

Focus groups de consommateurs en Poitou-Charentes

Le projet **CASDAR-CODIA (Circuits courts en Europe : opportunités commerciales et dialogue avec la société)** est un projet national de recherche-action financé par le fonds CASDAR (Compte d'Affectation Spécifique pour le Développement Agricole et Rural) du Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt, piloté par le GRET et rassemblant :

- des **organismes de recherche** : l'ESA (Ecole Supérieure d'Agriculture) d'Angers, l'INC (Institut National de la Consommation), l'INRA, Montpellier Supagro
- des **acteurs professionnels** : la Bergerie Nationale, la fédération des CIVAM de Bretagne, le CIVAM de l'Hurepoix, le CIVAM du Maine-et-Loire, l'AFIP Poitou-Charentes, la chambre d'agriculture de la région Rhône-Alpes

Il s'agit de réaliser une étude **sur les pratiques d'achat, les attentes et les perceptions des consommateurs** pour mieux identifier les freins et les leviers au développement des circuits courts.

La première partie du programme est une **étude quantitative sur la consommation en circuits courts au niveau national**, disponible sur le site du GRET et sur celui du programme CODIA.

La deuxième partie est constituée d'études **qualitatives au niveau de 6 territoires-tests** sur lesquels sont implantés les partenaires professionnels du programme. **Deux groupes de discussion réunissant des consommateurs** (focus group) ont été mis en place sur chaque territoire afin d'approfondir les attentes, les pratiques et les perceptions des consommateurs dans leur diversité. Certains groupes rassemblent des consommateurs sensibilisés aux circuits courts et consommant régulièrement dans ces circuits, d'autres des consommateurs occasionnels, mais également des non-consommateurs. A la suite de ces groupes, sont organisés des **groupes de discussion multi-acteurs** impliquant des agriculteurs, des consommateurs, mais aussi des élus, des restaurateurs, des associations environnementalistes, des fédérations de parents d'élèves etc.

Après un diagnostic de l'offre en circuits courts sur chaque territoire, des **expériences innovantes de commercialisation en circuits courts ou de communication sur les circuits courts** sont mises en place, en tenant compte des pratiques, des attentes et des contraintes des consommateurs et des citoyens telles qu'elles se seront exprimées lors des groupes de discussion.

Enfin, le projet a pour objectif d'inscrire cette réflexion sur les circuits courts et les consommateurs dans une **perspective européenne**, en rassemblant un réseau de chercheurs et d'organismes de développement, et en organisant des journées d'échange sur cette thématique.

Nous présentons ici les **résultats des deux focus groups de consommateurs de la région Poitou-Charentes**, puis une comparaison entre les deux.

Nous étudions les **thèmes** suivants : la **qualité de l'alimentation**, l'**ancrage territorial**, les **informations** sur les produits et sur les circuits, les **critères de choix de son alimentation**, la **représentation des circuits courts**, et parfois de quelques autres circuits.

L'**AFIPAR** (Association de formation et d'information des paysans et ruraux en Poitou-Charentes) a réuni deux focus groups de consommateurs en juin 2013, à Saint-Maixent. Le premier se compose de consommateurs en circuits courts occasionnels, et le second de consommateurs réguliers.

I. Les consommateurs occasionnels en circuits courts

Focus group 1 Poitou-Charentes, juin 2013, Saint-Maixent

Critère de recrutement : consommateurs ne fréquentant qu'occasionnellement (moins d'une fois par mois ou à peine une fois par mois) les CC

7 participants

1. Une alimentation de qualité ?

Selon les consommateurs, la **qualité** est liée à la **fraîcheur** et au **goût**, que certains évoquent avec **nostalgie**.

« Pour moi la qualité c'est la fraîcheur. »

« La qualité c'est la qualité dans la bouche, gustative. »

« On a perdu le goût depuis 20 ou 30 ans. »

Si le **bio** semble apporter des **garanties** à certains (« J'essaye d'acheter bio, c'est la qualité. », « Bio c'est la sécurité »), il est souvent l'objet d'une certaine **méfiance** : « le bio je ne pense pas que ce soit meilleur qu'autre chose », « on peut appeler bio si on a une traçabilité du bout en bout de la chaîne, je n'y crois pas trop ».

Le bio n'est donc pas un signe de qualité incontesté, les consommateurs se demandent d'une part si les produits bio sont réellement bio, d'autre part ils évoquent un **effet de mode** (« L'environnement c'est une mode ») et pointent des contradictions :

- **bio et provenance** : « Le bio ça vient de l'étranger sauf les fruits et légumes. »

- **bio et plats préparés** : « c'est l'air du temps, je travaille dans un milieu où il y a que des ingénieurs etc, c'est des gens qui achètent que bio, donc ça coûte dix fois plus cher, « je prends que du bio », mais à côté, c'est des gens et ça ça m'amuse tout le temps, c'est des gens qui prennent que des plats congelés, cuisinés, qui ne cuisinent pas du tout, mais on prend du bio, alors je sais pas si c'est pour se donner une conscience ou ... j'en sais rien du tout mais c'est des produits bios, mais ils ne cuisinent pas, et je trouve ça assez bizarre »

L'usage des **pesticides** effraie la plupart des consommateurs :

« Les produits chimiques ça fait peur. »

« Ça développe les allergies des enfants, on n'a pas les moyens de contrôler. »

« quand j'étais gamine et que j'ai travaillé aux pommes, c'était le seul boulot que j'ai pas pu assumer plus de deux jours tellement les traitements étaient forts »

L'un des consommateurs souligne néanmoins la mise en place de **normes limitant ces traitements** : « mais maintenant, y a quand même des normes qui sont beaucoup plus drastiques sur les traitements. En revanche, y a eu tellement de stocks d'anciens produits chez les agriculteurs encore maintenant (...) donc ça continue »

