

Gamm vert

L'autoproduction est l'avenir



L'OB S O C O

L'Observatoire
Société &
Consommation

L'OBSERVATOIRE DE L'AUTOPRODUCTION



OBSERVATOIRE DE L'AUTOPRODUCTION

UNE ÉTUDE D'AMPLEUR INÉDITE RÉALISÉE
PAR GAMM VERT ET L'OBSoCo

INTRODUCTION

Leader de l'autoproduction en France, Gamm vert s'est rapproché de l'ObSoCo pour mieux comprendre la magnitude de ce phénomène et identifier les pratiques et les attitudes afférentes des consommateurs afin de pouvoir encore mieux y répondre.

Cet Observatoire de l'autoproduction, d'ampleur inédite, vient combler le manque d'un panorama approfondi sur ce sujet, permettant d'objectiver l'engagement dans ces activités de culture, conservation, fabrication d'engrais et d'élevage amateurs. Il permet tout à la fois de mesurer les pratiques des Français, identifier leurs motivations, les bénéfices symboliques, relationnels mais aussi économiques qu'ils en retirent, leurs niveaux d'expertise ou encore les difficultés qu'ils rencontrent avant d'en projeter les perspectives.

Les résultats détaillés de l'Observatoire, réalisé auprès d'un échantillon robuste de 4 000 français, amènent à un certain nombre de constats forts.

