



# perspective de recherche

Consommation responsable

## Les entreprises peuvent commercialiser avec succès des produits verts qui répondent aux besoins des consommateurs

### RÉSUMÉ

La présente étude examine les facteurs clés qui motivent la consommation et explore comment la consommation durable peut être atteinte. Les entreprises peuvent commercialiser des produits verts de manière à contribuer à créer un mode de vie responsable qui réponde aux besoins des consommateurs, tels que l'affirmation de soi ou les relations interpersonnelles. Les consommateurs qui se soucient de l'environnement choisiront des produits écologiques si on leur offre suffisamment d'information et de choix. Les gestionnaires des entreprises peuvent surveiller la demande et les marchés de niche pour décider quels produits écologiques offrir.

### CONTEXTE

La demande accrue des consommateurs pour des produits écologiques incite les spécialistes du marketing à en accroître l'offre. Cependant, les entreprises doivent comprendre à quel moment les consommateurs choisissent ces produits et comment les commercialiser efficacement. Ces stratégies jouent également un rôle primordial pour la planète : les Américains utilisent 4,2 fois plus de ressources que ce que la Terre pourrait fournir si tout le monde consommait autant.

### FAITS SAILLANTS ET CONCLUSIONS

Les consommateurs achètent des produits pour assouvir des besoins tels que l'affirmation de soi et les relations interpersonnelles. Les entreprises qui commercialisent des produits écologiques qu'ils positionnent comme moyen de sauver la planète ou d'améliorer la santé de ses proches encouragent les consommateurs à répondre à ces mêmes besoins. Les consommateurs qui se soucient de l'environnement choisissent des produits écologiques si on leur offre suffisamment d'information et de choix. Ces consommateurs prennent souvent des décisions d'achat en tenant compte du coût environnemental du produit en combinaison avec d'autres facteurs tels que le prix, la qualité et la commodité.

### IMPLICATIONS POUR LES GESTIONNAIRES

- Offrez des produits et des services écologiques pour répondre à la demande des consommateurs. Ces produits comprennent des articles écologiques, locaux, biologiques et équitables, ainsi que des produits vendus sur les marchés publics.
- Surveillez les marchés de niche et la demande pour décider des produits écologiques que vous souhaitez commercialiser. Par exemple, les consommateurs achètent de plus en plus d'aliments biologiques et cette tendance a contribué à créer un important créneau dans les supermarchés.
- Commercialisez des produits verts comme un moyen de développer une identité et un mode de vie responsables. Par exemple, les entreprises peuvent inciter les parents à se comporter de manière responsable en achetant des produits naturels et biologiques bons pour la santé de leurs enfants.

Les gestionnaires d'ONG peuvent :

- impliquer les universitaires, les groupes de pression et les médias pour informer le public sur la crise environnementale actuelle. Ce type d'initiatives sensibilise le public et contribue à réduire la consommation générale;
- s'engager dans un dialogue ouvert avec le public, les consommateurs et les gouvernements pour repenser la vision de la consommation dans la société. Le dialogue peut inciter les consommateurs à réfléchir à l'impact de leur mode de vie sur l'environnement, à reconnaître les conséquences de leur consommation sur le développement durable et à réduire leur dépendance aux produits.

### IMPLICATIONS POUR LES CHERCHEURS

La présente recherche souligne comment la consommation durable doit aussi prendre en compte les fonctions sociales et culturelles que la consommation remplit. Nous suggérons aux chercheurs d'entreprendre des travaux sur les sujets suivants : 1) Comment changer les normes et les attitudes sociales liées à la consommation durable ; 2) Examiner la consommation durable dans les régions en développement; et 3) Comment les gouvernements peuvent supprimer les obstacles aux comportements individuels écologiques. Par exemple, les gouvernements peuvent contribuer à réduire la consommation en réglementant la publicité ou en créant des zones exemptes de marques dans les écoles.

### MÉTHODES

La présente étude analyse les résultats de recherches antérieures dans le but de lier la perception actuelle de la consommation durable aux tendances en matière de perception de la consommation. L'étude tente également d'expliquer comment les acteurs sociaux peuvent contribuer à renforcer la consommation durable.

### RÉFÉRENCE

Schaefer, Anja et Crane, Andrew. (2005). [Addressing Sustainability and Consumption](#). *Journal of Macromarketing*, 25(1): 76-92.

### PROCHAINES ÉTAPES

Consultez d'autres [Perspectives de recherche](#) sur le sujet.

[Écrivez-nous](#) vos questions et vos commentaires.

Visitez la section [Valoriser le développement durable](#) sur notre site.