

Usages et attitudes en relation avec la consommation de viande locale

Guyane

Décembre 2025



- Interview de 600 personnes déclarant être responsables des achats au sein de leur foyer dans les communes suivantes :
 - Cayenne,
 - Matoury,
 - Rémire-Montjoly,
 - Macouria,
 - Kourou,
 - Saint-Laurent du Maroni.
- Mise en œuvre de quotas de représentativité d'âge, de CSP et de commune d'habitation de la personne de référence du foyer.

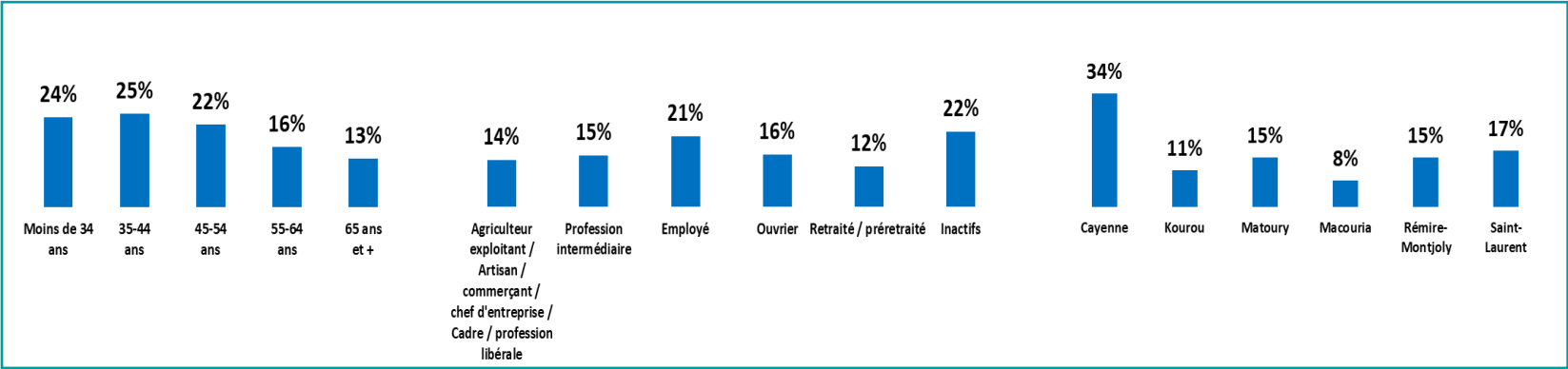


- Enquêtes conduites en face à face.



- Enquête réalisée au cours des mois d'octobre et novembre 2025.

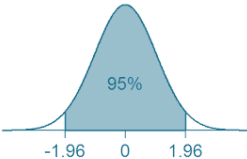
Le profil des foyers interrogées (base Insee) :



Prise en compte des intervalles de confiance dans la lecture des résultats :

Sur la base d'un échantillon de 600 individus, l'intervalle de confiance se situe entre +/- 1,80 et 4,10 points

Taille Échantillon	Intervalle de confiance à 95 % de chance									
	95 5	90 10	85 15	80 20	75 25	70 30	65 35	60 40	55 45	50 50
50	6,20	8,50	9,90	11,30	12,15	13,00	13,45	13,90	14,00	14,10
100	4,40	6,00	7,00	8,00	8,60	9,20	9,50	9,80	9,90	10,00
200	3,10	4,20	4,95	5,70	6,10	6,50	6,70	6,90	7,00	7,10
250	2,80	3,80	4,45	5,10	5,45	5,80	6,00	6,20	6,25	6,30
300	2,50	3,50	4,05	4,60	4,95	5,30	5,50	5,70	5,75	5,80
350	2,30	3,20	3,75	4,30	4,60	4,90	5,05	5,20	5,25	5,30
400	2,20	3,00	3,50	4,00	4,30	4,60	4,75	4,90	4,95	5,00
450	2,10	2,80	3,30	3,80	4,05	4,30	4,45	4,60	4,65	4,70
500	1,90	2,70	3,15	3,60	3,85	4,10	4,25	4,40	4,45	4,50
600	1,80	2,40	2,85	3,30	3,50	3,70	3,85	4,00	4,05	4,10
700	1,60	2,30	2,65	3,00	3,25	3,50	3,60	3,70	3,75	3,80
800	1,50	2,10	2,45	2,80	3,00	3,20	3,35	3,50	3,50	3,50
900	1,40	2,00	2,30	2,60	2,80	3,00	3,10	3,20	3,25	3,30
1000	1,40	1,80	2,15	2,50	2,65	2,80	2,90	3,00	3,05	3,10



01- Local VS Import : facile de faire la différence	P 5
02- Le point sur les habitudes de consommation de la viande fraîche	P 16
03- Comportements de consommation et d'achat	P 26
04- Image comparée de la production locale par rapport à l'import	P 69
05- Motifs de non-consommation	P 81
06- Le logo : un levier d'adhésion ?	P 91
07- Quelles sont les attentes des consommateurs ?	P 100
Eneignements-clés et recommandations	P 106

01

Local vs Import :
facile de faire la différence ?



**Viande et œufs locaux,
des produits dont l'origine est encore trop souvent
difficile à bien identifier**

Viande et œufs locaux, des produits dont l'origine est encore trop souvent difficile à bien identifier lors de l'achat

- **Qu'il s'agisse de la viande ou des œufs, la majorité des interviewés ne sait pas, le plus souvent, quelle est l'origine des produits achetés :**

Seuls 33% des interviewés déclarent que, « le plus souvent », ils savent d'où provient la viande qu'ils achètent ; ils sont 35% en ce qui concerne les œufs.

- **Une distinction import / local souvent difficile :**

40% des interviewés considèrent qu'il n'est pas facile de distinguer, en GMS, la viande produite localement de celle qui est importée ; ils sont aussi 40% en ce qui concerne les œufs.

➡ Cette situation favorise très probablement la confusion au moment de l'acte d'achat ; certains consommateurs pensants qu'ils achètent des produits locaux alors qu'il s'agit d'import et vice versa.

Viande et œufs locaux, des produits dont l'origine est trop souvent difficile à bien identifier lors de l'achat

- La référence à une mention explicite sur l'origine est l'élément le plus souvent cité pour distinguer un produit d'origine locale d'un produit importé.
- Concernant la viande locale : le prix plus élevé (29%) et la couleur (21%) sont deux autres repères mentionnés pour la distinguer de l'import.
- Concernant les œufs locaux : le prix plus élevé est aussi mentionné comme un autre repère pour les distinguer des œufs importés.
- Un prix moins élevé est aussi parfois cité tant pour la viande que pour les œufs locaux en tant que repère pour distinguer le produit local de l'import.

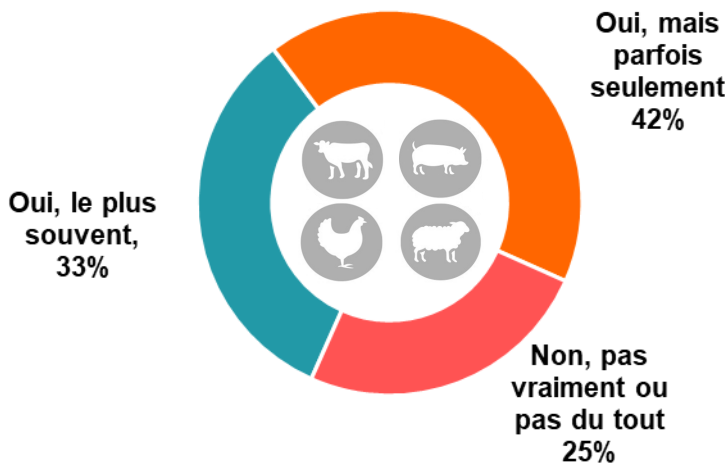
Local VS import : facile de faire la différence ?

Aux acheteurs déclarés
de viande fraîche importée et / ou locale

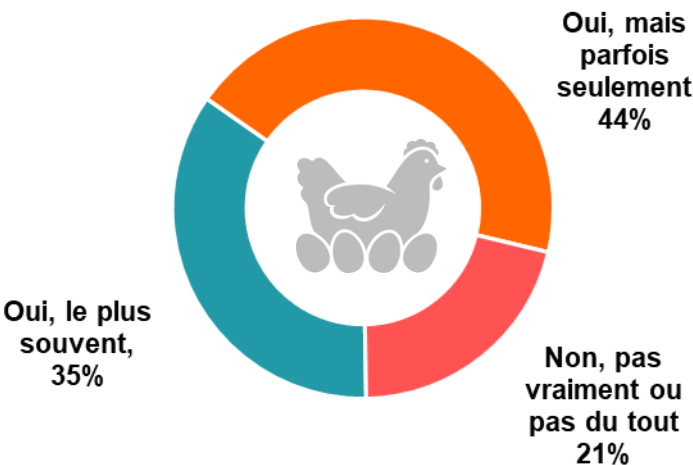
Aux acheteurs déclarés
d'œufs frais importés et / ou locaux

Arrivez-vous à bien savoir...

...d'où provient la viande fraîche
que vous achetez ?



...d'où proviennent les œufs frais
que vous achetez ?



Local VS import : facile de faire la différence ?

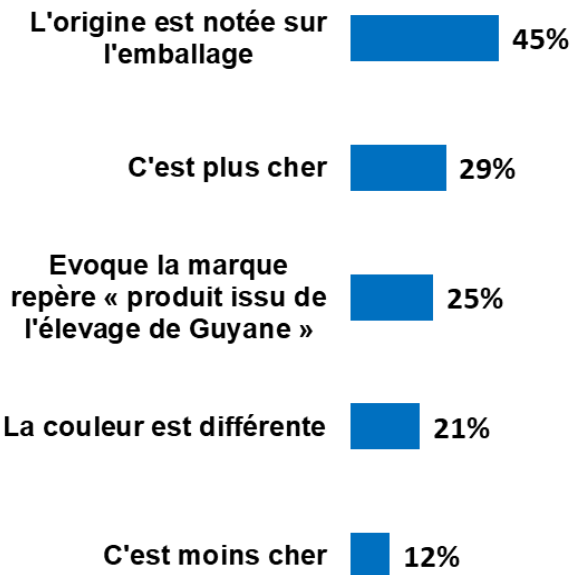


Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

Dîtes-moi franchement, est-il facile de distinguer la viande fraîche locale de la viande fraîche importée dans les rayons libre-service des supers ou des hypermarchés ?



Comment distinguez-vous la viande fraîche locale de la viande fraîche importée dans les rayons libre-service des supers ou des hypermarchés ?



Local VS import : facile de faire la différence ?

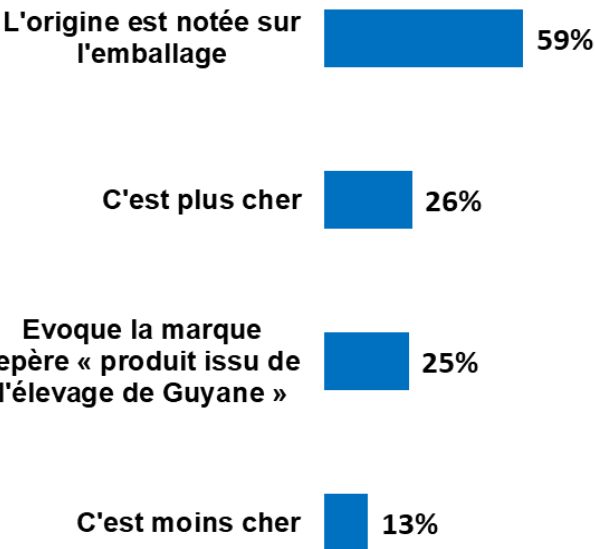


Aux acheteurs d'œufs frais importés et / ou locaux

Dîtes-moi franchement, est-il facile de distinguer les œufs frais locaux des œufs frais importés dans les rayons libre-service des supers ou des hypermarchés ?



Comment distinguez-vous les œufs frais locaux des œufs frais importés dans les rayons libre-service des supers ou des hypermarchés ?





**Bien que sa reconnaissance progresse,
le logo permettant d'identifier la production locale reste
encore assez largement méconnu**



**Bien que sa notoriété progresse,
le logo permettant d'identifier la production locale reste
encore assez largement méconnu**

- **Un logo encore mal connu :**

Une notoriété qui progresserait par rapport à 2024 (27%) contre 52% en 2025 → un interviewé sur deux ne connaît toujours pas le logo permettant d'identifier la production locale.

- **Ceux qui le connaissent l'ont repéré sur les lieux de vente :**

87% des interviewés qui connaissent le logo déclarent l'avoir déjà vu sur un lieu de vente.



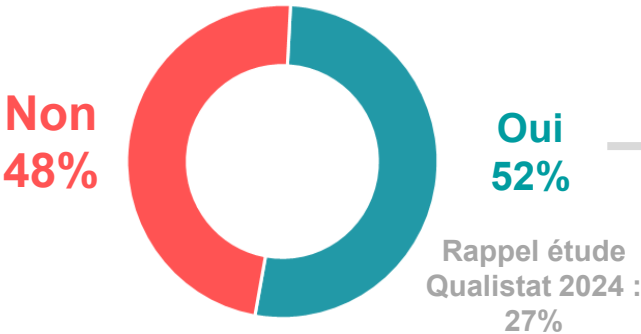


Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

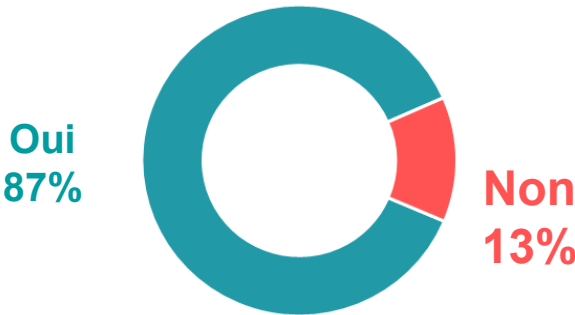
Savez-vous s'il existe un label associé à la viande fraîche produite en Guyane ?



Connaissez-vous ce label :
(Présentation du logo)
« produit issu de l'élevage de Guyane » ?



L'avez-vous déjà vu sur un lieu de vente ?





- Continuer à mieux faire connaître le logo « produit issu de l'élevage de Guyane ».
- Continuer à renforcer la présence du logo sur les lieux de vente.
- Renforcer la politique packaging et merchandising facilitant le repérage de la production locale en GMS.

02

Le point sur les habitudes de
consommation de la viande
fraîche



Hormis, la viande de mouton, peu consommée, la consommation (incidence) de viande fraîche de bœuf, porc ou poulet concernerait, pour chacune de ces viandes, environ la moitié des foyers.

La viande fraîche de bœuf serait la plus consommée devant celle de porc puis de poulet.

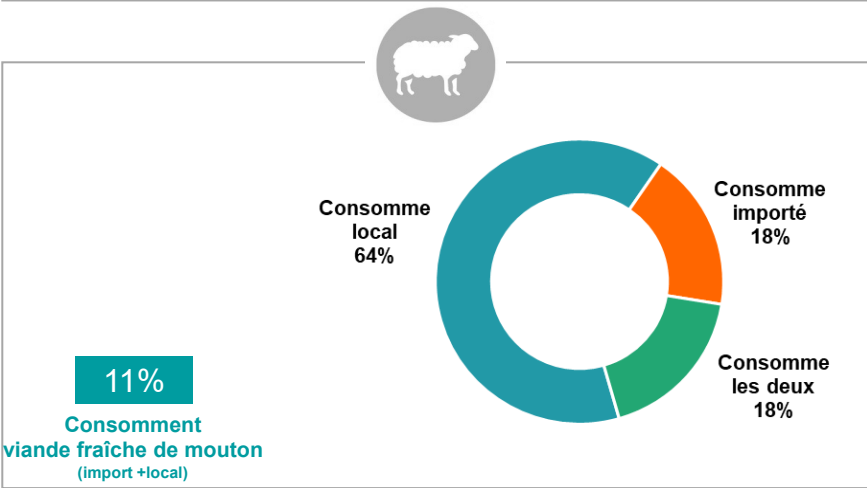
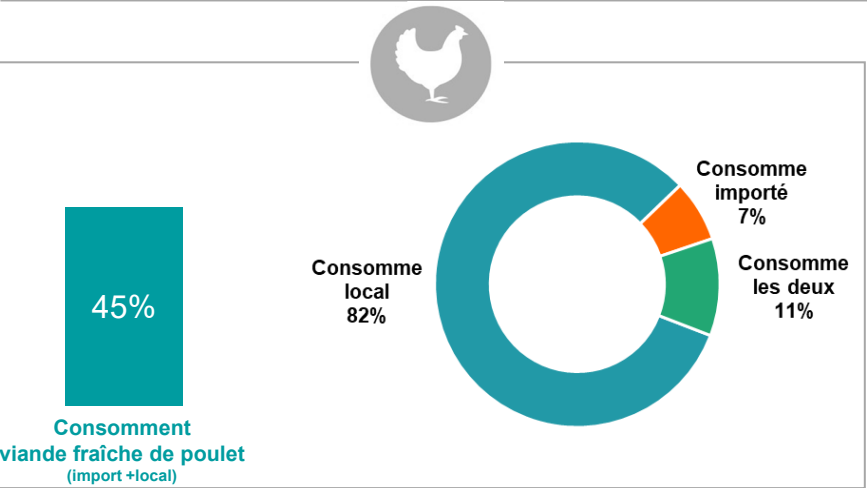
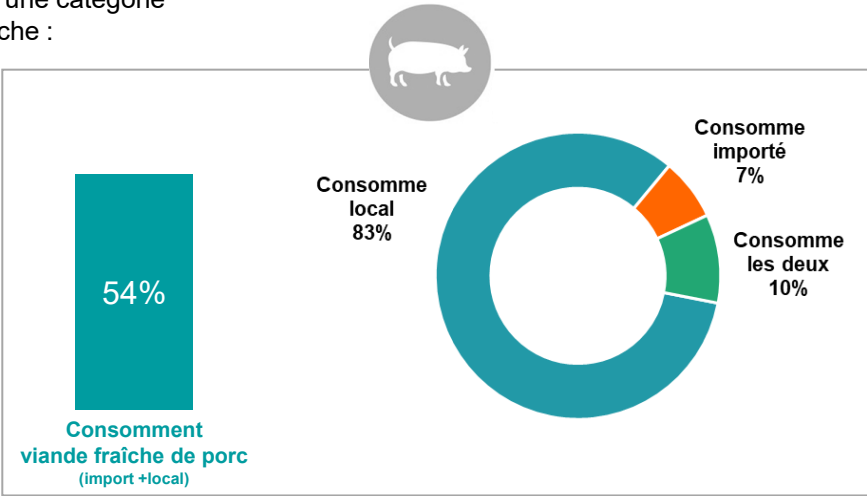
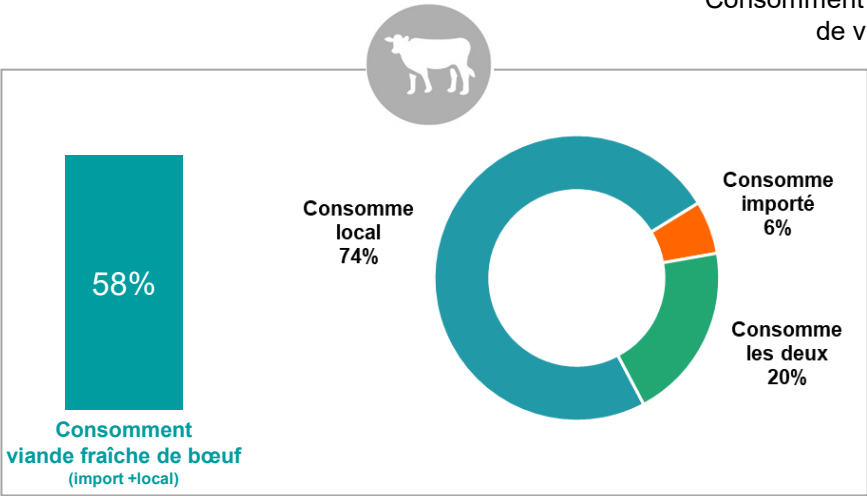
Les fréquences déclarées positionnent le plus souvent la viande fraîche comme un produit de consommation occasionnelle.

