

Défi 5B

Propositions d'action pour relever le défi : « Comprendre /développer les motivations de l'acheteur pour le bio »

Participants : Margot Tysebaert, Chloé Van Baelen, Aurélien Petiteau, Christine Boizot-Szantai, Allison Loconto, Tara Dourian, Eric Giraud-Héraud, Manel Ghozal

-Accessibilité économique du bio (consentement à payer, rapport des prix, coefficient alimentaire) → voir les attentes des consommateurs, crédibiliser le label, économie expérimentale

→ Consentement à payer : fonction des revenus et aptitude des conso à mettre des sous dans le bio → fonction croissante du coefficient alimentaire plus que le revenu

-Valoriser la qualité dans les différentes dimensions (intrinsèques et extrinsèques) de la fourche à la fourchette

Lister les principaux freins à lever/leviers à mobiliser pour relever le défi scientifique

- **Levier** : Redéfinir le bio car bio = obligation de moyen et non de résultat (ex : dichotomie environnement/ santé pour le consommateur)
- **Levier** : Lien bio et qualité organoleptique à prouver
- **Levier** : Lien entre lieu de vente et les attentes des conso → différencier les voies de commercialisation
- **Levier** : Mesurer les attentes du consommateur sur les critères du cdc et modifier certains critères du cdc (ex : emballage plastique) au profit de performances exigées ou d'attentes des consommateurs (ex : vrac, « local ») → à prouver scientifiquement ?
- **Frein** : coûts des bases de données

Formaliser la/les questions essentielles

Expliquer en quoi elle est innovante, ce qu'on en connaît, et comment elle va contribuer à étudier l'hypothèse Bio majoritaire (axes et sous axes du MP)

- Qui achète ? qui cuisine ? besoin de la famille ? acheteur/consommateur et les consommateurs dépendent de l'acheteur au sein d'une famille/collectif OU acheteur/cuisinier
- Comment anticiper les nouvelles générations des consommateurs
- Mesurer l'impact des différentes crises (inflation, guerre, environnement, sanitaire) et comment ça oriente les choix des consommateurs ?

Lister les disciplines, méthodes, dispositifs nécessaires de mobiliser, développer ou créer pour répondre à la question

- Baromètre par agence Bio ? → intégrer les questions de recherche
- Etude sur la transparence des coûts
- Economie expérimentale
- Sociologie de la consommation
- Analyse des données
- Analyses sensorielles

Juger de la maturité : projet prêt à être soumis, besoin d'un groupe de réflexion, d'une animation spécifique, de trouver des collaborations internes ou externes etc

- Besoin d'un groupe de réflexion
- Contacts avec la distribution

Liste d'actions nécessaires pour relever le défi

Créer des bases de données → rendre accessible

Créer des observatoires régionaux économiques de la consommation (enquêtes de consommation détaillées)