Si la **traçabilité** semble **difficile** à avoir **sur les fruits et légumes** : « à partir du moment où on n'a pas de moyen vraiment de contrôle nous en tant que consommateurs, comment on peut se dire que ces légumes ont pas eu un traitement (...) y a pas de traçabilité sur les fruits et légumes par exemple, en revanche y a plus de traçabilité sur la viande, c'est des produits qui vont se conserver dans un temps limité, où y a besoin d'un frigo (...), sur les fruits et légumes, vous avez que le nom de l'origine », elle peut **plus facilement être trouvée en milieu rural qu'en ville** : « J'ai plus confiance dans la traçabilité ici que dans les grandes villes. »

La méfiance porte également sur la **composition des produits finis** : « Leclerc, les produits Eco Plus, je sais qu'il faut faire attention, par exemple, ils ont tendance à être gras (...) les gens qui ont du cholestérol il faut pas qu'ils achètent des produits Eco Plus »

2. L'ancrage territorial

Les consommateurs connaissent les producteurs de leur territoire :

« J'habite près d'un producteur de poules. J'ai juste à traverser les jardins et je peux acheter facilement des œufs. »

« Il faut profiter de la région, on est près des champs, si j'habitais à Paris, j'achèterais au supermarché. »

« sur les petits marchés, on sait que c'est cultivé juste à côté »

Sur les pommes: « on a la région qui s'y prête. J'habiterais en région parisienne, je les achèterais en supermarché. »

Ils s'approvisionnent en **circuit court particulièrement pour la viande** pour des raisons de qualité, de traçabilité, mais aussi de solidarité. Cela est aussi lié à une spécificité du territoire, qui regroupe de nombreux producteurs, dont on peut retrouver les produits même au supermarché.

« En viande et en charcuterie, on a des bons producteurs dans le coin, qui vendent au supermarché. »

« En bœuf je préfère la race locale, la parthenaise ,elle est très très bonne. »

« Je me fournis en bœuf chez un agriculteur près de chez moi, qui fait des caissettes deux fois par an, des caisses de dix kilos (...) quelqu'un de ma famille se fournissait là-bas et puis du coup. »

« J'achète la race locale pour faire vivre nos agriculteurs et producteurs. »

« J'ai quelqu'un qui vend de l'agneau en bas de chez moi. Il y a la traçabilité, et je connais la personne. C'est un animal qui n'a pas trop subi. »

« en principe, je me renseigne sur le producteur en viande ou en charcuterie, il y a des très bons producteurs sur le coin » (cite des noms)

« on a la chance de vivre dans une petite ville, donc on est quand même bien servi , au niveau viande, que ce soit même à Leclerc »

Mais plusieurs font le constat amer d'**un tissu rural en transformation**, sans accuser les agriculteurs mais davantage le système agricole en général :

« Je vois de plus en plus des céréales / c'est normal ils font ce qui rapporte le plus, le plus rentable. »

« Les producteurs disparaissent un peu partout ... malheureusement. »

« Les agriculteurs ne choisissent pas le traitement, c'est le système qui le leur impose. »

3. Les critères de choix de son alimentation

Le **budget** est un critère essentiel.

Les consommateurs **comparent les prix** au sein même d'un magasin et entre les magasins.

« je vais pas regarder le prix avant la qualité mais presque parce que faut qu'on mange , on est cinq à table »

« J'ai une grande famille et un petit budget alors je recherche le moins cher. »

« Je recherche moins cher et je compare les prix. »

« Le prix détermine mon alimentation. »

« C'est une question de prix. Je ne vais pas que au prix mais presque. »

« je compare les prix par rapport à certains magasins »

« moi j'ai été élevé dans le commerce alors je suis habitué à regarder le prix du kilo, le prix du litre (...), je n'irai pas acheter des produits au dessus de 3 euros le kilo, je regarde toujours quand même le rapport qualité-prix »

Ils font également attention aux **promotions** et se servent des **bons de réduction**.

« J'essaie de varier entre les supermarchés, je fais les têtes de gondole, les soldes. »

« je suis assez avisée, l'alimentaire par exemple, je décline les pubs qu'on reçoit à la maison, et je suis la reine des bons de réduction et je fais très attention »

Certains circuits sont peu ou pas fréquentés en raison des prix pratiqués:

« Au marché ils exagèrent au niveau des prix. »

« Je vais à plaisir fermier chez un magasin de producteurs qui a des produits laitiers, de la viande, des fruits et légumes. C'est un peu cher, j'y vais pas tout le temps... »

Viennent ensuite **des critères de qualité**.

-la **fraîcheur** : « Je prends des produits frais mais pas bio. On a une chaîne de magasins de primeurs avec des produits meilleurs, plus frais. Pour les produits de base je ne prends pas Eco+ je m'arrête à la marque repères chez Leclerc. »

-le **goût** : « Pour un bon rôti je vais chez le producteur. »

-la **provenance**

-l'**artisanal** : « Je cherche un produit artisanal. »

Les consommateurs décident parfois de **privilégier la qualité à la quantité**.

