

« Un consommateur responsable, oui, mais jusqu'où ? »

Une étude des déterminants du consentement à payer

Jacqueline Winnepenninckx-Kieser



Université
de Toulouse

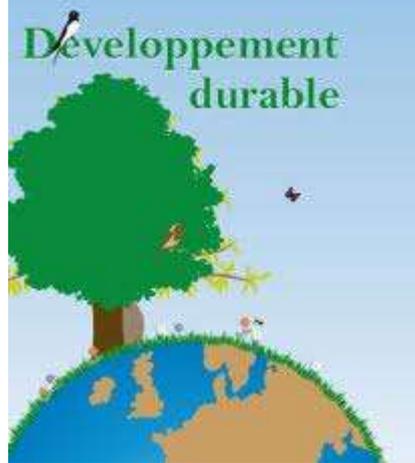


Alexandre Lapeyre



Université
de Toulouse





- Contexte de la recherche
 - Cadre théorique
 - Méthodologie
 - Résultats

Préoccupations pour le développement durable

- consommateur : nouvelles attentes
- entreprise : image



Alors que la crise s'installe, est-ce que le consommateur est prêt à payer plus cher pour ses achats responsables ?

Si oui, pourquoi ?

Crise

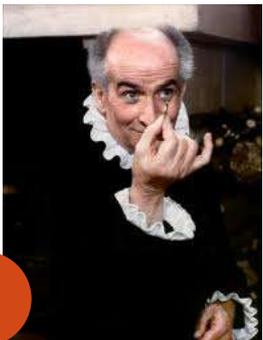


- Contexte de la recherche
- **Cadre théorique**
 - Méthodologie
 - Résultats

■ Le consentement à payer

Prix maximal que le consommateur consent à payer pour un produit (Le Gall-Ely 2009)

- Prix de référence
- Valeur accordée
- Facteurs économiques
- Facteurs psychologiques :
 - Image de soi
 - Préoccupation pour le pouvoir d'achat



PERDU
pouvoir d'achat



AIDEZ-VOUS À LE RETROUVER SUR www.perdu-pouvoir-achat.com

■ La consommation responsable

- Besoins élargis du consommateur
 - Donner du sens à sa consommation



Consommation socialement responsable (CSR):

- Achat de produits ayant un impact positif sur l'environnement physique et social (F.- Lecompte et V.-Florence 2006)



- Contexte de la recherche
 - Cadre théorique
 - Méthodologie
 - Résultats



■ Le consentement à payer pour un produit responsable

- Typologie de consommateurs prêts à payer davantage pour des produits respectueux de l'environnement (Laroche et al. 2001, Urena et al. 2007)
- Prime acceptée pour un label de commerce équitable (Pelsmacker et al. 2005)
- Intérêt pour les produits respectueux de l'environnement limité par la préoccupation pour le pouvoir d'achat (Bertrandias et Lapeyre 2009)



Projet de recherche : rechercher les facteurs déterminants dans l'achat de produits responsables, respectueux de l'environnement et d'une équité sociale

- Contexte de la recherche
 - Cadre théorique
 - **Méthodologie**
 - Résultats

Expérimentation du consentement à payer via des enchères réelles

(Kim & alii)

Echantillon: 132 personnes – 6 groupes - Hommes et femmes - âge moyen 22 ans

Protocole :

- Produit : confitures – étiquette indiquant origine bio et modalités de conception
- Enchères (facultatives) – Proposition de prix produit payé/emporté au prix de la 2^{ème} enchère
- Questionnaire



Confiture de tomates vertes
caramélisées aux agrumes et vanille
2 novembre 2011
lapaguere.com



Confiture Extra – 375 g

Cuisinée en bassine de cuivre

Préparée avec 55 g de fruits pour 100 g.

Fruits cultivés sans produits chimiques. Fabrication respectant les règles de l'éco-conception avec recyclage des emballages.

