Institutional Repository - Research Portal
Dépôt Institutionnel - Portail de la Recherche
researchportal.unamur.be
University of Namur

THESIS / THÈSE

MASTER EN SCIENCES DE GESTION À FINALITÉ SPÉCIALISÉE

COMMENT AMELIORER LA PERCEPTION DU PRIX DES CONSOMMATEURS VIS-À-VIS DES ENSEIGNES DE LA DISTRIBUTION DE L'ALIMENTATION DURABLE
CAS DE L'INFORMATION DU CONSOMMATEUR

DJOUMESSI NZOUATOU, Ruth

Award date:
2024

Awarding institution:
Universite de Namur

Link to publication

General rights
Copyright and moral rights for the publications made accessible in the public portal are retained by the authors and/or other copyright owners and it is a condition of accessing publications that users recognise and abide by the legal requirements associated with these rights.

- Users may download and print one copy of any publication from the public portal for the purpose of private study or research.
- You may not further distribute the material or use it for any profit-making activity or commercial gain
- You may freely distribute the URL identifying the publication in the public portal ?

Take down policy
If you believe that this document breaches copyright please contact us providing details, and we will remove access to the work immediately and investigate your claim.

Download date: 03. Jul. 2025

COMMENT AMELIORER LA PERCEPTION DU PRIX DES CONSOMMATEURS VIS-À-VIS DES ENSEIGNES DE LA DISTRIBUTION DE L'ALIMENTATION DURABLE : CAS DE L'INFORMATION DU CONSOMMATEUR

Ruth DJOUMESSI NZOUATOU

Directeur : Prof. Pietro Zidda

Mémoire présenté

en vue de l'obtention du titre de

Master 120 en sciences de gestion, à finalité spécialisée

en Business Analysis & Integration

ANNEE ACADEMIQUE 2023-2024

Université de Namur, ASBL
Faculté des Sciences économiques, sociales et de gestion – Département des Sciences de gestion

Rempart de la Vierge 8, B-5000 Namur, Belgique, Tel. +32 [0]81 72 49 58/48 41

REMERCIEMENTS

Je tiens à remercier le Professeur Zidda, qui a fait preuve de grande patience à mon égard pour ce mémoire.

Je remercie tous ceux qui de près ou de loin m'ont soutenu pour ce mémoire. Par un mot, un geste ou un encouragement.

Je remercie particulièrement les personnes qui ont acceptées de répondre à mon questionnaire en prenant sur leur temps pour me répondre.

RESUME

Dans un contexte post covid-19 où la crise en Ukraine a fragilisé les portefeuilles des consommateurs en raison de l'inflation, les enseignes de la distribution alimentaire durable font face à une désertion de leurs magasins jugés trop chers. Les études menées par les acteurs de ce secteur montrent que la perception de cherté dont sont victimes ces enseignes de la distribution alimentaire durable ne reflète pas la réalité des prix pratiqués sur le terrain. Face à cette perception erronée du prix, les acteurs de la distribution alimentaire durable ont constaté qu'il existe un manque d'information du consommateur et nombre d'entre eux envisagent des actions de sensibilisation, d'information ou encore de communication massive. D'où la question de savoir si : une meilleure information du consommateur pourrait améliorer sa perception du prix vis-à-vis des enseignes durables. L'objectif de ce travail est donc d'identifier l'éventuel impact d'une telle démarche d'information. Pour se faire, une étude qualitative a été menée sur un échantillon de convenance de 15 individus résidant en Belgique. Cette étude a apporté divers éléments en faveur d'une meilleure information des consommateurs mais surtout elle a permis d'identifier des axes de communication pour toucher de façon plus personnelle les prospects

Mots clés : perception, prix, distribution alimentaire durable.

SUMMARY

In a post-Covid 19 context, where the crisis in Ukraine to weaken consumers' wallets due to inflation, sustainable food retail chains are facing a desertion of their stores which are considered too expensive. Studies conducted by the sector's show that the perception of unaffordable prices suffered by these sustainable does not reflect the reality of the prices charged on the ground. Faced with this misperception of price, the actors in the sustainable food sector notice that there is a lack of consumer information and many of them are considering and are planning awareness-raising, information, and mass communication campaigns. This raises the question of whether better consumer information could improve consumers' perception of the price of sustainable brands? The aim of this study is therefore to identify the possible impact of such an information approach, and to do so, a qualitative study was conducted on a random sample of fifteen individuals living in Belgium. This study not only provided a number of elements in favor of better consumer information but helped to identify communication avenues to reach prospective customers on a more personal level.

Key words: perception, price, sustainable food network.

Table des matières

INTRODUCTION GENERALE

PARTIE THEORIQUE : ENJEUX DE L'ALIMENTATION DURABLE ET REVUE DE LA LITTÉRATURE

1. LES ENJEUX DE L'ALIMENTATION DURABLE

1.1 DEFINITION DE L'ALIMENTATION DURABLE
1.2 LES ENJEUX CULTURELS
1.3 LES ENJEUX SOCIAUX
1.4 LES ENJEUX ECONOMIQUES

2 : LA REVUE DE LA LITTÉRATURE

2.1 UN APERCU DU MARCHE DE L'ALIMENTATION DURABLE ET DE L'ALIMENTATION CONVENTIONELLE : Chiffres et Etudes et Défis
2.2 LA PERCEPTION DU PRIX

PARTIE PRATIQUE : QUESTION DE RECHERCHE, METHODOLOGIE ET RESULTATS

1. LA QUESTION DE RECHERCHE, LA METHODOLOGIE ET LES RESULTATS

1.1 LA QUESTION DE RECHERCHE
1.2 LA METHODOLOGIE

2. RESULTATS ET DISCUSSION

2.1 RESULTATS
2.2 DISCUSSION

CONCLUSION GENERALE
RECOMMANDATIONS MANAGERIALES
LIMITES

ANNEXES
ANNEXE 1: LIST OF SELECTED FOOD CHOICE VALUES FROM THE PUBLISHED LITTERATURE
ANNEXE 2 : GUIDE D'ENTRETIEN
ANNEXE 3 : GRILLE D'EVALUATION
ANNEXE 4 : RETRANSCRIPTIONS DES INTERVIEWS
BIBLIOGRAPHIE
ACRONYMES

INTRODUCTION GENERALE

L'alimentation durable est un défi pour toute société moderne. En effet, elle revêt des enjeux d'ordre économiques, sociaux, environnementaux et sanitaires. Intégrer une alimentation durable dans un foyer découle pour la plupart des individus de l'impossible, à cause de l'image quelque peu « négative » que les consommateurs ont des enseignes durables. Cette image (toute autre chose étant égale par ailleurs) vient généralement de la perception du prix que les individus ont des enseignes qui s'inscrivent dans une ou plusieurs formes de distributions alimentaires durables. Qu'est-ce qu'une alimentation durable ? quels en sont les enjeux ? Comment est-ce que la perception du prix influence-t-elle les consommateurs dans leurs décisions d'achat ? Que faire pour l'améliorer ? ce sont autant de questions auxquelles ce mémoire va tenter d'apporter une explication. Pour arriver à ce résultat, nous aborderons tour à tour : la définition de l'alimentation durable et ses différents enjeux, la revue de la littérature en rapport avec le marché de la distribution alimentaire durable et la notion de perception du prix et enfin nous entrerons de plein pied dans l'enquête qualitative destinée à répondre à notre question de recherche à savoir :

EST-CE QU'UNE MEILLEURE INFORMATION DES CONSOMMATEURS PEUT AMELIORER LA PERCEPTION DU PRIX DES ENSEIGNES DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE DURABLE ?

Cette partie aura pour but d'apporter des éclaircissements quant au rôle de l'information dans la perception du prix par les consommateurs. Suivra des analyses qui déboucheront sur des conseils d'ordre managériaux.

PARTIE THEORIQUE : ENJEUX DE L'ALIMENTATION DURABLE ET REVUE DE LA LITTÉRATURE

1 ENJEUX DE L'ALIMENTATION DURABLE

1.1. DEFINITION DE L'ALIMENTATION DURABLE

D'après l'ADEME l'alimentation durable est « **l'ensemble des pratiques alimentaires qui visent à nourrir les êtres humains en qualité et en quantité suffisante, aujourd'hui et demain, dans le respect de l'environnement, en étant accessible économiquement et rémunératrice sur l'ensemble de la chaîne alimentaire ».** Cette définition fait apparaître trois grands points d'intérêts :

- La protection de l'alimentation
- L'accessibilité financière
- La rémunération des différents acteurs de la chaîne alimentaire.

Vu ces trois grands points d'intérêt, il est logique de penser que dépendamment de l'acteur l'alimentation durable prendra une forme différente. Ainsi, dans sa définition de l'alimentation durable le FAO met l'accent entre autres sur : l'acceptation culturelle, la cohérence avec une bonne santé, la loyauté et le réalisme économique (FAO ,2010). Les consommateurs pour leur part appréhendent l'alimentation durable selon un discours dualiste : d'une part à l'aune de la qualité et des caractéristiques de l'emballage, et d'autre part en tenant compte de la préservation de l'environnement, des préoccupations sociales et de l'éthique (Mathe ,2009). La complexité dans la définition de l'alimentation durable pose la question de l'importance et des impacts d'une telle alimentation. Il semble donc pertinent d'examiner ses principaux enjeux sur les plans culturel, social et économique.

1.2. ENJEUX CULTURELS :

Le dictionnaire Larousse définie la culture comme étant : « *Dans un groupe social, ensemble de signes caractéristiques du comportement de quelqu'un (langage, gestes, vêtements, etc.) qui le différencient de quelqu'un appartenant à une autre couche sociale que lui* »[1].Parmi les signes caractéristiques dont il est question dans cette définition, l'alimentation tient un rôle de premier ordre. Ne dit-on pas « on est ce qu'on mange » ? en effet l'acte alimentaire s'entoure de modalités qui varient d'une culture à l'autre tout en étant tributaire des revenus et des idéaux des ménages, notamment dans les groupes culturels identiques. Selon Fischer (2013), les préoccupations sanitaires, éthiques ou religieuses peuvent être des façons pour les individus d'affirmer leur singularité. L'assiette devient dès lors le lieu de construction de l'identité mais aussi des goûts (De saint pol , 2017). Cette identité et ces goûts vont se transmettre et poser la question des choix alimentaires des générations actuelles et futures. Le lien entre culture et alimentation est tel que l'aliment ne se limite pas à sa seule valeur nutritive : il fait partie de l'identité des groupes d'individus : à titre d'exemple, nous pouvons mentionner le végétarisme : lié aux valeurs

[1] Dictionnaire Larousse Français consulté en ligne

religieuses (bouddhisme etc.), l'aliment devient un symbole de non-violence tandis que sous d'autres cieux, il manifeste la volonté éthique de préserver le bien-être animal. Cet exemple permet de percevoir la multiplicité symbolique de l'aliment et de l'alimentation en général. Cette ambivalence peut aussi s'analyser via le prisme de la communication : comme le montre Vatika (2018), associée à des expériences marquantes, l'alimentation est porteuse d'un sens que l'on retrouve tant dans les expressions communes comme « rompre le pain » lorsqu'il s'agit de partager un repas entre amis, que dans l'imaginaire construit par les publicitaires : C'est le cas de la consommation du café qui est présenté comme un moment paisible (break) , image qui tranche avec ses propriétés nutritives qui en font un excitant. Au-delà des expériences marquantes liée à l'alimentation, Monterrosa et al. (2020) s'intéressent aux facteurs socio-culturels qui influencent les choix alimentaires des individus. Pour eux, au niveau individuel, le choix de l'alimentation est soumis à un arbitrage entre les différentes valeurs de l'individu (goût, coût, etc.)[2] , qui s'inscrit dans une interaction entre la personne et son environnement social et physique. Il est toutefois intéressant de noter que les préoccupations en matière de changement dans le comportement alimentaire des individus et leurs impacts ne datent pas d'aujourd'hui. Fischler (1988) décriait déjà 5 points qui selon lui rendent problématique l'identification des aliments (dans le cadre d'une analyse du lien entre identité et alimentation) à savoir :

- La méconnaissance de la production, de l'histoire et de l'origine des aliments
- La préparation en usine qui met une distance entre l'élaboration des produits alimentaires et l'assiette du consommateur
- L'érosion du cadre socioculturel qui régissait l'alimentation à cause des changements économiques et de mode de vie
- L'hyper transformation des aliments, leur conditionnement qui les dépouille de leurs caractéristiques sensorielles en priorisant la présentation
- Le progrès technique qui pour réduire les coûts de production tend à imiter l'aliment naturel qui est de moins en moins identifiable par le consommateur (exhausteurs de goûts, produits de conservation etc.)

On retire comme enseignement de Fischler (1988) que les aliments actuellement à la disposition du consommateur, ne jouent plus leur rôle de lien entre l'individu et la nature. Ceci s'observe notamment dans la répartition géographique des activités où les aliments sont produits en milieu rural (pour la plupart) et consommés en milieu urbain où nombre de consommateurs ignorent le travail et le trajet de leur nourriture. D'autre part, le conditionnement a remplacé le plaisir sensoriel qui jusqu'ici permettait de sélectionner l'aliment par un choix dominé par la vue (lecture des étiquettes, utilisation des applications pour choisir ses aliments, calibrage etc.)

Compte tenu de ces éléments culturels, il apparaît pertinent de se pencher sur les enjeux sociaux de l'alimentation afin de l'inscrire dans une logique structurelle.

1.3. ENJEUX SOCIAUX :

Sur le plan social, l'importance de l'alimentation durable se dessine à travers les limites du système alimentaire dit conventionnel ou industriel. Selon IPES-FOOD (2019), 400000 européens sont tués chaque année par la pollution issue du monde agricole qui est responsable de 90% des émissions d'ammoniac dans l'Union Européenne. Cette pollution s'étend aussi aux

[2] Voir le tableau list of selected food choice values from the published literature en annexe.

écosystèmes aquatiques qui sont envahis par les plastiques dont 100000 tonnes auraient pollué les rivières en 2016 selon Kaza et al. (2018). Hormis la pollution notoire du système alimentaire conventionnel, la qualité des produits de ce système pose question : on estime par exemple que 30% de la population Belge est sujette à l'obésité (DH 2023) ce qui entre autres facteurs résulte de l'augmentation de la consommation de sucre et de gras : éléments qui sont omniprésents en grandes quantités dans les produits issus de l'alimentation conventionnelle. A côté de cette augmentation de la consommation des calories, on remarque une sous-nutrition en micronutriments encore appelée « faim cachée ». La « faim cachée » affecte le développement intellectuel et les défenses immunitaires des individus avec toutes les conséquences qui en découlent parmi lesquelles une inaptitude au travail qui pourrait avoir des répercussions sur l'économie (Bricas et al. 2021). Si le déficit nutritionnel est bien présent, la contamination chimique quant à elle constitue un problème majeur du système alimentaire conventionnel. Cette contamination touche autant les consommateurs que les producteurs : Boedeker et al (2020) parlent de 44% de la population d'agriculteurs qui serait empoissonnée par les pesticides tandis que les perturbateurs endocriniens se chargent de l'effet cocktail chez les consommateurs. En plus de l'enjeu de santé publique dont nous venons de présenter quelques éléments, l'alimentation est tributaire des nouvelles formes de sociétés qui (co)existent. À la faveur des migrations, les populations sont de plus en plus mixées et cette mixité transparaît aussi dans la façon de s'alimenter : de plus en plus de personnes consomment des aliments venus d'autres contrées, posant la question du kilomètre alimentaire. Le kilomètre alimentaire[3] est « la distance parcourue par les denrées agroalimentaires de l'exploitation agricole au consommateur » selon Smith et al. (2005). Le kilomètre alimentaire est au centre des aspirations de relocalisation de la production agricole. Compte tenu des composantes qui lui sont généralement associées (la construction des liens sociaux, l'éducation etc.), le kilomètre alimentaire constitue un facteur déterminant dans le cadre de l'aide accordée à certaines filières agricoles locales : faibles effets sur l'environnement et bénéfices liés à leur maintien. Le kilomètre alimentaire est aussi repris par des sociétés comme Casino pour l'étiquetage environnemental de près de 4000 produits de leur enseigne, ceci dans le but de se différencier de la concurrence. Cependant, l'étiquette environnementale en plus d'être un élément de différenciation sur le marché alimentaire est surtout un marqueur de la préoccupation accrue du consommateur pour l'impact associée à son alimentation : la généralisation des labels écologiques, des nutriscores et autres informations sur le produit ont donné naissance à plusieurs applications technologiques dont le but est d'aider le consommateur à choisir les produits les plus sains ; posant de fait la question de la forme que prendra l'alimentation dans le futur. À cette préoccupation, Rastoin (2018) mentionne 4 caractéristiques de la consommation, de la production, de l'organisation et de la gouvernance qui permettraient de faire la différence avec les systèmes alimentaires dominants actuels à savoir :

- Une consommation alimentaire durable c'est-à- dire une alimentation présente en quantité suffisante, de qualité et respectant les saisons et les cultures des individus
- Une production basée sur une triple proximité : la proximité éco sphérique régie par les principes de l'agroécologie et rapprochant production végétale, animale et forestière. La proximité entre agriculture et industrie alimentaire avec comme priorité le localisme de l'approvisionnement en matière première alimentaire. Et enfin la proximité de l'offre et du consommateur, avec une offre variée et facilement vérifiable (composante, origine etc.)

[3] Il est exprimé en émission de CO^2 ou en unités monétaires

- L'organisation d'un réseau alimentaire qui devra inclure : circuits courts, unités de production familiales, des petites et moyennes entreprises (PME) pour un meilleur partage de la valeur créée, l'amélioration des performances économiques via la mutualisation et l'information transparente et partagée entre les acteurs.
- Une gouvernance partenariale avec la mise en exergue de l'économie sociale et solidaire à travers des systèmes alimentaires territorialisés (SAT).

Ces caractéristiques conceptuelles de ce que pourrait/ devrait être l'alimentation du futur, oblige à se demander quelles sont les enjeux économiques intrinsèques à l'alimentation.

1.4. ENJEUX ECONOMIQUES :

L'évolution de la répartition du budget des ménages belges est un bel exemple de l'impact économique de l'alimentation sur les ménages : entre 2018 et 2020 la dépense alimentaire belge est passée de 14% à 15.9%. Cette dépense constituait sur la période le 2nd poste de dépense le plus important, soit en moyenne 5600 euros par ménage consacrés aux produits alimentaires. Cette dépense a évolué comme suit : l'achat des légumineuse (+26%), de poissons (+15%), de viande (+12%), de fruits (+10%), de produits céréaliers (+6%) et de café (+23%). Ces chiffres représentent une augmentation globale de 18% des dépenses en viande, légumes et pommes de terre. Toutefois, entre les 3 régions du pays on note une légère différence : ainsi on a respectivement 16% en Flandre, 16.2% à Bruxelles et 15.6% en Wallonie du budget des ménages. Plus proche de nous, d'après le cabinet Hello Safe, en février 2023, la Belgique a enregistrée une inflation alimentaire de 19.4% se situant ainsi au-dessus de la moyenne européenne qui est de 19.1%. La part consacrée par les ménages belges à l'alimentaire est donc passée de 14% en 2021 à 30% en mars 2023, avec comme indiqué pour 2021 des disparités entre les régions, soit 28.9% en Flandre contre 33% en Wallonie. Cette inflation explique aisément l'attention que les ménages portent sur le prix des aliments, mais au-delà de cette préoccupation tarifaire des consommateurs, l'alimentation a aussi un impact sur les distributeurs pour sur le plan de l'offre, des conditions de travail, et du management appliqué dans le secteur alimentaire[4]. Concernant l'offre du secteur, comme nous l'avons dit dans le volet concernant les enjeux sociaux, le système alimentaire conventionnel est chargé de nombreuses limites. Ces limites ont donné une impulsion décisive à l'innovation : l'offre alimentaire durable se décline en plusieurs alternatives dont les plus connues sont l'offre alimentaire biologique, et les circuits courts. Toutefois, il existe de nombreuses formes dont on ne parle pas beaucoup comme les coopératives producteurs/consommateurs, les épiceries participatives, les magasins de vracs etc. chacune de ces initiatives répond à un besoin (idéologique, sanitaires, etc.) particulier des consommateurs. À titre d'exemple, l'alimentation biologique répond aux préoccupations des consommateurs qui souhaitent se défaire des effets des pesticides, tandis que les circuits-courts intéresseront plus particulièrement les consommateurs sensibles au développement économique de leur communauté. Qu'en est-il dès lors de l'accessibilité des aliments en termes de variété et de quantité. Selon le SPW (2018), il existe un besoin de développement de l'offre d'aliments issus du circuit durable. Mais quel est l'impact monétaire des offres alternatives alimentaires ? Dans une enquête sur les effets d'une alimentation locale sur l'économie, Rossi et al, (2017) ont mesuré l'impact sur les ventes régionales, le nombre d'emplois créés et la contribution au produit intérieur brut (PIB). Le résultat de ces mesures montre que dans les 3

[4] Notre propos se concentre sur la distribution quoique nous parlons de la chaîne en général

régions concernées par l'étude, le système alimentaire local pourvoyait 2 à 3 fois plus d'emplois indirects[5] que le système alimentaire conventionnel. D'autre part, sa participation au PIB était supérieure et les ventes régionales dans 2 régions sur 3 étaient meilleures que celle du système alimentaire conventionnel. A partir de cette étude, on comprend que les bénéfices pour l'ensemble de la communauté sont plus nombreux dans un système alimentaire local que dans le conventionnel (en fonction des caractéristiques régionales) quoique les marges soient moindres dans le système alimentaire local. Cet exemple de l'alimentation locale peut être renforcée par l'exemple Belge. En effet, côtés producteurs, la pression immobilière sur les terres agricoles fait grimper leur prix en diminuant de fait leur revenu. Dans certains cas comme celui du lait, le prix de vente ne couvre pas les coûts de production (0.3 cent/kg au prix de vente alors même qu'il faudrait 0.45 cent/kg pour couvrir les frais et assurer un revenu décent aux producteurs de lait belges). Ces conditions de travail et la pression économique qui pèsent sur les exploitants ont pour conséquence de freiner la transmission intergénérationnelle des fermes car la plupart sont contraints de fermer : Espace environnement (2017) parle d'une perte de 63% des fermes en Belgique au cours des 30 dernières années. D'où l'importance d'un prix juste qui serait à la fois rémunérateur pour les acteurs de la chaîne et non discriminant pour les consommateurs.

2 LA REVUE DE LA LITTÉRATURE

Nous consacrerons cette partie à la connaissance du marché dédié à l'alimentation durable et ferons un bref aperçu du marché conventionnel. Après ce passage, nous aborderons le concept de perception du prix à la lumière des études antérieures réalisées sur cette notion, ce qui nous mènera à la formulation du modèle qui nous servira de base de travail pour la partie pratique de notre propos.

2.1 UN APERCU DU MARCHE DE L'ALIMENTATION DURABLE ET DE L'ALIMENTATION CONVENTIONELLE : Chiffres, Etudes et Défis

À la suite de la crise de la Covid et de celle de l'Ukraine, les consommateurs ont vu leur pouvoir d'achat réduit tandis que les coûts des producteurs n'ont eu de cesse d'augmenter. Malgré l'indexation des salaires de 2023, les consommateurs en général et Belge plus particulièrement ont adoptés de nouvelles habitudes d'achat alimentaire. Selon l'article rédigé pour Retail detail, Rompaey (2023) montre que sur un échantillon de 200 belges sondés, 42% étaient encore en proie au stress financier tandis que 59% d'entre eux ont modifié leur comportement d'achat alimentaire. Dans la population ayant changé ses habitudes de consommation, 53% choisissent moins de produits de marque tandis que 39% d'entre elles ont augmenté leurs achats de marques de maison. Pour ce qui est des aliments issus de la filière alimentaire durable, 1/3 des sondés déclarent délaisser ces aliments pour une fréquentation plus assidue des hard discounters. Face à ces nouveaux comportements d'adaptation des consommateurs à l'évolution de leur budget, il est important d'analyser séparément chacune des branches qui

[5] La comparaison est faite avec les emplois indirects, car les emplois directs du secteur alimentaire local sont tributaires de la saisonnalité ce qui n'est pas le cas du système conventionnel où l'on retrouve plus de contrats à temps plein.

constituent la filière de l'alimentation durable, afin de déterminer quels défis se présentent aux acteurs du secteur en matière de perception du prix. Nous procèderons donc à une brève présentation de ces différentes branches de la filière alimentaire durable, puis nous allons les examiner l'une après l'autre du point de vue du marché (chiffres clés) d'une part et du point de vue du consommateur d'autre part, avant de faire un bref détour avec la filière alimentaires conventionnelle.

L'alimentation durable est un mode de consommation qui se décline en plusieurs approches selon l'intérêt et la vision qui préside la formation de chaque approche. Le tableau 2.1 ci-dessous présente les différentes approches et l'idéologie qui les sous-tend.

DÉNOMINATION	**IDÉOLOGIE**	**APPROCHE-PRIX**
Commerce de vrac	Réduction des emballages et du gaspillage	Juste mesure (payer seulement les quantités dont on a besoin)
Commerce biologique	Elimination des pesticides	Prix juste
Commerce local	Réduction du nombre d'intermédiaires entre le producteur et le consommateur final	Prix rémunérateur de toute la chaîne de production
Commerce équitable	Valorisation du travail des producteurs et préservation de leur revenus	Prix équitable/ prix juste

Tableau 2.1les différents approches de l'alimentation durable

- **LE COMMERCE DE VRAC :**

Comme mentionné plus haut, le commerce de vrac alimentaire fait partie de l'ensemble assimilé au commerce alimentaire durable. Apparu dans les années 2014 en Belgique, le commerce de vrac est défini par l'article 41 de la loi AGEC comme étant : « **la vente au consommateur de produits présentés sans emballage primaire en quantité choisie par le consommateur, dans des contenants réemployables ou réutilisables**. » les chiffres du commerce alimentaire en vrac font état d'un chiffre d'affaires ayant une évolution positive. En effet, entre 2014 et 2021 le nombre de magasins vrac en Belgique a été multiplié par 7.

On note néanmoins un recul du chiffre d'affaires post COVID en Belgique avec comme le présente le rapport du Sillon Belge (2022), une baisse générale (82% des 96 enseignes sondées) au premier trimestre 2022 par rapport à la même période en 2021. Cette baisse pouvant dépasser les 30% (pour 12 des enseignes sondées) et allant même jusqu'à 40% pour certaines enseignes sondées. Les consommateurs auraient diminué en raison de l'inflation. Il est toutefois intéressant de constater que d'après EKIVRAC (2022), l'inflation dans les magasins vracs n'est que de 5.43% sur une sélection de produits tandis qu'elle atteint jusqu'à 15.31% pour le marché alimentaire conventionnel.

Tableau 2.2 Comparaison des prix : aliments durables/aliments conventionnels. Source : ConsomAction

Selon la même étude, cette baisse est dûe au fait que le pouvoir d'achat des. Côté chiffre d'affaires, en 2022, ConsomAction faisait état d'une baisse de 30% dans le secteur du vrac avec une disparition des clients occasionnels et la perte de certains clients habituels (La libre, 2022). Face à une telle déconvenue, les acteurs du secteur souhaitent accroître leur visibilité pour rétablir une image réelle du secteur qui est jugé à tort (selon les associations) comme étant **trop cher, inaccessible, compliqué, peu attractif et limité en offres** (La libre ,2022).En effet, dans son étude des prix menée auprès de 58 points de vente spécialisés à Bruxelles et en Wallonie, et de 3 grandes enseignes de la distribution, Bio Wallonie et ConsomAction ont mis en évidence (en partant d'un panier de produits bio présents dans les enseignes sondées) que l'écart de prix est en faveur du panier durable. Sur les 31 aliments pris en considération dans cette étude, les fruits et légumes étaient dans l'ensemble moins couteux en magasins spécialisés tandis que la viande restait moins cher en Grande et Moyenne Surface. Toutefois, dans la globalité le panier durable était plus cher de seulement 1.40 EUR par rapport à son alternative conventionnelle comme on peut le voir dans le tableau 2.2 qui résume cet exercice de comparaison des prix.

- **LE COMMERCE EQUITABLE :**

Né dans les années 1940 aux Etats-Unis, le commerce équitable ne verra le jour en Europe qu'en 1960 aux Pays-Bas après la fondation en 1965 de la 1ère organisation de commerce alternatif en Angleterre par Oxfam. Le marché du commerce équitable en Belgique selon Trade for Development Centre (2023) se chiffrait à 79 milliards d'Euros en 2022 ce qui correspond à une dépense de 6.8 EUR/ Belge. Si le commerce équitable est souvent dénoté comme un commerce de produits venant des pays du Sud, il faut noter que depuis la crise du lait de 2009, il s'est aussi muni de produits Belges d'où le constat de RTBF (2021) selon lequel les consommateurs Belges ont acheté plus de produits équitables Belges que de produits venant d'ailleurs. On remarque toutefois que l'assortiment de l'offre équitable reste restreint même si la banane reste la star des rayons des supermarchés et des enseignes spécialisées, il n'en est pas de même des autres denrées comme le chocolat qui selon Lambert (2021) n'excède pas les 10% du marché. Ce plafond est d'après lui dû au fait que les consommateurs choisissent toujours la même marque.

Le commerce équitable est connu pour mettre en avant la notion de prix juste. Le prix juste serait selon l'étude du Trade for Development Centre (2023) : ***un prix qui se fixe non pas par le marché mais par la prise en compte des coûts de production « en ce compris la notion de rémunération du travail ». Pour les acteurs de ce secteur, le prix juste n'est pas « le prix le plus bas, mais le prix permettant une rémunération raisonnablement efficace à l'intérieur du paradigme agroécologique »***. Le cahier de charge du label prix équitable mentionne d'ailleurs 3 points axés sur le prix :

- Le prix se définit au travers de la qualité
- Le prix se définit au travers des coûts de production en ce compris la notion de rémunération du travail
- La politique tarifaire doit être concertée au sein du groupe de producteurs

Dans cet esprit de prix juste, les enseignes Fairebel et Oxfam ont décidé de fixer des prix planchers. Paysan d'ici pour sa part, fixe un taux pour la répartition du prix payé par les consommateurs aux producteurs (au moins 40%). Lambert (2021) relève que la différence de prix entre l'équitable et le conventionnel n'est pas tellement grande. Par exemple, pour 1kg de bananes non bio le prix moyen oscille entre 1EUR - 1.99 EUR. Tandis que, pour du Fairtrade bio ou non bio on est entre 1.35 EUR -1.99 EUR. On comprend dès lors que la perception de cherté persiste aussi dans le contexte de commerce équitable. Il faut donc s'interroger sur le rapport des consommateurs au commerce équitable alimentaire.

Dans les résultats de son sondage effectué par Fairtrade Belgique sur les barrières et moteurs incitant au changement vers une alimentation durable Fairtrade a identifié 2 principales barrières :

- Le prix
- La méconnaissance de la présence des produits équitables dans le commerce du répondant

Cette étude fait néanmoins état du fait qu'une proportion non négligeable des répondants affirment qu'ils changeraient « probablement » ou « certainement » pour une offre plus durable après avoir été confrontés à la différence de prix entre l'offre conventionnelle et l'offre équitable (50% des répondants pour les bananes, 40% des répondants pour le café et 35% pour le lait). Le baromètre réalisé par Incidence (2020) fait état de ce que **15% des Belges ne savent pas s'ils achètent des produits issus du commerce équitable tandis que 57% d'entre eux considèrent ne pas recevoir assez d'informations**. Les informations auxquelles les répondants voudraient le plus avoir accès sont :

- Le salaire réel des producteurs (tranche la plus instruite des répondants)
- Les lieux où trouver l'offre de produits équitables (tranche la moins instruite des répondants)

D'autre part, si la majorité des Belges est favorable à payer un supplément de 10% par rapport aux prix standards il existe des nuances selon la fréquence d'achat :

- Les répondants qui ne savent pas s'ils achètent équitables veulent un label reconnu
- Les répondants qui n'achètent jamais trouvent cela trop cher (rien ne peut les inciter à acheter équitable selon eux)
- Les répondants qui achètent rarement trouvent l'offre limitée
- Les répondants qui achètent souvent veulent **une garantie de l'impact de leur achat**.

- **LE COMMERCE BIO**

Dans son baromètre de la consommation bio de 2023, l'Apaq-w fait état du fait que l'intérêt des Belges pour les produits bio alimentaires est au beau fixe depuis 2020 (52% des répondants soit 1500 individus âgées de 18-64 ans). Le plan bio 2030 pour sa part, fait un récapitulatif chiffré du marché bio Belge : en 2022, on constate un recul global de la part de marché pour la première fois depuis 2016 (3.8% en 2021 contre 3.7% en 2022). En Wallonie, cette baisse est plus notoire à savoir -0.4 point par rapport à 2021 ce qui représente 955.1 millions d'euros dépensés en produits alimentaires bio. Ce montant se répartie ainsi qu'il suit : 415.9 millions en Wallonie, 407.9 millions en Flandre et 131.3 millions à Bruxelles faisant de la Wallonie la région la plus « dépensière » en termes de produits alimentaires biologiques.

