



Baromètre édition 2020

L'UTILISATION DU NUMÉRIQUE DANS L'ACHAT DE PRODUITS LOCAUX

Catherine Hérault-Fournier, Aurélia Michaud-Trévinval et Fabien Rogeon

Illustrations Pascal Marchais

Tous droits réservés

Méthodologie



MODE DE RECUEIL

Questionnaire auto administré
En ligne sur panel



DATES DE TERRAIN

Avril 2020



CIBLE INTERROGEE

Échantillon représentatif de
2 055 Français
constitué d'après la méthode des quotas
Sur les critères : sexe, âge, région

Questionnaire

Questionnaire
d'une quinzaine
de minutes

Une partie commune
posée à tous les
interviewés

Base : population française
2 055 enquêtés

Une partie posée
uniquement aux acheteurs
de produits locaux*

Base : acheteurs de produits
locaux
1 684 enquêtés

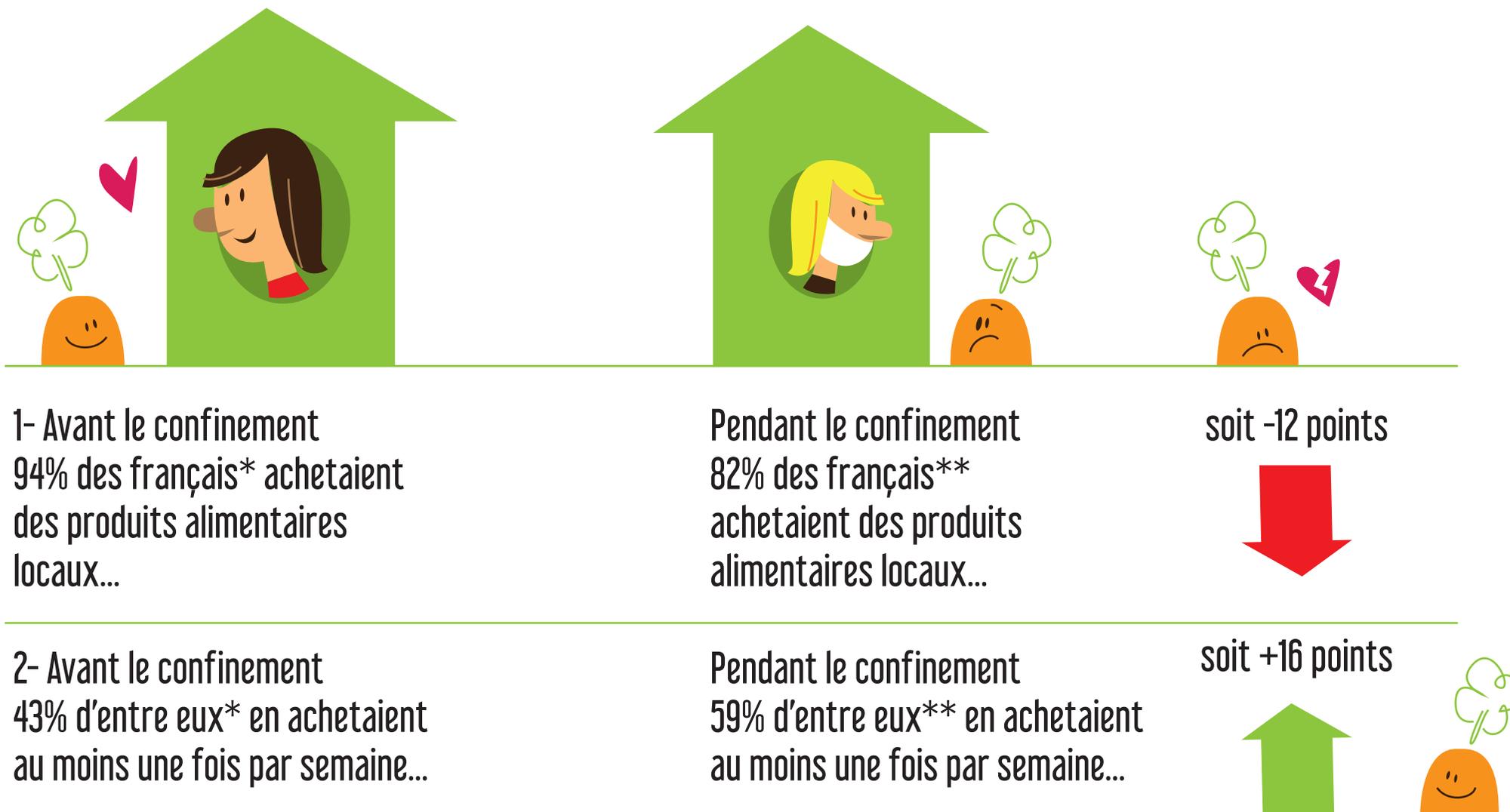
Une partie posée uniquement aux
acheteurs de produits locaux** qui
utilisent le numérique dans leurs achats

