

Fair Trade Barometer 2024 : interpretatie van de resultaten vanuit marketingperspectief

Baromètre du commerce équitable 2024 : Interprétation d'un point de vue marketing

Nicolas Lambert – 03/12/2024

Organized by the Trade for Development Center



Agenda

Interpréter une
étude de
marché

Enseignements
pour les acteurs
du commerce
équitable

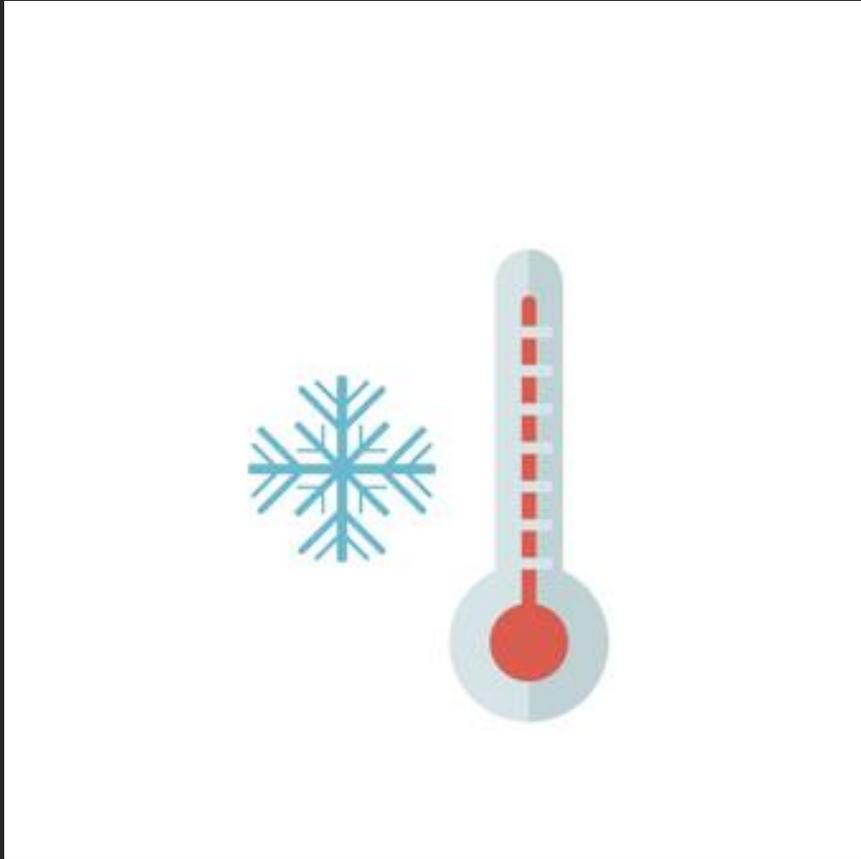
Comment
intégrer la
dimension
équitable pour
construire mon
image de
marque



Agenda



Marktonderzoek interpreteren...



“The trouble with market research is that people don’t think what they feel, they don’t say what they think and they don’t do what they say.”

David Ogilvy



Etudes sur la durabilité: attention aux biais cognitifs

- Biais de désirabilité sociale
- 'Better than average effect'
- 'Intention behaviour gap'



Evolutie van fair-trade, impact op de perceptie ?

- Traditionele Fair Trade aanpak: bewuste keuze van de consument via label of geëngageerd merk
- Fairtrade as 'CSR commitment': toegepaste op volledig assortiment/merk => minder bewuste fair trade aankoop
- Alternatieve aanpakken tot eerlijke handel: direct trade, bean to bar etc => erkend als Fair Trade door de consument ?



Prudence sur les chiffres déclaratifs de consommation

	Pénétration (Dedicated 2024)	Part de marché (FTB 2023)
Café	30%	4,4%
Chocolat	32%	20,9%
Bananes	22%	18,9%

Probable sur-estimation en déclaratif

Probable sous-estimation en déclaratif



Agenda



De gouden driehoek van eerlijke consumptie

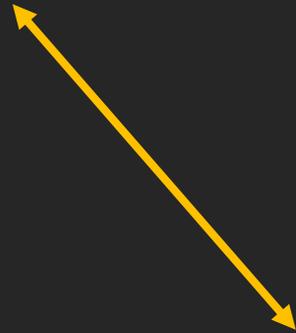
Eerder rol van
FT organisaties

Maatschappelijk
draagvlak



Aantrekkelijk
aanbod

Eerder rol van
producenten
en retailers



Politieke steun



Soutien populaire pour le commerce équitable:

Les consommateurs 'priorisent' les causes

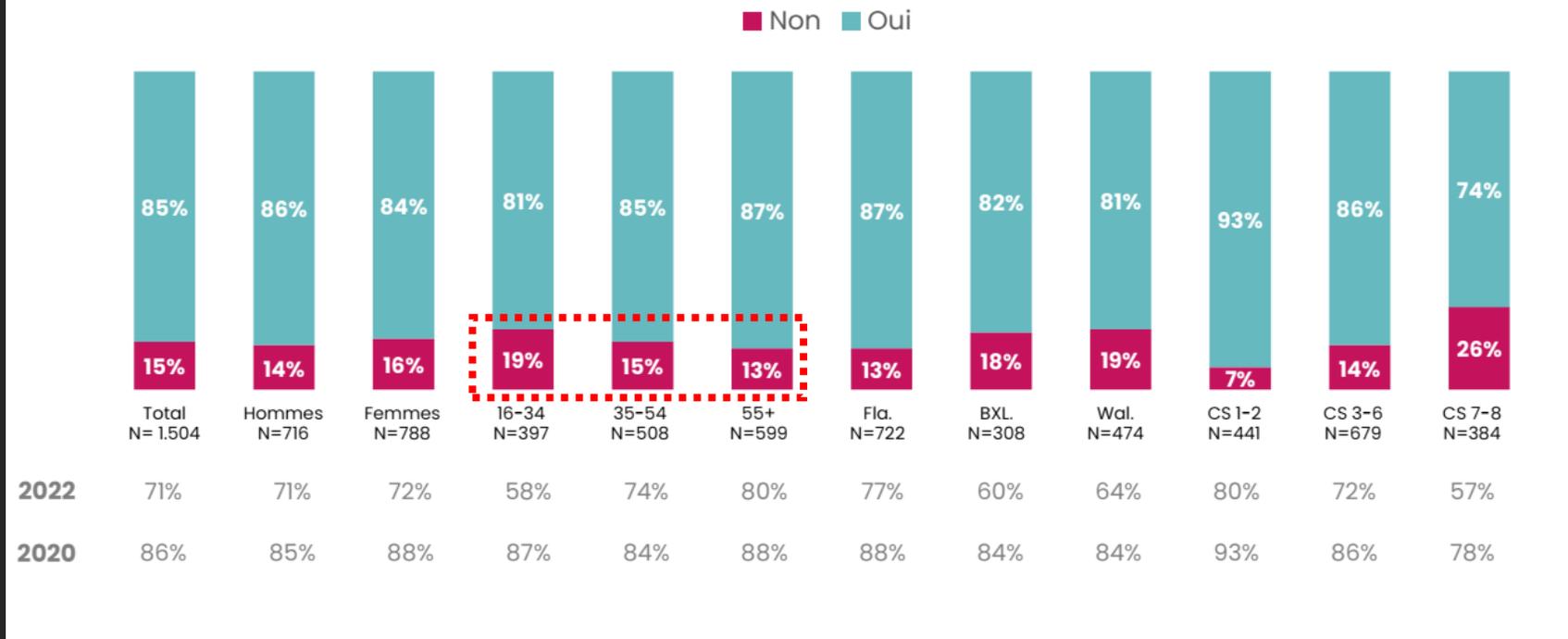
- Pour gérer la complexité, les consommateurs vont inconsciemment donner une priorité aux 'causes' (environnement, équité, bien-être animal, 'local'...) dans leurs achats .
- Seule la cause prioritaire va réellement influencer leur comportement d'achat
- La cause prioritaire va avoir une fort influence sur l'identité du consommateur=> dissonance cognitive quand ils y dérogent.