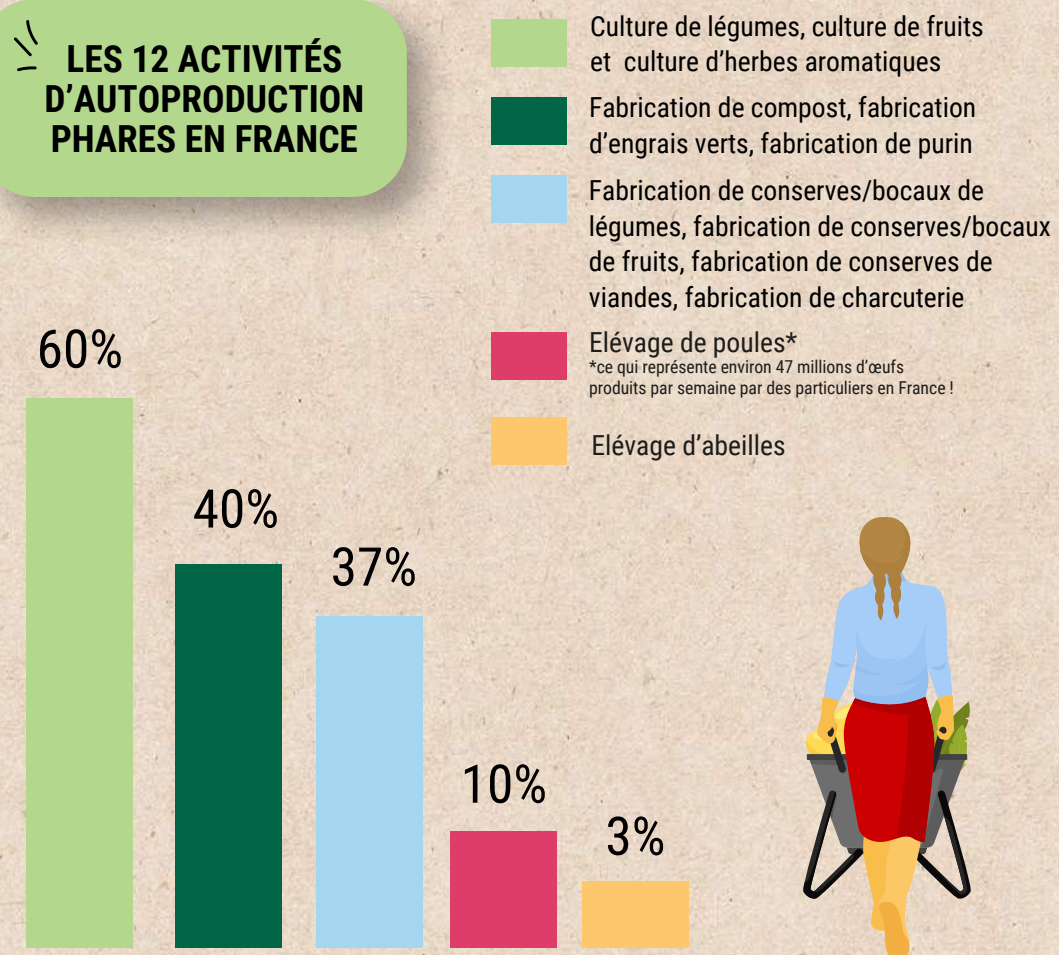


De nombreuses données attestent de l'intérêt croissant des Français pour les activités impliquant l'exercice de leurs facultés manuelles créatives, physiques ou intellectuelles. Autrement dit ce que l'on nomme le « faire » et « faire soi-même ».

Dans le même temps, l'alimentation se positionne très haut dans les préoccupations des consommateurs qui, de plus en plus attentifs à leur santé et en rupture avec un imaginaire industriel anxigène, se mettent en quête d'une qualité multiforme dans et par l'alimentation (goût, innocuité, santé, responsabilité...). Tout ceci, alors même que le ralentissement structurel de la croissance soulève régulièrement la question sensible du pouvoir d'achat.

La crise sanitaire a été l'occasion d'accentuer ces tendances qui trouvent dans l'engouement pour l'autoproduction un espace de convergence et d'expression privilégié.

LES 12 ACTIVITÉS D'AUTOPRODUCTION PHARES EN FRANCE



LES FRANÇAIS

sont massivement (et de plus en plus) engagés dans l'autoproduction.

Deux tiers des Français interrogés (67%) pratiquent au moins une activité d'autoproduction

parmi les 12 activités d'autoproduction testées ce qui, par extrapolation, représente quelques 30,5 millions de Français. 55% pratiquent au moins 2 activités, 45% au moins 3 activités. Et près d'un français sur dix (9%) pratique plus de 7 activités.

L'autoproduction semble également bénéficier d'une dynamique positive avec, en 2021, **9% de nouveaux pratiquants** (soit 4,1 millions de Français) et **18% d'autoproduleurs qui ont diversifié leurs pratiques.**

Autant d'activités qui couvrent d'ailleurs une part non négligeable du territoire français puisque **60% des Français possèdent au moins un jardin, un potager ou un verger** (33% un potager), ce qui ne représente pas moins de 1,2 million d'hectares de potager et 1,5 million d'hectares de verger.

En outre et si 58% des Français possèdent au moins un animal (26 millions de propriétaires), **8% entretiennent une basse-cour**, ce qui représente 12 millions de poules.

