

Focus groups de consommateurs en Rhône-Alpes

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 Rhône-Alpes**, 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.

La **Chambre d'agriculture de la région Rhône-Alpes** a réuni deux focus groups de consommateurs en septembre 2013, à Bourg-lès-Valence. Le premier se compose de consommateurs n'achetant pas en circuits courts, et le second de consommateurs achetant principalement en circuits courts.

I. Les non-consommateurs en circuits courts

Focus group 1 Rhône-Alpes, septembre 2013, Chambre d'agriculture de la région, Bourg-lès-Valence

Critère de recrutement : « e-consommateurs », tous font des achats sur internet, tous achètent principalement en grande distribution, et ne sont pas sensibilisés aux circuits courts mais aucun n'y est hostile

6 participants

1. Une alimentation de qualité ?

On remarque une certaine **crise de confiance** des consommateurs par rapport à l'alimentation.

Les **pesticides** semblent difficiles à éviter.

« Ouais parce qu'à la limite ça fait 32ans que j'en mange donc... Enfin, on mange tous de toute façon donc... Voilà donc, effectivement si on me dit, là y'a des pesticides, là y'en a pas, je prendrai là où y'en a pas bien évidemment. Après comment s'assurer qu'un fruit qui vient de France, d'Europe, d'Espagne ou du Portugal n'ait pas de pesticides ? »

« Il y en a obligatoirement des pesticides. »

La **qualité sanitaire** des produits présents en supermarché peut paraître douteuse :

« Toutes les viandes qui sont marinées en Supermarché justement, c'est des viandes justement qui arrivaient à date, style poulet, brochette. »

Et les **crises type vache folle, ou viande de cheval**, alimentent cette méfiance:

« Il y a eu la vache folle quand même (...) c'était les lasagnes mais pas que les lasagnes hein, c'est tout ce qui est à base de bœuf finalement... »

Les consommateurs sont globalement nostalgiques d'un **goût** qu'ils estiment perdu et difficile à retrouver :

« Je trouve que les fruits ont pas le même goût que plusieurs années en arrière »

En ce qui concerne les fruits et légumes, cette perte de goût est notamment liée à un manque de maturité :

« Bah ils cueillent trop tôt sur l'arbre, et puis elles murissent sur les étals, au lieu qu'elles murissent carrément sur l'arbre. Ca se faisait avant et on avait une région de pêches vers Valence, Bourg-lès-Valence, je veux dire, c'était plein de pêcheurs vers (...), on avait de très bonnes pêches, je me rappelle quand je me baladais en vélo là, je m'arrêtais, je mangeais une pêche, on était heureux. Mais maintenant... Même les abricots d'ailleurs. »

Si le **bio** peut **rassurer** par rapport aux pesticides ...

« Ouais, pour qu'il y ait moins de pesticides (...) et puis ya certains produits sont meilleurs que d'autres Après esthétiquement, c'est vrai qu'ils ont moins beaux mais... »

« Par exemple les fruits et légumes qu'on va consommer crus, on aura plus tendance à les acheter bios. »

... même lorsque les consommateurs ne sont pas assurés d'une absence totale d'utilisation des pesticides ...

« Oui mais les doses, les doses c'est ça qui fait toute la différence. »

il peut pour les mêmes raisons susciter la **méfiance** :

les produits bio n'échappent pas aux pesticides

- pour certains parce que sans traitements, les agriculteurs ne produisent pas assez ou produisent des légumes qui esthétiquement ne sont pas vendables

« le bio c'est un peu du pipeau. Je vois aucun paysan mettre du fumier dans... Ils mettent toujours de l'engrais chimique . ils sont bios mais pas de A à Z. Ils sont quand même obligés de traiter s'ils veulent avoir un résultat. »

« Il y a toujours des pesticides. Parce que vous allez pas traiter, je sais pas moi, les pommes, contre euh... les petites bêtes qui piquent, les pommes ont pas un bel aspect. Si vous les traitez pas, personne va les acheter. »

- pour d'autres parce que les productions bio sont entourées de productions en conventionnel

« (...) le bio, il a un champ, et le voisin à côté il traite, ça va tout dessus, et c'est considéré comme du bio »

De plus, **le bio est cher** :

« Moi je vais pas particulièrement vers ces produits là. Parce qu'ils sont bien plus chers... »

L'**autoconsommation** permet de s'assurer de ce que l'on mange :

Confitures : « Et c'est vrai que voilà, quand c'est elle qui les fait maison, je sais ce qu'il y a dedans. Elle met du sucre par contre, mais sinon elle met rien. Et voilà. On sait ce qu'il y a dedans et c'est différent. »

2. L'ancrage territorial

La région est **appréciée** des consommateurs qui essayent de privilégier ses produits, mais aussi les **produits français**, parfois par fierté nationale :

« Oui mais on est français, il faut privilégier les produits français. Et notamment de la région. »

« (...) d'avoir des produits du terroir, c'est quand même vachement sympa, de dire la France produit tant de (...) La fierté nationale, je sais pas quoi. Dire, on va acheter du lait, ben on va l'acheter à tataouine, je trouve qu'à ce niveau là, on a quand même, sur le marché de l'agriculture, on est quand même bien placé, partout dans le monde. On a un peu de tout, et bien... »

« En plus on est dans une région où on a quand même beaucoup de choses... »

« Les pêches, les abricots, c'est chez le primeur, ou le marché, ou alors c'est quelqu'un de notre entourage souvent qui nous dit, ben voilà je connais telle ou telle personne qui est producteur de pêche, il peut t'en donner etc.... C'est la région aussi qui fait... »

Pour certains, les producteurs de la région produisent de bons produits :

« quand je vais à la croix rouge à tournon je vois souvent des maraichers qui vendent les produits de la ferme. Mais comme ils disent, c'est bio de chez bio. Alors c'est vrai que (...) le goût est franchement différent. »

Mais cela n'est pas toujours évident car ils sont nombreux à utiliser beaucoup d'intrants :

Marché : « Moi j'y vais pas parce que j'ai pas confiance. Parce que le paysan du coin, il va traiter son champs avec des doses faramineuses. »

Certains consommateurs expriment leur **volonté de soutenir des producteurs** écrasés par les autres acteurs des filières :

« Moi je tire le chapeau à certains, qui bataillent pour gagner pas grand-chose ... pendant que d'autres s'engraissent sur leur dos. »

« Moi c'est ce que je veux, je fais travailler le producteur à côté et puis voilà, ça me donnerait le sentiment d'être responsable, comparé à la grande surface. »

Consommer local est un critère important pour plusieurs consommateurs :

« Pour avoir une alimentation de qualité, c'est important que ce soit des produits de nos régions. Par rapport à la législation, c'est pas la même dans les autres pays. »

« Par exemple pour les oranges en Espagne, voilà quoi. On était un pays de pêches et je m'en rappelle quand j'étais jeune je mangeais des bonnes pêches et maintenant, on retrouve plus les pêches qu'on avait avant, ça c'est sûr. »

« Les kiwis, les kiwis y'en a dans la Drôme, ils viennent du Chili les kiwis ! »

Mais **pour certains**, la **provenance n'a pas d'importance**, tant que le produit est bon au goût :

« Alors moi ça peut venir d'Espagne, ça me pose aucun problème. Tant que le produit est bon au goût. Après avec tout ce qu'on met un peu dans tout, s'il y a des pesticides sur un produit qui vient d'Espagne, c'est pas ça qui me finira. »

3. Les critères de choix de son alimentation

C'est au consommateur de **choisir** parmi la gamme importante qui lui est proposée :

« C'est vrai qu'après c'est aussi à nous de (...), de nous diriger vers tel ou tel truc. »

« Bah l'hypermarché propose plusieurs sortes de produits. Donc il propose des produits bas de gamme et des produits (...), non, il donne un choix. Et c'est à nous consommateur à choisir... »

Mais ce choix est souvent une **illusion**, le consommateur est attiré par ce qui lui est proposé :

« On est attirés par la consommation. Ce qu'ils nous proposent, ben on y va quoi. »

« Ben pas toute l'année mais des fois quand je passe et que je vois des fraises, je me dis « ah » et que je sens, je me dis « ah »... Ça nous attire hein au bout d'un moment (...) - ça sent le soleil »

Le **prix** est un critère de choix

« J'aime bien aller en supermarché, et comparer les produits, comparer les prix... »

Mais il n'est pas le seul, le consommateur est amené à faire des **arbitrages** :

« Moi je regarde d'abord ce qu'il contient et après je regarde le prix. Et puis j'estime par rapport à d'autres produits, si c'est vraiment très très cher, non, j'achète pas. »

Parmi les **critères de qualité**, figure la **fraîcheur** :

« Moi quand je vais faire mes courses, j'essaye d'éviter les boîtes, les surgelés, pour tout ce qui est légume déjà. La viande j'évite aussi, j'essaye de prendre des choses à la coupe en général, tout ce qui est fromage, viande. C'est peut être plus frais que les boîtes. Les fruits, donc oui, majoritairement, la qualité, on essaye en tout cas. »

Mais la recherche de **praticité** peut au contraire orienter vers le **prêt-à-manger** :

« Moi c'est plutôt congelé. Les légumes comme ça y'a pas à les préparer. »

Les **étiquettes et les labels** orientent le consommateur :

« Moi je regarde un petit peu ce qui est écrit en tout petit. Qu'il ya ait pas trop d'huile de palme, etc »

« Je cherche vraiment la composition. Et les légumes bien évidemment avec labels. Oui. Il y a des labels. Qui ont été contrôlés par un organisme etc. Et qui viennent de France Les légumes **Et quels labels sur les légumes, excusez moi ?** Terres et saveurs »