Selon l'étude de Bio Wallonie et ConsomAction (2022) menée auprès des commerces bio, le panier moyen oscillerait entre 20 et 40 EUR pour la majorité des enseignes sondées ; Toutefois, 23% de ces enseignes parlent d'un panier oscillant de 40-60 EUR. Un comparatif réalisé sur la base de l'indice du prix moyen fait ressortir qu'en 2022, le bio était plus cher que le non bio. Dans le détail, on observe néanmoins une diminution de l'écart des prix pour la majorité des aliments observés à l'exception du lait (+0.5%) et du pain (+2.1%). Cette diminution est une continuité de celle déjà observée en 2021.

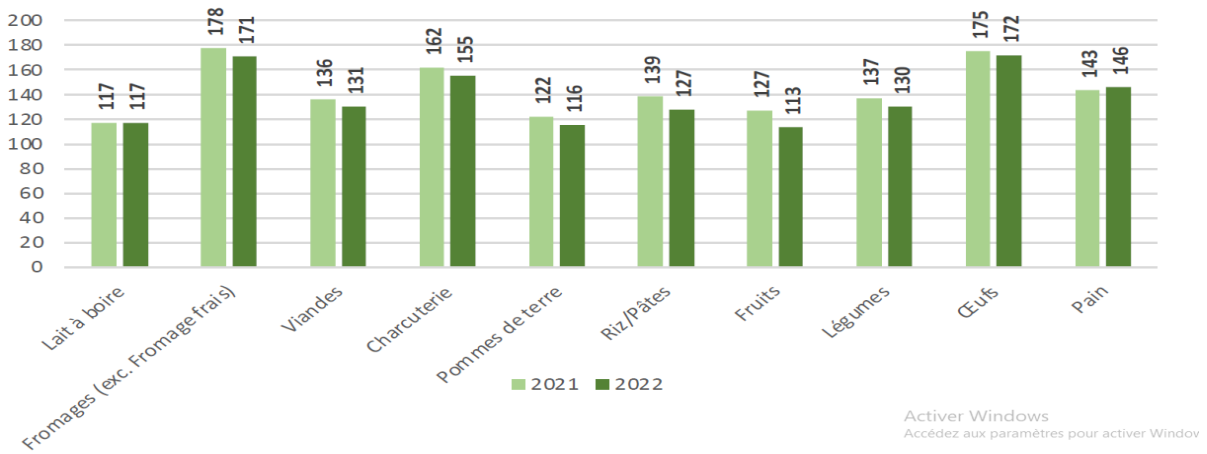

Tableau 2.3 indice de prix moyen par catégorie d'aliments en Wallonie 2020-2021

Pour aller plus loin dans la démarche un comparatif a été réalisé entre l'écart réel observé entre le non bio et le bio et l'écart perçu par les consommateurs Belges. Le résultat de ce comparatif montre que tant au niveau national qu'au niveau Wallon, les consommateurs estiment un écart de prix plus élevé que celui que l'on peut observer dans les rayons. Cette **distorsion** pourrait être le fait de la confusion dont sont victimes les consommateurs qui selon Apaq-w (2023) apposeraient les caractéristiques du bio à des produits de qualité non bio (cette réalité ressort de l'écart entre la dépense déclarée par les consommateurs et l'évolution de la part de marché du bio qui enregistre un recul).

De façon générale, on distingue du **down trading**[6] dans le chef des consommateurs qui se soucient de plus en plus des prix des aliments. Cependant, la fréquence de consommation de

[6] Le down trading est un comportement des consommateurs qui consiste à choisir les produits dans les gammes bon marché afin de réaliser des économies.

produits bio tend à être plus régulière qu'auparavant pour les 18-34 ans et les personnes suivant un régime alimentaire particulier. Il est néanmoins important de noter qu'à côté de cette augmentation de la fréquence de consommation, nombre de consommateurs ne souhaitent pas ou ne sont pas sûrs d'augmenter leur consommation. Un point commun ressort toutefois des réponses de ces deux catégories de consommateurs : le prix. Tandis que les uns expliquent que le prix est une barrière en plus du **manque de conviction pour le bio**, les autres estiment quant à eux qu'un rapport qualité/prix les a convaincus d'adopter les produits biologiques. Compte tenu de ces éléments, le tableau 2.4 montre la répartition des intentions d'achat des produits bio au sein de la population interrogée.

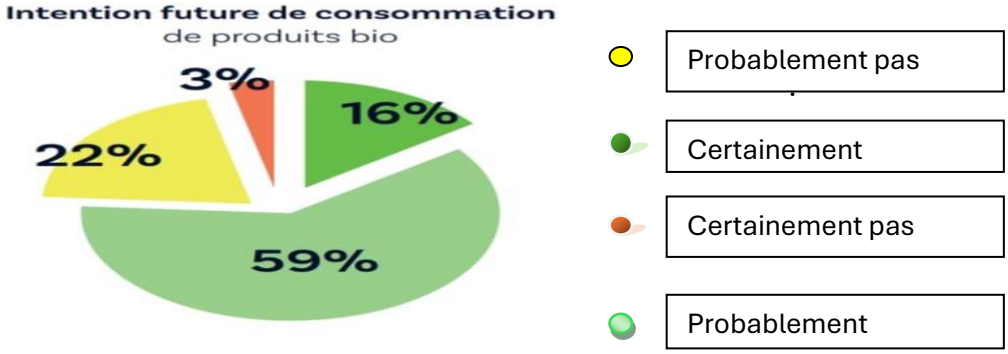

Tableau 2.4 : Intention future de consommation de produits bio Source APAQ-W

On distingue donc 3 principales catégories de consommateurs identifiés en fonction de leur fréquence de consommation :

- Les heavy acheteurs : Consommateurs réguliers avec une dépense de 844.6 EUR en 2022. Ce sont principalement des ménages de 35-54 ans et de plus de 54 ans sans enfants. On y retrouve aussi des couples ayant des enfants âgées de 6-12ans.

- Les medium acheteurs : acheteurs occasionnels avec une dépense de 206.2 EUR en 2022. Il s'agit de célibataires de 54 ans et des ménages avec enfants de 5 ans ou moins

- Les lights acheteurs (identifiés seulement dans les chiffres du bio en 2022) : cette catégorie a un bilan d'achat moins élevé que les 2 précédentes catégories. Ils représentent 7% des dépenses liées aux produits bio en 2022

. Mais quels sont les moyens par lesquels les consommateurs entrent en contact avec l'information relatives aux produits bio ? Principalement par l'entourage, suivi des réseau sociaux (30%). Les informations sur le lieu de vente (12%) arrivent derrière la publicité et les documentation/reportages. Toutefois, les consommateurs sondés disent préférer recevoir l'information via mail (44%), réseaux sociaux (24%) et spots TV. Le sillon Belge (2022) met en évidence l'importance d'une **meilleure visibilité du secteur bio** en ce que 23 magasins sondés par Bio Wallonie sur 93 envisagent travailler sur ce point, tandis que 18 enseignes souhaitent mettre en place des **actions de sensibilisation**. La responsable du réseau ConsomAction parle quant à elle de la nécessité d'une « **communication massive** » pour faire connaître le secteur.

- **LE COMMERCE LOCAL (CIRCUITS COURTS) :**

Le principe des circuits courts est celui selon lequel le nombre d'intermédiaires entre le producteur et la consommation est limité à 1 au maximum comme le définie la Commission Européenne tout en différenciant les circuits courts des marchés locaux. La législation Belge pour sa part, en plus de limiter le nombre d'intermédiaires à 1, évoque 2 critères supplémentaires :

- La vente doit s'effectuer dans un rayon de 80km du site de production
- Un maximum de 30% des quantités vendues à un intermédiaire commercial.

Dans les faits on observe aussi des circuits courts dit « longs » ayant plus d'1 intermédiaire. C'est en tenant compte de ce fait que dans un essaie de typologie (Itinéraire bio,2014) a divisé en 2 grands modes de distribution :

- La vente directe qui peut se faire à la ferme ou hors ferme
- La vente avec intermédiaire

Dans son étude sur les circuits courts réalisée auprès de 1500 Belges l'Apaq-w met en avant la définition du SPW selon laquelle les circuits courts sont : « un mode de production et de commercialisation qui vise à rapprocher le producteur du consommateur, et ce, dans tous les secteurs. IL s'agit donc de réduire le nombre d'intermédiaires afin d'assurer au producteur un revenu équitable et renforcer les liens sociaux. À travers la proximité géographique entre les acteurs, les circuits courts permettent également de réduire les impacts environnementaux liés au transport ». Cette définition correspond dans une certaine mesure à celle énoncé par les consommateurs sondés par Apaq-w (2023) à savoir que les produits issus des circuits courts viennent de l'agriculture Wallonne (58%) et sont produits à moins de 50km du domicile.

Les consommateurs sondés en 2023 sur leurs habitudes de consommation des produits issus des circuits courts déclarent considérer les magasins à la fermes (77%) comme faisant partie de l'écosystème des circuits courts plus que les magasins spécialisés (43%) et encore plus que les grandes et moyennes surfaces (24%), les magasins franchisés (24%) et les night shop (15%). On constate néanmoins une baisse de 17 points de la consommation hebdomadaire d'aliments issus des circuits courts par rapport à 2021. Toutefois, les leviers principaux à l'achat des circuits courts restent constants à savoir :

- L'aspect local
- La qualité des produits
- Les rapports avec le producteur
- Le respect de l'environnement
- Le bien-être des producteurs et des travailleurs

Dans le champ des freins à l'achat on retrouve en tête de liste le prix (36%) suivi du manque de points de vente (31%) et du manque de temps (31%). Néanmoins, 87% des répondants envisagent consommer davantage en circuits courts. La majorité d'entre eux souhaitant être informés par courrier ou mails promotionnels (43%) suivi des réseaux sociaux (37%) et de la publicité sur le point de vente (34%).

- **LES GRANDES ET MOYENNES SURFACES ALIMENTAIRES**

Le marché alimentaire Belge conventionnel faisait état en 2022 d'une domination du discounter ALDI et du géant Carrefour avec respectivement 442 et 417 magasins sur l'étendue du territoire (BNPparibas 2024). D'après l'Institut des comptes nationaux, la part de marché du commerce de détail détenue par les supermarchés était de 60% en 2022 contre 7% pour les hypermarchés et 13% pour les supérettes. À côté de ces 3 tenants du commerce de détail, on retrouve les discounters qui détiennent 20% du marché et présentent une nette augmentation en nombre de magasins. En termes de chiffres d'affaires, la même source montre une croissance du chiffre par point de vente à l'exception des Hypermarchés qui enregistrent une baisse de -1%. Gondola (2023) pour sa part estime qu'en 2022 le retail alimentaire a réalisé un chiffre d'affaires cumulé de 30.72 milliards d'EUR, soit en volume de vente une augmentation de facteur 8. On constate toutefois que malgré des prix jugés bas par rapport aux prix de leur équivalents durables, les Grandes et Moyennes surfaces Belges font face à une désertion des consommateurs au profit des enseignes situées du côté Français de la frontière. BFMtv (2023) estime d'ailleurs qu'au premier trimestre 2023, les achats belges dans les magasins français ont augmentés de 70% par rapport à la même période en 2022.On comprend dès lors que le consommateur Belge est de plus en plus attentif à la question du prix et tend à se diriger vers les enseignes qui lui semblent proposer les offres les plus alléchantes.

2.2 LA PERCEPTION DU PRIX :

En 2004 dans une étude sur la sensibilité aux prix des consommateurs Français de HEBEL et al (2005), l'observateur Cetelem fait état du fait que 49% des Belges considéraient qu'un prix bas serait un incitant à l'achat. Le prix revêt donc une importance cruciale dans le processus d'achat. Il apparait intéressant de noter les résultats de l'enquête menée par APAQ-W (,2022) auprès de ménages francophones belges :

- 45% des francophones belges affirment que le contexte actuel (crise covid et crise en Ukraine) affecte de façon importante leur achats.
- 43% des francophones belges allouent plus de 20% de leur budget à l'alimentation
- En termes de perspectives, 53% pensent que cette part de budget dédiée à la nourriture va augmenter quoique 17% espèrent une baisse (les ménages avec enfants, les classes sociales inférieures et les ménages qui économisent sur l'alimentation)
- 52% des personnes sondées ont déjà pris des mesures d'adaptation notamment l'achat de produits en réduction

Toutefois, le prix selon Shapiro (1973) et Zeitham (1988), revêt une dimension non monétaire. Collerie de Borely (1995) en présente six attitudes :

- Le prix doit être le plus bas
- Le prix doit représenter la « valeur » exacte du produit en termes de qualité du produit
- Le prix est un indicateur de performance de l'achat
- Le prix doit être relativisé et comparé
- Le prix est un indicateur d'appartenance sociale
- Le prix est un indicateur positif quand il est associé à un produit débanalisé ou lorsqu'il est associé à une garantie de qualité

On comprend donc toute l'importance de se pencher sur la perception du prix que peut avoir le consommateur vis-à-vis d'une enseigne.

La perception se définie comme étant « le processus par lequel l'individu prend conscience de son environnement et l'interprète de manière à le rendre cohérent avec son propre cadre de référence » (Dussart ,1983). Une autre définition l'appréhende comme étant le processus par lequel l'individu sélectionne, organise et interprète l'information qu'il reçoit de l'environnement (Sheth et al 2004). Kanuk et Shiffman (2010) pour leur part, estiment que la perception se construit sur ce qui se perçoit plus que sur ce qui est objectif. On retient de ces définitions qu'en plus du prix proprement dit des éléments extérieurs interviennent dans la perception que se font les consommateurs d'une enseigne. Bennani et Saad (2018), sur base des théories de l'action raisonnée et du comportement planifié ont proposé un modèle explicatif du comportement d'achat des produits biologiques.

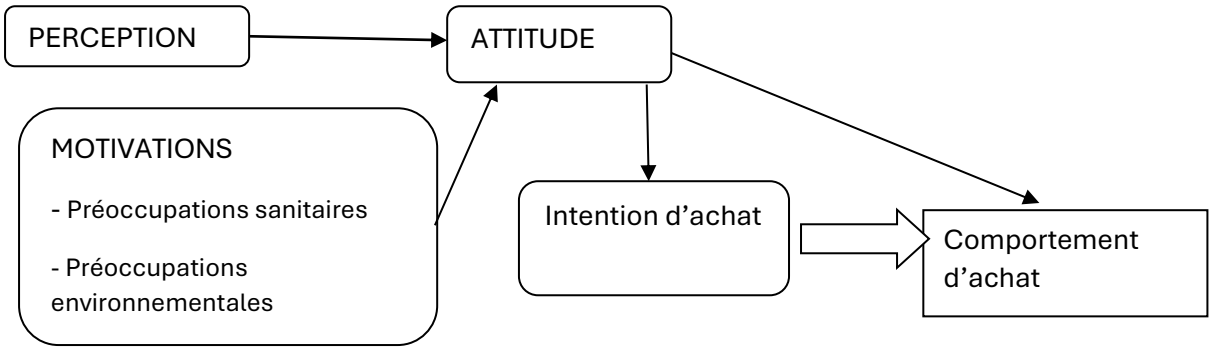

Figure 2.1Modèle de la perception de Bennani et Saad (2018)

Il ressort de ce modèle que la perception est un antécédent de l'attitude qui mène à l'intention d'achat et au comportement d'achat.

D'autres études ont mis en exergue les éléments qui influencent la qualité de la perception du prix. C'est le cas de Dunnhumby (2018) qui liste un ensemble de 7 éléments accompagnés des besoins psychologiques auxquels ils répondent :

- Le prix de base pour stimuler la confiance du consommateur
- Les promotions pour l'enthousiasme
- Les offres personnalisées pour le besoin de pertinence
- La variété de l'assortiment pour répondre aux différentes attentes des consommateurs
- Les marques propres pour être en phase avec les valeurs des consommateurs
- La communication pour consolider les actions de l'enseigne en faveur du client
- L'environnement du magasin pour plus de cohérence avec l'image prix de celui-ci

Dans son étude sur la perception des supermarchés par les consommateurs vietnamiens, Thanh (2006) retient plusieurs dimensions parmi lesquelles le prix et la promotion de ventes. Pour lui, un prix moins élevé pourrait justifier des efforts tels qu'une plus grande distance. Toutefois, il faudrait nuancer cette recherche car les caractéristiques démographiques du consommateur, le temps dont il dispose, la possibilité de comparer le prix, ses connaissances, ses habitudes et sa motivation entrent en ligne de compte. Il propose dont d'aller plus en profondeur pour analyser la dimension prix et promotion de vente à laquelle sont associés 6 attributs :

- L'étendue des prix

- La crédibilité des prix
- La facilité de comparer les prix
- La possibilité de négocier les prix
- L'attrait des programmes de promotion de vente
- La régularité des programmes de promotion de vente

Munnaka (2006), dans son étude sur la perception du prix des abonnements mobiles confirme l'importance des caractéristiques individuelles sur la perception du prix tout en ajoutant l'effet du prix de référence et de l'expérience qui influencent la façon dont le consommateur choisi sa base de prix. Dans leur étude qualitative menée auprès de 43 répondants, Dekhili et al (2017) montrent que les déterminants de la perception de prix juste dans le cas du commerce équitable sont :

- La comparaison
- La justification du prix
- L'inégalité de l'échange
- La confiance relative des consommateurs dans les acteurs du commerce équitable

D'autres études ont examiné les éléments de la perception d'une enseigne, comme la perception de la variété liée à la largeur et à la profondeur d'un assortiment de Piris (2013) ou l'influence de l'éco-rating sur la perception du prix de Van Coillie (2021) pour ne citer que celles-là.

Compte tenu de la littérature sur la perception du prix que nous avons consulté et des résultats obtenus via les enquêtes menées par les acteurs du secteur de la distribution alimentaire durable à savoir que : ***le consommateur surestime l'écart de prix entre les aliments issus du commerce durable et ceux issus du commerce conventionnels, que le consommateur manque d'informations lui permettant d'identifier de façon formelle les aliments issus du commerce, que le consommateur manque d'informations sur la façon dont les prix sont distribués au sein de la filière alimentaire durable***, nous proposons le modèle conceptuel de la figure 2.2 pour la suite de notre propos :

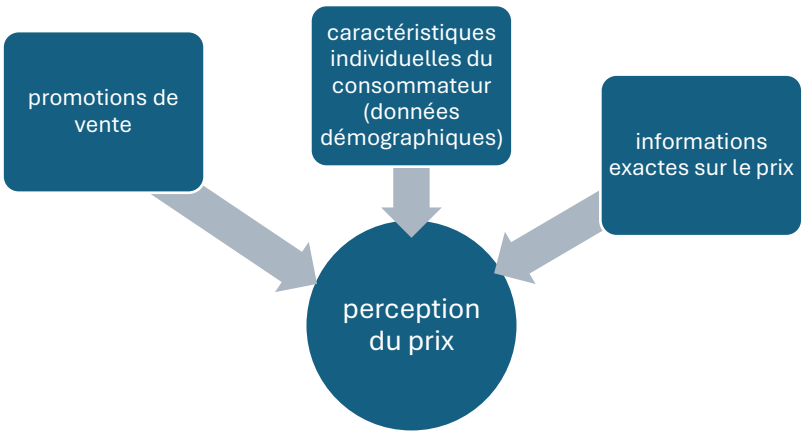

Figure 2.2 modèle conceptuel de travail

A travers ce modèle, nous assumons que la sensibilité aux promotions de vente peut influencer la perception du prix (elle peut aussi être pris comme étant une partie des caractéristiques individuelles des informants dans la mesure où elle propre à chaque individu) et que les

informations exactes sur le prix et les caractéristiques individuelle en ce compris les données démographiques sont des antécédents de la perception du prix.

PARTIE PRATIQUE : QUESTION DE RECHERCHE, METHODOLOGIE ET RESULTATS

1. QUESTION DE RECHERCHE, LA METHODOLOGIE ET LES RESULTATS

1.1 LA QUESTION DE RECHERCHE

Comme mentionné dans le paragraphe précédent, nous allons principalement nous intéresser à l'aspect information de la perception prix dans le cadre de l'alimentation durable. L'intérêt de cette démarche réside dans le fait que le besoin d'informer le consommateur sur la formation des prix de l'offre alimentaire durable, l'existence de cette offre, sa pertinence et son coût réel sont des préoccupations qui ressortent des enquêtes réalisées par les acteurs des différentes branches du secteur de la distribution alimentaire durable. Ces préoccupations viennent rejoindre les études menées sur la question de la perception du prix qui indiquent clairement que : le niveau d'information du consommateur est un levier clé de sa perception du prix Dunhumby (2018). C'est pourquoi la question de recherche que nous allons approfondir est la suivante :

EST-CE QU'UNE MEILLEURE INFORMATION DES CONSOMMATEURS PEUT AMELIORER LA PERCEPTION DU PRIX DES ENSEIGNES DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE DURABLE ?

Afin de répondre à cette question nous avons réalisé des entretiens qualitatifs de semi-directifs pour appréhender la profondeur du phénomène que nous voulons étudier.

1.2 LA METHODOLOGIE

La collecte des informations s'est effectuée à travers des entretiens de type semi-directif sur un échantillon de convenance composé de 30 personnes en se basant sur les travaux de Marshall et Al. (2015) qui situent la limite où on observe la saturation en information lors d'une recherche qualitative à 30 interviews. Les informants, résidant en Belgique ont été recrutés via Facebook à travers des groupes de « bon plan alimentaires entre voisins » de diverses communes et par recommandation. Les entretiens ont été menés via WhatsApp vidéo et ont été enregistrés avec un téléphone puis retranscrits. Les informations ont ensuite été intégrés dans la grille d'analyse[7]. Après les entretiens nous avons trié et retenus une quinzaine d'entretiens car les trouvant plus pertinents en matière d'information le reste n'apportant pas d'information supplémentaire, nous avons compris que la saturation dans notre cas était atteinte. Pour avoir un échantillon le plus varié possible nous avons choisi des personnes des deux sexes, vivant seul, à deux ou à plus de deux. Le niveau de scolarité allant du Primaire au Master afin de vérifier les individualités et de s'aligner à la littérature qui montre l'effet modérateur des caractéristiques démographiques.

[7] Voir annexe 2

Les entretiens ont été menés individuellement afin de permettre aux informants de s'exprimer librement. La durée annoncée de notre entretien était de 20 à 30 minutes. Toutefois, nous avons en moyenne réalisé des entretiens de 35 minutes avec un maximum de 60 minutes.

Afin de respecter les thèmes retenus pour l'évaluation des différents aspects de notre question de recherche, nous avons divisé notre guide d'entretien en 5 parties qui sont :

- Les données démographiques
- Les habitudes de consommation
- Le niveau de connaissance du prix
- Le niveau de connaissance de l'offre durable
- L'impact des informations sur la perception des consommateurs

L'analyse des données collectées pour sa part a été réalisée en 3 temps :

- La présentation de l'échantillon via ses statistiques descriptives et une analyse verticale
- L'Analyse horizontale basée sur les thèmes retenus lors de la formulation de notre question de recherche à savoir : la disposition à payer, le rapport à l'offre durable, la conscience durable, la signification du prix, la comparaison des prix, le magasinage, l'impact de la pandémie de covid-19, les promotions de vente et une question bonus.
- L'Analyse transversale qui a pour but de mettre en exergue les associations qui existent entre les différents thèmes retenus et les effets que ces derniers ont les uns sur les autres.

2. RESULTATS ET DISCUSSION

2.1. RESULTATS

• STATISTIQUES DESCRIPTIVES DE L'ECHANTILLON

Notre échantillon est constitué d'individus âgés de 25 ans à plus de 55 ans. Leur niveau scolaire le plus élevé va du primaire au Master. Le revenu se situe entre 1000-3000 EUR avec une allocation pour les achats alimentaires qui oscille entre 50 EUR et 600 EUR dépendamment de la taille du ménage. La taille du ménage varie entre 1 et 6 personnes avec une prédominance de personnes isolées. Cette population n'est pas représentative de la population, et sa répartition sur le territoire belge (Namur, Mons, Charleroi) ne suffit pas à généraliser les constatations que nous allons faire dans la suite de notre propos. La grille d'identification des informants du tableau 2.5 permet d'avoir un aperçu plus détaillé de cet échantillon :

CODE	NOM	TRANCHE D'ÂGE	GENRE	NIVEAU SCOLAIRE	TAILLE DU MENAGE	REVENU MENSUEL
1	SOPHIE	36-45 ans	FEMME	Bachelier	1	2000-3000
2	OBED	26-35 ans	HOMME	Secondaire supérieur	5	2000-3000
3	SANTINA	Plus de 55 ans	FEMME	Master	1	2000-3000
4	REBECCA	26-35 ans	FEMME	Bachelier	1	1000-2000
5	EVA	46-55ans	FEMME	Bachelier	1	1000-2000
6	GENEVIEVE	Plus de 55ans	FEMME	Secondaire	1	1000-2000
7	DATHIVA	46-55 ans	FEMME	Secondaire	5	2000-3000
8	DODZI	46-55 ans	HOMME	Master	1	1000-2000
9	CLAUDINE	Plus de 55ans	FEMME	Primaire	1	1000-2000
10	ANNICK	Plus de 55ans	FEMME	Secondaire	2	2000-3000
11	MIRELLA	Plus de 55ans	FEMME	Humanités	5 à 6	Plus de 3000
12	ANNE	46-55ans	FEMME	Secondaire inférieur	4	2000-3000
13	AMANDINE	36-45 ans	FEMME	Master	1	1000-2000
14	PHILIPPE	Plus de 55ans	HOMME	Primaire	4	2000-3000
15	THIBAUT	26-35 ans	HOMME	SECONDAIRE	2	2000-3000

Tableau 2.5 Grille d'identification des informants

- **ANALYSE HORIZONTALE DES RESULTATS**

Dans cette partie nous allons analyser les réponses des participants sur la base des thèmes retenus lors de l'élaboration de notre guide d'entretien. Cette analyse vise à présenter de façon globale les habitudes des consommateurs, à présenter leur rapport au prix en termes de niveau de connaissance des prix et de connaissance de l'offre durable. Dans la dernière partie, il s'est agi d'observer l'impact des informations relatives au prix sur la perception du prix des consommateurs vis-à-vis des enseignes durables.

- **LES HABITUDES DE CONSOMMATION**

Concernant leurs habitudes de consommation, il ressort des réponses des personnes interviewées que la plupart visitent plusieurs enseignes pour faire leurs achats alimentaires, avec une moyenne de 4 magasins par individus. En termes de préférence de magasin, le choix est fait en fonction de la cherté du dit magasin comme le disent **Rebecca** « le rapport qualité/prix est abordable » et **Geneviève** « on peut dire qu'ils font les soldes alimentaires » ou encore de son assortiment : « on y trouve tout au même endroit » dit **Annick**. Les habitudes alimentaires n'ont pas forcément évoluées durant la crise de Covid-19, (à l'exception de 2 cas à savoir : d'une part à cause d'une maladie qui n'avait pas un lien avec la Covid-19 et d'autre part à cause des restrictions de déplacement qui ont obligé le ménage à faire ses courses dans les magasins les plus

proches dont des magasins durables). La perspective de voir évoluer les habitudes alimentaires n'est pas envisagée par les consommateurs ceci pour des raisons de budget ou d'habitude (**Annick)**. Concernant le budget alloué aux achats alimentaires on est dans une fourchette de 50 EUR -600 EUR dépendamment de la taille et des revenus du ménage.

- **LE NIVEAU DE CONNAISSANCE DES PRIX**

La question d'ouverture de cette partie était de donner une signification au prix des aliments. A cette question, nombre des répondants ont associés le prix au reflet de la qualité de l'aliment, d'autres **(Santina**) en parlent en termes économiques en y liant les services et le marketing. Les personnes interrogées utilisent plusieurs méthodes de comparaison des prix : elles se basent principalement sur le prix au kilo (KG) ; d'autres utilisent pour comparer les aliments leurs sens comme le dit **Dathiva**. « Je regarde la fraîcheur » ; d'autres encore font le tour de leurs enseignes habituelles pour dénicher le meilleur prix pour leur liste de course tandis que les derniers s'inspirent de leur expérience de magasinage. À l'unanimité, les informants trouvent l'offre durable plus chère, même ceux qui avouent ne pas ou presque pas fréquenter les enseignes spécialisées. Toutefois, au niveau de la justification de l'écart de prix entre l'offre alimentaire durable et l'offre alimentaire conventionnelle, les avis sont partagés : les uns le trouvent justifié pour différentes raisons : la valeur du travail qui est derrière et le goût. Les autres quant à eux estiment que l'écart de prix n'est pas justifié ceci pour deux raisons : l'alimentation durable ne subit pas le coût du transport d'une part et d'autre part, il y a un manque de confiance dans le secteur comme le dit **Annick** ; « il y a le vrai bio et le faux bio ». On note néanmoins des comportements d'adaptation par exemple la répondante **Rebecca** stipule économiser en prenant ses légumes au marché de la commune et en répondant plus souvent aux invitations des proches.

Concernant les bonnes affaires les personnes interrogées ont mentionné leurs visions de ce qu'est une bonne affaire. On retrouve parmi ces visions les mentions suivantes :

- Une réduction sur des produits de qualité et non pas sur des produits dont la date de péremption est proche. **Santina** a d'ailleurs parlé d'offre à destination des familles ce que confirme **Geneviève** pour qui les promotions alimentaires ne sont pas toujours avantageuses pour les personnes qui vivent seules (gaspillage)
- 1+1 gratuit, 2+1 gratuit … ces formules sont revenues assez de fois pour comprendre que les informants concernés pensent aux bonnes affaires comme un rapport prix/quantité. Ces personnes apportent néanmoins une nuance dans la mesure où elles précisent que ces achats se font quand il y a la possibilité de stocker (**Sophie**) ou encore lorsque cela s'inscrit dans leur liste de courses et qu'elles vont le consommer avant péremption.

A la question de savoir si elles réalisent des bonnes affaires lors du choix de leurs aliments, la majorité a répondu par l'affirmative mais d'autre on dit ne pas penser réaliser

de bonne affaire car ne s'intéressant pas suffisamment aux prix ou parce qu'elles n'achètent pas les produits en promotion.

- **LE NIVEAU DE CONNAISSANCE DE L'OFFRE ALIMENTAIRE DURABLE**

Le niveau de connaissance de l'offre alimentaire durable fait apparaître que pour la plupart des informants le réseau alimentaire peut se limiter aux œufs plein air ou uniquement à la ferme d'à côté (manque de confiance dans l'offre durable). Pour d'autres on parlera de vrac, mais aucune personne interviewée n'a mentionné tous les canaux que nous avons considéré en partie théorique. Les offres qui reviennent le plus souvent sont : local, bio et dans une moindre mesure le vrac. Les informants recensent un magasin durable dans un rayon d'au plus 7km de leur domicile, toutefois, il y en a qui sont plus proche (1km). La fréquentation d'enseignes durables est moindre par rapport à celle des grandes et moyennes surfaces. Les informants disent ne pas toujours prendre en compte l'impact de leur alimentation mais font attention aux points suivants : la santé, les emballages et le gaspillage.

- **L'IMPACT DES INFORMATIONS SUR LA PERCEPTION DU PRIX DES CONSOMMATEURS**

La qualité de l'information réclamée sur l'étiquette du prix par les répondants faisait état de plusieurs choses :

- Le prix au KG pour comparer plus facilement les offres d'ailleurs la répondante Rebecca dit ne pas vouloir faire des calculs
- La connaissance du gain du producteur en a plu à certains pour des raisons de transparence et d'évaluation de l'ardeur au travail
- La connaissance du gain du consommateur est aussi apparue dans une moindre mesure
- Les autres informations concernaient l'origine de l'aliment.

On comprend ces demandes lorsqu'on s'intéresse à leurs réponses concernant les promotions de vente. Pendant que **Eva** dit que c'est « génial » et que **Sophie** en parle en disant « c'est ma vie », d'autres restent sceptiques comme **Rebecca** qui dit qu'il vaut mieux acheter en dehors des soldes et **Claudine** qui estime que les soldes sont parfois plus chères que le prix de vente normal. On note dans les commentaires de ces deux dernières un transfert de l'expérience de magasinage acquise lors des soldes non alimentaires vers le magasinage des produits alimentaires. A la suite de la consultation des promotions de vente, nous avons appris des informants que les promotions peuvent :

- Inciter à changer la liste des courses
- Pousser à sauter le pas et goûter de nouvelles saveurs
- Stimuler l'intérêt pour une nouvelle enseigne

Ces réponses sont à nuancer car la plupart estiment que si les promotions peuvent les inciter à entrer dans une nouvelle enseigne, la simple curiosité peut aussi mener au même résultat.

La disposition à payer plus a reçu un accueil des plus mitigés : les uns acceptent le surplus mais pas de manière systématique car leur budget est très contrôlé. Les autres pour leur part, estiment que c'est à l'Etat de faire la démarche de combler le manque à gagner des producteurs car de

toute façon l'Etat se sert en utilisant l'impôt. Et enfin il y a ceux qui refusent car ils estiment que ce n'est pas à eux de résoudre le problème des producteurs.