L'AUTOPRODUCTION

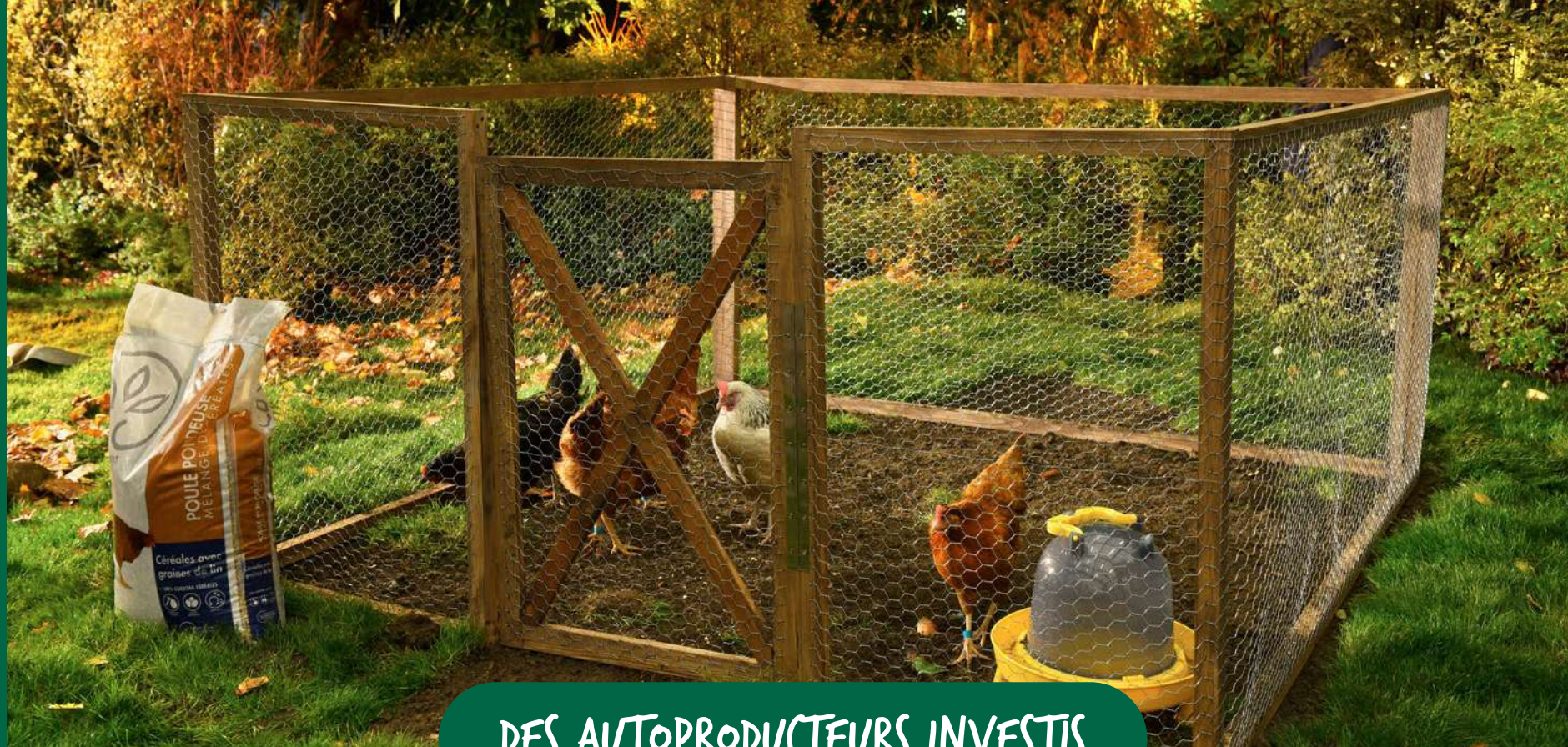
UNE ACTIVITÉ QUI DÉFIE LES CATÉGORIES ET CLIVAGES SOCIAUX

63% des catégories socioprofessionnelles modestes pour **78%** des catégories aisées.

69% des actifs pour **75%** des retraités.

66% des 18-24 ans sont autoproduleurs pour **77%** des plus de 65 ans.





DES AUTOPRODUCTEURS INVESTIS

Les autoproducteurs se disent globalement satisfaits de l'activité d'autoproduction qu'ils pratiquent pour 65% d'entre eux, avec notamment 19% de pratiquants très satisfaits (contre 35% qui le sont peu). C'est particulièrement vrai des pratiquants de longue date (65% vs 57% des néo-pratiquants).

La moitié des autoproducteurs semblent en outre très investis : **pour 49% d'entre eux, leur activité d'autoproduction représente un centre d'intérêt important dans leur vie** dont 13% pour qui c'est très important et qui apparaissent donc comme de véritables passionnés.