« Souvent c'est mentionné hein. « Sans conservateurs, sans huile de palme » »

Moi je prends des produits qu'avec label, qui ont été contrôlés par une personne

« Moi je prends label rouge. »

Les **réputations** aussi :

« Intermarché est réputé pour sa flotte, donc au niveau de la poissonnerie, les poissons sont très très bons... »

Le **temps** est une contrainte importante qui conduit les consommateurs à privilégier des circuits comme celui des grandes surfaces, notamment le drive :

« En fait, moi ce que je peux dire c'est que dans la semaine, quand j'ai pas le temps, c'est le drive. Mais j'aime bien mon weekend quand je vais faire mon petit marché. Je pars à Beauvallon, que des... C'est à côté-là. »

« Juste une question de temps après hein, d'organisation tout simplement. Comme je dis, moi si je fais du drive c'est, 5min pour y aller, 5 min pour revenir, moins de 5min d'attente, ça fait ¼ d'heure. Chez moi devant l'ordinateur, y'en a pour ½ heure. Une fois que la liste elle est faite, c'est récurrent au niveau des courses, on mange plus ou moins les mêmes choses d'une semaine sur l'autre, on prend les mêmes produits. En 20min les courses sont faites, j'ai pas perdu de temps, je peux faire des choses plus agréables. »

« Oui c'est vrai... On l'a pas ce temps. Quand je fais les courses au drive, on va très vite. Pendant la sieste du petit par exemple, c'est un gain de temps considérable. Mais c'est vrai que, lorsque je me déplace chez Leclerc ou Intermarché, je regarde l'heure et puis au bout d'un moment je me dis « Oooh, déjà 1h que je suis là, mais vite vite vite, il faut rentrer » C'est un plaisir aussi de pouvoir se balader dans les rayons, regarder un petit peu ce qu'il y a, mais on passe beaucoup de temps, et puis on attend en caisse... »

Certaines **occasions** amènent à consommer autrement :

- la volonté de bien **recevoir**

« Je vais à la poissonnerie lorsque je vais recevoir du monde à la maison, j'ai envie de préparer des bons petits plats, donc là, oui, je vais faire attention de choisir de bons produits. »

Boucher : « Après occasions exceptionnelles, c'est un budget hein, Moi je pense que c'est un budget, plus on va dans la qualité, plus c'est un budget forcément. Donc ça reste pour moi sur les fêtes de Noël ou des occasions exceptionnelles »

« mais on a quand même envie... surtout quand on reçoit de mettre peut être le prix mais de recevoir correctement et de montrer qu'on est les meilleurs et qu'on sait faire. Oui mais c'est ça »

- pour le simple **plaisir**

Fromage : « De temps en temps sur le marché ; et quand je fais les marchés, j'en achète, mais des (...) des petites tommes bien de chez nous, c'est très bon, qu'on trouve pas notamment dans les hypermarchés »

Faire ses courses demande une certaine **organisation** qui passe par

- **des listes**

« Ouais. Moi c'est vrai que si je vais faire mes courses je vais faire une liste et je vais vraiment, je cible vraiment. »

- **la conservation des produits**

« Moi je préfère congeler des produits que j'achète, les haricots l'été, les mettre dans le congélateur puis les manger l'hiver... Je sais que c'est des produits... »

- **des réseaux**

Vin : « Non moi je passe par des achats groupés, par mes parents qui ont des amis qui vendent en gros, qui rachètent je pense et c'est du gros ouais, tout simplement. »

4. Les informations

Les **étiquettes** permettent de se renseigner sur les produits :

« Moi j'aime bien voir les petites lignes etc. »

Globalement, les consommateurs estiment qu'il y a un **manque d'informations** sur l'alimentation. Beaucoup d'informations proviennent des **medias**, si elles sont parfois mises en doute, notamment à cause des sources contradictoires, elles **effraient** le consommateur.

« Moi je pense qu'on n'est pas assez informés sur ce genre de pratiques, le bio, le pas bio, AB, labels, tout ça. On nous a mis ça dans les supermarchés. Alors, au début c'était, bio, bio bio, ouais super, on va manger super bien, des supers bons trucs. Et puis après on a vu des émissions, que c'était pas vraiment vrai quoi. (...) Voilà, c'est pas évident de croire, de croire ce qu'on nous met. Certains, bon je parle de colorants, bon des colorants, ils en mettent, mais sous d'autres formes qu'on connaît pas, des formes très, euh... Oui d'autres appellations qu'on ne connaît pas et puis »

« Moi je trouve que c'est bien d'être informé après c'est les médias, donc information, désinformation et manque d'information, donc il faut faire des re... Enfin, si vraiment on veut se faire une idée assez claire et assez arrêtée sur une question, il faut faire des recherches derrière je pense... »

« Oui dans 50 millions de consommateurs, y'a des enquêtes quand même euh... 60 millions pardon. Ils font des reportages, des enquêtes apparemment très ... Et les autres vous trouvez que y'a pas de... Moi je trouve qu'il y a un manque d'informations ouais »

« Ouais on nous la sert pas. Je pense qu'on la trouve, mais il faut qu'il y ait un déclencheur, un reportage, ou quelqu'un qui nous dit quelque chose, euh... voilà. Moi on m'a dit ce qu'il y avait dans les nuggets de poulet de macdo, là j'en mange plus par contre. »

« Moi ce qui me fait peur c'est que j'avais vu une émission sur la viande, euh... dans les remballages comme ils appellent ça. J'ai pris une peur... J'ai complètement arrêté d'acheter de la viande euh... »

« La viande est fréquemment remballée, il y a déjà eu un reportage sur envoyé spécial, comme quoi un boucher présentait le supermarché en disant, voilà comment je prépare un rôti, on enlève la partie noire et on met une date de péremption un peu plus proche on va dire. »

En ce qui concerne les **circuits courts**, les **consommateurs manquent d'informations** :

« Moi je pense que honnêtement à ce niveau là, y'a pas assez de publicité concernant le lycée agricole de Bourg-lès-Valence ... du Valentin. »

5. Représentation des circuits courts

Avant définition du Ministère, les circuits courts évoquent un circuit **sans intermédiaires** ou alors avec **peu d'intermédiaires**:

« Bah c'est du producteur au consommateur circuits courts »

« Et puis circuits longs bah y'a des intermédiaires. »

« Le moins d'intermédiaires possible »

Ou encore l'achat à des producteurs de **petites exploitations locales**:

« Le petit producteur local »

La **définition** est **remise en question**, le **circuit peut être « long » avec peu d'intermédiaires**:

« Bah c'est pas si court que ça à la limite... »

Les **avantages** des circuits courts sont pour les consommateurs:

- **la primeur, la fraîcheur:**

« Circuit court, bon, le produit sera bon, c'est tout. Qu'en circuit long, les fruits et les légumes, déjà ils les ont ramassés verts, y'aura le transport. Ça a pas le même goût, pas le même aspect. »

- **la qualité :**

« Après si on recherche de la matière de bonne qualité, autant aller voir le petit producteur de la ferme du coin. D'autant qu'on a la facilité aussi, avec la voiture en 10min on est chez le petit producteur. »

- **la qualité avant la solidarité :**

« A la limite, on va en circuits courts quand on a l'occasion d'y aller, parce qu'on sait que les produits vont être meilleurs, on n'a pas forcément pensé, « ah ben oui, on va préserver l'emploi dans la région ». en tant qu'individu, quand on va faire les courses, on pense d'abord aussi à nous, à nos envies... »

- **la solidarité et le soutien d'une économie locale:**

« et les producteurs sont plus considérés... »

« Voilà, on valorise le producteur local. »

- **la confiance:**

« Ben, moins de risques d'erreur sur la traçabilité en circuits courts. »

« Moi j'aurais plus confiance en la ferme qu'en... qu'en la grande distribution. »

- **la récréation d'un lien agriculture-alimentation:**

« et grâce à eux on pourra revenir à une alimentation de saison »

- **des produits non standardisés :**

« Moi je vais chez le petit paysan là, ils ont des variétés qu'on ne trouve pas en grande surface »

- **la convivialité:**

« Moi je trouvais ça sympa le circuit court, parce qu’effectivement il y a cet échange peut-être avec le producteur, ou du moins gens, euh... ça peut-être la ferme, le marché, le côté un petit peu convivial, sympathique. »

Les **inconvenients** sont:

- le **manque de diversité des produits**:

« Pour certains produits c’est mieux, mais pour d’autres c’est vrai que c’est difficile. Les bananes... »

- le fait qu’ils ne soient **pas regroupés**, ce qui rend le circuit moins pratique que les GMS

« Après, ce qui me plaît moins, pour une question pratique, c’est que il faut aller prendre ces fruits et ces légumes là, après il faut aller à l’hypermarché, ben pour prendre la lessive, les trucs pour le sol, enfin tout ce qui va être hygiène, gel douche, machin... »

Certains reprochent à la consommation locale le **manque de diversité** qu’imposent les **saisons** :

« Moi des fois j’ai envie de fraises, c’est comme ça, et en France elles sont pas encore mûres, je suis très contente quand j’ai mes fraises d’Espagne. »

« Ben en théorie, je me dis, ce serait bien mais (...) on tournerait toujours avec les mêmes produits et puis c’est vrai que, on a besoin de se diversifier. Moi j’ai besoin... Non non, moi il me faut des tomates, toute l’année hein, c’est pas possible, pas de tomates l’hiver... »

La représentation du prix:

Pour certains, le **prix en circuit court** est logiquement **moins cher** du fait de la **réduction des intermédiaires** :

« Plus il y a d’intermédiaires, chacun prend une marge, donc... »

« Ça coule de source, oui c’est moins cher, de meilleure qualité. »

