

SOLUTION LOCALE

## Changer les habitudes du consommateur

Actuellement, les consommateurs sont sensibles aux messages appelant à consommer des produits locaux, durables et sains.

Cet outil a pour but d'accompagner cette tendance à l'échelle d'une entreprise locale.

PENSÉ POUR

PRODUCTEURS ET  
ENTREPRENEURS

EXPÉRIENCE LOCALE

Un euro dépensé pour des achats en produits locaux sera très probablement réinvesti dans d'autres biens et services qui sont eux-mêmes porteurs d'externalités positives et durables pour l'économie locale.



### 1. COMPRENDRE LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

**RÉFLÉCHIR**

Le comportement du consommateur résulte de sa motivation (envie de faire quelque chose) et de sa capacité (degré de facilité à réaliser cette chose). Il est également influencé par des déclencheurs.

Si vous êtes un producteur ou une entreprise, comment pouvez-vous inciter les gens à acheter davantage de produits locaux ?

**Quelles sont les motivations des consommateurs, pourquoi veulent-ils changer ?**

- Sensations physiques : plaisir, dégoût.  
Exemple : un goût et une odeur agréables
- Émotions : espoir/fierté ou peur/culpabilité.  
Exemple : Espoir de bonne santé avec des produits locaux sains ou fierté d'aider vos producteurs locaux à gagner leur vie ou de contribuer à la protection de l'environnement
- Motivation sociale : votre action provoque l'appartenance à ou le rejet par un groupe social.

**Qu'est-ce qui rend les gens capables de faire quelque chose ?**

- Leur perspective dans le temps
- Le revenu disponible et le budget qu'ils souhaitent consacrer à l'alimentation
- L'effort physique.  
*Exemple* : Il est facile de prendre la voiture pour aller faire les courses au supermarché une fois par semaine, les aspects pratiques doivent être pris en compte : lieu d'achat, horaires, diversité des produits disponibles au même endroit
- L'énergie mentale.  
*Exemple* : les familles nombreuses ont trop peu de temps et d'énergie pour trouver les produits locaux dans les magasins de chaque producteur.
- Habitude.

**Quels sont les déclencheurs ?**

- Un déclencheur attire l'attention et incite à agir :
- Odeurs ou dégustations
  - Marketing
  - Prix bas ou promotionnel

**AGIR**

DEFI 1 :

**Que puis-je faire pour changer les motivations des consommateurs ?**

DEFI 2 :

**Comment puis-je faciliter l'acte d'achat ?**

DEFI 3 :

**Quels déclencheurs puis-je utiliser pour changer le comportement de consommation ?**

La motivation et la capacité sont des éléments internes, propres au consommateur tandis que les déclencheurs sont des facteurs externes. Pour un producteur, un distributeur ou un artisan, il est plus facile de mettre des déclencheurs en place, comme des événements, des magasins à la ferme ou la vente en ligne. Pour autant, il ne faut pas sous-estimer l'importance des désirs et des capacités des consommateurs.

## EXPÉRIENCE LOCALE



### 2. CIBLER LES CONSOMMATEURS MOTIVÉS ET CAPABLES D'ACHETER DES PRODUITS LOCAUX

#### RÉFLÉCHIR

La motivation et la capacité des consommateurs à acheter des produits locaux dépendent de chacun. Par exemple, les gens qui s'engagent en faveur de l'environnement et de l'économie locale ou qui se préoccupent de leur santé seront plus enclins à acheter des produits locaux.

Les catégories suivantes semblent pertinentes lorsqu'il s'agit de consommer des produits locaux :

- RURAL/URBAIN
- TAILLE DE LA FAMILLE
- REVENU
- VALEURS/STYLE DE VIE

#### AGIR

En tant que propriétaire d'entreprise, vous devez essayer de penser à qui est votre client, quel est votre objectif principal. DEFI 4 :

**Qui sont les consommateurs que je cible ?**



### 3. METTRE EN ŒUVRE DES ACTIONS POUR CHANGER LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

#### RÉFLÉCHIR

Il n'est pas facile pour un producteur ou un entrepreneur d'influencer le consommateur. Vente en ligne, magasins à la ferme, évènements peuvent aider à changer les habitudes. Gardez à l'esprit que si le consommateur n'est pas capable ou pas motivé, votre stratégie marketing risquera de ne pas fonctionner.

#### AGIR

Vous trouverez ici quelques astuces pour vous aider à rendre accessibles vos produits et clarifier votre message auprès du consommateur. Votre produit doit correspondre au mode de vie de votre consommateur et à la manière dont il désire être perçu par les autres.

OBJECTIF	RENDRE LE PRODUIT DESIRABLE	RENDRE L'ACHAT FACILE ET LE PRODUIT VISIBLE EN FAIRE UNE HABITUDE		RENDRE L'ACHAT POSSIBLE
DECLENCHEURS	ODEUR/GOÛT	MARKETING		PRIX BAS
		Communication	Augmenter l'accessibilité	
EXEMPLES D'ACTIONS	Produire de la nourriture de bonne qualité	Narration (pourquoi mon produit est durable et sain)	Vendre dans les épiceries, les marchés, les magasins à la ferme, en ligne	Vendre de gros volumes
	Organiser des activités culinaires	Elaborer une carte, une appli, un guide pour trouver les producteurs		Proposer des réductions, des journées promotionnelles, des offres spéciales
	Organiser des sessions de dégustation	Bons d'achat locaux ou coupons		Offres spéciales
	Faire correspondre votre produit à l'image que votre consommateur veut donner de lui-même	Carte de fidélité pour les magasins locaux	Aires d'autoroutes	
		Organiser des évènements	Groupes de consommateurs via un abonnement à un colis alimentaire avec livraison ou retrait	
			Vendre à un endroit où ils font généralement leurs courses	Chèques locaux ou bons d'achat à l'échelle d'une ville
			S'associer à une autre marque	
			Se greffer sur l'évènement marketing d'un autre produit avec un budget de communication plus important	



## FICHE OUTIL 10 - CHANGER LES HABITUDES DU CONSOMMATEUR