Selon les déclarations, la viande locale serait privilégiée.

Consommation de viande fraîche

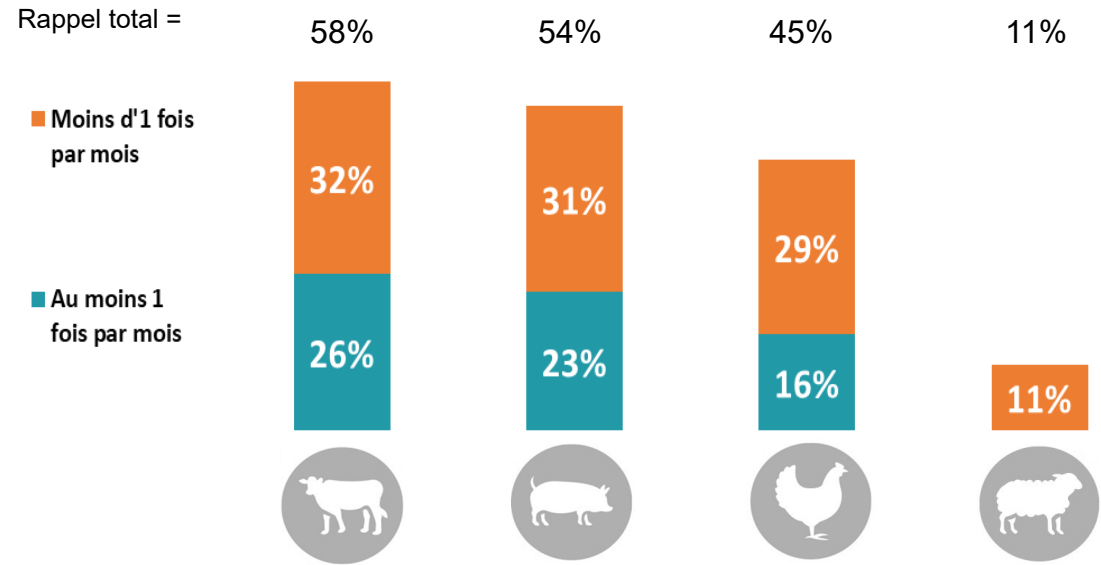
Déclarent consommer les catégories de viandes fraîches suivantes même très occasionnellement

Consomment au moins une catégorie
de viande fraîche :
90%



Consommation de viande fraîche

Consommation viande fraîche : Réguliers / occasionnels



Consomment au moins une catégorie
de viande fraîche 1 fois par mois :
52%

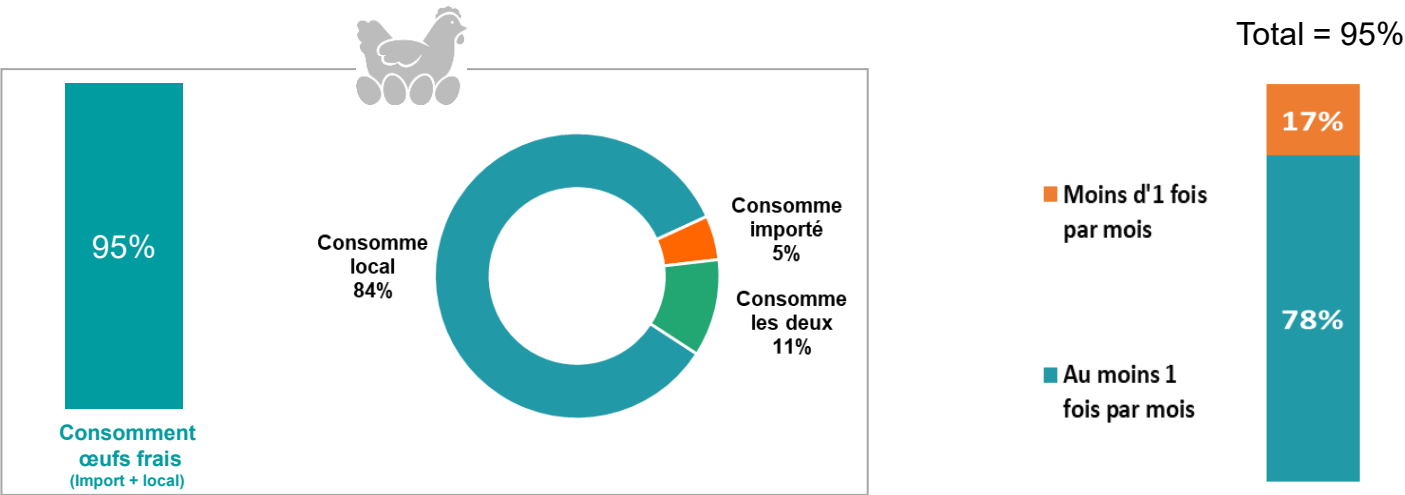


Les œufs frais :

**Très largement consommés avec une domination très marquée
de la production locale**

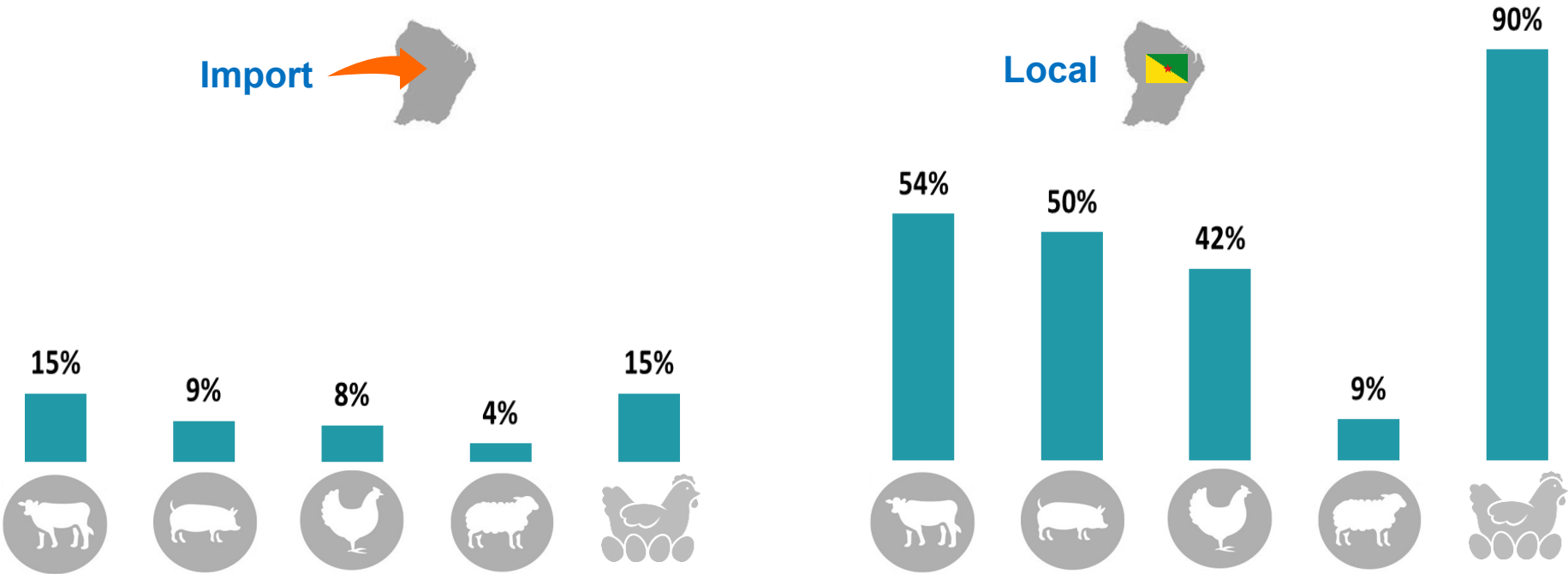
Consommation d'œufs frais

Consommation d'œufs frais : Incidence - Réguliers / occasionnels



Consommation de viande fraîche

Déclarent consommer les catégories de produits suivantes même très occasionnellement
(Incidence conso local / import)





Les foyers acheteurs de viande fraîche seraient assez proches de la structure des foyers de la population générale.

Consommation de viande fraîche locale

Elément de profil foyer-consommateurs viande fraîche (Import et local confondus)

Profil foyer	Global	BŒUF	PORC	POULET
	Global acheteurs	Global acheteurs	Global acheteurs	Global acheteurs
Moins de 34 ans	24%	22%	24%	25%
35-54 ans	47%	46%	47%	43%
55 ans et plus	29%	32%	29%	32%
Agriculteur exploitant / Artisan / commerçant / chef d'entreprise / Cadre / profession libérale	14%	15%	13%	16%
Profession intermédiaire	15%	15%	14%	16%
Employé	21%	22%	22%	14%
Ouvrier	16%	17%	18%	19%
Retraité	12%	13%	13%	13%
Inactifs	22%	18%	20%	22%
Cayenne / Matoury / Macouria / Rémire-Montjoly	72%	74%	70%	72%
Kourou	11%	11%	13%	11%
Saint-Laurent	17%	15%	17%	17%



Les enjeux pour la production locale :

- **Conforter les consommateurs réguliers dans leur choix.**
- **Elargir la cible des consommateurs réguliers.**
- **Faire découvrir le produit à ceux qui ne le connaissent pas.**

03

Comportements de
consommation et d'achat



Enseignements transversaux

La consommation de viande fraîche associe circonstances du quotidien et circonstances plus festives.

Dans des proportions variables, achat en GMS et achat auprès des artisans cohabitent.

La fraîcheur et le prix sont les deux premiers critères d'achat.

L'origine est mentionnée comme un critère d'achat par environ un quart des interviews. Couleur et type de pièces viennent ensuite.

3-1 Le bœuf



Fréquence d'achat, circonstances de consommation

- Pour une majorité d'interviewés, la consommation de la viande fraîche de bœuf est plutôt occasionnelle, moins d'une fois par mois, ceci, qu'il s'agisse de l'import ou du local.
- La viande de bœuf est associée à des circonstances de consommation courantes avec le week-end comme moment privilégié mais aussi à des circonstances de consommation plus festives (repas familiaux ou événements plus exceptionnels).

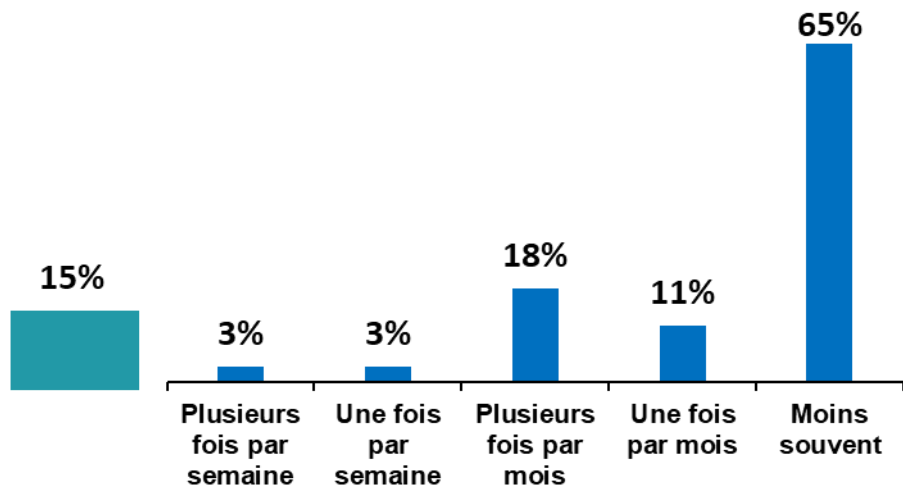
Fréquence de consommation de la viande de bœuf fraîche



De la viande de bœuf fraîche importée / locale, vous en consommez environ tous les combien ?

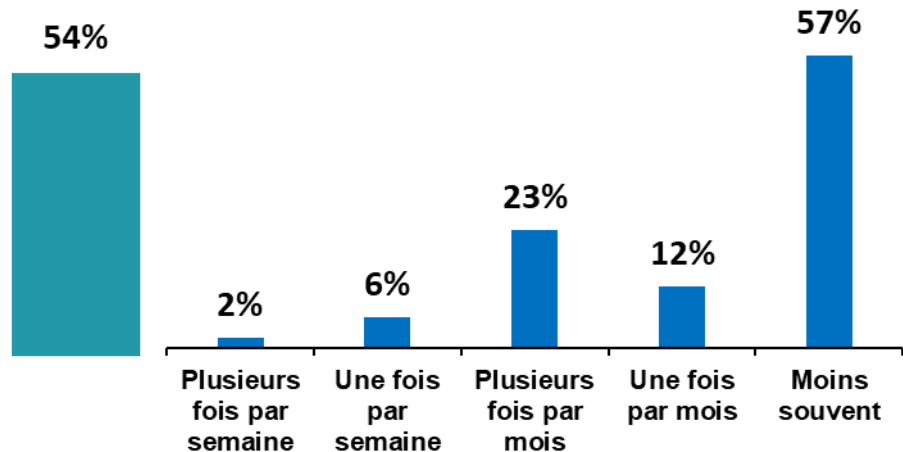
Rappel
Pénétration
conso. import

Import



Rappel
Pénétration
conso. locale

Local

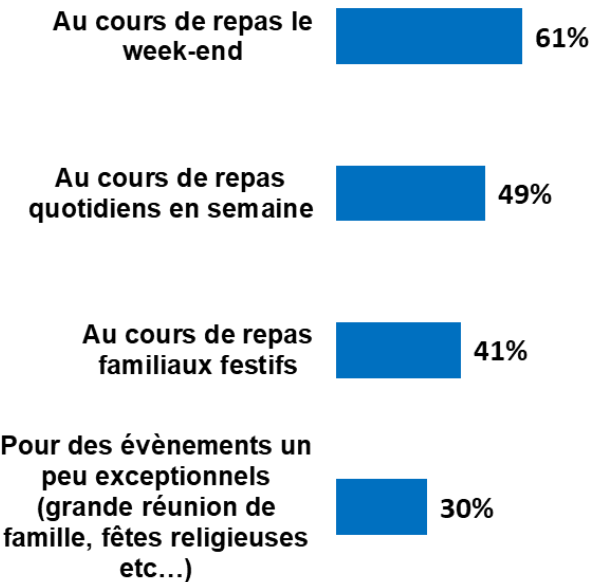


Moments de consommation de la viande de bœuf fraîche



Aux acheteurs de viande de bœuf fraîche importée et / ou locale

Quelles sont les occasions, les moments dans lesquels vous consommez le plus souvent de la viande de bœuf fraîche ?