Ex bœuf « Je préfère en préparer moins souvent au bénéfice d'autres choses moins chères. »

« le bœuf c'est quand même de la viande dure à manger si elle est pas de qualité, donc on préfère en manger moins souvent »

Certaines **indications** permettent au consommateur d'identifier cette qualité ou au contraire des produits bas-de-gamme :

-**les étiquettes et les labels** :

« En circuit long, les Chartes qualité existent. »

« On regarde les dates, on fait confiance aux contrôles sinon on ne mange plus. »

« les bases, la farine, et tout ça, j'prends jamais de l'Eco +, peut-être à tort ou à raison, je me méfie, j'm'arrête beaucoup à la marque repère, et après c'est vrai qu'avec le système de réduction, je peux prendre des marques qui me reviennent moins cher que la marque repère »

-**celles délivrées par les professionnels** :

« je me réfère à mon boucher, même à Leclerc, qui lui va quand même me conseiller, ou mon poissonnier à Leclerc, qui va quand même me conseiller (...) au lieu d'acheter dans un rayon où là on n'est pas sûr, bien sûr il y a des produits courants, on prend la même chose mais

après on essaie de varier, d'aller chercher un peu plus de qualité, par le conseil du boucher ou du poissonnier »

Le choix de **cuisiner** revient souvent, pour des raisons économiques ou pour la qualité de l'alimentation.

« Je cuisine beaucoup à cause des enfants. »

« je fais beaucoup attention à l'origine des aliments, spécialement pour la viande, et j'essaye de faire le plus de choses moi-même, j'achète en général des produits bio »

« moi je prends beaucoup d'aliments de base, je cuisine beaucoup »

« C'est important la qualité. Moi je fais maison à partir de produits bio (produits laitiers, fruits et légumes). »

La **praticité** oriente les choix de circuits : « Pour aller au supermarché on prend la voiture mais il y a tout. »

Elle est en partie conditionnée par le **temps**, qui est une contrainte importante :

Sur le marché: «non, par manque de temps. Etant donné que je travaille sur Niort, je fais tout sur Niort et je fais tout entre midi et deux, sinon j'ai pas le temps. »

Acheter toujours les mêmes produits facilite les courses :

« moi je fais attention aussi, mais je ne suis pas du tout bons de réduction, et je ne compare pas entre les magasins, je vais toujours dans le même magasin en général (...) j'achète souvent les mêmes produits »

« je ne fais pas très attention, j'achète souvent les mêmes choses »

Certains consommateurs s'approvisionnent par des **réseaux** :

« moi j'habite vraiment dans un petit hameau et du coup, je sais pas ce qu'ils ont là-bas, mais ils ont tous des poules, ils ont tous leur potager, on est même plus dans le truc où on paie, on se dépanne. A côté de ... aussi il y a une petite usine d'œufs, on peut prendre nos œufs là-bas, (...) c'est vraiment l'avantage de la campagne, tout le monde a ses bons petits plans qu'il faut partager, les agriculteurs se font connaître comme ça, c'est du bouche à oreille, des gens qui travaillent à l'usine soliba, même si la viande Soliba, c'est vendu à Leclerc, on l'a direct sortie de l'usine, et on sait que c'est frais parce que ça sort du jour »

4. Les informations

Les consommateurs sont **demandeurs de conseils**, sur le **produit** en lui-même, pour se rassurer, ou sur sa **préparation**.

« Le conseil : ça nous intéresse, et cela nous donne confiance. »

« Les conseils de cuisson c'est important et au marché il y a du conseil. »

L'information peut être négative :

« Eco + j'en prends pas. »

Elle peut aussi être **rejetée**:

« des fois, on veut pas savoir non plus, quand on voit des émissions comment sont fait les saucisses knacki, moi je regarde pas cette émission parce que j'en mangerais plus »

« les usines Marie mon frère y a travaillé et effectivement vaut mieux pas savoir »

5. La représentation des circuits courts

Avant définition du Ministère, le terme de « circuits courts » évoque le **peu d'intermédiaires**, la **cueillette à la ferme**, la **vente directe**, et les **paniers** :

« Vous voulez dire par là moins d'intermédiaires. »

« Il y a moins d'intermédiaires, ou pas du tout. »

« Ça me fait penser aux producteurs se dirigeant vers un particulier. »

« C'est aller cueillir ses légumes directement chez l'agriculteur ? »

« Des collègues à Paris se font livrer des paniers préparés chez l'agriculteur. »

La définition du Ministère paraît à certains **incomplète**, la définition par le nombre d'intermédiaires n'impliquant pas un produit local :

« Rungis ça peut être du circuit court »

« un intermédiaire, ça peut très bien venir du Maroc »

Les avantages des circuits courts sont selon les consommateurs :

-la qualité, la fraîcheur, la maturité, un usage raisonné des traitements, un meilleur rapport qualité-prix, la traçabilité

« Plus frais »

« On a la qualité et la fraîcheur. »

« Meilleur rapport qualité-prix »

« maturité, parce que le producteur lui il va cueillir quelque chose de mature, et ça c'est important. Parce qu'un légume, s'il n'arrive pas à maturité, c'est pas bon. »

« plus le circuit est court, moins le produit doit s'abîmer »

« pour un circuit long, il y aura plus de conservation. Un circuit court, moins de traitement »

« Moins cher , on a des infos sur la traçabilité, c'est favorable à l'environnement car il y a moins de transports utilisés, le produit est moins abîmé.

-la mise en place d'**une relation de confiance**

« Ya qu'un mot qu'on n'a pas utilisé, c'est « confiance ». On a confiance dans les producteurs locaux. Je paye plus cher mais il faut un retour. »

Mais **le prix, le temps de conservation et le manque de diversité** constituent des **freins** à la consommation en circuit court.

