

CONSOM'ACTEURS Le comportement du consommateur et la place du bien-être animal,

Dorine SEVERE– Chargée de mission

LIT Ouesterel

Etudes sociologiques sensibilité BEA



Etude qualitative : entretien semi-directif
avec 15 personnes

Ethnographie : compréhension des
références culturelles des consommateurs



Emotif



Engagé



Personnel



Traditionnel

Production de personae, outil marketing

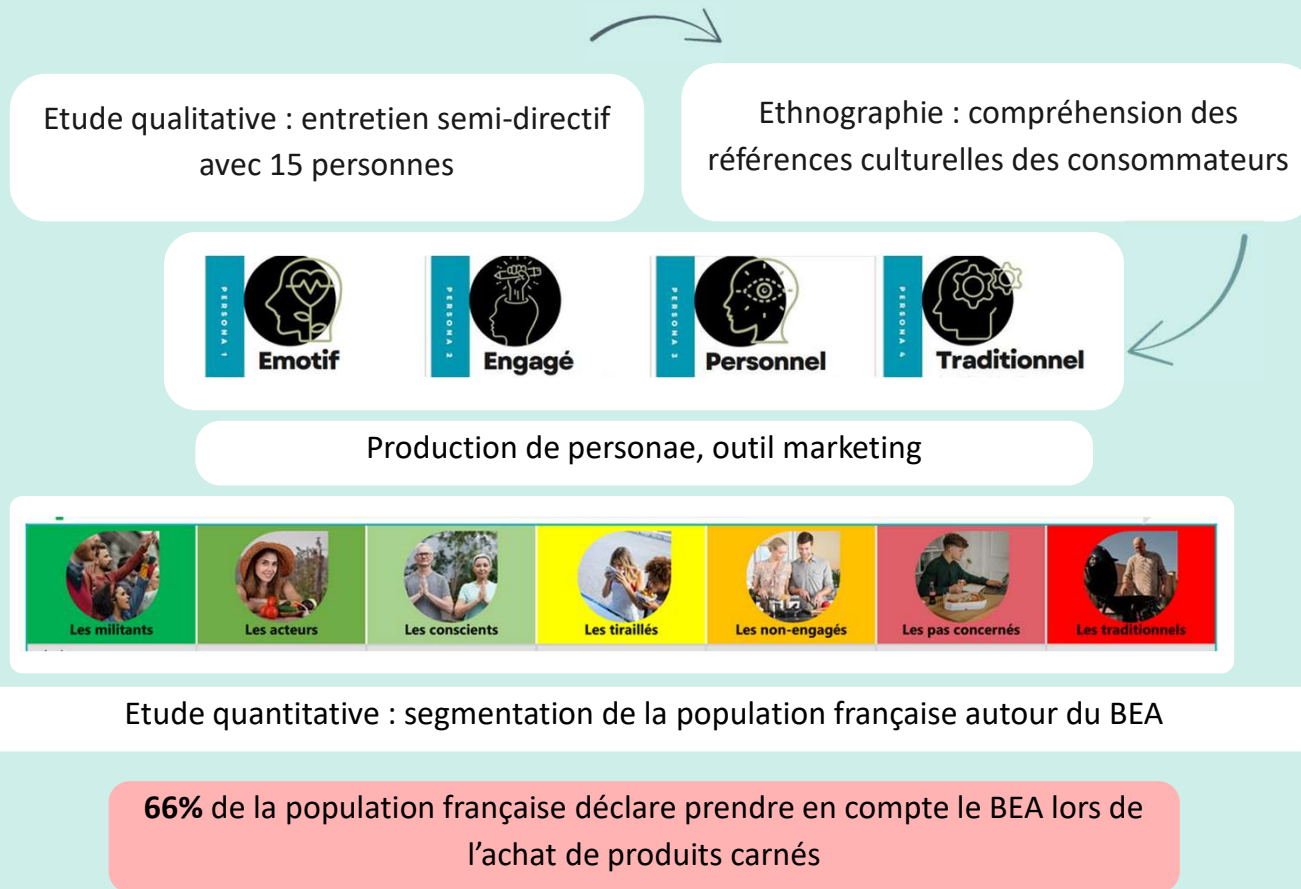
☒ Existence de consommateurs sensibles au BEA
lors de l'achat de produit carnés

☒ Compréhension de leur environnement et
représentations sociales





Etudes sociologiques sensibilité BEA



- ✓ Existence de consommateurs sensibles au BEA lors de l'achat de produit carnés
- ✓ Compréhension de leur environnement et représentations sociales
- ✓ Consommateurs prenant en compte le BEA représentent un segment significatif de la population française



Projet signalisation et valorisation du BEA



Prêts à payer plus cher pour une amélioration, un progrès en matière de BEA ?

Paradoxe citoyen VS consommateur



Objectif final : Test de la signalisation du progrès en conditions réelles



Manque d'information et améliorations possibles



Dans les 66% du segment, **50%** des consommateurs déclarent manquer d'informations relatives au BEA



Emotif



Engagé



Personnel



Traditionnel

Existence de lacunes :

- VISIBILITE 
- CONFIANCE 
- COMPREHENSION 



Existence d'un manque d'information relative au BEA



Identification des lacunes





Manque d'information et améliorations possibles



Dans les 66% du segment, **50%** des consommateurs déclarent manquer d'informations relatives au BEA



Existence de lacunes :

- VISIBILITE 
- CONFIANCE 
- COMPREHENSION 

Comment combler ces lacunes ?

- ☒ Existence d'un manque d'information relative au BEA
- ☒ Identification des lacunes
- ☒ Premières pistes pour renforcer l'étiquetage actuel