- **ANALYSE TRANSVERSALE DES RESULTATS COLLECTES**

Dans cette partie de notre analyse nous allons voir comment les informations recueillies de manière thématiques se complètent et apportent une explication plus globale à la question de la perception du prix des consommateurs vis-à-vis des enseignes de la distribution alimentaire durable.

Le magasinage des informants a fait état du fait que ces derniers passent par au moins 3 magasins pour trouver les prix les plus avantageux. Parmi les enseignes les plus citées on retrouve : Colruyt, Intermarché et Lidl. Les raisons évoquées pour la préférence portée à ces enseignes sont : l'assortiment et le niveau des prix. On note d'autre part que certains informants ont parlé de leur expérience personnelle comme faisant foi de la connaissance qu'ils ont des enseignes : on a par exemple **Geneviève** qui parle du fait qu'elle a travaillé en boucherie chez Intermarché, ou encore **Annick** qui dit se décider grâce à son expérience de magasinage. On peut dès lors penser qu'en plus de leurs caractéristiques personnelles, les lieux de magasinage et la politique de prix qu'on y applique influencent la façon dont ces informants évaluent l'offre durable.

On remarque que tout au long du discours des informants, la notion de valeur du travail intervient. On le remarque lorsqu'on parle de la disposition à payer plus pour une meilleure rémunération des producteurs, lorsqu'il s'agit de parler des améliorations à apporter à leur magasin préféré : « moins de produits industrialisés », « plus de produits locaux » ou encore lorsqu'il faut définir le réseau de distribution alimentaire durable : « produit qui ne détruit pas la faune et la flore ». On en déduit donc que le consommateur associe la qualité du travail à l'offre durable, ceci est confirmé lorsque Santina dit vouloir connaître les conditions de travail dans les fermes et émet un souci de transparence au niveau des prix.

Une remarque générale est que l'offre durable n'est pas correctement comprise ou appréhendée par les informants dans la mesure où ils n'arrivent pas pour la plupart à citer les différentes formes que prend la distribution alimentaire durable. On se concentre sur le bio en premier lieu et les plus aguerris citeront le vrac et le local. D'autre part, malgré la proximité relative qu'ils ont avec les enseignes durables ils n'y vont pas : « il y a plus de 3 ans » selon Claudine, ou presque pas : juste pour les aliments qu'elle ne saurait trouver ailleurs dit Sophie. Les informants campent sur leurs habitudes et pourtant à y regarder de près ils font beaucoup plus d'efforts (nombre de magasins, ciblage des promotions etc.) pour trouver l'offre qui leur convient par rapport à pousser la porte du magasin durable le plus proche. Même dans le cas des adaptations de comportement comme celui de Rebecca, on voit qu'elle ne cherche pas à s'alimenter mieux quitte à revoir ses achats alimentaires comme elle l'a déjà fait durant la période de covid-19 en adaptant son alimentation lorsqu'elle a arrêté de consommer certains aliments.

La question Bonus, nous a permis de mettre en exergue les « tares » que les informants trouvent dans leur magasin préféré. Ces tares pourraient être une porte de différenciation pour les enseignes alimentaires durables afin d'attirer un plus grand nombre de prospects. Parmi ces améliorations on a :

- L'ambiance du magasin
- La chaleur de la relation client, on pense ici à un pilier du commerce local qui veut redonner du sens à la relation humaine en créant du lien
- L'éclairage (on peut aussi mentionner Mirella qui a parlé de mise en scène des aliments qui la font craquer)
- La qualité de l'assortiment (plus de local, moins d'industriel)
- Le prix

2.2. DISCUSSION

Notre étude avait pour but de déterminer comment l'information peut influencer la perception du prix des consommateurs vis-à-vis des enseignes durables. Nous avons pour se faire poser un modèle conceptuel selon lequel une information exacte sur le prix, la présence des promotions et les caractéristiques individuelles influenceraient la perception du prix. Des enseignements ont été retenus des entretiens menés auprès des informants que nous pouvons résumer ainsi :

- Les clients peinent à définir/identifier l'offre durable
- Les clients utilisent des nombreux stratagèmes pour réduire le coût de leur alimentation (magasinage dans plusieurs enseignes, adaptation des comportement alimentaires (« manger deux fois moins ») ou des comportements sociaux (aller plus souvent aux invitations des proches pour y manger)
- Les clients manquent de confiance à l'offre durable et plus particulièrement au bio
- La disposition à payer des clients est un peu mitigée dans la mesure où certains estiment ne pas avoir la responsabilité de rémunérer les producteurs ou encore qu'un seul geste ne suffirait à résoudre le problème.

Parmi les comportements d'adaptation que nous avons recensés se trouve le magasinage à plusieurs endroits. Un décompte des enseignes les plus citées en tant que « magasin préféré » fait apparaître que Lidl vient en tête devant COLRUYT. D'où la question de savoir comment ces enseignes se comportent pour être plébiscitées par les informants ?

Lidl permet à ses clients à travers des coupons de réduction hebdomadaires d'activer devant le produit, de folders, de cartes à gratter et d'obtenir des réductions via son application LIDL PLUS (Bataille, 2024). Colruyt pour sa part a lancé la carte Xtra qui en plus de lier toutes les enseignes de la marque, permet au client de personnaliser ses choix alimentaires pour un contenu publicitaire plus ciblé. D'autre part, les données collectées permettent à Colruyt d'ajuster son assortiment et son caterory management

(Gondola, 2017). Par ces programmes de fidélité, Les deux enseignes préférées de nos informants (grâce à leurs systèmes de personnalisation) touchent plus aisément leur sensibilité aux promotions. En effet, comme montre Froloff-Brouche (1994) la sensibilité à la promotion explique l'acte d'achat et est un préalable à celui-ci. Cette sensibilité à la promotion a selon Kim et Kramer (2007) une relation positive avec la perception de la promotion, ce que confirme les répondants lorsqu'on met en regard le nombre d'enseignes visitées par les informants et leur attitude vis-à-vis des promotions.

Notre recherche à mis en exergue le fait que les informants peinent à définir/identifier l'offre durable ou encore manquent de confiance à celle-ci. Selon qu'ils soient plus ou moins « éduqués » sur la question, ou qu'ils soient par expérience issus du secteur de l'alimentation ou encore par expérience personnelle, nous constatons que la recherche de renseignements n'est pas la même. En effet, pendant que **Santina** Calcule si les promotions en 1+1 sont justes, **Rebecca** cherchera à ce qu'on lui épargne toute réflexion et préfèrera transférer son expérience en soldes non alimentaires sur l'alimentaire. Sophie pour sa part, va se baser sur le bouche-à-oreille et le programme de fidélité auquel elle a souscrit. Ceci s'aligne sur les travaux de Slama et Tashchian (1985) qui montrent qu'un niveau d'éducation élevé augmente la recherche d'informations relatives à l'acte d'achat (en termes de capacité de recherche et de volonté de recherche). Ce niveau d'éducation va aussi contribuer à interpréter de façon correcte les informations recueillies. En plus de devoir faire l'effort de se renseigner, les consommateurs doivent pouvoir présenter un comportement cohérent avec leur discours. Dans le cadre de notre recherche, les informants ont à l'unanimité choisi le panier durable au panier conventionnel (à prix égal). Cette dissonance de choix par rapport au discours marqué par le manque de confiance au « bio » peut s'expliquer par le fait que les produits alimentaires biologiques sont des « produits de croyance » car on ne peut vérifier leurs effets positifs même après achat (Merle et Piotrowski, 2020). Les consommateurs utilisent donc des stratégies de neutralisation. Nous avons dans notre cas identifié la technique de condamnation des pratiques qui consiste à mettre en cause les pratiques liées au bio notamment les pratiques de contrôle : « manger bio ne veut pas dire manger bio » dit **Rebecca** après avoir relaté que dans son travail de puéricultrice les tests de nourritures bio ne sont pas toujours concluants ; « je doute » c'est ce que déclare **Claudine** lorsqu'il s'agit de l'offre durable : pour elle le bio se limite aux œufs « plein air » quoiqu'on ne puisse vérifier leur origine exacte. Selon Divard (2013), Gruber et Schlegelmilch (2014), les comportements de neutralisation viennent de la faible fréquence de consommation des produits « bio ». Ce faisant, on assiste à un biais de généralisation qui consiste à partir d'un fait pour établir une règle générale : par le manque de confiance en l'offre bio les informants estiment que l'offre alimentaire durable n'en vaut pas la peine.

La disposition à payer plus pour une meilleure rémunération, s'est heurtée à deux obstacles à savoir : le consentement à payer mais de façon périodique et le refus de payer plus pour cause de non-responsabilité. Ce qui nous amène à parler de la responsabilité individuelle en matière de protection de l'environnement. Comme l'ont dit **Eva** et **Sophie**, ce n'est pas leur faute si les producteurs sont dans une mauvaise posture.

Pour l'une sa seule personne ne suffirait pas à résoudre le problème et pour l'autre c'est la responsabilité de l'état. D'après Larrère (2019), la notion de responsabilité ne devrait plus s'appréhender dans le sens d'imputer une punition au coupable mais plutôt dans le sens de la responsabilité relationnelle qui consiste à ne pas s'attarder sur les individualités mais plutôt sur l'engagement des uns vis-à-vis des autres pour une action collective (modèle d'Iris Marion Young). Dans le cas de notre recherche, il s'agit de reconnaître la valeur du travail accomplie par les producteurs. Ce fait se trouve d'ailleurs dans les réponses concernant le type d'étiquette portant le gain du producteur, on a par exemple **Sophie** qui dit qu'il s'agit d'un bon moyen d'évaluation de l'ardeur du travail ou encore **Santina** qui parle de transparence (comme mentionné plus haut).

Compte tenu des informations tirées de nos analyses nous avons enrichi notre modèle conceptuel de la façon suivante :

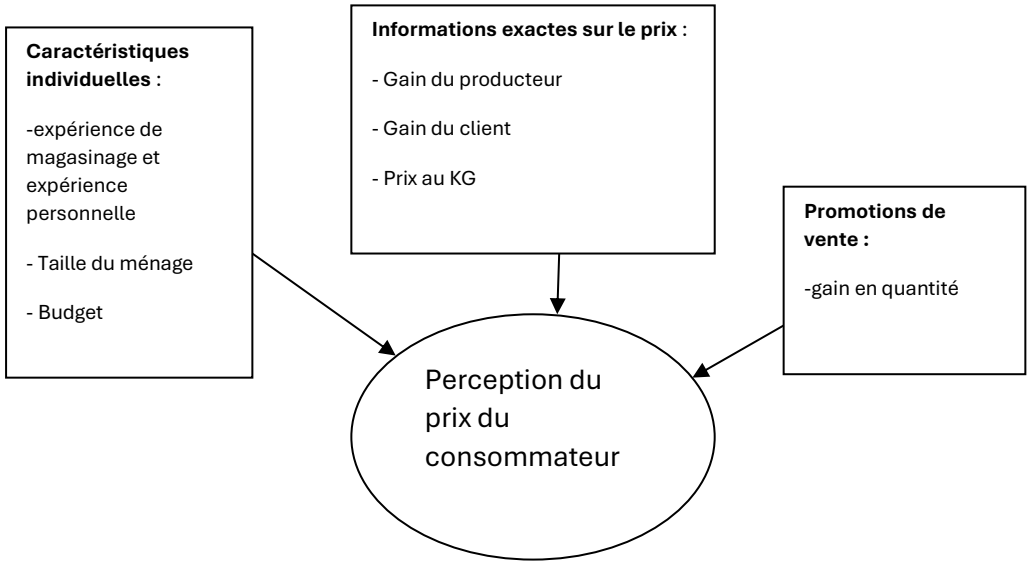

Tableau 2.6 Modèle conceptuel modifié

Il ressort de ce modèle conceptuel modifié que les aspects expérience, taille du ménage et budget jouent un rôle modérateur sur la perception. Les promotions augmentent l'impression de cherté vis-à-vis des enseignes durables car à force de chercher les meilleures affaires les consommateurs perdent de vue les prix « normaux » et leur prix de référence interne s'en trouve modifié. Les informations exactes sur le prix sont appréhendées ici comme des incitants à l'acte d'achat compte tenu de la conscience durable des consommateurs, de leur rapport à la responsabilité et de leur désir de comparer les offres.

CONCLUSION

Après avoir examiné les réponses aux questions que nous avons administrés à nos informants, nous pouvons répondre à la question de recherche posée au départ de cette démarche à savoir : **EST-CE QU'UNE MEILLEURE INFORMATION DES CONSOMMATEURS PEUT AMELIORER LA PERCEPTION DU PRIX DES ENSEIGNES DE LA DISTRIBUTION ALIMENTAIRE DURABLE ?** Nos entretiens ont montré qu'une meilleure information du consommateur pourrait dans une certaine mesure améliorer la perception du prix du consommateur. Pour cela, il faut tenir compte de ses doutes vis-à-vis de l'offre, faire preuve de transparence et permettre au consommateur de comparer facilement les différence offres par une étiquette bien pensée. Il nous incombe dès lors de faire des recommandations managériales qui tiennent compte de ces éléments et de préciser quelles sont les limites de notre démarche.

- ## RECOMMANDATIONS MANAGERIALES

La distribution alimentaire durable fait face à une rude concurrence de son alternative conventionnelle. Cette concurrence est d'autant plus ardue que les moyens des Grandes et Moyennes Surfaces sont beaucoup plus élevés que ceux des petits producteurs et des magasins spécialisés. Les acteurs du durable ont donc tout intérêt à attirer le consommateur dans leurs locaux en utilisant des techniques qui leur « parlent ». Fort de notre recherche, nous allons mentionner quelques recommandations en vue d'améliorer la perception du prix des consommateurs vis-à-vis des enseignes de la distribution alimentaire durable :

- Pour améliorer l'image du secteur et ne plus être tributaire du biais de généralisation dû au bio, faire des communications ciblées renseignant sur l'offre durable : présenter les différentes facettes de l'offre alimentaire durable et un plan de localisation de chacune des enseignes durables présentes dans l'aire géographique locale. Cette action pourrait cibler les associations de seniors, les écoles (en partenariat avec les animateurs environnementaux), les centre de diététique, les kots à projet durables. L'idée serait de cibler les personnes qui sont actuellement en charge des achats et celles qui agissent comme des prescripteurs (les enfants) et les futurs clients (étudiants)
- Pour donner un bon aperçu de l'écart de prix entre le durable et le conventionnel, les enseignes devraient de façon mensuelle publier sous la forme d'une infographie l'écart actuel des prix et l'afficher soit sur leur tableau de prix soit sur la porte d'entrée afin de retenir l'attention des prospects
- Pour valoriser le travail des producteurs et pousser à l'achat : faire des étiquettes mentionnant le gain du producteur, au lieu de simplement utiliser un fond clair, faire les contours de l'étiquette avec un drapeau qui montre l'origine de l'aliment en question.
- Pour convaincre les sceptiques, organiser régulièrement des dégustations alimentaires en rue (de la même manière que coca-cola et les compagnies de distribution de boisson le font en été avec les mini cannettes)

- Améliorer la connaissance du client en accent les assortiments vers les produits les plus recherchés et en communiquant sur les produits difficiles à trouver que l'enseigne possède afin d'attirer un maximum de curieux.
- Miser sur les points faibles de la distribution alimentaire durable en améliorant le rapport au client, l'ambiance du magasin et en communiquant suffisamment sur les prix affichés et l'origine des aliments.

• LIMITES DE LA RECHERCHE ET PERSPECTIVES

Comme mentionné en introduction de notre partie théorique, l'échantillon que nous avons utilisé pour ce travail n'est pas un échantillon représentatif de la population Belge. D'autre part, bien que notre échantillon soit localisé dans trois villes belges, il n'est pas représentatif des habitudes de consommation qu'on pourrait trouver dans les autres provinces du territoire en particulier en Flandre. Nous nous sommes concentrés sur les informations essentiellement centrées sur le prix et la promotion de vente (gain du producteur, gain du consommateur dans une moindre mesure et prix au KG), pourtant d'autres informations peuvent influencer le prix comme les labels, les marques etc. Il serait intéressant d'étendre la question à ces variables et de recueillir les données venant de plus d'informants répartis sur une plus grande partie du territoire Belge. Il faudrait aussi interroger la tranche d'âge 18ans-25 ans qui est absente de notre échantillon. Compte tenu des améliorations que les informants ont formulé pour un meilleur lieu de magasinage (leur enseigne préférée), il serait intéressant de se demander si une communication axée sur ces éléments contribuerait à améliorer leur perception du prix des enseignes alimentaires durables.

ANNEXES

ANNEXE 1 : LIST OF SELECTED FOOD CHOICE VALUES FROM THE PUBLISHED LITTERATURE (source Eva C. Monterra et Al,2020)

VALUES	DESCRIPTION
Naturalness	Minimal processing, fresh food
Taste (sensory appeal)	Taste, smell, texture, flavor, and other sensorial aspects
Appearance	Attribute of food that make food appealing (e.g., consistency of food, its color, presentation)
Cost or affordability	Coast refers to price per reference amount. Affordability refers to cost per income or relative expenses
Comfort	Feelings (eg, happiness) experienced by eating the food
Convenience	Time saving in preparation, cooking or cleaning
Physical availability	Distance that the consumer travelled to obtain food
Tradition (food symbolism)	Traditional cuisines, foodways, food customs
Managing social relationships	Achieving harmony, accommodation preferences, managing conflicts
Nutrition (Health)	Macro and micronutrients, trace elements, electrolytes, fiber, phytochemicals, antioxidants. Promoting or health-giving attributes of food
Safety	Not causing illness ; free of chemical or microbial contamination and other hazard
Variety	Incorporation of multiple food groups into the diet (as define by nutritionists). Another form of variety is the method of cooking the food (e.g., Boiling, frying, roasting) ("Sociocultural Influences on Food Choices and Implications for ...")
Environmental impact	Land, water, energy used in producing or preparing food ; Food loos and waste
Origin	Food provenance (e.g., food miles, place of production)
Fairness (ethics)	All actors involved in food production benefit equally

ANNEXE 2 : LE GUIDE D'ENTRETIEN

Le guide d'entretien utilisé a été rédigé sous la forme d'un questionnaire comprenant 5 grandes parties dont le détail est le suivant :

Je m'appelle Ruth Djoumessi, je suis étudiante en 2ème année du Master en sciences de gestion de l'université de Namur. Dans le cadre de la rédaction de mon mémoire de fin de Master 120 en sciences de gestion, j'effectue une enquête sur la façon dont le prix influence la perception des consommateurs vis-à-vis des enseignes de l'alimentation durable. Cette enquête de 20-30 minutes est anonyme et ne sera utilisée que dans le cadre académique. Je vous saurais gré de bien vouloir y répondre.

PARTIE 1 : Données démographiques

- Quelle est votre tranche d'âge ?

18 ans-25 ans

26 ans -35ans

36 ans- 45 ans

46 ans -55ans

Plus de 55 ans

- Quel est votre niveau d'étude le plus élevé ?

Primaire

Secondaire

Bachelier

Master

Doctorat

- Combien de personnes compte votre ménage ?
- Il y a-t-il des enfants/ados dans votre ménage ? si oui combien ?
- Quelle est votre tranche de revenus mensuels ?

Moins de 1000 EUR

1000-2000 EUR

2000-3000 EUR

Plus de 3000 EUR

- Quelle part de votre revenu allouez-vous aux achats alimentaires ?

PARTIE 2 : Habitudes de consommation

- Faites-vous vos achats dans un seul magasin ? si oui lequel ? si non combien de magasin visitez-vous pour faire vos achats alimentaires ?

- Quelle est votre magasin préféré pour faire vos achats alimentaires ? Pourquoi ?
- À quelle fréquence faites-vous vos achats alimentaires en un mois ?
- Durant la pandémie de la covid-19 avez-vous changé vos habitudes alimentaires ? pourquoi ? si oui comment ?
- Si vous avez changé vos habitudes alimentaires durant la covid-19. Est-ce que vous continuez avec vos nouvelles habitudes ? si non pourquoi ?
- Si vous n'avez pas changé vos habitudes alimentaires durant la covid-19. Envisagez-vous de les changer dans les mois à venir ? si oui pourquoi ?

PARTIE 3 : Le niveau de connaissance des prix

- Que signifie le prix d'un aliment pour vous ?
- Lorsqu'il s'agit de choisir quels aliments acheter : pensez-vous que vous réalisez des bonnes affaires ? si oui qu'est-ce qu'une bonne affaire pour vous ? si non pourquoi ?
- Quelles informations concernant le prix voudriez-vous voir sur l'étiquette de prix de votre magasin préféré ?
- Que pensez-vous de l'assortiment de votre magasin préféré ?
- Lorsqu'il s'agit de comparer des produits « similaires » comment procédez-vous ?
- Avez-vous déjà comparé de manière objective des produits alimentaires durables et des produits alimentaires conventionnels ? que pensez-vous des prix de chacun d'eux ?
- D'après vous qu'est ce qui pourrait expliquer la différence de prix entre ces deux types de modes de distribution à savoir la distribution alimentaire durable et la distribution alimentaire conventionnelle ? cette différence vous semble-t-elle justifiée ?

PARTIE 4 : le niveau de connaissance de l'offre alimentaire durable

- À votre avis qu'est-ce que le réseau de distribution alimentaire durable ?
- À quelle distance est le magasin « durable » le plus proche de votre domicile ?
- Avez-vous déjà poussé la porte de ce magasin ou d'un autre magasin « durable » ? pourquoi ?
- À quelle fréquence achetez-vous des aliments « durables » ? dans quelle enseigne ? pourquoi ?
- Quand vous faites vos achats alimentaires, pensez-vous à l'impact de vos choix ? si oui comment procédez-vous pour limiter ou améliorer cet impact ? si non pourquoi ?
- Seriez-vous prêt à payer plus cher pour garantir une meilleure rémunération aux producteurs ?

PARTIE 5 : l'influence des informations sur la perception du prix des consommateurs

- Des études montrent que la plupart des consommateurs voudraient savoir combien exactement touchent les producteurs. Quel est votre avis ?
- À prix égal quel panier choisissez-vous ? le panier durable ou le panier conventionnel ? pourquoi ?
- Laquelle de ces étiquettes vous apporte le plus d'informations utiles pour vous aider dans le choix de vos achats alimentaires ?
- Que pensez-vous des promotions sur les produits alimentaires ?
- Est-ce que les promotions de vente vous ont déjà poussé à essayer de nouveaux produits ?

- Concernant les promotions de vente, comment ciblez-vous les promotions qui vous intéressent ?
- Est-ce que les promotions de vente vous ont déjà fait changer votre liste de course ? Si oui pourquoi ?
- Seriez-vous prêt à pousser la porte d'une nouvelle enseigne si elle propose des promotions qui vous intéresse ? si non pourquoi ?

ANNEXE 3 : GRILLE D'ANALYSE DES ENTRETIENS

Thèmes	Femme (35-45 ans) S	Homme (25-35ans) O	Femme (25-35 ans) R	Femme (plus de 55 ans) Sa
Profil	Titulaire d'un bachelier vis seule dispose d'un revenu entre 2000-3000 EUR Consacre 300-350 EUR mensuellement aux achats alimentaires	Titulaire d'un titre du secondaire supérieur, vis chez ses parents dans un ménage composé de 5 personnes dont un Ado. Il dispose d'un revenu de 2000-3000 EUR et consacre plus ou moins 200 EUR à ses achats alimentaires	Titulaire d'un Bachelier vis seule dispose d'un revenu de 50 EUR mensuellement pour ses courses alimentaires	Titulaire d'un master, vis seule et dispose d'un revenu entre 2000-3000 EUR consacre environ ¼ de son revenu au budget alimentaire.
HABITUDES DE CONSOMMATION :				
Fréquence	4x/mois	1 à 2x/mois	4x/mois	8x /mois
Magasinage	Elle fréquente 4 enseignes avec une préférence pour Aldi par rapport aux prix et pour Delhaize par rapport au programme de fidélité associé au nutriscore. En termes d'assortiment, Aldi s'en tient au prix et marque distributeur et Delhaize aux produits basiques	Le magasinage se fait dans 2 magasins dont Colruyt est le préféré en raison de son assortiment	Elle visite 3 enseignes pour ses achats alimentaires (Colruyt, Lidl, Aldi) avec une préférence pour Lidl car « le rapport qualité/prix est plus abordable »	Elle fréquente 5-6 magasins dont des petits magasins comme le boucher, le « Turc ». Elle n'a pas de magasin préféré
Influence de la pandémie covid-19 sur les habitudes alimentaires	La crise de la Covid-19 n'a pas influencer ses habitudes alimentaires Elle cuisine ses repas	La pandémie n'a pas changé ses habitudes alimentaires et il n'envisage pas changer dans les mois à venir	La pandémie n'a pas changé ses habitudes mais, en raison d'un état de santé défaillant (pas de covid-19) elle a dû changer ses habitudes. Elle a repris ses habitudes tout en excluant certains aliments depuis	La pandémie de la Covid a ralenti sa fréquentation des grandes surfaces afin d'éviter les bains de foule, elle a donc continué ses achats en magasin durable. En termes de perspective dans ses habitudes, elle

			qu'elle s'est installée seule elle ne pense pas changer dans les mois à venir	veut toujours consommer mieux.
NIVEAU DE CONNAISSANCE DES PRIX :				
Signification du prix	Le prix représente le rapport à la qualité du produit	Le prix est un indicateur de la cherté il parle d' « inflation »-	Pour elle les enseignes s'entendent pour proposer des prix « je prends toujours le plus bas prix »	Elle a une approche économique du prix : « Le prix comprend une partie pour le marketing et une partie pour les services etc. »
Comparaison des prix	Pour elle :« Le durable est plus cher et pas spécialement de meilleure qualité » Elle utilise le prix au KG pour comparer les produits et ceci même si les produits sont en promotion	Il compare en scrutant les offres des magasins	Elle compare les prix de ses magasins de prédilection avec ceux de la ferme. Le prix à la ferme est moins cher que dans les magasins	Elle ne réalise pas nécessairement la comparaison, car elle n'est pas une grande adepte des produits congelés.
Justification des prix des aliments « durables »	L'écart de prix n'est pas justifié selon elle : « Pour le cas du local il n'y a pas les coûts de transport »	Je ne sais pas	Le prix de la ferme est moins cher et justifié car les produits conventionnels sont souvent importés et il y a beaucoup de monde derrière	
Champs lexical relatif au prix et à sa signification	Rapport qualité/prix, Prix au KG	Inflation, indicateur de cherté	Prix le plus bas, arrangement entre enseignes	Prix des services, prix du marketing
NIVEAU DE CONNAISSANCE DE L'OFFRE DURABLE				
Identification de l'offre alimentaire	Le réseau de distribution durable pour elle comprend : le local, le vrac, le bio	Bio de grande surface	Son approche de la distribution alimentaire durable se limite à la vente à la ferme	Le réseau de distribution durable pour elle comprend : le vrac et le local
Rapport à l'offre durable	Le magasin durable le plus proche de son domicile est à 5km (Bio Planet) elle a déjà poussé la porte de ce magasin et une fois celle d'un « local ». Elle va en magasin durable pour les articles qu'elle ne trouve pas ailleurs	Il est adepte du bio de chez Colruyt. A prix égal il choisirait le panier durable	Le magasin le plus proche de son domicile est à 1min en voiture. Selon elle « on recommande de prendre ses aliments chez les petits marchands mais ce n'est pas toujours possible, il existe toujours les grandes enseignes » Elle ne fréquente pas souvent les enseignes durables car pour elle cela est juste un label et	A prix égal, elle choisirait l'offre durable. Le magasin

			non du véritable bio « manger bio ne veut pas dire manger bio » Mais à prix égal elle choisirait le panier durable	
Conscience « durable »	Elle tient compte de son impact alimentaire et fait en sorte d'éviter le gaspillage :« Ce que j'achète est ce que je dois consommer » « on est parfois tentés par les promos et après on oublie de les manger » Elle fait le choix de produits Belges	Il ne tient pas particulièrement compte de son impact alimentaire	Elle tient compte de son impact alimentaire et dit ne se préoccuper que de la quantité pour tenir jusqu'à la fin du mois.	Elle tient compte de son impact alimentaire en diminuant les emballages et en optant pour plus de fait maison
Champs lexical associé à l'offre alimentaire durable	Local, vrac, bio	Bio de grande surface	Vente à la ferme	Local, vrac
IMPACT DES INFORMATIONS SUR LA PERCEPTION DES PRIX :				
Qualité des informations	Elle est favorable à une étiquette qui mentionne le gain du producteur « ainsi on pourrait évaluer, si un aliment est compliqué d'être récolté je comprendrais que l'aliment soit plus cher or un aliment basique pourquoi payer plus cher »	Favorable à une information qui montre son gain	Favorable à une étiquette qui mentionne le gain du producteur	Elle est favorable à une étiquette qui mentionne le prix au KG et le gain du producteur ceci dans un besoin de transparence et un
Promotion de vente	« C'est ma vie » dit-elle des promotions avant de préciser qu'il s'agit des promotions pour des articles qu'elle pourrait stocker et dont elle a besoin. Les promotions l'ont déjà poussées à (parfois) à changer sa liste de course et à essayer un nouveau produit. Concernant le ciblage elle cherche les formules 1+1 gratuit et a même l'application qui recense tous les folders Les promos pourraient l'inciter à visiter une nouvelle	Il profite des offres de Colruyt sans plus.	« Ce n'est pas parce qu'on dit promo que c'est moins cher » Les promotions ne lui font pas changer sa liste de course Elle pousserait la porte d'une nouvelle enseigne mais dit ne pas être influencée par les affiches	Favorable aux promotions si cela n'entraîne pas de gaspillage. Elle fonctionne plus au coup de cœur qu'à la promotion Il faut se méfier des promotions « ARNAQUE » qui sont souvent contrefaites à savoir qu'elles sont souvent non pas en 1+1 gratuit mais en 1+0.5 gratuit car le contenant a été réduit. Il s'agit souvent de date de péremption proche ou d'offre plus adaptées aux grandes familles

	adresse. Elle a déjà été influencée par le bouche à oreilles et a aussi été curieuse			qu'aux personnes isolées. Il lui déjà arrivé de changer sa liste de course en raison des promotions Des promotions intéressantes pourraient la pousser à visiter un nouveau magasin toutefois elle dit pourvoir y aller par curiosité
Disposition à payer	« Payer plus pour un producteur ? bonne question (…) pourquoi je dois payer plus cher alors que c'est l'état qui met une taxe ? donc même si tu paies plus ce n'est pas le producteur qui gagne mais l'état via l'impôt »	Il serait prêt à payer plus mais seulement de manière sporadique	Elle serait prête à payer plus pour une meilleure rémunération des producteurs	Prête à payer plus cher si la qualité et la fraîcheur sont au rendez-vous.
Question Bonus : Que souhaitez-vous voir votre magasin préféré améliorer ?	Elle voudrait des meilleurs prix et moins d'articles industriels	Le prix	Elle souhaiterait connaître le prix réel au sens de prix au Kg. Exemple : au lieu de 8eur/pièce, 2eur/kg	Elle aimerait plus de chaleur dans la relation client et la possibilité d'être renseignée
ANALYSE VERTICALE	Regardante du point de vue des prix et sceptique quant à l'offre durable. Pointilleuse sur le respect de son budget. Elle fréquente quand même une enseigne durable pour des produits bien spécifiques et se fie à la recommandation et aux promotions pour faire ses choix.	Fais ses courses de temps en temps. Apprécie les offres de Colruyt quoiqu'il ne serait pas contre une baisse des prix. L'offre durable chez lui se limite à ce qu'il trouve en GMS. Il serait prêt à payer plus de temps en temps pour les producteurs	Econome, elle profite des activités avec ses amis pour ne pas dépenser en alimentaire, et s'approvisionne auprès du marché communal. Dans la vie de tous les jours elle limite sa consommation alimentaire	Méticuleuse sur la question du prix elle fait attention aux promotions qu'elle considère comme étant des « arnaques ». Elle transfère l'expérience des soldes dans le non alimentaire à l'alimentaire (cas des flacons de 750ml) ou de la promotion 1+0.5 au lieu de 1+1

Thèmes	Femme (plus de 55 ans) G	Femme (plus de 55 ans) A	Femme (plus de 55ans) C	Femme (45-55ans) E
PROFIL	Titulaire d'un diplôme de secondaire, vis seule et dispose d'un revenu situé entre 1000-2000 EUR	Titulaire d'un certificat secondaire, son ménage compte 2 adultes avec un revenu de plus de 3000eur dont environ 600eur sont	Vis seule, niveau scolaire primaire dispose d'un revenu mensuel entre 1000-2000 EUR et consacre 200eur/mois aux achats alimentaires	Titulaire d'un graduat, vis seule dispose d'une rémunération mensuelle comprise entre 1000-2000 EUR

