Les Français et l'achat en direct aux agriculteurs

Fréquence, pratique et perception

Février 2014

CRÉDIT AGRICOLE S.A.

Ipsos

Une pratique courante et de proximité via **les marchés**

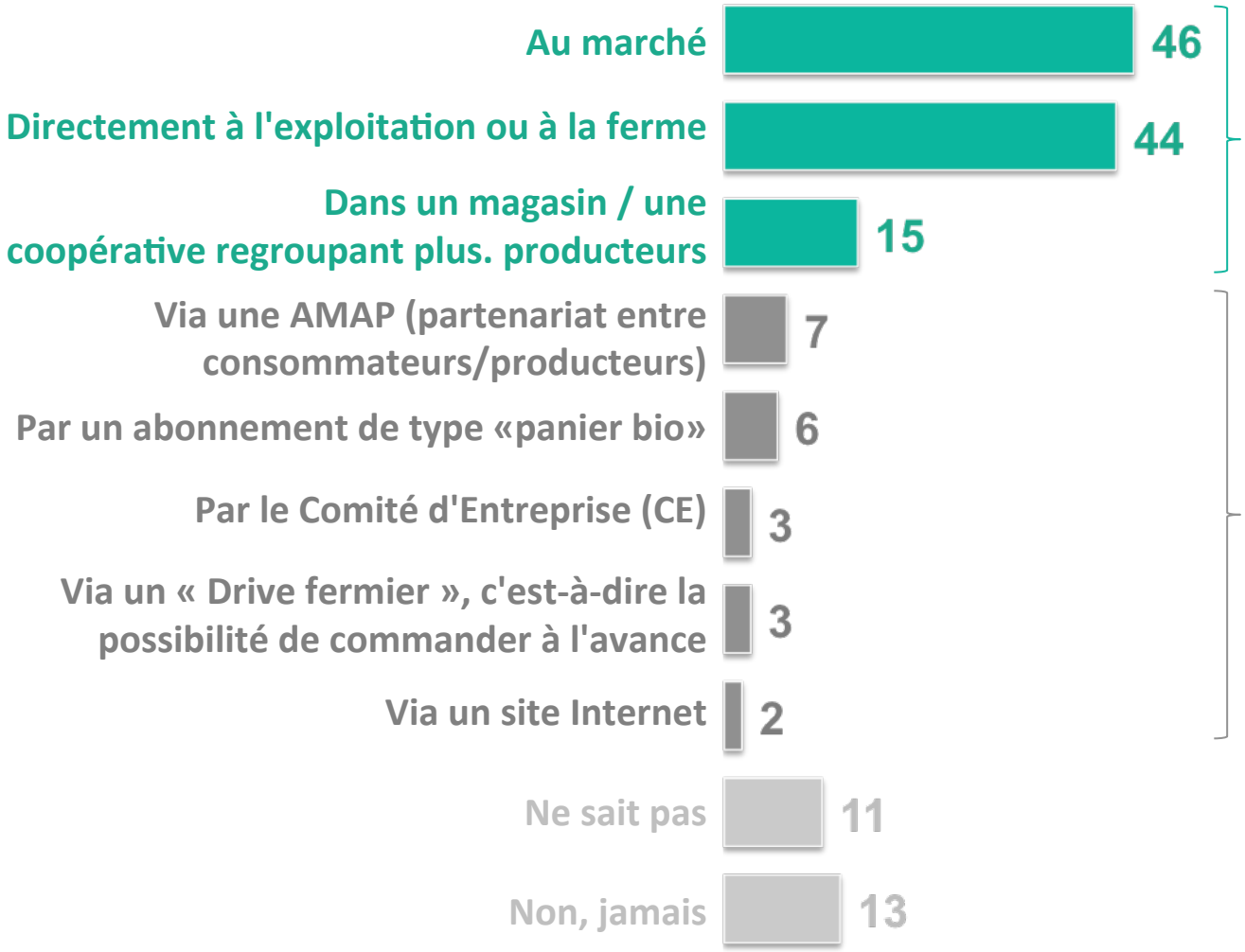
Le principe de vente directe connu et pratiqué par une large majorité de Français

75% **des Français connaissent**
précisément le principe de la vente directe par les producteurs

Sans connaître forcément les dénominations « vente directe » ou « circuit court », la majorité des Français connaissent le principe, principalement via l'entourage, le bouche-à-oreille (55%), bien plus que par les media (30%).

