

Approche des circuits courts par les consommateurs

Réseau des territoires agri-urbains
Atelier : « La mise en place des circuits-courts de proximité sur les territoires péri-urbains »

Paris, 23 janvier 2014
Nathalie Arrojo



L'approche consommateurs, quel intérêt?

- ▶ Des consommateurs dont les besoins et attentes évoluent et sont parfois soumises à des contradictions : comprendre les attentes et pratiques des consommateurs
- ▶ Mieux cibler les projets : Avoir une approche réaliste du marché - Identifier et cibler les consommateurs
- ▶ Mieux communiquer et dialoguer avec les consommateurs
- ▶ Fidéliser les consommateurs
- ▶ Quelle adéquation entre les projets, les représentations des porteurs de projet et les consommateurs ?
- ▶ Outil pour le conseil

Approches intégrant la dimension consommateurs

- ▶ Quelques outils (objectifs quanti ou quali):
 - ▶ Approche territoire (spécialisée) - (CASDAR Locaterre)
 - ▶ Notion de bassin de vie-bassin de consommation
 - ▶ Cartographie des flux et SIG
 - ▶ Zonages
 - ▶ Approches globales : Diagnostic, Etude de marché
 - ▶ Indirectes : Dires d'expert, entretiens personnes ressources, données existantes, ...
 - ▶ Directes : Sondages (CSA, CODIA) quanti, Enquêtes auprès panel de consommateurs (Croc), entretiens individuels
 - ▶ Directes : Enquêtes qualitatives et quantitatives auprès de consommateurs recrutés au hasard (Coxinel)
 - ▶ **Directes Focus group**
 - ▶ Directe : Approche « Expérientielle » sur un objet précis
 - ▶ Etc...

Focus groups : définition et objectifs

▶ **Définition**

- ▶ Les **focus group** sont des espaces de discussion de quelques heures, rassemblant généralement entre **5 et 12** personnes. Ils sont utilisés par les organismes de sondage ou de marketing pour connaître les opinions d'un groupe de personnes sur un produit, un service ou une entreprise.

▶ Outils **qualitatifs**

- ▶ Groupe ayant une « proximité »

▶ **Le focus group, un outil développé en marketing**

▶ **Objectifs**

- ▶ Mieux connaître les besoins et les positions d'un groupe d'acteurs
- ▶ Préparer certains groupes à une participation plus active à la concertation en les aidant à construire des paroles collectives ou à se doter de représentants

FG : Application dans le cadre du projet CODIA

- ▶ 6 territoires test
- ▶ Etudier les attentes et pratiques des consommateurs dans une approche contextualisée et dynamique : lien entre la problématique terrain et le focus group.
- ▶ Plusieurs FG complémentaires par territoire
- ▶ Une proposition de « guidelines ».
 - ▶ Une partie commune,
 - ▶ une partie reliée à l'action menée localement sur les CC, que les focus groups viendront éclairer

6 territoires d'expérimentation

<p>Afipar Poitou Charentes Créer magasin collectif</p>	<p>3 FG -1^{er} groupe (7p): pas habitués aux circuits courts -2ème groupe (6p) : acheteurs en circuits courts -3eme à faire mise en place rayon restau rapide ds magasin collectif</p>
<p>RA Lancer un drive fermier</p>	<p>3FG prévus -1^{er} FG : acheteurs en cc - 2eme FG : e conso</p>
<p>Hurepoix Identifier projet</p>	<p>2 FG -1^{er} FG : 10 consom en cc - 2eme FG non conso CC (5 connaissant -5 ne connaissant pas)</p>
<p>Bretagne Personnes faible budget freins et leviers conso cc Marché o ptts legumes</p>	<p>1 FG - 9 personnes : évaluer marché o ptt legume pour l'améliorer</p>
<p>Civam Maine et Loire Identifier le circuits court innovant/amap</p>	<p>Projet 2 FG -conso déjà en cc - conso peu sensibles</p>
<p>Languedoc Roussillon Pop à petit budget – restaus du coeur</p>	<p>Pas de FG</p>

Focus Group : Modalités

▶ Recrutement

- ▶ Avec une société spécialisée : 10 personnes volontaires, selon critères choisis :
 - ▶ âge, csp,
 - ▶ conso ou non de pdts circuits courts,
 - ▶ Connaissance ou non CC
 - ▶ Etc...
- ▶ Compensation financière

▶ Elaboration du guide d'animation du FG

▶ Déroulement

- ▶ 3 heures
- ▶ 1 animateur
- ▶ 1 -2 observateurs
- ▶ Enregistrement
- ▶ Compte rendu exhaustif
- ▶ Interprétation

FG : GUIDE D'ANIMATION

Consommateurs et circuits courts

▶ Partie commune

- ▶ **I – Mise en route (10 minutes)**
- ▶ **II – L'alimentation : quels enjeux ? (20 minutes)**
- ▶ **III – Les achats alimentaires : quels circuits ? (20 minutes)**
- ▶ **IV – Les circuits courts – Représentations (35 minutes)**
- ▶ **V – Les achats en projectif (35 minutes)**

▶ Partie en fonction du territoire

- ▶ **VII – Producteurs du coin.com**
 - ▶ -Est-ce que vous en connaissez ?
Lesquels ?
Quels sont tous les avantages que vous voyez, vous, à un site de ce type ?
 - ▶ Et quels sont les freins, les raisons pour lesquels vous n'iriez pas, vous ne voudriez pas y aller...
 - ▶ Imaginez qu'un site de ce type soit ouvert sur la région de Valence.
Selon vous, quels seraient les éléments indispensables pour que des gens comme vous y fassent des achats? (localisation horaires produits...)

Premiers résultats

▶ Rhône Alpes

▶ Hurepoix