	Elle consacre 10% de ses revenus aux achats alimentaire	alloués aux achats alimentaire		Et consacre 200eur/mois à ses achats alimentaires
HABITUDES DE CONSOMMATION				
Fréquence d'achat	J'achète au fur et à mesure selon mes besoins	4 fois /mois	8fois /mois	4x/mois
Magasinage	Visite plusieurs magasins pour effectuer ses achats alimentaires (6) avec une préférence pour Intermarché qu'elle trouve moins cher « on peut dire qu'ils font des soldes alimentaires » d'autre part elle apprécie son assortiment car « quand elle cherche quelque chose elle l'y trouve, et Colruyt où elle apprécie le rayon fraicheur et les boîtes de conserves (assortiment varié)	Visite 4 enseignes pour ses achats alimentaires dont le préféré est Carrefour en raison de son assortiment « on y trouve tout au même endroit ». Elle fréquente aussi les enseignes durables notamment Biocap	Visite 3 enseignes qui sont complémentaires pour elle : Aldi proche et moins cher, Lidl moins cher et Carrefour qu'elle apprécie particulièrement pour l'assortiment varié.	Visite 2 enseignes pour ses courses : Colruyt et Lidl avec une préférence pour Lidl en raison de ses prix bas
Influence de la pandémie sur les habitudes alimentaires	La covid-19 n4a pas eu un impact sur ses habitudes alimentaires car ne trouvant aucune raison de le faire, et elle ne compte pas les changer dans les prochains mois, « sauf s'il y a la guerre »	Ses habitudes alimentaires ont changé non pas en raison de la pandémie en elle-même mais à cause des restrictions qui l'on contraint à visiter les enseignes plus proches notamment Biocap, paysans artisans etc. mais actuellement elle n'envisage pas de changer ses anciennes habitudes vers lesquelles elle est retournée	Ses habitudes alimentaires n'ont pas changé car selon elle ses habitudes sont bonnes elle s'approvisionne en moyen de gamme et se fait quand même plaisir de temps en temps. Elle n'envisage donc pas d'en changer dans les mois suivants	Ses habitudes alimentaires n'ont pas changé durant la pandémie de la Covid-19. Elle n'envisage pas de les changer dans les mois à venir
NIVEAU DE CONNAISSANCE DES PRIX				
Signification des prix	Le prix devrait refléter la qualité du produit mais ce n'est pas toujours le cas	« On a l'impression que c'est meilleur quand c'est plus cher mais est-ce vraiment le cas ? On peut penser que c'est meilleur en goût »	« Le prix devrait représenter la qualité dans la logique des choses. » même comme ce n'est pas toujours le cas selon elle	Le prix pour elle est le reflet de la qualité et de la valeur : plus c'est cher, plus c'est de bonne qualité.
Comparaison des prix et informations clés pour le prix	Se base sur l'aspect de l'aliment (sa fraicheur, les promotions	Se base sur son expérience avec les marques sans forcément tenir	Se base sur le prix au KG marqué sur les étiquettes pour	Elle n'a pas vraiment comparé le durable au conventionnel mais

	présentes dans les magasins qu'elle visite et utilise le prix au kilo car « là tu sais voir si les 100g sont chers »	compte du prix « j'ai des marques que j'aime bien, je reviens toujours dessus » « ce n'est pas forcément guidé par le prix, mais si c'est plus cher j'en prendrais et mangerais 2fois moins ». Ne pense pas réaliser des bonnes affaires malgré le fait de regarder les promotions « je regarde toujours le rayons des réductions chez carrefour ». Une bonne affaire n'est pas une réduction à cause de la date de péremption proche	comparer les produits similaires. Concernant les produits durables elle les trouve trop cher « c'est pour les riches » Ne pense pas réaliser de bonnes affaires car elle prend des produits milieu de gamme ; Toutefois elle définit les bonnes affaires comme étant « 2 pour le prix d'1 » soit plus de quantité pour un moindre prix.	trouve le durable plus cher. Elle pense réaliser des bonnes affaires. Pour elle les bonnes affaires sont des réductions sur des produits qualitatifs. En termes de comparaison elle se base sur le folder à la maison et sur les offres qu'elle rencontre en magasin
Justification des prix de l'alimentation durable	Les prix de l'alimentation durable sont justifiés en raison de la qualité (goût) des aliments « même le simple maïs en boîte de chez bio cap quand tu le manges il est très bon. Je pense que chez Biocap il n'y a pas de sucres ajoutés ».	Les prix de l'alimentation durable sont un peu plus chers mais on est gagnant sur le goût. La différence de prix est justifiée par le goût	La différence de prix entre le durable et le conventionnel n'est pas justifié car : « il y a le vrai et le faux bio »	La différence de prix avec l'alimentaire conventionnel lui semble justifié même si elle trouve cela cher
Champ lexical relatif au prix et à sa signification	Rapport qualité/prix, prix au KG	Rapport qualité/prix ? prix habituel	Rapport qualité/prix, prix au KG	Rapport qualité/prix, prix promos du folder
NIVEAU DE CONNAISSANCE DE L'OFFRE DURABLE				
Identification de l'offre alimentaire	Le réseau de distribution alimentaire durable constitue pour elle se limite de la vente des producteurs au magasin	Le réseau de distribution alimentaire durable compte les produits locaux, artisanaux, pas de production en masse, pas de production qui détruit la flore et la faune	« Je doute » dit-elle en mentionnant que pour elle le durable se limite aux œufs en plein air quoiqu'on ne puisse vérifier leur provenance	Le réseau alimentaire durable comprend tout ce qui tient compte de l'environnement et du travail
Rapport à l'offre durable	Le magasin le plus proche de chez elle n'est même pas à 1km. Elle fréquente les enseignes durables surtout Biocap et est tributaire de son emploi du temps elle achète donc	Est prête à payer plus cher si les producteurs sont mieux rémunérés Le magasin « durable » le plus proche de chez elle est à 1km, elle l'a déjà visité en raison du goût des	Le magasin durable (bio) le plus proche de chez elle est à 2km. Elle n'a plus mis les pieds dans une enseigne durable depuis plus ou moins 3-5ans à cause des prix	Le magasin durable le plus proche de son domicile est à 2.5km Elle ne croit pas aux plus du bio toutefois à prix égal elle choisirait le panier bio pour limiter les emballages et pour

	souvent dans les magasins proches de son lieu de travail Pour ce qui est de l'offre durable, elle préfère paysans artisans à Bio cap et bio Planet car l'offre y est de saison. Bio cap pour sa part lui apporte des conserves de bonne qualité	aliments et elle va chez Biocap toutes les semaines	élevés et du peu de choix disponible	le bien de tous dont les producteurs locaux
Conscience « durable »	Elle tient compte de son impact. Elle ne stocke pas et achète seulement ce qu'elle est sûre d'utiliser	Ne tient pas toujours compte de son impact mais quand c'est le cas elle s'informe sur la provenance, les conditions de travail.	Ne tient pas particulièrement en compte son impact alimentaire mais fait attention à la santé	Ne tient pas toujours compte de son impact alimentaire mais tente de le réduire en évitant les emballages
Champ lexical en associé à l'offre alimentaire durable	Bonne qualité, goût, prix justifié, de saison	Un peu cher, goût, qualité, prix justifié	Bio très cher, prix non justifiés, pour les riches,	Cher, prix justifiés,
IMPACT DES INFORMATIONS SUR LA PERCEPTION DES PRIX DES CONSOMMATEURS				
Qualité des informations	L'étiquette de prix devrait mentionner le prix au KG. Le gain des producteurs l'intéresse peu car ils sont écrasés par la loi, elle achète donc par élan de solidarité.	L'étiquette de prix doit comporter le prix au KG et le gain du consommateur comme chez Colruyt où le prix baisse en fonction des quantités	L'étiquette de prix devrait comporter en plus du prix au KG, le gain que le consommateur obtient car le gain du producteur l'intéresse peu	L'étiquette de prix doit comporter le prix au KG elle ne s'intéresse par aux autres informations
Promotion de vente	Elle trouve qu'une personne isolée peut se permettre certaines dépenses (c'est son cas) que les familles ne se permettraient pas. Les promotions sur les volumes sont plus pour les familles que pour les personnes seules car il faut savoir les stocker.	Elle trouve les promotions intéressantes en raison du prix et a déjà eu à changer sa liste de course à cause des promotions ou encore à tester un nouveau produit. Elle utilise les folders pour cibler les promotions	Méfiance vis-à-vis des « fausses » promotions. Elle transfère l'expérience des « fausses réduction » lors soldes sur le domaine alimentaire. Les promos n'influencent pas sa liste de course elle ne prend plus les folders Les promos peuvent l'inciter à découvrir une nouvelle enseigne « s'il y a marqué 1+2 j'irais voir, mais je vais aussi par curiosité »	Elle apprécie les promotions sur l'alimentaire : « c'est génial ». Elle a déjà changé sa liste de courses à cause des promotions et pour stocker des produits moins chers. Les promotions l'ont déjà poussé à essayer de nouveaux produits. Elle cible les promos via les folders, les offres en magasin et aussi un peu de curiosité. Elle serait prête à pousser la porte d'une nouvelle enseigne s'il y a des promos intéressantes et

				aussi par simple curiosité
Disposition à payer	Serait prête à payer plus cher car elle a eu à côtoyer des fermiers et est consciente de leurs difficultés	Achèterait si le gain des producteurs est connu pour voir s'ils ne sont pas sous payés	Serait prête à payer plus de temps en temps	« Je ne sais pas » car ce n'est pas sa faute s'ils ne s'en sortent pas
Question Bonus Que souhaitez-vous voir votre magasin préféré améliorer ?	L'ambiance	Voudrait que son magasin préféré améliore son assortiment en mettant plus de produits locaux	Son magasin préféré devrait améliorer son ambiance pour une relation client-vendeur plus chaleureuse	La luminosité du magasin, décoration, l'atmosphère du magasin (elle compare Colruyt à Delhaize)
Analyse verticale	Habituée des enseignes alimentaires par son précédent emploi en boucherie, elle est favorable à l'offre durable et est prête à payer pour. Toutefois, les promotions sont pour elles une affaire « des familles » vu les quantités et la nécessité de stocker.	Associe le prix à la qualité avec une certaine réserve, elle se base sur son expérience avec les marques pour choisir et en cas de cherté elle adapte son comportement alimentaire. L'offre durable est faite du local, artisanal et « environment Safe »	Sceptique vis-à-vis de l'offre durable, elle transfère ses expériences de magasine non alimentaire à l'alimentaire. Son approche de la durabilité est très restreinte (œufs plein air) et malgré cette restriction elle reste dans le doute et privilégie les offres qui rapportent plus de quantité.	Adepte des prix bas, elle trouve les promos « génial » (es). Elle se base sur le folder et les promotions en rayon pour décider de ses achats. L'offre durable est chère pour elle mais son prix lui semble justifié

Thème	Femme (plus de 55 ans) M	Femme (45-55ans) D	Homme (35-45 ans) D	Homme (plus de 55ans) P
Profil	Dispose d'un revenu de plus de 3000 EUR, elle a fait ses humanités. Son ménage compte 5-6 personnes selon la présence de ses enfants et petits-enfants le budget alloué à l'alimentaire est de 1000 EUR/mois	Dispose d'un revenu compris entre 2000-3000 EUR elle a fait ses études secondaires. Son ménage compte 5 personnes dont 3 enfants. Elle ne connaît pas la part de budget alloué aux achats alimentaires. Son mari est responsable des courses du ménage	Disposant d'un revenu situé entre 1000-2000 EUR, il est titulaire d'un Master, vis seul et consacre 1/3 de son revenu à l'alimentation.	Dispose d'un revenu compris entre 2000-3000 EUR, il est issu de l'enseignement secondaire. Son ménage compte 4 personnes et il met environ 250-400 EUR pour les dépenses alimentaires.
HABITUDES DE CONSOMMATION				
Fréquence	8x/mois	Quotidienne	15-20 x/mois	8-10X /mois
Magasinage	Elle visite 4 enseignes pour ses achats alimentaires (Lidl, Carrefour, grand Delhaize et Intermarché. Sa préférence va au Lidl en raison de la	Elle visite 4 enseignes pour ses courses alimentaires (Intermarché, Colruyt, ...) avec une préférence pour Colruyt car pas cher	Il visite une dizaine de magasins pour faire ses courses	Il visite 4 enseignes (ALDI, Lidl, Carrefour, Colruyt) pour faire ses courses avec une préférence pour LIDL car les prix y sont moins chers.

	rentabilité qu'elle y trouve et au Delhaize pour son assortiment. Pour les produits typiques Italien, elle fréquente le magasin Turc	(peut-être) et parce qu'elle y trouve tout ce dont ils ont besoin pour la maison		
Influence de la pandémie de la Covid-19	Durant la Covid-19, elle a plus cuisiné que d'habitude. Des plats qui ne coûtent pas chers mais le fait d'être à la maison a coûté cher finalement. Elle est revenue à ses anciennes habitudes	Durant la pandémie de Covid-19 les habitudes alimentaires n'ont pas changé et ne risquent pas de changer dans les mois à venir	Durant la pandémie de Covid-19 les habitudes alimentaires n'ont pas changé et il n'envisage pas de les changer	Durant la pandémie de Covid-19, ses habitudes alimentaires n'ont pas changées et il n'envisage pas de les changer
NIVEAU DE CONNAISSANCE DES PRIX				
Signification du prix	Le prix reflète la qualité de l'aliment	Le prix reflète la qualité de l'aliment	Il n'a pas d'idée précise, il s'agit d'un point à discuter car complexe de son point de vue	Le prix pour lui doit refléter la qualité et la quantité. Etant cuisinier de formation il a l'habitude des grandes quantités (Macro, marché de clémenceau à Bruxelles)
Comparaison des prix	Elle a eu à comparer les enseignes qu'elle fréquente entre elles et trouve l'Intermarché comme un soldeur. Concernant les enseignes durables, elle compare LIDL et Intermarché aux petits producteurs et trouve qu'il faut avoir de « très beaux salaires « pour y acheter	Elle pense réaliser de bonnes affaires. Elle pense qu'une bonne affaire est toujours liée au prix à savoir lorsque ce n'est pas cher et lorsqu'il y a des promotions. Elle se base sur les prix affichés pour comparer les prix et utilise aussi les folders mais son mari qui fait les courses trouve que les promotions sont « fausses » et elle lui fait confiance. D'autre part elle regarde la fraicheur, le caractère durable, examine et touche sans vraiment penser au prix	Il ne pense pas réaliser de bonnes affaires, mais pour comparer il regarde le prix affiché tout simplement. Il n'a jamais fait la démarche de comparer les prix de l'alimentation conventionnelle à ceux de l'alimentation durable	Il pense réaliser de bonnes affaires car selon lui il est bien informé sur les prix. Pour comparer les aliments, il utilise le prix au KG et la fraîcheur des aliments.
Justification des prix de l'alimentation durable	L'écart de prix entre l'alimentation durable et l'alimentation conventionnelle est justifié car les petits producteurs ont plus de charges	Ne sais pas se prononcer car selon elle son mari est mieux placé car c'est lui qui détermine ce qui est pris entre bio et conventionnel		Les prix de l'alimentation durable sont justifiés car ils ont meilleur goût et même au niveau de la cuisson c'est différent

Champ lexical en rapport au prix	Qualité, très beaux salaires,	Qualité,	Qualité, quantité	
NIVEAU DE CONNAISSANCE DE L'OFFRE DURABLE				
Identification de l'offre alimentaire durable	Le réseau durable pour elle ne comprend pas les œufs, beurre et lait des magasin bio. Ce sont des produits emballés comme le riz produit durable ou le café produit durable de Lidl Le vrac n'est pas durable	RAS	RAS il ne fréquente pas les enseignes alimentaires durables.	Principalement le BIO, « on a les offres comme celles de paysans artisans ». « ce ne sont pas des produits standardisés, mais le goût n'en est pas moindre »
Rapport à l'offre alimentaire durable	Le magasin le plus proche de son domicile est à maximum 4km de chez elle, elle l'a déjà visité pour s'informer sur l'offre elle trouve le magasin bien rangé	A prix égal elle opte pour le panier durable, le magasin durable le plus proche de son domicile se trouve à 1km mais elle ne l'a jamais visité. Elle utilise le bio des GMS (Colruyt et Intermarché)	A prix égal, il choisira le panier durable. Mais actuellement il ne visite pas les enseignes durables et ne sais pas quel est le magasin le plus proche de chez lui	A prix égal il choisi le panier durable, le magasin le plus proche de chez lui est à environ 3-4 km, il le visite de temps en temps pour son épouse
Conscience durable	Tient plus ou moins compte de son impact alimentaire en essayant de ne pas gaspiller	Ne tient pas compte de son impact alimentaire	Ne tient pas compte de son impact alimentaire	Il tient plus ou moins compte de son impact alimentaire en limitant le gaspillage
Champ lexical associé à l'offre durable	Produits emballés, magasin bien rangé, pas de vrac	Bio Grande et Moyenne Surface,		Goût, non standardisés
IMPACT DE L'INFORMATION SUR LA PERCEPTION DES PRIX DES CONSOMMATEURS				
Qualité de l'information	Pour elle ce serait intéressant de communiquer la rémunération des producteurs dans les médias. Elle est pour une étiquette qui mentionne le gain du producteur « ça permettra de mieux percevoir ce qu'est le travail d'un producteur »	Ne s'intéresse pas particulièrement au prix du moment où le produit répond à ses exigences	Ne s'intéresse pas particulièrement au prix, du moment où il trouve que l'offre répond à ses attentes et à son budget	Les étiquettes de prix ne sont pas toujours bien faites selon lui. Il faut prendre le temps de bien lire, il est en faveur des étiquettes simple qui présentent le prix au KG (plus facile à utiliser). Connaître le gain des producteurs n'est pas une mauvaise idée mais cela ne l'intéresse pas plus que ça.
Promotion de vente	« Ça m'intéresse ! », elle profite des promos du jeudi d'Intermarché avec des offres en 2+1 ou 1+1 gratuit « c'est positif, tout ménage aimerait avoir 1+1 » Les promos lui ont déjà fait changer sa liste de course « en	Elle a déjà changé sa liste de course à cause des promotions de vente, mais ces promotions ne l'ont jamais poussé à opter pour la nouveauté. Mais elle visiterait volontiers une	Il trouve que les promotions sont « bénéfiques et intéressantes » mais il ne s'y connait pas vraiment. Une promotion peut le pousser à entrer dans une nouvelle enseigne, sans vraiment influencer	« Je suis un féru de promotions », il apprécie les promotions de LIDL qu'il compare à l'offre de Colruyt qui selon lui est chère « pour rien ». Il regarde régulièrement les folders et cherche

	fonction de mon budget » elle a aussi eu à goûter de nouveaux produits elle a eu de bonnes surprises mais parfois aussi elle a été déçue Elle cible les promotions en fonction de ce qui se consomme plus chez elle, par les folders et par son expérience de magasinage	nouvelle enseigne qui propose des promos intéressantes	sa liste de courses. Il ne cible pas les promotions à l'avance, il fait plusieurs magasins et achète où l'offre semble correspondre à budget. Il n'a pas l'impression de faire de bonnes affaires.	aussi les prix sur internet.
Disposition à payer	Elle serait prête à payer plus pour une meilleure rémunération des producteurs mais dans la limite de son budget	Serait prête à payer plus cher pour une meilleure rémunération des producteurs	S'il est sûr de la destination de l'argent qu'il donne il serait prêt à payer un peu plus	Une partie de son budget va déjà dans les magasins alimentaires durables (courses pour son épouse). Il estime ne pas pouvoir faire plus en raison de son budget
Question Bonus : Que souhaitez-vous voir votre magasin préféré améliorer ?	Chez Lidl elle voudrait plus d'ambiance et plus d'hygiène	RAS	Il n'a pas de magasin préféré	Chez Lidl, il voudrait un assortiment plus varié.
Analyse verticale	Bonne connaisseuse des promos, elle apprécie les produits d'origine italienne. Préfère le bio des GMS à ceux des magasins spécialisés quoique selon elle leur prix est justifié. Son approche du durable ne comprend pas les produits issus du vrac elle préfère les emballages. Les folders, son expérience de magasinage et les produits qu'elle consomme la guident dans ses choix d'achat alimentaires	Ouverte aux promos qu'elle consulte dans les folders, elle ne connait pas grand-chose en matière de prix car c'est son époux qui est responsable des achats alimentaires adepte de l'assortiment de Colruyt car on y trouve tout ce dont le ménage à besoin. Payer plus cher pour garantir une meilleure rémunération des producteurs lui parle, mais elle ne s'inquiète pas particulièrement des prix lors de ses achats. .	Sans préférence en matière de magasin, il visite une dizaine d'enseigne pour faire ses courses. Il ne cherche pas spécialement les promotions mais veut trouver ce qui entre dans son budget et répond à ses attentes. La question du prix pour lui est très complexe mais il aime connaître la destination de son argent. Pour lui c'est un préalable à l'action de payer plus pour les producteurs. Il dit toutefois ne pas s'intéresser plus que ça à la question mais à prix égal il choisirait le panier durable	Cuisinier de profession, il dit être un féru de promotions. Son vœu c'est d'avoir un meilleur assortiment dans son magasin préféré. En attendant, il pour des étiquettes plus faciles à lire avec le prix au KG pour mieux comparer les offres.il trouve les prix de l'alimentation durable justifiés et les produits de bons goût même si ils ne sont pas standardisés. Il estime déjà payer pour les producteurs car il achète souvent « durable »

Thèmes	Homme (26-35 ans) T	Femme (46-55 ans) An.	Femme (36-45ans) Am	
Profil	Titulaire d'un CESS, il vit avec sa copine ;	Issue de l'enseignement	Titulaire d'un Master, elle vit seule	

	le revenu mensuel du ménage se situe entre 2000-3000 EUR, il alloue environ 400 Eur par mois aux achats alimentaires	secondaire, son ménage compte 4 personnes. Le revenu mensuel du ménage est entre 2000-3000 EUR, dont 700eur sont mis pour les achats alimentaires	et a un revenu situé entre 1000-2000 EUR elle dépense 200EUR mensuellement pour ses besoins alimentaires	
HABITUDES DE CONSOMMATION				
Fréquence	8x/mois	12x/mois	4x/mois	
Magasinage	Il fréquente essentiellement Intermarché et souvent Lidl avec une préférence pour Intermarché	Elle visite au moins 4 enseignes dont Biocap, Lidl, Carrefour et Aldi. Elle n'a pas de préférence particulière mais apprécie les produits de Biocap	Elle visite 2 magasins : Carrefour Hypermarché et Lidl avec une préférence pour Carrefour	
Influence de la pandémie de Covid-19	La pandémie n'a pas affecté ses habitudes alimentaires ; Il ne pense pas devoir les changer de si tôt	La pandémie n'a pas changé ses habitudes alimentaires et elle n'envisage pas de les changer dans le futur.	Pendant la pandémie elle a plus cuisiné mais après la pandémie elle est revenue à ses anciennes habitudes : « manger sur le pouce ou alors prendre des repas déjà préparés »	
NIVEAU DE CONNAISSANCE DU PRIX				
Signification du prix	Le prix devrait pouvoir refléter la qualité et aussi permettre d'avoir une quantité suffisante.	Le prix devrait refléter la qualité, mais selon elle ce n'est pas toujours le cas. « On achète parfois des fraises en pensant qu'elles sont de Wépion mais quand on les mange le goût n'y est pas »	Le prix pour elle constitue la dépense qu'elle va effectuer. Elle estime qu'il devrait au moins représenter la qualité de l'aliment	
Comparaison des prix	Il se contente de regarder le prix affiché et de voir si cela correspond à son budget	Elle compare les prix en utilisant le prix au KG. Et en tenant en compte la marque. « j'ai l'habitude de prendre l'eau SPA, quand je vois une nouvelle marque je compare d'abord avec le SPA par exemple si la bouteille est assez rigide, je regarde aussi le bouchon et puis je regarde si le prix est bon »	Elle utilise désormais le prix au Kg pour comparer, astuce qu'elle a découvert par hasard en regardant de plus près l'étiquette de prix.	
Justification des prix de l'alimentation durable	Il n'achète pas spécialement les produits bio, mais il les trouve quand	Pour elle, les prix de la l'alimentation durable sont justifiés : « je fais	Vu le travail des producteurs, elle trouve le prix justifié mais pas abordable	

	même un peu cher pour une personne « normale »	attention à ma santé, et je trouve qu'avec ces produits j'ai moins d'intolérance »	pour tout le monde « il faut mixer pour s'en sortir avec ce genre de produits »	
Champs lexical lié au prix				
NIVEAU DE CONNAISSANCE DE L'OFFRE DURABLE				
Identification de l'offre durable	L'offre alimentaire durable pour lui est limitée au Bio	Pour elle l'offre comprend le bio et le local	Elle parle du bio du local et du vrac	
Rapport à l'offre alimentaire durable	A part le rayon Bio des magasins où il a l'habitude d'aller, il ne connait pas le magasin le plus proche de chez lui	« Je fais une partie de mes courses au biocap ». Le magasin le plus près de chez elle est à environ 2km.	Le magasin le plus proche de chez elle est à moins d'1km à pied. Mais elle n'y va pas.	
Conscience durable	Il ne fait pas particulièrement attention à l'impact de son alimentation	Elle évite de gaspiller	« J'essaie de gaspiller moins, je n'ai pas toujours le temps de cuisiner et parfois les aliments se gâtent »	
Champs lexical associé à l'offre durable	Rayon bio, cher	Goût, local, bio	Travail des producteurs, vrac, local	
IMPACT DE L'INFORMATION				
Qualité de l'information	Il ne prête pas particulièrement attention aux étiquettes.	Pour elle connaître le gain du producteur serait une source de motivation pour acheter mieux et comme elle le dit « au moins on saura si on nous arnaque ou pas »	« Je pense qu'on devrait mettre le prix au KG plus en exergue, c'est plus facile de comparer ». Connaître le gain des producteurs ne l'intéresse pas particulièrement.	
Promotions de vente	Pour lui les promotions sont intéressantes quand elles concernent les articles qu'il prend d'habitude. « Je prends toujours la même chose », sa liste de course n'est pas influencée par les promotions de vente. Mais par curiosité il pourrait acheter un nouvel article en promotion mais pas forcément aller dans un nouveau magasin. Il ne cible pas particulièrement les promotions.	Elle apprécie les promotions de vente sur les produits non bio. Les courses qu'elle fait en dehors du Biocap sont guidées par les promotions. Les promotions de vente n'influencent pas sa liste de course, mais elle serait attirée par une nouvelle enseigne s'il y a des promotions. Elle est abonnée aux folders des supermarchés.	« Je fais mes courses en fonction des promotions, par exemple le grand carrefour fait toujours des réductions le samedi soir, et ils ont un rayon à -30% voir -40%, je commence toujours par là avant de continuer mes courses ». Elle prend toujours les folders	
Disposition à payer	Ne sais pas	Elle estime qu'elle paie déjà pour les producteurs	Si elle en à l'occasion elle le fera	
Question bonus :	Il est satisfait de son magasin préféré	Elle n'a pas de réelle préférence en	Elle voudrait que son magasin préféré	

Que souhaitez-vous voir votre magasin préféré améliorer ?		termes de magasin mais voudrait que les magasins proposent plus de produits qui ont meilleur goût	mette plus en avant le prix au KG	
Analyse verticale	Ayant des habitudes bien ancrées, il se contente des prix annoncés sans vraiment se poser de question. Favorable à des promotions sur les produits qu'il a l'habitude de prendre, il ne se sent pas pousser à essayer d'autres enseignes même si elle présente des promotions. Il reste néanmoins ouvert à l'idée d'essayer un nouveau produit. Pour lui les produits bio sont chers.	Convaincue par l'offre durable actuelle qu'elle utilise, elle revendique des produits de meilleure qualité dans les rayons. Elle estime déjà payer assez pour les producteurs bien qu'elle serait intéressée de connaître leur rémunération pour évaluer ce qu'elle paie en tant que consommatrice.	Adepte de plats pré faits, elle aspire à gaspiller moins. Elle reconnait le travail des producteurs et serait favorable à payer plus dans la mesure du possible même si elle ne fréquente pas le magasin durable le plus proche de chez elle. Elle fait ses courses en fonction des promotions en magasin.	

ANNEXE 4: RETRANSCRIPTIONS DES INTERVIEWS[8]

ANNICK

Le questionnaire que j'administre aujourd'hui porte sur les prix de l'alimentation. Il est divisé en cinq parties. Une partie qui concerne les données démographiques, une partie qui concerne votre connaissance des prix, une partie qui concerne votre connaissance de l'offre alimentaire durable, une partie qui parle de l'impact des informations relatives au prix qui peuvent affecter la perception que vous avez des enseignes durables. Ça va ? - Ok ça va. Alors on va commencer. Quel est votre tranche d'âge ? 18 26. 26 35. 36 45. 45 55 plus de 55 ? - plus de 55 ; Quel est votre niveau le plus élevé d'études : Primaire Secondaire Bachelier Master Doctorat ? - Secondaire. OK. Combien de personnes comptent votre ménage ? - Deux personnes. - Y a-t-il des enfants dans votre ménage ? Si oui, combien ? Non il n'y a pas d'enfants. -Quelle est La tranche de revenus mensuelle de votre ménage moins de 1000 entre 1000 et 2000 2000 à 3000 plus de 3000 ? - 2000 à 3000 pour nous deux. Quelle part de votre revenu allouez-vous aux achats alimentaires ? -C'est difficile à dire. On va dire 600 EUR ouiai ouai. Alors maintenant nous allons passer aux habitudes alimentaires.

Alors la première question. Faites-vous aux achats dans un seul magasin ? Si oui lequel ? Sinon combien de magasins visitez-vous pour faire vos achats alimentaires ? plusieurs plus ou moins combien de magasins ? euh 3 -Colruyt, Delhaize, Carrefour ? même 4 parce que j'ai Colruyt, carrefour, Intermarché et et Aldi. - Et quel est votre magasin préféré pour les achats alimentaires ? carrefour. - Pourquoi ? - pourquoi je pense que c'est une habitude on trouve tout au même droit ouais. -D'accord à quelle fréquence faites-vous vos achats alimentaires en un mois ? – 4 fois. -une fois par semaine ok, durant la pandémie de la

[8] À l'attention du Lecteur : cette annexe 4 ne regorge pas de toutes les transcriptions, compte tenu du volume. Nous avons donc privilégié celles qui sont mentionnées dans le texte. Les deux dernières transcriptions ont été générées automatiquement. Nous avons essayé de garder le plus possible l'authenticité des propos des informants, il se peut donc que le français ne suive pas la norme correcte.

