



# Baromètre édition 2019

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

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

Illustrations Pascal Marchais

Tous droits réservés

# Méthodologie



## MODE DE RECUEIL

Questionnaire auto administré  
En ligne sur panel



## DATES DE TERRAIN

Juillet 2019



## CIBLE INTERROGEE

Échantillon représentatif de  
2 008 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  
**2 008 enquêtés**

Une partie posée  
uniquement aux acheteurs  
de produits locaux\*

Base : acheteurs de produits  
locaux  
1 881 enquêtés

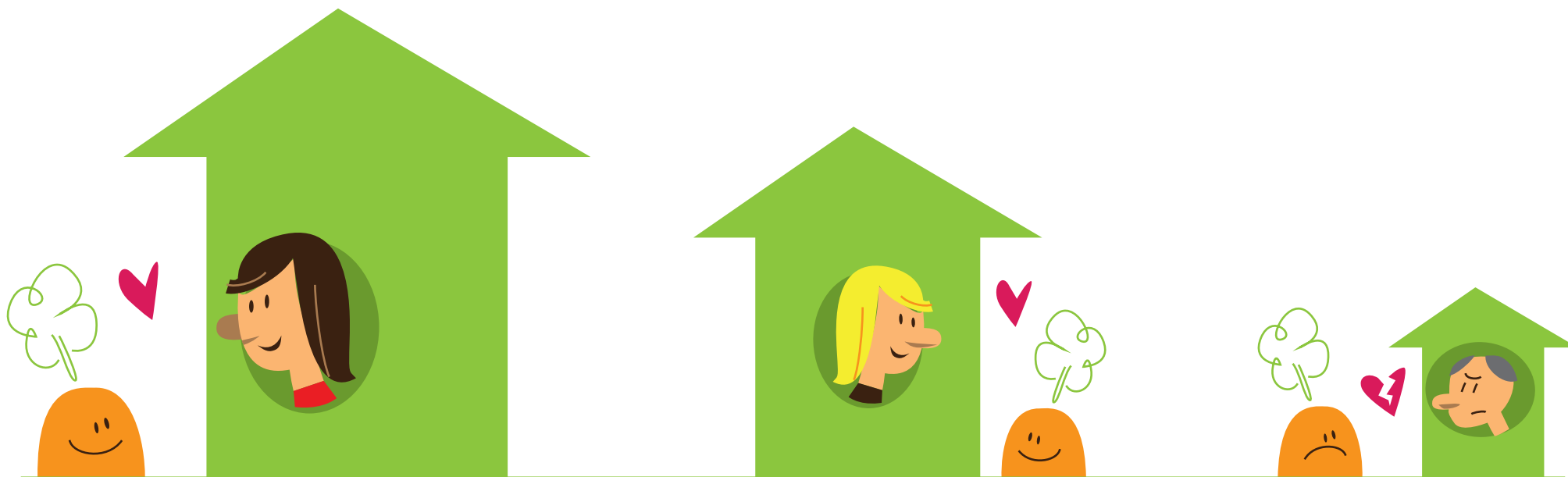
Une partie posée uniquement aux  
acheteurs de produits locaux\*\* qui  
utilisent le numérique dans leurs achats

Base : acheteurs de produits locaux qui  
utilisent le numérique  
**1 129** 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 pour acheter des produits locaux

# L'achat de produits locaux\*



94% des français achètent des produits alimentaires fabriqués près de chez eux...

43% des français achètent des produits alimentaires fabriqués près de chez eux au moins une fois par semaine...

Mais moins d'un quart du budget est consacré à l'achat de produits locaux pour les 2/3 des enquêtés.

\* Implique une faible distance spatiale entre le consommateur et le lieu de production, et l'appartenance géographique du consommateur au territoire de référence restreint

# Consommation locale : Quelles sont les habitudes d'achat des français ?

3 acheteurs locaux sur 4 achètent des fruits et légumes fabriqués près de chez eux...