Pour d’autres, le **supermarché** parvient à vendre **moins cher** parce qu’il **achète en gros** :

« moins cher, je suis pas convaincue. Parce que un supermarché, un hypermarché va acheter vraiment en gros, vraiment en grosse quantité, donc les prix sont bas. Et le producteur direct, sur du circuit court, bah il doit faire sa marge aussi, donc... il va peut-être augmenter ses prix,

parce qu'il va gagner plus en vendant directement à des particuliers, peut-être, en vendant moins en quantité. Qu'un hypermarché où là ça va être du gros (...) parce qu'un hypermarché, il veut aussi faire sa marge, donc à un moment donné... »

Cela peut **dépendre** aussi **des producteurs** :

« Ouais alors le prix moi je suis pas forcément convaincue que ce soit plus cher en grande surface, je pense que ça dépend du producteur. Ça dépend vraiment où on va... Je pense qu'il peut y avoir des produits qui vont être moins cher au Leclerc et puis le produit d'à côté qui va être moins cher dans une ferme ou sur un marché... d'un marché à l'autre c'est pas les mêmes produits »

Quant au prix souhaité, une légère augmentation par rapport au circuit long n'est pas gênante mais lorsqu'on doit acheter beaucoup, cette augmentation peut devenir plus conséquente :

« Après oui c'est comme je dis, passer de 8 à 10€, c'est rien du tout, ça dépend la quantité »

6. Représentation de quelques autres circuits

Le drive

Le drive est un circuit qui intéresse les consommateurs par sa **praticité**. Il permet de **gagner du temps**.

« Honnêtement je regrette pas. Je rentre de mes missions vers 20h, 20h30, j'ai pas le temps de... Voilà. Donc le lendemain je vais cliquer sur internet, et puis bon (...) en allant une fois on sait à peu près ce qu'on veut. Je commande et 2h, 3h après, on va chercher, paf on nous met dans la voiture et on rentre à la maison. »

« C'est ce qu'on cherche hein, pas passer des heures et des heures dans un magasin. »

« On gagne un temps extraordinaire quoi, on est chez nous, en $\frac{3}{4}$ d'heure ... »

« Voilà, c'est quand je suis pressée le drive c'est très bien en moins de 5min, voilà. J'ai jamais attendu plus de 5min pour récupérer dans la voiture. »

« Donc c'est vrai que c'est assez pratique et (...) Les courses en $\frac{1}{4}$ d'heure c'est génial. »

« Et justement on a plus de temps à la maison pour regarder les produits, cliquer à droite à gauche, regarder un petit peu les boîtes de petits pois, voilà... Mais au moins on arrive, on prend nos sacs, on les met dans la voiture... »

Et de **s'en tenir à une liste de course** et éviter les tentations :

« On est moins tenté par des produits »

« Si je vais en magasin je suis sûr, je sors avec un dvd, un cd. Si je vais au drive, J'achète rien d'autre... »

« Quel (...) d'être chez nous, pas de bruits, gagnignagna. Pas d'attentes à la caisse, pas entendre hurler. La voiture arrive et tac, et hop on a payé, et on s'en va. »

Et de **comparer les prix** facilement :

« quand tu vas sur le site, tu cherches « essuie-tout ». Quand tu vois « essuie tout », il te sort toutes les marques, tout ce qu'il y a. Et en fait t'as le prix au rouleau, ou si c'est de l'eau, le prix au litre, ou si c'est des œufs, le prix à l'unité. (...) Donc tu peux comparer. Et y'a un choix hein. Alors après il y a pas tout ce que tu as en magasin, selon moi. »

Mais les consommateurs sont plusieurs à exprimer **des réticences** sur ce circuit en ce qui concerne l'achat de **produits frais** :

« Le frais, tout ce qui est frais, moi j'achèterais pas ... »

« Concernant le drive, non, ça ne me plaît pas du tout. Je préfère voir le produit et aller dans les magasins ça me plaît. »

Le marché

Le marché est associé au **plaisir** et à la **convivialité**, les consommateurs aiment y **prendre leur temps**, contrairement aux courses en grande surface :

« Bah moi j'ai le temps. Mais moi je sais pas, quand je vais faire le marché c'est pas pareil que les grandes surfaces. C'est convivial, il ya des produits du terroir, du fromage de chèvre... Vous allez dans un hypermarché... C'est pas pareil. »

« On prend le temps aussi de discuter avec la personne... »

C'est pourquoi il n'est fréquenté par certains que lorsque leurs **disponibilités** le leur permettent :

« Quand j'ai du temps, pendant les vacances ou le weekend, sinon pas le temps. Je préfère faire d'autres choses que ça... »

Les **prix** sont **parfois inférieurs à ceux des grandes surfaces** :

« Et ce que je veux dire, c'est pas pour autant plus cher que les grandes surfaces - C'est même moins cher - ça dépend des marchés. »

Et les produits sont à **maturité** :

« Mais après c'est vrai par contre l'avantage des marchés c'est aussi, comme on disait tout à l'heure, que les fruits sont cueillis mûrs... En saveur je pense que c'est déjà mieux, ça mûrit pas dans les frigos. »

Supermarchés

Le supermarché offre une **palette de produits de qualités différentes**, le consommateur peut ainsi choisir :

« Tu peux, vous pouvez les comparer sans problème. Vous avez « Marque repère » (...). Y'a la qualité, y'a... Non c'est très très bien fait »

Pour d'autres, le supermarché favorise la **quantité au détriment de la qualité** :

« ils pensent pas à la qualité, ils pensent au moins cher, pour faire un maximum de marge »

On trouve ainsi des **fruits et légumes sans goût** :

Pêches : « Moi en supermarché, mais elles ont aucun goût »

La **traçabilité** des produits y est **difficile** :

« Moi là je suis en train de penser à la viande de cheval trouvée ans les lasagnes venue de Roumanie, et je me dis le contrôle de la chaîne alimentaire dans les supermarchés, on est quand même pas au point quoi, voilà.(...) Aujourd'hui en supermarché sur un plat surgelé, congelé, on sait pas forcément ce qu'il y a dedans. (...)Tout ça pourquoi ? Parce qu'il y a des choses bien plus... on va dire des instances plus hautes qui ont laissé faire des choses pour une question d'argent finalement »

II. Les consommateurs en circuits courts

Focus group 2 Rhône-Alpes, septembre 2013, Chambre d'agriculture de la région, Bourg-lès-Valence

Critère de recrutement : consommateurs de produits de circuits courts, tous achètent principalement en circuit court, au moins une fois par semaine

10 participants

1. Une alimentation de qualité ?

Les consommateurs sont sensibles à la **fraîcheur** et à la **maturité**, qui conditionnent le **goût** des fruits et légumes.

« C'est vrai que si c'est mûri sur pied et qu'on l'achète le lendemain, le jour même et le lendemain... Par rapport à ce qui a été récupéré 8 jours avant et qui voyage, le goût n'est pas du tout le même »

« Ben entre je sais pas, des pêches mûres que vous achetez chez le paysan qui vend sa production, et celles qui ont mûries dans le camion pour arriver... dans un supermarché lambda. Il y a une différence de goût certaine... Dans la région on produisait beaucoup beaucoup de pêches (...) les producteurs ont beaucoup réduit leurs capacités, donc ils font plus vers la qualité, moins vers le rendement, donc on trouve de meilleurs fruits maintenant. Je suis pas sûr qu'il y a 30 ans on trouvait la même qualité de fruits »

Les **pesticides** effraient le consommateur :

« J'avais entendu dire par exemple que les tomates grappes reçoivent des produits particuliers pour être rouges toutes en même temps, parce que les tomates on les ramasse les unes après les autres, tandis que la grappe il faut qu'elle soit toute rouge, donc il faut des produits chimiques. Et j'ai même appris récemment que pour beaucoup de fruits et légumes traditionnels, achetés dans le commerce traditionnel, non seulement il faut les rincer à l'eau mais il faut les laver au détergent parce qu'il y a des produits qui s'incrument. Le simple rinçage à l'eau ne suffit pas ? Donc lorsqu'on peut avoir localement des produits qui sont... très peu traités ou pas du tout traité, c'est en plus... non seulement il y a un meilleur goût mais tout ce qu'on ingurgite en chimique, c'est assez catastrophique. »

Les récentes crises sanitaires de l'agro-alimentaire suscitent une **crise de confiance** du consommateur :

« On sait quand même d'où ça vient et la viande c'est pareil, enfin l'autre jour il y a eu la polémique sur le cheval qu'on a trouvé dans du bœuf et les chevaux hippiques qui ont été tués pour en faire de la viande de cheval à consommer, voilà, moi là il y a quelque chose qui me gêne là dedans et je pense que les industries agroalimentaires de masses cherchent les plus bas coûts, donc à nous nourrir avec n'importe quoi, plutôt qu'à ce qu'on soit en bonne santé... Donc voilà. Moi je préfère... même s'il y a des pesticides, me dire que c'est le champ d'à côté. Quelque part je sais d'où ça vient, je l'ai... »

Le local qui permet de s'assurer de modes de production sains est **privilegié au label bio**.

Le **label bio** suscite au contraire la **méfiance**, il est devenu un **argument marketing** et n'implique plus nécessairement un produit de qualité.