De plus, le circuit court n'implique pas nécessairement de **garanties sur les modes de production** : « On n'est pas dupes. On sait qu'il y a des produits chimiques. Peut être moins s'ils sont petits ... »

Et il pourrait même se caractériser par le **manque de contrôles** « Niveau produits, on ne sait pas ce que le producteur a mis dessus, c'est compliqué ça aussi, y a peut-être moins de contrôles sanitaires. Je sais pas, c'est une éventualité. »

Le **local** est considéré par certains comme important : « C'est important le produit local. Je prends du beurre de Surgères. ». Se fournir en production locale permet d'avoir des produits à **maturité** : « vous mangez des oranges au Maroc, elles sont à maturité, vous

mangez des oranges ici, faut trier ». Mais pour certains, **la provenance ne change rien** : « Je ne trouve pas de logique pour acheter des tomates françaises au marché plus chères, alors que les espagnoles c'est la même chose et c'est moins cher. »

La représentation du prix en circuit court

Certains affirment que s'approvisionner chez les producteurs revient à **moins cher** qu'au supermarché: « Quand j'étais petite c'était qu'au supermarché, et aujourd'hui de plus en plus je vais voir au producteur du coin, c'est de la bonne qualité et moins cher. ». Certains pensent **le contraire** : «mais en supermarché, ils achètent en groupe, c'est moins cher ».

D'autres sont moins catégoriques et estiment que les prix **varient selon les producteurs ou encore selon les circuits.**

« c'est mélangé. Moi je pense qu'il y a vraiment de tout, je vois il y a un petit fromager de l'autre côté en Gâtine, il vend aussi en supermarché, on va directement chez lui, on paye moins cher. (...) Y a de tout, y en a qui pensent voilà tirer vers le haut qui se disent « si je vends un peu plus cher, ça marchera », et sachant qu'en plus y a cette mode du bio en ce moment »

« Là où ils vendent plus cher, c'est sur le marché. Quand on va directement chez le producteur, c'est moins cher effectivement. »

« Les produits bio des producteurs sont chers, et les paniers sont petits. »

Ils sont plusieurs à **désirer un effort sur les prix de la part du producteur** :

« Il devrait y avoir un meilleur rapport qualité prix. »

« ce que je trouve incohérent, c'est que ça va pas très bien dans l'agriculture, dans le côté maraîcher, et puis en fait on s'aperçoit quand on va sur le marché que les produits qui sont vendus en direct sont plus chers que ceux qui sont vendus en supermarché. Le supermarché se fait une marge. Donc là je pense qu'il y a un effort des deux côtés à faire, aussi bien du consommateur vers le producteur, mais aussi le producteur pas vendre ses produits plus cher que le supermarché. »

6. Représentation de quelques autres circuits

GMS

Plusieurs consommateurs mentionnent la **qualité médiocre** des produits de supermarché :

« les légumes c'est compliqué pour avoir de la qualité dans les supermarchés (...) parce qu'on a des fruits qui sont pas mûrs, qui n'arrivent pas à maturité, on sent qu'il y a du transport, ils sont cueillis avant même la maturité. Au marché, éventuellement, on peut avoir des fruits de qualité, et encore sous réserve. »

« effectivement, quand je prends des trucs à Leclerc, et qu'au bout de deux jours, je peux les jeter, c'est un petit peu embêtant »

Les critiques portent aussi sur la **difficulté d'avoir une traçabilité** :

Viande : « celles qui sont sous cellophane ici, on sait pas ce qu'il y a dessus »

Mais il est souligné qu'on y trouve des **signes de qualité** :

« dans les grosses structures, ils se mettent en place des chartes de qualité, pour le bien-être des animaux, pour l'environnement. En revanche, pour les producteurs, elle n'existe pas, donc on peut se poser des questions. »

Ainsi que du **conseil** :

« Je trouve aussi du conseil chez Leclerc, il y a un boucher qui me conseille au lieu d'acheter au rayon. Même chez Leclerc un boucher c'est un boucher, il conseille. »

« dans les grandes surfaces, il y a de très bons professionnels boucherie-charcuterie, ils essayent de se servir en local, si vous avez un problème vous pouvez rouspéter »

Et de la **diversité** :

« supermarché, il y a la diversité des produits »

MARCHE

Si le **supermarché** est un circuit privilégié pour sa **praticité**, le **marché** est plus associé au **plaisir** :

« le marché y a une ambiance on y va c'est pour se détendre. Supermarché, c'est je fonce, je prends tout ce qu'il y a à prendre. Le marché c'est détente. »

II. Les consommateurs réguliers en circuits courts

Focus group 2 Poitou-Charentes, juin 2013, Saint-Maixent

Critère de recrutement : consommateurs fréquentant régulièrement des circuits courts pour leurs achats alimentaires
(une fois toutes les deux semaines étant la fréquence la moins importante du groupe)

6 participants

1. Une alimentation de qualité ?

Globalement, les consommateurs se montrent très **méfiant**s face à l'alimentation qui leur est proposée.

Ils se méfient

- **Du « chimique »**

« j'ai pas du tout confiance au chimique, et en général quand on voit la bouffe qu'il y a en grande surface, les ¾ c'est du chimique »

- **De la provenance**

« Ils annoncent des melons charentais, pourtant ils viennent d'Espagne ou du Maroc, ils ne sont pas bons. »

- **Du supermarché**

« Tout ce qu'on achète au supermarché, on sait pas ce qu'on mange, moins on achète chez eux plus on est sûr qu'on mange sainement. »

- **Du bio**

« C'est une tromperie. »

Pour différentes raisons :

Le cahier des charges n'est pas assez strict, le bio n'est pas toujours « vraiment bio » :

« Le vrai bio c'est très difficile. Un vrai producteur bio il fait tout lui-même. »

« Quand c'est bio, je ne pense pas qu'ils maîtrisent toute l'alimentation animale. »

Les productions conventionnelles qui côtoient les productions bio contaminent ces dernières :

« J'y crois de moins en moins, si tu as un champ bio d'un côté et un champ avec des pesticides à côté ... »

