Agence BIO. Le prestataire tiendra l'Agence BIO au courant de l'avancée du recrutement du groupe avant le début de l'atelier.

L'atelier du focus group prendra la forme de rencontres physiques avec le groupe de consommateurs, d'une durée minimum de 2 heures. L'atelier sera animé au moins par un modérateur et un observateur. Une personne de l'Agence BIO pourra assister en tant qu'observateur à cet atelier. Le format de l'animation de l'atelier sera décrit dans l'offre du prestataire, notamment s'il s'agira d'un atelier en plénière ou en groupe ou alternant les 2 formats. Cet atelier permettra de recueillir des échanges, des réactions ainsi que des verbatim du groupe de consommateurs.

Les résultats seront publiés sous forme d'un rapport de synthèse.

5.1.2.2. Tranche optionnelle 2 : Baromètre consommateur ciblé DROM

Cette tranche vise à analyser les spécificités de la consommation bio dans les DROM, en ciblant un DROM à la fois ou un regroupement cohérent. Les objectifs principaux sont :

- Comprendre les spécificités de la consommation de produits bio en Outre-Mer, en identifiant les freins et motivations propres à ces territoires.
- Analyser l'image du bio auprès des consommateurs ultramarins, en tenant compte des contextes socio-économiques locaux.

- Comparer les résultats avec ceux de la métropole pour identifier les écarts et les leviers d'action adaptés aux DROM.
- Recueillir des verbatims et insights qualitatifs pour illustrer les tendances et enrichir l'analyse quantitative.

Cette étude permettra de faire émerger des pistes d'action concrètes pour renforcer la consommation de produits bio en Outre-Mer, en s'appuyant sur les retours terrain.

Le questionnaire devra inclure :

- Des questions sur les habitudes d'achat de produits bio (fréquence, lieux d'achat, budgets).
- Des questions sur les freins et motivations spécifiques aux DROM (ex : accessibilité, prix, offre locale).
- Des questions sur la perception du bio (image, bénéfices perçus, méconnaissance éventuelle).

L'étude portera sur un DROM par année ou un groupement de DROM (exemple de groupements possibles : Martinique et Guadeloupe), défini en accord avec l'Agence BIO. Cette approche permet de concentrer les ressources sur des territoires aux profils similaires, tout en couvrant progressivement l'ensemble des DROM.

Les résultats seront publiés sous forme de rapports d'analyse et de données agrégées sur le site Internet de l'Agence BIO.

5.2 ÉCHANTILLONS INTERROGES

Pour la tranche ferme, le prestataire devra interroger un échantillon représentatif au niveau national et régional de l'ensemble des consommateurs Français. Cet échantillon devra par ailleurs être assez robuste pour refléter les comportements des consommateurs des produits bio au moins au niveau mensuel. Pour l'édition 2025, un échantillon composé d'un panel de 6 127 consommateurs a permis d'étayer l'analyse au niveau de détails souhaité. Une taille d'échantillon similaire est attendue pour cette édition 2026. Sera aussi attendue une mesure du biais de l'échantillon. Cette mesure pourra être basée sur le nombre de personnes ne consommant pas de produits bio dans l'échantillon (en moyenne 17% dans la population générale).

La méthode de recrutement, la taille de l'échantillon ainsi que la stratification seront précisées dans l'offre du prestataire.

La population d'enquête concerne les consommateurs de produits bio. L'offre devra inclure une note méthodologique et détailler précisément le choix de la taille de l'échantillon au regard de la méthode d'administration de l'enquête.

Pour la tranche optionnelle 1, focus group consommateurs, la taille du groupe sera d'au moins 12 consommateurs avec des profils variés permettant de broser les différents types de comportements de consommation en accord avec les objectifs décrits dans la tranche ferme (§ 5.1.1). De même, la méthode de recrutement de ce groupe et sa taille seront précisées dans l'offre du prestataire.

Pour la tranche optionnelle 2, baromètre consommateur ciblé DROM, le prestataire devra interroger un échantillon représentatif des consommateurs du ou des DROM ciblés, robuste pour refléter les comportements d'achat de produits bio. Pour chaque DROM ou regroupement de DROM étudié, l'échantillon devra être composé d'au moins 1 000 consommateurs, permettant une analyse fine des comportements et des spécificités locales.

5.3 METHODOLOGIE

Il est attendu du prestataire une phase de test du questionnaire auprès d'un panel pilote afin de garantir la bonne compréhension de ce dernier.

Les comparaisons devront être supportées par des méthodes de test de significativité à 5 ou 10%. Les tris multi-variables sont considérés comme représentatifs si l'effectif du sous-échantillon est supérieur à 20 individus.