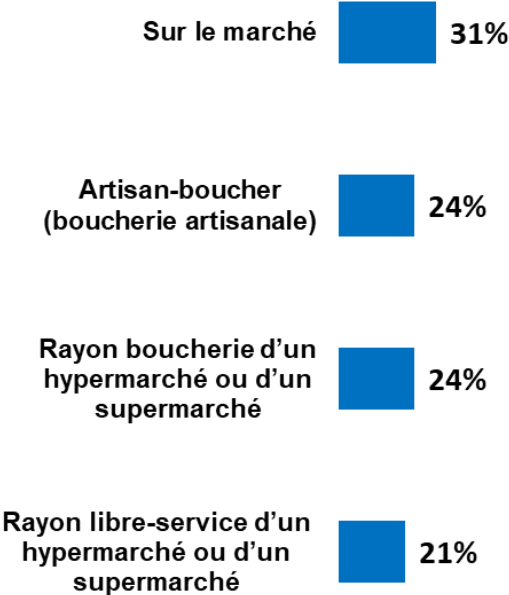
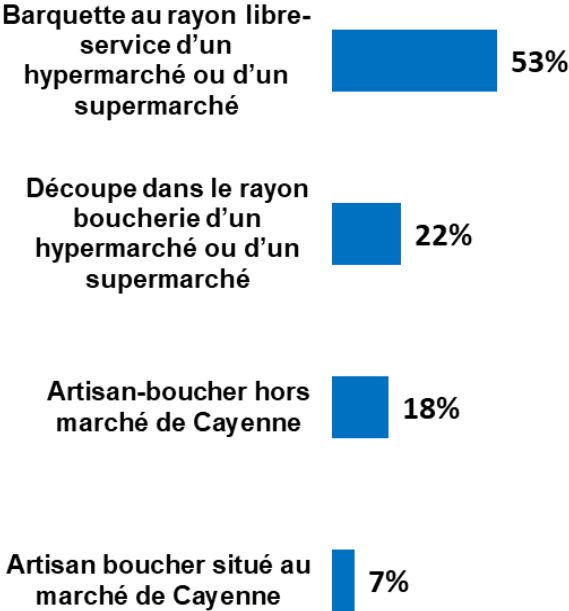
Circuits d'achat

- La viande de bœuf locale est achetée en premier lieu sur le marché et auprès des artisans-bouchers.
- L'achat en GMS tant en libre-service qu'au rayon boucherie est aussi bien installé dans les habitudes d'achat de la viande locale.
- La viande de bœuf importée est principalement achetée en GMS, en premier lieu dans le rayon libre-service et dans une moindre mesure au rayon découpe du boucher en GMS. Environ un quart déclare aussi acheter de l'import chez l'artisan-boucher.

Lieux d'achat de la viande de bœuf fraîche



Le plus souvent, où vous procurez-vous votre viande de bœuf fraîche importée / locale ?





Critères d'achat et types de pièces achetées

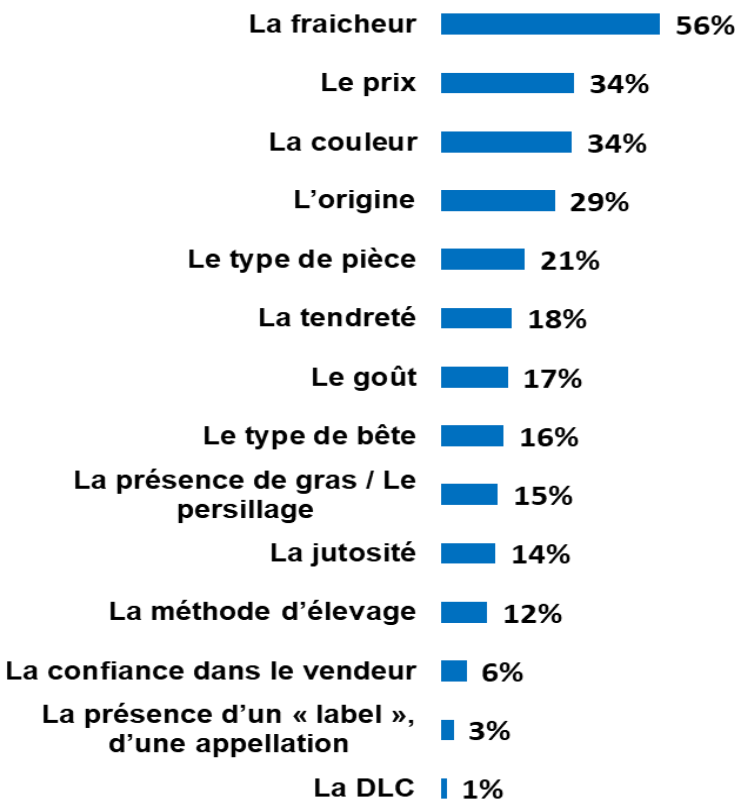
- La « fraîcheur » est de loin le premier critère d'achat de la viande fraîche en général. Les consommateurs entendent par fraîcheur le fait que la viande locale est produite à partir d'animaux abattus plus récemment que la viande importée qui a dû être acheminée jusqu'en Guyane ; c'est le premier atout associé à la viande locale.
- Prix, couleur et en quatrième position, origine sont les autres critères de choix qui entrent en compte notablement dans l'acte d'achat de la viande fraîche de bœuf.
- Prédominance des pièces entrée de gamme : Tout venant (20%), côte de bœuf (16%) et ragoût (10%) sont dans le trio de tête des morceaux les plus souvent mentionnés comme étant consommés. Ils sont suivis du bourguignon et de la basse-côte.

Critères de choix de la viande de bœuf fraîche

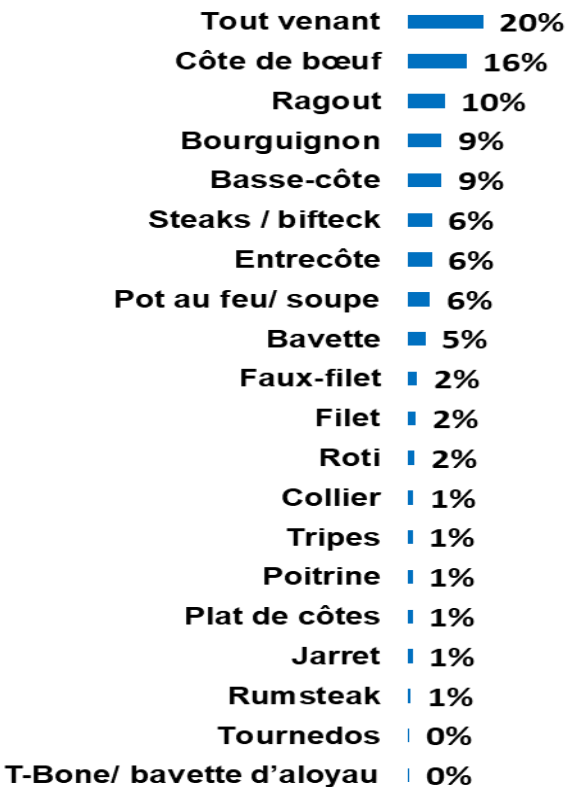


Aux acheteurs de viande de bœuf fraîche importée et / ou locale

D'une façon générale, lorsque vous achetez de la viande de bœuf fraîche, quels sont les critères de choix les plus importants pour vous ?



Types de pièces ou de morceaux que l'on déclare consommer le plus souvent :



Comportements de consommation et d'achat

3-2 Le porc



Fréquence d'achat, circonstances de consommation

- De même qu'en ce qui concerne le bœuf, la viande fraîche de porc est plutôt associée à une consommation occasionnelle.
- La viande de porc est associée à des circonstances de consommation courantes (en semaine et le week-end) mais aussi à des circonstances de consommation plus festives tels que les repas familiaux.
- Sa consommation est moins associée à des événements plus exceptionnels.

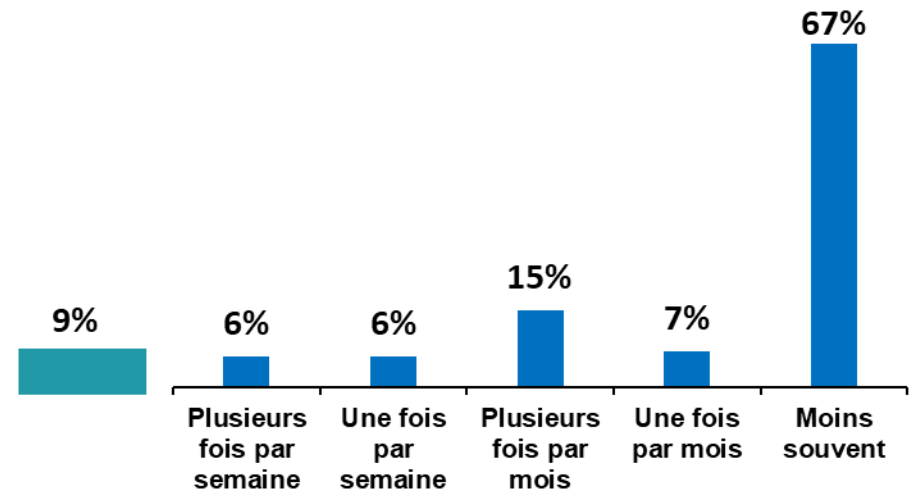
Fréquence de consommation de la viande de porc fraîche



De la viande de porc fraîche importée / locale, vous en consommez environ tous les combien ?

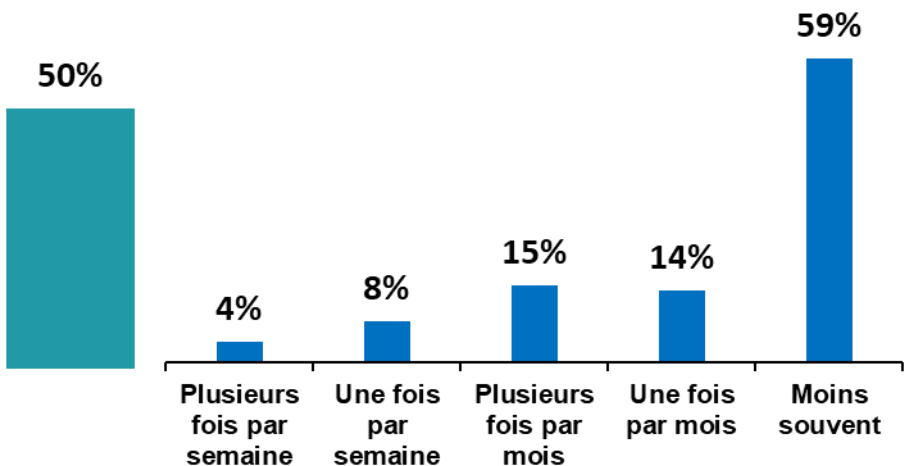
Rappel
Pénétration
conso. import

Import



Rappel
Pénétration
conso. locale

Local

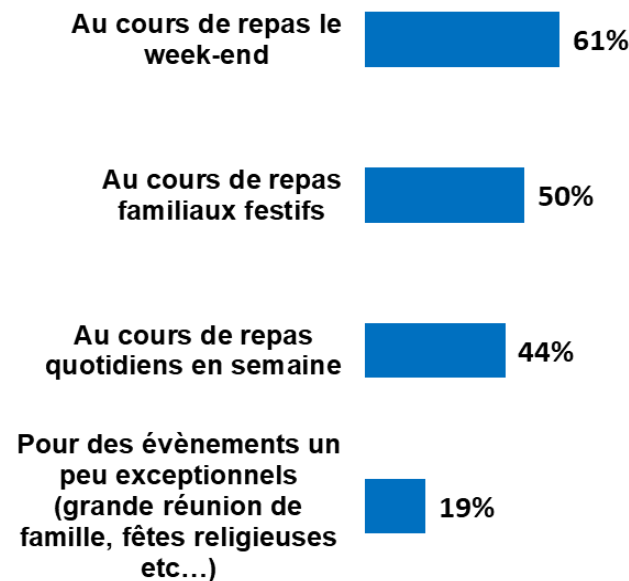


Moments de consommation de la viande de porc fraîche



Aux acheteurs de viande de porc fraîche importée et / ou locale

Quelles sont les occasions, les moments dans lesquels vous consommez le plus souvent de la viande de porc fraîche ?





Circuits d'achat

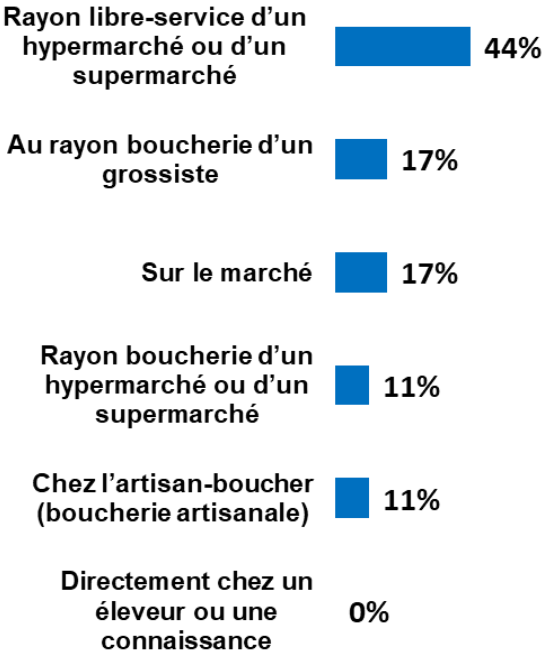
- Le circuit GMS serait privilégié (libre-service en premier lieu) concernant l'achat de viande de porc locale. L'achat chez l'artisan-boucher reste aussi très présent dans les habitudes.
- La viande de porc importée est principalement achetée en GMS, en tout premier lieu dans le rayon libre-service. Le rayon boucherie des grossistes et le marché sont aussi mentionnés.

Lieux d'achat de la viande de porc fraîche

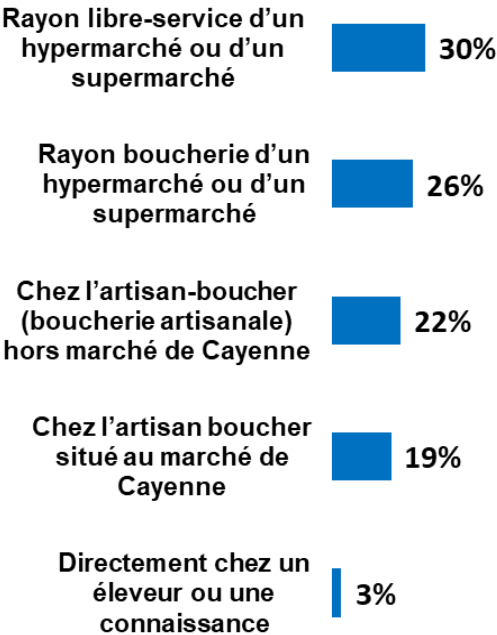


Le plus souvent, où vous procurez-vous votre viande de porc fraîche importée / locale ?

Import



Local





Critères d'achat et types de pièces achetées

- Fraîcheur et prix sont les deux principaux critères d'achat de la viande de porc.
- Couleur, origine, goût et aussi le type de pièce sont les autres critères d'importance dans le comportement d'achat.
- La côte de porc est de très loin la pièce que les interviewés déclarent le plus souvent acheter (45%). Cette pièce apparaît comme la référence emblématique sur ce segment de marché.
- Hormis le ragoût (13%), les autres pièces sont mentionnées par moins de 10% des interviewés.

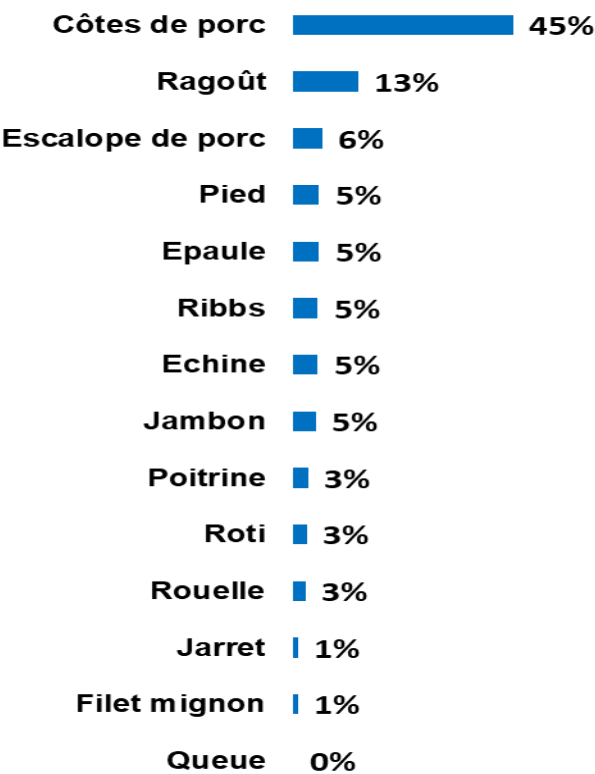
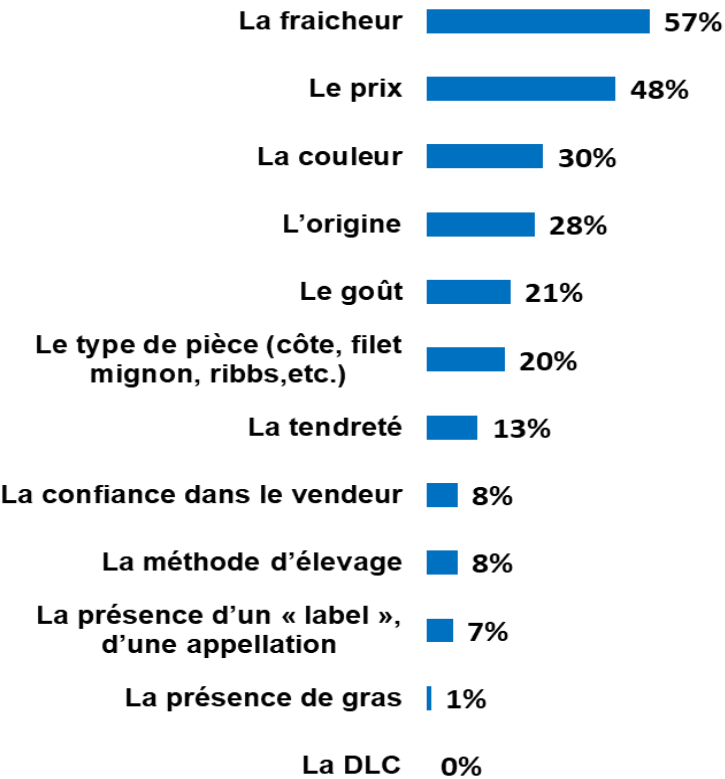
Critères de choix de la viande de porc fraîche



Aux acheteurs de viande de porc fraîche importée et / ou locale

D'une façon générale, lorsque vous achetez de la viande de porc fraîche, quels sont les critères de choix les plus importants pour vous ?