87% **des Français ont déjà acheté**
directement à un producteur

La vente directe, principalement en face-à-face. La vente à distance, par Internet reste minoritaire



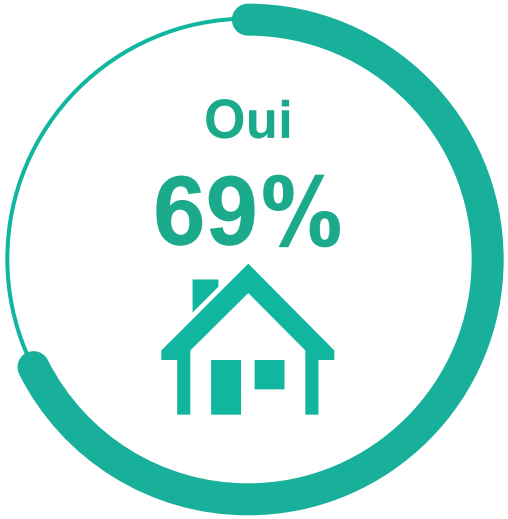
En face-à-face: 69%

A distance/par Internet: 15%

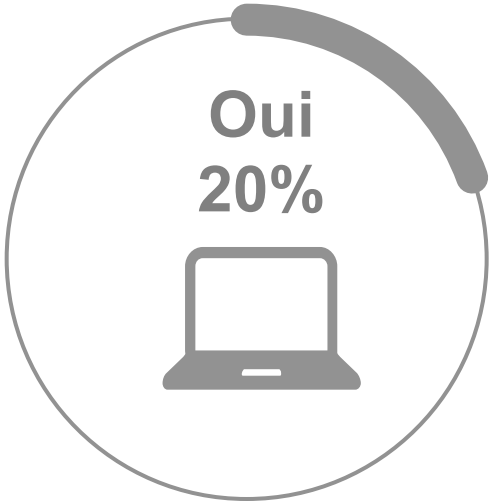
Plus de 2 Français sur 3 connaissent un producteur près de chez eux, mais peu en connaissent sur Internet

Connaît un producteur agricole qui fait de la vente directe :

Près de chez soi, dans son département



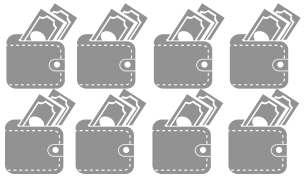
Par Internet



Une pratique courante, surtout sur les marchés

Sur 100 acheteurs :

