

LE CONSO'BATTANT

1. À votre avis, qu'est-ce qu'un « conso'battant » ? Comment ce mot a-t-il été formé ?

2. Quel est le thème de l'enquête dont parle la journaliste ?

3. Où les Français font-ils 15% de leurs achats alimentaires ?

4. Faites le portrait du conso'battant.

5. Que doivent offrir les marques pour le conso'battant ?

6. Pourquoi les hypermarchés ne correspondent-ils plus aux attentes des Français ? Comment réagissent les consommateurs ?

7. Qu'est-ce que la consommation éthique ?

8. Le consommateur français privilégie-t-il le prix ou le produit éthique ?

CORRIGÉ LE CONSO'BATTANT

- 1. À votre avis, qu'est-ce qu'un « conso'battant » ? Comment ce mot a-t-il été formé ?**

Le conso'battant peut être quelqu'un qui se bat contre le système de consommation superflu. Il est le nouvel acteur qui cherche à mieux consommer et qui a émergé à cause de la crise. Le mot a été formé par « consommateur » et le verbe battre.

- 2. Quel est le thème de l'enquête dont parle la journaliste ?**

Le thème est sur une recherche de trois spécialistes en Marketing sur les changements des comportements des consommateurs français.

- 3. Où les Français font-ils 15% de leurs achats alimentaires ?**

Dans les magasins de discount.

- 4. Faites le portrait du conso'battant.**

Il diffère ses achats, attend les soldes. Il est obsédé par les prix connaît bien les tactiques de marques est très attentif à ce qu'on lui raconte, Il est éduqué et lucide. Il ne condamne pas les marque il demande plus de tranparence .

- 5. Que doivent offrir les marques pour le conso'battant ?**

Grâce au fait qu'Il ne condamne pas les marques il demande plus de transparence.

- 6. Pourquoi les hypermarchés ne correspondent-ils plus aux attentes des Français ? Comment réagissent les consommateurs?**

D'abord le hypermarché ne corresponde pas à sa style de vie, donc il n'est pas l'ultime rempart contre le bicher. Souvent il y a des innovations opportunistes, de changements prix fréquent. Le conso'battant s'est mis aussi à comparer les prix.

- 7. Qu'est-ce que la consommation éthique ?**

La préoccupation pour le recyclage

- 8. Le consommateur français privilégie-t-il le prix ou le produit éthique ?**

Il privilégie le prix.

TRANSCRIPTION

Un nouvel acteur qui cherche à consommer mieux a émergé avec la crise: le conso'battant. Trois scientifiques, spécialistes du marketing, viennent de réaliser une vaste étude sur les changements de comportement des consommateurs français. Il ressort de cette enquête que la grande distribution ne correspond plus aux attentes du conso'battant. Elle n'est plus considérée comme l'ultime rempart contre la vie chère. Le conso'battant fréquente sans honte les magasins de discount. 15 % de nos achats alimentaires y sont effectués. Le conso'battant diffère souvent ses achats, attend les soldes, le déstockage. Il est obsédé par les prix, connaît bien les tactiques des marques, est très attentif à ce qu'on lui raconte. Il est éduqué et lucide.

Philippe Jourdon, un des auteurs de l'enquête.

Philippe Jourdon : C'est pas un consommateur qui condamne les marques, mais qui demande plus de transparence, de s'inscrire également dans la durée, c'est-à-dire de n'être pas là avec une innovation opportuniste, des changements de prix fréquents.

F.C. : Le conso'battant achète plus local.

P. J. : C'est probablement face à une distribution de type hypermarché qui ne correspond plus tout à fait à ses attentes ou à son style dévie. Le consommateur a une double réaction. La première, c'est qu'il s'est mis à comparer les prix et qu'il s'est aperçu que les hypermarchés n'étaient pas nécessairement les moins chers. Il a également porté un regard beaucoup plus critique sur les fausses promotions. Il est parfois assez surprenant de voir, par exemple, qu'un paquet familial ou qu'un regroupement de produits en lot vous coûte plus cher que l'achat à l'unité ou l'achat dans un conditionnement plus classique. Et à cela, le consommateur réagit. Il achète plus local, il fréquente son épicerie de quartier, les circuits courts...

F. C. : Est-ce qu'il y a une véritable volonté de consommer éthique ?

P.J. : Les thèmes de l'éthique, les thèmes de la consommation durable, la préoccupation sur le recyclage... On sent que ces thèmes ont de plus en plus de résonance chez le consommateur. Pour autant, il y a toujours l'argument du prix. Lorsque le produit éthique, le produit bio, le produit durable est vendu plus cher, il y a toujours une résistance du consommateur à payer plus cher.