Base : acheteurs de produits locaux qui
utilisent le numérique
1 040 enquêtés

* Question posée : Vous arrive-t-il d'acheter (vous-même ou quelqu'un de votre foyer) des produits alimentaires fabriqués près de chez vous (locaux) ?

** Question posée : Avez-vous déjà utilisé, ne serait-ce qu'une seule fois, des outils numériques (moteurs de recherche, sites internet /boutiques en ligne, réseaux sociaux, blogs, applications mobiles, etc.) pour vous renseigner sur des produits ou des producteurs locaux en vue d'acheter des produits locaux ?

L'achat de produits locaux



1- Avant le confinement
94% des français* achetaient
des produits alimentaires
locaux...

Pendant le confinement
82% des français**
achetaient des produits
alimentaires locaux...

soit -12 points



2- Avant le confinement
43% d'entre eux* en achetaient
au moins une fois par semaine...

Pendant le confinement
59% d'entre eux** en achetaient
au moins une fois par semaine...

soit +16 points



Questions posées pendant la période de confinement :

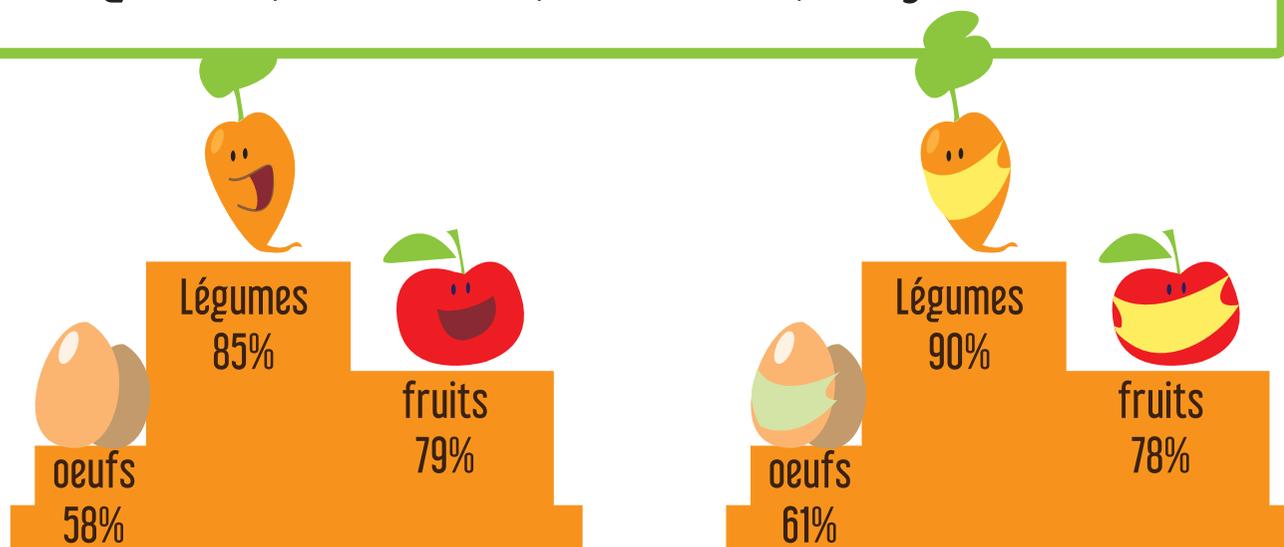
1 - Achetez-vous (vous-même ou quelqu'un de votre foyer)
des produits alimentaires fabriqués près de chez vous (locaux) ?