Il faut donc que la 'cause' défendue par le commerce équitable reste à l'esprit des gens ou soit automatiquement associée à une cause plus large



Erosion auprès des jeunes ?

Notoriété importante du commerce équitable ; notoriété plus importante chez les personnes issues de la classes sociales supérieures et chez les personnes les plus âgées. Le revenu impacte fortement le niveau de notoriété



Notoriété et connaissance générale du commerce équitable

Q3.a: Avez-vous déjà entendu parler du commerce équitable (aussi appelé fair trade) ?

[%, réponses assistées; base : échantillon total ; N =1.504]

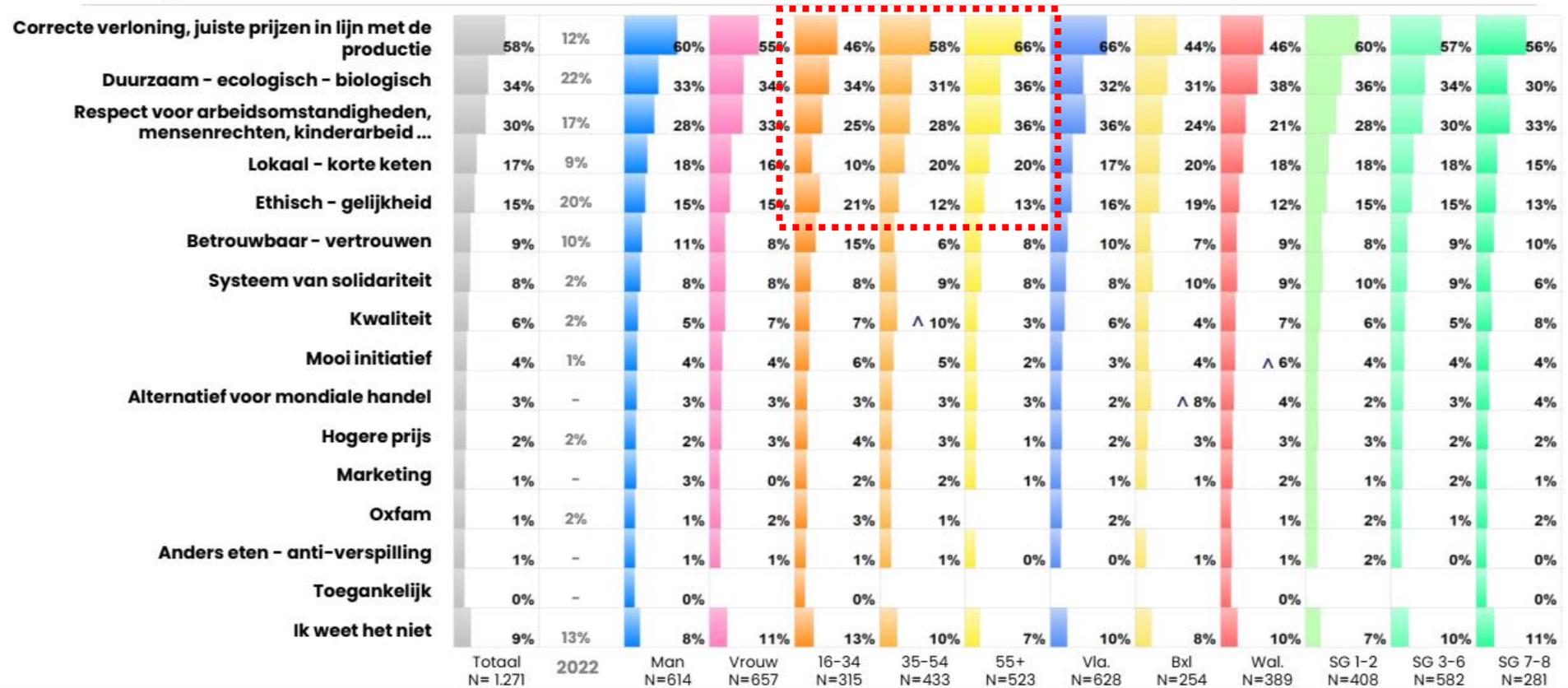


© Dedicated 2024



Onbekend (bij de jeugd) ?

De ideeën / kenmerken die spontaan worden genoemd om eerlijke handel te beschrijven



Naamsbekendheid van en algemene kennis over eerlijke handel

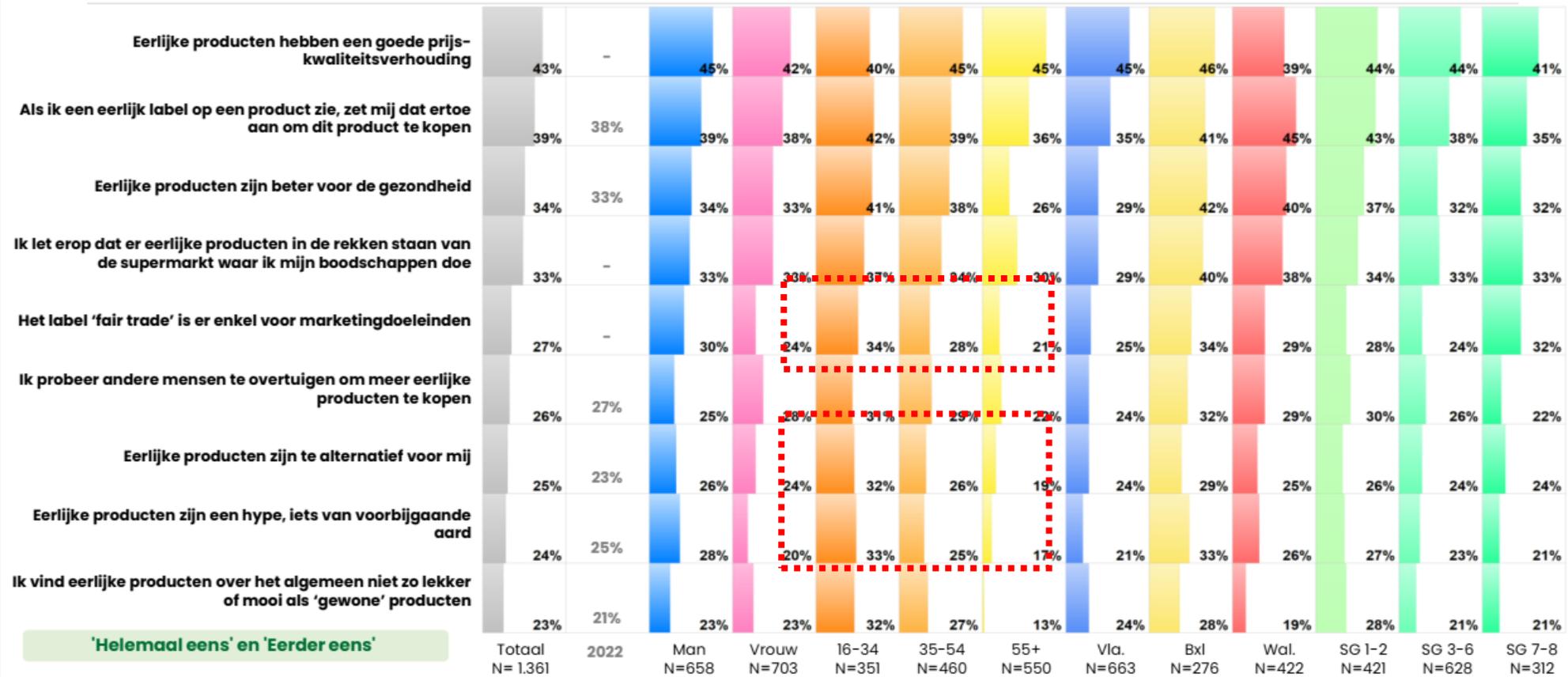
V3.d: Wat zijn volgens u de 3 voornaamste kenmerken van eerlijke handel?

