

GAB 56
Lise ALLAIN



Enquête de satisfaction sur la consommation en magasins de producteurs



Présentation de la méthode

Enquête réalisée du 1 au 18 avril 2016

Echelle du Pays de Vannes soit 5 magasins de producteurs concernés

50 questionnaires/magasins

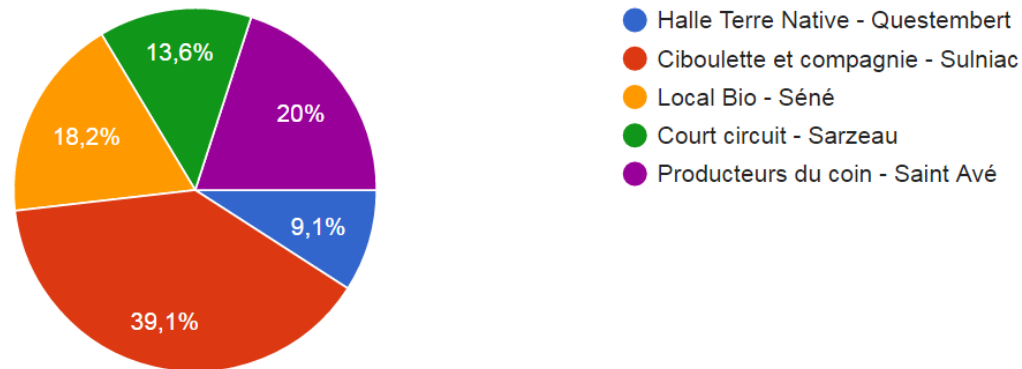
Soit 250 questionnaires distribués

Réponses apportées sur place par des clients non sélectionnés

110 questionnaires remplis : soit un taux de retour de 44%

Pour quel magasin de producteurs répondez vous à ce questionnaire ?

(110 réponses)



Le choix du lieu : déterminant pour la clientèle

	Date de création	Depuis combien de temps êtes vous consommateurs en magasin de producteurs ?
Local Bio	av. 2012	depuis plus de 3 ans (70%)
Ciboulette et co	av. 2012 mais déménagement en mai 2015	entre 6 mois et 1 an (47%)
Halle Terre Native	Dec. 2012	depuis plus de 3 ans (50%)
Producteurs du coin	Juil 2013	entre 1 an et 3 ans (59%)
Court circuit	Avr. 2015	entre 6 mois et un an (59%)

Dates de création qui coïncident avec durée de consommation

Exception pour Ciboulette et Compagnie pour qui la durée de consommation coïncide avec la date de déménagement (La Vraie Croix -> Sulniac = 3.5km)

-> clientèle ultra locale pour tous les magasins

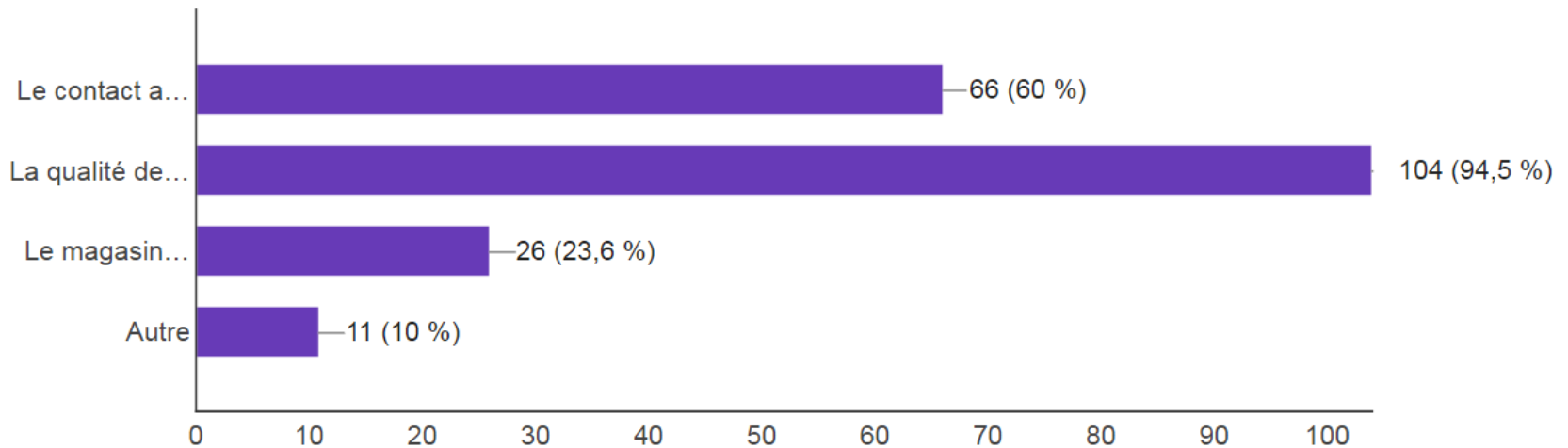
Les clients vont-ils d'un magasin de producteurs à l'autre ?