2- À quelle fréquence achetez-vous un ou plusieurs produits alimentaires
locaux (fabriqués, cultivés, élevés ou pêchés près de chez vous) ?

*Base répondant : 1881 acheteurs de produits locaux

**Base répondant : 1684 acheteurs de produits locaux

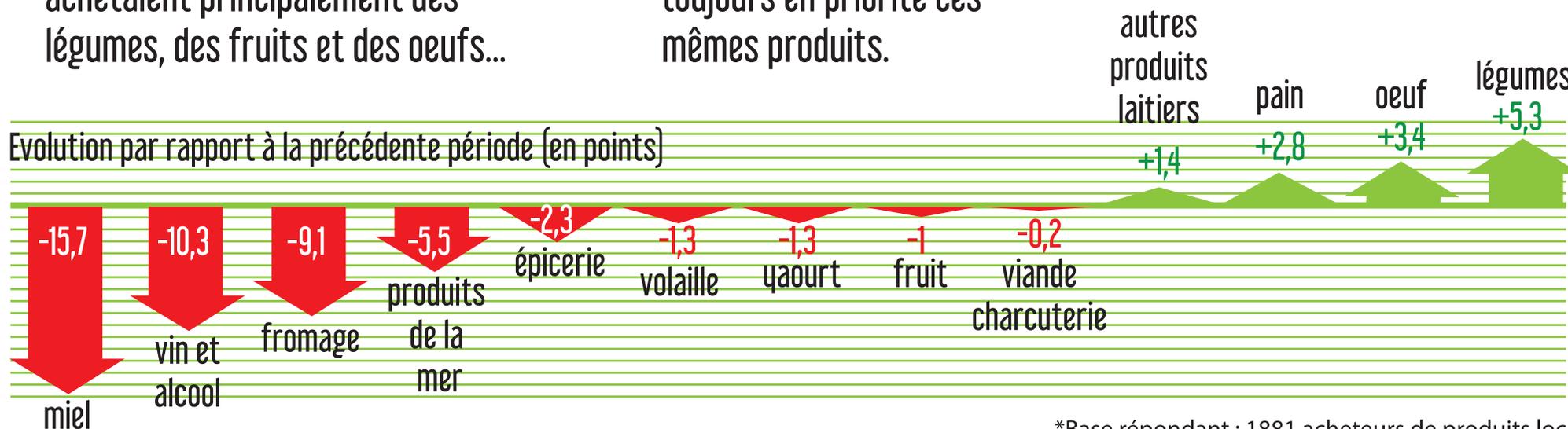
Les légumes, les fruits, les oeufs, toujours en tête



Avant le confinement les acheteurs* de produits locaux achetaient principalement des légumes, des fruits et des oeufs...

Pendant le confinement les acheteurs** achetaient toujours en priorité ces mêmes produits.

Evolution par rapport à la précédente période (en points)