Le temps moyen consacré à autoproduire s'avère très variable en fonction de l'activité pratiquée : il est **en moyenne de 12h par mois**.

Côté budget, la somme annuelle moyenne consacrée à l'autoproduction est de 218€ par individu. Toutefois on notera qu'1 autoproducteur sur 3 y consacre moins de 50€ par an. Un investissement qui varie beaucoup en fonction de la pratique : la fabrication d'engrais naturels et la culture de fruits/légumes/herbes aromatiques étant bien plus économes que les autres activités d'autoproduction.

Si aujourd'hui **58% des pratiquants s'attribuent une note supérieure à 6/10** pour évaluer le niveau qu'ils estiment avoir atteint dans l'activité pratiquée, **47% considèrent tout de même qu'il s'agit d'une activité plutôt difficile qui réclame de vraies compétences**. C'est d'ailleurs là la première des difficultés mentionnées (par 54%), devant la fréquence et la régularité que requiert la pratique (46%) et la nécessité d'acheter du matériel adapté (45%).

Malgré cela, les autoproducteurs se montrent relativement enclins à persévérer. **61% déclarent s'efforcer de s'améliorer** dans leur(s) pratique(s).

UNE PRATIQUE QUI CONVOQUE UNE LARGE VARIÉTÉ DE MOTIVATIONS

À l'exploration des motivations qui président à l'autoproduction, l'enquête révèle à quel point cette pratique s'inscrit à l'intersection de plusieurs grandes tendances.

Le fait d'**avoir la possibilité de manger des aliments bruts/frais/sains arrive en tête** des raisons invoquées par les autoproducteurs avec **46% de pratiquants pour qui c'est là un motif très important**, devant le fait de faire quelque chose de ses propres mains (31%) puis de réaliser des économies (30%).

Les motivations peuvent légèrement varier en fonction de l'activité concernée. Si l'on retrouve la prégnance de ce triptyque pour la culture de fruits et légumes, s'agissant de la production d'engrais c'est avant tout le fait de contribuer à **préserver la biodiversité et l'environnement et le souhait de se rapprocher de la nature** qui va compter.

Pour les conserves et la charcuterie ou l'élevage de poules, on retrouve la possibilité de consommer des aliments bruts/frais/sains en priorité mais, dans le premier cas, **la motivation économique** entre en jeu qui, dans le second, se substitue au souhait de se rapprocher de la nature et de **développer un lien avec les animaux**. Enfin l'élevage d'abeilles motive particulièrement ceux qui ont envie d'apprendre de nouvelles choses et **de passer du temps en famille**.



AUTO PRODUCTION/AUTO CONSOMMATION : SOURCE D'ÉCONOMIE

Pour une proportion non négligeable de Français, la **dimension économique s'avère importante** dès lors qu'il est question d'autoproduction alimentaire. Une motivation clairement affichée et des conséquences directement mesurables sur leur budget.

Ainsi, **87% des autoproducteurs de fruits/légumes estiment réaliser des économies** grâce à leur potager/verger, soit 42% des Français. Pour 6% d'entre eux, ce sont des économies indispensables sans lesquelles il serait impossible de boucler leur budget, pour 35% des économies appréciables qui sont une aide importante et pour 46% une économie non négligeable quand, à l'inverse, 13% estiment que produire eux-mêmes leur revient plus cher que d'acheter les produits.

Ce faisant – autre façon d'envisager les choses – si pour 40% des autoproducteurs de fruits et légumes, leur production ne couvre qu'une faible part de leur consommation, et pour 30% moins de la moitié, en revanche, ce sont **29% des autoproducteurs qui s'alimentent en fruits et légumes exclusivement ou en grande partie** grâce à ce qu'ils produisent eux-mêmes, soit plus d'1 Français sur 10 (14%).

Dans le même temps, **8% des Français produisent une grande partie des œufs qu'ils consomment** dont 5% qui s'alimentent en œufs uniquement grâce à leur basse-cour.