[% , spontane antwoorden; basis: hebben al gehoord over eerlijke handel; N=1.271]



Onbemind (Cynisme ?)

Sterkere kritiek ten aanzien van fairtradeproducten bij de jongsten (16-34 jaar) (mode-effect, label voor marketingdoeleinden enz.)



Naamsbekendheid van en algemene kennis over eerlijke handel

[% , geholpen antwoorden; basis: hebben al gehoord over eerlijke handel; N = 1.361]

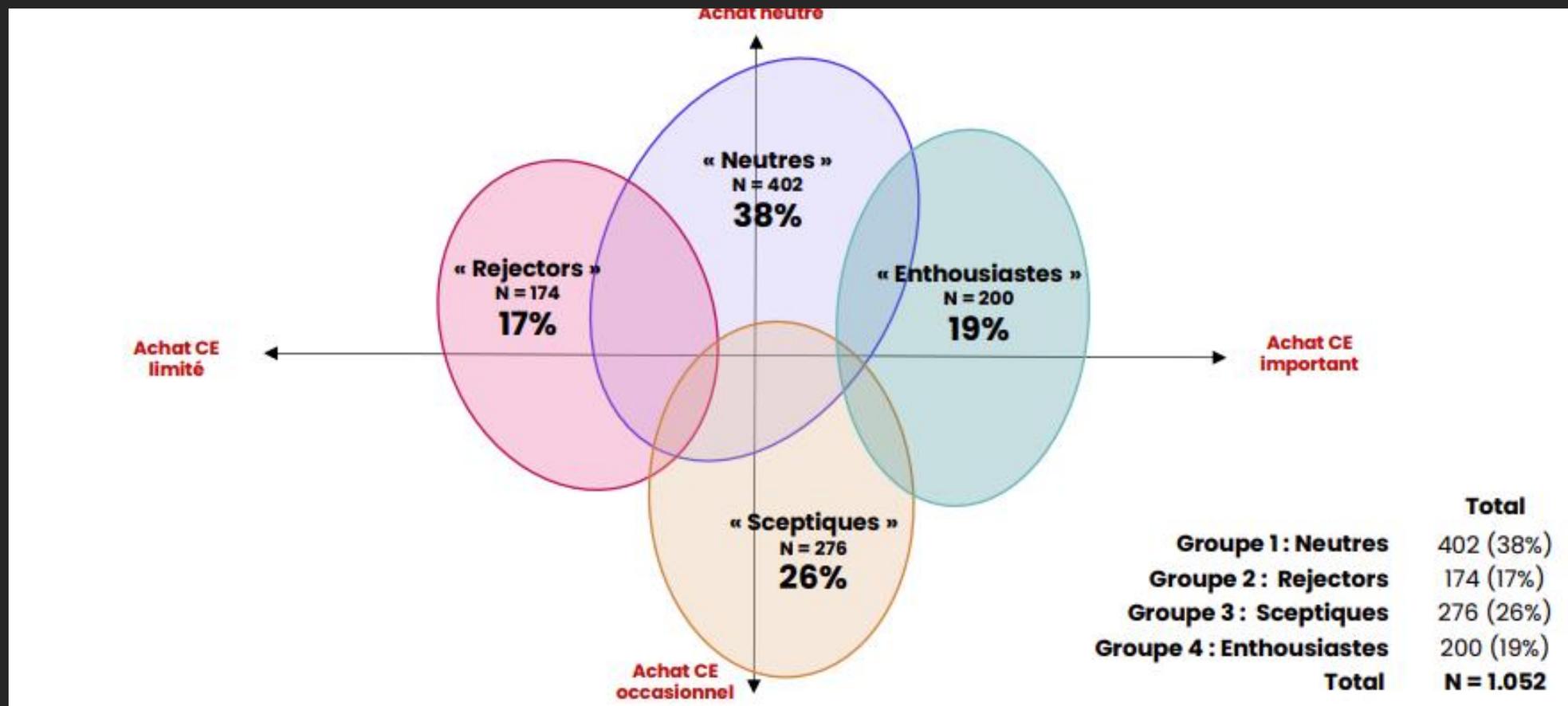
V3.i: Hier ziet u een reeks beweringen over eerlijke handel. Kunt u op basis van wat u erover weet, aanduiden in hoeverre u het er eens of oneens mee bent?



