

N° 188 MARS 2019

TGC - Editions DAUVERS

12 D rue des Landelles - 35510 Cesson  
02 99 50 18 90 [olivier@olivierdauvers.fr](mailto:olivier@olivierdauvers.fr)

## CONSOMMATEURS ET PRODUCTEURS ONT DES INTÉRÊTS DIVERGENTS

# Des limites de la conso responsable...

**LES FAITS.** Le salon de l'agriculture a fermé ses portes sur l'espoir d'une consommation plus responsable. Un espoir nourri par de nombreuses initiatives, de marques comme d'enseignes, et par des modifications tangibles dans les comportements des consommateurs. Le risque ? Donner à cette tendance le poids qu'elle n'a pas...

**C'est l'intérêt et la limite même des symboles :** montrer une direction mais en exagérant le phénomène. Le cas le plus emblématique de l'évolution actuelle de la consommation ? C'est qui le patron ! Le succès de la démarche portée par Nicolas Chabanne est patent. Les ventes hebdomadaires de lait s'approchent désormais de 1,5 million de litres soit, en rythme annuel, plus de 70 millions (et 100 millions depuis l'origine). Énorme et néanmoins... modeste : moins de 4 % sur un marché supérieur à 2 milliards de litres. Oui, la vitesse de développement est époustouflante. Mais, non, le centre de gravité du marché du lait n'a pas encore vraiment évolué.

### La consommation responsable demeure une exception à l'échelle des achats des Français

Ainsi va la consommation responsable... Attendue par l'amont agricole (pour améliorer l'ordinaire des paysans). Souhaitée par le citoyen. Mais encore trop partiellement adoptée par le chaland, plus "consomm'acteur" que jamais certes, mais pas au point de bouleverser les équilibres de marché. En cause : le prix. Et l'argumentation habituelle des "quelques centimes supplémentaires" se heurte à la



**La dure réalité des rayons.** Le lait C'est qui le patron est 50 % plus coûteux que la briquette la moins chère et 30 % au-dessus des MDD. Autre exemple : ces spaghettis "responsables", 2,5 fois plus chers que leurs voisins de gondole. Et même 40 % au-dessus de leur équivalent bio.

**Les vertus d'un produit responsable sont avérées.** Qu'il s'agisse ici de traçabilité, d'origine et de prix payé à l'exploitant, les spaghettis respon-



sables sont mieux-disants que leur version ordinaire ("fabriqués en Espagne, à partir de blé dur de diverses origines"). Autant de vertus

auxquelles les clients sont réceptifs. Mais qu'ils rapprochent aussitôt du prix pour déterminer la valeur d'un produit. Ce qui, eu égard à la contrainte budgétaire qui pèse sur nombre de foyers, freine bien des ardeurs. Voilà pourquoi la consommation responsable, bien que souhaitable, demeure une exception à l'échelle des achats des Français.



### VIGIE GRANDE CONSO

Tous les mois,  
l'analyse sans concession  
du retail et de la consommation

Infos : [caroline.bazin@editionsdauvers.fr](mailto:caroline.bazin@editionsdauvers.fr)

Olivier Dauvers

# NOUVELLE ÉDITION 2019

VIENT DE PARAÎTRE

## Tranches de vie commerciale, par Olivier Dauvers



Edition **2019**  
84 pages - 22 € ttc

Olivier Dauvers vous fait partager une année à **visiter** les magasins, **décoder** les stratégies des enseignes, **éplucher** les prospectus.

Mois par mois, le bêtisier complet de l'année avec les nouvelles enseignes, les bonnes et mauvaises **pratiques merchandising**, les initiatives marketing, etc. Le tout illustré d'**exemples 100 % terrain !**



« Personne ne regarde les magasins comme lui... Et, surtout, n'ose le raconter... »



UN CADEAU ORIGINAL (ET PRO)  
POUR VOS CLIENTS, VOS COLLABORATEURS, ETC.



éditions  
**DAUVERS**

Pour commander votre exemplaire  
[www.olivierdauvers.fr / boutique](http://www.olivierdauvers.fr / boutique)

Commande en nombre  
(à partir de 9 €/ex)  
[caroline.bazin@editionsdauvers.fr](mailto:caroline.bazin@editionsdauvers.fr)