Une production qui est donc consommée mais qui vient aussi irriguer l'économie du don puisque **47% des Français autoproducteurs** partagent au moins une partie de leur production avec leur entourage (1 Français sur 3).

Quant à l'économie marchande, pour n'être pas absente, elle apparaît en revanche résiduelle avec seulement 3% d'autoproducteurs qui tirent un revenu de leur activité.



L'AUTO PRODUCTION CONTRIBUE AU BIEN-ÊTRE

L'autoproduction est en outre génératrice d'états émotionnels positifs.

En effet, le **plaisir (60%)** et la **fierté (45%)** apparaissent comme les émotions les plus ressenties par les autoproducteurs.

Au-delà, un des résultats forts de cette étude réside dans l'observation d'une **contribution positive de l'autoproduction au bien-être des individus**. De fait et si 58% des Français se disent satisfaits de la vie qu'ils mènent, ce sont 48% (9% de très satisfaits) des non autoproducteurs pour 62% des autoproducteurs (14% très satisfaits). Des chiffres qui viennent en appui des recherches réalisées depuis plusieurs années par les économistes du bonheur et qui attestent que, plus généralement, « faire soi-même » est de nature à renforcer l'individu, sa confiance en soi et son estime de soi.



L'AUTO PRODUCTION (CRÉATRICE DE LIEN

L'autoproduction est aussi une activité qui semble devoir favoriser sociabilité et transmission.

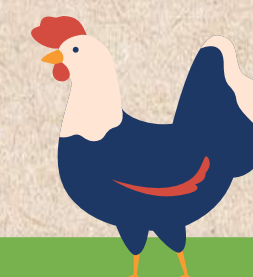
Passer du temps en famille est une motivation très importante (25%) de même qu'éveiller les enfants à certaines valeurs (23%) et transmettre ses connaissances (17%).

Certes, **l'autoproduction commence souvent seul (42%)**, mais dans 1 cas sur 3 on s'y met aussi par l'intermédiaire des parents/grands-parents, et c'est notamment le cas des activités au potager et de la fabrication de conserves et de charcuteries.

Ensuite et pour 54%, c'est une activité que l'on pratique « accompagné » : 40% avec son conjoint, 20% avec des enfants et/ou petits-enfants et 5% avec des amis. Les activités les plus sociables étant la culture des légumes, l'élevage d'abeilles, de poules (davantage avec les enfants et petits-enfants) et les conserves (plutôt avec les amis)

Et si, pour développer leurs compétences, 24% se débrouillent seuls à force de pratiquer, **36% demandent prioritairement conseil à leur entourage**, 19% fréquentent des sites, forums, blogs ou tutoriels.

Une activité de socialisation et de transmission donc, mais aussi de solidarité que **18% pratiquent pour aider un proche**.





LES CONSIDÉRATIONS ENVIRONNEMENTALES EN ACTION

L'enquête le montre : autoproduction et écologie entretiennent un lien étroit. Ce qui, alors que les Français n'ont jamais été aussi préoccupés par la situation environnementale, constitue donc un moteur puissant de la pratique.

Ainsi, **82% des autoproducteurs se disent préoccupés par l'environnement** et l'écologie vs 65% pour ceux qui ne le sont pas.

72% des pratiquants déclarent agir pour protéger la biodiversité vs 34% des non-pratiquants.

En outre, **27% pratiquent avec l'envie forte de se rapprocher de la nature** et **25% dans l'idée de contribuer à la préservation de la biodiversité et de l'environnement.**

L'AUTO-PRODUCTION : CULTIVER L'INDÉPENDANCE

En tête des motivations (à 46% de citations de ce qui y contribue beaucoup), la possibilité de manger des aliments bruts/frais/sains fait écho aux exigences de qualité de plus en plus mises en avant par les consommateurs. **Une exigence par ailleurs souvent liée à la santé. À cet égard on notera que ce sujet est une préoccupation pour 74% des autoproducteurs** (vs 69% de ceux qui ne le sont pas).