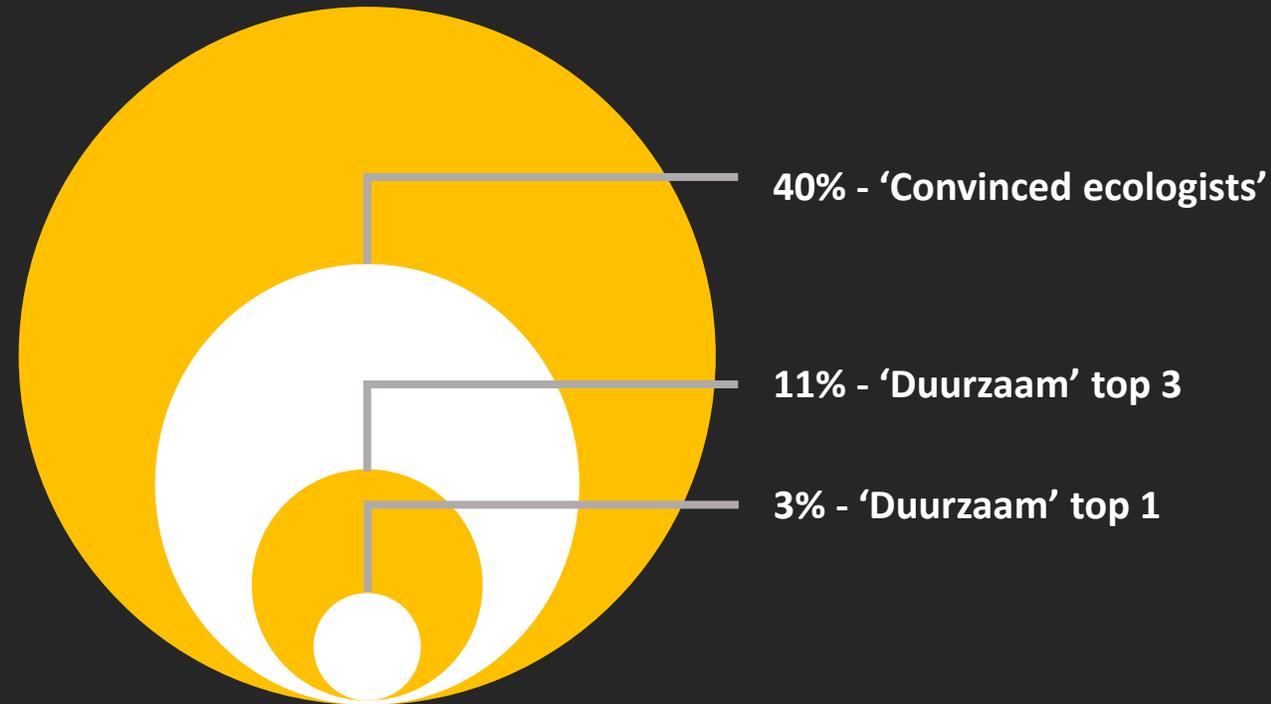
Agenda



La 'durabilité' ne parle pas de la même manière à tous les consommateurs...



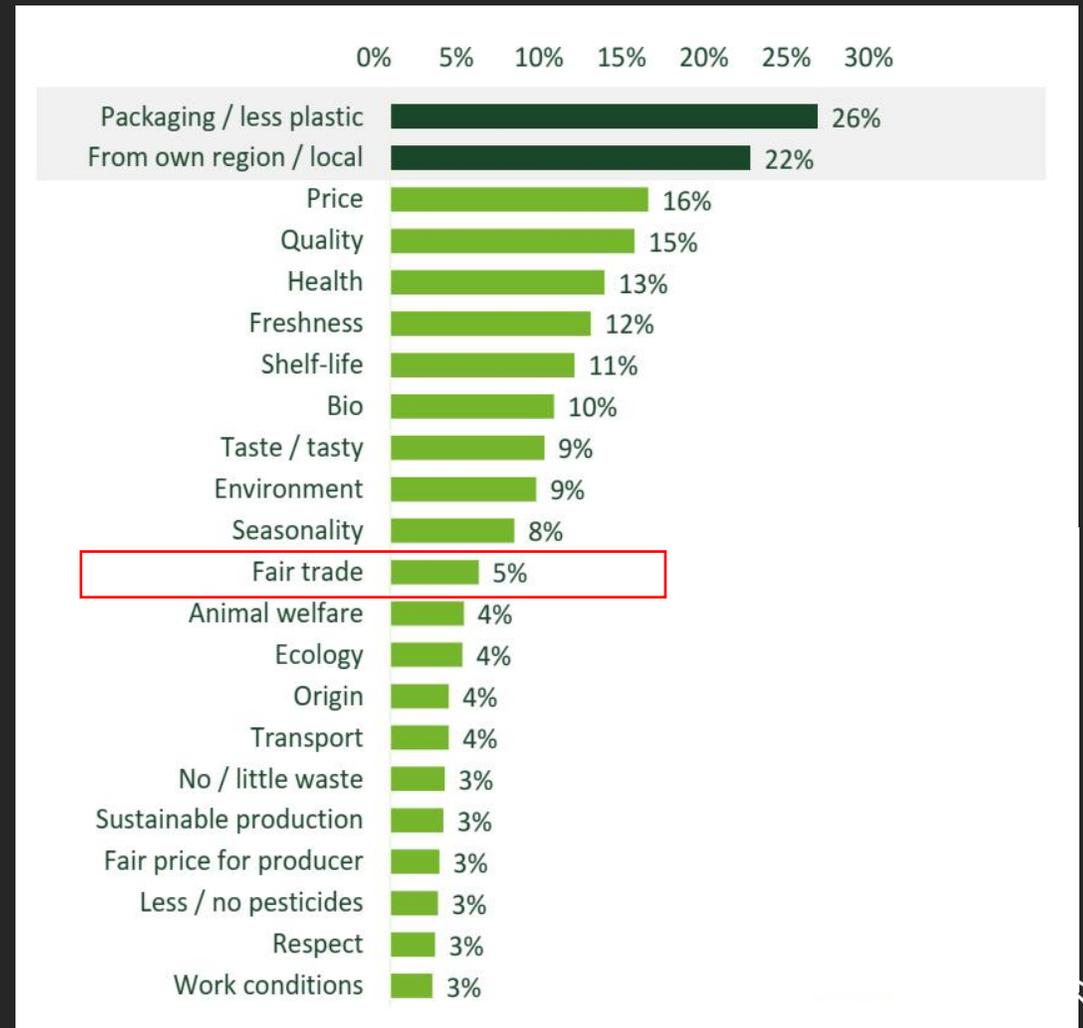
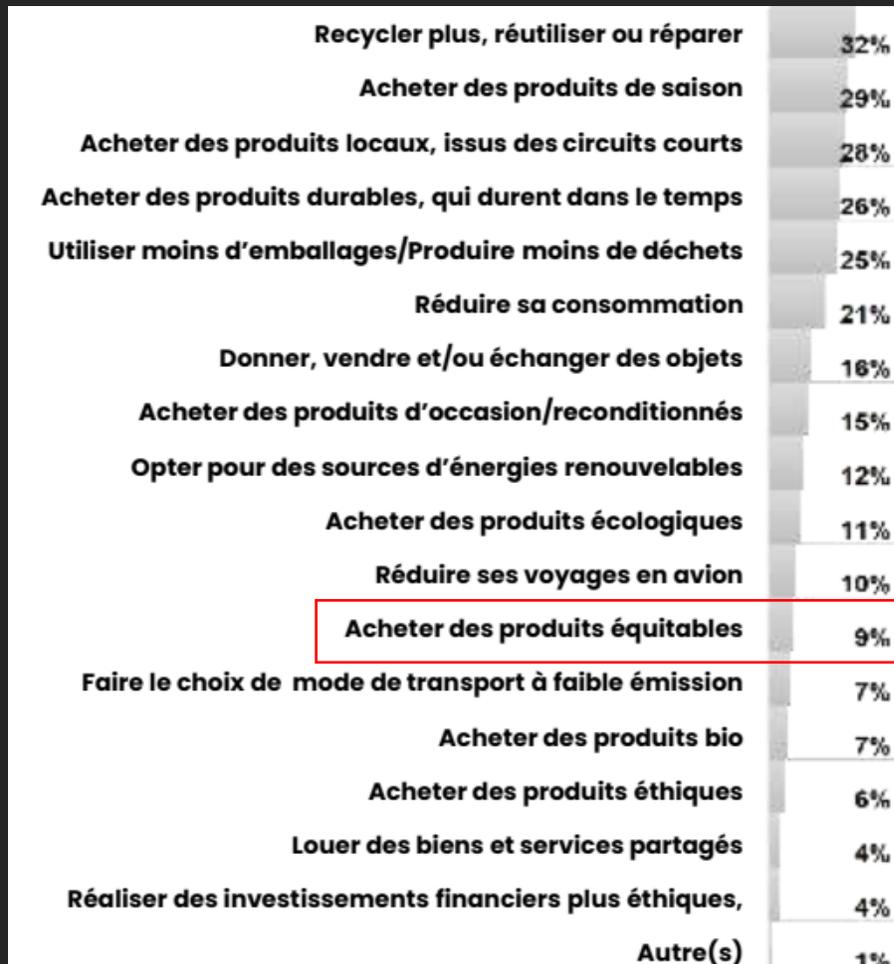
Enkel op duurzaamheid focussen duwt merken naar een 'Niche' positie



