

RedAcSol – Réduction des produits phytosanitaires : le rôle de la consommation en tant qu'acte social

36 mois

Responsable scientifique

Benjamin OUVRARD, INRAE GAEL

benjamin.ouvrard@inrae.fr

Partenaires

INRAE GAEL ; UGA GAEL : Groupement Les Mousquetaires

Mots-clés

Acte social ; Consommation ; Distributeur ; Engagement

Financement

Coût total du projet : 287 224 €

Subvention Écophyto : 65 880 €

Contexte et principaux objectifs

La littérature économique établit que les consommateurs sont sensibles aux modes de production des biens et notamment à l'usage de produits phytosanitaires. Si cette littérature a apporté beaucoup de résultats sur la volonté à payer des consommateurs en fonction des modes de production, son apport est encore réduit en ce qui concerne la construction de l'acte de consommation et notamment le fait que la consommation est, en plus d'être un acte privé, un « acte social ». Plus précisément, nous entendons par acte social un acte pour lequel un individu (le consommateur dans notre cas) retire une utilité supplémentaire à consommer des biens qui sont offerts et/ou consommés par un groupe qui a des préférences proches des siennes. Cet effet peut ici se traduire par une valorisation, par les consommateurs, de l'engagement d'un groupe (offreurs et/ou consommateurs) pour une agriculture économe en produits phytosanitaires. Or, aujourd'hui, consommer un produit « vert » peut apparaître comme un acte social permettant de signaler sa prise de position pour la défense de l'environnement. Mieux comprendre et évaluer ce phénomène lèvera un verrou sur l'adéquation entre les stratégies de valorisation d'une réduction de l'usage des produits phytosanitaires et les attentes des consommateurs.

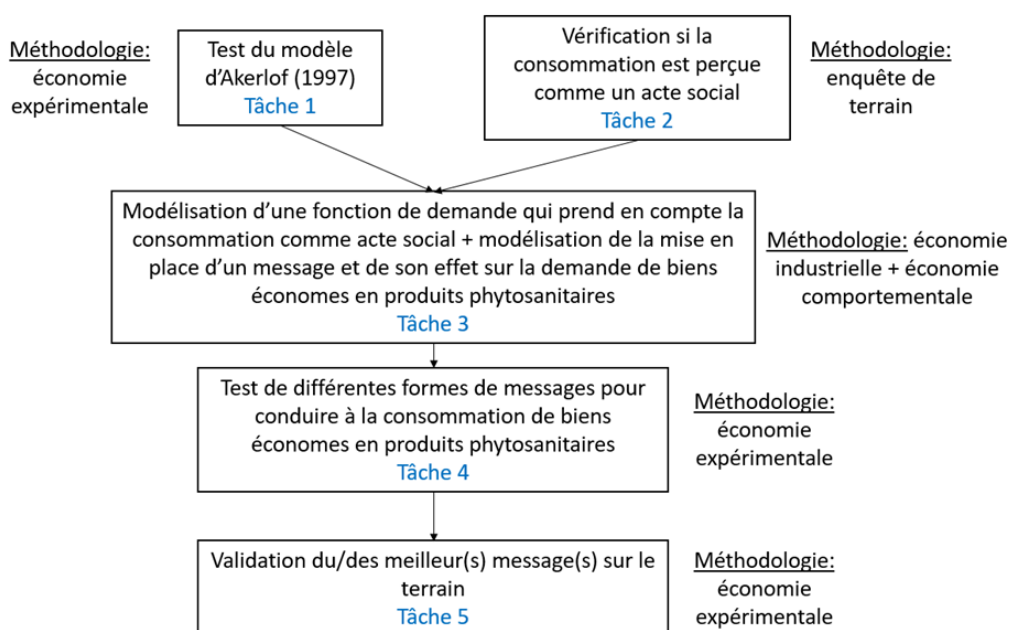


Schéma méthodologique du projet

Notre objectif général est d'étudier une stratégie d'offre de produits moins consommateurs de phytosanitaires en considérant que la consommation est à la fois un acte privé et un acte social. Notre problématique est ainsi de comprendre comment l'offre de biens agroalimentaires économes en produits phytosanitaires impacte les préférences des consommateurs.

En ce sens, nous souhaitons tester l'utilisation d'un message dont l'objectif ne serait pas de communiquer uniquement sur les caractéristiques intrinsèques du produit (rôle traditionnel d'un label), mais de révéler également aux consommateurs un engagement dans le processus de production de ce produit, par exemple le fait que ce produit s'inscrit dans la politique du distributeur, et de ses partenaires agriculteurs, de promouvoir une agriculture respectueuse de l'environnement. Autrement dit, le rôle de ce message sera d'informer les consommateurs : i) sur l'utilisation, ou non, de produits phytosanitaires dans le processus de production ; et ii) sur le fait que consommer ce bien est un acte social au sens où il traduit l'engagement d'un groupe dans un objectif.

Résultats attendus et intérêt pour le plan Ecophyto

Le premier résultat attendu porte sur une compréhension plus fine des comportements de consommation, en caractérisant les motivations des consommateurs, en particulier, celles issues de la consommation comme un acte social.

Le second résultat attendu porte sur une caractérisation de messages adaptés à des produits où la consommation peut être vue comme un acte social, ce qui est notamment le cas pour les produits issus d'une agriculture respectueuse de l'environnement.

Dans le cadre du plan Écophyto II+, notre projet lèvera un verrou autour de la reconnaissance, par les consommateurs, de l'engagement des acteurs (agriculteurs et distributeurs) pour une agriculture économe en produits phytosanitaires. Par ailleurs, notre projet apportera un éclairage innovant sur le rôle des distributeurs dans cette reconnaissance.

Livrables, valorisation et transfert envisagés

Publications et colloques scientifiques :

- Les tâches autour de i) l'appréciation du rôle de la distance sociale ; ii) de la prise en compte de cette dernière dans la fonction de demande des consommateurs ; et iii) de l'effet de la mise en place des messages par le distributeur sur les choix de consommation, donneront lieu à la rédaction d'articles scientifiques que nous enverrons à des revues avec comité de lecture, ainsi qu'à la présentation des résultats de ces tâches en conférences (nationales et internationales)

Articles de valorisation/vulgarisation :

Présentation à des instances professionnelles ou de décision :

Autres valorisations :

- Un rapport à destination de notre partenaire distributeur sera rédigé afin de communiquer les principaux résultats de nos travaux.
- Un rapport final à destination de l'OFB, avec des recommandations, sera également proposé