COVID-19 avez-vous changé vos habitudes alimentaires ? - pas spécialement. - Si vous n'avez pas changé vos habitudes. - oui vas-y oui, c'est vrai on allait plus à pied qu'en voiture donc oui j'ai plus fait Biocap, j'ai fait paysans artisans ouais c'était un peu différent donc c'était à cause de la pandémie ou bien c'est à cause des restrictions ? - à cause des restrictions. Maintenant si vous n'avez pas changé vos habitudes alimentaires durant la COVID envisagez-vous de les changer dans les mois à venir ? - non je ne pense pas. -on dit sinon pourquoi ? je pense que c'est une question d'habitude et en fait je je je n'y pense même pas quoi. - d'accord. -ça ne me vient même pas à l'esprit de changer d'habitude oui voilà voilà ouais ouais .- Maintenant on va passer à la 3e partie : le niveau de connaissance des prix alors pour vous que signifie le prix d'un aliment ? Je ne sais pas je ne comprends pas trop. - En fait quand vous vois le prix affiché pour vous qu'est-ce que ça peut contenir ? une personne qui m'a dit bon le prix d'un l'aliment pour elle c'est la qualité qui va avec l'aliment donc oui pour vous c'est au-delà du chiffre qu'est-ce que ça signifie ? c'est vrai que tu as l'impression que c'est meilleur parce que c'est plus cher ou alors c'est aussi meilleur en goût. C'est vrai si je prends les légumes chez Biocap et les légumes Intermarché Ben si tu ma soupe elle n'aura pas le même goût. Ce n'est pas la même chose hein différence de goût. - Ah d'accord elles sont meilleures chez Biocap ? Ouais ouais tu vas avoir un goût Plus prononcé. -OK, lorsqu'il s'agit de choisir quel aliment acheter pensez-vous que vous reéalisez de bonnes affaires ? mais j'essaie de regarder un petit peu les promos euh maintenant, je ne pense pas que chaque fois je dis que je fais une affaire. -Et pour vous qu'est-ce que serait une bonne affaire ? – des réduction du prix pour la même qualité du produit. -donc pas de réduction parce qu'on est proche de la date de péremption par exemple ? – Oui oui ça c'est vrai, je n'y avais pas pensé. Quand je vais chez Carrefour, je regarde toujours le rayon là où il y a les 30%, 40%, oui on a l'impression d'avoir fait une bonne affaire bien sûr. – Donc si c'est une réduction avec une bonne qualité c'est une bonne affaire mais si ça veut déjà aller à la poubelle ce n'est pas une bonne affaire si j'ai bien compris ? – Oui c'est ça ! -Alors, Quelles informations concernant le prix voudriez voir sur l'étiquette de votre magasin préféré ? On parle des prix de l'alimentation. Sur l'étiquette du prix des aliments qu'est-ce que vous aimeriez-voir ? quelle information ? – Déjà le prix au kg c'est déjà bien parce qu'on peut déjà le voir...-Par exemple il y a des magasins comme Delhaize ces derniers temps et je prends aussi certains Biocap, ils mettent souvent le prix pour les clients fidèles et le prix pour si on n'a pas la carte de fidélité. Est-ce que ce genre d'information vous semble pertinente ? -Oui, oui, c'est comme au Colruyt, en prenant 4 c'est souvent moins cher que si tu en prends 2 oui c'est sur l'étiquette. -Donc ce genre d'information sur l'étiquette ça vous parle ? -Oui c'est intéressant, oui. Que pensez-vous de l'assortiment de votre magasin préféré ? vous avez dit qu'à Carrefour il y a tout ce que vous voulez c'est bien ça ? – oui, oui. -Maintenant, lorsqu'il s'agit de comparer des produits similaires comment vous procédez ? -pas spécialement de la même marque non ? -non. -je regarde toujours les prix, j'ai des marques que j'aime bien j'ai déjà essayé d'autres marques que j'aime moins mais je reviens toujours à une certaine marque, il y a des sous-marques que j'aime bien aussi hein il n'y a pas de soucis hein. - Si j'ai bien compris ce que vous disiez, vous testez avant de choisir, ce n'est pas forcément le prix qui détermine si vous allez préférer un produit ou un autre. – Oui c'est ça, si j'aime bien et que c'est un peu plus cher, j'en mangerais deux fois moins, mais je prendrais celui qui me plait. -OK, maintenant, avez-vous déjà comparé de manière objective les produits alimentaires durables et les produits alimentaires conventionnels ? -Oui je l'ai déjà fait. -Et que pensez-vous des prix de chacun d'eux ? _ parfois c'est toujours un petit peu plus cher mais je pense qu'on est gagnant par rapport à la qualité du produit. - Donc pour vous la différence de prix est justifiée ? -Oui. -Par rapport au goût ? -Oui voilà. -Place à la partie 4. Maintenant, on parle ici du réseau de distribution alimentaire durable. À votre avis qu'est ce que vous mettriez là-dedans ? les produits locaux, artisanaux, les produits qui ne sont pas faits en masse, faits maison, dans les poissons que ça ne soit pas une surpêche, qui ne détruit pas la faune et la flore, pour moi c'est durable. Voilà. -OK, maintenant, à quelle distance est le magasin durable le plus proche de votre domicile ? - 1km. -Avez-vous déjà poussé la porte de ce magasin ou d'un autre magasin durable ? - Oui. -Pourquoi ? Parce que ce n'est pas la même chose et je pense que la qualité des produits est mieux. - A quelle fréquence achetez-vous des aliments durables ? bah toutes les semaines. - Dans quelle enseigne ? chez Biocap. - Quand vous faites vos achats alimentaires pensez-vous à l'impact de vos choix ? - pas toujours. – Lorsque vous pensez à cet impact comment procédez-vous pour l'améliorer ou le limiter ? -je me renseigne sur les produits. -Ce sont les informations par rapport à quoi ? – à la provenance, si les gens sont bien traités ou pas. -Seriez-vous prête à payer plus cher pour garantir une meilleure rémunération aux producteurs ? -Oui. -On passe à la dernière partie : l'impact des informations sur la

perception du prix des consommateurs. Je vais vous lire une affirmation et vous me donnerez votre avis : alors des études montrent que la plupart des consommateurs voudraient savoir combien exactement touchent les producteurs quel est votre avis ? -oui c'est vrai c'est vrai qu'on achètera sûrement en conséquence du moment où ils ne sont pas sous-payés. -Donc si on si jamais il y a ce genre d'informations sur une étiquette de prix ce serait pertinent ? -Oui oui. – OK, maintenant à prix égal, quel panier choisirez-vous choisissez-vous pardon le panier durable ou le panier conventionnel ? – le panier durable. - je pense que c'est par rapport à la qualité parce que vous l'avez mentionné. Alors que pensez-vous des promotions sur les produits alimentaires ? - c'est intéressant évidemment vu le prix. - Est-ce que les promotions de vente vous ont déjà poussée à essayer de nouveaux produits ? – Oui. -Concernant les promotions de vente, comment ciblez-vous les promotions qui vous intéressent ? – Par les publicités papier. -Est-ce que les promotions de vente vous ont déjà fait changer votre liste de courses ? – Oui. -Pourquoi ? Parce que je les trouve meilleurs, il y a mon palais qui parle beaucoup. – la question de clôture seriez-vous prête à pousser la porte d'une nouvelle enseigne si elle propose des promotions au niveau alimentaire ? -Oui. -Pour finir, finir, qu'est-ce que vous pensez que votre magasin préféré pourrait améliorer ? – oups, le piège, plus de produits locaux.

CLAUDINE

Ok donc alors la première partie ce sont les données démographiques on demande : Quel est votre tranche d'âge qu'un 18-25 ans 25 35, 35 45, 45-55 ans Plus de 55ans ? -72.-donc plus de 55 OK. Voilà quel est votre niveau d'étude le plus élevé Primaire, Secondaire, Bachelier, Master, Doctorat ? – Primaire. - Ok Combien de personnes comptent votre ménage ? 1 personne. - Quel est votre tranche de revenus : moins de 1000 à 2000 2000 3000 plus de 3000. - Je n'ai pas compris le début de ta question. Quel est votre revenu tranche de revenu mensuel : moins de 1000 à 2000-2003000, plus de 3000 ? - moins de 2000.- Ok ça va c'est noté. Quelle part de votre revenu à louez-vous aux achats alimentaires ? -100 EUR par semaine au moins. Oui alimentaire avec les produits de nettoyage et tout ça quoi. D'accord, donc pour alimentaire, alimentaire on peut dire quoi 80 ? - 50 par semaine. - Donc on sera plus ou moins dans 200EUR par mois ? Alors quel est votre magasin préféré pour faire vos achats alimentaires ? Aldi, LIDL et Carrefour. -Donc 3 magasins Et pourquoi cela ? -Mais parce que Aldi il est tout près de chez moi, il est moins cher. Lidl, c'est parce que c'est moins cher aussi quand je trouve pas ce qu'il me faut. Ben. Je vais au carrefour. - D'accord. Alors une autre question, à quelle fréquence Faites-vous vos achats alimentaires en un mois ? - Je vais dire deux fois par semaine deux fois par semaine. Ok maintenant environ. Donc une à deux fois par semaine. On va dire comme ça. -D'accord, alors durant la pandémie de la covid-19, avez-vous changé vos habitudes alimentaires ? Non non. - Ok. Si vous n'avez pas changé vos habitudes alimentaires durant la covid-19, est-ce que vous envisagez de les changer dans les mois à venir ? Non. - Ok, on va maintenant passer à la partie 3 : le niveau de connaissance des prix. Alors pour vous que signifie le prix ? -ça va être agréable parce que j'en ai aucune idée (rire). -Ce n'est pas grave. Alors on demande le niveau au niveau de la connaissance des prix on demande pour vous que signifie le prix d'un aliment ? -Oh là là! - Bon je vais un peu t'aider parce que j'ai quelqu'un qui m'a qui m'a dit pour elle le prix représente la qualité de l'aliment. Donc pour être plus sécher à plus c'est de bonne qualité. Bon il y a plusieurs donc. C'est plus dans ce sens-là. - ce n'est pas toujours vrai mais enfin oui. Dans la logique des choses ça devrait être toujours comme ça. – La question qui suit : lorsqu'il s'agit de choisir quel aliment acheter, pensez-vous que vous réalisez de bonnes affaires ? – Disons que je ne choisie pas ce qui est trop cher, disons ce qui est à mi-temps quoi. -Donc pas trop cher et pas le prix le plus bas non plus ? – Mais si j'ai envie de manger des crevettes par exemple et que c'est cher, je vais quand même en prendre un petit peu. – On se fait un petit plaisir (rire). – voilà exactement. - Et donc, Pour toi, qu'est-ce que qu'est-ce que c'est qu'une bonne affaire ? – c'est deux pour le prix d'un par exemple. -Donc en gros quand on voit plus de quantité à au prime au prix minimum quoi ? - oui. -Alors quelle information concernant le prix, est-ce que vous voudriez voir sur l'étiquette de prix de votre magasin préféré ? On parle de prix alimentaires. - Ils y sont déjà. C'est le prix au kilo, en général tous les paquets marquent le prix au kilo. - D'accord donc quand tu veux comparer des produits similaires, donc peut-être je vais dire peut-être deux sortes de riz ou deux sortes de pommes, tu te bases sur quel prix ? Le prix au kilo c'est ça ? -Prix au Kg oui. - Ok. Et donc que pensez-vous de l'assortiment de votre magasin préféré ? Donc l'assortiment alimentaire, donc la variété. – Pour moi c'est bien dans les magasins où je vais il y a tout ce qu'il faut quoi. -Et donc des trois magasins, tu penses que c'est lequel qui est le mieux assorti ? À Carrefour

parce que chez Carrefour tu as quand même tout dans l'alimentation et aussi tout le reste. - D'accord ok, maintenant, La question c'est est-ce que vous avez déjà comparé de manière objective des produits alimentaires durables et des produits alimentaires conventionnels. Donc quand on dit alimentaire durable, c'est tout ce qui est bio etc. et conventionnel c'est tout ce qui est « normal » on va dire comme ça entre guillemets. Donc est-ce que tu as déjà eu un comparer au niveau des prix ? Oui. Oui moi je trouve que le bio il est très cher. Je vais dire que c'est pour les riches, il faut arriver à suivre avec ça. C'est rare quand je prends quelque chose de bio parce que simplement parce que c'est beaucoup trop cher. - D'accord, Et maintenant, est-ce que tu penses que la différence des prix entre le bio et le conventionnel par exemple ? Justifiée ? - Non. -Pourquoi ? -Non parce que dans le bio il y a de vrai bio quoi. Puisque, Il pleut des pluies acides donc ça va même dans ton jardin. Obligé de mettre des insecticides pour avoir quelque chose : moi j'ai déjà eu des jardins aussi, si on ne mettait rien, tout était mangé par les animaux, vraiment c'est tout ça. Donc c'est très difficile dans ce monde-ci d'avoir quelque chose de bon ? - D'accord. Donc en gros l'argument bio lui il ne te parle pas tant que ça. – Non. -D'accord, alors on va passer. Maintenant la partie 4. On demande le niveau de connaissance de l'autre alimentaire donc. À ton avis, pour toi, qu'est-ce qu'on devrait mettre dans tout ce qui est un réseau alimentaire durable ? Donc tout à l'heure tu as dit que le bio pour toi ça ne te convainc pas. Donc je suppose que ça tu ne mettras pas dans l'alimentaire durable qui respecte l'environnement les travailleurs et cetera. Mais à ton avis qu'est-ce que tu pourrais mettre dedans ? - Les œufs. Je suis curieuse de voir si ce sont vraiment des œufs bio, vu comment on élève le pauvres petites bêtes. On essaie de prendre des œufs produits par des poules en plein air, mais je ne suis pas sûre que ce soit vrai, je doute. -Donc ça tu les achètes ou en grande en grande surface ou bien tu vas dans les magasins spécialisés ou chez le producteur ? – en grande surface D'accord d'accord c'est noté et donc. À quelle distance de ton domicile est le magasin durable le plus proche ? - C'est un Aldi il est à 200 m peut-être. - 200 mètres donc ça c'est pour le Aldi et maintenant le magasin on va dire bio entre guillemets le plus proche de chez toi. Il a combien de temps de chez toi ? Quelle distance plus ou moins ? – 2km. - Oui oui, du côté de du centre de jambes la Bio planète. Alors On va maintenant dire. Est-ce que quand vous êtes faites vos achats alimentaires vous pensez à l'impact de vos choix ? -Non. - pourquoi ? Si on doit commencer à penser à tout, on peut manger, on ne peut pas manger... ce que je regarde c'est que ce ne soit pas trop gras, pas trop de sucre des trucs ainsi quoi. Comme tu manges de toute façon, je ne sais pas s'il y a encore quelque chose de bon. -Donc tu fais attention à la santé quoi donc ce qui est environnement et cetera ce n'est pas ton truc ? -Oui. Alors la prochaine question c'est est-ce que vous avez déjà poussé la porte du magasin durable le plus proche de votre domicile donc on a parlé de Bio planète. Ou d'un autre magasin durable ? -j'ai déjà été mais il y a longtemps. -D'accord OK. Plus ou moins combien de temps ? - Oh plus de 3ans, je pense même que c'était avant le virus qu'on a eu donc ça fait plus 5 ans. D'accord. Et comment tu as trouvé ton expérience en magasin ? - Je n'ai pas été satisfaite puisque je suis plus retournée donc. -C'est pourquoi il n'y avait pas ce que tu cherchais. Il n'y avait pas de prix ? -il y avait Les prix c'était bien renseigné quand même. Au niveau des du choix, il y a beaucoup moins. Les prix qui sont beaucoup plus élevés aussi c'est pas pour ma bourse en fait. -Donc en gros tu n'avais pas trouvé ce que tu cherchais...-Voilà. -C'est bien noté. Donc maintenant, la dernière question de la quatrième partie, c'est seriez-vous prête à payer plus cher pour garantir meilleure rémunération au producteur ? - Un peu oui mais pas non plus exagéré. Donc moyen quoi. - d'accord et donc dans ce cas. Est-ce que tu c'est juste de manière sporadique donc une fois de temps en temps ou bien de manière systématique ? -De temps en temps -D'accord maintenant on passe à la cinquième partie : elle parle de l'influence des informations sur la perception de prix des consommateurs. Alors je vais te lire une affirmation et tu vas me dire ce que tu en penses. Il est écrit : Des études montrent que la plupart des consommateurs voudraient savoir. Combien exactement touchent les producteurs ? Quel est votre avis ? – ça ne m'intéresse pas. -Donc si jamais je suis une étiquette on te dit. Voilà si tu payes peut-être un kilo de pomme à 2 euros et le producteur touche 50 euros toi. Ça te ça ne te parle pas ? -Qu'est-ce que tu veux y faire, c'est le commerce de maintenant on ne sait rien faire de toute façon alors. Je suis peu pessimiste mais je ne vois pas ce que je pourrais faire. - Pour ce genre d'informations ça ne t'intéresse pas. Mais savoir combien est-ce que tu gagnes : donc par exemple si on te met : Voilà si tu payes ici je ne sais pas un kilo et ton gain peut-être ceci si tu as une carte de fidélité c'est ceci ou alors c'est par rapport à nos concurrents qui sont dans le même rayon c'est ceci, ça ça t'intéresserait ?- oui plus . -Donc plus ce que toi tu gagnes acheter là que ce que le producteur gagne quand toi tu fais ton achat ? -Oui. -D'accord, Maintenant Et on va te proposer un choix. On dit à prix égal.

Quel panier choisirais-tu un panier durable ou bien un panier normal conventionnel d'aliments ? -Au même prix ? -Oui au même prix. -J'en profiterai. Panier durable ! - Ça veut dire que si jamais il y a des promotions de vente sur un nouveau produit tu pourrais aller pour tester ? -Oui. D'accord ok maintenant on va parler des promotions sur les produits alimentaires, qu'est-ce que tu penses des promotions sur les produits alimentaires ? -Ça aussi il faut se méfier parce que parfois quand tu fais des calculs, moi je trouve qu'il n'y a pas d'amélioration. Il y a de fausses étiquettes. - Donc en gros des fois tu penses faire des économies alors que en fait tu n'en fais pas c'est ça ? – il y a certains c'est bien, hier on a eu 2 paquets pour le prix d'un. C'était bien parce que c'étaient vraiment des promos quoi. D'accord. Ok donc quand les promotions c'est bien mais il faut faire attention parce qu'il y a des promotions qui ne sont pas de vraies promotions. – Oui, oui. -D'accord. Bien noté. - comme les soldes, quand tu bouges les étiquettes le vrai prix est souvent moins cher. Il faut se méfier il y a des voleurs partout. - Maintenant une autre question concernant toujours les promotions devant les produits alimentaires. Est-ce que des productions de vente des produits alimentaires sont déjà fait changer de liste de courses ? – Non. – Ok, par rapport aux promotions de vente, est-ce que comment est-ce que tu fais pour les cibler ce qui t'intéresse ? -Je prends d'après ce que j'ai envie de manger. -D'accord ? – Pas d'après les promos, parce que je n'en veux plus dans ma boîte aux lettres ça prend de la place à mon âge avant j'aurais gardé quand j'étais plus jeune mais maintenant. -Donc en gros c'est quand tu arrives sur les promotions en magasin directement si ça rentre dans ta liste. – Voilà. - C'est bien noté maintenant. On arrive déjà au bout. Est-ce que vous serez prête à pousser la porte d'une nouvelle enseigne si elle propose des promotions qui vous intéressent ? -Oui, bien sûr. - Est-ce que ce serait parce qu'on a affiché les promotions d'ailleurs et pour attirer l'attention ? Ou alors si tu n'entrerais quand même pas par curiosité et tu verrais des promotions qui t'intéressent ? – les deux hein. - Et donc comme tu dis les deux donc des fois tu peux aussi entrer dans une enseigne alimentaire. Juste pas curiosité. -Oui -maintenant la toute dernière question : Qu'est-ce que tu penses que ton magasin préféré devrait améliorer ? - C'est vrai que l'ambiance du magasin se prend toujours au top. Ceux qui travaillent, ils font souvent une figure d'enterrement. Enfin ce n'est peut-être pas facile pour eux enfin. - Donc tu aimerais que la relation avec les employés et les clients soit plus chaleureuse. - Oui c'est cela. - Ok c'est noté. Voilà on est au bout de mon de mon petit questionnaire. Je te remercie

THIBAUT

Bien notre questionnaire portera sur les prix de l'alimentation il est divisé en cinq parties : les données démographiques ensuite on parlera de la connaissance des prix La connaissance de l'offre durable et nous finirons avec l'impact de l'information sur la perception du prix les consommateurs. La 1re question est : Quelle est votre tranche d'âge 18-25 ans, 25-35,35-45,45-55 plus de 55 ? -c'est 25-35 ans Quel est votre niveau scolaire le plus élevé Primaire, Secondaire, Bachelier, Master, Doctorat ? Secondaire. -Combien de personnes Compte votre ménage ? - 2 personnes. -Quel est le revenu mensuel de votre ménage moins de 1000, 1000-2000, 2000-3000, plus de 3000? -Entre 2000 ET 3000 EUR. - OK Quelle part de votre revenu allouez-vous à l'alimentation ? Environ 400EUR .- OK, à présent nous allons passer aux habitudes de consommation : Faites-vous vos achats alimentaires dans un seul magasin ? si oui lequel ? - Non je fais mes achats dans plusieurs magasins. -Combien de magasins ? - 2 Intermarché et A le train le plus haut Est souvent Lidl. - A quelle fréquence faites-vous vos achats alimentaires par mois ? - par semaine je dirais une à 2 fois par semaine. -OK donc 8 fois par mois. - Oui c'est ça. - La prochaine question est/ Quel est votre magasin préféré et pourquoi ? je n'aime pas en magasin en particulier mais des deux que je fréquente je préfère Intermarché. -OK, durant la pandémie le Covid-19 avez-vous changé vos habitudes alimentaires ? non pas vraiment. - Si vous n'avez pas chargé vos habitudes alimentaires durant la covid-19 envisagez-vous de les changer des mois à venir ? si oui pourquoi ? - Non je suis bien comme ça je ne pense pas changer. - Ok, maintenant nous allons passer à la partie 3 : elle parle de la connaissance des prix. La 1re question pour vous que signifie le prix d'un aliment ? - eh bien pour moi le prix d'un aliment… si je paye cher j'attends une certaine qualité quand même et puis vu l'inflation, si je paye cher j'aimerais quand même avoir une bonne une quantité qui au prix que j'ai payé. -Ok, maintenant lorsqu'il s'agit de choisir quels

aliments achetés pensez-vous que vous réalisez de bonnes affaires ? - Non pas particulièrement je ne pense pas que je fais spécialement de bonnes affaires parce que je me contente de regarder le prix et si ça correspond à mon budget ça va je ne vais pas chipoter plus que ça. - D'accord, Pour vous c'est quoi une bonne affaire ? - Personnellement une bonne affaire c'est quelque chose qui rentre dans mon budget je l'ai dit je ne prête pas tellement tellement attention au prix je trouve que ça prend beaucoup de temps donc si ça entre dans mon budget c'est déjà bien. – Ok, la question suivante : Quelles informations concernant le prix aimeriez-vous avoir sur l'étiquette de votre magasin préféré ? Des deux magazines que je fréquente je préfère plus ou moins Intermarché concernant l'étiquette je ne sais pas parce que je ne prête pas particulièrement attention ce n'est pas ça qui dirige mon choix je prends tout le temps la même chose. - D'accord, Ok à quelle fréquence achetez-vous des aliments durables ? - Pratiquement jamais car je prends toujours les mêmes produits. -Ok, quand vous faites vos achats alimentaires est-ce que vous faite attention à votre impact ? -non je ne fais pas de particulièrement attention comme je prends toujours la même chose bah je suppose que mon impact n'évolue pas et donc je crois que je n'ai pas besoin de faire particulièrement attention. -OK, donc si je comprends bien vous ne cherchez pas à limiter votre impact ni à l'améliorer ? -hum je n'y ai jamais pensé donc je dirais non. Ok, la question suivante est seriez-vous prêt à payer plus pour garantir une meilleure rémunération aux producteurs ? - pourquoi pas si c'est possible mais je pense qu'on paie déjà assez cher comme ça ajouter des frais sera difficile pour les petits budgets comme moi. – Ok, nous allons à présent passer à la 5e partie de notre questionnaire. À la question qui ouvre cette partie est une affirmation que je veux lire et vous allez me donner votre avis : des études montre que des consommateurs voudraient savoir combien exactement gagne les producteurs quel est votre avis ? – franchement, je ne sais pas c'est tout ce que je peux dire. - d'accord merci, nous allons avancer avec la question suivante : à prix égal quel panier choisirez-vous le panier durable ou le panier conventionnel ? – j'essaierais bien le panier durable parce que vu son prix quand je vois ma copine souvent acheter ça j'aimerais bien savoir ce que ça vaut donc je dirais le panier durable. -ok, à présent que pensez-vous des promotions sur les produits alimentaires ? - c'est pas mal mais comme je me prends toujours que la même chose bah personnellement ça ne m'impacte pas mais euh s'il y en a sur les produits que j'ai l'habitude d'acheter je trouve que c'est une bonne chose. - D'accord, ok est-ce que les promotions de vente vous ont déjà pousser à essayer de nouveaux produits ? - une fois oui, mais je n'ai pas l'habitude de changer mais pourquoi pas c'est possible. - dans ce cas, est-ce que vous iriez dans un magasin que vous n'avez jamais visité s'il y a des promotions de vente là-bas ? - non pas jusque-là j'aime mes habitudes et c'est très difficile de changer je pourrais plus facilement tester un nouveau produit plutôt que de visiter une nouvelle enseigne. - d'accord, Ok je comprends donc que vous ne ciblez pas les promotions. - oui c'est ça. -OK, à présent je viens vous poser la dernière question de notre questionnaire : h selon vous que ce que votre magasin préféré devrait améliorer ? - euh comme je disais j'apprécie bien Intermarché à cause de ce que j'y trouve. Donc j'y trouve facilement les aliments dont j'ai besoin et que j'ai l'habitude de consommer vu que je ne change pas particulièrement je je me sens satisfait. – Ok, c'est bien noté, merci pour vos réponses.

REBECCA

Général dans quelle est votre tranche d'âge 18 25ans 25- 35, 35-45 ? 25-35. -alors votre niveau d'étude le plus élevé primaire secondaire bachelier master doctorat ? -Bachelier. - bachelier maintenant combien de personnes font votre ménage ? J'habite seule hé d'accord est-ce qu'il y a des enfants ou des ados dans votre ménage seul quel est votre tranche de revenus mensuel moins de 1000€, entre 1001 et 2000 entre 2000 et 3000 plus de 3000 ? entre 1000 et 2000. - D'accord quelle est votre part quelle est la part de votre revenu que vous allouez aux achats alimentaires hé en tout cas c'est en dessous de 50€ mensuels et des fois au-delà de ça je peux faire qu'un mois et demi en faisant des achats moins de moins de 50€. -D'accord donc par mois tu dépenses environ 50€ en achat alimentaire. - Oui je fais le plein. Ok. – je ne suis pas une grande mangeuse aussi et euh si je peux conserver les aliments congélateur et tout en fait j'ai tendance à acheter les légumes à les découper à les mettre au congélateur hein la viande aussi je prépare déjà tout. Là si je veux cuisiner je sors tout du congélateur à la veille pour mes repas quoi. -D'accord. - Maman m'a appris comme ça donc j'ai grandi avec ça. -OK maintenant Hé Oh on va passer des habitudes de consommation c'est la 2e partie alors est ce que vous faites vos achats dans un seul magasin ? - non plusieurs magasins là où je mes habitudes voilà et je trouve que ça a un qualité goût Ben voilà mais j'ai pas

un magasin spécifique. -D'accord c'est plus ou moins combien de magasins ? - il y a Lidl Colruyt et Aldi c'est les 3 magasins que j'ai l'habitude de faire. -Et ton magasin préféré pour les achats alimentaires ? euh Lidl. - Lidl pourquoi ? - C'est la qualité prix, c'est plus abordable que Aldi , Aldi j'ai comparé un peu ces derniers temps je trouve que ça un peu cher c'est mon avis et euh ce que je viens de dire chez Colruyt c'est que la différence euh dans les packs d'eau, ils ont quelques sentiments en moins que chez Lidl ,c'est déjà ça mais ça m'arrive si par exemple pour des légumes des choses comme ça mais généralement je vais euh à Lidl maintenant ce qu'il y a c'est que je vais souvent au marché de la commune là je prends les légumes parce que là c'est encore moins cher que les 3 enseignes. - D'accord et donc à quelle fréquence est-ce que tu fais tes achats alimentaires chaque mois ? chaque mois ça va être 2 fois dans le mois ou une seule fois parce que une fois comme ça arrive je vais faire un achat de 25,00€ l'autre je vais faire un achat de 25 Eur ou alors maximum de 50€ par mois. - D'accord. - hé pour ne pas dépasser mais on va dire 2 fois dans le mois je me fais des courses quoi. -D'accord 2 fois dans le mois maintenant durant la pandémie de la COVID-19 est-ce que tu as changé tes habitudes alimentaires ? -ouais parce que là j'étais sous régime enfin régime donc j'ai cher habituellement parce que comment il fallait que je mange beaucoup de viande un plat viande en soit elle coûte un peu plus cher j'ai passé un plafond de 20€ quoi. Ce qui fait septante euros. - Donc si je comprends bien euh tu tu as tu as changé d'alimentation pas à cause de la COVID. - Non j'ai changé à cause de la santé, enfin j'étais conseiller ce moment-là parce que j'avais l'opération à suivre donc de manger comme ça donc mangez pendant par exemple comme ça après j'ai arrêté ce qu'il fallait que l'opération se fasse. -D'accord donc on peut donc dire que tu n'as pas changé tes habitudes à cause de la COVID mais maintenant euh est-ce que tu envisages de changer tes habitudes alimentaires dans les mois à venir ? ha bah oui parce que comme Ben je vais vivre seul pour l'instant Ben il y a des choses que je je mange plus en fait parce que une fois que je rentre du travail je suis tellement fatiguée que Ben je mange pas le soir je vais directement où me poser, boire du thé ou des tisanes juste comme ça quoi.- D'accord . - -Donc on va dire que mes repas du soir sont réduits et aussi que quand on m'invite chez une famille, des frères et sœurs Ben je mange chez eux ou des fois ils me font retour des assiettes donc je pars avec. En soi bien souvent ce sont les autres qui me nourrissent. - Donc en gros tu n'envisages pas de changer tes habitudes alimentaires ? - Alors franchement non ! non non, je trouve que je suis bien comme ça donc non -ok donc on va passer alors à la partie 3 euh le niveau de connaissance des prix bon pour toi que signifie le prix d'un aliment ? Hé tu me demandes beaucoup là allez c'est un prix fixé, je pense que tous les enseignes se mettent d'accord on va dire plus ou moins pour fixer un prix concernant un produit qui vendu sur le marché. Ça peut être par exemple 5 kilos pour 3€, les tomates ou je sais pas moi un 10 euh comment dire 5 paires de ça valent tel prix mais si tu prends autant on te fait une réduction. Pour moi, le prix c'est à fixer en fait mais il peut varier selon les articles qu'on vend après il y a des prix pour moi qui restent inchangés, qui reste les mêmes, ceux de long terme. - D'accord je vais hé hé donc tu as le temps pour toi en faites le prix c'est une entente entre tous les magasins en fait ils se mettent une marge entre pour pouvoir justement respecter maintenant certains mettent en son 0,01€ de plus ou 0,02€ de plus mais ça reste toujours dans cette tranche-là quoi. Il ne se mettent pas tous d'accord mais ils restent dans la marge. Hé non en fait pour toi quand tu quand tu vas acheter ton prix le un aliment le prix que tu vois en fait tu vois ça comme le bénéfice que les magasins se font pour oui c'est ça d'accord c'est ça après bon comme je l'ai dit tout à l'heure il m'arrive souvent de comparer les prix entre les 3 magasins par exemple genre de prendre du pain gris ou ou du pain blanc Ben ou même du pain multi céréales ce que je mange un peu souvent Ben j'ai regardé le le pain multi céréales à Lidl il va être les 2,9 eur alors que quand je vais aller à Aldi il est à 1,89€alors pour moi c'est tout bénef donc je prends à à Aldi maintenant si je vais à Colruyt Ben le prix de mon petit céréales Ben je vais le trouver à 2,39€ alors je prends toujours le plus bas hé Ben oui il m'arrive même de prendre des choses de qualité aussi. – d'accord. En gros tu penses que tu réalises de bonnes affaires ? - je ne vais pas dire que je pense parce qu'il y a toujours des pièges quelque part, mais si je peux mettre quelques centimes de côté c'est déjà ça quoi. – Donc pour toi qu'est qui serait une bonne affaire ? Pour moi il n'y a pas de bonne affaire. Partout où on va on pense faire de bonnes affaires alors que pas vraiment c'est comme les 1 acheté 2 offerts ou 1 acheté le 2ème en réduction alors que pas vraiment. Ou des fois on te dit que le pack est en XXL mais pas du tout, tu paie le prix normal en fait il n'y a rien qui est rajouté. C'est juste du leasing et quelque part pour appâter les gens.- Donc tu estimes que les promotions sont de la publicité mensongère ?- c'est toujours conseiller qu'il faut comment dire, il faut toujours acheter en dehors des soldes, j'ai déjà fait l'expérience, le mois de Juillet ici, je cherchais des meubles pour la