« Quand vous êtes en campagne, vous voyez les tracteurs qui balancent tout, il n'y a plus de bio. Je crois de moins en moins. »

Plus que la mention bio, le local rassure. Des consommateurs différencient le bio du producteur du bio du supermarché qui, bien qu'il soit bio, s'intègre dans une agriculture productiviste

« Je pense qu'il y a le bio du producteur auquel on peut faire confiance, après celui du supermarché à grande échelle on va dire on ne peut pas. »

« par exemple, pour des oeufs, une poule qui va être en cage et qui va manger des céréales bio et qui fera des oeufs bio, ça m'intéresse pas plus qu'une poule qui gambade dans une herbe peut-être un peu polluée dans mon jardin, ou je sais pas qui va manger un peu de tout et n'importe quoi mais qui voilà ... »

Bio et local devraient même aller de pair. Or, c'est souvent le contraire que trouvent les consommateurs :

« je vais pas acheter du bio qui viendra de l'autre côté de la planète, je trouve pas ça raccord »

Pour plusieurs consommateurs, l'**autoconsommation** permet d'assurer la qualité de l'alimentation puisqu'elle permet réellement de savoir ce qu'on mange.

« Je dirais de savoir ce qu'on mange réellement, d'où ça vient. (...) je sais comment elle a vécu ma poule avant de faire son oeuf »

« D'avoir une certaine autonomie pour avoir une alimentation saine. »

Pour certains, l'alimentation de qualité est simplement une **alimentation équilibrée** :

« manger un peu de tout ».

Elle renvoie pour d'autres au **goût**, difficile à trouver: « On en a marre de manger des choses sans goût. », et à des **produits de saison**.

2. L'ancrage territorial

Les consommateurs **connaissent des producteurs** sur leur territoire :

« ça fait très longtemps que je suis là, le samedi le marché j y vais, après il y a la serre de la guittiere qui vend ses légumes sur place. »

« Parce que je fais le marché le samedi matin, on est habitué à voir les mêmes têtes, le contact c'est super important. »

« Sur la gatine il y a des producteurs des pommes qui ouvrent leurs fermes aux publics. »

Et **apprécient le contact** avec les producteurs :

« C'est un plaisir de demander au producteur, il faut prendre le temps. »

Ce contact peut même être désiré, notamment par des nouveaux arrivants :

« ça ne fait pas longtemps que je suis dans la région, mais j aimerais bien les connaître. »

Ils expriment une certaine **solidarité envers les producteurs de la région**, du moins une volonté de les soutenir :

« Faire vivre les gens qui sont autour de chez nous plutôt qu'aller chercher les mêmes produits à je ne sais pas combien de kms»

« Il faut être solidaire. »

Ce soutien peut revêtir un **aspect identitaire** :

« Faire vivre sa région en premier, et pas envoyer de l'argent en Australie. »

Mais, tous les producteurs ne sont pas concernés, le **local n'impliquant pas nécessairement la qualité** :

« J'en connais quelques uns, mais je n'y vais pas forcément, car les producteurs jettent aussi des produits chimiques. »

La solidarité envers les producteurs peut être une réponse face à l'**injustice** perçue entre une **agriculture de qualité** qui a du mal à percer et une **agriculture conventionnelle subventionnée** :

« Celui qui veut produire en bio a des charges à payer à l'Etat et celui qui jette des engrais chimiques, a des subventions. »

3. Les critères de choix de son alimentation

Le **budget** est une contrainte mais il a peu été évoqué dans ce focus group :

« Ce qui me coince c'est le budget, j'ai ma liste prête, et je ne déborde pas, mais j'aimerais bien pouvoir un petit peu déborder. »

L'arrivée d'**enfants** peut amener à **repenser son alimentation** :

« une tendance à moins consommer, à plus réfléchir qu'il y a quelque temps, liée notamment au fait d'avoir des enfants »

Les consommateurs ne se sont pas étendus sur les critères de qualité, comme **l'origine**, peut-être parce que ces critères étaient partagés, mais ils ont davantage évoqué les **contraintes** d'un approvisionnement en circuits courts et **l'organisation** qui leur permettait de faire face à ces contraintes.

Les différentes contraintes amènent à privilégier tel ou tel circuit, parmi les circuits courts, pour ce public déjà touché par les enjeux de la consommation en circuits courts.

La **contrainte du temps** a été évoquée, amenant à privilégier un circuit court plutôt qu'un autre :

« j'ai pas le temps d'aller au marché le samedi matin malheureusement, je vais chez les producteurs le soir après le travail »

La **praticité** est également un élément important, elle regroupe **proximité et diversité** :

« Leclerc Niort, soit au magasin, soit au drive en fonction de ce que j'ai besoin. Tout ce qui est viande, je vais à un magasin de producteurs, plaisirs fermiers. On fait nos courses là, au niveau de la qualité c'est très bien, et on paye à la fin. C'est plein de stands et on paye à la fin »

« un magasin de producteurs pas très loin de mon travail, et ils acceptent les tickets restaurant »

« tout est sur mon trajet »

Les consommateurs **s'organisent**

- **en combinant les circuits** :

« Moi c'est assez varié, supermarché, et viande au marché. Les légumes avec mon voisin qui a son potager et il me fait profiter. Après je fais beaucoup maison, moins quand j'ai moins le temps. Je fais mes yaourts, et après des choses ponctuelles, comme le savon viennent d'une savonnerie. L'huile d'olive vient du moulin de chez mes parents. C'est très varié. Il m'arrive aussi de passer à Lidl en face de chez moi. La première fois j'ai pris le temps de regarder les origines des produits. »

« J'essaye d'organiser mes déplacements pour que ça soit rentable. »