- Non, 70% des clients ne sont clients **que d'un magasin** de producteurs
- Lorsqu'ils sont consommateurs de plusieurs magasins de producteurs, la moyenne de nombre de magasins fréquentés est de **2.16** magasins
- A noter : 7% des consommateurs de Ciboulette et Compagnie se disent également consommateurs d'au minimum un autre magasin de producteurs contre 1% ou moins pour tous les autres magasins :
 - Hypothèse 1 : localisation en milieu rural (bourg de moins de 5000 hab) ?
 - Hypothèse 2 : déménagement récent ?

Motivations d'achats

Quelles sont les deux principales raisons qui vous font venir dans notre magasin ?

(110 réponses)



La qualité des produits est de loin la motivation la plus citée des consommateurs.
+ sans qu'il ne soit cité, **le bio a été écrit 10 fois.**

Dans « autres » : sont majoritairement énoncées des raisons militantes (soutien aux producteurs, boycott des grandes surfaces...)

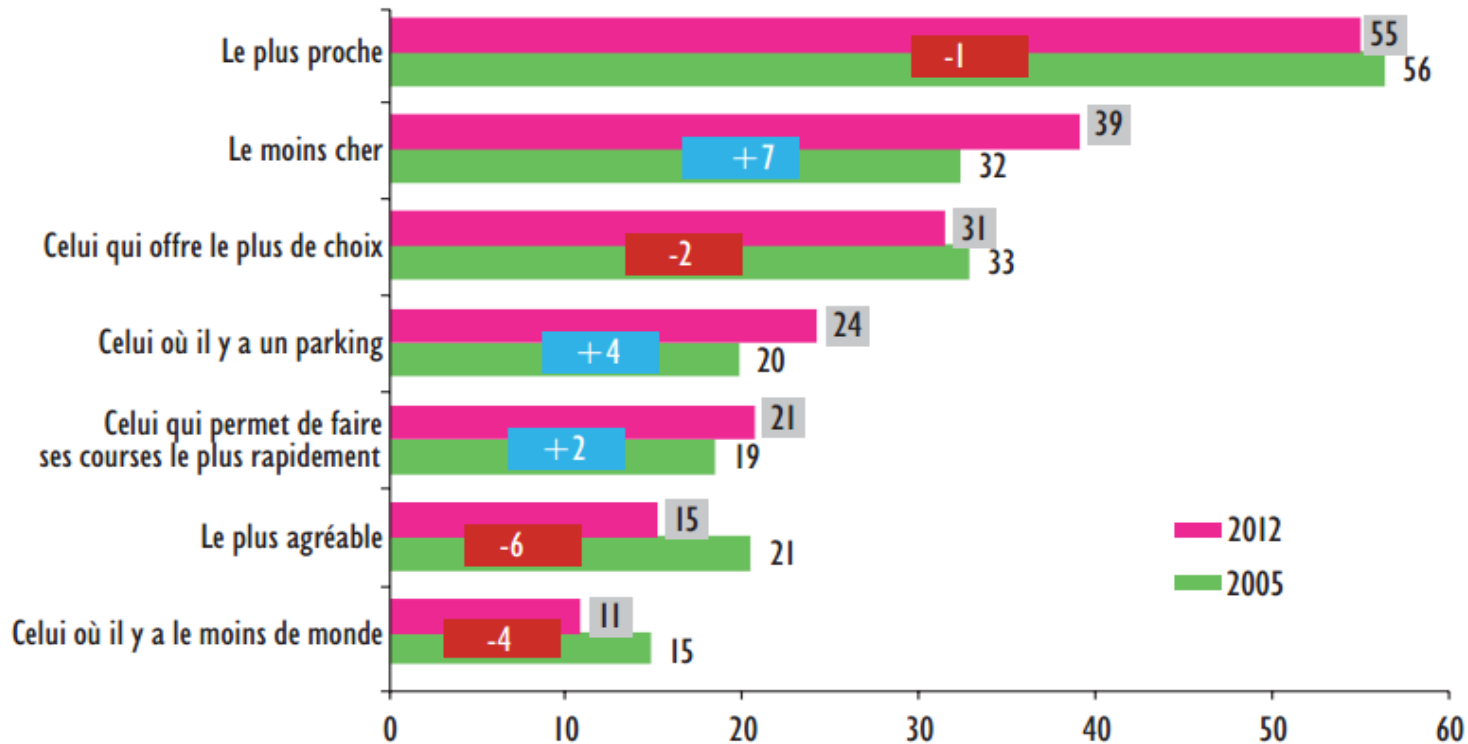
A noter : la facilité d'accès/localisation n'est citée que 26 fois et pourtant...