« C'est-à-dire, j'achète du bio, mais qui n'a pas le label, donc dans tous ces domaines là on a l'avantage de payer... c'est même quelques fois moins cher qu'en grande surface. »

« C'est-à-dire que le bio est plus forcément un gage de qualité aussi. Aujourd'hui, je dis pas qu'il y a pas de contrôles etc. mais des fois le voisin il est pas bio et c'est aussi bon, et c'est aussi peu traité et... donc il faut nous aussi être vigilants en tant que consommateurs, à savoir, « ben c'est bio, c'est super ». Si c'est pour payer 1€ de plus ou 2€ de plus le kg du voisin qui fait exactement pareil, mais qui a pas le tampon... Je pense que c'est un peu pareil avec tous ces labels là... y'a... ça fait vendre, mais je suis pas sûre qu'après on s'y retrouve au niveau qualité dans notre assiette. Donc je pense que pour ça les circuits courts c'est intéressant, parce qu'on sait ce qu'on achète, enfin on sait... On sait plus ou moins, en tout cas plus qu'en supermarché, euh... et puis voilà, c'est un gage de qualité aussi pour nous de pas manger trop de pesticides et d'œstrogènes ou je ne sais quoi dans les poissons ou autres »

« Même le bio, label bio, sur les œufs par exemple, parce que je connais un petit peu. A savoir que les œufs, ils ont une couleur exacte, ils correspondent à ce que veut le marché, ni trop jaunes, ni trop clairs enfin voilà. Et ben on donne quand même une goutte de zinc aux poules... enfin je veux dire les poules, elles mangent pas naturellement du zinc. Et ben c'est quand même bio parce que le zinc c'est bio, donc on en met dans l'eau des poules. Et pourtant c'est bio, label bio, bio bio. Alors que la petite dame qui va faire ses œufs à côté... (...) le jaune sera un peu plus corail que d'autres... »

Le local raisonné est préféré au bio lointain :

« quand on voit les origines du bio, ça vient du Kenya, ça vient d'Espagne, ça vient des 4 coins du monde, et on se pose la question, c'est un label qui fait vendre mais est-ce qu'il est vraiment appliqué aux 4 coins du monde et puis je crois que c'est surtout une histoire de marketing, on vend un produit plus cher, pour une valeur nutritive qui est égale à un produit qui est traité. Donc voilà maintenant, plus une agriculture raisonnée que du bio pur »

De plus, le bio est **cher** :

« C'est bien mais c'est cher. »

Et a un côté **sectaire** :

« Et puis des fois les épiceries bios, c'est un petit peu des déprimeurs On voit les mêmes personnes, je veux dire... il y a un moule bio quand même »

2. L'ancrage territorial

Les consommateurs **connaissent bien les producteurs de leur territoire** et apprécient d'**échanger** avec eux.

La **Drôme** est particulièrement riche en petites exploitations variées et en circuits courts, cela favorise cette connaissance. Ceux qui vivaient ailleurs avant insistent sur cette **spécificité**.

« Oui, voilà... On a la chance d'habiter à Alex, c'est un petit village autour de Grane, créé tout ça, donc y'a plein d'agriculteurs autour, on a les coopératives autour. Donc on peut rencontrer les producteurs et leur poser des questions et échanger sur... Et ça par contre, on était de Bordeaux, on est arrivé il y a 3ans dans la région, et ça c'est vrai que, depuis qu'on est dans la Drôme, vraiment... Ici on peut aller à la rencontre des producteurs et autres, euh... »

« Je vais réagir par rapport à ça, parce que je viens d'un autre département et je suis très... très estomaqué de voir comment Drôme-Ardèche est agriculture raisonnée... qu'on trouve aussi par ailleurs hein mais moi qui suis d'origine jurassienne, je découvre quelque chose d'intéressant... »

« Oui, il y a beaucoup de proximité et je trouve qu'il y a... enfin ou alors je suis plus attentive, mais je fais la route vers Grenoble tous les jours, et je vois plein de panneaux « achetez vos fruits et légumes ici » et c'est « produit local » quoi, ça sort de la terre... Enfin de chez nous. Ce que je voyais pas avant. Je viens pas d'ici, ça fait 3ans que je vis ici, j'ai l'impression qu'ici c'est hyper marqué, très développé, et très... »

« Et puis voilà, j'ai la chance de par mon métier de côtoyer beaucoup de producteurs dans le coin donc à chaque fois, je peux avoir des jus de fruits, tout ce qui est miel, confitures »

« Parce que ici, en Drôme-Ardèche, on a le choix, y'a plein de producteurs. Par exemple sur le bordelais en question, il y a pas 36 solutions : soit on va à biocoop, le magasin bio et éthique quoi, soit après grande surface... il y a pas de solution intermédiaire en fait. On peut pas être à la rencontre des producteurs. Alors c'est vrai qu'en Drôme Ardèche ça s'y prête pas forcément, parce qu'il y a plein de producteurs, il y a plein de marchés ou autre, mais moi au contraire, là quand on déménager, je vais essayer de retrouver... »

« Ça me fait penser à quelque chose par rapport au goût et notre région est privilégiée par rapport à ça, ce n'est pas la seule en France mais au niveau du vin par exemple, moi j'aime beaucoup l'acheter chez le producteur, en cubi, on a des vins bien souvent meilleurs que et qu'on achète au supermarché en détail. On n'achète plus jamais de vins en supermarché et... franchement, c'est aussi les producteurs qui font de très très bons produits et qui sont de ce fait aussi plus abordables. »

Ce développement paraît **récent** :

« C'est vrai que sur la Drôme... moi je vais la route Valence-Romans en passant pas Châteauneuf donc depuis 20ans, et au début il y avait personne qui vendait et sur les... allez les 5, 7-8 dernières années il y a maintenant 7-8 points de ventes quoi, ça s'est développé, c'est devenu effectivement... »

Ils font la différence entre **deux types d'agriculture**, d'une part des petites exploitations, et d'autre part des exploitations industrielles :

« Il y a différents agriculteurs, il y a le petit agriculteur qui lui fait sa production juste pour vivre et tirer un salaire et puis celui qui va faire de la masse, qui va devenir une industrie et qui lui dès que sa marge elle descend, par contre, lui il va descendre dans la rue, il va faire des actions escargots parce que lui il retrouve pas sa marge, mais le petit producteur ouais... »

« ... moi mes grands-parents étaient agriculteurs quoi je veux dire, il y a encore tout ceux qui font le petit système de graines, c'est pas des exploitations avec beaucoup de surface, il y a tout ce qui est production de fruits, il y a tout un tas de choses qui sont pas forcément sur des grandes surfaces »

« Et au niveau des agriculteurs, on voit de temps en temps des émissions où ils montrent des exploitations qui ferment, les gens sont hyper endettés, ils s'en sortent pas... même, il est arrivé bien des fois que des agriculteurs se suicident. Et ce qui est étonnant, alors c'est sans doute selon la dimension de ces activités, un de mes amis m'a dit il y a pas longtemps « ben mon beau-père il a dû acheter un tracteur, il en avait pas besoin mais il avait tellement de subventions, il fallait qu'il les consomme ». Donc il a acheté un tracteur, voilà quoi. Il y a une disparité extraordinaire entre ceux qui ont un gros volume d'affaire, ce sont des industriels et puis l'agriculteur qui lui... L'industriel, lui il va traiter. Tout ce qu'il produit obligatoirement, il faut du rendement etc. Donc il ya une énorme différence entre l'agriculteur traditionnel et celui qui est industriel »

« dans l'Eure et Loire, c'est la culture de céréales : Ben déjà la superficie des exploitations n'est pas la même quoi je veux dire ... Oui oui, c'est un autre monde quoi. Et quand vous voyez que chaque exploitation, ils ont un matériel qui est quand même... hors de prix. Ils ont tous les mêmes machines ! On se demande pourquoi ils ont tous les mêmes machines. Parce

que... le jour J il faut vite faire sa moisson, au bon moment, et après... enfin ils pourraient se regrouper et... »

3. Les critères de choix de son alimentation

Beaucoup de consommateurs du groupe font part de la **réflexion** qui accompagne leur consommation.

« Et par contre sur tout ce qui est alimentaire, je suis beaucoup plus réfléchi, de plus en plus. Je fais attention à ce que j'achète, comment je le consomme et puis euh... de toute la filière j'entends parce que.... De ce que j'achète mais de ce que j'ai pas envie de perdre non plus donc je fais mes courses au jour le jour pour pas perdre, j'essaie d'être attentive à ce niveau là »

« Ben moi, c'est vraiment une prise de conscience personnelle, d'aller vers le producteur. »

« Il y a combien de consommateurs qui réfléchissent, qui analysent... ? Il y en a de plus en plus, je pense que de plus en plus de français consomment... »

« Quand vous voyez le caddie des ménages... Quand même... Je suis stupéfaite. Tout le monde a pas réfléchi je pense, de la même manière que nous... »

Cette prise de conscience peut être liée aux **enfants**, les parents sont amenés à faire attention à leur alimentation pour des questions de **santé** :

« Par contre par rapport à l'alimentaire, notamment par rapport à mon fils du coup, je préfère savoir comment ça a été fabriqué. »

« Oui et par rapport surtout à mon enfant, j'ai envie de m'intéresser à ce qu'il mange, pour sa santé... »

Ils **analysent, décryptent les étiquettes** :

« J'essaie de regarder et analyser les étiquettes »

Cette réflexion les amène à ne pas se focaliser uniquement sur le prix et à **consommer local** :

« Après en ce qui concerne l'alimentation, c'est depuis peu que j'essaie de faire attention à ce que je consomme, à ce que j'achète. Parce que quand j'étais étudiante auparavant, c'était plus vraiment le prix, la qualité je m'en souciais pas trop et maintenant aujourd'hui j'estime que... faire attention, de consommer local et... »

« Et pour ce qui est des fruits et légumes, on a une petite ferme qui vend des fruits et légumes pas très loin de chez nous, donc c'est vrai qu'on privilégie cette solution. Je dirais pas que

c'est du bio mais plutôt une agriculture raisonnée. Et puis o a aussi un groupement qui vend aussi des produits issus de productions locales »