Source: Why5/Fevia 2020



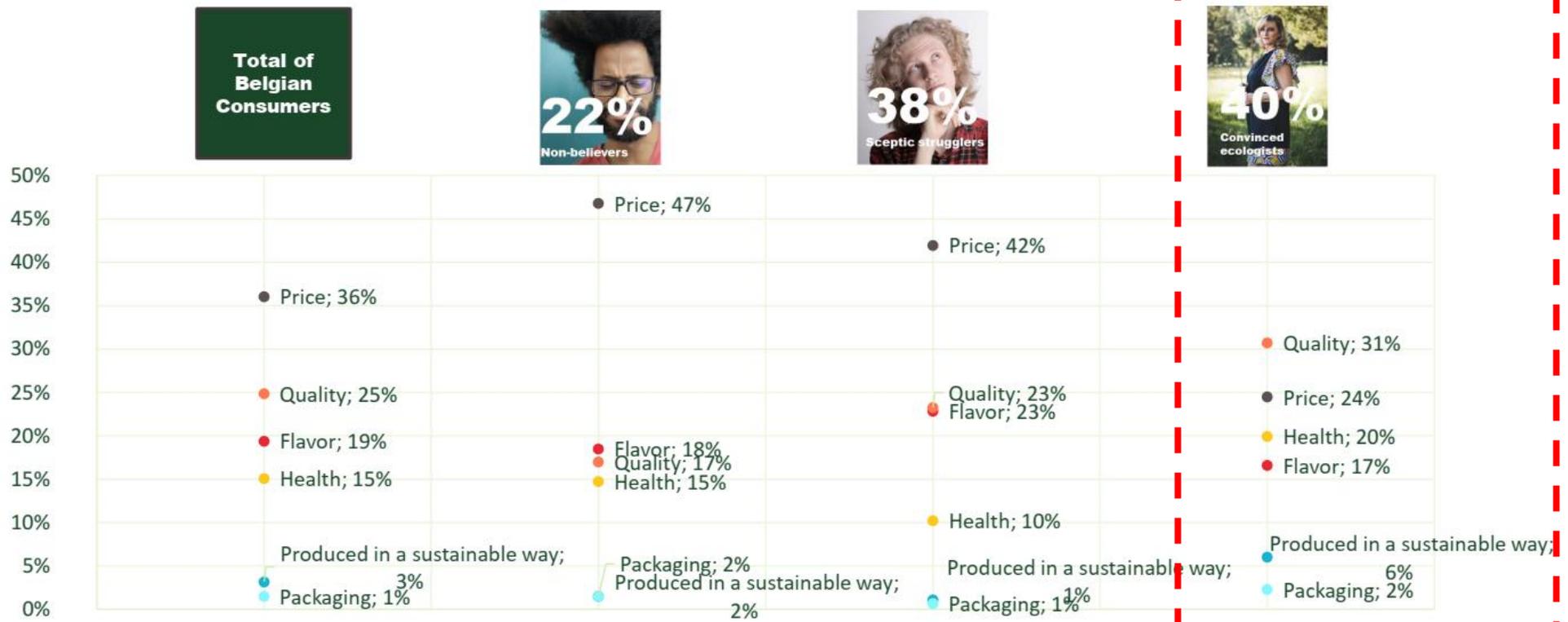
C'est d'autant plus vrai quand on ne met en avant 'que' l'aspect 'équitable'



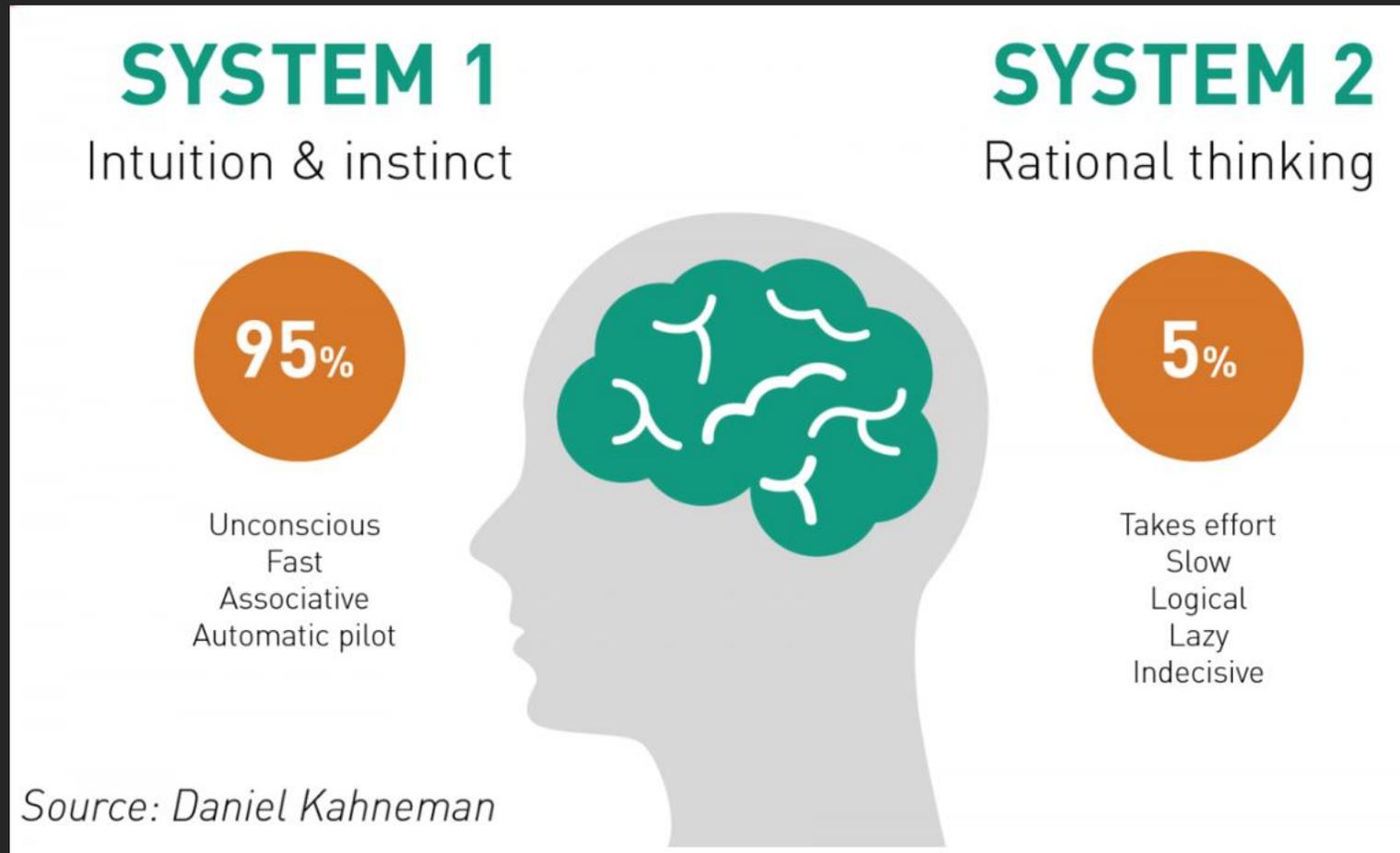
Zelfs voor de meest gemotiveerde consumenten is duurzaamheid bij lange niet het belangrijkste element...