Motivations d'achats

En dehors de l'étude sur les magasins de producteurs :

PRIORITÉ À LA PROXIMITÉ ET AU PRIX

% d'individus ayant cité cet item en 1^{er} ou 2nd critère de choix de magasin



Source : Enquêtes Commerce CRÉDOC 2005 et 2012.

Localisation – prix – diversité d'offre

restent les trois premiers critères de choix pour un lieux d'achat en France

Que pensent les clients de l'offre en magasins de producteurs ?

19 minutes : temps moyen déclaré pour faire ses courses en magasins de producteurs

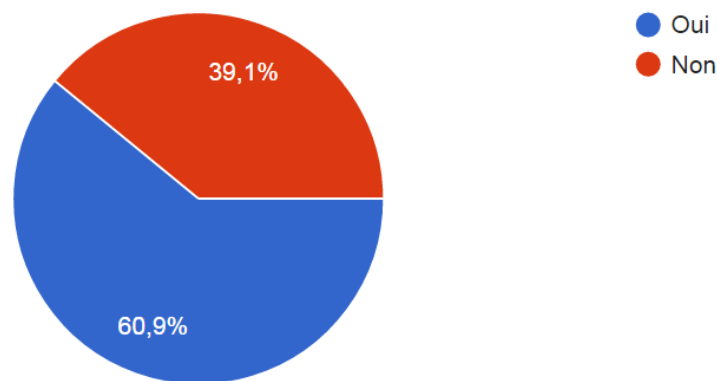
98% s'en disent satisfaits

-les 2% signalent un temps d'attente en caisse trop long
-et/ou un manque de produits à certains moments

Dans la boîte à idées : **un élargissement des créneaux d'ouverture** est citée à plusieurs reprises notamment pour le magasin de Sarzeau.

Que pensent les clients de l'offre en magasins de producteurs ?