maison et tout, je regardais les prix, j'ai attendu le mois d'août, il y avait des meubles à 70% que j'avais filmé pendant les soldes et après les soldes j'ai remarqué que les prix de juillet étaient plus élevés que ceux de maintenant. Donc je me dis 100 EUR de différence, les soldes ne sont pas les soldes. - Donc tu penses que c'est la même chose dans l'alimentation ? - je dirais, oui plus ou moins la même chose. – Quelles sont les informations que tu voudrais retrouver sur l'étiquette de prix de ton magasin préféré ? Aldi comme tu Hey le Lidl par exemple Ce que j'aime bien hein c'est que quand il y a un article on que je trouve un paraissant et que bah le prix n'est pas affiché il n'y a pas d'étiquette je demande à quelqu'un qui travaille dans le magasin et elle va avoir sur leur feuille et elle me dit directement le prix-là maintenant ce qui a ce que des fois dans il y a certaine chose je trouve ça un peu trop cher par exemple que les papiers toilette que je ne prends jamais fait chez l'idéal parce que c'est très cher du coup je préfère les prendre chez Colruyt après encore une fois c'est qualité et confort que je cherche c'est le confort pas les papiers mais voilà c'est pas des préférences quoi mais il y a cette chose c'est vrai j'avoue que j'aurais aimé qu'il descende un peu plus le prix quoi pour moi c'est un peu cher h donc si je comprends bien pourquoi le magasin en général il est cher il y a certaines choses dont on ne magasins en fait qui sont chères pas tout n'est pas cher en magasin certains articles que moi j'estime cher d'autres personnes vous ne pouvez pas sans chercher plus loin donc si on te on demande alors l'étiquette du prix de ton de de je ne sais pas de Aldi qu'est-ce que tu aimerais euh trouvé sur l'étiquette du prix quelle information bah si on me montre l'étiquette bah déjà avoir le prix parce que c'est ça qui me dit que ce que je vais raconter est vendu à ce prix-là oui des fois ils mettent slash au kilo donc je sais que si tu prends autant de kilos ça vaut autant une loi moi ils te mettent 2 roues le kilo ouais mais comment je peux savoir carrément que ces 2€ le kilo c'est combien tu vois alors que si tu ne mets 3 comme au marché maintenant tu ne mets 3 kilos pour 2,50€ là je vais prendre Ben si tu me mets 2€ le kilo bah c'est pas très clair il y a des gens comme ça c'est pas très clair pour eux donc la façon de montrer l'information pour toi ce serait plus facile de choisir ça va faciliter ton choix oui en fait j'ai pas besoin que on ne peut faire des calculs je suis venu pour acheter juste pas beaucoup c'est la tête donc quand du principe que tu veux me tu me montres le prix de montre-moi le bon prix en fait j'ai pas envie de de me casser la tête il y a des fois en fin de journée comme ça quand tu sautes tu te faire tes marques tes courses et ça t'es bloqué devant quelque chose parce que tu regardes le prix petite mais en fait c'est pas alors que si maintenant Ben j'ai envie de prendre le paquet de jambon Ben le paquet de jambon il vaut 2,19 je sais qu'il vaut 2 19 et si j'ai envie de prendre des fruits maintenant au lieu de mettre bah 2€ le fruit mais. – Maintenant, hé ouais et si on va partir parler de l'assortiment donc euh les différents produits que tu peux trouver dans ton magasin en termes d'alimentation comme on est sur le thème de l'alimentation qu'est-ce que tu penses de l'assortiment tu m'as dit que ton magasin préféré c'était Aldi donc ce que tu penses de Lidl pardon et ce que tu penses de de l'assortiment alimentaire de Lidl.- Tu veux dire quoi par là en fait. - Ca veut dire que tu vas arriver peut-être tu veux faire ton marché alimentaire, tu veux faire tes achats alimentaires, donc tu vas trouver des bananes, des avocats, je sais pas du pain et cetera. Toi qu'est-ce que tu penses de leur assortiment ? - bah y a certaines choses que j'estime que le prix ne vaut pas, enfin c'est pas nécessaire prenons le cas des par exemple des avocats : les avocats, un un avocat par exemple peut coûter 1€ 99 et ici le dernièrement j'ai vu qu'il était 2EUR et donc un seul avocat prêt à manger vaut plus qu'un euro et le paquet aussi tu prends 2 avocats emballés ensemble vous euh comment dire 2eur99 donc 3€ donc si tu regardes bien tu désires lequel ? en fait est-ce que je prends les 2 ensemble qui vaut 1,50€ tous les 2 où je prends celui qui est tout seul et qui vaut de 2EUR, le choix est déjà fait ! donc la seule chose c'est justement que je trouve que le prix est un peu exagéré quoi. Mais après, je me dis encore une fois c'est la marque aussi qu'on paye on paye pas le fruit en question c'est la marque donc quand toi tu tu compares donc tu m'as parlé c'est des avocats dont les produits qui sont plus ou moins similaires comment est-ce que c'est fait pour comparer Ben par exemple j'ai envie de prendre des avocats chez Aldi je regarde déjà l'état des avocats si elles sont au mur ou pas parce que des fois tu veux prendre tu veux manger des avocats elles sont dures comme la Pierre tu sais pas les prendre tu regardes le prix tu dis bon c'est pas grave je vais revenir plus tard tu vas à l'Aldi. Aldi le prix n'est pas le même des fois ça augmente donc vais voir aussi chez Colruyt, en fait je me promène dans les magasins pour voir les prix. Ça fait que les magasins sont juste l'un à côté de l'autre bah vu que je suis véhiculée voilà ça ne me coûte rien d'aller toujours regarder le magasin à côté pour savoir le prix et là où je trouve que c'est moins cher bah je prends d'accord. - ok la hé une question c'est est-ce que vous avez déjà comparé de manière objective des produits alimentaires durables et des produits alimentaires conventionnels donc est-ce que tu as déjà je

sais pas qu'on va les produits alimentaires durables comme je l'ai dit c'était du bio local et équitable et cetera est-ce que tu as déjà eu à comparer leurs prix avec le prix de ce que tu trouverais peut-être au Colruyt.- euh ouais Ben on a la ferme pas loin donc quand on va à la ferme bah ils font des fruits des légumes pas pour grand-chose qui ont du goût mais qui durent sur le long terme alors qu'en magasin enfin quand tu prends Ben ça n'a pas de goût et que Ben déjà c'est importé déjà ça faut pas oublier et puis Ben tu payes le prix quoi alors que qui se produit localement bah le prix te revient moins cher : c'est comme aller à la ferme acheter de la viande bah le porc tu l'as fait moins cher qu' au magasin Reymann, même sous barquette au magasin tu peux arriver facilement à je sais pas moi 5 à 6€. Je pense que les choses qui sont faites sur le terroir sont plus abordables qu'au magasin. - Donc quand tu as tu as eu à comparer entre aller au à la ferme qui est à côté de chez toi c'était moins cher que quand tu vas à la grande surface d'accord.- Ouais. Alors à ton avis qu'est ce qui peut expliquer la différence de prix entre les 2 ? -Bah déjà quand c'est à la ferme c'est produit sur le territoire on sait très bien que le fermier il paye beaucoup et qu'il gagne très peu on va dire qu'il a je sais pas s'il gagne très peu, mais ils ont beaucoup de travail à faire. Donc ils estiment que quand je suis sur le territoire ça doit coûter moins cher que quand c'est importé parce que quand c'est importé, il faut payer les frais de transport, la main d'œuvre, la conservation. Quand on arrive ici Ben le transport qui est fait entre dans je sais pas moi euh le quai et le magasin, le montant des taxes, les hors TVA, c'est tout ça qui est vendu. Alors quand ce sont le territoire c'est juste le pauvre fermier qui lui a travaillé durant x temps pour pouvoir cultiver ses légumes ses fruits et de lui-même il les vend sur le marché enfin il le vend lui-même sur ses étalages. D'accord, c'est sur le territoire on va dire c'est moins cher alors que quand Ben tu vas au magasin c'est plus cher : les œufs moi je prends 24 pour 2,20€ ou 2€ à la ferme quand je vais au magasin le paquet de 12 là 2,99€. Hé tu te rends compte Ah encore une fois c'est sportif pour te dire ! - Donc pour toi la différence ce n'est pas justifiée ou bien les justifier ? - Ben pas justifié je dirais plus que les elle est justifiée pardon dans le sens que les prix soit on a mis ces prix-là c'est pour tout ce qui a qui est à derrière en fait Ben si ça coûte autant et que moi je trouve que c'est cher c'est parce qu'il y a un cheminement derrière. - Donc est-ce que tu es déjà tombée dans le cas où ce qui est local est plus cher que ce qui est en grande surface ? - Oui mais ça dépend. - De quoi ? on est toujours dans l'alimentation. - Ça dépend de ce quelque chose si par par exemple il 'est arrivé une de mes collègues a dit euh c'est pratique on est allées à la ferme on a pris des potimarrons ça a coûté plus cher que d'habitude et je lui ai posé la question pourquoi ? et en fait c'était dû au fait que comme la saison n'a pas été bonne la terre n'a pas été facile à travailler, il fallait faire ce qu'il fallait faire ça. Mais ils ont augmenté un peu les prix en fait c'est toujours ça j'ai compris que c'était en fonction de la situation on va dire climatique. Hé mais oui des fois je trouve que c'est une chose si on les les fermiers les vendent chers c'est parce qu'ils ont pas une année assez généreuse donc ils sont obligés de gonfler peut-être un peu les prix pouvoir faire en faire aussi leur fin du mois. - D'accord donc pour toi les prix des fermiers sont tout à fait justifiés ? - Oui. - D'accord donc même s'ils sont un peu plus chers il y a toujours une raison valable derrière ? - Oui toujours une raison valable derrière. -Ok maintenant aller à la partie 4 de notre questionnaire et donc à ton avis c'est quoi le réseau des distributions alimentaires durables est-ce que tu mettrais dedans ? alors là pas vraiment d'idée hein le réseau alimentaire durable Hey les les les fermiers font déjà un excellent truc mais j'ai jamais pensé à ça en fait ! je t'avoue que je suis passé par là mais jamais ça ne m'a traversé la tête d'y penser. en quoi... un truc qui pourrait être durable et ça on vous l'a répété souvent à l'école c'est le fait que chacun puisse cultiver quelque chose dans son jardin et qu'il puisse avoir le temps de le cultiver et là ça pourrait être durable et souvent aussi d'encourager les fermiers à pouvoir continuer à produire le fait de bah déjà visité d'aller à la ferme d'acheter le produit locaux et de retenir et de réduire les les achats qui sont qui viennent de l'extérieur ça oui ça oui mais je on sait tous pertinemment que les magasins ne disparaîtront jamais les grandes surfaces oui ne disparaîtront pas et pourquoi ça bah parce que il y aura il y aura toujours des personnes qui auront cette tendance à acheter au magasin par exemple des aliments conditionnés par exemple il y a des gens qui n'aiment pas préparer alors Ben on ils vont dans les magasins acheter des aliments déjà toutes faites donc oui il y aura toujours cette catégorie de personnes qui auront toujours cette tendance à vouloir acheter en magasin pour ça je te dis le nombre de personnes que je croise au magasin qui achètent des repas déjà préparés mais là ça et des réseaux et des trucs comme ça il suffit juste que tu rentres chez toi et que tu les chauffes c'est bon hein pour ça que je dis les grandes enseignes disparaîtront pas et il faut savoir aussi que ces grandes enseignes vendent tout ce qui est comment je peux dire ça... tout ce qui est euh robinet et tu vois les trucs essentiels pour la maison : donc oui ils donne des

choses-là ,c'est pas à la ferme que tu vas les trouver. Même s'il y a des magasins électro dépôt et tout ça ils continueront encore leur business aussi parce que le business est le business quoi. - D'accord bon en gros si je comprends bien ce que tu dis euh les grandes surfaces ont l'avantage sur les petits producteurs parce qu'ils ont d'autres trucs à part l'alimentation qui fait que les gens y vont ? – Oui, bah oui bah oui Hey par exemple tu vas acheter une machine à café tu attends les soldes ou même pas tu attends pas les soldes : chez Lidl Ben parce que Lidl souvent ils font ça il suffit juste de consulter leur site tu regardes des nouveautés qui sortent des tous nouveaux qui sont sorties ils le font à des prix cassés quoi. Ils ne font que des trucs à des prix cassés : machine, machine à café tu les payes à 40,00€ au lieu d'aller payer ça 70€ au magasin hé trucs qui sont limités pour encore une fois attends enfin pour encore une fois appâter le client faut dire voilà une nouveauté qui sortent mais qui sont limitées donc tout le monde va se ruer au magasin très tôt le matin en espérant avoir quelque chose. - D'accord je comprends. Maintenant à quelle distance est le magasin durable le plus proche de ton domicile ? -le plus proche ... le proche de chez toi c'est Aldi le plus proche c'est Aldi et en voiture je mets 5 min. - Et maintenant pour les magasins durables donc soit c'est bio soit c'est local soit le plus proche c'est lequel ? - c'est à pâturage et là je mets 20 min en voiture - - 20 min et tu y vas souvent ? - pas souvent, pas souvent parce que quand je prends les trucs Ben ça dure longtemps quoi. Quand j'y vais je prends du beurre, du beurre salé comme ça j'aime bien, - D'accord. - et des fruits ; hé oui oui et comprends quand il y a des fruits Ben des saisons je prends mais il m'arrive souvent de prendre beaucoup de légumes comme par exemple des tomates des choux des trucs comme ça quoi - euh tu vas c'est dans quelle enseigne que tu vas ? l'enseigne durable où tu prends ces affaires on appelle ça comment ? -c'est Lidl .-oui j'ai compris tu m'as dit euh mais ça c'est le conventionnel durable donc tu m'as dit que tu allais à la ferme ! - oui oui . -Et c'est juste à la ferme que tu vas ? tu ne vas pas dans les magasins bio locaux et cetera. -Non non ça je vais pas dans les magasins bio là, je veux pas donc pardon !! -j'ai pas bien suivi. - magasin bio là c'est des bêtises. – pourquoi ? - Qui dit que c'est bio ? des fois ce n'est que de la marque hein c'est même prouvé que bio c'est pas mieux que ce qu'on mange naturellement. Je travaille en crèche, on a souvent des trucs qui sortent et on a souvent des tests qui sont faits pour savoir ce que tu manges et vu que tu manges tel. - D'accord. -Le secret c'est de manger plusieurs fois dans la journée et de manger de tout mais ne pas supprimer. Mais pas supprimé d'accord parce que ça crée la frustration et on craque voilà donc manger bio ne veux pas dire manger bio. - ok donc quand tu fais tes achats alimentaires est-ce que tu penses à l'impact de tes choix : l'impact ça peut être environnemental ça peut être économique de tout ordre est-ce que tu y penses ? absolument absolument pas ! absolument pas pourquoi parce que si moi je dois y penser on doit tous en fait. On doit tous s'y mettre oui je veux, je veux bien le faire mais ça sert à quoi que je sois seule à le faire ? - D'accord du coup non moi je je t'avoue que moi quand je dois faire mes courses je me préoccupe plus de mon estomac dans le sens qu'il faut que je tienne jusqu'à la fin du mois donc le reste ça ça me dit rien. - C'est la quantité que tu achètes qui t'intéresse, -Oui parce que je pars du principe qu'il faut que je conserve ça le plus longtemps possible. donc c'est le rapport quantité/prix qui t'intéresse.- ouais voilà. -Maintenant est-ce que tu serais prête à payer un peu plus pour garantir meilleure rémunération aux producteurs ? Ah Ben oui mais les producteurs locaux ! -Oui donc on va donc passer sur la partie 5. - Quand je dis locaux je parle encore une fois de plus la ferme. - Donc tu ne veux pas les magasin circuit court tout ça ? - non non. - Donc à la ferme donc tu veux être sûr que c'est ce producteur-là qui reçoit l'argent que tu donnes ? – Ouais. - Compris bon qu'on aborde la partie 5 bon la première question de la partie 5 les études montrent que la plupart des consommateurs voudraient savoir combien exactement touchent les producteurs quel est ton avis ? - Je ne sais pas combien ce qui touche souvent on dit qu'il que les fermiers sont riches, mais je trouve aussi que c'est des gens qui travaillent toute l'année et qui ont rarement des vacances et beaucoup mettent clé sur porte et ça certains font une dépression des choses comme ça donc oui ils gagnent bien leur vie supposons mais il y a tout un travail derrière et puis ils ont des factures ils sont-ils sont beaucoup taxés moi je veux dire. Donc, selon moi si les fermiers se plaignent plus que les enseignes c'est qu'il y a un problème quelque part voilà selon moi. Je trouve qu'ils gagnent pas des masses oui. - Bon est ce que tu aimerais savoir combien ils touchent exactement ? - oui hein Ben oui donc Ah si tu le sais est-ce que ça te pousserait si par exemple tu estimes qu'il touche moins que ce que tu pensais ce que tu serais prête à payer plus ? oui je suis prête à mettre le prix mais je dois pas être non plus la seule hein. D'accord tu si tu si tu es au courant de l'existence d'une communauté ou bien de d'un mouvement qui est prêt à payer plus ça t'encouragera à payer ? -Oui. OK, maintenant on va passer à la 2e question donc on a un panier durable et un panier conventionnel donc

qui vient des supermarchés bons après égal donc c'est à dire que les 2 paniers ont même prix. Qu'est ce que tu choisirais Ben le truc durable. -Et pourquoi bah parce que je sais que c'est mon cas aussi quelque part et plus on fait en sorte que ça dure d'accord ok. Maintenant qu'est-ce que tu penses des promotions sur les produits alimentaires ? je trouve pas ça ... ha en fait des fois on dit Ah c'est bien de fois c'est moins cher je prends. je dis encore une fois bah allez les promos ne veut pas dire promos promo quoi. Parce que c'est promo que c'est moins cher d'accord est-ce que les propositions de vente ont déjà poussées à essayer de nouveaux produits ? absolument pas, pas du tout je connais mes habitudes et du coup je garde cette habitude. D'accord maintenant concernant les promotions de vente comment est-ce que tu cibles les promos que qui t'intéressent ce que c'est par les folders ou bien c'est quelqu'un qui t'a dit ouais mais à quel endroit c'est moins cher ou alors c'est quand tu vas en magasin ? j'entends des gens qui vous disent à tel endroit c'est moins cher vas-y je te conseille si tu veux, après c'est souvent le tu verras par toi-même tu me diras après si voilà t'as t'as envie de t'acheter là où si ça t'intéresse. Ben pourquoi ne pas acheter là il y a aussi comment... le plan aussi que je répète sur les folders mais ça c'est rare ! ça c'est rare. Et par plaisir mais c'est rare mais c'est souvent le bouches à oreilles oui. Aussi que moi je vais comparer les prix je vais sur place je peux comparer les prix-là. - Donc tu utilises les 3 moyens quoi Hey d'accord maintenant euh est-ce que les promotions de vente ont déjà fait changer ta liste de courses ? - de quoi ? - Les promotions et ça t'a déjà fait changer ta liste de courses p ? Non, en fait je lutte pour ne pas craquer parce que c'est tellement tentant que tu penses que tu fais bonne affaire alors que pas ?- D'accord. alors est-ce que tu serais prête à pousser la porte d'une nouvelle enseigne si elle propose des promotions qui t'intéressent ? - je pars du principe que bah propose-moi si ça m'intéresse je dis oui ça me dit pas bah mais non donc si jamais il y a une nouvelle enseigne dans ton entourage proposes de l'alimentaire des prix promotionnels...-Souvent quand il y a une nouveauté qui œuvre dans le coin oui j'aime bien aller sur place voir moi-même d'accord ce qu'il y a dans le magasin qui propose allez si c'est intéressant mais pourquoi pas un petit ça ; c'est pas une une une affiche dehors qui va dire une grande promotion sur les fruits et tout qui va te faire rentrer dans une nouvelle enseigne ? e vais aller voir par curiosité ce qu'ils proposent. - D'accord ok, donc merci on est arrivé à la fin de notre de notre questionnaire.

SOPHIE

Une partie sur le prix une partie sur la perception et les impacts des informations euh c'est tes choix d'achat alimentaires donc ici euh de temps en temps je vais parler d'alimentation durable c'est tout ce qui est en rapport avec le bio aussi et cetera et l'alimentation conventionnelle c'est tout ce qui est euh plus du côté des grands des moyennes surfaces

Voilà donc on va commencer avec les données démographiques alors la première question est quelle est votre tranche d'âge 18 25 2525354555 plus de 55 ? j'ai causé 42. Donc 45 55. Quel est votre niveau d'étude le plus élevé primaire secondaire bachelier master doctorat ? Bachelier. Alors combien de personnes comptent votre ménage ? 1. Quel est votre tranche de revenu mensuel : moins de 1000 1000 à 2002 1000 à 3000 plus de 3000 ? 2000 à 3000. d'accord ,alors quelle part de votre revenu allouez-vous aux achats alimentaires ? le montant que je mets ? Oui plus ou moins. 300- 350 EUR

. D'accord alors maintenant en partie 2 maintenant ce sont les habitudes de consommation quand vous faites vos achats alimentaires faites-vous vos achats dans un seul magasin ou bien dans plusieurs magasins ? Plusieurs. Combien ? 4 .je peux avoir les noms plus ou moins ? Aldi, Delhaize, Albert Heinz et Carrefour. OK voilà et quel est votre magasin préféré pour faire vos achats alimentaires ? Aldi, Delhaize .d'accord et pourquoi ? Aldi pour les prix, Delhaize pour la fidélité les 1+1 gratuits. D'accord les promotions ok maintenant à quelle à quelle fréquence faites-vous vos achats alimentaires mensuellement ? c'était une fois semaine. 4 fois par mois okay. Alors durant la pandémie de la COVID-19 avez-vous changé vos habitudes alimentaires ? Non okay si vous n'avez pas changé vos habitudes alimentaires durant la COVID-19 envisagez-vous de les changer dans les mois à venir ? Non Ok.

Là on va passer à la partie 3 elle concerne le niveau de connaissance des prix : donc la première question est pour vous que signifie le prix d'un aliment ? hé moi je regarde toujours le prix au kilo le prix au kilo en fait il y a des choses auxquelles je me je ne me dépasse pas certains prix au kilo. D'accord donc pour toi le prix euh ça représente le le le rapport à la quantité alors ? oui. Ok j'ai bien compris maintenant lorsqu'il choisit

de lorsqu'il s'agit pardon de choisir quels aliments acheter Pensez-vous que vous réalisez des bonnes affaires ? oui ; Si oui qu'est-ce qu'une bonne affaire ? hé Ben quand ça ne dépasse pas mon budget établi 2ememe nt je peux faire un bénéfice. En fait ce que je fais, moi je fais toujours une liste mais je vais t'expliquer en fait moi à la base je fais toujours une liste des des choses allez mon menu bon et en fonction de de mon menu bien je fais aussi en fonction des promos des promotions. Mais par exemple je ne vais pas aller acheter quelque chose en promotion si j'en ai pas besoin. D'accord. Et alors ? je vais toujours regarder aussi malgré tout même si c'est en promotion Ben je vais quand même aller voir toujours le prix au kilo voir en disant bah tiens parce que c'est c'est intéressant ou est-ce que ce n'est pas intéressant. Donc euh Que pensez-vous de l'assortiment de votre magasin préféré en matière alimentaire bien sûr ? Ben ça dépend toujours par exemple quand je vais chez chez Aldi Ben je dois me tenir au prix et aux marques de chez Albi si j'ai par exemple chez chez Delhaize, Ben là j'ai toutes les marques basiques. D'accord maintenant euh tu as déjà répondu la manière dont tu procèdes pour comparer les produits similaires. Alors la prochaine question c'est avez-vous déjà comparé de manière objective les produits alimentaires durables et les produits alimentaires conventionnels ? Oui ça, j'ai déjà fait euh le problème c'est que je me rends compte que même si les aliments sont plus durables je pense, ce que je trouve triste : généralement ils sont plus chers et ils sont pas spécialement de meilleure qualité. d'accord donc pour toi est-ce que la différence de prix est justifiée ? Non et ce que je trouve ça dommage c'est que maintenant les 3/4 des magasins ont des produits par exemple des produits bio Ben ils sont emballés dans du plastique tu vois. Donc en gros ces articles je n'irai acheter. Il y a des articles par exemple que je n'achèterais que chez bio planète parce que je ne les trouve pas je ne les trouve pas ailleurs tu vois. ; alors à ce moment-là je fais des efforts d'aller vers ce magasin là parce que je sais que l'article que j'ai besoin Ben de ne le trouverais pas ailleurs et je le trouverai là parce que je suis satisfaite de ce produit-là . D'accord, et du coup les autres produits durables tu les achètes en grande et moyenne surface ou bien tu quand tu en as envie tu vas dans un magasin spécialisé ? En fait, quand quand j'en ai plus je vais en magasin spécialisé euh je te prends l'exemple le riz Ben j'aime bien une qualité d'une qualité de riz Ben ce riz là je ne sais que je ne trouve que là-bas donc automatiquement dès que mon paquet est vide je vais le chercher là-bas. J'ai un un gel douche aussi ? tu vois un gel douche qui fait shampoing, Ben je suis super contente avec ça. Ben je vais le chercher je vais le chercher là. Parfois j'achète quelques articles là genre puis je prends le cas bioplanet parce que c'est celui qui a le plus proche, c'est un des plus proches de de chez moi ou alors parfois j'essaye aussi les trucs locaux. Mais j'y vais moins en fait. D'accord et pour le local tu es plutôt satisfaite ou pas ? ça te satisfait ou pas ? le problème c'est que je trouve toujours ça un peu fort cher alors que c'est local, alors que normalement il ne devrait pas avoir la marge du du transport. Tu vois par exemple une une fois j'ai acheté du quinoa vers entre du quinoa qui vient d'Amérique du Sud et du quinoa qui vient de Belgique Ben je vais je vais privilégier plutôt celui qui vient de Belgique tu vois. Et ça par exemple ça je l'ai déjà acheté dans un magasin de produits équitable à ce moment-là j'ai privilégié plutôt hé Belge. Ok. Je trouve les informations qui me donnent vraiment très intéressantes

Bon dans ce cas on va passer donc à la partie 4 parce que tu as répondu à certaines questions en une fois. Bon ici c'est euh ça parle du niveau de connaissance de l'offre durable et donc ici la première question euh c'est le savoir à votre avis qu'est-ce que le réseau de distribution alimentaire durable donc qu'est-ce que tu mettrais dedans ? J'aurais tout ce qui est déjà nourriture locale, le vrac, hé et le bio le naturel. Donc tantôt tu as parlé du magasin durable qui était proche de chez toi qu'elle est plus ou moins la distance par rapport à ton domicile ? 5 km et donc tu as déjà été dans ce magasin ou bien dans un autre dans un autre magasin durable ? alors j'ai déjà été dans dans un local et j'ai déjà été dans le bio bio planète voilà. Donc la question suivante :c'est à quelle fréquence achetez-vous des aliments durables ? une fois tous les 2-3 mois d'accord et c'est dans quel enseigne c'est bio Planet c'est ça ? Oui bio planète et alors parce que j'ai acheté une fois dans un dans un dans un truc qui venait qui venait d'ouvrir et encore c'est parce que je suis passée par là et après tu vois... D'accord. Le local qui n'était pas loin de chez moi c'était cher et pas spécialement le meilleur de meilleure qualité tu vois. OK. Et puisque j'ai un c'est tout ce que j'avais acheté non ce n'est pas des fraises une fois que j'ai acheté et elles étaient pas de meilleure qualité que si je les avais achetées ailleurs tu vois. Maintenant euh alors quand vous faites vos achats alimentaires pensez-vous à l'impact de vos choix ? moi le principal ce que achète je dois avoir consommé oui oui je suis là donc si j'ai bien compris toi c'est plus de ne pas gaspiller quoi ? Voilà ça m'arrive hein Ben je ne peux pas dire

non je ne gaspille jamais tu vois. Parfois c'est tentant, en disant Ah mais j'en achète un peu plus parce qu'il a une promo et après tu te rends compte Ben ne que t'as pas eu le temps de les manger tu vois. J'ai eu le cas la fois passée en avec des avocats tu vois, c'était 3 pour tel prix je dis Ah ça c'est intéressant mais le problème comme ils ont été tous cueillis à la même période automatiquement il faut les avoir mangés presque en même temps pour être sûr qu'ils soient bons... Et des yaourts ! ça j'ai déjà oublié dans mon frigo plus d'une fois. D'accord je crois que ça arrive un peu à tout le monde les yaourts. Ben oui voilà et pourtant c'est je l'ai oublié une semaine Ben ça je continue à les manger s'ils ont plus de 2 semaines Ben là je me suis dit Ben tant pis. Les avocats et les bananes chez moi c'est une catastrophe. Dans mon appartement en plus il fait fort chaud tu vois donc il y a beaucoup de choses qui vont assez vite se gâter, je me suis fait plusieurs fois avoir. D'accord donc maintenant tu ne prends plus les quantités folles, ok c'est bien noté. Bon la question suivante seriez-vous prêt à payer plus cher pour garantir une meilleure rémunération aux producteurs ? ça c'est une bonne question ; le problème c'est que moi je dois respecter mon budget tu vois alors c'est bien de respecter le sien aussi mais il faut d'abord pouvoir nous serrer les deux bouts. Pour ça c'est l'état qui devrait faire en sorte que... allez pourquoi est-ce que moi je dois payer plus cher alors que c'est L'état qui met une taxe d'accord quand même si tu ne payes plus cher c'est toujours l'état qui gagne,pas le producteur ! par contre je trouve ça dommage c'est qu'il n'y a pas assez de euh du producteur aux consommateurs. D'accord, donc tu trouve qu'il y a beaucoup trop d'intermédiaires dans ce qu'on a aujourd'hui. Oui voilà c'est bien noté

Bon on va passer à la partie 5 il s'agit de l'influence des informations sur la perception du prix des consommateurs et donc je vais te lire une affirmation et tu vas me donner ton avis : des études montrent que la plupart des consommateurs voudraient savoir combien exactement touchent les producteurs. Quel est votre avis ? je suis d'accord, comme ça on pourrait un peu évaluer . Tu peux évaluer un produit tu vois exemple si je sais qu'un aliment est compliqué d'être récolté Ben tu comprendrais que le prix de l'aliment soit plus cher tu vois, mais si c'est un aliment qui est basique pourquoi payer plus cher ? Donc pour toi ce serait un bon outil d'évaluation est-ce que tu penses que ça ça pourrait orienter tes choix en matière de d'achat alimentaires. Alors oui j'estime que si maintenant je sais que voilà je sais pas moi je prendre un exemple une graine et pour que l'avoir allez, je vais prendre des graines de tournesol :c'est un mais voilà il faut-il y a la graine de tournesol que tu peux acheter non non épluchée et épluché que c'est et je sais pas si c'est des graines de tournesol c'est une crasse à éplucher du mois oui donc je me dis c'est un peu plus cher une graine qui n'est qui n'est pas épluchée parce que je connais le travail qui est derrière. D'accord bon en fait pour toi ça te permet de euh de voir la valeur du travail qui est derrière .ok, bon maintenant euh la question suivante c'est à prix égal quel panier choisissez-vous un panier durable ou un panier conventionnel ? si la qualité y est pourquoi pas un panier durable ? Donc pas si la qualité y est c'est le panier durable sinon on prend ce qu'on prend d'habitude ? Ah oui !! D'accord alors oui vas-y. Pour moi c'est le pour vous pour moi ça c'est de la logique si je peux avoir quelque chose de meilleure qualité avec le prix qui va qui va avec ça me semble logique. Donc ça veut dire aussi par rapport aux aux étiquettes quels sont les genres d'informations sur des étiquettes de prix que tu aimerais rencontrer par exemple ? d'où l'article vient d'accord Ben exemple voir si bah si c'est local si c'est pas local, si ça vient d'Espagne ou c'est rempli de pesticides voilà ça c'est une chose et alors aussi Ce que j'aime bien de temps en temps regarder c'est le nutriscore, et ça c'est ce que j'aime bien aussi chez Delhaize tu vois. C'est que souvent tu peux faire tes achats en fonction des nutriscores et en fonction des nutriscores tu peux avoir des pourcentages sur tes aliments je sais pas si tu sais ça ? Non non non je ne suis pas une cliente Delhaize fidèle fidèle ! j'y vais parce que c'est ce qui est à côté de chez moi donc quand j'ai 2, 3 trucs que je dois prendre j'y vais. En fait ce que je trouve super intéressant c'est que quand tu as la carte du magasin tu peux cocher en disant tiens voilà si j'ai acheté des nutriscores A et B est-ce que j'ai 10% sur tous mes achats et ça je trouve ça intéressant Ben ça te fait prendre conscience aussi de ce que tu manges tu vois. En disant bah tiens parce que tu vas voir si tu veux payer moins cher Ben je te conseille plutôt de prendre du nutriscore que de prendre du non nutriscore et tu vas manger plus gras plus sucré et tu vas payer plus cher que si tu tu manges plus sainement. D'accord OK. Et alors t'as ça par exemple pour les fruits sur les légumes et toutes sortes d'articles. D'accord est-ce que tu penses que ce serait intéressant d'avoir un pareil système aussi pour les aliments plus plus durables ? Ben moi je trouve qu'il devrait y avoir ça tout !! souvent les personnes disent : mais moi je dois bien manger plus équilibré Mais si le nutriscore était noté automatiquement tu vois

directement si tu manges équilibré ou pas. en disant tiens j'ai un bon nutriscore je me dis c'est un peu plus équilibré ! bon maintenant euh on va parler des promotions sur les produits alimentaires qu'est-ce que tu en penses ? ouais ça je trouve ça bien ça c'est ma vie les promos !!! désolée mais les promos de ce que j'ai besoin : je ne pas prendre vais un article en me disant Ah Ben je vais je vais prendre ça c'est en promo tu vois non ! Quand c'est j'ai par exemple je ne sais pas moi ce que je voudrais, j'ai besoin de tomates je sais pas moi de tomates et je choisis pas je vois qu'elles sont en promo si c'est quelque chose que je peux garder longtemps Ben je vais en prendre un peu plus tu vois. La fois passée il y avait une promotion dans les conserves de poissons Eh Ben je sais que j'utilise ça régulièrement par exemple du simple du simple thon à l'huile mais de bonne de bonne qualité tu vois avec une pêche durable et par exemple là c'était 1+1 graphique je je n'en ai pas acheté que 2 quoi j'en ai acheté 6 et c'est quelque chose que que je peux garder que je peux conserver que je peux conserver chez moi alors là je vais je vais l'acheter un peu plus en plus grande quantité. D'accord ok maintenant concernant toujours les promotions des ventes est-ce qu'elles vous ont déjà poussé à essayer de nouveaux produits ? Alors j'en ai déjà acheté parfois. D'accord et est-ce qu'elles vous ont déjà fait changer votre liste de courses et pourquoi ? généralement je bois de l'eau et là il y avait je sais pas moi des eaux aromatisées tu vois et je me dis bah tiens 1 +1 gratuit Ben je changerais bien des fois pour avoir autre chose : maintenant je me dis quand il y a pas la promo je l achèterai pas mais si jamais il y a la promo qui qui se remet pourquoi pas. D'accord donc ça peut arriver que la liste change mais ce n'est pas systématique. Oui voilà et alors c'était mais c'était un nouveau truc que j'ai que j'ai gouté voilà je trouvais ça bon euh bon maintenant c'est pas un truc que je vais acheter que je vais acheter toute la semaine mais si la prochaine fois il y a 1+1 gratuit pourquoi pas ! D'accord. Concernant toujours les propositions de vente comment est-ce que vous ciblez les promotions qui vous intéressent ? 1+1 gratuit et en fonction de ce que j'ai besoin. Ha donc c'est directement en magasin donc tu ne prends pas de folders ? si si alors j'ai mis l'application des folders comme ça je les ai tous ,en fonction de ça. D'accord ok donc maintenant euh la dernière question seriez-vous prête à pousser la porte d'une nouvelle enseigne qui propose des promotions qui vous intéressent ? Oui parce que Albert Heinz je ne connaissais pas et on m'a parlé de ça donc de temps en temps j'y vais. Alors que près de chez en Wallonie il n'y en avait pas. Spontanément tu ne serais pas aller sans le conseil sui t'a été donné ? par curiosité je serais allée une fois. Donc maintenant euh la dernière question penses-tu que ton magasin préféré devrait améliorer ? bah c'est les prix et moins d'articles industriels je dirais. Voilà on a fait le tour de notre petit questionnaire je te remercie beaucoup très

EVA

Il y a 5 parties donc y a les données générales, ta connaissance des prix et tout le reste. Tout est sur l'alimentation. Donc d'accord on va alors commencer alors la première question quelle est votre tranche d'âge 18 25, 2535,35-45,45 55, plus de 55 ? 45 55. Quel est votre niveau d'étude le plus élevé primaire secondaire bachelier master doctorat ? Graduat. oui d'accord je vais mettre bachelier alors. Oui. ET maintenant combien de personnes comptent votre ménage ? combien de personnes comptent votre ménage ? 1 personne. D'accord ouais alors quel est votre tranche de revenus mensuels moins de 1000€ entre 1000 et 2000 entre 2000 et 3000 plus de 3000 ? entre 1000 et 2000. Alors quelle part de votre revenu allouez-vous aux achats alimentaires ? plus ou moins 200€.

