



# Tendances de consommation engagées et durables: Les clés pour comprendre

Mardi 16 octobre 2018  
14h – 17h





## Les animateurs



**Gérard LEBON**

**CCI Réunion**

Psd Commission Prospective Economique

*Membres Elus:*

*ZARIF Mansour (Vice Psd)*

*AMODE ADAME Younous*

*CARO Ary Claude*

*DOKI-THONON Lisianne*

*MONGIN Joël*

*FONTAINE Martine Sylvie*

*LEUNG-SAM-FONG Eric*

*MOUNICHY Saroja Devi*

*PERARNAUD Patricia*



**David JAVEGNY**

**CCI Réunion**

Responsable du Pôle Développement des Entreprises





## Les intervenants



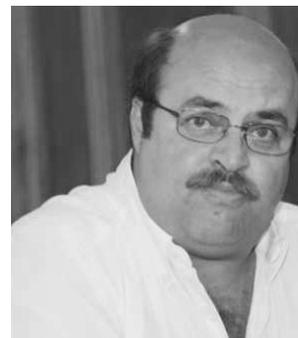
**Franck LEHUEDE**  
**CREDOC**  
Centre de recherche pour l'étude  
et l'observation des conditions de vie  
Chef de projet  
Département Consommation



**Monique RUBIN**  
**FNMF**  
Fédération Nationale des Marchés de  
France  
Présidente



**Eric LUCAS**  
**Chambre d'Agriculture de la Réunion**  
Responsable du Pôle Végétal



**Philippe DOKI THONON**  
**UMIH**  
Union des Métiers et des Industries de  
l'Hôtellerie  
Vice-Président





## Tendances de consommation engagées et durables: les clés pour comprendre

Consommer locale, raisonné, bio, ... :  
comment comprendre ces mouvements de consommation ?

Les ménages ont bouleversé leurs habitudes de consommation depuis 10 ans.

- ✓ **Volet « consommation de masse »** : des produits plus accessibles, gain de productivité, grande distribution, compétitive prix, publicité
- ✓ **Volet « consommation responsable »** : consommer autrement, sur de l'occasion via les sites d'occasions ou sur des produits « durables » via la prise en compte environnement et dimension de proximité





## Tendances de consommation: les perspectives

De nouvelles niches d'activité, de différenciation produits,  
vers plus de proximité, plus de « qualité » **mais** « sans » (sans gluten, sans additif, ..)

### "Rapport parlementaire sur l'alimentation industriel" – Septembre 2018

sur les additifs, obésité,... avec des propositions: l'éducation à l'alimentation, la publicité, la fabrication des produits, ...

**Loi pour l'équilibre des relations commerciales 2018:** 50% de produits de «produits bio, locaux et écologiques» en 2022 dans la restauration collective

**Le volet Bio**, plus de 8 milliards € en 2017 (+15%) en France dans le commerce alimentaire, restauration, la santé beauté.

Les grandes enseignes de textile sont aussi soucieuses de l'approche environnementale.





## Du produit de proximité ... au produit écologique ?

**Qu'est ce que la qualité?** les progrès sanitaires semblent «acquis» (chaine froid, contrôle, ...) et de nouveaux besoins de sincérité, de transparence, d'information apparaissent ?

**Le consommateur peut-il acheter plus chère pour acheter mieux ?**

Env. 851 000 habitants, 507 000 Touristes extérieurs

**Est-ce un mouvement général qui se diffusera vers la consommation de «masse» ?**

**Quels accompagnements des circuits professionnels ?**

**Quelle identité pour les futurs produits?**

**... importation ou circuit court: l'achat local serait-il de retour?**





## Pour en débattre



**Franck LEHUEDE**

**CREDOC**

**Centre de recherche pour l'étude  
et l'observation des conditions de vie**

Chef de projet

Département Consommation

## Consommation engagée et durable

# Une tendance durable ou une mode éphémère ?

*évolution de la psychologie du consommateur et des circuits de vente*





## Pour en débattre



**Monique RUBIN**  
**FNMF**  
Fédération Nationale des Marchés de  
France  
Présidente

## Consommation engagée et durable

« Service marché » : les forains au services des circuits courts et des cœurs de villes





## Pour en débattre



**Eric LUCAS**  
Chambre d'Agriculture de la Réunion  
Responsable du Pole Végétal

# Consommation engagée et durable

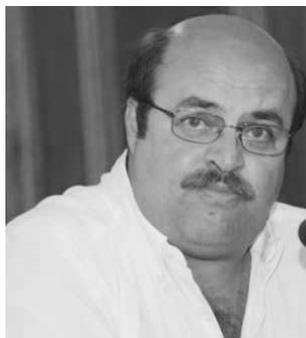
## Agriculture de Petite Echelle Biodiverses et Agroécologique

Partenariat CCI & Chambre Agriculture pour accompagner le développement des filières de proximité dédiées à la production agricole et à la commercialisation de produits finis issus de l'agriculture raisonnée





## Pour en débattre



**Philippe DOKI THONON**  
**UMIH**  
**Union des Métiers et des Industries de**  
**l'Hôtellerie**  
Vice-Président

## Consommation engagée et durable

### Témoignage sur la restauration, l'hôtellerie et les réseaux d'approvisionnement locaux





# Fédération des Marchés de France

vous présente  
**SERVICES MARCHÉ**





UN CONCEPT  
NOVATEUR ET  
COMPLET AU  
SERVICE DE NOS  
MARCHÉS ET  
COEUR DE VILLE.



**POURQUOI  
UN TEL CONCEPT ?**

Pour moderniser notre métier  
et proposer des solutions  
d'avenir à notre profession et  
aux municipalités.