- **en partageant** :

« avec tous mes voisins on se partage l'alimentaire. Grande surface pour l'hygiène et les croquettes pour chien. »

- en privilégiant la **qualité** plutôt que la **quantité** :

« On a tendance à manger un peu trop, mais on doit manger moins et manger bien. »

- en achetant des **produits bruts** et en **cuisinant** :

« Moi j'achète très peu de produits transformés. Il y a des choses pour lesquelles on n'a pas le choix. »

4. Les informations

La multiplication des labels et des marques empêche une bonne compréhension de l'information :

« Pas trop d'infos car ça tue l'info. »

Le **contact** est un moyen de s'informer, **l'étiquette à défaut** :

« Samedi j'ai acheté la viande au marché, je ne demande pas plus car il y a l'humain, je lui fais confiance. Par contre au supermarché je lui fais pas confiance, je regarde l'étiquette. »

5. La représentation des circuits courts

Avant définition du Ministère, sont évoqués le **nombre d'intermédiaires** ainsi que la **proximité** :

« Acheter au producteur, éviter les intermédiaires. »

« Acheter au plus proche. »

La **définition du Ministère** ne paraît **pas appropriée**, car elle n'implique pas un circuit de proximité, ni une marge raisonnable de la part de l'intermédiaire, unique soit-il.

« C'est assez limite car si vous dites que c'est pas forcément local. »

« si l'intermédiaire se sert gracieusement, c'est pas pour autant que le producteur y trouve son compte »

Les avantages des circuits courts identifiés par ce groupe sont

- **la qualité, le goût**
- **le renforcement de l'économie locale** et une **agriculture plus raisonnée**

« Un réel bénéfice pour l'économie locale. Moins d'additifs. »

- **le contact humain** et le **plaisir** qui en résulte, contrairement à l'anonymat du supermarché

« En grande surface, on ne va pas s'arrêter et parler avec tous les gens du rayon, en circuit court il y a plus un engagement humain. »

« Sous les halles ils reconnaissent, la fidélité elle est là, pas sur une carte avec des petits points. »

« Moi ça me barbe d'aller au supermarché, quand j'y vais j'essaye de le faire le plus vite possible. »

« Chez les producteurs c'est un plaisir, c'est tranquille ; chez leclerc j'attends pas qu'ils me disent bonjour. »

Mais il est important pour le consommateur que le circuit court apporte une **garantie sur le mode de production** :

Sur le magasin de producteurs : « Il serait appréciable de savoir si ça a été traité ou pas. »

Les **inconvenients** sont ceux de la **praticité** mais il est souligné qu'ils **dépendent des circuits** :

« Ne pas tout trouver a un seul endroit, mais ça dépend aussi du circuit court. »

« Aller voir un producteur ici, un autre là-bas. »

La représentation du prix :

Les produits vendus en circuits courts sont **parfois moins cher qu'en supermarché**:

« Il y a ce qu'on veut nous faire croire que de toute façon, c'est moins cher au supermarché, mais ce n'est pas forcément le cas. »

« par exemple sur le marché de St-Maixent le samedi, il y a un fromager qui vend ses chèvres qu'on retrouve je crois à Intermarché , mais qui du coup sont dans un emballage en plastique et sont plus chers »

Le consommateur souhaite des prix abordables :

« Il faut que ça soit économiquement raisonnable. »

« si les prix sont complètement ahurissants, forcément on n'ira pas »

I. Comparaison des deux focus groups

FG 1 : consommateurs ne fréquentant qu'occasionnellement (moins d'une fois par mois ou à peine une fois par mois) les CC

FG 2 : consommateurs fréquentant régulièrement des circuits courts (une fois toutes les deux semaines étant la fréquence la moins importante du groupe)

1. Une alimentation de qualité ?

Dans le groupe des consommateurs ne fréquentant qu'occasionnellement les circuits courts comme dans celui des consommateurs les fréquentant régulièrement, on perçoit une certaine **méfiance par rapport à l'alimentation**.

- Notamment par rapport au **label bio** :

Si le bio apporte des garanties pour certains des **consommateurs occasionnels (FG 1)**, d'autres parmi eux se demandent si on peut se fier au label, évoquent un effet de mode et pointent des contradictions : bio lointain, bio préparé.

« on peut appeler bio si on a une traçabilité du bout en bout de la chaîne, je n'y crois pas trop ». (FG 1)

« L'environnement c'est une mode » (FG 1)

Le bio lointain paraît également paradoxal aux **consommateurs réguliers (FG 2)** pour qui la dimension locale est très importante et pour qui bio et local devraient aller de pair. Ils opposent le vrai bio du producteur à un bio productiviste, le cahier des charges ne paraît pas à tous assez stricte, et certains évoquent la possibilité de contaminations par les cultures conventionnelles environnantes. Le local rassure ces consommateurs plus que la mention « bio ».

« Le vrai bio c'est très difficile. Un vrai producteur bio il fait tout lui-même. » (FG 2)

« Quand vous êtes en campagne, vous voyez les tracteurs qui balancent tout, il n'y a plus de bio. Je crois de moins en moins. » (FG 2)

« Je pense qu'il y a le bio du producteur auquel on peut faire confiance, après celui du

supermarché à grande échelle on va dire on ne peut pas. » (FG 2)

- Par rapport aux **pesticides**

Ils effraient les consommateurs des deux groupes qui les estiment difficiles à éviter du fait de leur importance et du manque d'informations sur les modes de production de ce qu'ils achètent.