Trouvez-vous tous les produits que vous attendez dans notre magasin ?
(110 réponses)



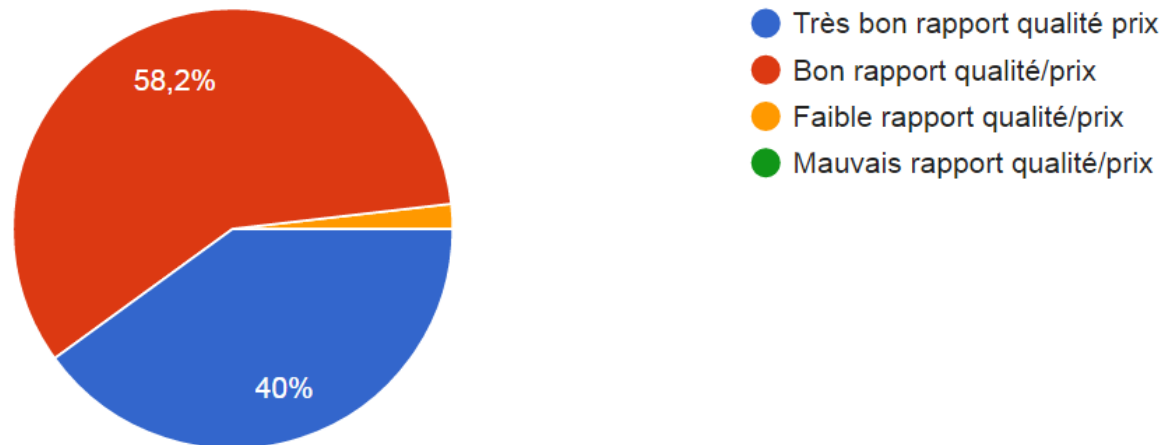
Pour les 40 % de moins satisfaits sur l'offre, la demande se fait majoritairement sur :

- **un élargissement de la gamme** (plus de diversité dans les produits carnés (x13), fruits (x13) productions végétales (comprenant thé tisanes herbes légumes primeurs x8) produits laitiers (x5)
- voire **sur l'apparition de nouvelles gammes** (épicerie (comprenant céréales et légumineuses x13) et anecdotiquement sur de nouveaux services (produits d'entretien, artisanat, livre...))

Que disent-ils du prix à payer ?

Pourtant le premier frein cité à l'achat de produit bio et de produits en circuits courts, ici, les consommateurs jugent à près de 60% le rapport qualité/prix de bon et 40% de très bon.

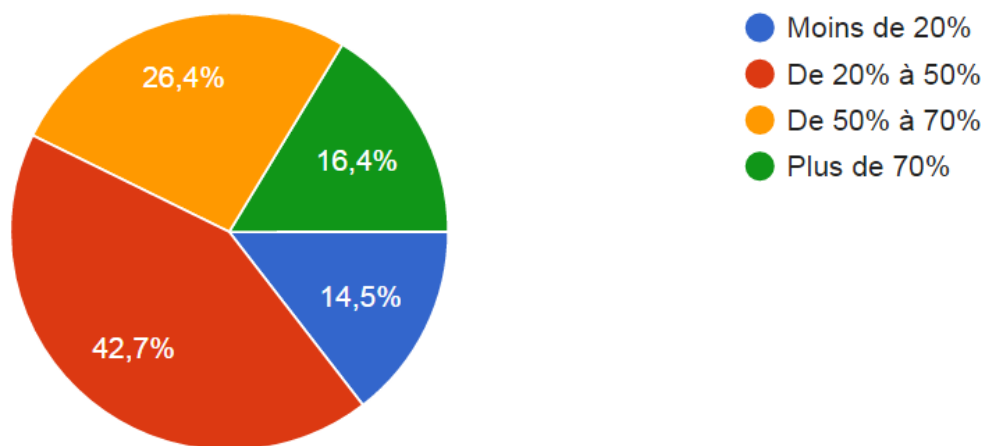
Veuillez mesurer la valeur de nos produits et service par rapport à leur prix
(110 réponses)



Est-ce leur seul circuit d'achat ?

En pourcentage, à combien évalueriez-vous la part de votre consommation en magasin de producteurs ?