## CE CONCEPT EST BASÉ SUR TROIS AXES MAJEURS

- La modernisation et le relookage par l'équipement et le service.
- L'offre produit, plus de place pour le local, intégration de l'offre «street food» au sein de nos marchés (formation assurée par Cuisine Mode d'Emploi(s), l'école de Thierry Marx).
- L'ambiance, mise en place d'espace détente, bancs, tables, animations musicales.



LA SIMPLICITÉ  
FONCTIONNE,  
POUR PREUVE LES  
ARTICLES DE PRESSE  
ET TÉMOIGNAGES DE  
COMMERÇANTS



SOLAR REUNION



REUNION

CCI

COM

OM



LE PROGRAMME D'ACTION 2014-2020 DE LA RÉUNION EST COFINANCÉ PAR L'UNION EUROPÉENNE ET LA RÉUNION

LE DÉPARTEMENT DE LA RÉUNION



CE MARCHÉ PROTOTYPE  
A ÉTÉ MIS EN PLACE  
EN DÉBUT D'ANNÉE  
EN PARTENARIAT AVEC  
LA VILLE DE BESANÇON:

UN QUARTIER EXCENTRÉ  
A REPRIS VIE EN  
L'ESPACE D'UN MOIS.



#### NOUS AVONS ABOUTI À

- Une redynamisation évidente est constatée pour l'ensemble des commerces du quartier.
- La création d'emplois (de 3 à 5 CDI): services montage/démontage de l'infrastructure, vendeurs sur le marché.
- Une solution simple et efficace pour répondre à l'attente citoyenne sur les circuits courts.

Ce succès est le résultat d'un savoir-faire complémentaire entre partenaires profondément attachés aux valeurs des marchés. Nous avons construit une solution efficace pour reconquérir le coeur de ville pour le plus grand bonheur de tous, elle est à votre service.





# MARCHÉS : LE RETOUR EN GRÂCE DU CIRCUIT COURT

L'envie de manger plus sainement et de consommer des produits locaux se fait grandissante. Les paniers remplacent peu à peu les caddi par une politique ancienne de l'Agglomération. La municipalité bisontine mise à son tour sur les marchés pour redynamiser son centre-ville (photo d'introduction É. Chatelain).



SOLAR REUNION  
L'ÉNERGIE SOLAIRE POUR TOUS



AGGLOMÉRATION  
DE SAINT-DENIS



CCI  
RÉUNION



LE DÉPARTEMENT  
DE LA RÉUNION



LE PROGRAMME CROISIERE 2014 DE LA CCI RÉUNION EST COFINANCÉ PAR L'UNION EUROPÉENNE ET LA RÉGION RÉUNION



**JE SUIS  
PRODUCTEUR LOCAL**

Nom :   
Commune :

● Ici, je vends  
**MA production**



**JE SUIS  
PRODUCTEUR LOCAL**

Nom :   
Commune :

Ici, je vends  
● **MA production**  
● Celle d'un  
confrère local



**J'UTILISE  
DES PRODUITS LOCAUX**

Nom :   
● Ces produits locaux  
viennent de :

PRODUITS:  COMMUNES:



**JE VENDS  
DES PRODUITS LOCAUX**

Nom :   
● Ces produits locaux  
viennent de :

PRODUITS:  COMMUNES:





**Le Marché  
des Enfants**  
Manger frais, ça s'apprend !

Dans le cadre de la Fête de la Gastronomie



Entrée  
&  
animations  
gratuites

Dès  
6 ans

Un marché de fruits et légumes  
à hauteur d'enfant  
**22 et 23 septembre 2018 - 10h > 12h - 14h > 17h**  
Champ de Mars - Valence





**Partenariat**  
**Chambre de Commerce et Industrie de la Réunion**  
**& La Chambre Agriculture de la Réunion**

**Pour accompagner le développement des filières de proximité  
dédiées à la production agricole raisonnée  
et à la commercialisation de ces produits finis**





## Convention cadre sur la volonté de travailler en transversalité et de rechercher une complémentarité entre les actions des deux structures

L'agriculture raisonnée s'inscrit dans une démarche **d'agriculture biologique**, **innovante dans les techniques traditionnelles** et le **respect de la nature**, avec une recherche dans la **qualité gustative** du produit.

### Objectifs:

- ✓ Rassembler des acteurs locaux publics et privés, concernés par ces enjeux de développement d'un tissu économique ancré dans le territoire de la Réunion
- ✓ Développer des activités de proximité, alliant protection de l'environnement, santé et bien-être animal, en privilégiant les circuits courts





## Trois axes d'intervention

- ❖ **L'information économique sur les perspectives d'activité et les produits**
  - Comprendre le modèle économique et social associé à chacune des filières de proximité de produits raisonnées
  - Référencer et identifier les producteurs et les circuits de ventes concernés
- ❖ **L'information technique pour accompagner les professionnels dans le projet d'une filière de proximité**
  - Identifier et valoriser les informations techniques nécessaire
- ❖ **L'appui à la structuration du réseau des acteurs des filières de proximité**
  - Fédérer et animer les réseaux d'acteurs représentant les filières de proximité





Un 2eme Rdv  
***Pour aller plus loin SAVE THE DATE***

Commerce, restauration, tourisme, ...  
Comment mieux intégrer des filières de ventes biologiques ?

Conférence débat du cabinet d'étude XERFI  
Expert national en analyse concurrentielle et vente biologique

**Save the next date**  
Mardi 6 novembre 2018  
Au Centhor de L'Eperon  
09h30 -12h00