Types de pièces ou de morceaux que l'on déclare consommer le plus souvent :



Comportements de consommation et d'achat

3-3 Le poulet



Fréquence d'achat, circonstances de consommation

- La viande de poulet est, dans la majorité des cas, consommée occasionnellement.
- La consommation de viande de poulet est avant tout ancrée dans des circonstances de consommation plus quotidiennes sans pour autant être absente des moments plus festifs, notamment ceux à caractère familiaux.

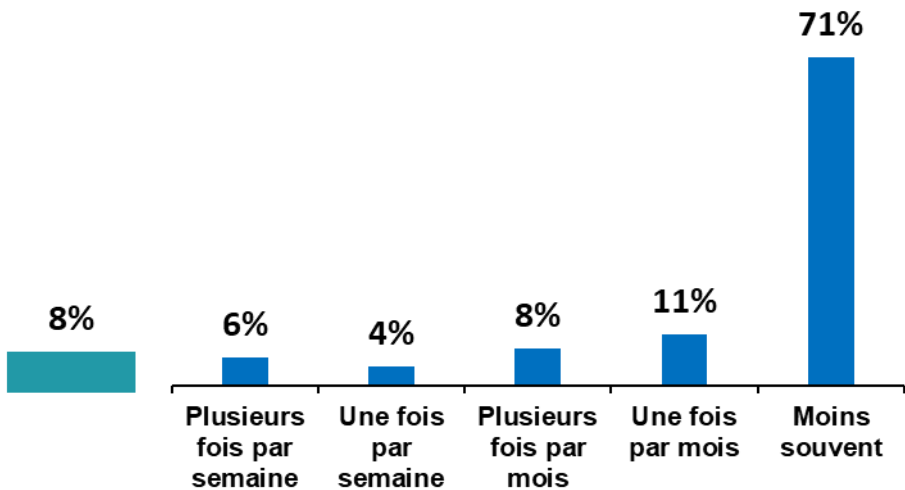
Fréquence de consommation de poulet frais



Du poulet frais importé / local, vous en consommez environ tous les combien ?

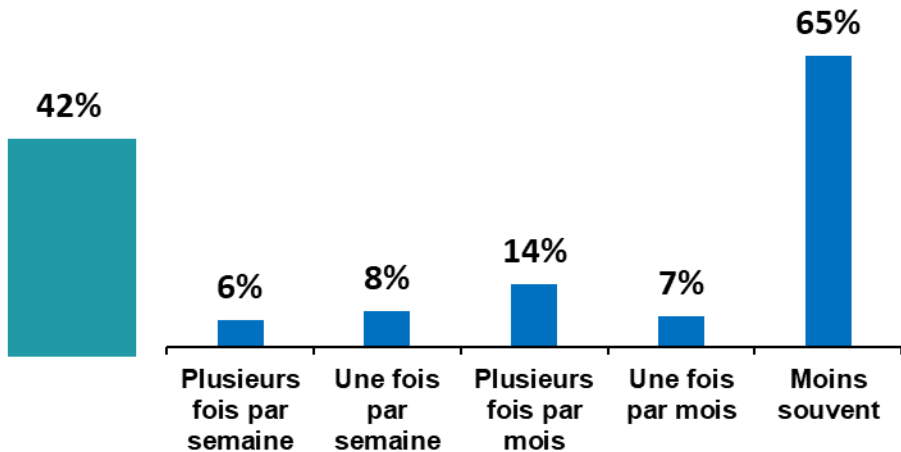
Rappel
Pénétration
conso. import

Import



Rappel
Pénétration
conso. locale

Local

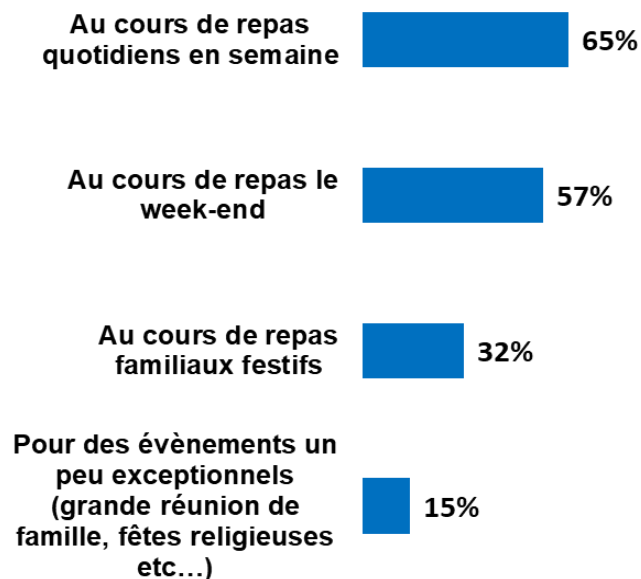


Moments de consommation de poulet frais



Aux acheteurs de poulet frais importé et / ou local

Quelles sont les occasions, les moments dans lesquels vous consommez le plus souvent du poulet frais ?





Circuits d'achat

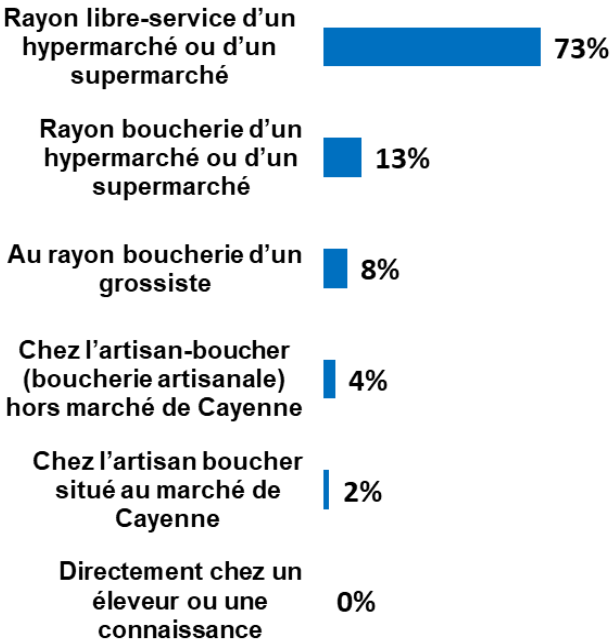
- Les circuits d'achat du poulet local sont plutôt diversifiés. Outre le rayon libre-service des GMS, l'achat chez un éleveur ou une connaissance serait assez fréquent. L'achat sur le marché et en rayon-boucherie de GMS sont aussi mentionnés de façon significative.
- A la différence des autres viandes, l'achat en boucherie artisanale serait moins présent dans les habitudes.
- Le poulet importé est avant tout acheté en GMS, en rayon libre-service au premier chef.

Lieux d'achat de poulet frais

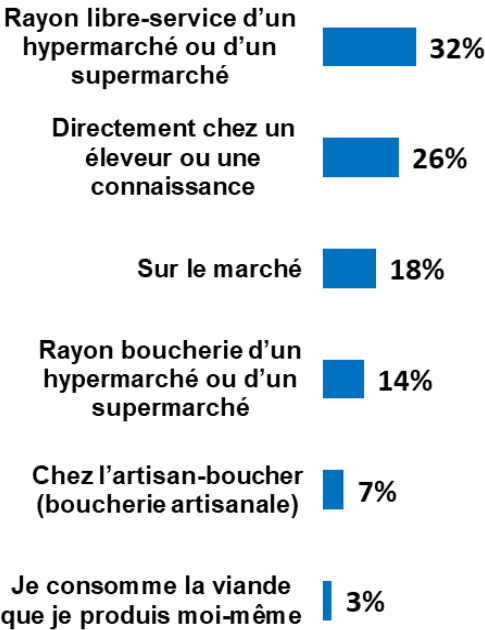


Le plus souvent, où vous procurez-vous votre poulet frais importé / local ?

Import



Local





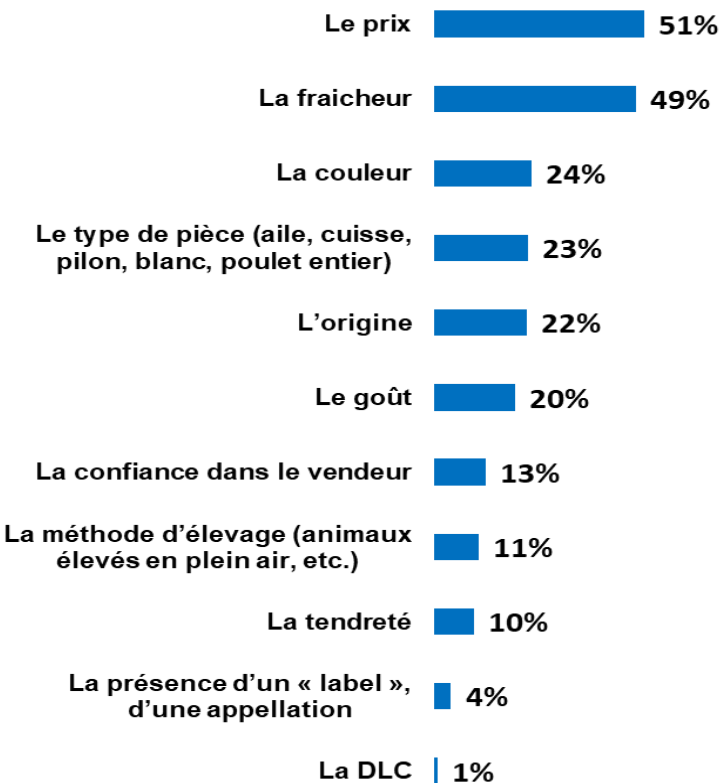
Critères d'achat et types de pièces achetées

- Fraîcheur et prix sont de très loin les deux critères d'achat du poulet frais.
- Origine, type de pièce, couleur et goût sont ensuite mentionnés quasi ex aequo.
- Poulet entier et cuisse sont les deux catégories que les interviewés déclarent acheter le plus souvent.

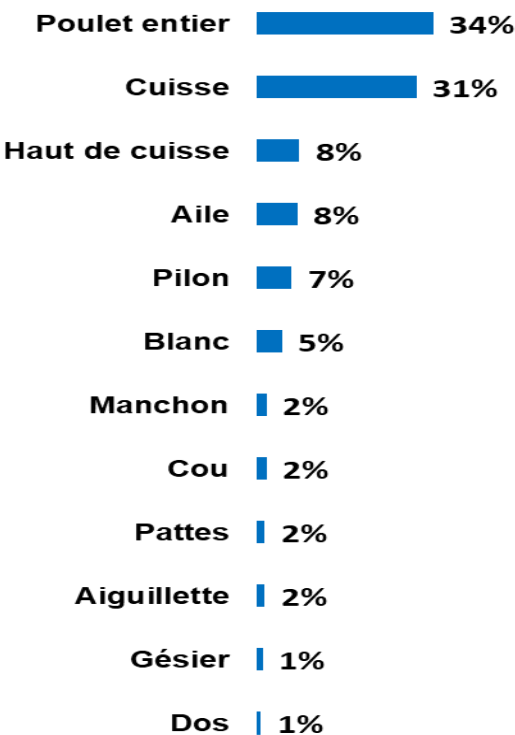


Aux acheteurs de poulet frais importé et / ou local

D'une façon générale, lorsque vous achetez du poulet frais, quels sont les critères de choix les plus importants pour vous ?



Types de pièces ou de morceaux que l'on déclare consommer le plus souvent :



Comportements de consommation et d'achat

3-4 Le mouton ou l'agneau



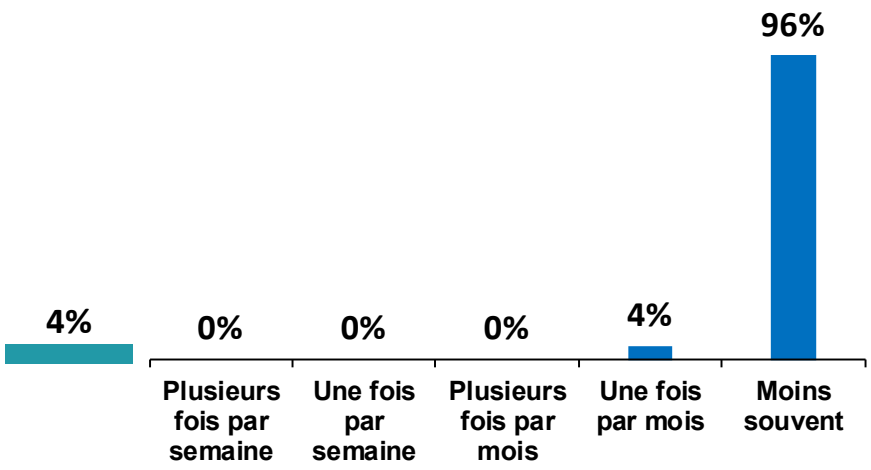
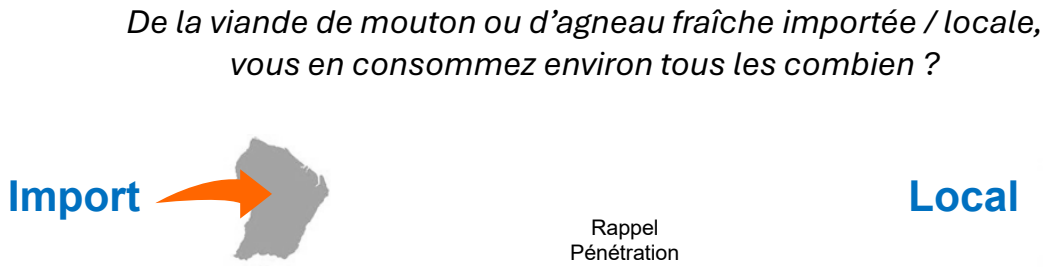
Fréquence d'achat, circonstances de consommation

- La consommation de mouton/agneau frais est très peu diffusée et sa consommation serait très occasionnelle.
- Le mouton/agneau frais est d'abord associé à une consommation liée à des circonstances à caractère festif ou bien le week-end.

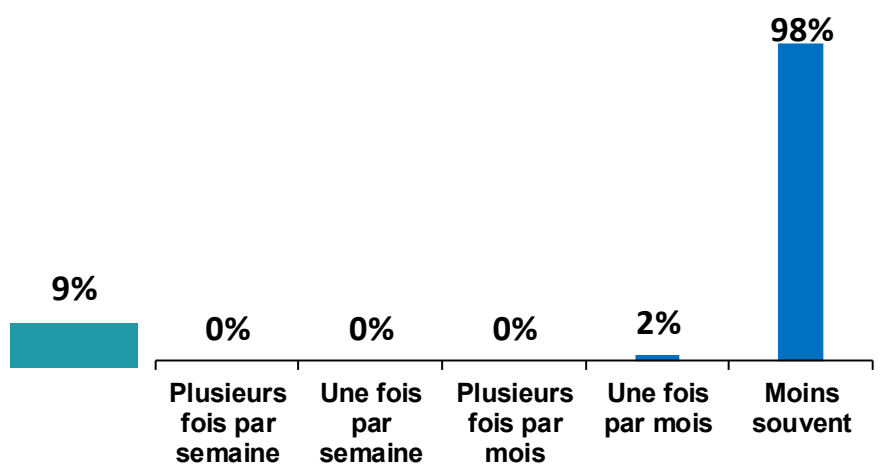
Fréquence de consommation de la viande de mouton ou d'agneau fraîche



Rappel
Pénétration
conso. import



Rappel
Pénétration
conso. locale

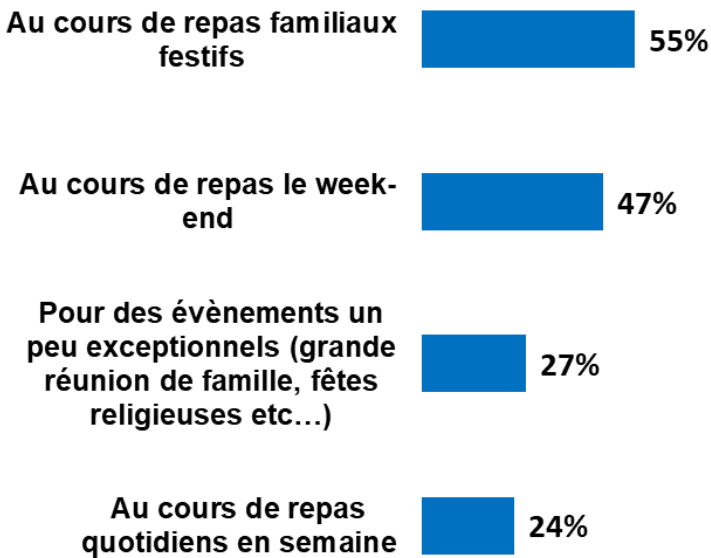


Moments de consommation de la viande de mouton ou d'agneau fraîche



Aux acheteurs de viande fraîche de mouton ou d'agneau importée et / ou locale

Quelles sont les occasions, les moments dans lesquels vous consommez le plus souvent de la viande de mouton ou d'agneau fraîche ?