(110 réponses)

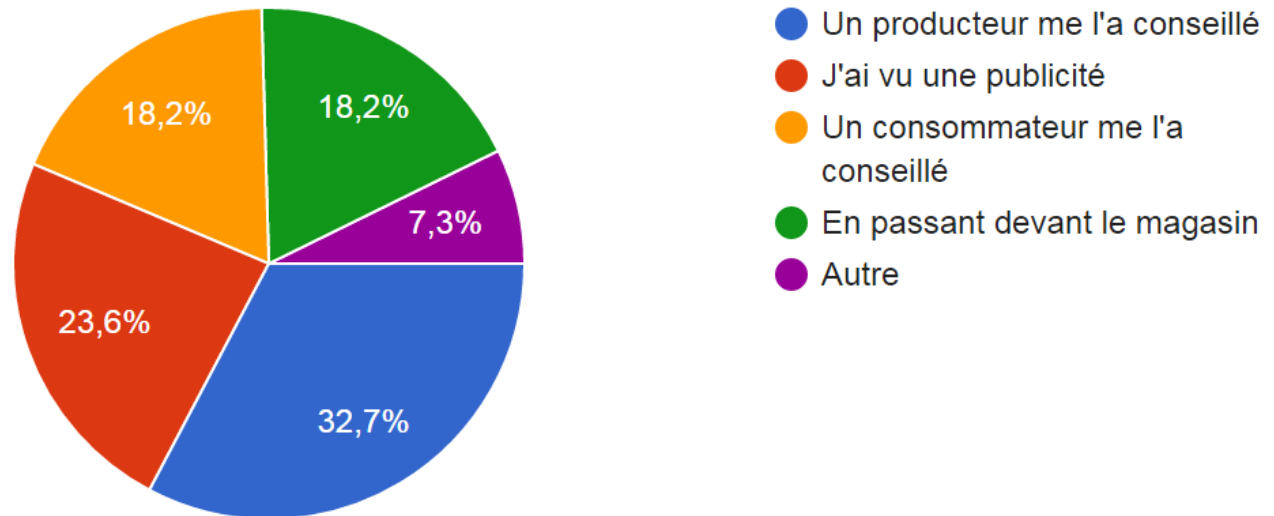


Près de la moitié (42.8%) déclarent faire la majorité de leur courses alimentaires en magasins de producteurs.

A première vue, ce résultat peut paraître encourageant mais il est à contrebalancer avec le fait que les gens qui ont répondu sont déjà probablement des convaincus de ce mode de vente et le consommateur déclare souvent ce qu'il aimerait faire plus que ce qu'il fait réellement.

Raison de la première visite

De quelle manière avez vous connu notre magasin ? (110 réponses)



Les producteurs sont les meilleurs relais de communication.

Les consommateurs ont véritablement joué un rôle de prescripteur puisque 20% des clients viennent par ce biais, phénomène qui peut s'accroître puisque 99% des enquêtés sont prêts à recommander le magasin à quelqu'un.

Enfin, la **localisation et la visibilité extérieure du magasin** amènent tout de même près de 20% des clients.

Conclusion

Aujourd'hui pas de concurrence entre magasins de producteurs.

Clientèle ultra locale (ex : de Ciboulette) -> localisation déterminante

Pourtant le choix se fait fonction des opportunités

Besoin d'outils pour le choix de l'emplacement ?

Grilles de critères ? Lecture de bail commerciaux ?

Clientèle majoritairement satisfaite de l'offre en magasin de producteurs.

Reste à travailler sur (+/- selon magasin) :

Gestion des quantités

Diversification de gamme

Professionnalisation/Agencement de certains postes pour diminuer l'attente (caisses et/ou service arrière)

Un challenge commun : faire venir de nouveaux consommateurs

Puisque 50% de la publicité passe par le bouche à

oreille : Quelle posture de vente pour les producteurs dans le magasin et en dehors ? Comment faire de nos clients des prescripteurs ?

Puisque 40% passe par la com externe et la présence physique du magasin : Quelle stratégie : quelle

efficacité pour quel temps passé ? Quelle réglementation ? Pour quelle visibilité ?