Au-delà et plus généralement, on voit bien aussi comment l'autoproduction apparaît clairement comme une manière de **reprendre le contrôle de son alimentation** et de la chaîne de production. Ainsi, **réduire sa dépendance vis-à-vis des entreprises motive 25% des autoproducteurs** (particulièrement lorsqu'il s'agit de produire des conserves/bocaux), quand le fait de mieux maîtriser la manière dont les choses sont faites est une raison très importante pour 22% des autoproducteurs.



L'AUTO-PRODUCTION : UN POTENTIEL IMPORTANT

Au croisement de motivations aussi fortes que diverses, l'autoproduction semble donc bénéficier d'une dynamique positive et disposer d'un réel potentiel de développement. **L'étude en témoigne : plus on s'investit dans la pratique, plus on l'apprécie et plus on souhaite s'y investir davantage...**

Ainsi, **25% des pratiquants disent avoir intensifié leur activité depuis 2 ans.** À noter que ce sont les activités liées à l'élevage d'abeilles, de poules et la conserverie qui ont le plus profité d'une dynamique d'expansion avec la crise sanitaire.

La dynamique est favorable à une plus grande part d'autoproduction dans la vie des Français, avec notamment **51% de pratiquants qui aimeraient s'investir davantage.** À cet égard, 60% des néopraticiens ont envie d'en faire plus (et 20% en sont fermement décidés) pour 46% des pratiquants de longue date.

Les principaux obstacles à la réalisation de ce potentiel résident dans un **manque de matériel (équipements, espaces nécessaires) et le manque de temps disponible.** Les freins restent d'ailleurs relativement similaires malgré les années d'expérience (quasi-similaires entre ceux qui ne pratiquent pas vs ceux qui ne s'y sont mis que cette année vs ceux qui pratiquent depuis longtemps et qui n'ont pas expérimenté de nouvelles pratiques malgré leur souhait de le faire).

Si à ce jour, **33% des Français ne pratiquent aucune activité d'autoproduction**, 11% ont pratiqué une activité par le passé mais ne la pratiquent plus et 22% n'ont jamais pratiqué une activité d'autoproduction.

Pourtant, ils pourraient constituer un réservoir potentiel non-négligeable car les 2/3 (**64%**) **disent souhaiter s'y essayer à l'avenir.**

Au total, **72% des Français aimeraient donc pratiquer une (nouvelle) activité à l'avenir**, les activités attirant le plus étant de l'ordre de la culture : celle des légumes, des fruits ou des herbes aromatiques.

PORTRAITS DES AUTOPRODUCTEURS

Les Autoproducteurs SOCIABLES 25%

Groupe d'âge intermédiaire, de revenus et niveau de vie plutôt modestes. Plus souvent parents avec enfants au foyer que le reste des pratiquants. Ils pratiquent un peu plus d'activités que les autres. Plutôt satisfaits de leur pratique, ils la trouvent néanmoins difficile à exercer. Ce sont pourtant les producteurs les plus engagés dans leurs activités, qu'ils réalisent plus souvent que les autres à plusieurs. Leur motivation principale réside d'ailleurs dans le partage de moments avec les amis et la famille. 87% d'entre eux pratiquent également avec l'intention d'aider un proche.



Les Autoproducteurs ÉCONOMES 22%

Groupe le plus féminin des pratiquants (avec les autoproducteurs écolos), majoritairement composé d'actifs avec une légère surreprésentation des ménages aux revenus modestes et peu diplômés. Ils pratiquent en proportion plus d'activités que les autres groupes - notamment la culture de légumes et la fabrication de conserves. Ils sont par ailleurs 77% à être intéressés par la pratique de nouvelles activités à l'avenir (vs 72% de l'ensemble). Un peu moins satisfaits de leur activité que la moyenne, ils pratiquent à 97% pour faire des économies et à 93% pour partager le résultat de leur production.



