

Opportunité de marché

Aujourd'hui, les termes de « Consom'Acteur », « consommation responsable », « acteurs responsables », « croissance verte », « économie verte » prennent de plus en plus de sens quant à notre façon de produire et de consommer.

➤ Historique



La surconsommation qui caractérise nos sociétés a un impact direct sur l'environnement, que ce soit par le biais de l'épuisement des ressources naturelles ou par la production massive de pollutions et de déchets. Sans remettre en question l'amélioration de la qualité de vie obtenue grâce au développement économique, il est de plus en plus urgent de s'interroger sur nos actes d'achat et de trouver de nouveaux modes de consommation qui répondent à nos besoins tout en ayant un impact moindre sur la nature.

La société mondiale se transforme, on dit qu'on est dans un nouveau « paradigme » : nous passons d'une société dite « de consommation » à une société de la « consommation responsable ».

➤ Changement de notre modèle de consommation

Le comportement et les habitudes des consommateurs changent et de nombreuses études montrent que les critères sociaux et environnementaux prennent une importance grandissante dans les choix des consommateurs notamment avec le développement de l'économie circulaire. Ainsi, les facteurs influençant les décisions d'achat évoluent et les attentes et attitudes individuelles se transforment, rendant obsolètes un certain nombre d'outils marketing.

Les entreprises doivent en tenir compte pour ne pas rester en marge de ce processus de transformation du marché