La typologie des consommateurs pourra, par exemple, être supportée par une analyse factorielle multiple (avec la possibilité d'ouverture par des questions ouvertes).

5.3.1 Mode de recueil de l'information

Le prestataire fera des recommandations sur le(s) mode(s) de recueil de l'information le(s) plus pertinent(s) (en ligne, téléphonique ou entretien).

Si les questionnaires devaient être administrés dans une vague omnibus, le prestataire s'engage à ne pas faire précéder des questions pouvant influencer les réponses à l'enquête.

5.3.2 Questionnaire

Le questionnaire sera préparé et finalisé par le titulaire du marché en étroite concertation avec l'Agence BIO qui lui fournit la trame guidant les questions d'intérêt principales. Les réunions relatives à son élaboration ne devront pas se limiter au comité de pilotage afin de permettre une réflexion concertée du pouvoir adjudicateur avec le titulaire. La continuité de certaines questions historiques sera demandée.

Il sera demandé d'ordonner le questionnaire en grandes sections d'intérêt et d'accorder un soin particulier au texte introductif et aux transitions entre les sections du questionnaire.

Les indicateurs (taux d'abandon, taux de réponse, etc.) seront également demandés.

Suivi de la prestation

Un comité de pilotage réunissant des représentants de l'Agence BIO et le titulaire sera mis en place en vue de permettre le suivi du déroulement des prestations qui comprendra :

- Une première réunion de pilotage préalable au lancement de l'étude au cours de laquelle il sera procédé à l'ajustement, le cas échéant, des modalités méthodologiques

proposées par le titulaire dans son offre et à la validation du planning définitif de mise en œuvre de la prestation. Une note méthodologique détaillée sera fournie par le prestataire à l'issue de cette réunion.

- Des échanges autour du questionnaire détaillé proposé par le prestataire avant sa validation formelle par le pouvoir adjudicateur.
- Une deuxième réunion de pilotage pour la restitution des données et la validation des résultats par le pouvoir adjudicateur.

Par ailleurs, l'Agence BIO se réserve le droit d'ajouter des réunions régulières relatives à la préparation des différentes étapes de la prestation.

6 LIVRABLES ATTENDUS

6.1 TRANCHE FERME : ETUDE QUANTITATIVE

Le titulaire est tenu de fournir les livrables selon le planning suivant :

- Document de synthèse des premiers résultats obtenus (mi-décembre 2027) ;
- Rapport complet (début février 2027) ;
- Une analyse (.doc) des principaux résultats (10 à 20 pages), en vue d'une publication (début février 2027).

Le prestataire devra également fournir :

- Le questionnaire administré (en amont du lancement du terrain de l'étude) ;
- La base de données anonymisée issue de l'enquête (.xlsx) ;
- Tris Croisés : L'ensemble des fichiers de données sous format électronique (« .xlsx » ou autre format à déterminer en accord avec l'Agence BIO), de façon à permettre leurs retraitements ultérieurs à des fins de recherche, ainsi que les graphiques qui en sont issus ; Cette base de données doit permettre notamment la déclinaison régionale des résultats ;

L'ensemble des livrables sera remis au pouvoir adjudicateur au format électronique.

6.2 TRANCHES OPTIONNELLES :

6.2.1. Focus group consommateurs

Le titulaire est tenu de fournir les livrables suivants :

- La trame d'animation utilisée (en amont du lancement du terrain de l'étude) ;
- Un document de synthèse des principaux résultats ;
- Le rapport complet de l'étude.

6.2.1. Baromètre consommateurs ciblé DROM

Le prestataire devra fournir :

- Le questionnaire administré

- La base de données anonymisée issue de l'enquête et un tableau avec les tris croisés des réponses (.xlsx)
- Un document de synthèse des principaux résultats ;
- Le rapport complet de l'étude.

6.3 LIEU D'EXECUTION DES PRESTATIONS :

Les réunions de pilotage se feront soit dans les locaux de l'Agence BIO au 12 Rue Henri Rol-Tanguy, 93100 Montreuil, soit par vidéo (via Teams).

7 OBLIGATIONS DES PARTIES

7.1 OBLIGATION DU TITULAIRE

Le titulaire doit réaliser les prestations décrites dans le présent document selon les réglementations et normes en vigueur concernant ces prestations et en l'absence de celles-ci, selon les règles de l'art qui lui sont propres.

7.2 OBLIGATION DU POUVOIR ADJUDICATEUR

A compter de la notification du marché, le pouvoir adjudicateur s'engage à communiquer au titulaire, si celui-ci en fait la demande, les derniers questionnaires du baromètre consommateurs commandé par l'Agence BIO.