« Ça développe les allergies des enfants, on n'a pas les moyens de contrôler. » (FG 1)

« j'ai pas du tout confiance au chimique, et en général quand on voit la bouffe qu'il y a en grande surface, les ¾ c'est du chimique » (FG 2)

- Par rapport à la **traçabilité et à la provenance**

Pour les **consommateurs occasionnels** (FG 1), elle est difficile à avoir sur les fruits et légumes, mais en général plus facile en milieu rural, qu'en ville.

« J'ai plus confiance dans la traçabilité ici que dans les grandes villes. » (FG 1)

Pour les **consommateurs réguliers** (FG 2), le local permet justement cette traçabilité. L'autoconsommation est pour certains une façon de savoir réellement ce qu'on mange.

Si les consommateurs sont méfiants, ils sont aussi déçus par le goût des produits, évoqué avec nostalgie.

« On a perdu le goût depuis 20 ou 30 ans. » (FG 1)

« On en a marre de manger des choses sans goût. » (FG 2)

2. L'ancrage territorial

Les consommateurs connaissent bien leur territoire et ses producteurs, et expriment une certaine **solidarité** envers eux, du moins une volonté de les soutenir. Le **FG2** apprécie particulièrement le contact des producteurs. Le **FG1** s'approvisionne auprès de ces circuits courts particulièrement pour la **viande**, notamment pour la parthenaise, **race locale** de bœuf. Cet achat est lié à cette spécificité locale (race locale, milieu rural, présence de

nombreux producteurs) et se fait pour des raisons de qualité, de traçabilité mais aussi de solidarité.

« Il faut profiter de la région, on est près des champs, si j'habitais à Paris, j'achèterais au supermarché. » (FG 1)

« Faire vivre les gens qui sont autour de chez nous plutôt qu'aller chercher les mêmes produits à je ne sais pas combien de kms» (FG 2)

Dans le FG1, est dressé le constat amer d'un **tissu rural en transformation**, avec de moins en moins de producteurs, et de plus en plus de céréales. Le FG2 est moins fataliste, et évoque plutôt une **injustice entre une agriculture subventionnée et une agriculture de qualité qui a du mal à percer**.

« Je vois de plus en plus des céréales, c'est normal ils font ce qui rapporte le plus, le plus rentable. » (FG 1)

« Les producteurs disparaissent un peu partout ... malheureusement. » (FG 1)

« Celui qui veut produire en bio a des charges à payer à l'Etat et celui qui jette des engrais chimiques, a des subventions. » (FG 2)

Dans le FG2, le soutien aux productions locales est nuancé par des considérations sur les modes de production, le **local n'impliquant pas nécessairement la qualité**.

« J'en connais quelques uns, mais je n'y vais pas forcément, car les producteurs jettent aussi des produits chimiques. » (FG 2)

3. Les critères de choix de son alimentation

Dans le FG 1, le **budget** est un **critère essentiel**. Les consommateurs comparent les prix au sein d'un lieu de vente et entre les lieux de vente. Certains circuits comme le marché sont évités parce qu'ils sont trop chers. Le budget est aussi une contrainte dans le FG 2 mais il est moins évoqué.

« je vais pas regarder le prix avant la qualité mais presque parce que faut qu'on mange, on est cinq à table » (FG 1)

« Le prix détermine mon alimentation. » (FG 1)

« Ce qui me coince c'est le budget, j'ai ma liste prête, et je ne déborde pas, mais j'aimerais bien pouvoir un petit peu déborder. » (FG 2)

Pour le **FG 1**, les critères de **qualité** sont la **fraîcheur**, le **goût**, la **provenance**, l'**artisanal**. Certaines indications permettent au consommateur d'identifier cette qualité : étiquettes et labels, conseil des professionnels.

« En circuit long, les chartes qualité existent. » (FG 1)

« je me réfère à mon boucher, même à Leclerc, qui lui va quand même me conseiller, ou mon poissonnier à Leclerc, qui va quand même me conseiller (...) au lieu d'acheter dans un rayon où là on n'est pas sûr, bien sûr il y a des produits courants, on prend la même chose mais après on essaie de varier, d'aller chercher un peu plus de qualité, par le conseil du boucher ou du poissonnier » (FG 1)

Dans le **FG 2**, les consommateurs ne se sont pas étendus sur les critères de qualité, peut-être parce que ces critères étaient partagés, mais ils ont davantage évoqué les contraintes d'un approvisionnement en circuits courts et l'organisation qui leur permettait de faire face à ces contraintes.

La **contrainte du temps** et donc la **praticité** orientent le choix des circuits dans les deux FG. Les consommateurs recherchent des lieux proches, et **qui regroupent les produits**.

« Pour aller au supermarché on prend la voiture mais il y a tout. » (FG 1)

Sur le marché: «non, par manque de temps. Etant donné que je travaille sur Niort, je fais tout sur Niort et je fais tout entre midi et deux, sinon j'ai pas le temps. » (FG 1)

« j'ai pas le temps d'aller au marché le samedi matin malheureusement, je vais chez les producteurs le soir après le travail » (FG 2)

« tout est sur mon trajet » (FG 2)

Certains consommateurs du **FG 1** expliquent toujours acheter les mêmes choses pour faciliter leur courses.

Les consommateurs déjà touchés par les enjeux de la consommation en CC (FG 2) se débrouillent en combinant différents circuits, en partageant parfois avec leurs voisins, en privilégiant la qualité à la quantité, en achetant des produits bruts et en cuisinant.

Le choix de cuisiner, la qualité privilégiée à la quantité, le partage et le fonctionnement en réseaux sont des éléments qu'on retrouve aussi dans le **FG 1**.

4. Les informations

Les consommateurs du **FG 1** sont demandeurs de conseils sur le produit lui-même ou sur la façon de le préparer. Les informations négatives sur les produits, transmises par exemple par des reportages, sont souvent déroutantes.