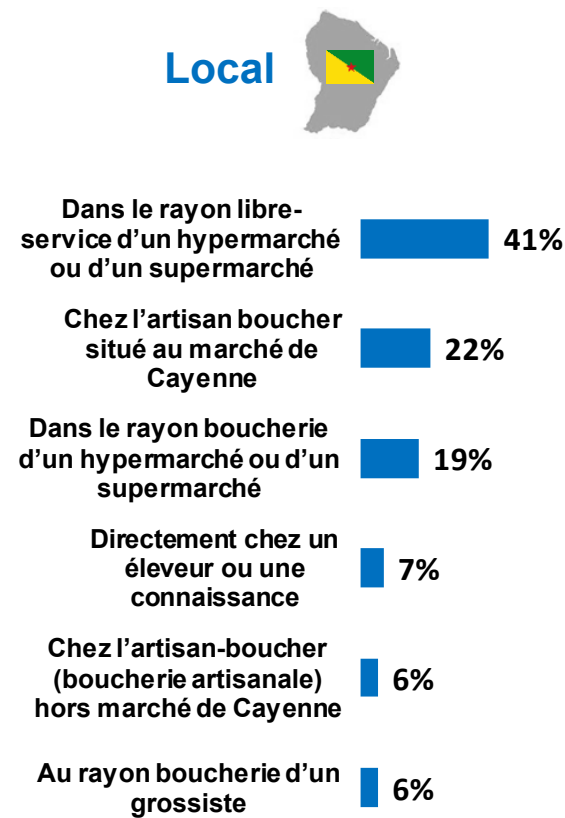
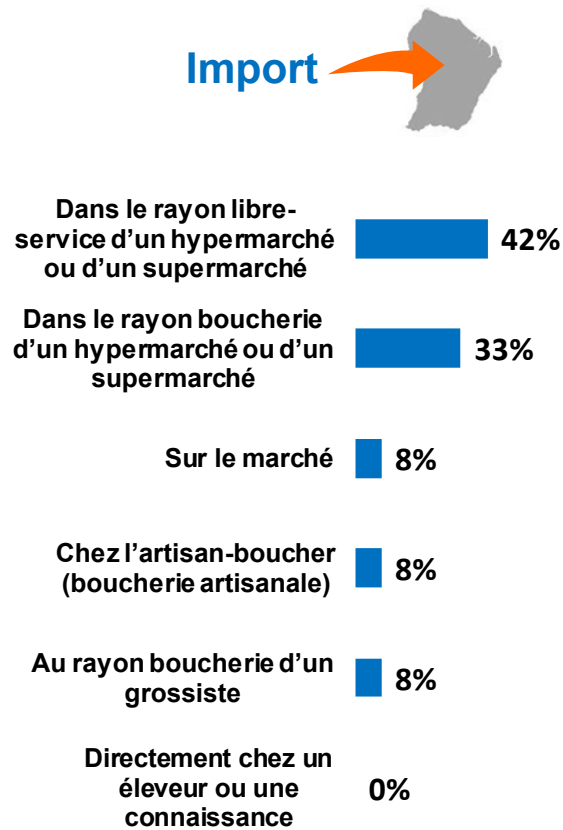
Circuits d'achat

- Concernant la viande locale, outre le rayon libre-service des GMS, l'achat chez l'artisan-boucher sur le marché ou hors marché est mentionné avec l'achat en boucherie de GMS.
- L'achat chez l'éleveur est aussi mentionné par certains.
- Le mouton/agneau importé est avant tout acheté en GMS, en rayon libre-service au premier chef.

Lieux d'achat de la viande de mouton ou d'agneau fraîche



Le plus souvent, où vous procurez-vous votre viande de mouton ou d'agneau fraîche importée / locale ?





Critères d'achat et types de pièces achetées

- Là aussi, la fraîcheur est le premier critère de choix, loin devant les autres.
- Prix, origine, goût, type de pièce et couleur sont ensuite mentionnés de façon assez groupée.
- Le gigot est mentionné parmi les pièces achetées le plus souvent. Viennent ensuite l'épaule, le carré et le collier.

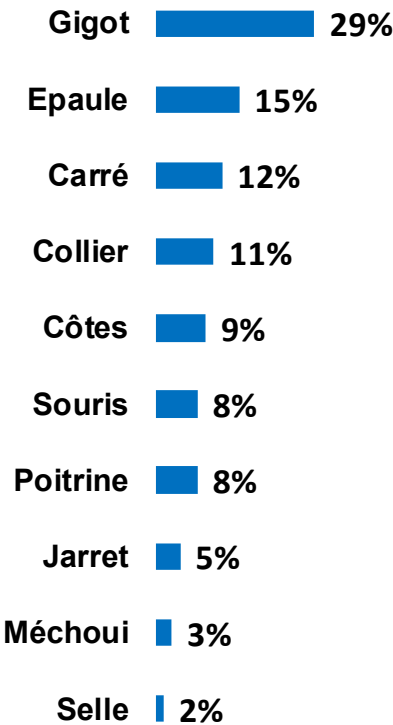
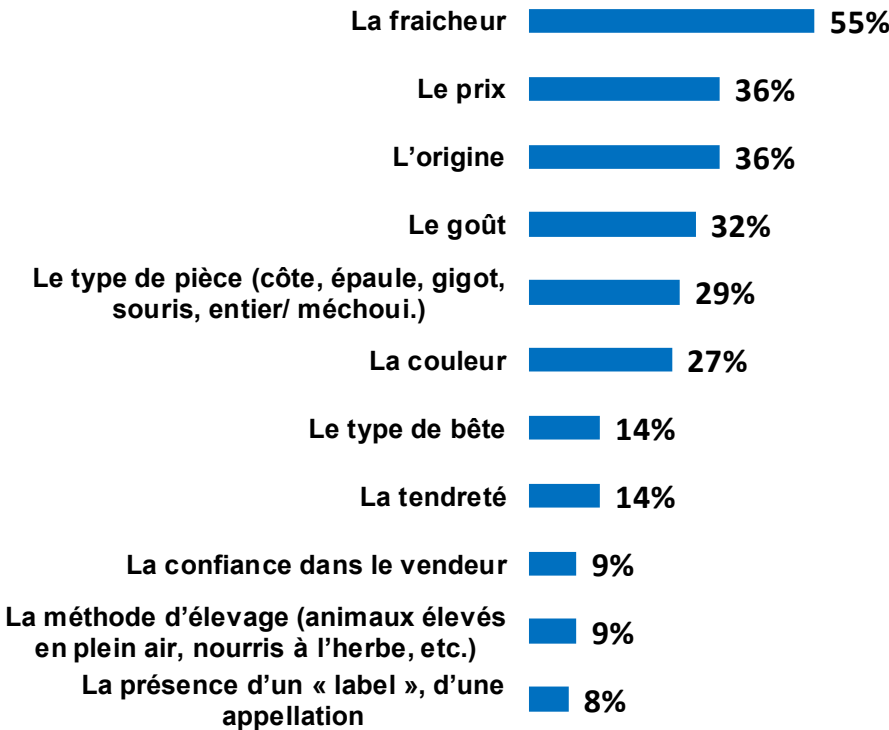
Critères de choix de la viande de mouton ou d'agneau fraîche



Aux acheteurs de viande fraîche de mouton ou d'agneau importée et / ou locale

D'une façon générale, lorsque vous achetez de la viande de mouton ou d'agneau fraîche, quels sont les critères de choix les plus importants pour vous ?

Types de pièces ou de morceaux que l'on déclare consommer le plus souvent :



3-5 Les œufs

Fréquence d'achat et profils consommateurs

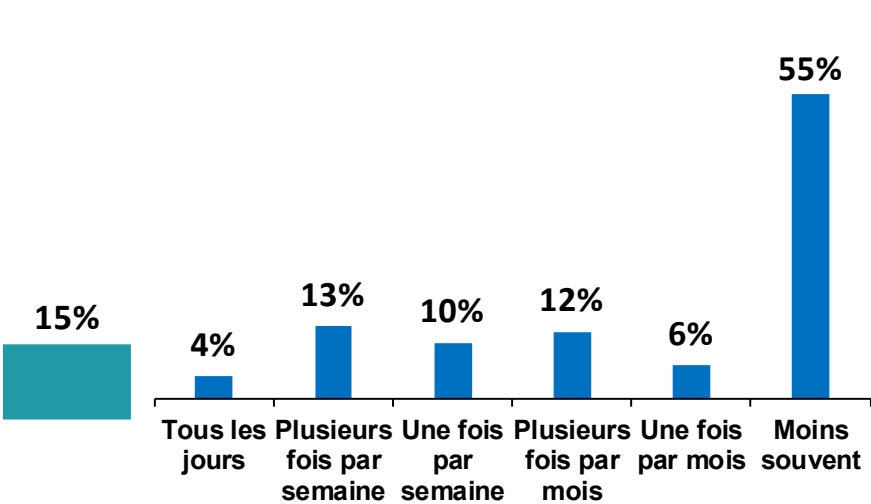
- La consommation d'œufs est très largement diffusée avec une forte domination de la production locale.
- La consommation d'œufs s'inscrirait dans une consommation très régulière.

Fréquence de consommation d'œufs frais

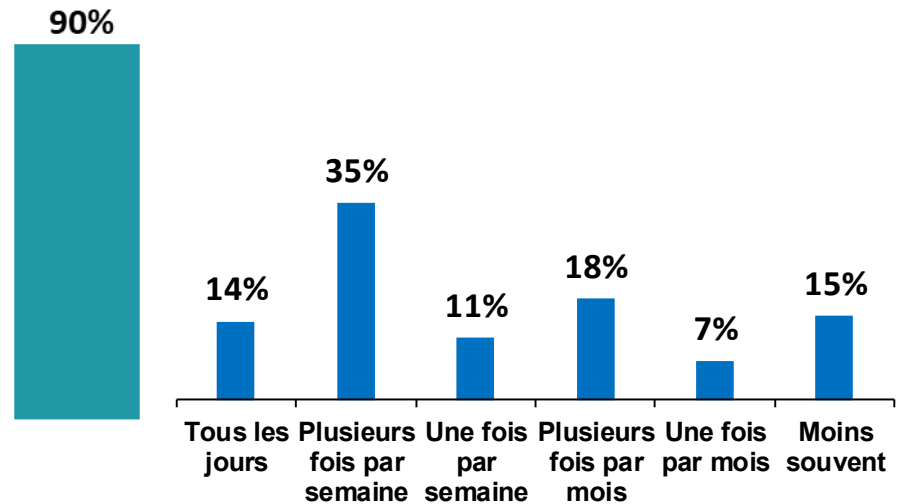


Des œufs frais importés / locaux, vous en consommez environ tous les combien ?

Rappel
Pénétration
conso. import



Rappel
Pénétration
conso. locale



Moments de consommation d'œufs frais



Aux acheteurs d'œufs frais importés et / ou locaux

Quelles sont les occasions, les moments dans lesquels vous consommez le plus souvent des œufs frais ?

Au cours de repas
quotidiens en semaine 75%

Au cours de repas le week-
end 40%

Au cours de repas
familiaux festifs 17%

Pour des évènements un
peu exceptionnels (grande
réunion de famille, fêtes
religieuses etc...) 6%

Circuits d'achat

- Les achats d'œufs locaux se partageraient à parts quasi égales entre la GMS, le marché et le producteur/connaissance.
- Alors que l'achat en GMS prédomine très largement pour l'import.

Lieux d'achat d'œufs frais



Le plus souvent, où vous procurez-vous vos œufs frais importés / locaux ?

Import



Rayon libre-service
d'un hypermarché ou
d'un supermarché



81%

Sur le marché



13%

Directement chez un
éleveur ou une
connaissance

1%

Local



Dans le rayon libre-
service d'un
hypermarché ou d'un
supermarché



37%

Directement chez un
éleveur ou une
connaissance



31%

Sur le marché



31%

Je consomme les
œufs que je produis
moi-même

1%

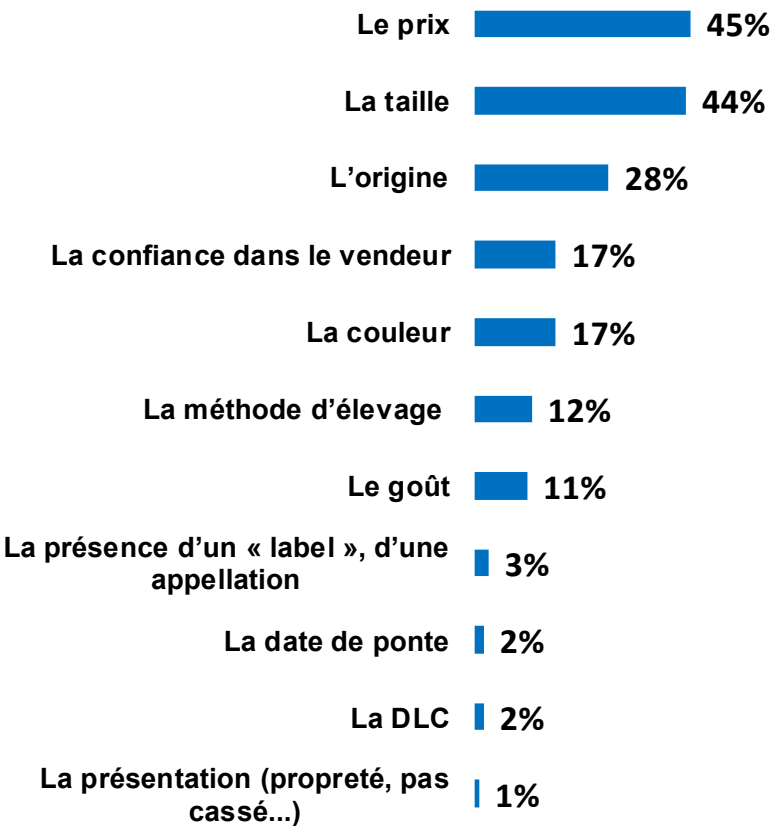
Critères d'achat

- La taille et le prix sont les principaux critères d'achat des œufs, devant l'origine et la confiance dans le vendeur.



Aux acheteurs d'œufs frais importés et / ou locaux

D'une façon générale, lorsque vous achetez des œufs frais, quels sont les critères de choix les plus importants pour vous ?



Orientations d'actions



- **Fraîcheur et prix : deux critères-clé à prendre en compte dans la réflexion marketing sur la valorisation de la production locale.**
- **L'origine est en bonne place dans les critères de choix, un point sur lequel il faudra capitaliser**
- **Complémentarité des circuits GMS / artisans à prendre en considération dans la réflexion marketing sur la valorisation de la production locale.**
- **La production locale dispose de toute la légitimité pour être valorisée dans des circonstances de consommation relativement diversifiées.**

04 Image comparée de la production locale par rapport à l'import



**Globalement, la production locale
bénéficie d'une meilleure image qualitative
et gustative que l'import**





Globalement, la production locale (viande et œufs) bénéficie d'une meilleure image qualitative et gustative que l'import

- **La production locale bénéficie d'une meilleure image qualitative que l'import :**

Selon la production, entre 60% et 65% des interviewés considèrent que les différentes catégories de viandes et les œufs produits en Guyane sont de meilleure qualité.

Seuls 4 à 10% des interviewés considèrent que la production locale est de qualité inférieure à l'import.

Hormis le bœuf qui suscite davantage de réserves ou de non-réponses, un quart à un cinquième considère que la production locale est de qualité comparable à l'import.

- **Fraîcheur et qualité gustative sont les deux principaux atouts associés à la production locale :**

La fraîcheur arrive loin devant les autres critères ; le goût vient ensuite en deuxième position.

- **La couleur et le fait de mieux maîtriser l'origine du produit sont les autres atouts associés à la production locale.**



Globalement, la production locale (viande et œufs) bénéficie d'une meilleure image qualitative et gustative que l'import (suite)

- **Prix trop élevé et tendreté insuffisante sont les deux principales réserves émises en relation avec la viande locale :**

Le prix trop élevé est mentionné par 21 à 30% des interviewés selon la catégorie de viande ; 34% concernant les œufs.

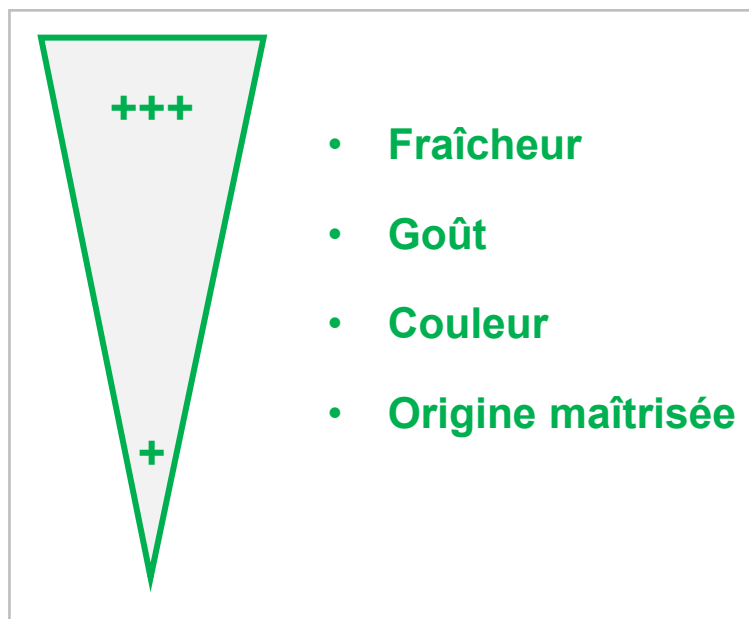
La tendreté insuffisante est mentionnée par 41% des interviewés concernant le mouton, 33% pour le poulet, 28% pour le porc et 21 % pour le bœuf.

- **Dans une moindre mesure :**

18% des interviewés mentionnent aussi le caractère trop gras concernant la viande de porc. Notons enfin que 13 à 24% des interviewés mentionnent les conditions d'élevage selon la viande considérée et 22% concernant les œufs.