*Base répondant : 1881 acheteurs de produits locaux

**Base répondant : 1684 acheteurs de produits locaux

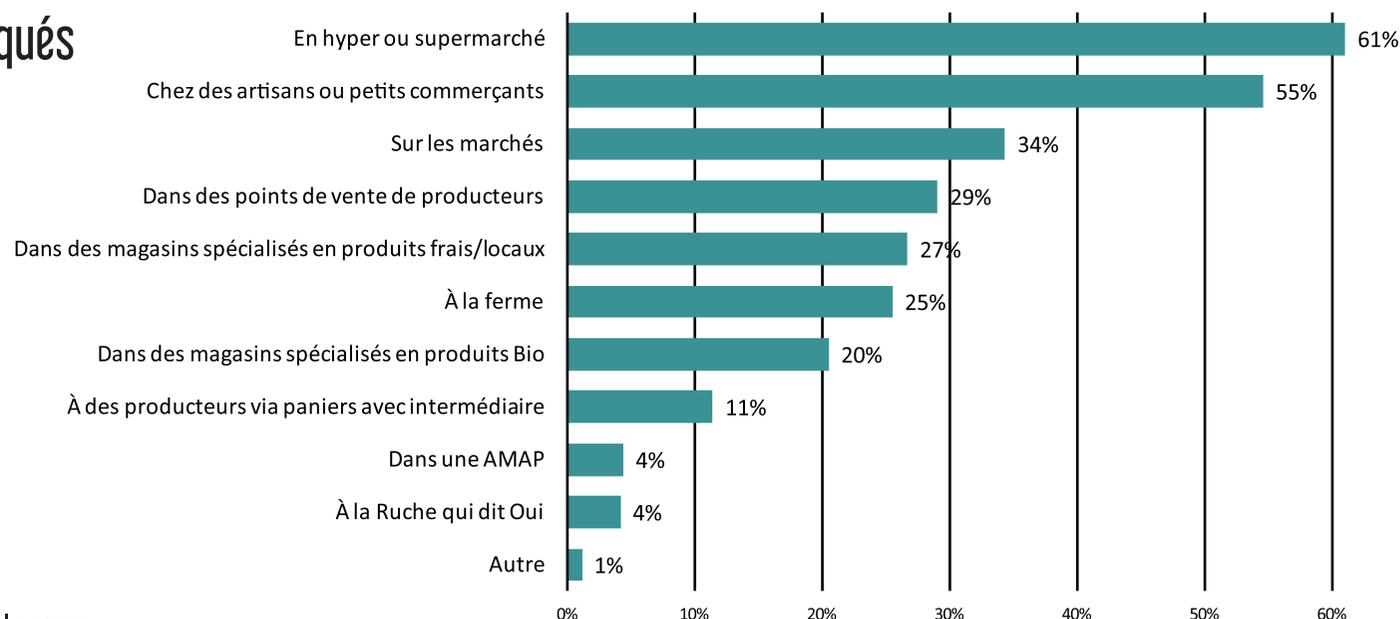
Une combinaison de lieux d'achats



Alors que plus de 57% achètent leurs produits locaux dans au moins 3 lieux différents... répartis comme suit :

Pendant le confinement 13% seulement des acheteurs locaux* n'ont qu'un seul lieu d'achat pour les produits fabriqués près de chez eux...