« Le conseil : ça nous intéresse, et cela nous donne confiance. » (FG 1)

« des fois, on veut pas savoir non plus, quand on voit des émissions comment sont fait les saucisses knacki, moi je regarde pas cette émission parce que j'en mangerais plus » (FG 1)

Le **FG 2** souligne le fait que la multiplication des labels et des marques empêche une bonne compréhension de l'information. Pour s'informer, le contact est privilégié. A défaut, l'étiquette permet au consommateur de s'y retrouver.

« Samedi j'ai acheté la viande au marché, je ne demande pas plus car il y a l'humain, je lui fais confiance. Par contre au supermarché je lui fais pas confiance, je regarde l'étiquette. » (FG 2)

5. La représentation des circuits courts

Dans les deux FG, la **définition du Ministère paraît incomplète car elle n'implique pas un circuit de proximité.**

« Rungis ça peut être du circuit court » (FG 1)

« un intermédiaire, ça peut très bien venir du Maroc » (FG 1)

Dans le FG 2, il est précisé qu'elle **ne garantit pas non plus une marge raisonnable de l'intermédiaire**, aussi unique soit-il.

« si l'intermédiaire se sert gracieusement, c'est pas pour autant que le producteur y trouve son compte » (FG 2)

Avant définition, il s'agit d'une notion floue pour le FG 1, les circuits courts évoquent le peu d'intermédiaires, la cueillette à la ferme, la vente directe et les paniers. Les consommateurs de ce groupe donnent davantage des exemples de circuits courts qu'une définition. En ce qui concerne le FG 2, la définition est plus précise : un circuit local et un circuit évitant les intermédiaires.

Les **avantages** sont reconnus de la part des deux FG :

- **qualité, goût, fraîcheur**
- **modes de production raisonnés**

Le FG 1 insiste sur la **traçabilité** et la mise en place d'une relation de **confiance**, alors que le FG 2 aborde d'autres dimensions comme le **soutien de l'économie locale** ainsi que le **contact humain** et le plaisir qui en résulte.

« Ya qu'un mot qu'on n'a pas utilisé, c'est « confiance ». On a confiance dans les producteurs locaux. Je paye plus cher mais il faut un retour. » (FG 1)

« Sous les halles ils reconnaissent, la fidélité elle est là, pas sur une carte avec des petits points. » (FG 2)

Pour le FG 1, le **prix**, le **temps de conservation** et le **manque de diversité** constituent des **freins** à la consommation en circuit court. Pour le FG 2, les inconvénients sont ceux de la **praticité** mais il est souligné qu'ils dépendent des circuits.

« Ne pas tout trouver a un seul endroit, mais ça dépend aussi du circuit court. » (FG 2)

Dans les deux FG, l'accent est mis sur le fait que le circuit court n'apporte **pas nécessairement de garanties sur les modes de productions**.

« On n'est pas dupes. On sait qu'il y a des produits chimiques. Peut être moins s'ils sont petits ... » (FG 1)

« Il serait appréciable de savoir si ça a été traité ou pas. » (sur le magasin de producteurs) (FG 2)

Dans les deux FG, les consommateurs affirment que s'approvisionner chez les producteurs peut revenir à moins cher qu'au supermarché, et souhaitent un rapport qualité-prix qui reste dans la limite du raisonnable.

« c'est mélangé. Moi je pense qu'il y a vraiment de tout, je vois il y a un petit fromager de l'autre côté en Gâtine, il vend aussi en supermarché, on va directement chez lui, on paye moins cher. (...) Y a de tout, y en a qui pensent voilà tirer vers le haut qui se disent « si je vends un peu plus cher, ça marchera », et sachant qu'en plus y a cette mode du bio en ce moment » (FG 1)

« Il y a ce qu'on veut nous faire croire que de toute façon, c'est moins cher au supermarché, mais ce n'est pas forcément le cas. » (FG 2)

CONCLUSION

Si les consommateurs reconnaissent de nombreux avantages aux circuits courts, ils sont à nuancer si l'on s'en tient à la **définition du Ministère** qui a paru incomplète pour **diverses raisons** :

- elle ne fait pas mention de la **proximité**
- elle ne garantit pas que la **marge** de l'intermédiaire sera raisonnable
- elle n'implique pas nécessairement des **modes de production** raisonnés

Il ressort des deux focus groups une **méfiance par rapport à l'alimentation**, les consommateurs se sentent **pas assez, pas du tout ou mal informés** sur les modes de production et la provenance de leur nourriture. De plus, ils déplorent une tendance générale à l'**uniformisation** et à la **perte de goût** des produits.

Mais les deux groupes **connaissent bien leur territoire** et sont d'accord sur le fait que la **consommation locale**, favorisée par le milieu rural, peut leur permettre d'avoir une certaine **traçabilité**.

Le **contact avec les producteurs est recherché**, parce qu'il inspire une certaine confiance au consommateur qui peut leur demander des informations et des conseils directement, mais aussi parce qu'il y trouve un certain plaisir.

Malgré ces appréciations très positives sur les circuits courts, les « consommateurs occasionnels » font peu d'achats en circuit court, principalement pour des raisons de **prix** et de **praticité**.

Le regroupement des produits est un élément important pour le consommateur, qui n'a pas le temps de multiplier les circuits.

L'ouverture d'un point de vente collectif (action 3) répond à ce critère de la praticité parce qu'il regroupe une diversité de produits, mais aussi au désir de contact avec les producteurs. De plus, il sera mis en place dans cette boutique un espace de restauration rapide à partir des produits du magasin afin de permettre aux gens de découvrir les produits et des façons de cuisiner.