« Et bien la viande, j'aime bien l'acheter si possible dans les boucheries locales avec des producteurs locaux et quand je dois l'acheter en grande surface, ce qui m'arrive quand même, je cherche vraiment origine France, pour pas prendre ce qui vient de n'importe où. »

Les consommateurs **combinent différents circuits**, marché, boutique de producteurs appréciée pour sa praticité :

« Et bien moi au niveau fruits et légumes, nous avons un producteur juste à côté de chez nous, qui produit pas mal, des fruits et légumes non traités. Et puis depuis 2ans ils ont ouvert un petit magasin de vente où ils vont chercher à droite à gauche chez des producteurs bios, des produits qu'ils ne fabriquent pas... enfin qu'ils ne produisent pas eux même, donc on n'a pas à courir énormément, c'est presque tout au même endroit. En fruits et légumes, des œufs, enfin ces choses là... enfin c'est très pratique. Ben nous on voit la différence de goût par rapport à si un jour on doit se dépanner en grande surface, on évite absolument. Sinon on va au marché, j'aime bien aller au marché de temps en temps. Ils ne sont pas ouverts en permanence donc quand ils ne sont pas ouverts, je vais sur le marché pour les fruits et légumes. Et là je choisis aussi ce qui est le plus naturel... »

Le **budget** peut être un **critère premier sans pour autant empêcher la consommation en circuits courts** :

« Euh moi je vais acheter en fonction de mon budget déjà. Et puis tout ce qui est alimentaire, je fais attention de... j'achète auprès des producteurs, des regroupements, des magasins et en ce qui concerne... je boycott entre guillemet les grandes surfaces. Je supporte plus. Ou alors vraiment c'est parce que je suis obligé, un produit. »

« Et c'est vrai que j'ai un budget assez serré donc je vais acheter les bases dans la grande distribution, et tout ce qui est viandes, légumes, fruits, j'achète dans les magasins locaux »

« Moi ce que j'aime bien faire aussi c'est les fins de marché. C'est systématique, je vais voir mon producteur je lui dis « bon qu'est ce qui est intéressant aujourd'hui ? », ben lui il est content de nous vendre moins cher parce que là ça a pas trop marché, ben j'en profite et puis on a de meilleures conditions de vente »

« Et ce que je fais aussi moi là où je vais, au magasin d'usine, il y a toujours un 2nd choix, en fait c'est un peu mûr et tout ça, et en fait on les paie 70cent le kg, donc ça vaut le coup. Si on les mange tout de suite, je veux dire, voilà... les poires, les raisins, même les tomates et tout on peut les trouver, ça fait une différence de moitié quoi. Je parle peut-être beaucoup du prix mais... »

Cela **n'empêche pas la fréquentation des supermarchés** :

« Et puis au niveau de la nourriture, les magasins bios pour ce qu'on ne trouve pas localement. Autrement nous avons aussi des agriculteurs dans le coin qui font une agriculture biologique sans en avoir le label mais qui n'est absolument pas traitée, et c'est ce que nous recherchons, on s'efforce aussi de faire aussi, du reste, du potager. De prendre le temps, c'est agréable, et puis de toute façon on va quand même dans des petits commerces locaux, ou alors supermarchés du coin. »

« Alors quelques achats en hypermarché pour une question pratique, après tout ce qui est alimentation, c'est le circuit court qui domine, donc sur le marché »

Les consommateurs **privilégient qualité à quantité** et utilisent les **circuits longs pour des produits qu'ils ne trouvent pas en circuits courts**, ce qui n'est pas alimentaire notamment :

« depuis qu'on fait très attention, je pense qu'on consomme moins de viandes. Mais je préfère qu'on en mange moins et qu'il y ait de la qualité (...) Après je vais en grande surface, ben tout ce qui est hygiène, voilà les trucs de bases quoi, les couches etc... »

« C'est peut-être parce que pour l'instant j'ai peut-être pas d'enfants, on vit à 2, je préfère miser sur la qualité et payer un petit peu plus cher, et en prendre moins. Et pourtant en supermarché aussi c'est vendu par lots de je-sais-pas-combien, c'est éco, mais c'est pas bon. Donc je préfère en prendre moins... »

Le circuit court concerne principalement les **produits frais** :

« Donc au niveau de l'alimentation j'essaie de prendre des produits frais, au marché (...) sinon le reste en supermarché »

Le **bouche à oreille** et le **réseau** permettent de s'alimenter en circuit court :

« je fais pas d'achats compulsifs, je fais toujours des comparaisons avant d'acheter. Donc, je travaille beaucoup avec un réseau... d'amis, ou de connaissance pour les achats de tout ce qui est alimentaire fruits légumes, viandes et tout ça. Donc par l'intermédiaire d'un réseau j'arrive à pouvoir me fournir régulièrement en nourriture. Sinon, je fais très attention à ce que je stocke, pour pas gaspiller. Du fait qu'on a 3 enfants, on fait très attention à tout ça, parce que c'est des budgets qui quand même, avec 3 garçons, montent très vite en alimentaire. »

« C'est des amis qui connaissent des éleveurs et par l'intermédiaire... Ouais c'est un peu du bouche à oreille aussi, par contre... »

Une partie des consommateurs ont des **jardins** ou récupèrent des fruits et légumes de jardins de voisins :

« Oui alors j'ai de la chance d'avoir une famille qui ont presque tous un potager, donc beaucoup de dons de légumes, donc il y a une grosse période de l'année où j'ai des légumes que je cuisine, j'en congèle, j'en fait en conserve etc., donc je peux en avoir toute l'année »

« Donc pour les fruits et légumes de saison, ben j'ai des amis qui ont des jardins. Sinon le reste sur le marché, donc petits producteurs et puis après ben supermarché »

Ils prennent le temps de **cuisiner** :

« Je pense que (...) on perd l'habitude de cuisiner des bons petits plats, de prendre le temps, de passer du temps dans la cuisine, alors que ça prend pas plus de temps de »

« Oh ça prend un peu plus de temps quand même »

Mais les consommateurs ne disposent pas toujours de suffisamment de temps libre, ce qui les conduit à privilégier une forme particulière de circuit court comme l'AMAP :

« Oui ou des gens qui ont envie de bien manger et qu'ont pas forcément le temps aussi. Parce que... moi je pars le matin, il est 7h, je rentre le soir il est 7h30, aller voir le producteur, c'est juste pas envisageable quoi. Donc ce genre de solution c'est, comme mon panier sur mon lieu de travail, c'est aussi un moyen de bien me nourrir... alors effectivement je choisis pas forcément mais je mange certainement plus correctement que si j'achetais au drive de supermarché »

4. L'information

La **visibilité d'un point de vente** est très importante, l'entrée des villes par exemple est un lieu de passage important :

« Entre guillemets faire comme ils ont fait maintenant sur les distri... comment ça s'appelle... les boulangeries : ils ont cerné toutes les villes aux 4 points d'entrée des villes, ils ont mis des points de vente. Est-ce que vous avez remarqué ça (...) ? On voit de ces boulangeries installées sur les anciennes stations services et tout ça, et aux 4 points d'entrée des villes, il y a ces boulangeries. Ça devrait être le même système, où dans les entrées des agglomérations, qu'on ait... les gens en passant devant, en rentrant du travail, ou en sortant »

Certains circuits ont été connus par la **publicité** :

« Ben de ferme en ferme, c'est comme ça que ça se développe hein. On reçoit des trucs dans la boîte aux lettres »

« Du tractage sur le marché »

5. Représentation des circuits courts

Avant définition du Ministère, les circuits courts sont définis comme des **circuits de proximité, avec peu d'intermédiaires** :

« Il y a la notion de proximité géographique »

« Et puis l'absence d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur »

La **définition ne convient** pas parce qu'**elle n'intègre pas la dimension locale** :

« Enfin si c'est pas local et que ça vient de l'autre bout du monde, c'est plus un circuit court. »

« D'accord. Mais c'est pas ce que je considère moi comme un circuit court. »

Selon les consommateurs, les **avantages** sont :

- la **qualité des produits** : la **fraîcheur** et la **maturité** des **fruits et légumes**
- leur **diversité** : « La diversité aussi, la variété - Ben ouais on découvre des choses qu'on connaissait pas clairement »
- le **soutien de l'économie locale**,
- la **convivialité**, la possibilité d'échanger avec les producteurs, de recevoir des conseils, l'échange avec les producteurs mais aussi avec les consommateurs : « Moi je mettrais l'échange, la communication avec les autres consommateurs », le **plaisir** :

« Il y a une question de plaisir aussi. Moi ça me fait plaisir d'aller voir mon producteur, ça me fait franchement pas plaisir d'aller voir le poisson sous vide au supermarché. Donc je pense... Il y a voilà... aussi bien qu'il y a des gens qui aiment bien faire une rando, ben moi j'aime bien manger, j'aime bien savoir »

- la **transparence** :

« L'intérêt d'aller chez les locaux c'est qu'on peut aborder ces sujets là. Des pesticides et savoir comment ils produisent et tout. De plus en plus aussi, ils affichent leurs méthodes »

« Leur mode de production : du bio, du raisonné (...) et c'est vrai que c'est important de pouvoir en parler »

Le consommateur sait d'où vient le produit et sait aussi à qui s'adresser en cas de problème :

« C'est-à-dire qu'ils ont des compte à rendre tout de suite s'ils ont des problèmes, alors que circuits longs... »

Le **producteur aussi** y trouve des **avantages**, il évite les pesticides, et gagne mieux sa vie en récupérant sa marge :

« Et ils y trouvent un intérêt de toute façon eux même pour leur santé, parce qu'à force d'appliquer ces produits, c'est aussi nocif pour eux. Donc l'intérêt il est pour le consommateur mais il est avant tout pour eux aussi. Ce qu'on a pas sur des produits qui viennent de l'étranger où »

«Et le producteur gagne mieux sa vie par le circuit court

« Ben parce que, quand il va dans des grandes surfaces, il est... pressé, alors que là il prend une marge, raisonnable, mais il gagne bien mieux sa vie »

Les **inconvenients** sont principalement le **manque de choix**, c'est un frein important pour les consommateurs.