“When shopping for food, which aspects do you take into account most?”

% of Belgian consumers put this aspect FIRST in their ranking



Aankopen worden vooral gedreven door emotie...wat de consument ook zegt



**Donc...on abandonne le commerce
équitable ?**

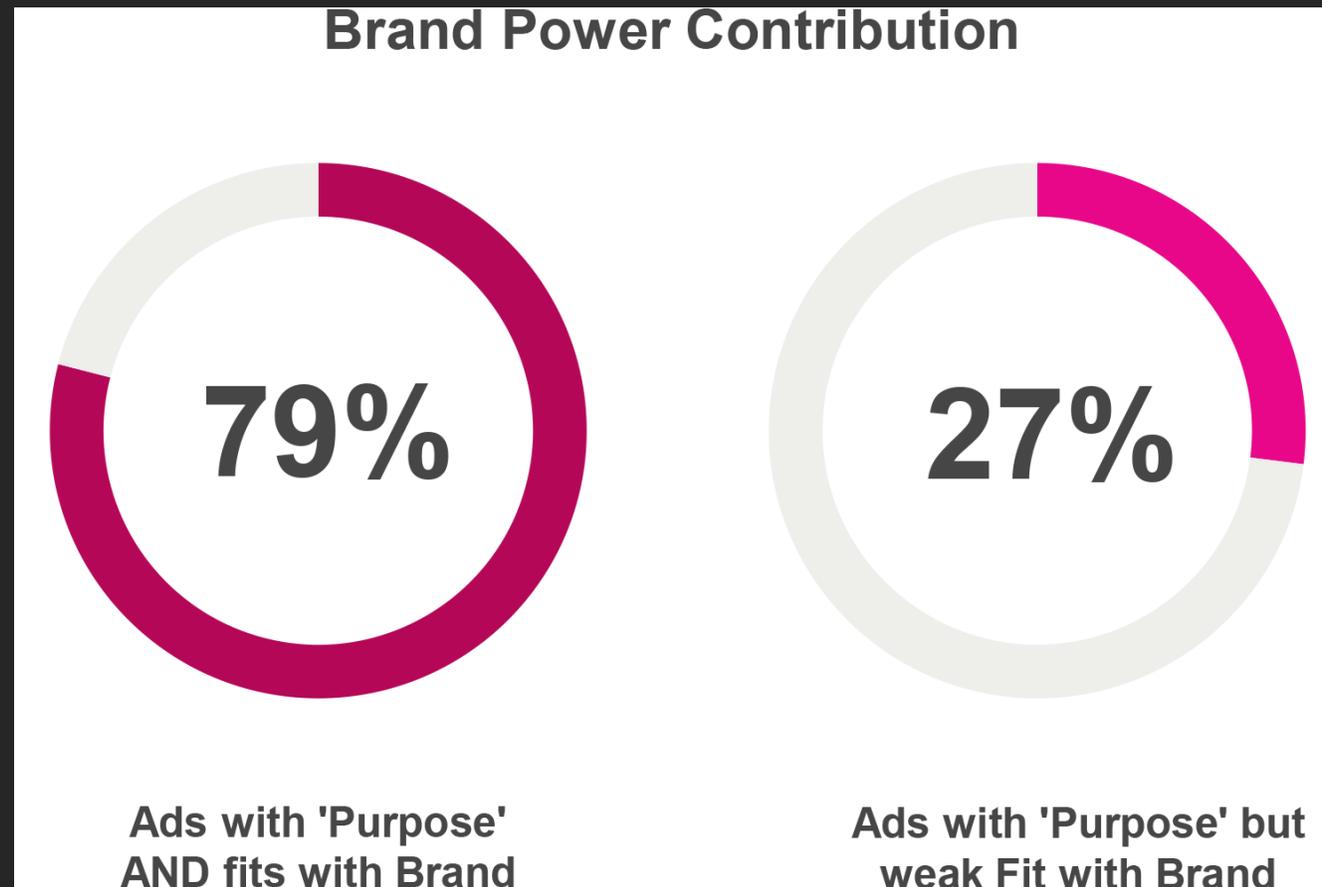


On n'abandonne pas le commerce équitable !

- ...une question de principe...
- Une vraie valeur ajoutée pour votre marque même s'il n'est pas toujours la raison principale d'achat.



