

Titre du document : **Le marché régional du miel**  
**Eléments d'analyse de l'offre en grandes et moyennes surfaces**  
**Comportement et attentes des consommateurs**

Type de document : Etude de marché

Auteur(s) : Groupement Départemental des CIVAM de l'Aude  
Ecole Supérieure d'Agriculture de La Raque  
CIVAM Apicole

---

Résumé : Cette étude de marché a été réalisée à une période où les cours du miel (sur le marché de gros) étaient particulièrement bas ; sa réalisation revêtait alors, pour la profession apicole, un caractère impérieux.

L'analyse de l'offre est notamment orientée vers la recherche de corrélation entre le prix de vente et les autres caractéristiques des 167 références constitutives de l'échantillon.

L'étude des attentes des consommateurs est particulièrement informative et confirme, bien souvent, des hypothèses formulées avant l'enquête.

Le document est complété par une brève présentation de l'état du marché national, européen et mondial du miel.

---

Date de publication : 1996

Nombre de pages : 37

Format : PDF – 412 Ko

---

Accès / diffusion : **en téléchargement** dans la rubrique « Espace documentaire » du site [www.fermiers-audois.fr](http://www.fermiers-audois.fr)

Observations : Les grilles d'enquête sont jointes en annexe et sont, pour partie, réutilisables.

Il convient néanmoins de préciser que la fiche descriptive de l'offre mériterait d'être réactualisée en tenant compte des nouvelles dispositions réglementaires en vigueur (décret N°2003-587 du 30 juin 2003 remplaçant le décret N°76-717 du 22 juillet 1976).

Les résultats de l'étude de marché ont été publiés dans la Revue Française d'Apiculture (« Abeilles & Fleurs »).

*Le sommaire est présenté en page 2.*

... le sommaire ...

<b>1-L'OFFRE DE MIEL EN GRANDES ET MOYENNES SURFACES DANS L'AUDE ET LES DEPARTEMENTS VOISINS</b>	<b>2</b>
<b>1.1-Le cadre de l'enquête</b>	<b>2</b>
<b>1.2-Présentation et analyse des résultats</b>	<b>3</b>
<i>1.2.1-Caractéristiques générales de l'offre</i>	<i>3</i>
<i>1.2.2-Corrélations entre le prix de vente et les autres caractéristiques des produits de l'échantillon</i>	<i>8</i>
<b>2-COMPORTEMENT ET ATTENTES DES CONSOMMATEURS</b>	<b>13</b>
<b>2.1-Le cadre de l'enquête</b>	<b>13</b>
<b>2.2-Composition de l'échantillon</b>	<b>13</b>
<b>2.3-Consommateurs et non-consommateurs</b>	<b>15</b>
<b>2.4-Les miels les plus recherchés l'image du produit dans l'esprit du consommateur</b>	<b>15</b>
<b>2.5-Les périodes de consommation et l'acte d'achat</b>	<b>19</b>
<b>2.6-Les conditionnements recherchés</b>	<b>21</b>
<b>3-MARCHE DU MIEL: LES PRINCIPALES TENDANCES AU NIVEAU NATIONAL, EUROPEEN ET MONDIAL</b>	<b>22</b>
<b>3.1-Le marché mondial et le marché européen</b>	<b>22</b>
<b>3.2-Le marché national</b>	<b>24</b>
<b>ANNEXES</b>	
<b>Limites de l'analyse des corrélations entre le prix de vente et les autres caractéristiques des produits</b>	
<b>Analyse de l'offre - questionnaire</b>	
<b>Analyse des attentes des consommateurs - questionnaire</b>	