La **représentation du prix** n'est une fois de plus pas consensuelle :

Pour certains, ce n'est **pas nécessairement plus cher qu'en circuit long** :

« Que ce soit plus cher chez le producteur. Si je me réfère à la Grange, où il y a de la viande, elle est bien moins cher que chez le boucher. Bon pour l'hyper, je peux pas comparer parce qu'on en achète pas là, mais... »

« Ben moi je suis d'accord aussi hein, c'est pas plus cher. Ils font du gros, semi gros et détail, euh la viande (...) elle est pas plus chère, elle est moins chère même »

Pour d'autres, c'est **aussi cher alors que ça devrait être moins cher** :

« C'est le point un peu négatif du circuit court. Il y a certains producteurs qui font quasiment les mêmes prix... »

« Ouais mais bon, si on choisit un circuit court, c'est pour aussi avoir moins cher et pas payer les intermédiaires »

6. Représentation des autres circuits

Le **circuit long** est **pratique** :

« Mais c'est l'avantage du circuit long, c'est que c'est facile »

Supermarché

Le **gaspillage** des supermarchés est conséquent :

« Etudiante j'ai travaillé à Auchan et... au rayon fruits et légumes et... au niveau casse... tout ça parce que le melon, il est un petit peu ouvert, il est un petit peu... ça passe en casse. Quand vous voyez tout le gâchis qu'il y a... c'est aberrant quoi, c'est énorme. Et tout ce qui est fruits et légumes n'est pas donné à des associations, voilà, la viande qui a des dates de péremption, oui. Ils les mettent dans des frigos particuliers pour les donner, mais tout ce qui est fruits et légumes, ça part en casse. Tout ce qu'ils cassent, ça interpelle, on est interpellé »

Les supermarchés **étouffent les producteurs** auprès desquels ils s'alimentent :

« Oui et puis honnêtement je préfère engraisser mon producteur qui est à côté de chez moi, plutôt que l'hypermarché qui va tirer les prix toujours plus vers le bas et au final, nos agriculteurs, il y a un moment, ils pourront plus... et on le voit hein »

Drive

Le drive **évite les tentations inutiles**, permet de raisonner ses courses :

« on n'est pas tenté, et je pense que ça c'est hyper important, parce que... En fait j'ai l'impression de dépenser moins d'argent depuis que je fais le drive »

Le drive est **pratique**, mais conduit à la **suppression d'emplois**, ce à quoi le consommateur peut être sensible :

« Moi je pense que ça simplifierait beaucoup beaucoup de (...). J'y ai réfléchi plusieurs fois, notamment avec un enfant, c'est pas forcément évident de faire les courses etc. après je suis juriste en social de formation et c'est vrai qu'au niveau emploi, ça me pose d'autres questions ce développement du drive. Donc pour l'instant j'arrive pas à franchir ce cap pour me simplifier mon quotidien, parce que ça me fait une question de conscience »

Le **contact humain manque** dans un circuit comme le drive :

« Et moi, par exemple, moi je ne suis pas du tout attiré par ce genre de chose parce que j'aime beaucoup le contact humain (...). C'est vrai que si je vais dans un grand magasin, Auchan par exemple, il y a des caisses automatiques, je déteste aussi, je préfère le contact avec... Alors

c'est vrai que le temps est quelques fois un problème, mais bon, en organisant ma vie, j'y arrive »

Le drive poursuit l'extension de la grande distribution :

« Je trouve que c'est un moyen qu'ils ont trouvé pour pouvoir relancer un petit peu, parce qu'elles sont en perte de vitesse les grandes surfaces, et ils ont trouvé ce moyen pour s'étendre et gagner des parts de marché ; et je trouve ça sidérant. »

« Et puis petite parenthèse sur les drives, s'ils se développent aujourd'hui , c'est parce qu'ils sont pas soumis aux autorisations d'implantation comme les hypers »

7. Représentation de quelques circuits courts

Le drive fermier

Le drive fermier peut être intéressant dans la mesure où il **permet de connaître des producteurs** :

« C'est-à-dire que moi, pour les légumes et les fruits, ça ne m'attirera pas du tout. Par contre, peut-être de la viande, c'est vrai que pour l'instant j'achète surtout en grande surface, ou chez le boucher. Mais... si j'avais un producteur, parce que même le boucher, bon, si je connaissais un producteur qui me propose un circuit court pour avoir de la bonne viande, ben je préférerais oui. Alors que je ne suis pas du tout attiré par l'achat sur internet pour presque tout, et encore moins pour la nourriture... mais si c'est juste la façon de connaître un circuit court, là je serais pas contre »

Cela peut **élargir la clientèle des circuits courts**, en attirant notamment des **jeunes** :

« Moi je pense que ça peut peut-être intéresser la génération « web 2.0 », entre guillemets. Les jeunes, tout ce qui est tablette numérique, etc., qui sont vraiment toujours dessus et qui ont je pense, peut-être une consommation « supermarché » et pas forcément l'idée d'aller chercher quelques bons légumes quand ils consomment, au marché. Et peut-être ce serait une idée, il y a la facilité, il y a juste à cliquer... si il y a un point de livraison tout proche, peut-être que ça les encouragerait à consommer... »

Le drive fermier n'apporte rien dans un environnement où les circuits courts sont déjà bien développés :

« Je sais que dans la Drôme-Ardèche pour l'instant, c'est pas très utile, parce que c'est vrai qu'il y a des occasions, des producteurs partout, il ya des marchés qui sont intéressants... »

Mais certaines **contradictions entre drive et circuit court** sont relevées :

Ne serait-ce que dans le **terme**

« Un peu antinomique quand même »

« Ça fait pas local le « drive » »

« J'aurais préféré un mot français moi »

L'absence de contact humain

« si même dans ce mode de consommation, on est obligé de passer par un écran, je trouve ça dérangeant encore, c'est ce qui me dérange, après je suis pas contre. Je veux dire, je l'utiliserai peut-être, mais ça me dérange ouais, d'être tributaire de ce clic, qui pour moi, ouais, on voit dans la rue les gens avec leurs Smartphones, et c'est pareil, il sont toujours en train de geeker, donc stop à tout ça, donc changeons notre mode de fonctionnement et essayons d'être un peu plus humain »

« C'est gênant « drive ». Un drive à Macdonald, vous descendez pas de votre voiture. Un drive à Leclerc, on descend très peu de sa voiture. Alors utiliser le mot « drive » alors qu'on veut de la convivialité, on veut du contact, c'est très dérangeant pour moi. Donc pour moi le mot « drive » ne va pas ici, donc il faut surtout pas utiliser ça. On veut faire du local, donc il faut pas utiliser ce mot là, je suis désolé mais... »

Circuits courts et supermarché

Tout d'abord, il y a des produits locaux dans les supermarchés alentours et ils sont **repérables** (indication de la provenance, noms et photos des producteurs) :

« Oui vous voyez. Enfin moi je fais mes courses à Intermarché, vous voyez « Origine : Loriol », enfin moi je suis de Loriol, et vous voyez l'origine, c'est bien précisé, vous voyez vraiment que c'est les producteurs. Des fois vous avez même le nom des producteurs »

« On le voit à Leclerc, y'a des photos de producteurs, j'ai des amis qui sont en photos aussi »

Le fait que les grandes surfaces cherchent à s'emparer du concept de circuit court montre que ce dernier prend une certaine ampleur :

« Oui, ça montre que les grandes surfaces sont touchées par le mouvement des gens justement qui ont tendance à s'évader et ils essaient de récupérer, de remettre de l'humain »

Pour certains, il s'agit d'une récupération marketing :

« Ouais mais y'a quand même une opération marketing derrière qui est... enfin que je trouve dérangeante, c'est venir nous ramener à tout prix, en fait. Et ça a un petit côté dérangeant parce que finalement, ils pourraient mettre n'importe quoi sur l'étiquette, il y a aucun contrôle, il y a aucun label, il y a rien... »

« C'est quand même surfer sur une mode pour ramener des gens qui... qui s'échappent du filet »

Les supermarchés ont tout intérêt à ne pas mentir sur la provenance de leurs produits dits locaux :

« Mais je pense que, moi ça aurait tendance à me rassurer parce que si ça n'était pas la vérité, ils pourraient être attaqués pour publicité mensongère. Donc s'ils mettent le nom du producteur, voire sa photo, ça prouve bien que ça vient de cet endroit là... Parce que sinon ils prendraient des risques majeurs. »

Comme pour le drive, cela peut permettre de toucher un public plus large :

« Après, si le producteur local peut mieux vivre parce qu'il vend en grande surface à des personnes qui n'iraient pas, parce que c'est pas leur mode de consommation, c'est aussi permettre à des individus qui sont peut-être moins mobiles d'avoir accès à des produits régionaux, locaux »

III. Comparaison des deux focus groups

FG 1 : « e-consommateurs », tous font des achats sur internet, tous achètent principalement en grande distribution, et ne sont pas sensibilisés aux circuits courts mais aucun n'y est hostile

FG 2 : consommateurs de produits de circuits courts, tous achètent principalement en circuit court, au moins une fois par semaine

I. Une alimentation de qualité ?

Dans les deux groupes, les consommateurs font part de leur **méfiance vis-à-vis de l'alimentation, notamment depuis les crises sanitaires et de traçabilité récentes.**

Les **pesticides** effraient les consommateurs mais on décèle une certaine fatalité chez les « e-consommateurs » (FG 1) qui estiment les pesticides difficiles à éviter.

