

## Comment expliquer l'écart entre les envies des consommateurs et leur comportement d'achat au sujet du locavorisme ?

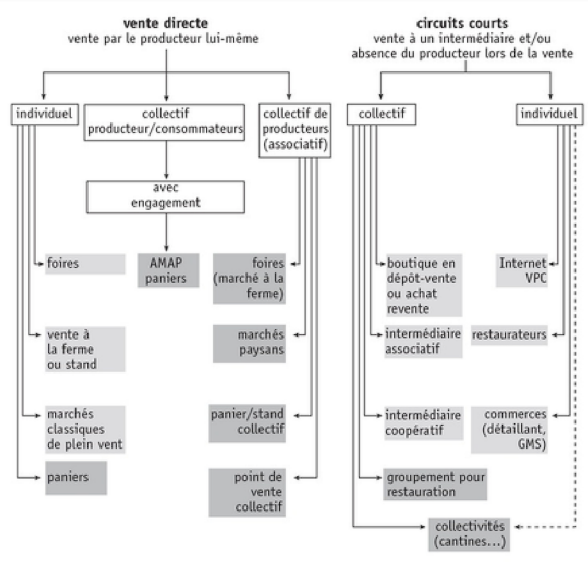


### Le locavorisme ça veut dire quoi ?

C'est un mouvement qui prône la consommation de nourriture produite dans un rayon restreint autour de son domicile.



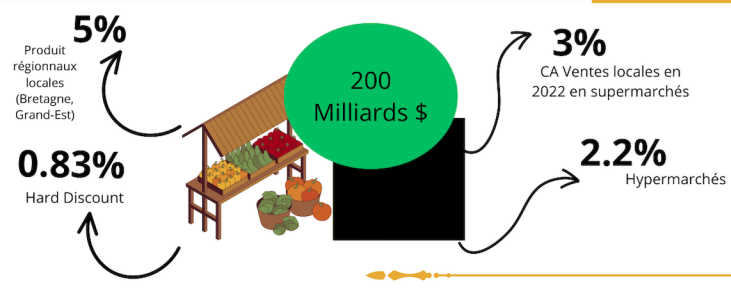
100 km à 250 km



La demande croissante pour les produits locaux s'intensifie parmi les consommateurs. 80 % des consommateurs optent pour des achats locaux, tandis que 4 personnes sur 10 affirment le faire régulièrement.

### Pourquoi existe-t-il un écart notable entre les aspirations des consommateurs en matière d'achat de produits locaux et leur comportement réel d'achat ?

En 2023 près de la moitié des Français estiment qu'acheter des produits locaux et de saison et privilégier les circuits courts étaient les engagements les plus importants concernant leur consommation alimentaire



### NÉANMOINS LES CIRCUITS COURTS RESTENT MINORITAIRES

70% des français font leur courses dans les supermarchés contre 5% au marché et 3% directement chez les producteurs

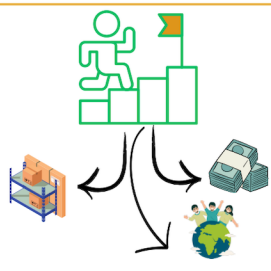


**Le conflit approche-évitement** est un phénomène psychologique où les individus éprouvent des émotions contradictoires envers un objectif, entraînant une ambivalence et une oscillation comportementale (Kurt Lewin).

Par exemple, au niveau alimentaire, lorsqu'il s'agit de décider s'il faut se livrer à des aliments malsains ou avoir une alimentation saine, un conflit approche-évitement surgit. On peut être attiré par le plaisir immédiat d'une alimentation malsaine tout en étant conscient des conséquences à long terme sur la santé. Au niveau du locavorisme, un conflit d'approche-évitement peut apparaître, par exemple avec le choix des restaurants :

- Approche (Aspects positifs) :
  - Soutien aux restaurants engagés : Manger dans des restaurants qui privilégient les produits locaux soutient les entreprises qui partagent vos valeurs.
  - Qualité des repas : Les plats peuvent être plus savoureux et nutritifs grâce à l'utilisation d'ingrédients frais et locaux.
- Évitement (Aspects négatifs) :
  - Coût des repas : Les restaurants qui utilisent des produits locaux peuvent être plus chers.
  - Options limitées : Moins de choix de plats, surtout si le restaurant suit strictement la saisonnalité des produits locaux.

La perception du contrôle perçu influence le comportement des consommateurs, selon Poitrin (2020). L'adoption d'un comportement nécessite qu'il soit perçu comme utile, générateur d'émotions positives, facile à adopter et approuvé par l'entourage. Les consommateurs reconnaissent les avantages de la consommation locale mais rencontrent des obstacles pour passer à l'action..



Le consommateur valorise la qualité des produits coûteux mais peut être influencé par des pressions sociales négatives. Les habitudes alimentaires familiales et l'influence des amis sont des facteurs clés dans leurs choix. Certains doutent de l'impact sur le soutien aux producteurs locaux et la durabilité, Ces croyances peuvent affecter leurs décisions d'achat et leur engagement en faveur d'une consommation plus responsable.

### ALORS COMMENT RELEVÉER CES DÉFIS ?

La consommation locale peut être entravée par un certain nombre de barrières cognitives, motivationnelles et comportementales.