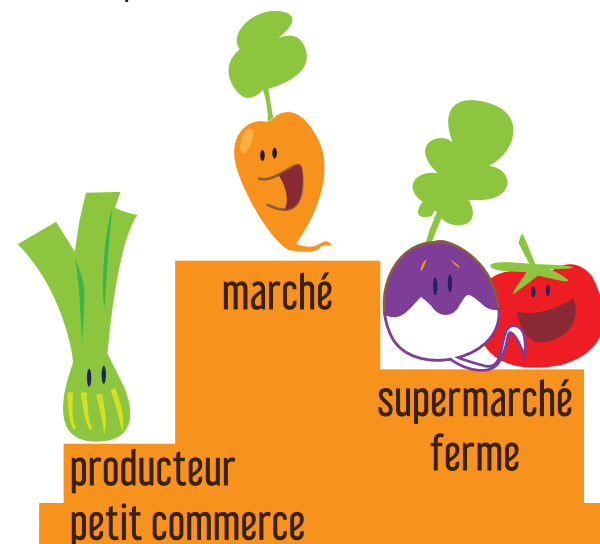
Le marché est le lieu privilégié des acheteurs de produits locaux pour les fruits et légumes, suivi par les supermarchés et la ferme, les points de vente de producteurs et les petits commerçants.



Tandis que la viande et la volaille locales sont achetées par 40% des acheteurs locaux...

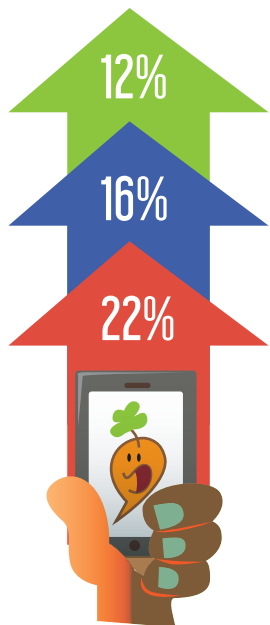
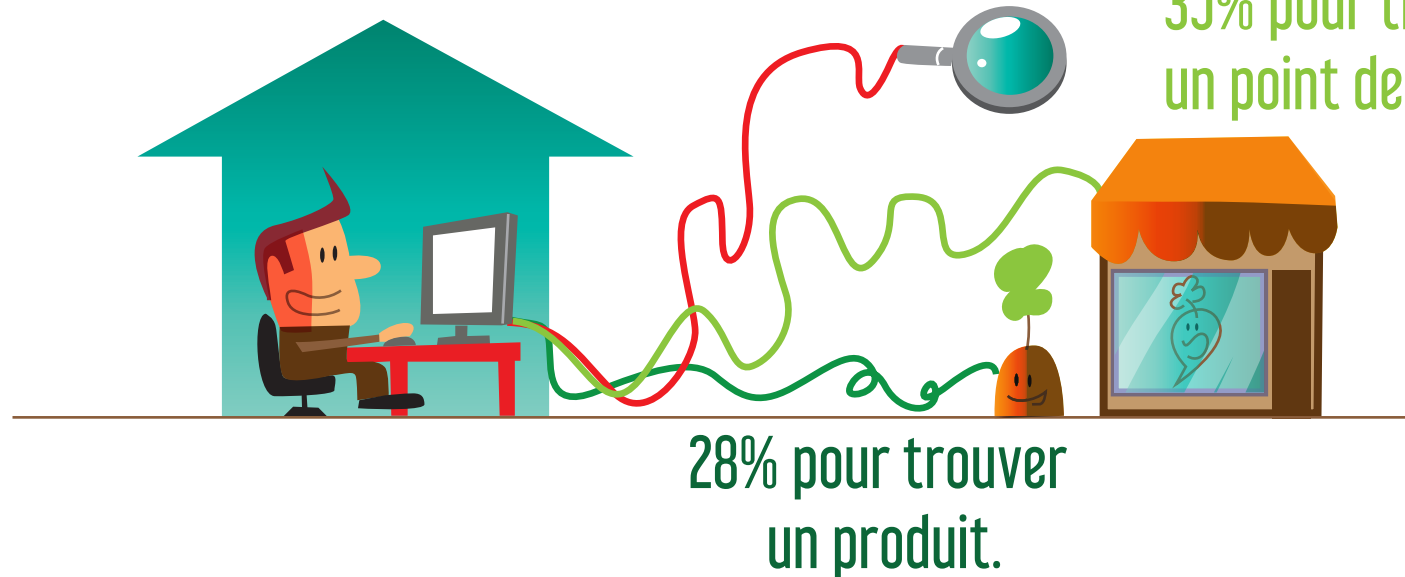


90% des acheteurs de produits locaux achètent des légumes sur au moins 2 lieux d'achats.