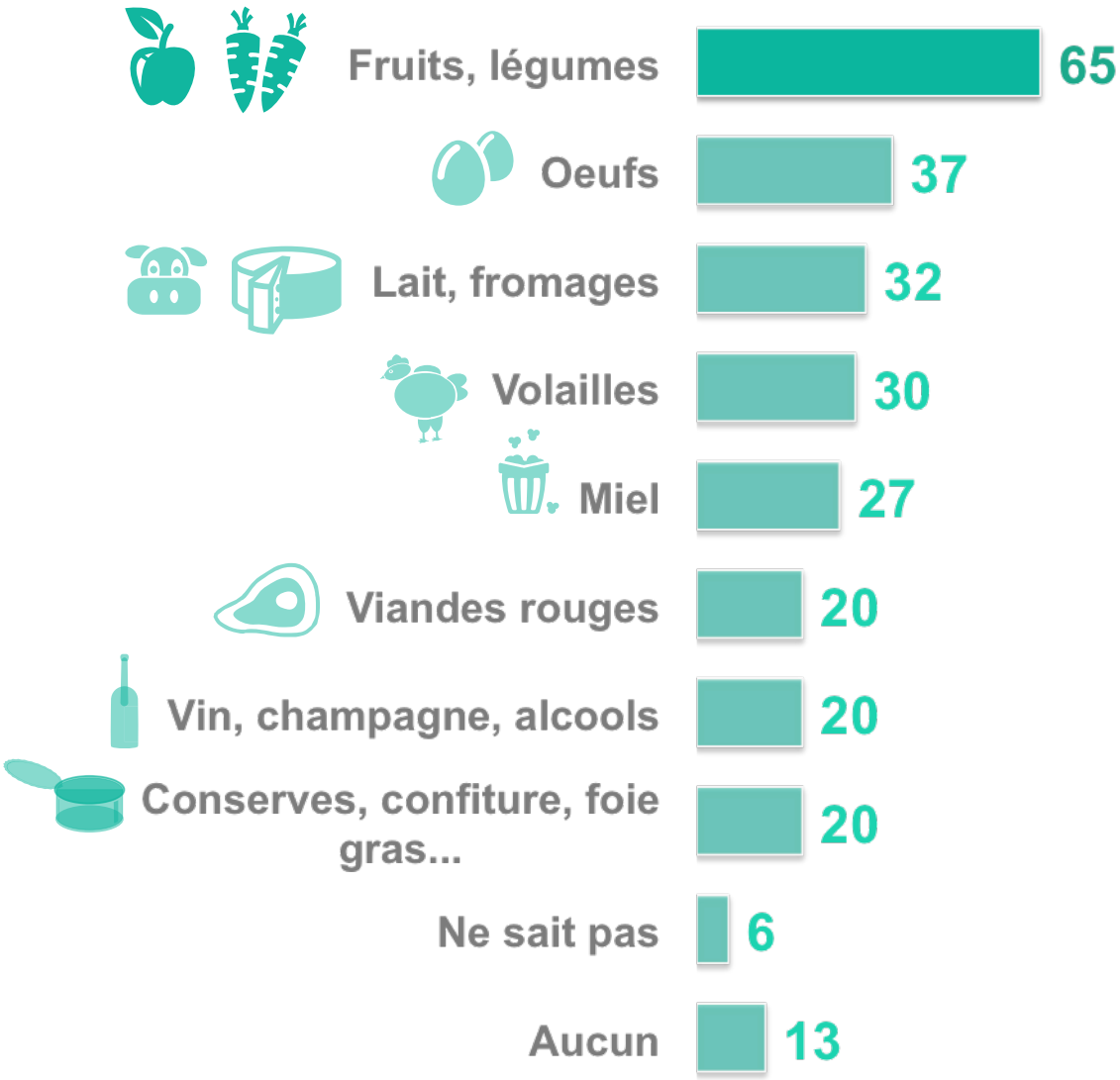
93 le font ***au moins une fois dans l'année.***



38 le font ***au moins une fois par mois.***

14 le font ***au moins une fois par semaine.***

Outre les fruits et légumes, une grande diversité de produits achetés



62%

des Français

dépensent en moyenne

30€

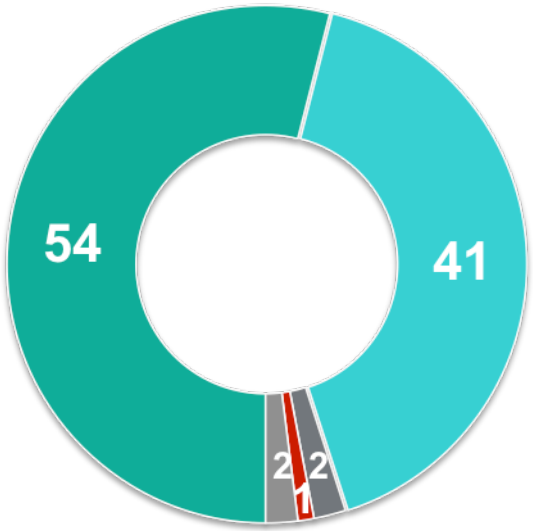
33% ne savent pas combien ils dépensent

La vente directe,
une relation de confiance et d’entraide avec les producteurs…

…que les Français **veulent voir se développer**

La vente directe fait la quasi-unanimité : plus d'1 Français sur 2 la trouve même très intéressante