OK maintenant on va passer la 2e partie il s'agit des habitudes de consommation des produits alimentaires maintenant alors faites-vous vos achats dans un seul magasin ? Non . Colruyt et Lidl toujours les 2. D'accord OK et votre magasin préféré pour les achats alimentaires ? moi je dirais Colruyt. Pourquoi ? je trouve que c'est avantageux en termes de prix. Oui et donc à quelle fréquence est-ce que vous faites vos achats alimentaires en un mois ? hé Ben je vais une fois semaine donc 4 fois par mois. 4 fois par mois OK alors durant la pandémie de la COVID est-ce que vous avez changé vos habitudes alimentaires et donc si vous n'avez pas changé vos habitudes alimentaires ? Non. Est-ce que vous envisagez de les changer dans les mois à venir ? Non pas vraiment non.

on va alors passer à la partie 3 il concerne le niveau de connaissance des prix des produits alimentaires alors la première question est que signifie le prix d'un aliment ? hé que signifie le prix c'est sa valeur et la qualité du produit ...sa valeur et surtout la qualité du produit. d'accord donc pour toi euh le en plus c'est

cher au plus c'est de qualité ? Oui . même si c'est pas toujours le cas. mais c'est quand même pour toi c'est quand même un indicateur de qualité ? Oui quand même oui, quand même ouais. maintenant lorsqu'il s'agit de choisir quels aliments acheter est-ce que vous pensez que vous réalisez de bonnes affaires ? hé j'ai pas bien compris. Quand il s'agit de choisir de quels aliments acheter par exemple est-ce que vous pensez que vous réalisez de bonnes affaires ? Oh oui oui. Et c'est quoi une bonne affaire ? une bonne affaire se présente quand il y a une promotion et que c'est de la bonne qualité. OK merci maintenant quelle information concernant le prix est-ce que vous euh je reprends la question quelle information concernant le prix voudriez-vous voir sur l'étiquette de prix de votre magasin préféré ? Moi je regarde ce qu'il y a à l'intérieur enfin les composants du produit. D'accord et alors beaucoup de sucre , de l'huile de palme brûle des trucs comme ça et en fonction de ça j'essaie de voir si je vais prendre ou pas et bien sur le prix. Sur l'étiquette par exemple du prix quelles sont les informations que tu regardes ? hé le prix au kilo, si c'est plus avantageux de prendre de prendre 3 kilos par exemple des fois ils font des prix aussi petits quand tu prends 3 kilos au lieu de 2 je regarde tout ça, je regarde je j'essaie toujours de faire le compte de ce que je vais acheter, de ce que j'ai besoin et si c'est plus avantageux de prendre 3 kilos si je sais que je vais les manger Ben je prends 3 kilos. D'accord bon en gros quand tu compares les prix tu te bases le prix au kilo ? oui c'est ça ouais. Maintenant euh Que pensez-vous de l'assortiment de votre magasin préféré ? je trouve que c'était mieux avant il y avait plus de choix avant. D'accord alors la suivante c'est avez-vous déjà comparé de manière objective des produits alimentaires durables et des produits alimentaires conventionnels ? donc est-ce que tu as déjà comparé des produits alimentaires durables donc tout ce qui est local bio équitable et cetera avec des produits alimentaires conventionnels qu'on trouve dans les grandes et moyennes ? hé oui des fois je le fais. Mais j'achète pas souvent bio. Que penses-tu de chacun de ces aliments-là ? quand tu compares ce que tu penses de de leur prix ? c'est beaucoup plus cher bio et ça n'en vaut pas vraiment la peine quoi. Pourquoi ? parce que les pommes bio et les pommes du magasin Ben le bio j'y crois pas à 100% quoi. je trouve le prix trop haut pour les choses bio. Et donc d'après vous qu'est-ce qui pourrait expliquer la différence de prix entre les 2 ? la différence de prix parce que les normaux enfin je veux dire ceux qui ne sont pas bio Ben y a la chaîne c'est cueillis comme ça avec des des des méthodes traditionnelle avec moins de frais tandis que le Bio mais c'est des fermes donc des hommes qui sont payés pour les ramasser c'est c'est une autre qualité quoi c'est tout le cheminements depuis le début de la vie et tout ça tout est différent donc c'est normal que c'est plus cher quoi. donc pour toi c'est justifier la différence de prix ?oui oui oui oui. D'accord. Je trouve que c'est cher mais c'est justifié

maintenant à la partie 4 c'est le niveau de connaissance de l'offre alimentaire durable : donc l'offre alimentaire durable ici c'est tout ce qui est circuit court ,,bio équitable, vrac : donc la première question est à votre avis qu'est-ce que le réseau qu'est-ce que le réseau de distribution alimentaire durable ?donc pour toi comme on dit on dit alimentation durable donc réseau de distribution c'est tout tous les magasins et tout ça ils font dans le durable donc pour toi qu'est-ce que ça évoque quand on te parle de ça qu'est-ce que tu mettrais dedans ? mais le problème c'était plus que ça veut dire aujourd'hui les chocolats durable et tout ça Oh là là je ne sais plus ce que j'ai un truc ça veut dire quoi encore durable durable ? c'est quelque chose quand on parle d'alimentation durable c'est tout ce qui tient compte de l'environnement des travailleurs et cetera. Ben moi je suis très bien ce qui a compte de beaucoup de choses ça ça je trouve que c'est une bonne chose. Donc dans ce cas , à quelle distance est le magasin durable le plus proche de ton domicile je crois que c'est derrière la gare , 2.5 km de chez moi. Ok ,la prochaine question c'est avez-vous déjà poussé la porte de ce magasin là ou d'un autre magasin durable ? oui j'ai déjà fait oui et pourquoi qu'est-ce que qu'est-ce qui étaient tes motivations ? la curiosité, comparer, voir. D'accord à quelle fréquence est-ce que vous achetez des aliments durables ? Hey Oh là là une fois tous les 6 mois, je crois. Quand c'est pas trop cher, hum je le prends mais pas parce que c'est marqué euh équitable. D'accord et dans quelle enseigne est-ce que tu achètes souvent ? chez Colruyt. Donc tu prends le bio des grandes et moyennes Surfaces. Maintenant quand vous faites vos achats alimentaires est-ce que vous pensez à l'impact de vos choix ? Non ,pas vraiment ahh comment expliquer Oui et non parce que j'ai acheté dernièrement grosse bouteille en verre pour mettre de l'eau filtrée, pour ne pas toujours avoir des bouteilles faites en plastique. D'accord et donc tu as dit Oui et non non c'était par rapport à quoi ? par rapport à la nourriture normale non je fais pas attention à l'impact : juste par rapport aux emballages. D'accord OK seriez-vous prête à payer plus cher pour garantir meilleure rémunération aux producteurs ? hé non. C'est

non tu ne sais pas c'est si tu tu serais prête à payer un peu plus cher pour que...ce n'est pas de notre faute à nous, c'est le gouvernement qui doit les payer

Alors on va passer à la partie 5 qui parle de l'influence des informations sur la perception du prix des consommateurs alors je vais te lire quelque chose et tu vas me donner ton avis on dit que des études montrent que la plupart des consommateurs voudraient savoir combien exactement touchent les producteurs qu'est-ce que tu en penses quel est votre avis ? Non. Pour toi ce n'est pas vraiment important de le savoir si j'ai bien compris ok voilà maintenant après égal quel panier choisirez-vous le panier durable ou le panier conventionnel ? à prix égal, le panier durable. D'accord et pourquoi ? pour le bien de tous : le producteur, le pays etc. Alors qu'est-ce que tu quel que pensez-vous euh des promotions sur les produits alimentaires, Ha c'est, génial je trouve que c'est bien. Est-ce que des promotions de vente sur les produits alimentaires vous ont déjà poussé à essayer de nouveaux produits ? Oui. Hé et maintenant concernant les promotions de vente est ce comment est-ce que vous faites pour cibler les promotions qui vous intéressent ? le folder, je voudrais pouvoir toujours voir quelque chose en promotion ensuite au magasin si jamais il y a une offre sur laquelle je tombe et qui m'intéresse euh je n'hésite pas. D'accord OK maintenant euh est-ce que les promotions de vente vous ont déjà fait changer votre liste de courses ? hé oui oui oui c'est possible. Et pourquoi ? parce que si je vois un produit en promotion je n'avais pas prévu mais je l'achète comme ça je l'ai pour plus tard. D'accord donc un peu comme l'achat impulsif quoi ? Oui c'est ça d'accord maintenant euh est-ce que vous seriez prête à pousser la porte d'une nouvelle enseigne si elle propose des promotions qui vous intéressent, Ah oui tout à fait oui oui tout à fait ! ça t'ai déjà arrivé ? hé oui ! par été j'ai Wépion et qui là il y avait un magasin , un tout nouveau, mais je suis rentrée donc c'est un tout nouveau j'avais jamais été dans ce magasin là, mais j'ai trouvé des trucs intéressants que j'ai acheté. ce magasin ils avaient mis des des affiches de promotion dehors ? oui il y avait un folder sur la vitrine. Ah ok donc c'est sûr base de ce folder que tu as décidé d'y entrer ou bien ? c'est juste par curiosité et en plus un nouveau magasin. D'accord OK donc les 2, les 2 quoi par curiosité aussi parce que le folder a aidé ? Oui .OK j'ai bien compris maintenant j'ai une dernière question pour toi s'il fallait que ton magasin préféré pour les achats alimentés améliore quelque chose qu'est-ce que ce sera ? ce que je reproche au Colruyt c'est la luminosité du magasin je trouve que c'est pas trop chaud, la déco. D'accord donc tu aimerais que le Colruyt améliore l'atmosphère dans laquelle on vient faire les achats. Oui c'est ça d'accord c'est bien compris merci beaucoup

DATHIVA (interview retranscrit de façon automatique)

On va commencer avec la première partie, ce sont les données démographiques. La question c'est, quel est votre âge, votre trente-chev d'âge? 18, 25 ans, 25, 35 ans, 45, 55 ans, plus de 55 ans? Moi j'ai 53 ans. Donc 45, 55 ans, ok. Oui. Quel est votre... 45-55. Ah ah. Quel est votre niveau d'études le plus élevé, primaire, secondaire, bachelier, master, doctorat? Secondaire et des formations qu'on a fait ici. D'accord. OK. Combien de personnes comptent votre ménage? En tout, on est cinq.Cinq personnes. Il y a des enfants dans votre ménage ou des ados? Combien? Trois. Trois sœurs. Ok. Alors, quelle est votre tranche de revenu mensuel? On parle du revenu du ménage. Moins de 2 000 euros, 1 000 à 2 000 euros, 2 000 à 3 000 euros, plus de 3000 euros. Non, on est entre 2000 et 3000. Voilà, c'est noté. Alors, quelle part de votre revenu allouez-vous aux achats alimentaires? Là, je ne comprends pas ce que tu as dit. Donc, ça veut dire quel est le montant que vous mettez chaque mois, votre achat alimentaire? Parce que moi, d'habitude, c'est moi qui fais les courses. Lui, il préfère faire tous les jours, donc je ne peux pas vraiment estimer. Parce qu'il n'a pas fait les courses la première semaine. Si c'était moi qui le faisait, j'allais estimer, mais là, je ne le gardais pas.D'accord. Et toi, quand tu fais les courses, par mois, ça peut atteindre combien? Ecoutez, moi, je ne fais pas les courses. Ah, ok. Non, je ne les fais pas. D'accord. Maintenant, par rapport aux habitudes de consommation, est-ce que vous faites vos achats dans un seul magasin ou bien dans plusieurs magasins? Non, dans plusieurs. En fait, ça dépend des magasins. Il y a des magasins, des fois il y a des choses qu'on aime dans tel magasin, l'autre dans tel magasin. On fait dans plusieurs magasins. D'accord. Ça peut faire combien de magasins comme ça? Dans tel marché, 4. 4 magasins, ok. D'accord. Alors, quel est votre magasin préféré pour faire vos achats alimentaires? Normalement, mon magasin est le correct. Pourquoi? Je ne sais pas, c'est peut-être ces marchés où il y a beaucoup de choses qu'on fait à la maison. D'accord. Maintenant, à quelle fréquence faites-vous vos courses alimentaires en un mois? Tu as dit qu'il allait tous

les mois, c'est ça ? Tous les jours? Tous les jours, presque tous les jours. C'est ce qu'il nous a fait. C'est ce qu'il nous a bientôt fait. Il nous remonte à la maison. Il le fait tous les jours. Il s'est quitté le chômage pour le travail.Vraiment, il le fait presque tous les jours. D'accord. Alors, la question suivante, c'est durant la pandémie de COVID-19, avez-vous changé vos habitudes alimentaires? Non. Non. Ok. Si vous n'avez pas changé vos habitudes alimentaires durant la COVID-19, est-ce que vous envisagez de les changer dans les mois à venir? Non.Non. Moi, je vois Katy toujours aimer ça, c'est la même chose. Ok, d'accord. Maintenant on va le passer à la troisième partie, le niveau de connaissance des prêts. Alors, pour vous, que signifie le prix d'un aliment? Le prix d'un aliment? Oui, quand on... Ça ne fait pas... Oui, vas-y. Non, je... moi je n'ai pas l'idée. Au pire, je pense que ça ne fait pas des fournissages.Ou des magasins, moi je n'ai pas l'idée. Donc en fait la question c'est pour savoir quand on voit un prix, est-ce que là quand tu vois un prix ça t'indique une information à part le fait que c'est l'argent que tu vas payer peut-être, mais est-ce que parce qu'il y en a qui disent que quand ils voient un prix ça peut leur dire plus ou moins la qualité de l'aliment ou d'autres, voilà c'est, donc je ne sais pas. Pour moi c'est la qualité. La qualité, d'accord. Ok. Maintenant, lorsqu'il s'agit de choisir quel aliment acheter, pensez-vous que vous réalisez des bonnes affaires ?À mon avis, oui. Oui. Et pour vous, qu'est quand les choses ne sont pas chères. D'accord. Ou quelque chose de promotion, je ne sais pas. Ok. Donc, vous, une bonne affaire, c'est forcément lié au prix, alors. Oui.D'accord. Maintenant, quelle information concernant le prix voudriez-vous voir sur l'étiquette de prix de votre magasin? Là, je n'ai pas compris. Donc, quand tu vas au magasin, tu as une étiquette de prix. Là, on a mis le prix. Maintenant, sur l'étiquette-là, quelle est l'information que tu aimerais avoir à part le chiffre de prix-là? Quelle est l'information que tu aimerais avoir? Moi ce que je fais, si je veux aller acheter quelque chose, moi je regarde la qualité, je regarde si c'est bio, si c'est... Moi je regarde pas si c'est moins cher, je regarde la qualité de son produit pour moi. Ah d'accord, donc le prix, ça ne t'intéresse pas tant que ça quoi, du moment où c'est de la qualité oui d'accord ouialors heu et maintenant pour comparer les produits similaires, comment est-ce que tu procèdes? comment? par les autres magasins heudonc tu, tu, tu, tu, tu, il n'y a pas heu, des folders, il n'y a pas, donc tu veux, ou bien quelqu'un t'a dit là bas c'est moins cher mais toi tu préfères, tu pars directement dans les magasins regarde. Non moi je préfère pas, les choses passent parce que c'est pas... chez moi je regarde sur le masque que j'enlève. Donc des fois tu regardes dans les folders. Hein? Tu regardes souvent dans les folders. Les folders c'est quoi? Les petits journaux publicitaires qu'on met dans la boîte aux lettres là. Ah oui, oui. Là on regarde pour voir là où il y a les promotions. C'est ce qu'on regarde sans sauvetage, s'il y a des promotions.Parce que des fois il y a des promotions, mais quand il y a des promotions, des fois mon mari, parce que c'est lui qui fait les courses des fois, il me dit que c'est faux, que c'est pas juste. Pour te dire vraiment, je sais pas dire si c'est la bonne qualité ou si c'est la mauvaise, mais c'est mon mari qui le sait. Moi je regarde les prix, mais je ne peux pas prendre une décision quand je montre. Parfois mon mari dit que ce sont les faux, que ce n'est pas vrai.Donc la promotion qu'on a présenté quand il va au magasin il ne trouve pas ça? Oui Ah d'accord ok Maintenant Comme tu ne fais pas les courses Tu as dit que ton mari préfère Colroyd parce qu'il y a tout ce que vous voulez à la maisonDonc c'est ça. Oui. Là-bas, ok. Donc. Tu vois, nous avons beaucoup de magasins tout près de chez nous. Oui.Par exemple, quand on a besoin de quelque chose, on parait vite vite. Mais vraiment, quand on fait faire les courses, courses en gros, on voit au correct. Hum hum. D'accord. Tu m'as dit tantôt que tu regardais souvent les prix, si c'est bio, si c'est pas bio, etc. Maintenant, qu'est-ce que tu penses à la différence de prix entre ce qui est bio et ce qui n'est pas bio.Est-ce que c'est justifié? Moi, je ne peux pas justifier. Oui, mais quand je vais te demander est-ce que c'est justifié, ça veut dire, est-ce que pour toi, cette différence de prix là, ça s'explique quoi. Donc c'est pas qu'on a juste mis un prix élevé pour mettre un prix quoi. C'est ce que je te disais que moi vraiment j'ai pas beaucoup d'idées. C'est mon mari qui voit si c'est... des fois il voit des choses en mieux, et il voit autre chose qui n'est pour ça que je ne peux pas te dire vraiment que je sais ce qui se passe dans les magasins.D'accord. Je ne sais pas vraiment ce qui se passe. D'accord. Bon. On va aller à la connaissance de l'offre alimentaire, c'est la quatrième partie. Et ici, on demande que quand vous faites les achats alimentaires, pensez, est-ce que vous pensez à l'impact de vos choix? Si, je le fais. Quand vous faites vos achats alimentaires, est-ce que vous pensez à l'impact de vos choix? À l'impact de quoi? À l'impact, l'impact. Ah! L'impact de nos choix.Oui, de vos choix alimentaires, donc des aliments que vous choisissez d'acheter au supermarché. Là aussi, je n'ai pas le B. Alors, on va passer sur les informations. Alors, la question est, est-ce que des fois, il y a eu des promotions de vente qui ont fait que vous avez changé votre liste de courses? Promotions ? Les promotions de vente, donc, il y

a les promotions alimentaires et tout ça, est-ce qu'une fois ça vous est arrivé de changer la liste de course de ce que vous vouliez acheter pour manger parce qu'il y avait des promotions alimentaires? Oui, oui. Oui, ok. Est-ce que les promotions alimentaires vous ont déjà poussé à essayer de nouveaux aliments que s'il n'y avait pas de promotion vous n'alliez pas forcément goûter quoi essayer de manger. Non? Non. Ok alors si jamais il y a une nouvelle enseigne dans un nouveau magasin et qu'elle propose. C'est enseigne? Je disais si jamais il y a un nouveau magasin et et que elle propose des promotions alimentaires qui vous intéressent. Est-ce que vous iriez acheter dans ce magasin-là? Même si on n'a pas l'habitude d'y aller. Oui.Moi, à mon avis, je peux y aller. D'accord. Maintenant, l'autre question, c'est... Je vais te lire une affirmation et tu vas me dire quel est ton avis par rapport à ça. L'affirmation est la suivante. Des études montrent que la plupart des consommateurs voudraient savoir combien exactement touchentLes producteurs en termes d'argent. Quel est votre avis? Pour moi, je ne vois pas les protestants. Je veux savoir si ils sont prêts à gagner. Je ne vois pas l'idée de pourquoi ils sont intéressés de savoir ça. Est-ce que tu serais prête à payer un peu plus cher pour qu'ils aient une meilleure rémunération ou pas?Pour moi, oui. D'accord. Et donc, s'il fallait choisir à prix égal entre un panier normal qu'on prend comme ça, conventionnel, et ce qui est racifique ou... à prix égal, qu'est-ce que tu choisirais? La dossière. De panier durable, ok. D'accord.Alors, on a encore quelques petites questions. Alors, que je me retrouve un peu.... Alors, on demande... A quelle distance est le magasin durable le plus proche de votre domicile?...D'accord. Avez-vous déjà poussé la porte de ce magasin ou d'un autre magasin durable ? Non. Non. Ok. A quelle fréquence achetez-vous des aliments durables ? Presque tous les jours. Presque tous les jours. D'accord, donc quand il veut prendre peut-être du bio ou des locales, il le prend à Coroïd, c'est ça ? Oui. Ah d'accord. Mais aussi dans les autres magasins que je t'ai dit, au Coroïd, on y va souvent quand on a vraiment, on va planter beaucoup de choses. Donc, et pour ce qui est durable, ils prennent dans quel magasin? C'est Biocap? Allo? Oh, c'est comme si ça s'est coupé là. Allo? Oui, je t'écoutais. Oui, oui, je demandais. Oui, je suis là.Oui, oui, je demandais que, à part Colruyt, où il peut prendre du bio, il prend souvent ça ou des bio, les choses des produits. Non, RTM. RTM, OK. RTM marché. OK, ça va. Donc, il ne parle pas chez Paysans Artisans, par exemple, Biocap ou Bioplanète. Non, non. Mais, Maraon RTM parle de choses là-bas. D'accord. Donc, vous ne vous fréquentez pas les anciennes du Rav. Oui. D'accord, d'accord, d'accord. Je crois qu'on a fait le tour. Oui. Voilà. En tout cas, merci beaucoup pour ta participation. J'ai laissé 5 kilos de pommes de terre par exemple.5 kilos de pommes de terre, ça me coûte 5 euros ou 6 euros. Et pour le moment, c'est 10 euros. Ah oui. Ah oui. Donc ça a augmenté beaucoup. Oui, oui. D'accord. Donc vraiment le panier est devenu, le panier de la ménagère est devenu beaucoup plus cher au niveau de ta famille. Oui. Et donc vous dépensez trois fois plus, comme tu disais. Oui, oui. D'accord. Oui. Ok.

SANTINA (interview retranscrit de façon automatique)

Il n'est pas très long, donc il a cinq parties, vraiment très facile, c'est juste des questions d'impression. Je ne vais pas te demander par exemple le prix, je ne sais pas, de ta baguette. Allô? Oh, oh, oh! C'est coupé. – C'est bon? – Oui, je t'entends. Ah, voilà, on a été coupé, voilà, écoute, voilà, très bien. Donc, voilà, il s'agit des prix de l'alimentation et surtout, on va parler un peu des différences entre l'alimentation durable, donc tout ce qui est bio, c'est qui court, équitable, etc. et l'alimentation conventionnelle, grand, moyenne, suffrace. D'accord. Donc, les divisions en 5 parties, la première partie sur les données démographiques, donc l'âge, le revenu, la part de budget pour les alimentations.Et ensuite, on va parler des prix, des habitudes de consommation. Et on va parler un peu d'influence que certaines informations par rapport au prix peuvent avoir sur ta perception des enseignes. D'accord. Ok. Allez, pose-moi les questions. Ok. C'est de faire dans mon milieu le plus...Ben oui, moi franchement, le plus naturellement, s'il y a des questions où tu ne sais pas, tu ne sais pas. Oui. Ce n'est pas grave. Ne pas savoir, c'est aussi une réponse pour moi. Donc...Oui. D'accord. Ok. Donc, on va commencer avec les données démographiques. Quel est votre tranche d'âge? 18-25, 25-35, 35-45, 45-55, plus de 55? Plus de 55.Plus de 55, d'accord, c'est noté. Quel est votre niveau d'études le plus élevé? Primaire, secondaire, bachelier, master, doctorat? Moi, j'ai un niveau universitaire. Donc, on va dire master. Oui, voilà.
Combien de personnes comptent votre ménage? Moi c'est une personne plus mon chien. C'est presque deux parce que je lui achète les mêmes morceaux que moi. D'accord. Alors voilà, je suis une personne mais on va dire une demi parce que je lui achète des bonnes choses. Elle a son américain bio, elle a des morceaux comme moi, elle mange une cuisse de poulet comme moi.Tu vois, elle a un repas croquette et

un repas comme moi. Un repas complet comme moi. D'accord. Quel est votre tranche de revenu mensuel? Moins de 1000, de 1000 à 2000, de 2000 à 3000, plus de 3000? Non, mais je suis pensionnée, donc je n'ai plus beaucoup. Je suis à 2 000. Donc on va mettre entre 1 000 et 2 000, ou bien tu préfères entre 2 000 et 3 000? Non, je suis entre 1 000 et 2 000.
Heureusement que j'ai acheté, que j'avais des choses de ma vie d'avant. Je me rends compte que maintenant, je dois compter beaucoup plus qu'avant, même si je fais un effort. Même là, je trouve que je vais devoir revoir ma façon de recevoir parce que ça a tellement augmenté que c'est compliqué. C'est compliqué avec toutes les charges qu'on a. Enfin voilà. la part de votre revenu que vous allouez aux achats alimentaires? Je n'ai pas compté mais je peux dire que c'est plus d'un quart.
Plus d'un quart, d'accord. Alors, concernant les habitudes de consommation, est-ce que quand vous faites vos achats alimentaires, alimentaire, vous achetez dans un seul magasin ou bien vous allez dans plusieurs magasins? Je vais dans plusieurs magasins parce que voilà, dans plusieurs magasins. Je ne suis pas quelqu'un qui regarde les publicités parce que je n'ai pas le temps, j'oublie Instagram, mais j'aime bien aller chercher mes légumes bio, j'aime bien chercher ma viande là, mon poisson. Je travaille plus en local et pour les grosses courses, je fais les grandes surfaces.
D'accord. Et donc, en matière de grandes surfaces ou bien de local, ça fait plus ou moins combien de magasins? Combien de magasins? Je côtoie. Oui. Boucher, poissonnier ça fait 2, biocrate ça fait 3, et puis alors je fais chez le turc pour certaines choses ça fait 4, 5 Soit de l'aise ou une autre grande surface, oui ça fait 5, 5, 5, oui 5, 6
D'accord 5, 6 Et votre magasin préféré? Pour les achats alimentaires? La chaîne préférée... Je ne sais pas ma... En fait, c'est difficile parce que...
Euh... J'ai un biobiocap, mais pas pour tout, tu vois. En fait, je n'ai pas de magasin préféré puisque c'est ciblé à chaque fois. D'accord. Je ne peux pas dire. D'accord.Oui. Ok. Alors, à quelle fréquence faites-vous vos achats alimentaires en un mois? À quelle fréquence par mois? C'est ça? Oui. Mais tu peux aussi me le dire par semaine, comme ça je vais être convaincue en moins. Oui, oui, oui.Oui, à quelle fréquence? J'ai au moins deux fois par semaine, c'est assurément. D'accord, deux fois par semaine. Deux fois par semaine, oui. D'accord. Alors, durant la pandémie de la COVID-19, avez-vous changé vos habitudes alimentaires, disons que je l'ai plus en proximité. Moi, dans les grandes surfaces, je l'ai plus... J'ai bouché, les petits locaux.Les petits locaux. Oui. C'était par rapport à la pandémie elle-même ou bien c'était à cause des restrictions? C'était pour ne pas me retrouver dans les bains de foule, voilà. Ok, d'accord. Ça va, ça c'est noté. Alors, je comprends donc que maintenant tu ne continues plus ce système-là,tu as réintégré les grands des moyens de surface. Non, je continue, mais je veux dire, si j'allais en grande surface, je faisais... J'y allais moins souvent, je faisais mes achats pour plus longtemps. D'accord. OK. Tu comprends?En fait, je divisais, mais au lieu d'aller deux fois par semaine, j'allais une fois par mois en grande surface, deux fois par mois, et puis alors j'allais chercher ma viande ou mon poisson chez les petits locaux ici à Genève.
D'accord. Bon. Et donc par rapport à... Mais je ne suis pas allée au restaurant, je ne suis pas sortie.
D'accord. Je suis restée chez moi. Chez toi. Donc maintenant, en gros, si je comprends bien, c'est juste la fréquence que tu as changé, mais les habitudes, mais est-ce que tu envisages de les changer, peut-être pour aller moins en grande surface dans les mois à venir? Oui, en fait, ma démarche, elle est de toujours consommer mieux et pour la santé. Mais par exemple, je ne vais jamais acheter des... même si budgétairement c'est parfois plus difficile, mais je n'achète jamais de plats préparés, je n'achète jamais de pizza préparée, je n'achète jamais de conserve, ou de légumes en bois, tu vois. Je privilégie le frais. D'accord. D'accord. Ok, j'ai compris. Je regrette d'être en appartement, de ne pas avoir un maison avec un nace. Un potager. Oui.Voilà. D'accord. Maintenant, on va passer à la troisième partie. Il s'agit du niveau de connaissance des prix. Et donc, la première question, c'est, que signifie le prix d'un aliment pour vous? Le prix d'un aliment signifie, il y a toute une partie marketing, il ne faut pas l'oublier, qui intègre le prix, il y a l'emballage et puis il y a le produit lui-même.Et également le service, le service qui est un prix aussi. Donc voilà, quand on va en grande surface, il faut tenir compte de tout ça et si les prix diminuent, comme chez Colreux ou chez... où il y a moins de... je veux dire, de marketing autour, où c'est beaucoup plus simple au niveau de la présentation, évidemment, les prix vont baisser. Donc ça veut dire que si on va chez un... On croit toujours que le bio c'est plus cher,mais non, on va payer la qualité, sans les emballages, mais seulement, ça représente aussi tout un travail différent à la base. Donc il faut savoir aussi que dans le marketing, tous ces emballages ont un coût et après sont