# La consommation locale et le numérique

60% des acheteurs de produits locaux utilisent les outils numériques.  
Le numérique favorise l'identification des producteurs.  
57% des acheteurs de produits locaux ont déjà utilisé des outils numériques pour SE RENSEIGNER sur des produits ou des producteurs locaux...



Ils se renseignent 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%).

## Le numérique favorise la mise en marché

28% des acheteurs de produits locaux ont déjà utilisé des outils numériques pour acheter des produits locaux...



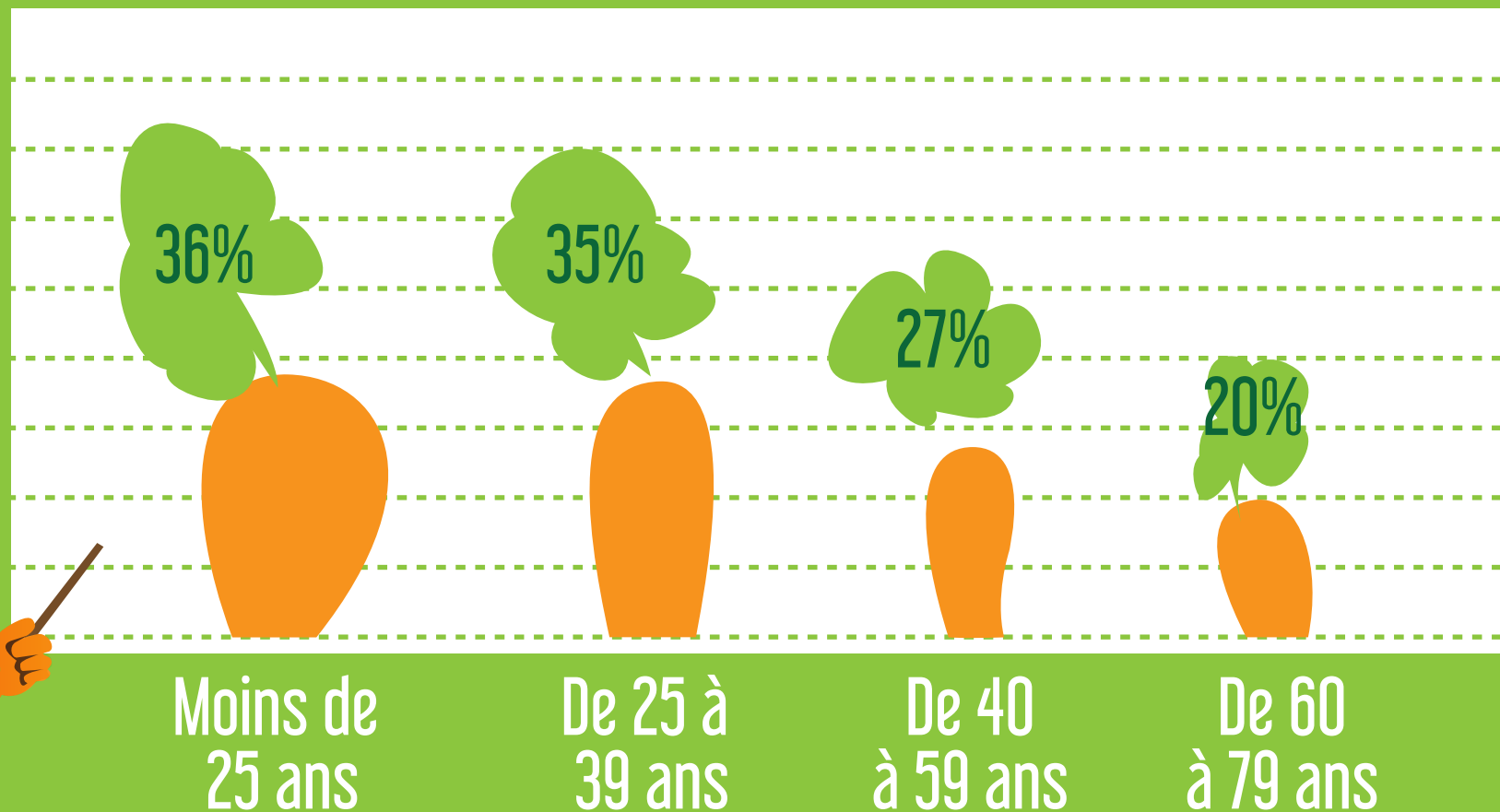
mais...