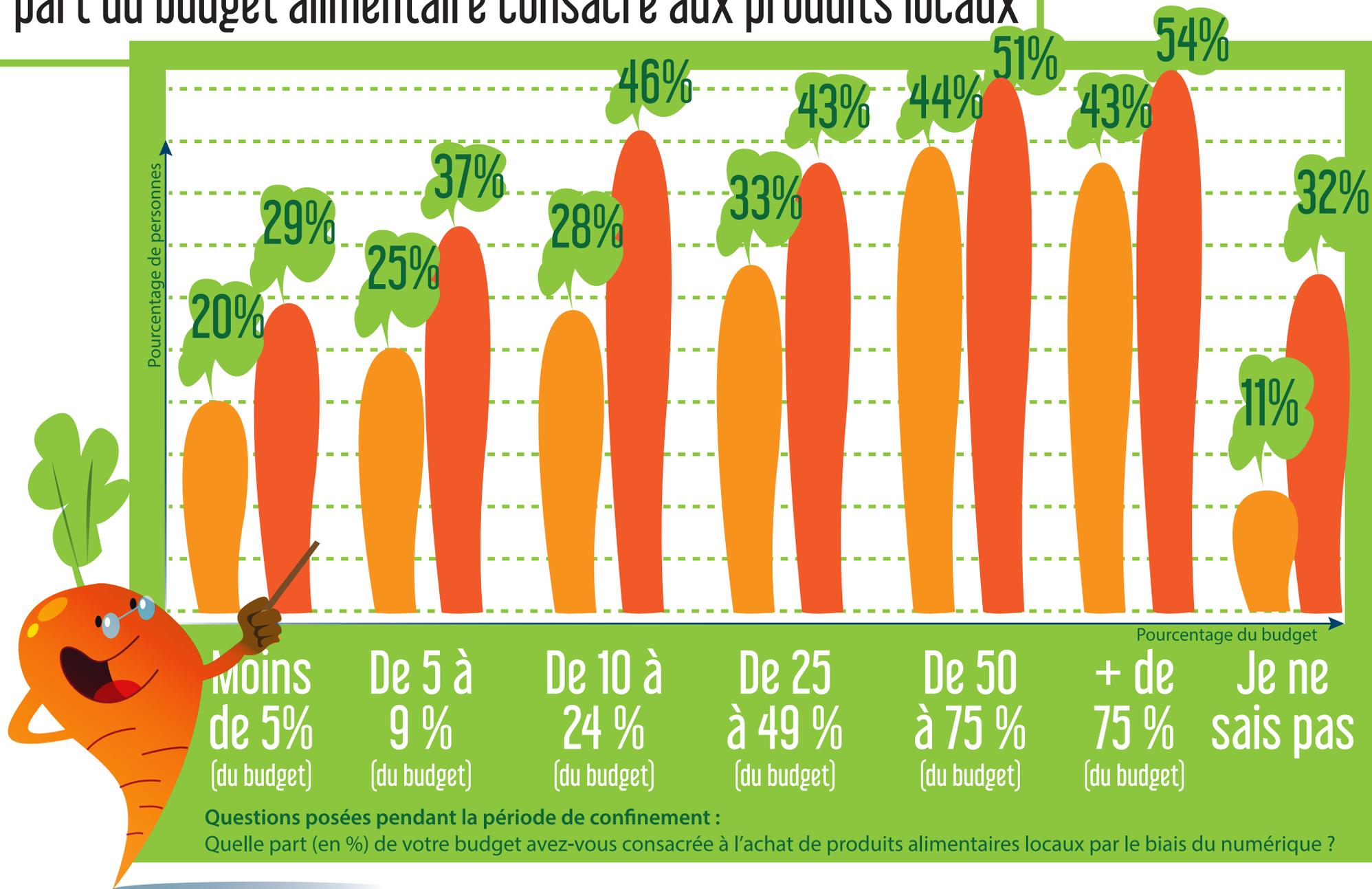
Questions posées pendant la période de confinement :
quels sont tous les endroits où vous achetez vos produits alimentaires locaux, toutes catégories de produits confondus ?



*Base répondant : 1684 acheteurs de produits locaux

De plus en plus d'acheteurs numériques, quelle que soit la part du budget alimentaire consacré aux produits locaux

avant le confinement*
pendant le confinement**



*Base répondant : 1881 acheteurs de produits locaux

**Base répondant : 1684 acheteurs de produits locaux

La consommation locale et le numérique



+ 10 points

Pendant le confinement 68%** des acheteurs de produits locaux utilisaient le numérique contre 60%* avant le confinement. 68% de ces mêmes acheteurs utilisaient des outils numériques pour se renseigner sur des produits ou producteurs locaux pendant le confinement contre 58% avant le confinement.



+ 9,7 points

Pendant le confinement 33,4% des acheteurs de produits locaux ont utilisé les outils numériques pour **en savoir plus sur un producteur** contre 23,7% avant le confinement.



+ 2,2 points

Pendant le confinement 28,8% des acheteurs de produits locaux ont utilisé les outils numériques pour **s'informer sur les caractéristiques d'un produit** contre 26,6% avant le confinement.



+ 3,7 points

Pendant le confinement 40,5% des acheteurs de produits locaux ont utilisé les outils numériques pour **connaître ou comparer des produits locaux** contre 36,8% avant le confinement.

*Base de 1129 acheteurs de produits locaux qui utilisent le numérique sur 1881 acheteurs

**Base de 1040 acheteurs de produits locaux qui utilisent le numérique sur 1684 acheteurs

Le numérique favorise la mise en marché

Avant le confinement 28% des acheteurs* de produits locaux avaient déjà utilisé des outils numériques pour acheter des produits locaux...