Je 'eerlijke handel' belofte kan je best aan je merkpositionering linken

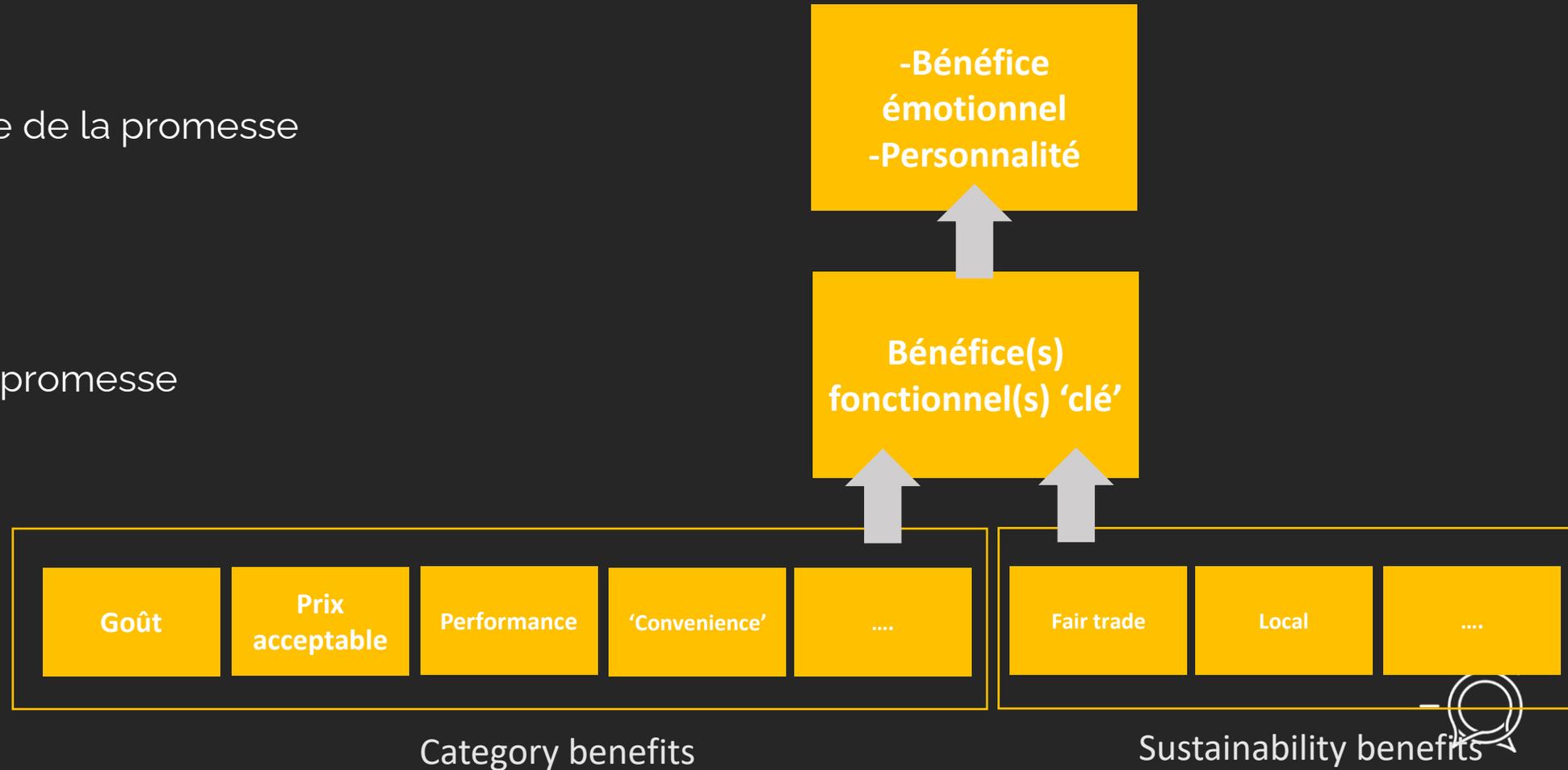


Elements à considérer...

Expression émotionnelle de la promesse

Cœur fonctionnel de la promesse

Éléments rationnels

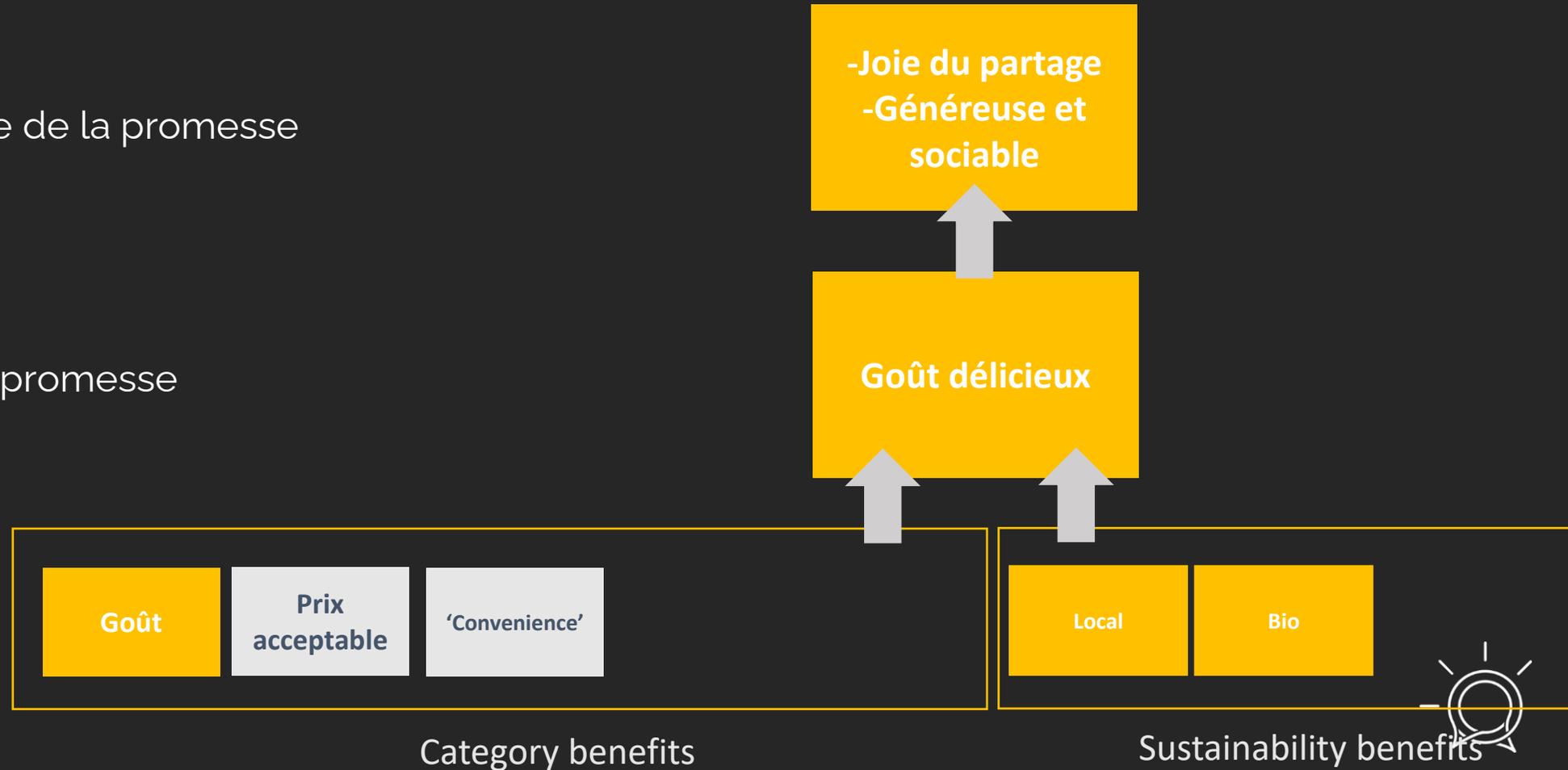


Elements à considérer...

Expression émotionnelle de la promesse

Cœur fonctionnel de la promesse

Éléments rationnels



Des rôles différents pour le CE selon votre positionnement

Le commerce équitable est central dans la promesse de votre marque

Le commerce équitable vient en soutien de la promesse de votre marque

Le commerce équitable apporte une assurance, sans fondamentalement impacter le positionnement de votre marque.



Des rôles différents pour le CE selon votre positionnement

Le commerce équitable est central dans la promesse de votre marque

Le commerce équitable vient en soutien de la promesse de votre marque

Le commerce équitable apporte une assurance, sans fondamentalement impacter le positionnement de votre marque.



Le commerce équitable est central dans la promesse de votre marque...

- La marque doit passer le 'minimum olympique' sur les 'category drivers' (Goût, qualité, efficacité...)
- Pour augmenter son appel la marque peut traduire sa promesse d'équité émotionnellement et à travers une personnalité de marque attirante.
- Elle peut également élargir son potentiel en liant le caractère équitable à d'autres thématiques



Eerlijke handel speelt een centrale rol bij de belofte van je merk

Emotionele uitdrukking van
Je belofte

Rationele hart van je belofte

-Solidariteit
- Rebels

Eerlijk



Rationele onderbouw

Smaak

Fair trade
+++

Category benefits

Sustainability benefits



Des rôles différents pour le CE selon votre positionnement

Le commerce équitable est central dans la promesse de votre marque

Le commerce équitable vient en soutien de la promesse de votre marque

Le commerce équitable apporte une assurance, sans fondamentalement impacter le positionnement de votre marque.