Ingrédients : fruits, sucre, jus de citron

A consommer de préférence dans les 2 ans après la date de fabrication -

Garder au frais après ouverture

Label Clef Verte



Gîte de Séjour La Paguère

31230 Mauvezin

lapaguere.com/confitures



- Contexte de la recherche
 - Cadre théorique
 - Méthodologie
 - Résultats

▪ Les résultats

Préalable : Sur la méthodologie d'étude :

Sur la participation (vs. absence de participation) aux enchères, aucun élément explicatif n'a émergé parmi les facteurs testés:

- Préoccupations vis-à-vis du développement durable
- Résistance aux méthodes de marketing
- Caractéristiques sociodémographiques

1 - Le prix :

Moyenne du prix proposé : 2,74 € (1 € à 7 €)

Différence avec le prix de référence : 0,59 € **significative** (t=3,523, p= 0,001)

(étude antérieure : 2,71 € , 0,72 €)



- Contexte de la recherche
 - Cadre théorique
 - Méthodologie
 - **Résultats**

Achat de produits partage

27 % ; $\alpha = 0,94$

Soutien du petit commerce

11% ; $\alpha = 0,814$

Image de soi

10,6% ; $\alpha = 0,737$

Achat pour autrui

9.2% ; $\alpha = 0,726$

Valorisation produits
naturels

7.6% ; $\alpha = 0,731$

Qualité perçue du produit

6.5 % ; $\alpha = 0,741$

Préoccupation pour le
pouvoir d'achat

5% ; $\alpha = 0,598$

2 - Les déterminants du prix proposé

- 21 les échelles retenues

Une ACP générale a été pratiquée sur l'ensemble des items.

Leur fiabilité a été vérifiée avec l'alpha de Cronbach.

- Contexte de la recherche
- Cadre théorique
- Méthodologie
- Résultats

2 – Les déterminants du prix proposé

22 - Les relations entre les facteurs et le prix proposé

+ 0,331

+ 0,233

+ 0,260

- 0,219

Prix enchères

Confirmation :

- Etude Ipsos 2009 sur la hiérarchie des préoccupations

- F.-Lecompte et V.-Florence 2006 sur l'écart entre les attitudes et les comportements

Achat de produits
partage

Soutien du petit
commerce

Image de soi

Achat pour autrui

Valorisation
produits naturels

Qualité perçue du
produit

Préoccupation pour
le pouvoir d'achat

CSR

- Contexte de la recherche
 - Cadre théorique
 - Méthodologie
 - Résultats
- **Implications**

Implications managériales

Argumentation double :

- Besoins individuels : plaisir
- Arguments biosphériques ou sociaux comme « supplément d'âme »

Réduire le frein économique :
promotions ponctuelles

Limites et voies de recherche

Etude exploratoire :

- un seul produit (alimentaire)
- échantillon de convenance
- déterminants limités



- Autres produits
- Autres déterminants (étude en cours)
- Prise en compte du contexte culturel

Merci !

**« Un consommateur responsable, oui,
mais jusqu'où ? »**

**Une étude des déterminants du
consentement à payer : résumé**

- Contexte de la recherche : développement durable - crise
- Cadre théorique : consentement à payer – consommation sociale responsable
- Méthodologie : expérimentation via enchères réelles
- Résultats : sensibilité à l'achat humanitaire – à la qualité perçue – à la préoccupation pour le pouvoir d'achat

Jacqueline Winnepenninckx-Kieser

Alexandre Lapeyre

Annexe : Les items principaux des dimensions retenues

| | |
|--|---|
| CSR 1 Achat produits partage | Quand cela est possible, j'achète des produits dont une partie du prix est reversée à une bonne cause |
| CSR 2 Privilégier petit commerce | En général, j'achète aux petits commerces locaux (boulangerie, boucherie etc.) |
| Image de soi Gêne individu | Il est gênant d'avoir à fixer le prix soi-même |
| Acceptation valorisation produits naturels | En général, j'accepte de payer plus cher un produit respectueux de l'environnement |
| Qualité produit | Ce produit semble avoir bon goût |
| Préoccupation pouvoir d'achat | Je suis préoccupé(e) par mon pouvoir d'achat |