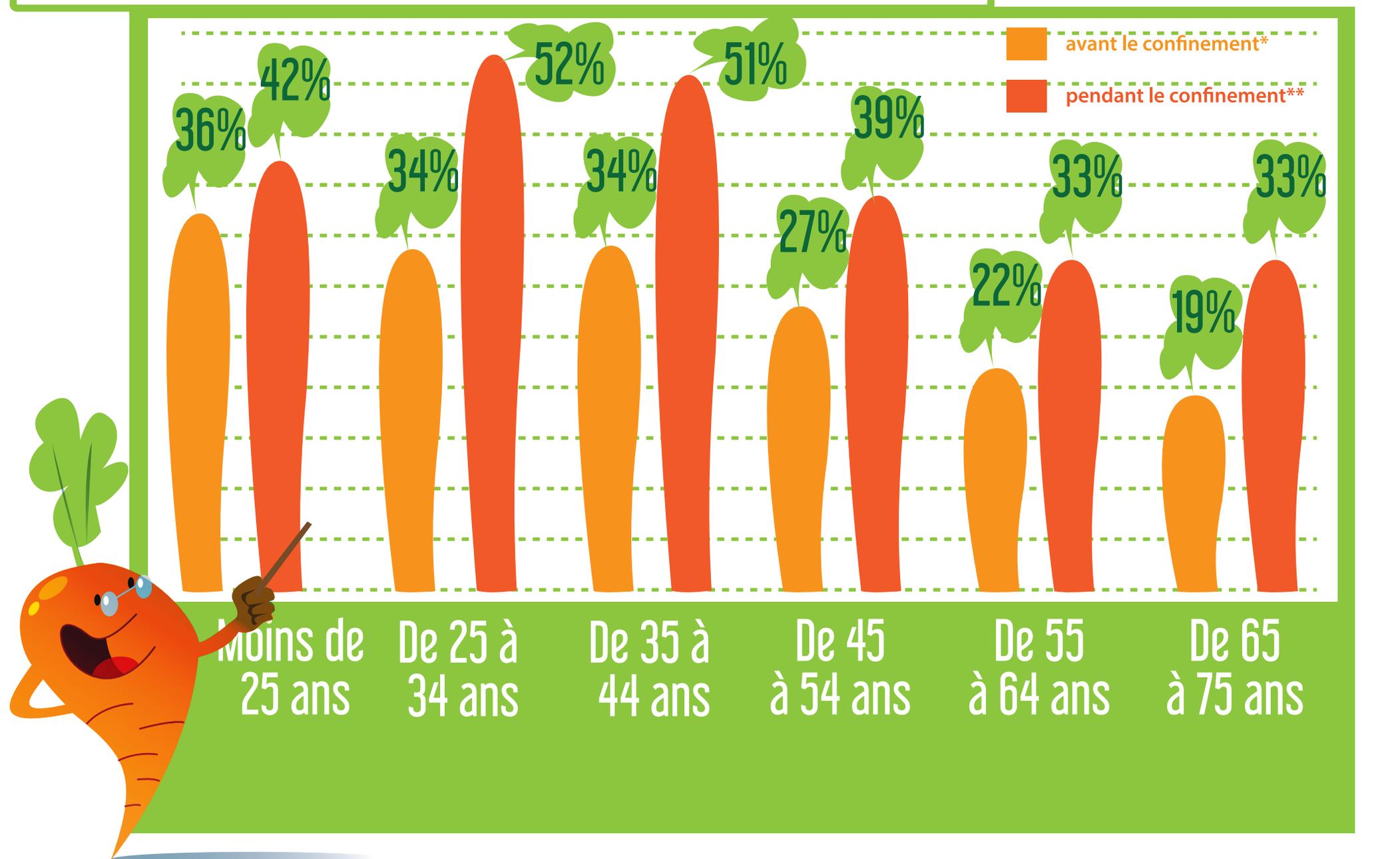
mais...

Pendant le confinement ce sont 42% des acheteurs** qui ont utilisé des outils numériques pour acheter des produits locaux.

