

## La migration des circuits courts vers le web

Viciunaite, V. (2023). Alternative food networks on digital platforms: Consumer preferences for platform versus local food attributes. *Journal of Rural Studies* 100, 1-9.

---

*À quoi les consommateurs sont-ils sensibles lorsqu'ils utilisent internet pour leurs achats en circuits courts ?  
Une étude norvégienne se penche sur leurs préférences dans le cas d'une plateforme de vente en ligne*

---

L'achat d'aliments en ligne, allant du repas prêt-à-manger au panier d'épicerie, est une pratique de plus en plus courante. Les systèmes alimentaires alternatifs n'échappent pas à cette tendance, laissant entrevoir un possible élargissement de la clientèle traditionnelle des circuits courts via ce recours à internet. L'objectif de cette étude était de comprendre si les utilisateurs des plateformes web proposant des produits locaux étaient intéressés par la spécificité des produits ou par les attributs de la plateforme web.

L'étude a été menée auprès de 768 consommateurs recrutés en ligne parmi les membres de plusieurs groupes REKO norvégiens. Un REKO (acronyme en norvégien de *consommation équitable*) est une communauté virtuelle autogérée rassemblant des agriculteurs et des consommateurs. Les consommateurs avisent les agriculteurs des produits désirés et ces derniers apportent l'ensemble des produits commandés lors de courts (30 à 60 minutes) rendez-vous préétablis, souvent dans de grands stationnements, donnant lieu ainsi à une forme de marché fermier alternatif. L'écrasante majorité des répondants à l'enquête étaient des femmes (83,6 %), ce qui correspond aux résultats d'autres études faisant le portrait des consommateurs de produits locaux. Les répondants ont été divisés en deux segments : les « utilitaristes » utilisant les REKO pour s'approvisionner de façon récurrente, et les « hédonistes » ayant recours à la plateforme moins souvent, mais pour des produits plus nichés ou en vue d'occasions spéciales. Les résultats montrent une nette préférence des membres de REKO norvégiens envers la mise en marché directe, la présence d'agriculteurs locaux, la transparence des méthodes de production, et autres qualités associées aux circuits courts. Les attributs des REKO, comme la possibilité de voir qui sont les autres consommateurs et quels sont les produits qu'ils achètent, de pouvoir entrer en communication électronique avec eux, voire de les rencontrer lors de la livraison, étaient significativement moins importants.

### Les enseignements

Cette recherche montre que même avec la migration des circuits courts vers des plateformes web, les consommateurs de proximité restent attachés aux attributs habituels des circuits courts. Cela viendrait relativiser le possible élargissement de clientèle permis par des plateformes de vente en ligne et inciterait ces plateformes à communiquer autour des avantages perçus des circuits courts, comme la proximité relationnelle avec les agriculteurs. Au Québec, les quelques études s'étant intéressées aux marchés de proximité, qui reposent eux aussi sur des plateformes en ligne, montrent que les clients de ces marchés sont au fond les mêmes que dans les autres formes de circuits courts. Pour compléter ce portrait, il serait intéressant de connaître l'opinion d'utilisateurs de plateformes web non spécifiques aux systèmes alimentaires alternatifs en vue de mieux connaître les préférences de ces consommateurs qui sont encore à conquérir.

#### Rédaction

[Marilou Ethier](#), [Pascal Genest-Richard](#),  
[Patrick Mundler](#)

*Ce bulletin vous est offert avec le soutien du  
ministère de l'Agriculture, des Pêcheries et de  
l'Alimentation du Québec (MAPAQ)*

Québec 