

Communiqué de presse  
Paris, le 16 février 2017



## Le local, c'est tendance !

### Enquête nationale : « Les Français, la consommation locale, et le digital »

Impossible d'y échapper ces dernières années... Au-delà du simple panier du consommateur, le local a infusé bien des secteurs comme le tourisme, les médias, la santé, l'énergie ou encore la finance. On le consomme, on le produit, on le cherche, on vit local. Il n'est plus une affaire de géographie et de lieu de production mais bien une question profondément humaine - qui concerne aussi notre relation aux autres, et la relation entre tous les individus qui vivent et travaillent ensemble dans une même communauté.

Consommer des produits locaux est-il l'un des moyens privilégiés de « consommer mieux » ? Quel est le potentiel social, économique et environnemental du local ? Quels sont les comportements des consommateurs français en la matière ? Le digital peut-il être une arme au service du local ?

Ces questionnements sont au cœur de la nouvelle enquête\* « **Les Français, la consommation locale et le digital** », réalisée par l'Observatoire de la consommation responsable Mescoursespourlaplanete.com, en partenariat avec SoLocal qui accompagne au quotidien la communication digitale de plus 500 000 TPE/PME à travers tout l'Hexagone. Cette enquête a été réalisée dans le cadre de la nouvelle étude « La vie locale » réalisée par Mescoursespourlaplanete.com



#### La perception des consommateurs quant à l'économie locale :

- L'échelle du **local** est avant tout associée à la notion de **ville** (34%), devant la région (29%), le département (24%), le quartier (7%), le pays (3,9%), ou encore l'Europe (2%)
  - 8 Français sur 10 pensent que **consommer local** (faire appel à des professionnels indépendants et de proximité) **permet de réduire les impacts sur l'environnement**
- 86% des Français pensent que consommer local peut être **une réponse aux enjeux sociaux actuels** (chômage, etc..)
  - Les Français estiment que les professionnels locaux doivent avant tout **produire, embaucher et utiliser des ressources locales**

- Pour les Français, **le local désigne à 94% les TPE qui fabriquent localement** (artisans, agriculteurs), au même titre que les commerces et restaurants (94%), les services permettant d'acheter des produits locaux (85%), les services à la personne (84%), les services publics de proximité/d'éducation ou de santé (77%)
- Seuls 58% des Français interrogés associent le local aux grandes entreprises implantées près de chez eux et aux centres commerciaux (53%)

Elisabeth Laville,  
fondatrice et directrice  
de l'Observatoire de  
la consommation responsable  
MesCoursespourlaPlanete.com



« Face aux multiples enjeux d'une économie mondialisée, beaucoup avancent l'idée, pas si folle, que la bonne échelle d'action sur tous ces sujets est locale, même sur des sujets très globaux comme le climat... »

### Consommation locale : quels sont les habitudes des Français ?

- **Près d'un Français sur 4 est un adepte du « localisme »**, cette nouvelle tendance qui consiste à privilégier la démocratie participative, la cohésion sociale et l'économie de proximité, donc l'emploi local et la préservation de l'environnement liée au transport de personnes et de marchandises).
- A travers le local, c'est avant tout **le besoin de consommer des produits de qualité (92%), dont on connaît l'origine (91%), mais c'est également contribuer à soutenir l'économie locale (91%)**
- Le local, c'est avant tout des relations humaines : **88% des Français considèrent que le local nécessite un lien fort avec les producteurs locaux**
- 9 Français sur 10 considèrent l'implantation locale d'un professionnel comme un critère décisif lors de leurs achats
- **Près de la moitié des Français estiment que la production ou la vente de produits locaux par un professionnel est un critère décisif.** Cela est d'autant plus vrai pour les 50-75 ans
- Le local, c'est consommer en accord avec ses valeurs (86%)



### La consommation locale et le numérique : quelles perceptions, et pour quels usages ?

- Plus d'un Français sur 2 a déjà effectué des recherches Internet sur des professionnels de proximité
- Les moteurs de recherches constituent pour eux la première source d'informations sur l'économie locale (74,1%)
- PagesJaunes.fr constitue la 2eme sources d'infos locales (40,1%)
- **Les Français utilisent internet pour identifier et localiser les professionnels locaux (93%), pour éviter limiter les déplacements (92%), pour gagner du temps (88%), pour trouver des informations fiables sur les professionnels et les produits locaux (86%)** ou pour rejoindre d'autres personnes qui partagent leur envie de consommer local
- 7 Français sur 10 pensent qu'Internet est un levier pour créer ou recréer du lien avec les professionnels locaux
- Les sites internet des e-commerces locaux sont consultés par 25% des Français, devant les réseaux sociaux (24,1%) !

« SoLocal a toujours eu à cœur de dynamiser l'économie locale à travers la mise en lumière des 500 000 TPE-PME françaises qu'il accompagne chaque jour dans leur communication. C'est ce qui nous a motivé en 2012 pour soutenir l'observatoire MesCoursesPourLaPlanète et aujourd'hui nous sommes ravis de contribuer au lancement de cette enquête nationale « les Français, la consommation locale et le digital ». Dans un esprit novateur, nous avons souhaité apporter notre expertise du numérique au cahier prospectif issu de cette enquête et qui dessine les grandes tendances de l'économie locale de demain. »

Pascal Garcia,  
Secrétaire général et DGA  
en charge de la Stratégie,  
des Partenariats et  
des Relations Extérieures



### Le cahier prospectif « Next Practice » ... Kesako ?

Depuis 2007, l'Observatoire de la consommation responsable Mescoursespourlaplanete.com effectue une veille reconnue sur la consommation responsable et publie chaque année une étude de tendances sur ce marché à destination des professionnels. Dans cette logique, la collection de cahiers prospectifs « Next Practice » a pour objectif d'analyser les perceptions, attentes et comportements des consommateurs, mais aussi l'évolution des pratiques des marques, sur des thématiques émergentes en matière de consommation responsable. Nourris de bonnes pratiques internationales et avis d'expert-e-s reconnues, les cahiers « Next Practice » explorent ces sujets dans un format synthétique à destination des entreprises, médias, collectivités et du grand public.

« La vie locale » est le deuxième numéro de la collection de cahiers « Next Practice ». Il est à retrouver [ici](#)

Tous les documents sont à retrouver sur Babblér : [ici](#)

### Enquête : la méthodologie

\*Cette enquête a été réalisée entre le 21 décembre 2016 et le 12 janvier 2017 par Arcane Research auprès de 2 635 personnes représentatives de la population française (méthode des quotas)

### Contacts presse :

#### SoLocal Group

Edwige DRUON - edruon@solocal.com

Responsable Relations Presse Corporate, B2B et BtoC

Mob. : 06 23 24 35 09



#### Graines de Changement

Julie MARCEL - julie@grainesdechangement.com

Mob. : +33 (0)1 83 64 72 28

@MesCourses\_PLP

www.mescoursespourlaplanete.com