Les Autoproducteurs BIEN-ÊTRE 15%

Groupe un peu plus masculin et âgé que la moyenne. On y retrouve logiquement plus de retraités. En comparaison des autres, c'est le groupe qui pratique le moins d'activités, avec par ailleurs la plus faible intention d'en pratiquer de nouvelles. Son faible investissement dans l'activité au regard des autres pratiquants est toutefois contrebalancé par un niveau de satisfaction élevé à l'égard de la pratique (+6 pts au-dessus de la moyenne).



Les Autoproducteurs ÉCOLOS 14%

Groupe plus féminin et plus âgé que la moyenne qui présente une surreprésentation d'habitants de communes rurales et peu denses. Ils se distinguent plus particulièrement par la fabrication et l'exploitation d'engrais verts et de compost. Particulièrement préoccupés par la situation environnementale et la protection de la biodiversité, ils sont 95% à pratiquer pour ces raisons. 94% d'entre eux pratiquent également afin de se rapprocher de la nature. Alors qu'aujourd'hui, ils font partie de ceux qui pratiquent le moins de nouvelles activités, ils sont en revanche plus nombreux (81%) à vouloir en pratiquer à l'avenir.



Les Autoproducteurs INDÉPENDANTS 13%

Groupe le plus jeune parmi les pratiquants. Il présente une forte surreprésentation des catégories socioprofessionnelles aisées, diplômées du supérieur aux revenus élevés. Malgré un apparent « militantisme » en faveur de la reprise du contrôle de la production (95% ont pour motivation principale le fait d'être plus autonome et de réduire leur dépendance vis-à-vis des entreprises/marques), ce groupe affiche un faible investissement dans la pratique en comparaison des autres pratiquants. Toutefois, comme pour les écolos, ils déclarent en grande majorité être tentés par de nouvelles activités d'autoproduction à l'avenir.



Les Autoproducteurs LOISIRS 11%

Ce groupe se distingue des autres pratiquants par son caractère plus urbain. 20% d'entre eux sont Parisiens, quand 39% habitent en appartement. Bien qu'ils passent un peu moins de temps que les autres groupes à autoproduire (à l'exception du groupe bien-être), ils sont tout de même très engagés émotionnellement dans leurs activités. Ils pratiquent principalement à des fins de loisirs : pour s'occuper, passer le temps (94%) ou encore pour faire quelque chose de leurs propres mains (97%). Ils pratiquent d'ailleurs plus souvent seuls (68% vs 58% chez les autres pratiquants).



Gamm vert

L'autoproduction est l'avenir



L'OB SO CO L'Observatoire
Société &
Consommation

MÉTHODOLOGIE

Les données quantitatives présentées dans ce rapport sont issues d'une enquête réalisée en ligne par L'ObSoCo sur le panel Respondi du 17 au 27 janvier 2021. L'étude a été conduite sur la base d'un échantillon de 4000 personnes représentatif de la population de France métropolitaine âgée de 18 à 75 ans. La représentativité de l'échantillon a été construite par la mise en place de quotas sur les critères suivants : âge, sexe, catégorie socioprofessionnelle, région et taille de l'agglomération de résidence, niveau du diplôme le plus élevé. Les données ont été redressées sur l'ensemble des variables « quotas » afin de pallier les écarts résiduels entre la structure de l'échantillon et celle de l'ensemble de la population.

A noter que les « professionnels » du secteur de la production alimentaire (agriculteurs, exploitants agricoles...) ont été exclus des données traitées, l'étude visant à saisir les pratiques en amateur.

CONTACTS PRESSE

Bureau de presse Pascale Venot
6 rue Paul Baudry - 75008 PARIS

Elodie Cusse
elodie@pascalevenot.fr
06.78.58.64.86

Laurence Basque
laurence@pascalevenot.fr
06.27.88.33.07