Globalement, la production locale bénéficie d'une meilleure image qualitative et gustative que l'import (suite)

Points forts



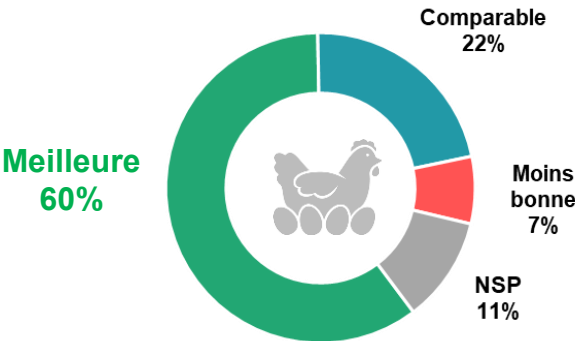
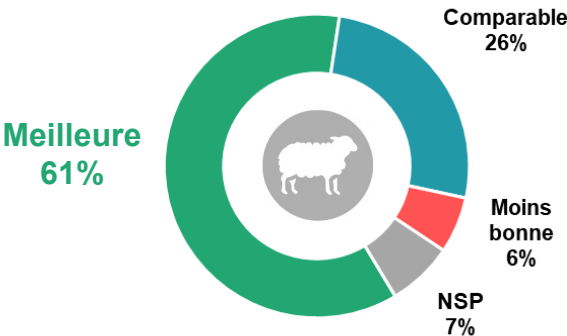
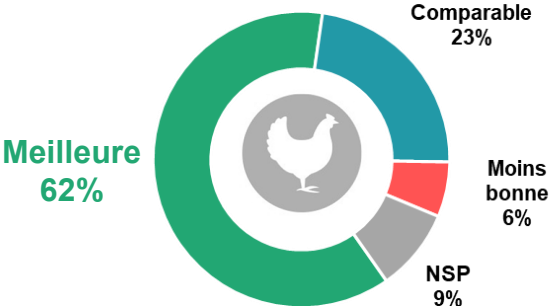
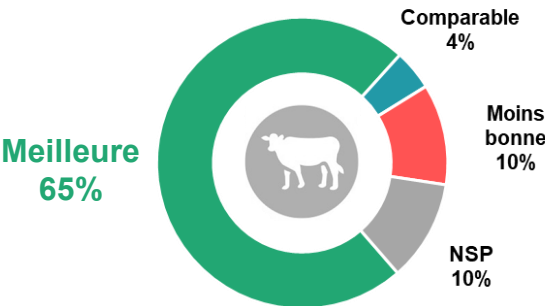
Points faibles



Perception comparée import VS local

Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

Parlons plus particulièrement de la viande de (---) produite localement, ici en Guyane. Vous diriez que la viande de (---) fraîche produite en Guyane est de meilleure qualité, de qualité comparable ou bien de moins bonne qualité que la viande de (---) fraîche importée ?

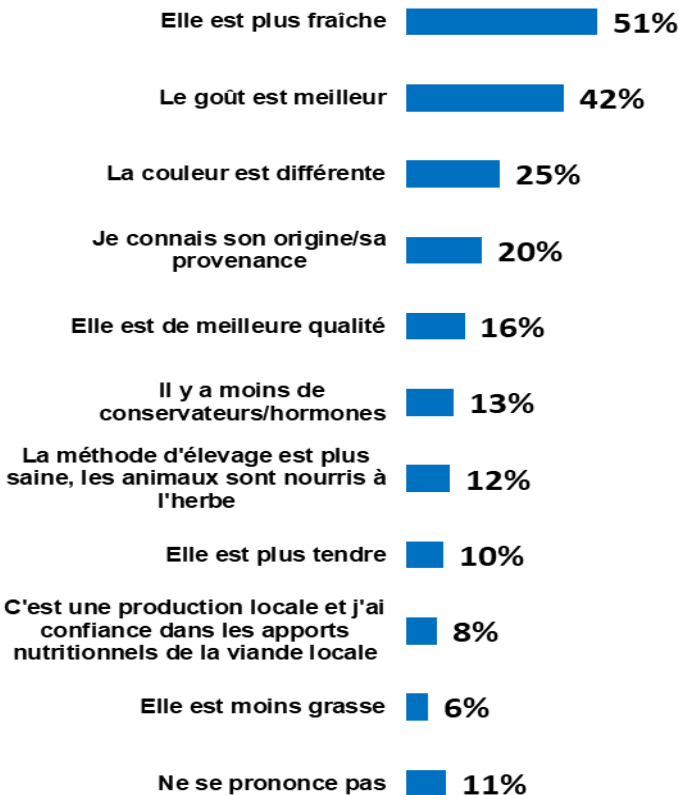


Points forts et points faibles de la viande de bœuf fraîche locale

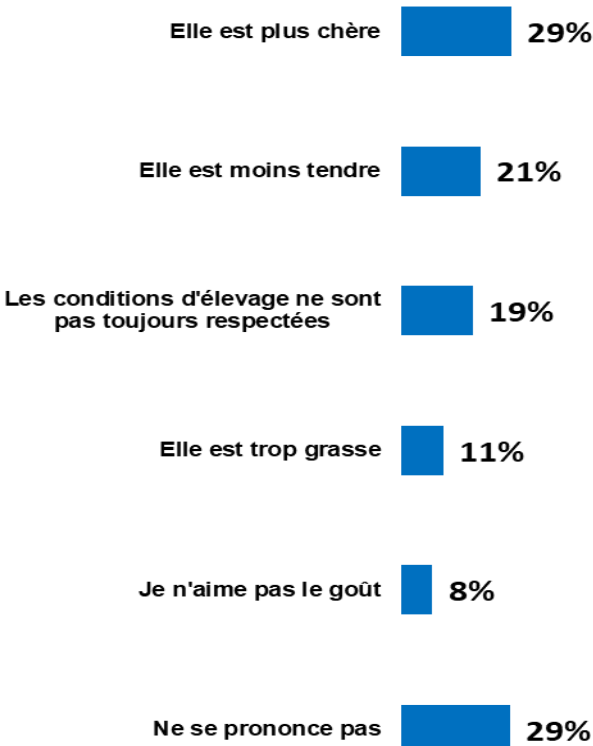


Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

Pour ce que vous en savez, qu'est-ce que la viande de bœuf locale a de mieux que la viande importée ?



Pour ce que vous en savez, qu'est-ce que la viande de bœuf locale a de moins bien que la viande importée ?

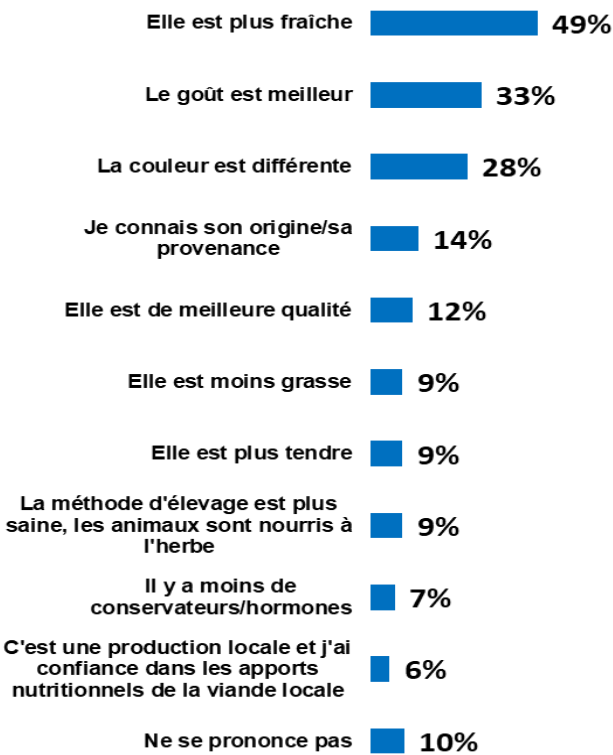


Points forts et points faibles de la viande de porc fraîche locale

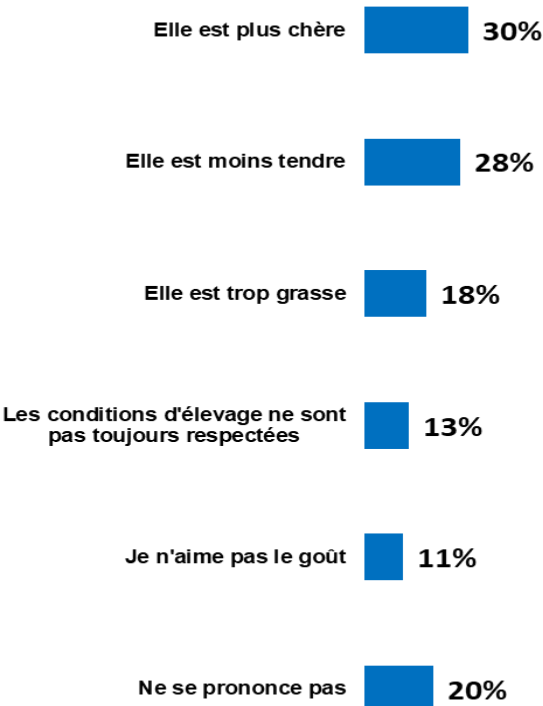


Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

Pour ce que vous en savez, qu'est-ce que la viande de porc locale a de mieux que la viande importée ?



Pour ce que vous en savez, qu'est-ce que la viande de porc locale a de moins bien que la viande importée ?



Points forts et points faibles du poulet frais local

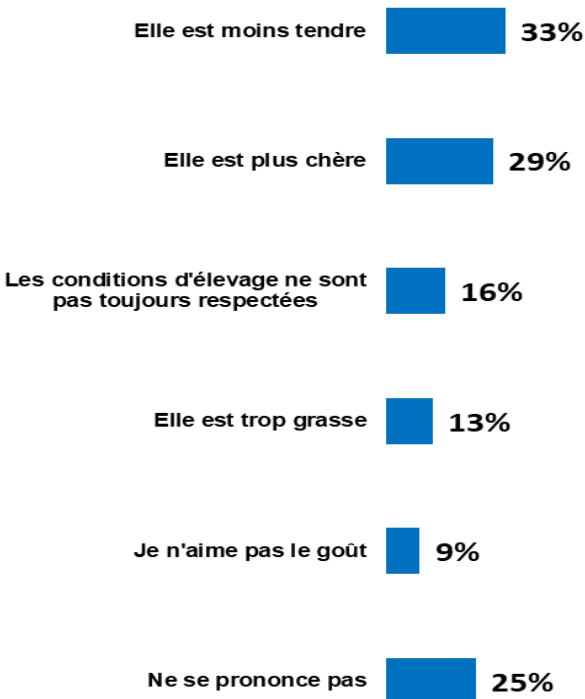


Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

Pour ce que vous en savez, qu'est-ce que le poulet local a de mieux que le poulet importé ?



Pour ce que vous en savez, qu'est-ce que le poulet local a de moins bien que le poulet importé ?

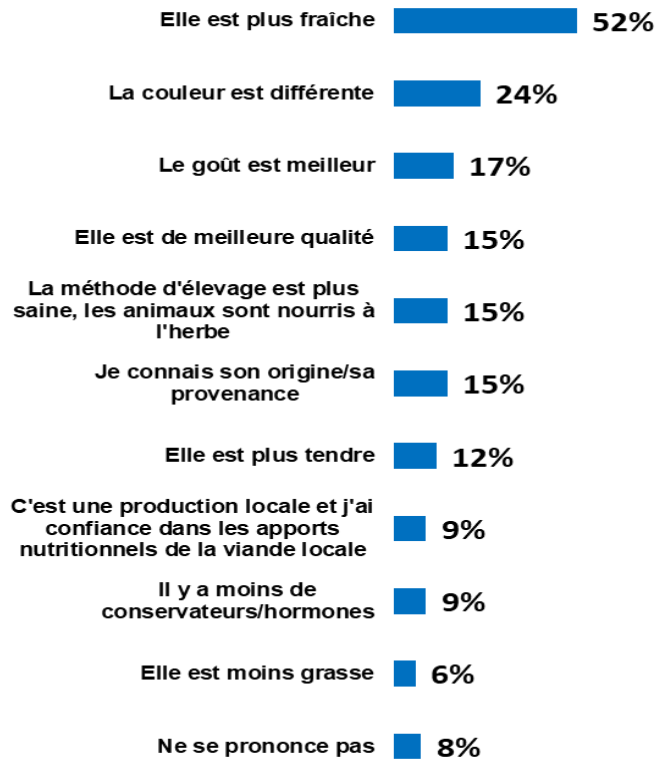


Points forts et points faibles de la viande de mouton/agneau fraîche locale

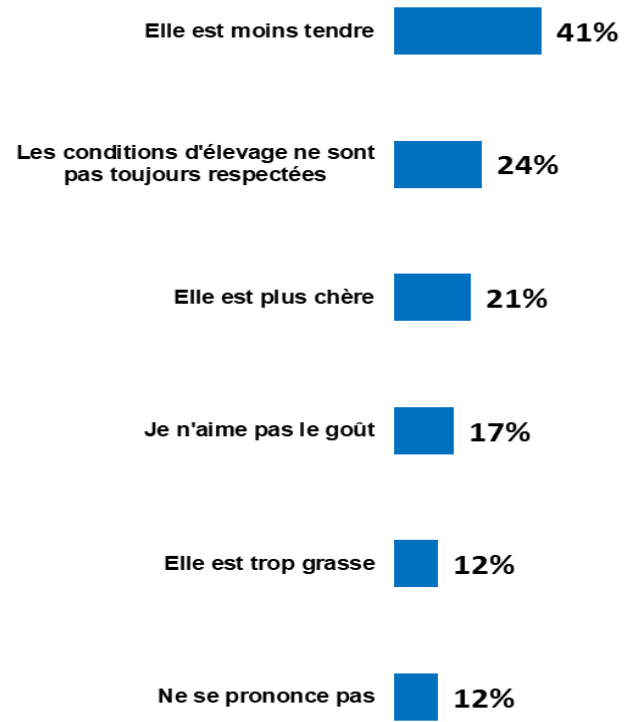


Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

Pour ce que vous en savez, qu'est-ce que la viande de mouton ou d'agneau locale a de mieux que la viande importée ?



Pour ce que vous en savez, qu'est-ce que la viande de mouton ou d'agneau locale a de moins bien que la viande importée ?

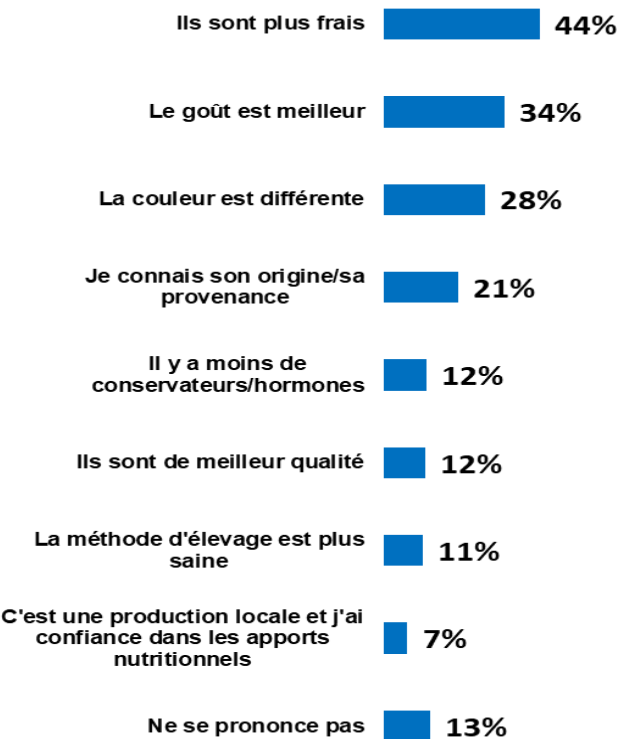


Points forts et points faibles des œufs frais locaux

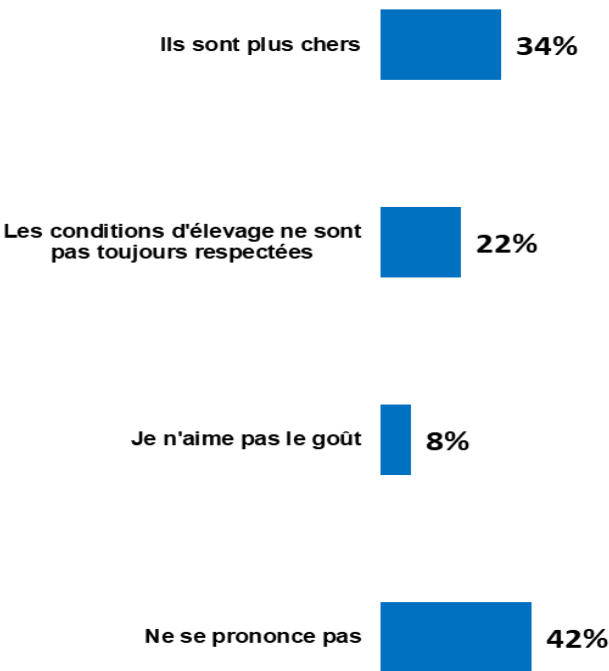


Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

Pour ce que vous en savez, qu'est-ce que les œufs locaux ont de mieux que les œufs importés ?



Pour ce que vous en savez, qu'est-ce que les œufs locaux ont de moins bien que les œufs importés ?





Leviers et freins à prendre en compte pour renforcer et capitaliser sur la préférence en faveur du local :

➤ **Les composantes d'image sur lesquelles capitaliser / import :**

- **Fraicheur**
- **Qualité gustative**
- **Visuel attractif (couleur)**
- **Proximité / origine locale**

➤ **Les freins à traiter / l'import :**

- **Le prix**
- **La tendreté**
- **Les conditions d'élevage**
- **Porc = trop gras**

05

Motifs de non-achat



Quatre motifs de non-achat de la viande fraîche locale



Quatre motifs de non-achat de la viande fraîche locale

- **Le prix est le premier motif de non-consommation de viande fraîche tant locale qu'importée :**

Cela concerne un quart à la moitié des interviewés selon les cas de figure.

Pour toutes les catégories de viande, le prix est mentionné comme un frein à la consommation par plus de 40% des interviewés. Seuls les œufs restent en dessous de ce seuil (28%).

- **Concernant la viande produite localement, le manque de disponibilité est une réserve récurrente :**

Ceci concerne notamment la viande de bœuf et les œufs (28%), le poulet (18%), le porc (17%). Le mouton serait moins concerné par ces réserves.

- **Porc, poulet, mouton et œufs souffrent parfois d'un certain manque de confiance de la part des consommateurs :**

Respectivement, 10%, 13%, 9% et 22% des interviewés manifestent leur manque de confiance pour ces produits.