Le commerce équitable vient en soutien de la promesse de votre marque

- Le caractère équitable n'est pas central mais vous induisez un lien (réel ou intuitif) entre celui-ci et le positionnement central de la marque.
- Le CE vient renforcer votre promesse de marque rationnellement et/ou émotionnellement



Le commerce équitable vient en soutien de votre promesse de marque...

Expression émotionnelle de la promesse

-Cocooning
-Pureté

Cœur rationnel de la promesse

Douceur et
confort

Éléments rationnels

Confort

Douceur

Prix
acceptable

'Convenience'

...

Fair trade

Bio

Category benefits

Sustainability benefits



Des rôles différents pour le CE selon votre positionnement

Le commerce équitable est central dans la promesse de votre marque

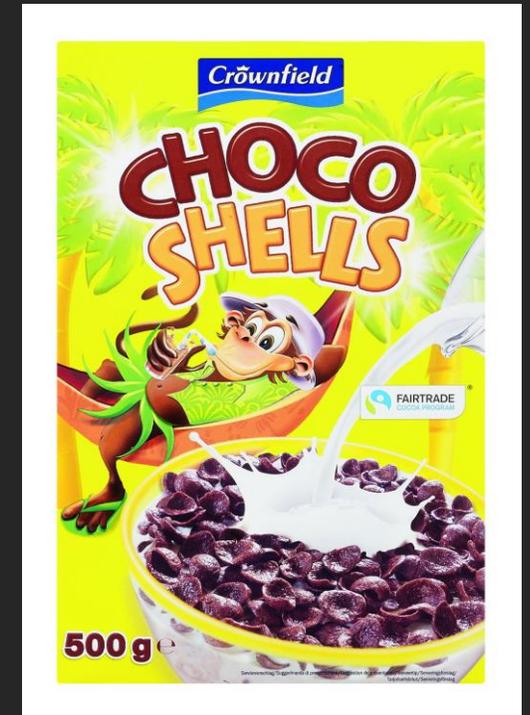
Le commerce équitable vient en soutien de la promesse de votre marque

Le commerce équitable apporte une assurance, sans fondamentalement impacter le positionnement de votre marque.



Eerlijke handel geeft gewoon meer zekerheid over je duurzaamheidsaanpak:

- Getuigd van de corporate policy van het bedrijf.
- Stelt de consument gerust maar speelt maar een indirecte rol bij de positionering van het merk



Eerlijke handel geeft gewoon meer zekerheid over je duurzaamheidsaanpak:

Emotionele uitdrukking van je belofte

-Dagelijks genot
-Eenvoudig

Rationele hart van je belofte

Betaalbaar genot



Rationele onderbouw

Smaak

Prijs

'Convenience'

...

Fair trade

Lokaal

Category benefits

Sustainability benefits



Inspirations pour nourrir votre marque à partir du commerce équitable...



Inspirations pour nourrir votre marque à partir du commerce équitable...



Fair Trade =
Mastery of your ingredients

Fair Trade =
A new way of organizing trade

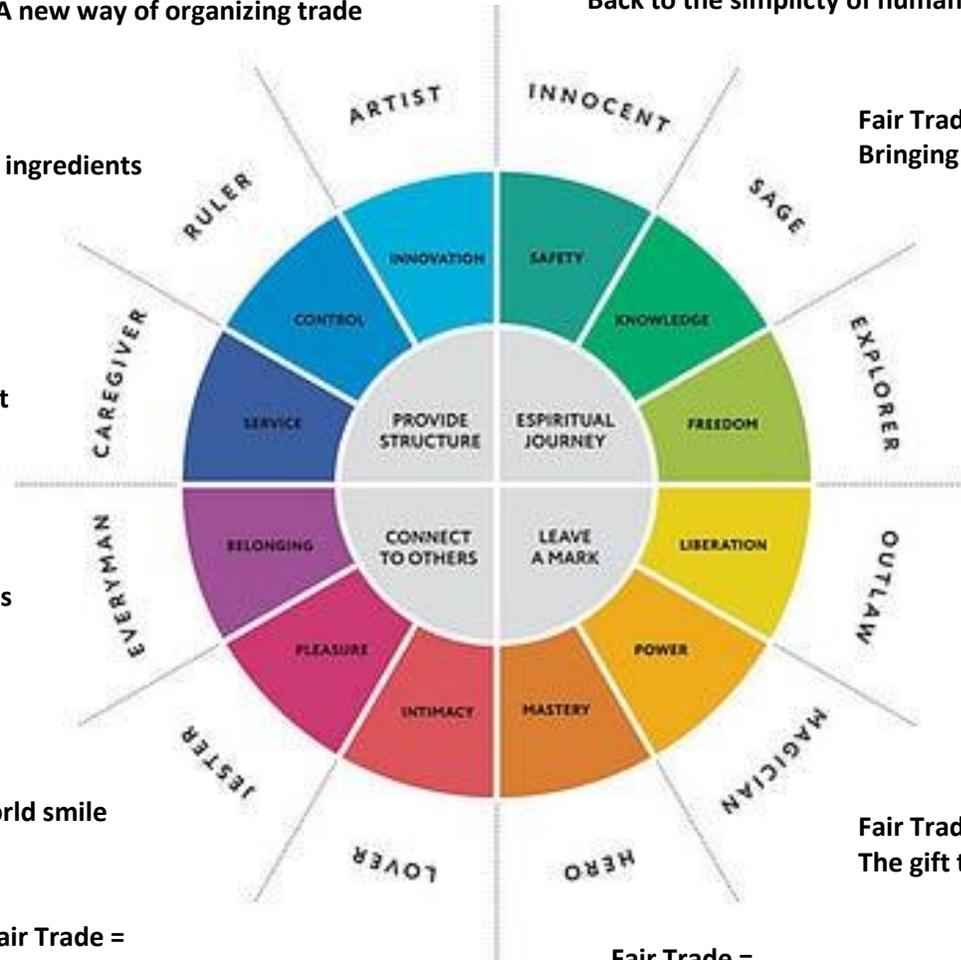
Fair Trade =
Back to the simplicity of human solidarity



Fair Trade =
Bringing more wisdom to the world



Fair Trade =
Taking care of people and planet

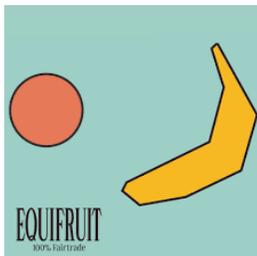


Fair Trade =
Exploring the tastes of the world



Fair Trade =
Bonding with fellow humans

Fair Trade =
challenging the establishment



Fair Trade =
Helping the world smile

Fair Trade =
The gift to transform the world



Fair Trade =
Love for people and nature

Fair Trade =
The power to transform the world

Tot slot...

- Welke rol speelt Fair Trade voor je merk ?
- Vergeet nooit de 'category benefits'
- Hoe kan Fair Trade je merk emotioneel versterken ?