« Intéressante »
95%



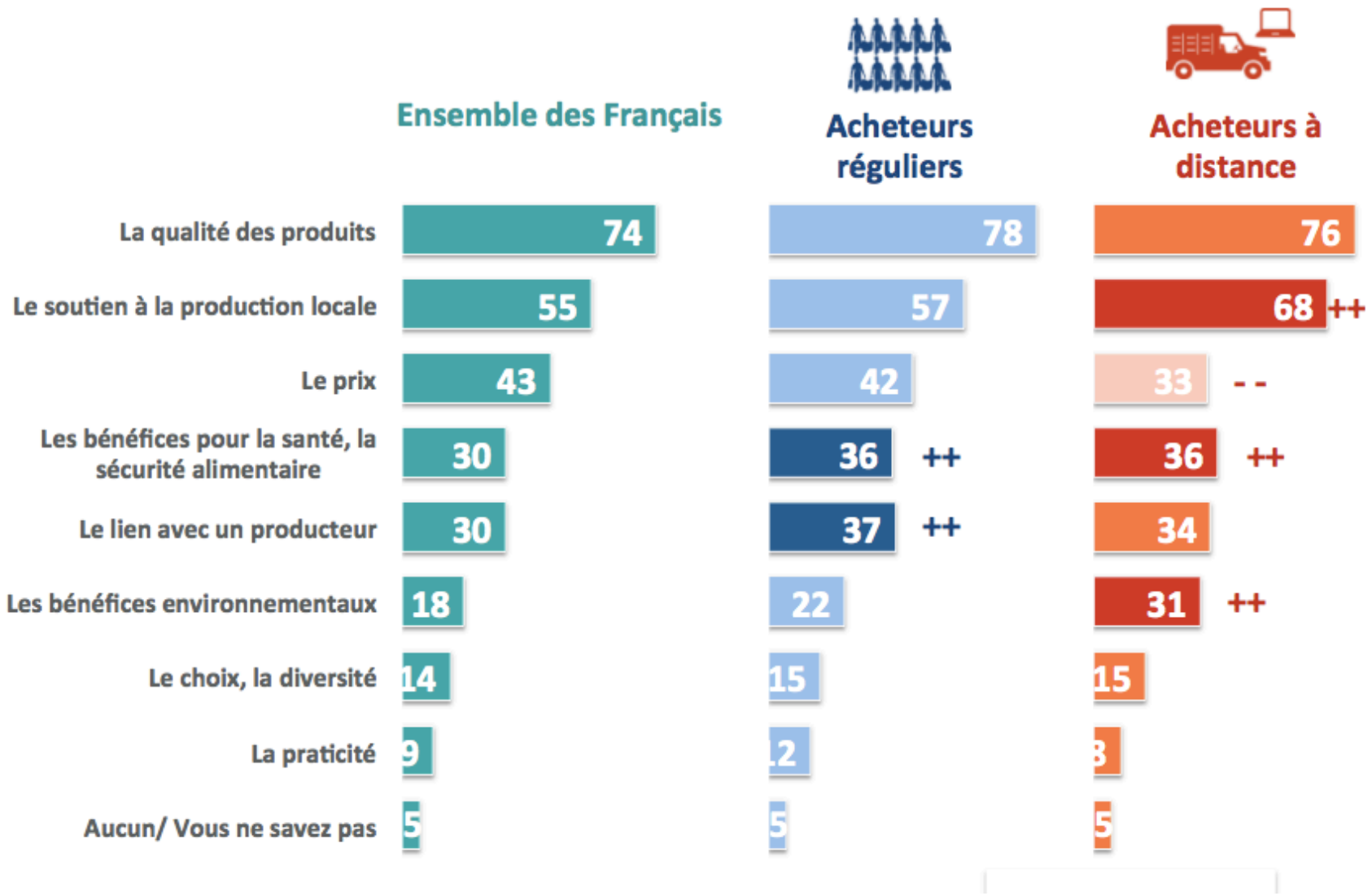
Très intéressante

Assez intéressante

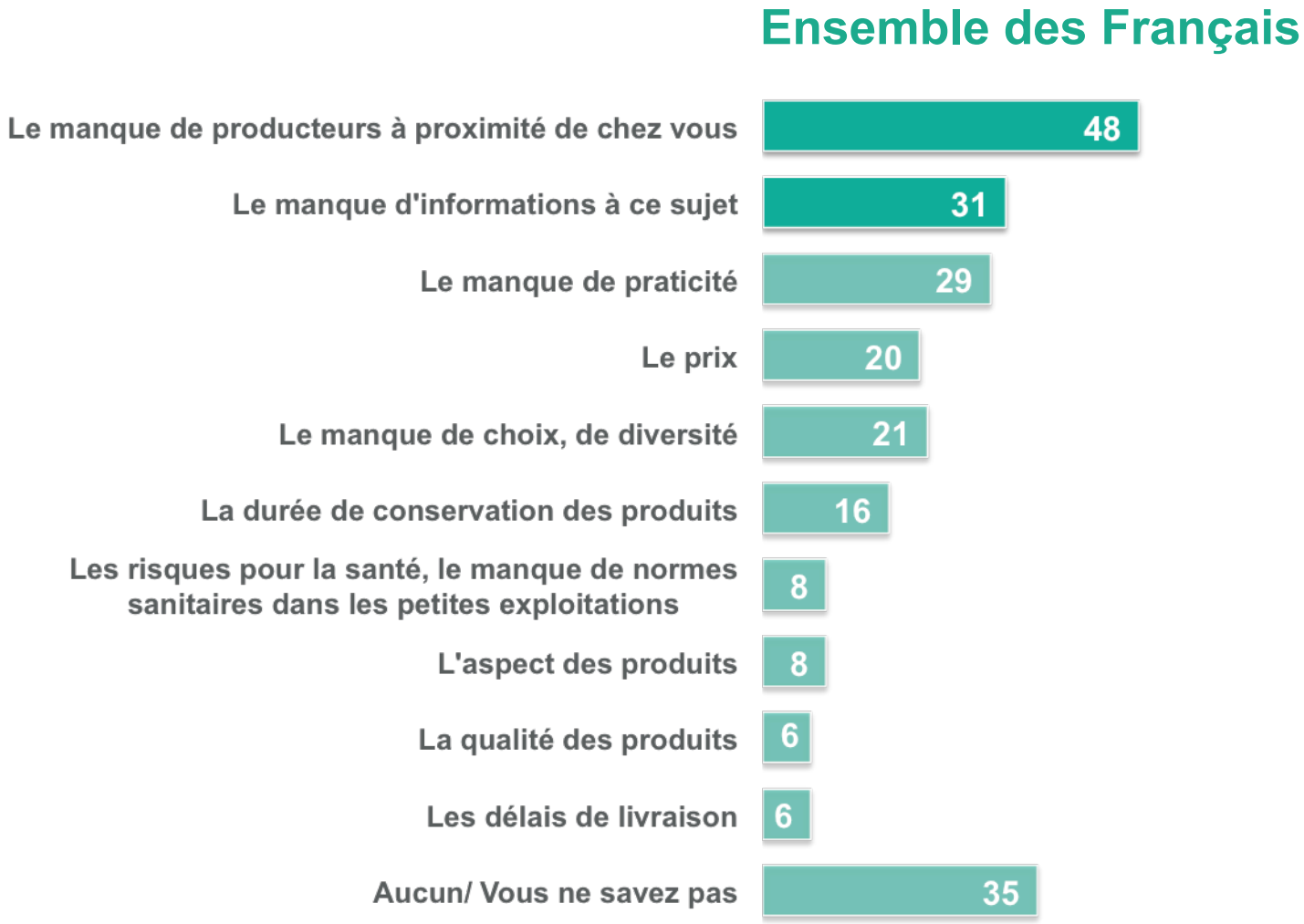
