

LES CONSOMMATEURS INTERMITTENTS D'ALIMENTS BIOLOGIQUES

Camille Massey
Étudiante graduée
Université Laval

5 décembre 2014

Atelier RICAPP, Toronto

1

Plan de la présentation

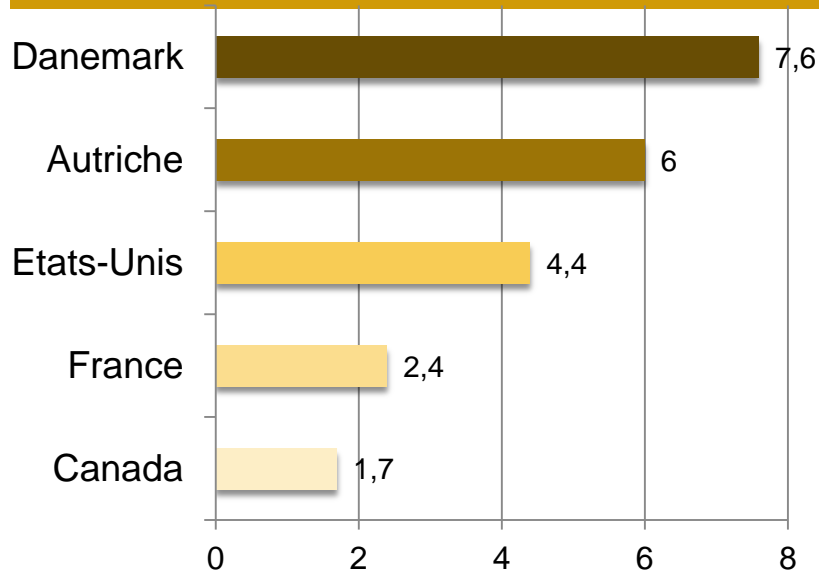
1. Aperçu du marché des aliments biologiques
2. Aperçu de la consommation des aliments biologiques
3. La figure du consommateur intermittent
4. Questions de recherche et pertinence pour le consommateur

Un marché en pleine croissance

- Dans le monde :
 - X 4 entre 1999 et 2011
 - 65,4 milliards US\$
- Au Canada :
 - x 3 entre 2006 et 2012
 - 3 milliards \$CAN

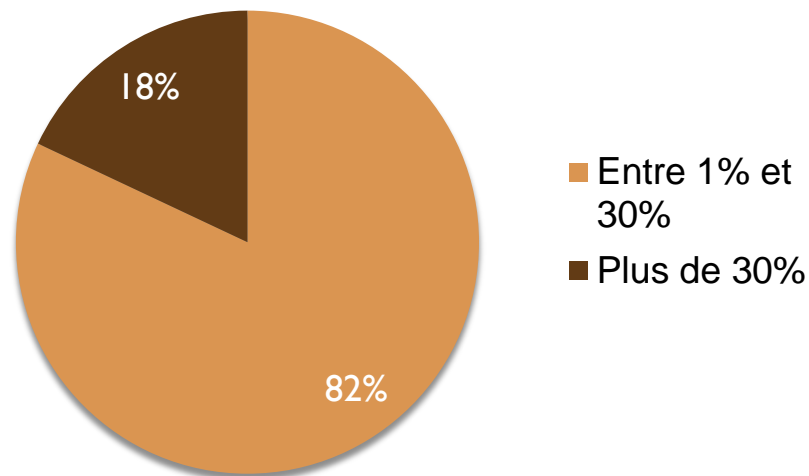
Une consommation parcellaire

Part du biologique dans les achats alimentaires (en %)



Sources : Agence Bio (2013), OTA (2013), MarketLine (2012)

Part du biologique dans l'alimentation des consommateurs québécois



Source : Filière Biologique du Québec (2013)

Caractéristiques de la consommation intermittente

- Une consommation **éclatée**
- Une consommation **irrégulière**
- Des habitudes **réversibles**
- Une consommation **éclectique**

Les choix du consommateur intermittent

- Sur-valorisation de certains produits
- Des différences dans le consentement à payer (Millock et al., 2002)
- Des motifs d'achat invoqués différents (Padel & Foster, 2005)
- Des barrières à l'achat différentes (Buder et al., 2014)

Questions de recherche

- 1. Pourquoi les consommateurs intermittents d'aliments biologiques se tournent-ils vers l'option biologique pour certains produits et la délaissent-ils pour d'autres?**
- 2. Sur la base de quels critères prennent-ils cette décision ?**

Intérêts de la recherche

- Comprendre ce que recherchent les consommateurs quand ils optent pour la version biologique d'un aliment
- Adapter l'offre de produits biologiques aux attentes des consommateurs
- Comprendre les arbitrages des consommateurs quand ils font face à un ensemble d'options



Merci au RICAPP pour son invitation et son soutien

Bibliographie disponible sur demande