Seuls 6% des acheteurs de produits locaux achètent ces produits chaque semaine via un outil numérique.

# Plus d'acheteurs numériques chez les plus jeunes

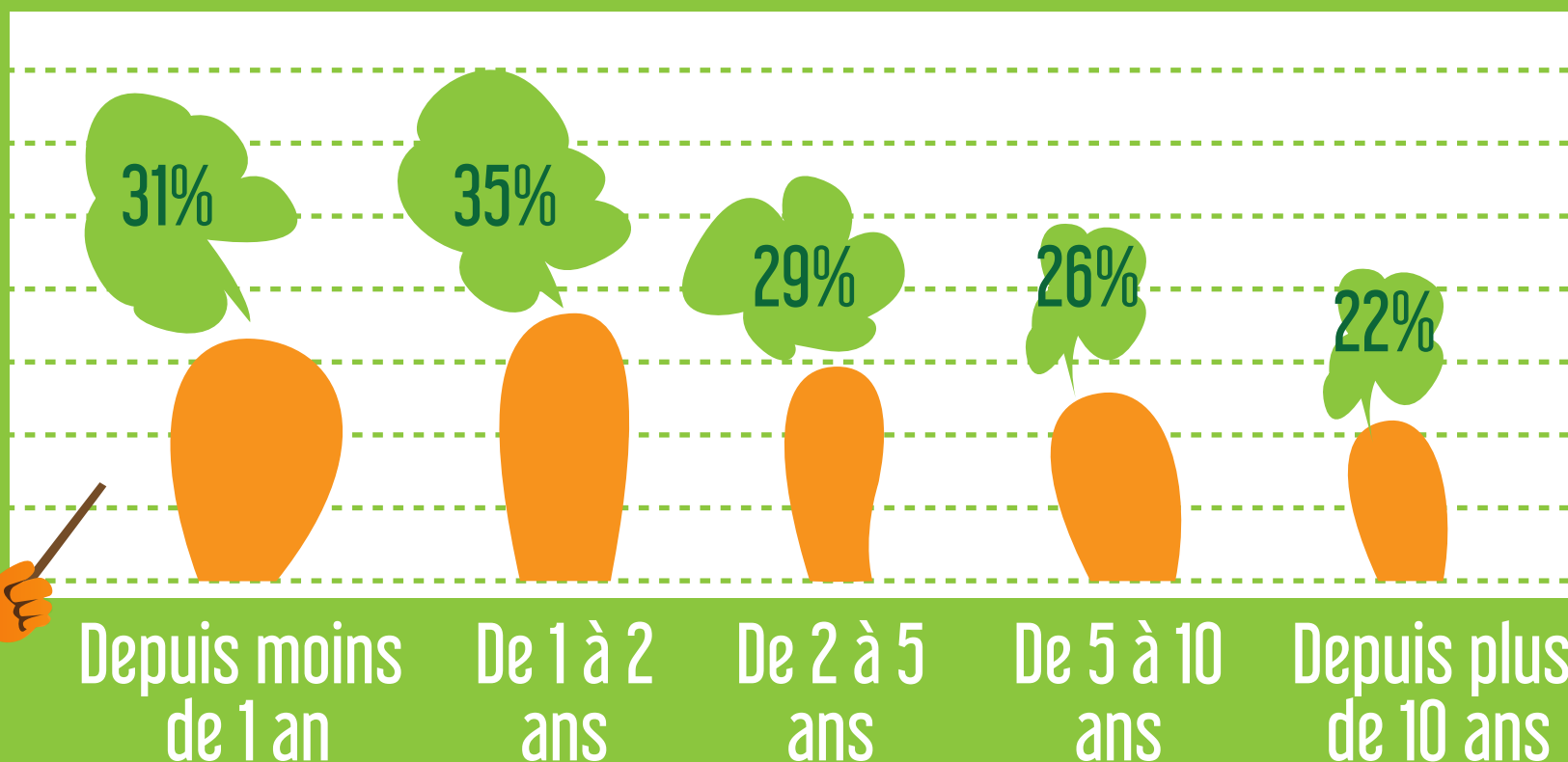
## Achat par internet en fonction de la tranche d'âge



