



# Atelier « Evolution des modes de consommation »

Christine Gonzalez

Professeur des Universités

Le Mans Université

[christine.gonzalez.univ@gmail.com](mailto:christine.gonzalez.univ@gmail.com)

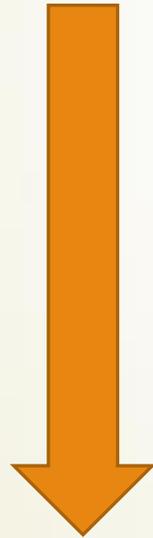


# La proximité, une variable importante pour comprendre le comportement du consommateur!

- ▶ Qu'est ce que la proximité géographique?
- ▶ Qu'est ce que la proximité psychologique?
- ▶ Entre proximité géographique et proximité psychologique, l'alimentation locale...
- ▶ L'ubiquité des outils digitaux, un amplificateur de la proximité psychologique...
- ▶ La proximité géographique temporaire, le développement de la mobilité ...

# Qu'est ce que la proximité géographique?

Distance physique entre deux endroits



Prise en compte des caractéristiques morphologiques

Prise en compte de la disponibilité des infrastructures

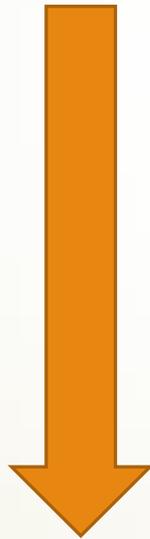
Prise en compte des conditions financières des individus

PROXIMITE GEOGRAPHIQUE PERCUE



# Qu'est ce que la proximité psychologique?

« La perception de la proximité d'un objet qui peut ne pas être physiquement présent » (Dalla Pozza et Texier, 2017)



Proximité spatiale

Proximité temporelle

Proximité sociale

Proximité hypothétique

PROXIMITÉ PSYCHOLOGIQUE

# Entre proximité géographique et proximité psychologique l'achat local...

Deux dimensions de l'alimentation locale: (1) la proximité géographique du lieu de production et (2) un mode de commercialisation des produits en circuit court

Qu'est ce que le local?

La ville, la région, le département, le quartier ...

23% des français consomment local

Quels rôles jouent la proximité dans la fréquentation des circuits courts?

Proximité spatiale

Proximité identitaire

Proximité relationnelle

Proximité de processus

Quelles sont les motivations à l'alimentation locale?

Motivations égoïstes

Motivations altruistes

Motivations symboliques

# L'alimentation locale, une alimentation plus durable...

S'approvisionner, utiliser les produits et s'en débarrasser de manière à réduire les effets sur l'environnement et la société...

Les locaux

Prennent conscience des effets négatifs de la consommation

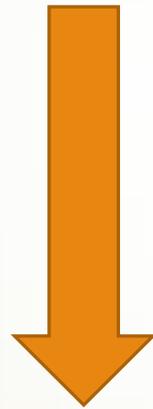
Se replient sur leur environnement proche

PREPONDERANCE DES MOTIVATIONS EGOISTES



# L'alimentation locale, au-delà de la durabilité, la transparence...

« Ouverture, franchise, libre circulation de l'information, dialogue avec les parties prenantes »



Objectivité

Limpidité

Ouverture

D'où viennent les produits?

Comment ont-ils été produits?

Quel est leur niveau de qualité?

# L'ubiquité des outils digitaux, un amplificateur de la proximité psychologique...

Ubiquité: être à la fois présent ici et ailleurs, s'affranchir de la localisation et de la mobilité, être capable d'agir en temps réel dans des lieux différents

## (1) DÉVELOPPEMENT DES ACHATS EN LIGNE

85,5% des internautes achètent en ligne

37,5 millions de français

Via des ordinateurs

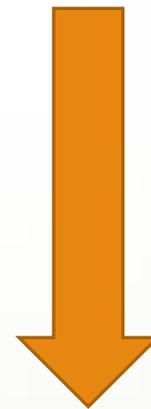
Smartphone + Tablette (12,1 millions de français)

7 français sur 10 consultent un avis avant d'acheter ...

# L'ubiquité des outils digitaux, un amplificateur de la proximité psychologique...

## (2) DES ACHATS ALIMENTAIRES ENCORE RÉALISÉS EN MAGASIN

Les principaux critères de choix d'un magasin



La proximité

La prix

Le choix

L'agrément

**Développement**

Magasins bio

Drive

Internet

Avec des consommateurs stratégés

# L'ubiquité des outils digitaux, un amplificateur de la proximité psychologique...

## (3) AUGMENTER LA COMMODITÉ, TRAVAILLER SUR L'EXPÉRIENCE

Augmenter la commodité

D'accès  
De recherche  
De possession  
De transaction

Se différencier grâce à l'expérience

**Sensations**

**Actions**

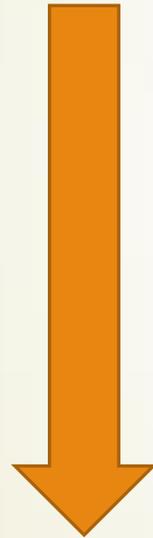
Significations



Magasinage source de valeurs

# La proximité géographique temporaire, le développement de la mobilité...

Le commerce de gare, transformer le temps en gare en temps choisi ...

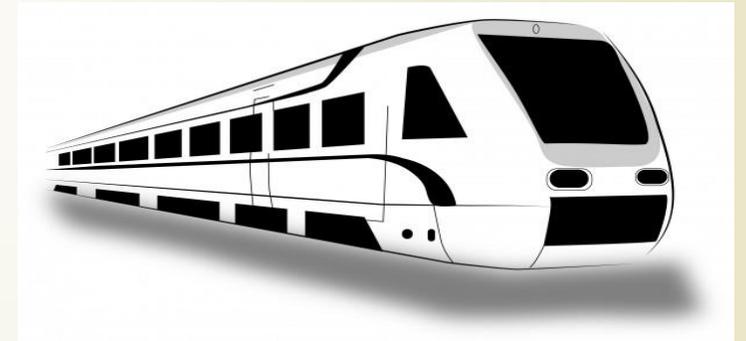


Trois sources de valorisation de l'expérience en gare

Valeur hédonique

Valeur utilitaire

Valeur sociale



Valeur immédiate/Valeur différée

Faire de la gare un lieu de vie



# Atelier « Evolution des modes de consommation »

Merci pour votre attention!