Quatre motifs de non-achat de la viande fraîche locale (suite)

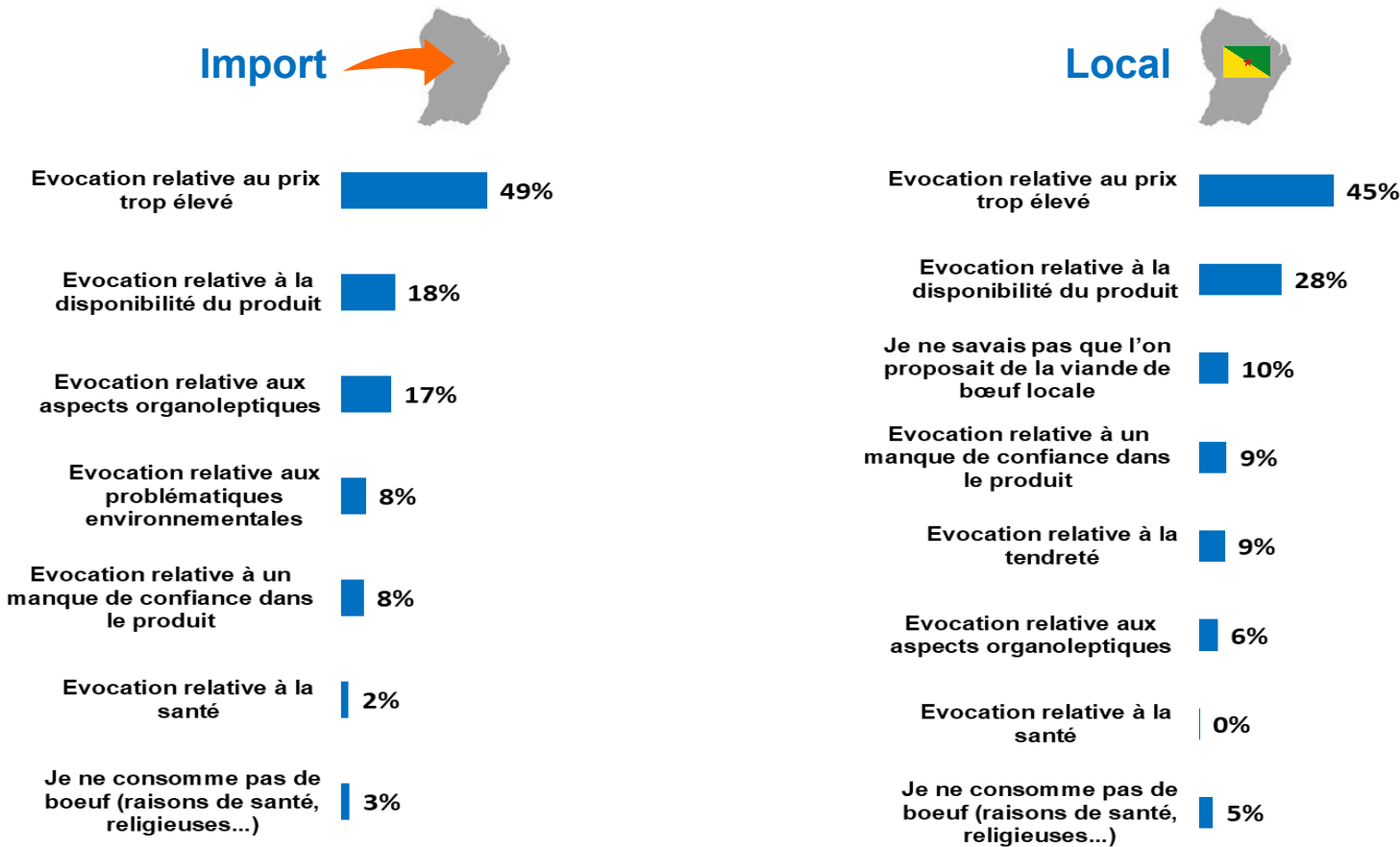
- **Concernant plus particulièrement la viande locale de bœuf et de poulet, la méconnaissance de la production locale est aussi un frein à la consommation :**

Respectivement 10% et 11% des interviewés concernés déclarent ne pas savoir qu'il y avait une production locale de viandes de bœuf et de poulet.

Motifs de non-achat de la viande de bœuf fraîche



Pour quelles raisons n'achetez-vous pas ou peu de viande de bœuf fraîche importée / locale ?

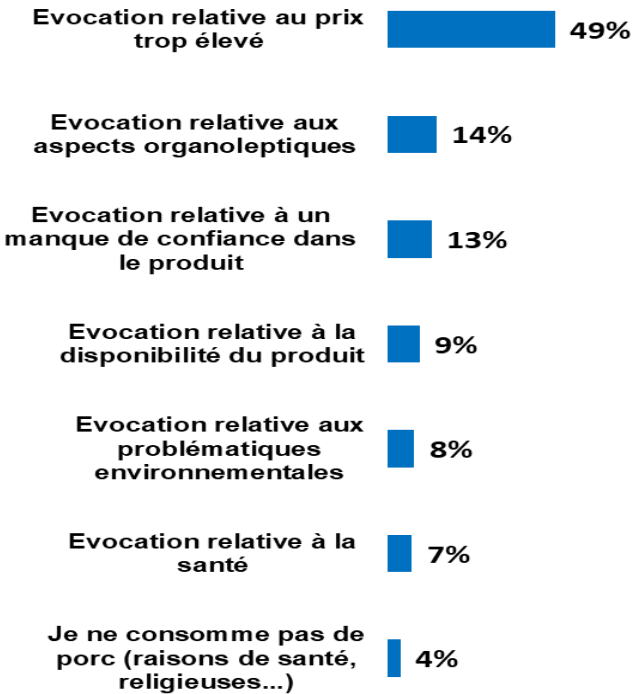


Motifs de non-achat de la viande de porc fraîche

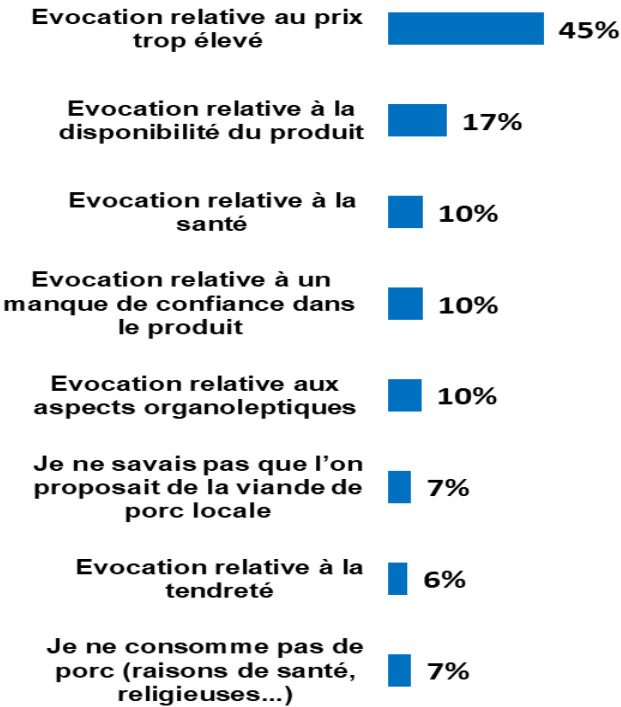


Pour quelles raisons n'achetez-vous pas ou peu de viande de porc fraîche importée / locale ?

Import



Local

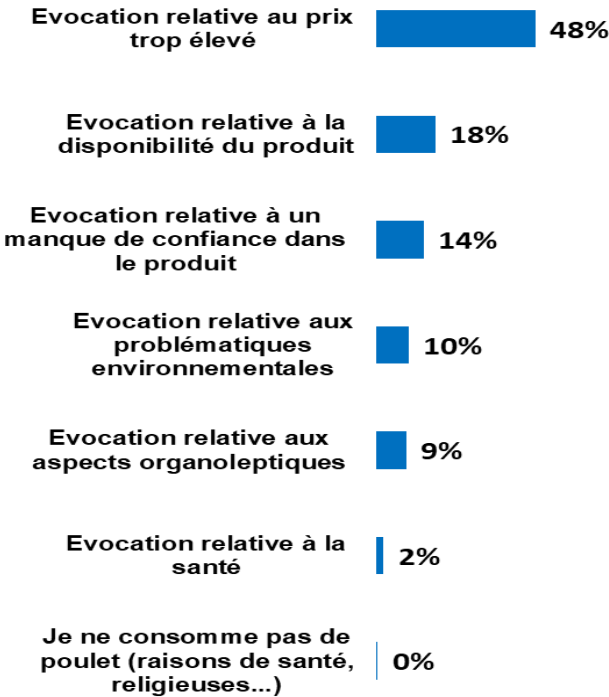


Motifs de non-achat de poulet frais

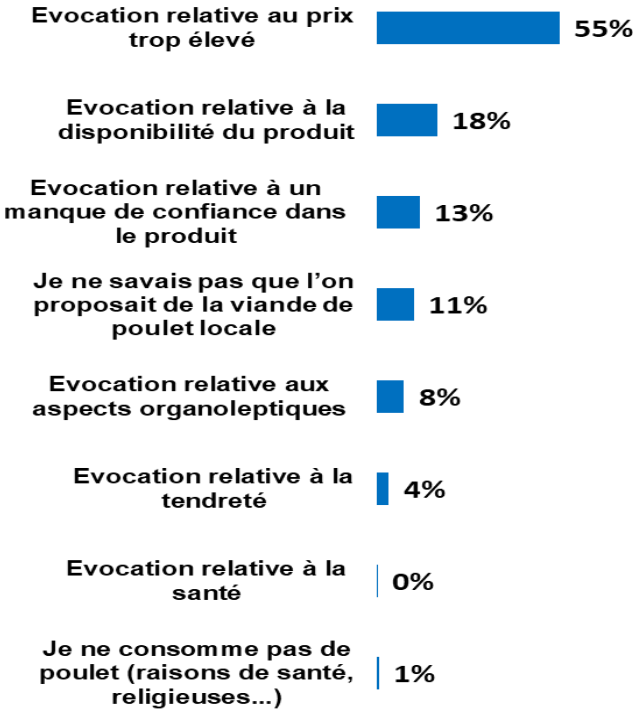


Pour quelles raisons n'achetez-vous pas ou peu de viande de poulet fraîche importée / locale ?

Import



Local

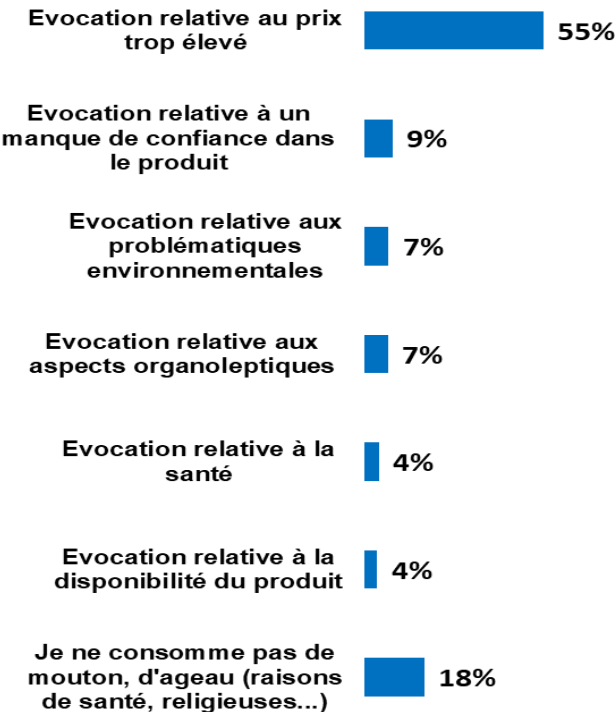


Motifs de non-achat de la viande de mouton/agneau fraîche



Pour quelles raisons n'achetez-vous pas ou peu de viande de mouton ou d'agneau fraîche importée / locale ?

Import



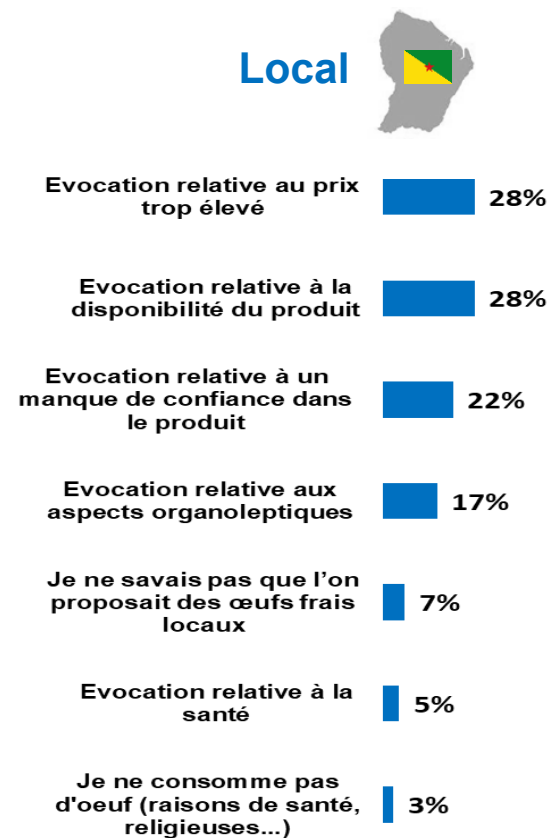
Local



Motifs de non-achat d'œufs frais



Pour quelles raisons n'achetez-vous pas ou peu d'œufs frais locaux ?



Echantillon : 60 interviewés
Total > à 100 car plusieurs réponses possibles



Quatre leviers pour inciter les non-acheteurs à l'achat de la viande locale :

- Le **prix** est un motif de non-achat commun au local et à l'import.

Développer une argumentation qui légitime le prix de la viande locale : qualités intrinsèques, modes d'élevage, proximité avec les producteurs, traçabilité, etc...

- Dans la mesure du possible, s'assurer de la **disponibilité des produits** dans les circuits de distribution.
- Identifier les raisons qui peuvent conduire certains consommateurs à exprimer leur **manque de confiance** dans certains produits.
- Continuer à **faire connaître les filières de production locales** ; certains consommateurs n'étant pas informés de l'existence de certaines d'entre-elles.

06

Le logo :
un levier d'adhésion ?



Un logo qui manque de force de conviction.





Un logo qui manque de force de conviction

- **Un logo qui manque de puissance évocatoire quant à l'origine du produit :**

Certes, 78% des interviewés déclarent que la représentation graphique du logo évoque une production originaire de Guyane, mais ils ne sont que 25% à être « tout à fait d'accord » sur le sujet. Selon nous, la représentation graphique évoque de façon générique un environnement équatorial et non spécifiquement celui de la Guyane.

- **Un label qui n'inspire pas suffisamment confiance :**

26% des interviewés déclarent en effet que le label n'inspire pas confiance.

- **De fait, le label n'incite pas suffisamment à l'achat :**

21% des interviewés déclarent que le label ne les incite pas à l'achat.



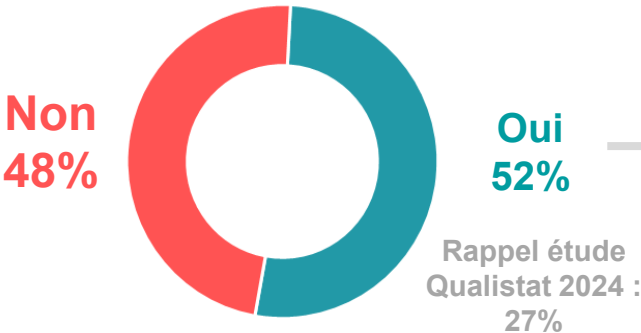
Rappel

Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

Savez-vous s'il existe un label associé à la viande fraîche produite en Guyane ?



Connaissez-vous ce label :
(Présentation du logo)
« produit issu de l'élevage de Guyane » ?



L'avez-vous déjà vu sur un lieu de vente ?

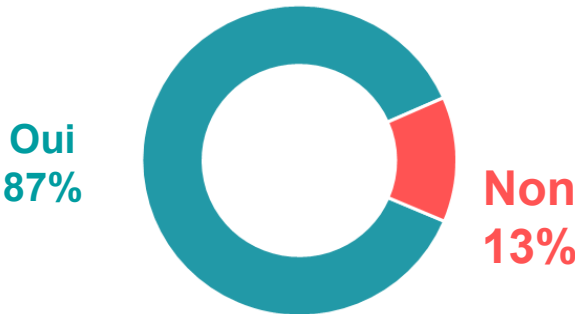
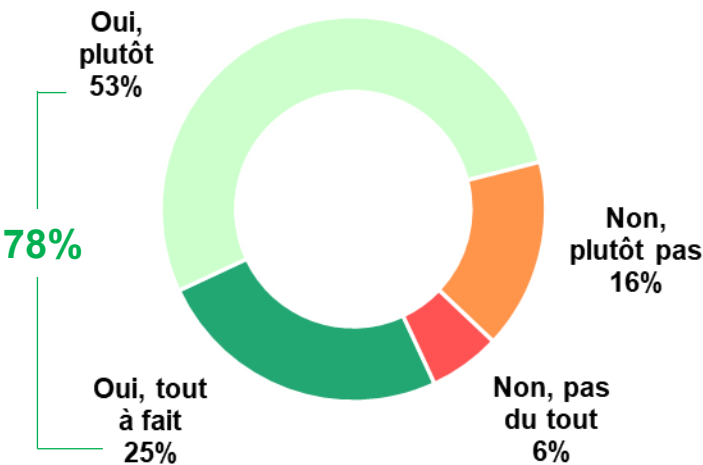


Image induite par la représentation graphique du label

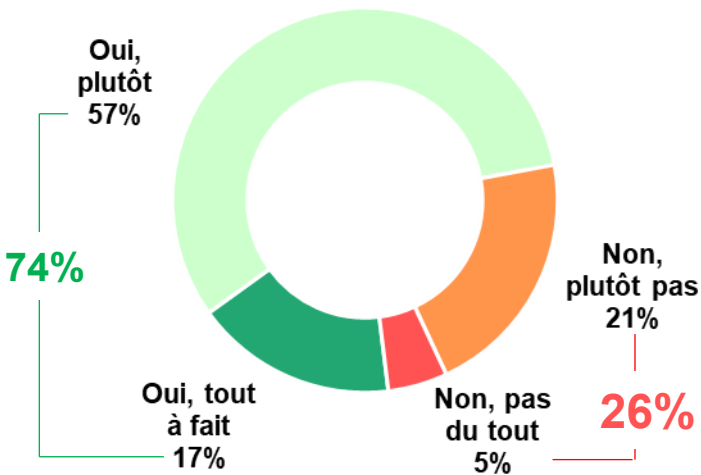


Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

Selon vous, lorsque l'on regarde ce logo, est-ce que l'on comprend bien qu'il s'agit de viande produite en Guyane ? Vous diriez :



Ce label vous inspire-t-il confiance ?