*Ceux qui pratiquent veulent maintenir (60%) ou augmenter leur utilisation du numérique (28% des acheteurs et 20% de ceux qui se renseignent). Ceux qui ne pratiquent pas ne savent pas ce qu'ils veulent faire (50%).*

## Plus d'acheteurs numériques chez les nouveaux acheteurs

### Achat par internet en fonction du nombre d'années passées à acheter des produits locaux

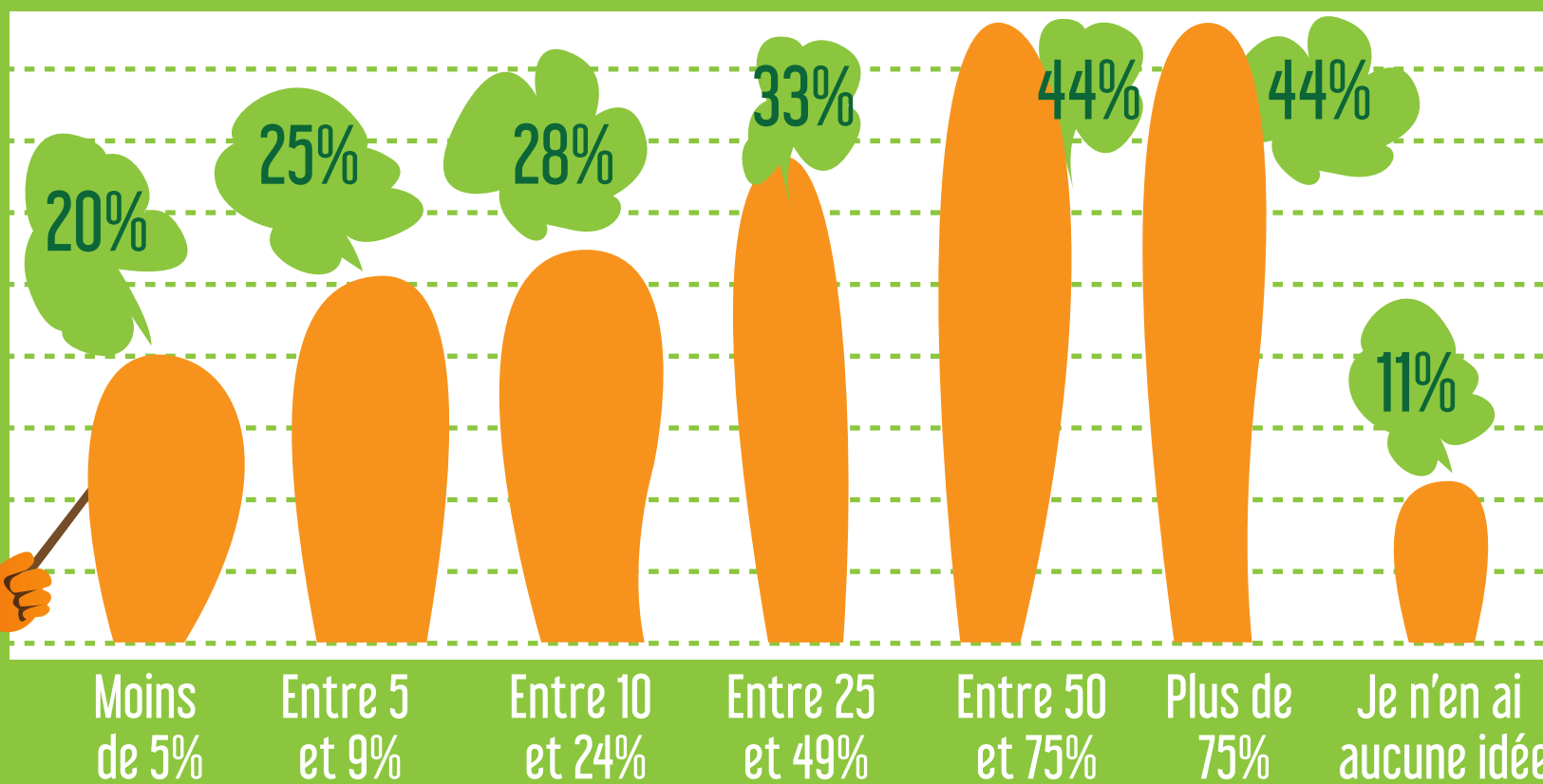


*Ceux qui pratiquent veulent maintenir (60%) ou augmenter leur utilisation du numérique (28% des acheteurs et 20% de ceux qui se renseignent). Ceux qui ne pratiquent pas ne savent pas ce qu'ils veulent faire (50%).*

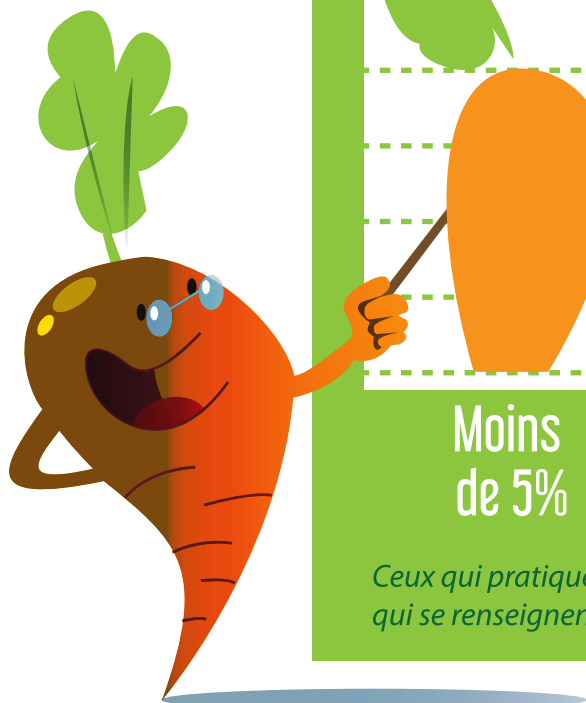