*Base répondant : 1881 acheteurs de produits locaux

**Base répondant : 1684 acheteurs de produits locaux

Une utilisation du numérique forte quel que soit l'âge



Quels outils numériques pour la mise en marché

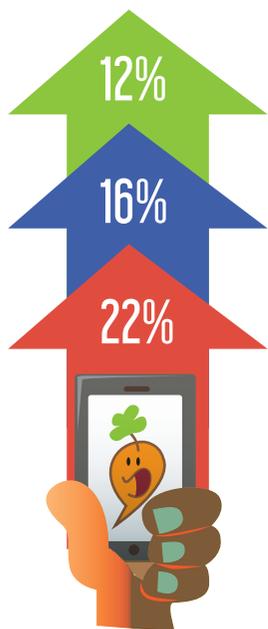
Pendant le confinement, les acheteurs de produits locaux* ont utilisé les outils numériques de la façon suivante :

33,1% des acheteurs ont utilisé un **site internet** pour acheter,

18,3% des acheteurs ont utilisé une **application mobile**,

20% ont utilisé un **E-mail**,

17,6% ont utilisé une **messaging instantanée**...



Avant le confinement, les acheteurs** se renseignaient davantage via les **moteurs de recherche** (22% toutes les semaines ou au moins tous les mois), que via les **réseaux sociaux** (16%) ou les **applications mobiles** (12%).

*Base répondant : 1684 acheteurs de produits locaux

**Base répondant : 1881 acheteurs de produits locaux

Mais le numérique n'a pas convaincu tout le monde

Avant le confinement

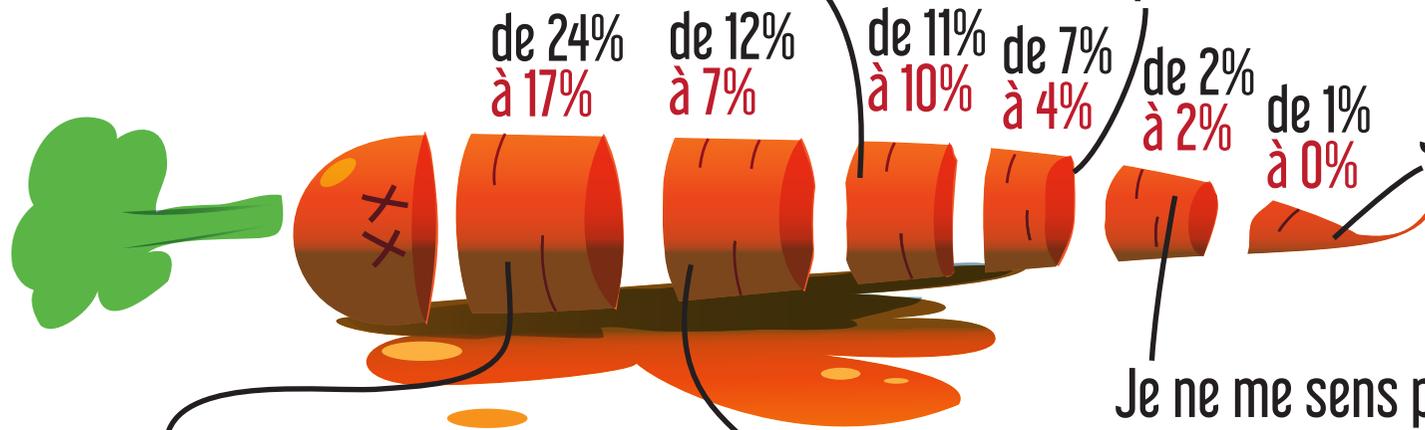
40% des acheteurs* de produits locaux n'utilisaient pas le digital,
ni pour se renseigner ni pour acheter.

Pendant le confinement ils étaient encore 32%**

Je n'utilise jamais d'outils numériques
pour me renseigner ou acheter

Je ne connais pas d'outils numériques
fiables pour me renseigner

Je n'ai pas accès à internet



Je préfère avoir un contact
direct avec le producteur

Ce n'est pas cohérent avec
ma vision du commerce local

Je ne me sens pas suffisamment
à l'aise avec les outils numériques

*Base répondant : 1881 acheteurs de produits locaux

**Base répondant : 1684 acheteurs de produits locaux