Vous ne savez pas

Pas du tout intéressante

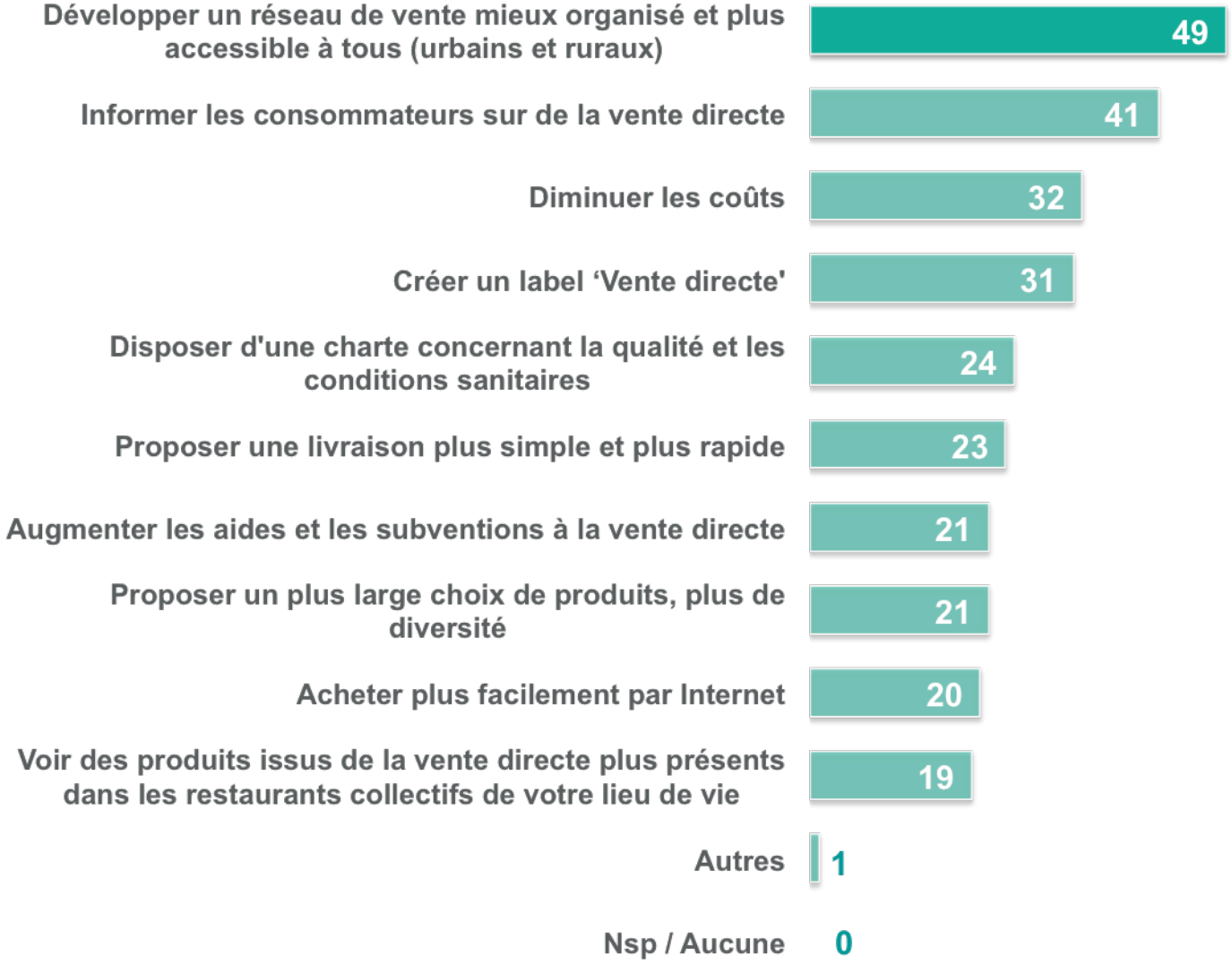
Les avantages de la vente directe sont nombreux et traduisent une relation de confiance et d'entraide



Convaincus du principe, les Français soulignent un manque d'accès à l'offre dans les inconvénients