voués à la destruction ou représentent des déchets. Donc, consommer mieux pour moi, c'est aller avec ces sachets en tissu et prendre à la pièce,c'est aller avec ces petits pots en verre et prendre en vrac. Et j'aimerais pouvoir consommer davantage comme ça. Mais voilà, mais c'est encore en phase de devenir. Je ne l'ai pas encore tout à fait intégré chez moi. Donc en gros pour toi, quand on parle de réseau de distribution alimentaire durable, tu vois plus du vrac et du local. Je n'ai pas compris ta question. Je dis, ça veut dire, si je comprends bien ce que tu viens de me dire,J'avais dit que pour toi, le réseau des distributions alimentaires durables, c'est du vrac et du local. Oui, moi je trouve qu'on devrait, ici par exemple près de chez moi, ils vont à nouveau faire un intermarché. Je trouve que les grandes surfaces, elles pullulent un peu partout, alors que de plus en plus, on nous invite quand même à consommer bio, pour éviter justement les transferts de nourriture avec des kilométrages, avec des denrées qui viennent du Chili, enfin voilà, de différents contries alors qu'ici en Europe on a en suffisance de tous les...Donc moi, mon objectif c'est de consommer saisonnier et local, tu vois? D'accord, d'accord, j'ai bien compris. Maintenant, que penses-tu de l'assortiment des magasins que tu fréquentes? Ce que je pense des magasins? Oui, de leur assortiment. De leur assortiment?pour privilégier justement le produit et ne pas avoir... parce qu'il y a vraiment une concurrence effrénée de tout genre de produits de différentes marques qui représentent un coût à tous les niveaux et je trouve que si on se concentrait sur un ou deux produits plus salés à l'essentiel, des choses plus saines,je trouve qu'on s'en sortirait mieux, me semble-t-il, et il y aurait moins de gaspillage. D'accord. Maintenant, lorsqu'il s'agit de comparer des produits similaires, comment est-ce que tu procèdes? Pour ça, je ne suis pas une très bonne ménagèreparce que je ne suis pas quelqu'un qui regarde les publicités, qui compare, je vais aller chercher celle-là plutôt que celle-là. Non. Je connais les magasins où je vais, où je suis sûre de trouver du frais pour les légumes, et c'est là que je vais. Et je vais prendre le légume en fonction de sa présentation, de sa nature. Si pour moi, il me semble qu'il est tout frais qui vient, tu vois, c'est ça qui va déterminer. Je ne vais pas me faire une idée de ce que je vais manger avant, si j'ai peut-être une idée, mais ce qui vaorienter mon choix c'est quand je vais voir le légume, tu vois? Je dirais, je vais prendre ça aujourd'hui ou je vais prendre ça. Voilà. Donc en gros, quand tu regardes, c'est l'aspect, au toucher, etc. Oui, je trouve qu'on devrait pouvoir continuer à exercer nos vu, par le toucher, par l'odeur. Voilà maintenant, vous savez que parfois on se dit, et les produits congelés beaucoup nous disent, ils ont été congelés à la base, ils sont beaucoup plus frais que certains légumes qui restent déjà trois jours dans les frigos du magasin avant d'êtreprésentés et juste un petit peu rafraîchis pour mettre en rayon tu vois. C'est vrai aussi, mais bon, à un certain moment, il faut choisir. Je ne suis pas une grande adepte des produits congelés. D'accord. Alors, maintenant la prochaine information, c'est quelle information, au pluriel, concernant le prix, voudriez-vous voir sous l'étiquette de prix de votre magasin? Concernant le prix, souvent on te donne le prix du produitet je trouve que c'est bien d'avoir le prix au kilo parce que les gens se laissent bien souvent tromper en disant on en a deux pour un gratuit et puis finalement, quand tu vois le prix au kilo tu vois que finalement tu es biaisé quoi. Donc oui, enfin mais souvent il y a quand même le prix au kilo et puis on te donne après le prix, je ne sais pas si c'est sur toutes les étiquettes, je ne sais pas.Donc tu as souvent le prix au kilo pour savoir exactement si tu gagnes ou bien si tu perds. Oui, exactement. Parce que sur tous les produits, ce n'est pas indiqué. Tu as des paquets de 100 grammes, tu as un prix comme ça. Mais d'avoir le prix au kilo, je trouve que c'est intéressant pour ceux qui veulent consommer locaux et de savoir où a été produit le produit, d'avoir la traçabilité, je trouve que c'est, avez-vous déjà comparé de manière objective des produits alimentaires durables et des produits alimentaires conventionnels?Non, je n'ai pas fait cette démarche. D'accord. Alors, concernant les prix, d'après vous, est-ce que la différence de prix entre la distribution alimentaire durable, la distribution conventionnelle sont justifiées? Il est clair que si on a une plus petite production en bio, il sera beaucoup plus cher, parce que ça demande parfois plus de main d'oeuvre qu'une production qu'on fait venir en grande quantité de la bain.de là-bas. Oui, je trouve que oui. Oui, mais dans la mesure où si on privilégiait plus le local plutôt que les importations qui viennent d'ailleurs, on arriverait à avoir un prix un peu plus bas. Parce qu'il y aurait peut-être des coopératives qui s'occuperaient de faire les potagers locaux avec une assurance de vendre leurs stocks. Et donc là, il y aurait moins de pertes et le prix serait mieux adapté aussi. Il me semble-t-il, maintenant c'est ma vie de montre-chose, mais je pense.Mais on est toujours aussi, mais c'est vrai que les petits sont toujours primitaires aussi. Regardez les conditions climatiques, quand ils perdent toute une récolte, c'est normal, tout ce qui est rare devient cher. Et s'il y a beaucoup d'interêts derrière, les prix augmentent. Donc, ce n'est pas toujours évident de rationaliser les prix comme ça, parce qu'il y a des tonnes d'intervenants qui peuvent

les modifier.D'accord. Ok. J'ai compris. C'est bien noté. Maintenant, alors la question suivante. A quelle distance est le magasin durable le plus proche de votre domicile? Quand tu dis durable, ça veut dire grande surface? Non, 6 km et demi. D'accord. Et pour toi, ça vaut la peine d'aller jusque là pour faire tes achats?la kiné deux fois semaine, je passe tout près, donc c'est à ce moment là que j'y passe, tu vois. Disons que je couple mes déplacements avec un déplacement local, puisque ma kiné est là-bas, je n'ai qu'à traverser la route et j'y suis, donc je fais un stop là et voilà, je n'y vais pas exprès, disons que je profite d'un déplacement sur site pour faire mon achat là, ce jour là. D'accord, donc si tu n'avais pas vraiment quelque chose à faire dans la zone, tu n'irais pas quoi? Si j'irais quand même, si j'irais quand même.Peut-être pas souvent, peut-être pas deux fois semaine, mais j'irai certainement une fois semaine, oui. D'accord. Maintenant, quand vous faites vos achats alimentaires, pensez-vous pour limiter ou améliorer cet impact? Comment je procède pour améliorer cet impact, l'impact de tes achats alimentaires? C'est-à-dire qu'avant, si je fais mon pain par exemple, avant je me rendais compte que, ou alors j'achète ma farine petite épeautre bio. Soit j'ai fait mon pain, parfois j'ai pas toujours envie de faire mon pain,donc je vais l'acheter, mais pour ne pas gaspiller, avant je laissais sécher mon pain, maintenant je le conditionne et je congèle par trois tranches, tu vois, comme ça je gaspille moins. Donc j'ai vraiment adopté une philosophie anti-gaspillage actuellement. Donc j'essaie de recomposer les menus quand je suis seule avec ce qui me reste dans mon mon frigo je fais des préparations je fais beaucoup de préparation moi-même donc voilàmais je suis pas une adepte des comme je te l'ai dit des plats préparés sous cellophane carton donc là j'essaie oui j'essaie d'être cohérente avec moi même en mangeant sainement mais parfois manger sainement moi plutôt que d'aller chercher des pizzas j'ai pas dit que c'était pas bien d'aller chercher des pizzas. Je crois que je vais acheter parce que chez bio justement ils ont une petite pâte déjà faite mais qui est vraiment très bonne et je la garnis moi même par exemple tu vois avec ce que j'ai ou je fais ma pizza moi même mais si j'ai pas le temps j'achète la pâte et je la garnis moimême j'essaie de oui ou parfois manger simple c'est juste un légume que j'ai cuit avec un peu d'huile d'olive. Parfois je préfère un morceau de pain, une tranche de jambon ou quoi que, des sauces et des sandwiches tout faits. Tu vois, parfois je me régale si j'ai un bon morceau de pain, un bon morceau de saucisson ou un bon morceau de quelque chose, d'une petite tranche de jambon et une bonne tomate. Parfois je me régale avec ça, je n'ai pas besoin de... tu vois. Je ne sais pas expliquer, voilà. Alors maintenant, je travaille plus avant des taboulés, je travaille plus le boulgour,des choses comme ça, des céréales plus anciennes, plus saines aussi, en salade. Voilà. Donc en gros tu limites les emballages, tu fais un maximum fait maison. Oui voilà, je ne travaille plus pour le fait maison. Super. Maintenant la suivante c'est, seriez-vous prête à payer plus cher pour garantir une meilleure rémunération au producteur ? Dans la mesure où la qualité est là, oui.Si la qualité et la fraîcheur sont là, oui. Parce que tout travail mérite salaire. Et si on a un bon produit qui est bon pour la santé, moi je suis d'accord. Je le consommerai peut-être moins souvent, mais je le consommerai plutôt que d'acheter un truc, tu vois. Moi je privilégie la qualité, la santé et la fraîcheur pour une bonne santé. Plutôt que, voilà, s'il faut m'en passer, si je dois le consommer une seule fois par semaine, bon, ce serait ça, plutôt que trois fois, pas bon quoi.D'accord, ok. Je comprends. C'est bien noté. Maintenant, on va passer à la dernière partie du questionnaire. Il s'agit de... Mais à travers ce questionnaire, tu vas mieux comprendre qui je suis, Maïel. C'est justement le but parce que tu vois, j'avais d'abord fait un questionnaire en citatif avec des oui non peut-être et tout, mais ici, comme ça permet de parler, il y a des informations qu'avec mes oui non je n'aurais pas pu capter, tu vois.Donc c'est tout l'intérêt de ce questionnaire-là. Oui, d'accord. Écoute, voilà, moi je te dis la manière dont je commence. Et c'est vrai que si je reçois, j'aime bien faire un maximum, je fais tout moi-même, les légumes c'est toujours le fait. J'aime bien recevoir parce que ça fait partie aussi de mon hospitalité.Je suis comme ça, je suis... J'ai toujours été comme ça. Mais voilà, je me rends compte que ça devient difficile même de vouloir être fidèle à soi-même, de toujours bien recevoir, ou alors je vais devoir faire des menus un peu plus simples, parce que, et toujours pour conserver cette hospitalité, mais toujours des buffets maison,mais peut-être parfois un peu plus simples, parce que voilà, c'est pas toujours tout d'un tellement cher, c'est vrai, hein? Oui. Et je trouve que quand on a toutes ces charges à payer, sa voiture, ses assurances, ceci, cela,eh bien, voilà, c'est pas comme quand je travaillais, j'avais plus de moyens. Maintenant, il faut faire avec, comme on dit. Oui, tu t'adaptes. Oui, on s'adapte. Je vais te lire une affirmation et tu vas me dire ce que tu en penses. D'accord. Alors, c'est la suivante.Des études montrent que la plupart des consommateurs voudraient savoir combien exactement touchent les producteurs en termes d'argent. Quelle est votre avis? Moi, je suis pour la transparence, oui. Donc, si tu as... Dans la

mesure, Daniel, dans la mesure où tu m'as demandé combien je touchais,je ne vois pas pourquoi je ne pourrais pas connaître la rentabilité des producteurs. Je trouve que ce n'est pas transparence. De l'instant, on est clair. Tout travail mérite salaire. Si leur travail est justifié, je n'ai pas de problème avec ça.D'accord. Maintenant, si tu as une étiquette où il y a marqué le prix que tu payes et le prix que le producteur touche, est-ce que tu serais plus portée à acheter ce genre de produit qu'une étiquette lambda où on ne te met pas forcément cette information-là? Encore une fois, si je connais la réputation du producteur,si je sais qu'il travaille bien, que c'est un bon produit, Je vais dans ce sens-là. Tu comprends? Je reste cohérente avec moi. A mesure que je connais la traçabilité du produit, que c'est un produit bien travaillé, qui est sain pour la santé, qu'il n'y a pas de pétitionnaires en face-what, je n'ai pas de problème avec ça. Peut-être que, encore une fois, je le consommerais un peu moins parce que c'est peut-être plus cher,Mais je ne suis pas contre de payer le prix pour un produit qui en vaut la peine. D'accord. Voilà. Et maintenant... Tu m'as dit que je pouvais consommer... Oui. Alors c'est vrai que certains pensent aussi que parfois l'alimentation saine, c'est celle qui est la plus chère.Et ça, ce n'est pas toujours vrai non plus. Il faut parfois pouvoir dénicher les petits producteurs, ou parfois je vois le jardin ou produits à la ferme. Il y a parfois des gens qui mettent à disposition leur excédent de potager et qui les vendent. Pourquoi pas aller faire un tour et voir. Voilà, je suis partant pour ça aussi. Alors maintenant la prochaine question, c'est que pensez-vous des promotions sur les produits alimentaires? Je trouve que ça c'est de l'arnaque.En fait, non. Il y a deux choses. Je trouve que c'est peut-être une bonne chose en la mesure où on veut éviter le gaspillage et de faire profiter d'une promotion 2 plus 1 parce qu'il y a une date d'échéance et c'est bien souvent comme ça que les grandes surfaces proposent aujourd'hui avant au lieu de faire une réduction sur le prix maintenant ils te proposent 2 plus 1 gratuit ou 2 plus 2. Pourquoi? C'est pour écouler les produits qui ont une date de pérennation qui arrive et qui est assez proche.D'accord. Donc ça je trouve que c'est bien dans la mesure où ça évite un certain gaspillage et ça permet aussi aux familles de pouvoir bénéficier justement de cette promotion. Maintenant quand on est seul c'est moins évident de pouvoir profiter de ces promotions parce que j'ai pas stocké comme ça tu vois. De plus de parfois si il y a une date de péremption tu gagnes pas quoi tu vois. Donc c'est valable pour les grandes familles, mais pas toujours pour les personnes isolées.Oui, je vois, parce que si tu achètes et que la date de péremption est proche, tu ne vas pas forcément manger avant et tu seras obligé de jeter. Et alors, ça peut être aussi une invitation à surconsommer des choses qu'on n'a pas besoin. Oui. en erreur parce qu'on se dit, oh oui, mais tiens ça c'est une promo, je vais le prendre alors qu'on n'en a pas besoin. Ou qu'on a oublié qu'on avait ça chez soi déjà. Ça m'est déjà arrivé, donc c'est pour ça que j'en parle. Donc, ça peut être intéressant pour les grandes familles, pas pour les personnes isolées.D'un autre côté, ça dépend sous quel ongle on le perçoit. Maintenant, du côté, du point de vue des grandes surfaces, ça évite le gaspillage, si on peut les couler, tant mieux, on fait plaisir à la clientèle et on les coule sans gaspiller. Et d'un autre côté, le consommateur doit être attentif aussi, ça peut être un piège en disant, voilà, deux plus un, je vais le prendre, et puis je vais prendre ça, et puis je vais prendre ça. on n'a pas besoin ou qu'on a déjà. Et donc parfois on peut un peu s'endetter par rapport à ce qu'on avait prévu budgétairement pour le mois. Donc voilà. Donc c'est attention, je dirais attention aux promotions. Voilà. D'accord. Donc ça veut dire... Tu n'es pas d'accord avec moi? Si, si. Tu n'es pas d'accord avec moi? Si, si, si, si, si,elle est très pertinente. Elle est très pertinente et j'avais pas, j'avais jamais vu ça sous cet angle là. Donc des promotions ciblées famille, en fonctionde la taille du ménage quoi. Et là ça peut être intéressant parce que justement, ça permet de doubler et alors si on a une grande famille, si on consomme plus, et doncforcément ça peut être un gain maintenant pour les personnes isolées qui doivent consommer ça en ayant une période déterminée, c'est moins évident. Et puis ça peut être un piège, on peut être tenté d'acheter des choses qu'on n'avais pas forcément essayé avant? Non, parce que je devrais être un peu plus curieuse parfois, mais je suis assez fidèle parfois dans mes produits. D'accord. Déjà, en plus, je ne consomme pas tout ce qui est sauce en bocal. Je ne suis pas trop sauce, moi je suis méditerranéenne,un peu d'huile d'olive, très peu de sel. Je travaille plus avec les épices et les herbes, tu vois, et pas avec toutes les sauces. Donc voilà. Maintenant, pour les produits de nettoyage, c'est vrai que j'ai essayé des choses, mais parfois je suis un petit peu... je devrais être un peu plus curieuse parfois, mais je ne le suis pas, c'est vrai, je suis assez fidèle dans mes produits.D'accord. Maintenant, concernant toujours les promotions de vente, est-ce qu'elles t'ont déjà fait changer ta liste de courses, par exemple? Ah ben oui, comme je le dis, moi aussi j'ai parfois été piégée, être tentée d'acheter des choses. Je t'en parle parce que ça m'est arrivé d'être tentée d'acheter deux plus un gratuit en me disant je vais faire une affaire

et finalement je me retrouve avec des chosesque j'avais ou que j'avais déjà acheté la semaine suivante, la semaine précédente et après je me dis mon Dieu je dois consommer ça, ça, ça, j'aurais pas dû, j'aurais pas dû parce que voilà c'est pas nécessaire. Alors, comment est-ce que toi tu cibles les promotions qui t'intéressent? Tu m'as dit que tu n'utilisais pas le flyer, donc comment tu fais? Je ne suis pas trop promotion en fait, moi je suis au coup de cœur.Quand j'ai envie de quelque chose, si le prix est dans ce que je pense, je me fais plaisir. Et voilà. D'accord. Mais maintenant, c'est vrai aussi, ce que je ne faisais pas avant, pour certains produits chez Delhaize, Par exemple, quand c'est du poisson, je vais chez le poissonnier, mais quand, vu la cherté de la vie, c'est vrai que, par exemple, quand je vais chez Delèze, si je vois qu'il y a une étape de poisson bio 2 plus 1 gratuit, là je le prends et là je le congèle. Je sais que c'est pour ma consommation à moi et je ferai une autre préparation parce que j'essaie aussi de faire attention. Donc certaines promotions, je les fais, mais pas toutes.Voilà. D'accord. Ok. Maintenant, à prix égal, je sais déjà ce que tu veux me dire, mais il faut que je pose la question. Quel panier choisirais-tu? Le panier du rap ou le conventionnel? Euh, à prix égal?Oui, à prix égal. Moi, je vais prendre le bio, oui. D'accord. Et pourquoi? Peut-être que j'ai une perception erronée de la chose en me disant que c'est plus frais, mais je ne sais pas. Maintenant, il y a des stains de bio dans les grandes surfaces aussi. Est-ce que l'honnêteté fait partie de ce monde en tout?Est-ce que le label bio doit sécuriser la personne sur l'authenticité du produit? Il y a tellement de fraude dans l'alimentaire que je ne sais pas. Et toi, ta perception c'est quoi? Ben écoute, moi je fais beaucoup plus d'achats au marché, au moins comme ça je suis sûre que ça vient du producteur, qu'il n'y a pas beaucoup de... comment dire... il n'y a pas beaucoup d'intermédiaires entre moi et le produit.Sur le marché tu dis? Oui, je vais au marché. Ah oui, c'est bien. Oui, ben c'est parce que je devrais... j'adore le marché, parce que je me souviens quand j'étais sur la Côte d'Azur, j'allais faire que mes courses là. Et j'ai pas encore pris le pli ici, je ne sais pas pourquoi, sinon je préférais faire ça. C'est du frais, c'est... Oui, tu peux toucher, tu peux... voilà.
Oui, mais ça je reviens tout à l'heure à ce que j'avais dit, faire utiliser mes sens, hein. Toucher, sentir, voir, voilà. Donc moi la plupart du temps, pour les fruits et légumes, c'est au marché. Oui, c'est ce que je préfère. Et puis, je trouve que ça coûte quand même moins cher. C'est vrai que ces derniers temps, ça a beaucoup augmenté.Mais voilà, avec le goût, tu vois quand même la différence. Quand tu fais une sauce tomate, les tomates que tu prends, je ne sais pas moi, chez Carrefour ou quoi, ce n'est pas toujours, le goût n'est pas toujours au rendez-vous. Elles sont belles, elles sont rondes, elles sont fermes, mais le goût n'est pas toujours, c'est pas toujours ça quoi. Ah le samedi c'est jusque 13h. Oui, oui, oui. Moi je devrais reprendre le pied de retourner au marché de Namur. C'est vrai, je devrais. En tout cas, moi j'aime. Oui, peut-être qu'on peut donner une fois rendez-vous à ma famille. Bien sûr, pourquoi pas.D'accord. alimentationnaire. Alors, seriez-vous prête à pousser la porte d'une nouvelle enseigne si elle propose des promotions qui vous intéressent ? Oui, par curiosité. D'accord.Et si jamais il n'y a pas d'affiche particulière ou quoi, est-ce que tu entrerais dans une nouvelle enseigne que tu croises, l'enseigne alimentaire. Oui, oui, pour voir ce qu'elle propose, oui, effectivement. Pour voir un petit peu si elle a eu raison de s'installer et voir ce qu'elle propose. Et tout de suite, la manière dont les étalages sont faits,s'il y a un boucher sur place, ça te donne déjà une indication. S'il y a du frais, tu vois? Donc ici, il va y avoir un intermarché qui va se mettre au rond-point de bouge là. Et un nouvel intermarché qui va ouvrir ses portes, mais c'est à deux pas de chez moi. Je vais pouvoir y aller soit à pied, soit... Et donc je me dis, tiens, je vais aller voir cet intermarché là. marché là et c'est vrai que on est toujours en train de courir il est fort possible que j'y aille plus souvent là après que chez Denaise pour les grosses courses parce que c'est tout près et que ça va m'éviter, ça va me permettre de gagner du temps donc ça c'est sûr tu vois. Oui oui, ah oui, en tout cas il faudrait qu'on le fasse une fois. Oui. Oui, il faudrait qu'on le fasse une fois. À tout marché. Oui, oui. J'y vais souvent avec Jemima, mais pas tout le temps. Parce qu'elle fait ses achats au shop africain qui est en face de la gare. Donc, de temps en temps, on y va. Elle fait ses achats là-bas et moi, je fais les miens au marché.Surtout qu'il y a aussi un boucher qui n'est pas loin. Donc, on pourrait bien faire ça. Comme ça, on peut aller un samedi, on va en prédication et après on finit au marché. Oui, parce que je me suis mise pionnière auxiliaire ce mois-ci. Comme je parle le 25 août, après la scala spéciale. Moi, tu vois, je me suis dit que le temps, il a fait trop chaud.Je n'ai pas été créchée ici hier avant-hier, c'était trop chaud. Mais si, donc dès que j'ai une heure ou deux, je vais y aller parce que... Donc, si c'est le samedi matin, oui, après la prédication, mais je vais quand même crécher de 10 à 12. Et le temps d'arrivée, j'ai peur qu'il y ait plus grand chose aussi. Oui, il y en a, normalement il y en a. Ma dernière question, c'est qu'est-ce que tu penses que les magasins que tu

fréquentes pourraient améliorer?Je trouve que il y a moins de disponibilité quand on cherche quelque chose. L'accueil. Je trouve que même dans les grandes surfaces, c'est difficile de trouver quelqu'un qui vous répond. Il n'y a plus personne pour vous répondre, pour avoir une information. Ou alors les gens sont très inventés.Ah, ce n'est pas mon secteur, allez voir. C'est un peu limite. C'est comme ça partout. C'est comme ça chez Brico, c'est comme ça chez Deleuze, c'est comme ça chez Carrefour, c'est comme ça un peu partout. Je trouve que c'est quelque chose qui fait défaut dans notre société.De plus en plus, c'est comme ça à la banque, c'est comme ça partout. On ne trouve plus personne en fait. Je comprends. Et dans les magasins spécialisés, tu as la même impression? Dans les magasins où il y a une ou deux personnes, forcément on attend son tour. Maintenant, chez Biocap, là où j'allais, chez Biocap, je pense que c'est comme ça un peu partout.

Donc voilà, il faut aussi être attentif, voilà. D'accord. Le prix n'avait pas changé à l'unité, mais on te faisait miroiter qu'on avait un gratuit, mais finalement on t'avait que la moitié d'un produit gratuit. Si tu considères que c'était un litre et que tu passais à 750 centilitres, un plus un gratuit, tu vois ce que je veux dire? Avec le même prix.

tout dans la machine. Donc il faut que je sois bio et propre, tu vois. Alors parce que c'est même des étructures, alors tu consommes que le jus, mais il y a beaucoup de déchets.

BIBLIOGRAPHIE

Alimentation : les circuits courts séduisent un Belge sur deux - UCM Magazine. (2017). UCM Magazine. https://www.ucmmagazine.be/actus/alimentation-les-circuits-courts-seduisent-un-belge-sur-deux/

Aschermann-Witzel J. et Niebuhr Aagaard E.M. (2014). Elaborating on the attitude–behaviour gap regarding organic products: Young Danish consumers and in-store food choice. International Journal of Consumer Studies, 38(5) : 550-558. https://doi.org/10.1111/ijcs.12115

Beaudelot A., Capozziello J. et Craeye B., (2023). Les chiffres du bio en Wallonie 2022. APAQ-W et Biowallonie. https://www.biowallonie.com/wp-content/uploads/2023/06/ChiffresDuBio-2022-BD.pdf.

Belga et La Libre Eco, (2022, 25 juillet). Quand l'agriculture se numérise : « L'impact positif en termes économiques est visible ». La Libre.be. https://www.lalibre.be/economie/digital/2022/07/25/quand-lagriculture-se-numerise-limpact-positif-en-termes-economiques-est-visible4OTD37EANZBPFFEBVCVIQBIU3Q/

Belga et La Libre Eco, (2022, octobre 11). Bio, vrac et circuit court également ébranlés par la crise : « La situation est, pour certains indépendants et PME critique ». La Libre.be. https://www.lalibre.be/economie/entreprises-startup/2022/10/11/bio-vrac-et-circuit-court-egalement-ebranles-par-la-crise-la-situation-est-pour-certains-independants-et-pme-critique-M6LL7P456VDPTINGD5ZZG4AUSE/

Belgique : les circuits de distribution. (2024). Tradesolutions.bnpparibas.com. https://www.tradesolutions.bnpparibas.com/fr/importer-exporter/belgique/distribuer-un-produit

Bennani B. et Saad H., (2018). La perception et les motivations des consommations envers les produits verts. PNMReview vol 3.1 (PDF)

Bricas, N., Conaré, D., Walser, M., & Fischler, C. (2021). Une écologie de l'alimentation. Éditions Quae. 312 p. DOI : 10.35690/978-2-7592-3353-3

C.Baeke. Le prix influence la perception des aliments. Food in action (en ligne)

CHAMPION A., REMOND S. (2021). Analyse comparative des prix de produits vendus en vrac VS en préemballé. Institut National de la Consommation (INC), 33 pages. https://www.unfea.org/wp-content/uploads/2021/07/analyse-comparative-prix-vrac-vs-preemballe-synthese.pdf.

Conso, L., (2016, 24 décembre). Dunnhumby décortique la notion de perception prix [Infographie]. www.lsa-conso.fr. https://www.lsa-conso.fr/dunnhumby-decortique-la-notion-de-perception-prix-infographie,251193

De redactie. (2017, 9 mars). Le prix influence la perception des aliments | Food in Action. Food In Action. https://www.foodinaction.com/prix-influence-perception-des-aliments/

Divard R. (2013), Comprendre les comportements non éthiques du consommateur : les apports de la théorie de la neutralisation, Revue Management et Avenir, (60) : 53-73.

Ekivrac. (2022, 14 décembre). LES PRIX ONT AUGMENTÉ 3 FOIS MOINS DANS LES MAGASINS LOCAUX EKIVRAC QUE DANS LES SUPERMARCHÉS BELGES!. Ekivrac. https://www.ekivrac.com/les-prix-ont-augmente-3-fois-moins-dans-les-magasins-locaux-ekivrac-que-dans-les-supermarches-belges/

Eunomia et Al. (2020). Packaging Free Shops in Europe - An initial report – executive summary. Zero Waste Europe. https://zerowasteeurope.eu/library/packaging-free-shops-in-europe-an-initial-report/

Fischler, C. (1988). Food, self and identity. Social Science Information, 27(2), 275-292. https://doi.org/10.1177/053901888027002005

Froloff-Brouche L., (1994). L'influence de la promotion des ventes sur le consommateur : Un essai de conceptualisation. Recherche et Applications en Marketing (French Edition), 9 (3), pp.45-64. ⟨hal-02016406⟩

Goffin S., Beaudelot A. et Hellin F., (2014). DOSSIER SPÉCIAL : Circuits courts. Itinéraire bio : Le magazine de tous les acteurs du bio, pp 8-10. https://docplayer.fr/10458595-Itineraires-bio-dossier-special-circuits-courts-le-magazine-de-tous-les-acteurs-du-bio-reflets-les-chiffres-du-bio.html

Gondola Retail News FR. (2023, 13 juin). Le food retail belge a atteint en 2022 un chiffre d'affaires de 30,72 milliards d'euros. Gondola. https://www.gondola.be/fr/news/le-food-retail-belge-atteint-en-2022-un-chiffre-daffaires-de-3072-milliards-deuros

Grolleau, G., Sirieix, L. et Schaer, B., (2010). Les « kilomètres alimentaires » : de la compréhension du concept à la complexité de la réalité. Revue d'Économie Régionale & Urbaine, 899-911. https://doi.org/10.3917/reru.105.0899

Gruber, Verena et Schlegelmilch, Bodo. (2014). How Techniques of Neutralization Legitimize Norm- and Attitude-Inconsistent Consumer Behavior. Journal of Business Ethics. 121. 10.1007/s10551-013-1667-5.

H. Havidz (2020). Brand image and purchasing decision: analysis of price perception and promotion (literature review of marketing management), Vol. 1 No. 4. Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting.

Hebel P. et al (2016, 1 décembre). Comment réagissent les consommateurs face aux promotions ? (Cahier de recherche n°335). CRÉDOC. https://www.credoc.fr/publications/comment-reagissent-les-consommateurs-face-aux-promotions

Heda, S. (2017, 3 janvier). How Customers Perceive a Price Is as Important as the Price Itself. Harvard Business Review. https://hbr.org/2017/01/how-customers-perceive-a-price-is-as-important-as-the-price-itself

HelloSafe. (2023, 20 avril). En 2023, plus de 30 % du budget des ménages belges part dans l'alimentaire. HelloSafe. https://hellosafe.be/blog/inflation-alimentaire

IPSOS, (2017). Observatoire CBC les Belges et les circuits courts [infographie]. CBC. file:///C:/Users/etudiantunamur/Downloads/infographie_circuitscourts_CBC1page3.pdf

Juka M., (2006). Pricing method as a tool for improved price perception. Journal of revenue and pricing management, 5(3), 207-220.

Kramer, T. et Min Kim, H., (2007). "Processing fluency versus novelty effects in deal perceptions". Journal of Product & Brand Management, Vol. 16 No. 2, pp. 142-147. https://doi.org/10.1108/10610420710740016

La Planète / Fabien Lelu & Valentin Dubois, M. C. P. (2012). MesCoursesPourLaPlanète.com / Étude « La vente en vrac - pratiques & perspectives » réalisée avec l'ADEME. © MesCoursesPourLaPlanete All Rights Reserved. https://www.mescoursespourlaplanete.com/etude-en-vrac.php

Larrère C., (2019). « Changement climatique : et si nous parlions de responsabilité ? »

Laurent, T. (2023, 5 décembre). Pourquoi les Belges se ruent dans les supermarchés français. BFM BUSINESS. https://www.bfmtv.com/economie/economie-social/pourquoi-les-belges-se-ruent-dans-les-supermarches-francais_AV-202312050513.html

Lecocq V.,(2022) . Avec 30% de chiffre d'affaires en moins le secteur de la vente en vrac est en crise. RTBF

Legrand, C. (2019, 7 juin). Le commerce du vrac est-il la nouvelle poule aux œufs d'or ? RTBF. https://www.rtbf.be/article/le-commerce-du-vrac-est-il-la-nouvelle-poule-aux-ufs-d-or-10240189

Les produits bio sont-ils moins chers en magasin bio et vrac ou en grande surface ? (2024, 8 juillet). ConsomAction. https://www.consomaction.be/blog/etudes-8/les-produits-bio-sont-ils-moins-chers-en-magasin-bio-et-vrac-ou-en-grande-surface-100

Merle A. et Piotrowski M., (2011). Consommer des produits alimentaires locaux - Comment et pourquoi ? . Décisions marketing. 67. 10.7193/DM.067.37.48.

MMA, (2023). Commerce alimentaire : et si vous passiez à la vente en vrac. MMA.FR https://entreprise.mma.fr/connexionpro/vente-en-vrac.html.

Monterrosa EC, Frongillo EA, Drewnowski A, de Pee S, Vandevijvere S., (2020). Sociocultural Influences on Food Choices and Implications for Sustainable Healthy Diets. Food and Nutrition Bulletin. https://doi.org/10.1177/0379572120975874

Munnukka, J., (2006). Pricing method as a tool for improved price perception. Journal of Revenue and Pricing Management 5, 207–220. https://doi.org/10.1057/palgrave.rpm.5160021

Observatoire de la consommation, (2023). Baromètre de la consommation de produits bio. APAQ-W. https://www.apaqw.be/sites/default/files/uploads/Observatoire/2023/obs-edm-bio270323.pdf.

Observatoire de la consommation, (2023). Produits locaux et circuits courts. APAQ-W. https://www.apaqw.be/sites/default/files/uploads/Observatoire/2023/obs-edm-cc23.pdf.

P. Hebel et al., (2005, 1 novembre). La nouvelle sensibilité des consommateurs aux prix. CRÉDOC. https://www.credoc.fr/publications/la-nouvelle-sensibilite-des-consommateurs-aux-prix

Rastoin J., (2018). Accélérer la transition vers une alimentation durable par un changement de paradigme scientifique et économique et des politiques publiques innovantes : éditorial. Systèmes alimentaires / Food Systems, 2018, 2018 (n°3), pp.17-27. 10.15122/isbn.978-2-406-08722-9.p.0017.hal-01973487

Revue juridique de l'environnement, (n° spécial) (HS18), 159-173.

Vatika S., (2018). Food : identity of culture and religion. July – Aug ,2018 volume 6,.10908-10915

Vienne M., (2022, 21 octobre). Baromètre des commerces bio et vrac : un secteur dans l'urgence et en quête de soutien. Le Sillon Belge. https://www.sillonbelge.be/9889/article/2022-10-21/barometre-des-commerces-bio-et-vrac-un-secteur-dans-lurgence-et-en-quete-de

ACCRONYMES

AGEC : Loi anti-gaspillage et pour une économie circulaire.

ADEME : Agence de l'environnement et de la maîtrise de l'énergie

PIB : produit intérieur brut

SAT : système alimentaire territorialisé

SPW : Service Public Wallon