# Plus d'acheteurs numériques chez les adeptes de produits locaux

## Achat par internet en fonction de la part du budget consacrée aux produits locaux



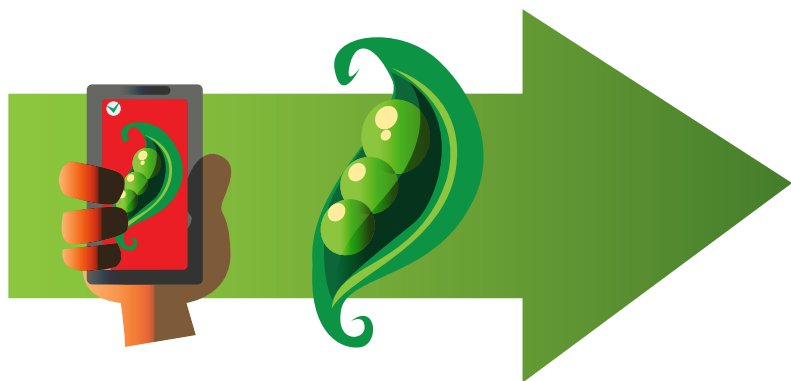
Ceux qui pratiquent veulent maintenir (60%) ou augmenter leur utilisation du numérique (28% des acheteurs et 20% de ceux qui se renseignent). Ceux qui ne pratiquent pas ne savent pas ce qu'ils veulent faire (50%).



## Le numérique favorise la transparence



26% des acheteurs de produits locaux ont utilisé les outils numériques pour en savoir plus sur un producteur



19% des acheteurs de produits locaux ont utilisé les outils numériques pour s'informer sur les caractéristiques d'un produit

## Mais le numérique n'a pas convaincu tout le monde

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