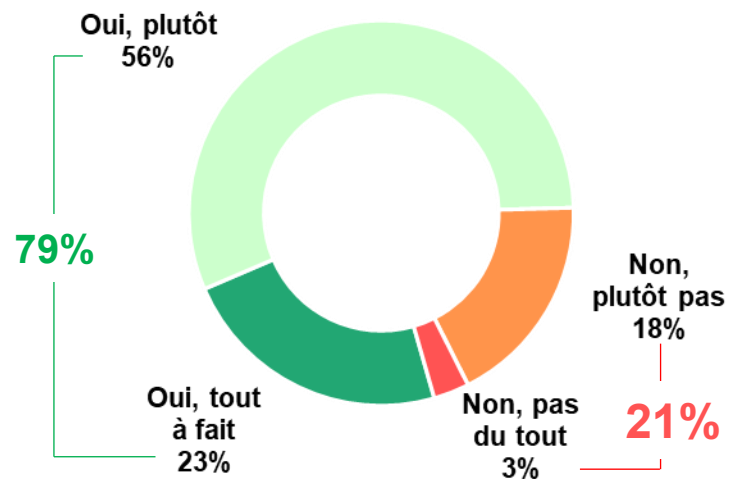


Le label : levier d'incitation à l'achat ?



Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

Ce label vous incite-t-il à acheter de la viande fraîche produite en Guyane ?



Pour autant,
le principe du logo suscite bien l'intérêt des interviewés
au regard des garanties qu'ils lui associent

En premier lieu

Garantie sur l'origine

Mais aussi, garantie sur :

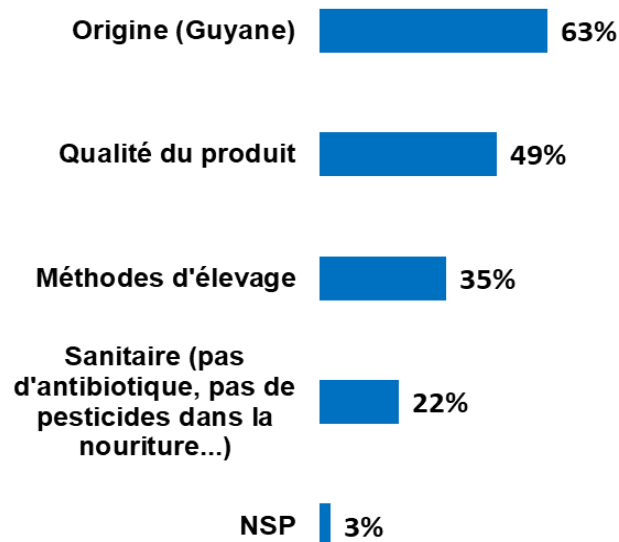
- sur la qualité
- les méthodes d'élevage
- et les conditions sanitaires



Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

Selon vous, quelles garanties les éleveurs de Guyane veulent-ils offrir aux consommateurs avec ce label ?

- Réponses spontanées -





- **L'intérêt et la légitimité du logo ne sont pas remis en cause, mais selon nous, son design n'est pas suffisamment évocateur des valeurs qu'on souhaite lui voir véhiculer.**
- **Repenser le design du logo afin :**
 - **qu'il soit davantage spécifiquement évocateur de la Guyane**
 - **d'inspirer plus fortement la notion de confiance**

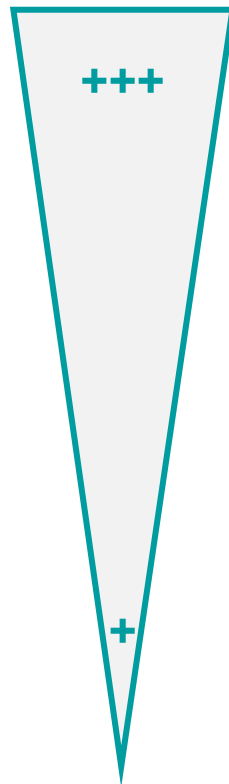
07

Quelles sont les attentes
des consommateurs ?



Des attentes communes aux différentes catégories de produits qui permettent d'envisager une démarche marketing transversale

Des attentes communes aux différentes catégories de produits qui permettent d'envisager une démarche marketing transversale

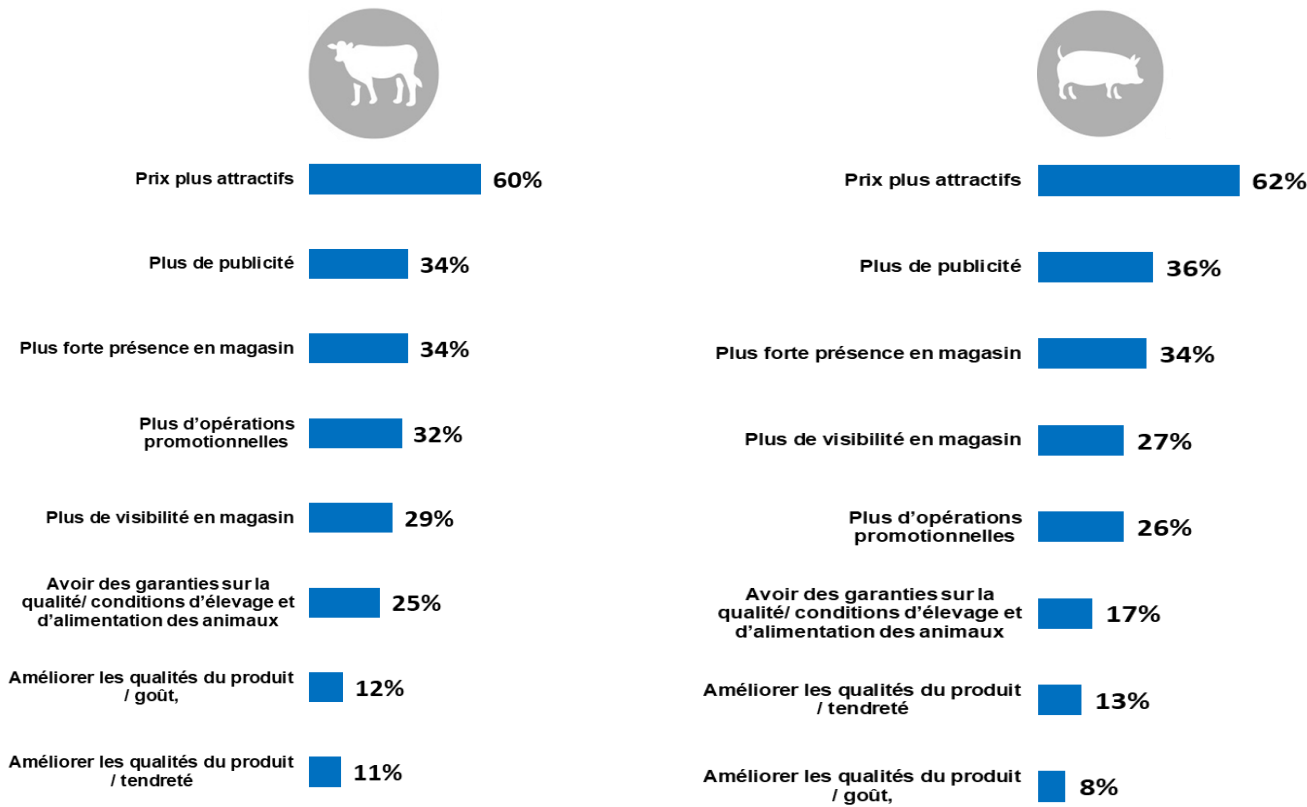


- Prix plus attractifs
- Davantage de publicités
- Plus forte présence/ visibilité en magasin
- Davantage de promotions
- Plus de garanties sur qualité et conditions d'élevage
- Améliorer la qualité des produits (Goût-tendreté)

Les attentes exprimées par les consommateurs

Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale

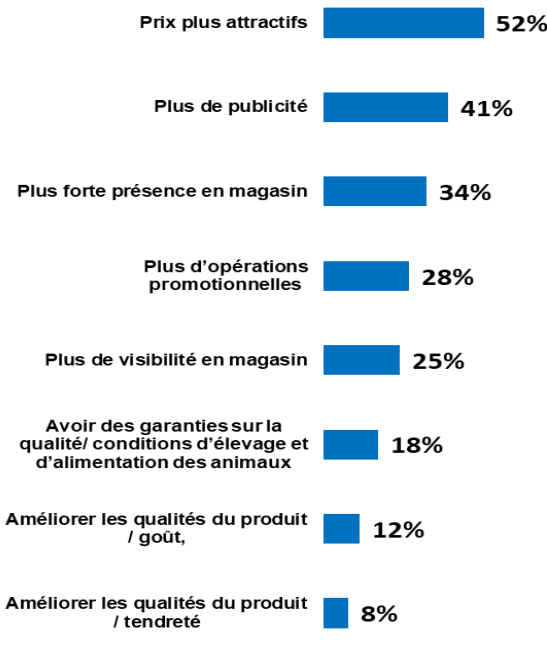
Que faudrait-il vous proposer, que faudrait-il faire pour que vous ayez envie de consommer (davantage) la viande de bœuf / porc locale ?



Les attentes exprimées par les consommateurs

Aux acheteurs de viande fraîche importée et / ou locale - œufs importés et / ou locaux

Que faudrait-il vous proposer, que faudrait-il faire pour que vous ayez envie de consommer (davantage) de viande poulet / mouton locales / œufs locaux ?





Des attentes qui confirment :

- **La centralité de la problématique de l'accessibilité financière (politique de prix, politique promotionnelle).**
- **Le besoin, de la part des consommateurs, d'une meilleure valorisation et visibilité de la production locale.**
- **Les exigences en matière de qualité (production - produit) à l'égard de la production locale.**

Enseignements-clés et recommandations



- Viandes et œufs : des produits dont l'origine est encore trop souvent difficile à bien identifier.
- Or, bien que sa notoriété soit en progression, le logo qui désigne la production locale n'est pas encore largement connu et manque de force d'adhésion.
- La consommation de viande fraîche serait occasionnelle, voire très occasionnelle et concernerait environ la moitié ou moins de la population selon les catégories considérées. La consommation d'œufs en général et d'œufs locaux en particulier serait, quant à elle, largement diffusée et inscrite dans une consommation régulière.
- Les consommateurs déclarent consommer plus souvent de la viande fraîche locale que de la viande fraîche importée. Globalement, la production locale bénéficie d'une meilleure image qualitative et gustative que l'import.
- La valorisation de la consommation de viande fraîche peut être associée tant à des circonstances de consommation du quotidien qu'à des circonstances plus festives.
- GMS et artisans : deux circuits de distribution complémentaires.
- La fraîcheur et le prix sont les deux premiers critères d'achat. La fraîcheur est d'ailleurs le premier élément de différenciation par rapport à l'import, devant les qualités gustatives.



- L'origine est mentionnée comme un critère d'achat par environ un quart des interviewés. A ce titre, la maîtrise de l'origine est aussi un atout significatif pour le produit local. Couleur et type de pièces viennent ensuite parmi les critères d'achat.
- Prix trop élevé et tendreté insuffisante sont les deux principales réserves émises en relation avec la viande locale.
- Le caractère trop gras concernant la viande de porc et les conditions d'élevage sont aussi parfois mentionnés parmi les freins à l'achat.
- Le manque de disponibilité, le manque de visibilité, le manque de confiance voire la méconnaissance de l'existence de certaines filières sont aussi des freins à l'achat. D'ailleurs avec la question du prix, il s'agit là de sujets qui suscitent des attentes-clés en relation avec la production locale.

Recommandations





- Les enseignements de l'étude permettent d'envisager **une démarche marketing transversale** ; motivations et freins à la consommation sont largement communs aux différentes catégories de produits étudiées
- L'enjeu principal de la démarche marketing est de renforcer la place de la viande locale dans l'univers de choix des consommateurs guyanais :
 - Faire des consommateurs actuels des consommateurs plus réguliers et de les **conforter dans leur choix pour le local.**
 - **Inciter les non-consommateurs à franchir le pas.**
- Pour ce faire → Favoriser la préférence pour la viande locale en renforçant **l'identification du produit** et en donnant aux consommateurs de « bonnes raisons » **de choisir le local plutôt que l'import.**

Le local → la meilleure réponse aux attentes des consommateurs.

Orientations pour un positionnement marketing de la viande locale

Les valeurs dont la viande locale peut se prévaloir pour se différencier de l'import et susciter l'adhésion des consommateurs.

Les valeurs qui vont aussi guider les orientations du mix marketing

Des valeurs axées sur la dimension qualitative du produit permettant de légitimer le niveau prix de la viande locale :

- Fraîcheur supérieure
- Qualité gustative
- Origine locale : contrôlée, traçable et vecteur de proximité
- Sécurité et confiance (en contraste avec les imports, notamment poulet/œufs).
- Soutien à l'économie locale / fierté pour le local



La démarche s'adresse à...



...Un acheteur/consommateur qui aspire à :

- Bien manger
- Se faire plaisir (qualité gustative)
- Tout en étant rassuré sur ce qu'il consomme (fraîcheur, origine, méthodes d'élevage)
- Davantage d'accessibilité financière
- A être mieux accompagné (+ de pub, + de présence en magasin...)

...qui exprime :

- Sa préférence pour le local même s'il n'est pas toujours sûr de l'origine
- Et qui parfois se défie de l'import (ex: qualité œufs et poulet importé)

...un acheteur /consommateur qui est l'expression de la diversité socio-démographique de la Guyane.

Politique produit

➤ Renforcer l'image qualité du produit :

Capitaliser sur :

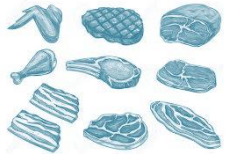
- la fraîcheur,
- les qualités gustatives,
- sa traçabilité.

Traiter les réserves sur :

- la tendreté (Formation bouchers ?, maturation ?, conseils cuisson ?)
- la présence de gras (porc) / éducation nutritionnelle.
- confiance dans certains cas de figure (œufs, poulet..)

➤ Valoriser les méthodes d'élevage :

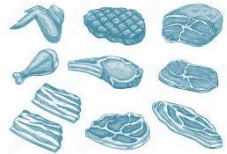
- Elevage local conforme aux normes,
- Elevage à l'herbe dans les cas de figure concernés.



Politique produit

- **A terme, et dans la mesure du possible, inscrire l'offre viande locale, dans une logique de gamme :**

Par exemple :



- Gamme « accessible » / pièces « entrée de gamme » valorisées pour des recettes de cuisine locale.
- Gamme « premium » / pièces plus nobles valorisées pour leurs attributs gustatifs.

Politique packaging

➤ **Envisager la refonte du design du logo afin :**

- qu'il soit davantage spécifiquement évocateur de la Guyane et donc valorise davantage l'origine locale (carte simplifiée, contour du territoire, drapeau stylisé...)
- d'inspirer plus fortement la notion de confiance.



➤ **Outre le logo, créer une charte visuelle locale identifiable et cohérente avec le positionnement retenu :**

- code couleur / choix d'une couleur qui devienne emblématique,
- habillages rayon,
- stop-rayon,
- PLV,
- emballages,

Politique de prix



➤ **Développer une stratégie de légitimation du prix :**

Faire comprendre pourquoi **ce prix est un prix juste** lié à la qualité et à la juste rémunération de producteurs locaux mettant en œuvre des pratiques d'élevage qualitative / dans le respect des normes

➤ **Mettre en place une stratégie d'accessibilité, par exemple :**

- Packs "familiaux" → prix au kilo plus attractif
- Promotions
- Petites portions

Politique de distribution

- Dans la mesure du possible, renforcer / assurer la disponibilité produit.



- Choisir ou pas un circuit de distribution prioritaire ? :

Boucheries locales / artisans : Pour crédibiliser la fraîcheur et la qualité + facilité l'accès au conseil

GMS : Mise en scène du produit, partenariat pour la valorisation du produit.

Politique de communication



La politique de communication devra être l'expression du positionnement retenu

Les principaux axes de la politique de communication

Communication institutionnelle :

- **Mieux faire connaître la filière et ses producteurs :** « *La Guyane produit sa viande !* »
- **Renforcer le lien de confiance :** proximité, conditions d'élevage = qualité
 - Témoignages de producteurs
 - Reportages

Communication produit :

- **Renforcer la visibilité du produit local en amont de l'acte d'achat** (mieux intégrer le produit dans l'univers de choix des consommateurs)
- **Rendre le produit « désirable »** → Susciter l'adhésion en valorisant ses atouts.

Politique de communication



Les principaux axes de la politique de communication (suite)

Communication / activation en magasin :

- **+ de visibilité et d'identification → « rendre le local immédiatement visible » :**
 - Espaces dédiés et clairement identifiés / “100% local Guyane”. (GMS)
 - Stop-rayon avec logo.
 - Informations simples :
 - “Élevé en Guyane”
 - “Plus frais, moins de transport”.
- **Mieux faire connaître le produit :**
 - Dégustations
 - Recettes cautionnées par des cuisiniers locaux

**Notre équipe
vous remercie**