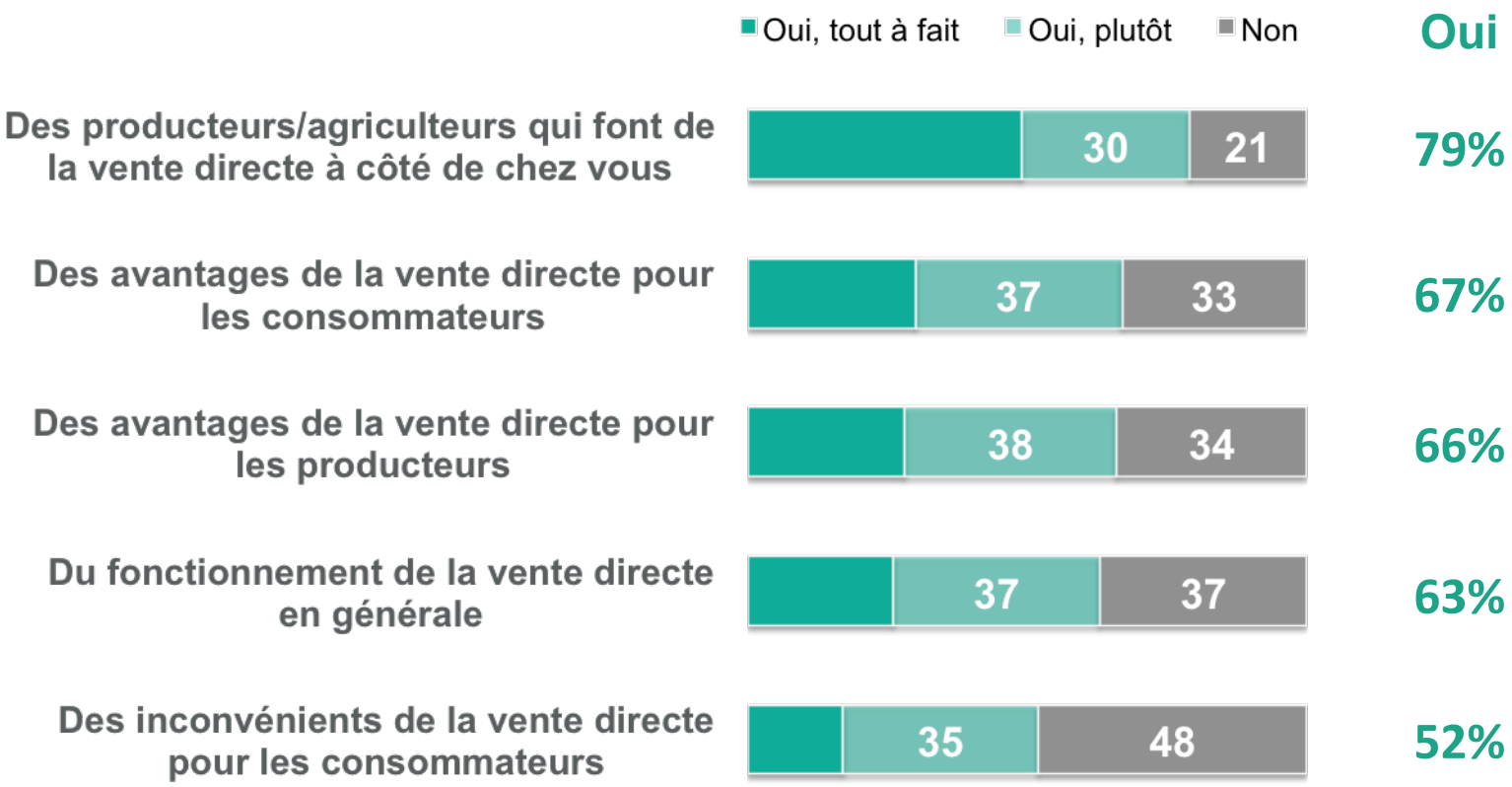


Les attentes principales concernent le développement du réseau de producteurs et une meilleure information



Des attentes pragmatiques des Français en matière d'information sur la présence de producteurs à proximité

Souhaitent davantage d'informations :



D'ailleurs, ils sont nombreux à vouloir continuer ou commencer à acheter directement à un producteur

Ont déjà acheté
en vente directe

87%

13%

N'ont jamais acheté
en vente directe

75%

d'entre eux souhaitent dans les années à venir **acheter plus souvent** qu'aujourd'hui aux producteurs

70%

d'entre eux souhaiteraient dans les années à venir **acheter aux producteurs**

83% des Français

pensent que la **vente directe par les agriculteurs**

est un modèle qui a de l'avenir

Les principaux **enseignements**

Principaux enseignements

L'achat en direct est une pratique répandue chez tous les Français, qui contrairement aux idées reçues, ne correspond pas à un effet de mode, parfois imputée aux « bobos », ni à une réponse anti-crise ou une vague écologique. En effet :

- **87%** des Français ont **déjà acheté en direct**
- **93%** des acheteurs le font **au moins une fois dans l'année**
- **38%** des acheteurs le font **au moins une fois par mois**

L'achat en direct se fait le plus souvent :

- **Pour 46%** des Français sur **les marchés**
- **Pour 44%, directement à la ferme**
- **L'achat à distance est encore marginal.** Seuls **15% des Français** y ont déjà eu recours.

Principaux enseignements

La relation humaine est au cœur du succès de la vente directe :

- L'achat en direct : une relation de confiance **fondée sur la qualité des produits vendus (74% placent ce critère en tête des avantages).**
- Les Français donnent également un sens solidaire à leur geste, car **l'achat en direct permet, pour 55% des Français, de soutenir la production locale.**
- Le prix n'arrive qu'en 3ème position (43%).

Les inconvénients et critiques que formulent les Français mettent en avant l'accès trop limité à la vente directe :

- **Pour 48% des Français,** l'inconvénient est le **manque de producteurs à proximité** et pour **31% le manque d'information.**

Méthodologie

Méthodologie

1007 personnes constituant un échantillon représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.
L'échantillon est construit selon la méthode des quotas : sexe, âge, profession du chef de famille, taille du foyer, région et catégorie d'agglomération.

Interrogation on line via l'Access Panel d'Ipsos Interactive Services

Dates du terrain : du 24 au 29 janvier 2014