« Ouais parce qu'à la limite ça fait 32ans que j'en mange donc... Enfin, on mange tous de toute façon donc... Voilà donc, effectivement si on me dit, là y'a des pesticides, là y'en a pas, je prendrai là où y'en a pas bien évidemment. Après comment s'assurer qu'un fruit qui vient de France, d'Europe, d'Espagne ou du Portugal n'ait pas de pesticides ? » (FG 1)

Pour les **consommateurs en circuits courts** (FG 2), le **goût** est lié à la fraîcheur et à la maturité. La maturité conditionne aussi le goût selon le **premier groupe** (FG 1) qui en parle avec nostalgie, car il est selon eux devenu difficile à trouver.

« Ben entre je sais pas, des pêches mûres que vous achetez chez le paysan qui vend sa production, et celles qui ont mûries dans le camion pour arriver... dans un supermarché lambda. Il y a une différence de goût certaine... Dans la région on produisait beaucoup beaucoup de pêches (...) les producteurs ont beaucoup réduit leurs capacités, donc ils font plus vers la qualité, moins vers le rendement, donc on trouve de meilleurs fruits maintenant. Je suis pas sûr qu'il y a 30 ans on trouvait la même qualité de fruits » (FG 2)

« Bah ils cueillent trop tôt sur l'arbre, et puis elles mûrissent sur les étals, au lieu qu'elles mûrissent carrément sur l'arbre. Ca se faisait avant et on avait une région de pêches vers Valence, Bourg-lès-Valence, je veux dire, c'était plein de pêcheurs vers (...), on avait de très bonnes pêches, je me rappelle quand je me baladais en vélo là, je m'arrêtais, je mangeais une pêche, on était heureux. Mais maintenant... Même les abricots d'ailleurs. » (FG 1)

Pour les « e-consommateurs » (FG 1), le **bio** peut rassurer sur les **aspects sanitaires**, mais pour plusieurs personnes dans le groupe, le bio n'échappe pas aux pesticides soit parce que les producteurs bio en utilisent aussi, soit parce que leurs productions sont contaminées par les cultures conventionnelles environnantes.

« (...) le bio, il a un champ, et le voisin à côté il traite, ça va tout dessus, et c'est considéré comme du bio » (FG 1)

Le groupe des **consommateurs en circuits courts** (FG 2) **privilégie l'aspect local à la mention bio**, qui suscite au contraire aussi la méfiance, il s'agit pour beaucoup d'un argument marketing. Et le bio lointain apparaît comme un paradoxe.

« C'est-à-dire que le bio est plus forcément un gage de qualité aussi. Aujourd'hui, je dis pas qu'il y a pas de contrôles etc. mais des fois le voisin il est pas bio et c'est aussi bon, et c'est aussi peu traité et... donc il faut nous aussi être vigilants en tant que consommateurs, à savoir, « ben c'est bio, c'est super ». Si c'est pour payer 1€ de plus ou 2€ de plus le kg du voisin qui fait exactement pareil, mais qui a pas le tampon... Je pense que c'est un peu pareil avec tous ces labels là... y'a... ça fait vendre, mais je suis pas sûre qu'après on s'y retrouve au niveau qualité dans notre assiette. Donc je pense que pour ça les circuits courts c'est intéressant, parce qu'on sait ce qu'on achète, enfin on sait... On sait plus ou moins, en tout cas plus qu'en supermarché (FG 2)

« quand on voit les origines du bio, ça vient du Kenya, ça vient d'Espagne, ça vient des 4 coins du monde, et on se pose la question, c'est un label qui fait vendre mais est-ce qu'il est vraiment appliqué aux 4 coins du monde et puis je crois que c'est surtout une histoire de marketing, on vend un produit plus cher, pour une valeur nutritive qui est égale à un produit qui est traité. Donc voilà maintenant, plus une agriculture raisonnée que du bio pur » (FG 2)

De plus, dans les deux groupes, il est fait allusion aux prix élevés du bio.

II. L'ancrage territorial

La région est appréciée des « e-consommateurs » du FG1 qui essaient de privilégier ses produits mais aussi les produits français, parfois par fierté nationale.

« En plus on est dans une région où on a quand même beaucoup de choses... » (FG 1)

Ils sont plusieurs à exprimer leur solidarité avec des producteurs qu'ils estiment écrasés par les autres acteurs des filières.

« Moi je tire le chapeau à certains, qui bataillent pour gagner pas grand-chose ... pendant que d'autres s'engraissent sur leur dos. » (FG 1)

Dans le groupe des consommateurs en circuits courts (FG 2), les consommateurs semblent être beaucoup plus proches des producteurs de leur région. Ils apprécient le **développement important des circuits courts dans la Drôme**. Ceux qui ont déménagé récemment dans la région insistent sur cette spécificité.

« Oui, voilà... On a la chance d'habiter à Alex, c'est un petit village autour de Grane, créé tout ça, donc y'a plein d'agriculteurs autour, on a les coopératives autour. Donc on peut rencontrer les producteurs et leur poser des questions et échanger sur... Et ça par contre, on

était de Bordeaux, on est arrivé il y a 3ans dans la région, et ça c'est vrai que, depuis qu'on est dans la Drôme, vraiment... Ici on peut aller à la rencontre des producteurs et autres, euh... » (FG 2)

Mais un produit local ne signifie pas nécessairement un produit de qualité pour les consommateurs du FG 1 comme du FG 2.

« Moi j'y vais pas parce que j'ai pas confiance. Parce que le paysan du coin, il va traiter son champs avec des doses faramineuses. » (FG 1)

Le groupe des consommateurs en circuits courts (FG 2) fait la différence entre deux types d'agriculture : d'une part, des petites exploitations, d'autre part des exploitations industrielles alors que le groupe des « e-consommateurs » (FG 1) mentionne simplement le fait qu'un produit local n'implique pas un produit de qualité puisqu'il peut être local et abondamment traité.

« Il y a différents agriculteurs, il y a le petit agriculteur qui lui fait sa production juste pour vivre et tirer un salaire et puis celui qui va faire de la masse, qui va devenir une industrie et qui lui dès que sa marge elle descend, par contre, lui il va descendre dans la rue, il va faire des actions escargots parce que lui il retrouve pas sa marge, mais le petit producteur ouais... » (FG 2)

III. Les critères de choix de son alimentation

Certains consommateurs du groupe d' « e-consommateurs » (FG 1) estiment que c'est au consommateur de choisir parmi la gamme importante de produits qui lui est proposée et nombreux sont ceux parmi les consommateurs en circuits courts (FG 2) à faire part de la réflexion qui accompagne leur consommation.

« Bah l'hypermarché propose plusieurs sortes de produits. Donc il propose des produits bas de gamme et des produits (...), non, il donne un choix. Et c'est à nous consommateur à choisir... » (FG 1)

« Et par contre sur tout ce qui est alimentaire, je suis beaucoup plus réfléchi, de plus en plus. Je fais attention à ce que j'achète, comment je le consomme et puis euh... de toute la filière j'entends parce que.... » (FG 2)

Mais selon certains dans le groupe d' « e-consommateurs » (FG 1), cette possibilité de choix peut se révéler être une illusion car le consommateur est attiré par ce qui lui est proposé.

« Ben pas toute l'année mais des fois quand je passe et que je vois des fraises, je me dis « ah » et que je sens, je me dis « ah »... Ça nous attire hein au bout d'un moment (...) - ça sent le soleil » (FG 1)

Les arbitrages des consommateurs des deux groupes sont différents.

Le prix est un critère de choix pour tout le monde mais il n'est pas le seul. Des critères de qualité orientent également les choix. Dans le groupe de **consommateurs en circuits courts (FG 2)**, le **budget peut être un critère premier sans pour autant empêcher la consommation en circuits courts.**

« Moi je regarde d'abord ce qu'il contient et après je regarde le prix. Et puis j'estime par rapport à d'autres produits, si c'est vraiment très très cher, non, j'achète pas. » (FG 1)

« Euh moi je vais acheter en fonction de mon budget déjà. Et puis tout ce qui est alimentaire, je fais attention de... j'achète auprès des producteurs, des regroupements, des magasins et en ce qui concerne... je boycott entre guillemet les grandes surfaces. Je supporte plus. Ou alors vraiment c'est parce que je suis obligé, un produit. » (FG 2)

Les consommateurs **sensibilisés aux circuits courts (FG 2)** analysent, décryptent les **étiquettes**, essayent de ne pas se focaliser uniquement sur le prix et de consommer **local**.

La **fraîcheur**, les **réputations**, les **étiquettes** et les **labels** orientent les « e-consommateurs » (FG 1).

« Moi quand je vais faire mes courses, j'essaye d'éviter les boîtes, les surgelés, pour tout ce qui est légume déjà. La viande j'évite aussi, j'essaye de prendre des choses à la coupe en général, tout ce qui est fromage, viande. C'est peut être plus frais que les boîtes. Les fruits, donc oui, majoritairement, la qualité, on essaye en tout cas. » (FG 1)

« Moi je prends label rouge. » (FG 1)

Dans les deux groupes, les consommateurs recherchent la **praticité** mais ils y répondent différemment.

Dans le groupe d' « e-consommateurs » (FG 1), le **temps** est une **contrainte importante** qui conduit à privilégier certains circuits comme les GMS et notamment le drive. La praticité est un critère dans le **choix des circuits**, mais aussi dans le **choix des produits**, le prêt-à-manger est apprécié pour les gains de temps qu'il permet.

« En fait, moi ce que je peux dire c'est que dans la semaine, quand j'ai pas le temps, c'est le drive. Mais j'aime bien mon weekend quand je vais faire mon petit marché. Je pars à Beauvallon, que des... C'est à côté-là. » (FG 1)

Face à cette contrainte, les consommateurs **s'organisent**. Dans le groupe des « e-consommateurs » (FG 1), sont évoqués la liste de course, l'importance des réseaux ainsi que la conservation des produits.

Les consommateurs sensibilisés aux circuits courts (FG 2) optent pour un **circuit court adapté à leurs emplois du temps**, combinent plusieurs circuits, cuisinent, ont parfois des jardins, s'approvisionnent aussi grâce à des réseaux et au bouche à oreille et privilégient la qualité à la quantité.

« Oui ou des gens qui ont envie de bien manger et qu'ont pas forcément le temps aussi. Parce que... moi je pars le matin, il est 7h, je rentre le soir il est 7h30, aller voir le producteur, c'est juste pas envisageable quoi. Donc ce genre de solution c'est, comme mon panier sur mon lieu de travail, c'est aussi un moyen de bien me nourrir... alors effectivement je choisis pas forcément mais je mange certainement plus correctement que si j'achetais au drive de supermarché » (FG 2)

Les consommateurs en circuits courts (FG 2) vont parfois en grande surface, mais s'en abstiennent majoritairement pour les produits frais.

« Et c'est vrai que j'ai un budget assez serré donc je vais acheter les bases dans la grande distribution, et tout ce qui est viandes, légumes, fruits, j'achète dans les magasins locaux » (FG 2)

Certaines occasions amènent à consommer autrement dans le FG 1, à s'approvisionner sur les marchés ou chez les artisans-commerçants, parfois pour le simple plaisir ou pour bien recevoir.

IV. L'information

Globalement, les consommateurs du FG 1 estiment qu'il y a un **manque d'informations sur les produits** alors que de nombreuses informations alarmantes sur l'alimentation circulent à travers plusieurs médias : si elles sont parfois mises en doute, elles incitent tout de même le consommateur à la méfiance. Mais il ne paraît pas avoir les informations nécessaires pour mettre cette méfiance en pratique, à savoir s'informer sur ce qu'il mange et choisir.

« Moi je pense qu'on n'est pas assez informés sur ce genre de pratiques, le bio, le pas bio, AB, labels, tout ça. On nous a mis ça dans les supermarchés. Alors, au début c'était, bio, bio bio, ouais super, on va manger super bien, des supers bons trucs. Et puis après on a vu des émissions, que c'était pas vraiment vrai quoi. (...) Voilà, c'est pas évident de croire, de croire ce qu'on nous met. Certains, bon je parle de colorants, bon des colorants, ils en mettent, mais sous d'autres formes qu'on connaît pas, des formes très, euh... Oui d'autres appellations qu'on ne connaît pas et puis » (FG 1)

De plus, il est fait mention d'un **manque d'informations sur les circuits courts**.

Le FG 2 a davantage évoqué la communication sur les circuits courts.

V. Représentation des circuits courts

Avant définition du Ministère, ils évoquent aux « e-consommateurs » (FG 1) un circuit sans intermédiaires ou alors avec peu d'intermédiaires, ou encore l'achat à des producteurs de petites exploitations locales. Dans le groupe de consommateurs en circuits courts (FG 2), le circuit court est défini comme un circuit de proximité, avec peu d'intermédiaires.

Pour les deux groupes, la définition ne convient pas parce qu'elle n'intègre pas la dimension locale, le circuit peut être « long » avec peu d'intermédiaires.

« Bah c'est pas si court que ça à la limite... » (FG 1)

« D'accord. Mais c'est pas ce que je considère moi comme un circuit court. » (FG 2)

Plusieurs **avantages** sont reconnus dans les deux groupes :

- la **qualité**
- la **confiance** et la **transparence**

« Ben, moins de risques d'erreur sur la traçabilité en circuits courts. » (FG 1)

« Moi j'aurais plus confiance en la ferme qu'en... qu'en la grande distribution. » (FG 1)

« L'intérêt d'aller chez les locaux c'est qu'on peut aborder ces sujets là. Des pesticides et savoir comment ils produisent et tout. De plus en plus aussi, ils affichent leurs méthodes » (FG 2)

« C'est-à-dire qu'ils ont des compte à rendre tout de suite s'ils ont des problèmes, alors que circuits longs... » (FG 2)

- la **solidarité** et le **soutien à l'économie locale**
- la **convivialité** et le **plaisir**

« Il y a une question de plaisir aussi. Moi ça me fait plaisir d'aller voir mon producteur, ça me fait franchement pas plaisir d'aller voir le poisson sous vide au supermarché. Donc je pense... Il y a voilà... aussi bien qu'il y a des gens qui aiment bien faire une rando, ben moi j'aime bien manger, j'aime bien savoir » (FG 2)

Les « e-consommateurs » (FG 1) ajoutent à cela la **primeur** et la **fraîcheur** des produits.

« Circuit court, bon, le produit sera bon, c'est tout. Qu'en circuit long, les fruits et les légumes, déjà ils les ont ramassés verts, y'aura le transport. Ça a pas le même goût, pas le même aspect. » (FG 1)

Les **inconvenients** sont pour les deux groupes le **manque de diversité**, et le groupe d' « e-consommateurs » (FG 1) ajoute un **manque de praticité** : le fait que les produits ne soient pas regroupés comme ils peuvent être en grande surface

« Après, ce qui me plaît moins, pour une question pratique, c'est que il faut aller prendre ces fruits et ces légumes là, après il faut aller à l'hypermarché, ben pour prendre la lessive, les trucs pour le sol, enfin tout ce qui va être hygiène, gel douche, machin... » (FG 1)

En ce qui concerne les prix des produits de circuits courts, plusieurs consommateurs des deux groupes estiment qu'il est logique qu'ils soient moins chers du fait de la réduction des intermédiaires. Et parmi les consommateurs du FG 2, il est d'ailleurs souligné que les prix ne sont pas nécessairement plus élevés qu'en circuit long. Mais parmi les « e-consommateurs », certains peuvent comprendre que ce soit moins cher que le supermarché qui achète en gros. Cela dépend aussi des producteurs selon des consommateurs du FG 1.

VI. Le drive

Les consommateurs sont plusieurs dans les deux groupes à considérer que le drive est très pratique, qu'il permet un gain de temps conséquent.

« C'est ce qu'on cherche hein, pas passer des heures et des heures dans un magasin. » (FG 1)

Dans les deux groupes aussi, il est souligné par certains qu'il permet d'éviter les tentations et des achats inutiles.

Mais ils expriment aussi des réticences, notamment pour l'achat de produits frais car il est souvent important pour le consommateur de voir le produit avant l'achat.

Les raisons des réticences sont plus variées dans le **deuxième groupe (FG 2)** : elles peuvent être liées à l'absence de contact humain ou encore aux enjeux qu'impliquent le développement des drives tels la perte d'emplois ou la poursuite de l'extension de la grande distribution.

« Et moi, par exemple, moi je ne suis pas du tout attiré par ce genre de chose parce que j'aime beaucoup le contact humain (...)C'est vrai que si je vais dans un grand magasin, Auchan par exemple, il y a des caisses automatiques, je déteste aussi, je préfère le contact avec... Alors c'est vrai que le temps est quelques fois un problème, mais bon, en organisant ma vie, j'y arrive » (FG 2)

« Et puis petite parenthèse sur les drives, s'ils se développent aujourd'hui , c'est parce qu'ils sont pas soumis aux autorisations d'implantation comme les hypers » (FG 2)

Conclusion

Les consommateurs des deux groupes font part de leur **méfiance vis-à-vis de l'alimentation**, notamment depuis les différentes **crises sanitaires** et de **traçabilité**. Mais on remarque chez les non-consommateurs une certaine fatalité par rapport à la présence de pesticides dans l'alimentation.

Beaucoup d'informations alarmantes sur l'alimentation circulent, mais les non-consommateurs **manquent de moyens pour se renseigner sur les produits qu'ils consomment**. Ils disent également manquer d'**informations sur les circuits courts**, dans une région où ils sont pourtant très développés. Mais il convient de noter que ces non-consommateurs étaient majoritairement urbains, alors que les consommateurs en circuits courts venaient de zones plus rurales.

Le **manque d'informations semble être un réel frein à la consommation en circuits courts** car consommateurs comme non consommateurs reconnaissent une **longue liste commune d'avantages aux circuits courts** (qualité, confiance, transparence, solidarité, soutien à l'économie locale, convivialité, plaisir).

A ce frein s'ajoutent des **freins pratiques et budgétaires**.

Mais les consommateurs en circuits courts disent pouvoir s'approvisionner en circuits courts tout en incluant le budget dans les critères premiers de choix. De plus, ils optent pour des **circuits courts adaptés à leurs emplois du temps** et en combinent parfois plusieurs.

Après l'échange qu'il y a eu sur les modalités du drive fermier (horaires, lieu etc), il a été dit que le **drive fermier (action 3)** peut justement répondre aux contraintes de certains emplois du temps où la disponibilité manque. Selon plusieurs consommateurs des deux groupes, le drive classique est très pratique car il permet un gain de temps conséquent mais les

consommateurs expriment diverses réticences : le besoin de voir les produits et le manque de contact humain principalement. Malgré cela, selon les consommateurs en circuits courts, ce circuit peut toucher un public plus large, plus jeune notamment, et il permet de connaître de nouveaux producteurs. Le drive a ouvert début juin et livre sur 3 sites dont deux dans Valence, un notamment sur une zone d'activité. Ces emplacements sont à même de s'adapter aux activités des urbains non-acheteurs en circuits courts.