

Cluster biocontrôle et biosolutions de  
Nouvelle-Aquitaine

10 décembre 2020

**Les biosolutions**  
Freins à l'utilisation et  
perspectives de développement

Event by  
Valorial &  
Agri Sud-Ouest  
Innovation

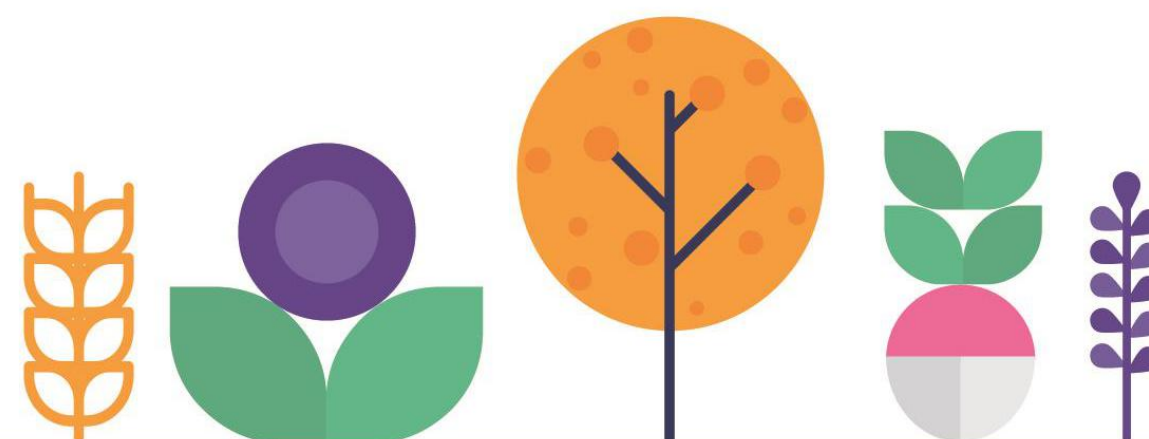
**Valorial**  
OSONS L'ALIMENT PLUS INTELLIGENT

# Le Biocontrôle La Vision du Consommateur



LES PÔLES DE  **COMPÉTITIVITÉ**  
MOTEURS DE CROISSANCE ET D'EMPLOI

  
LE CONSOMMATEUR DONNE SENS À VOS INNOVATIONS

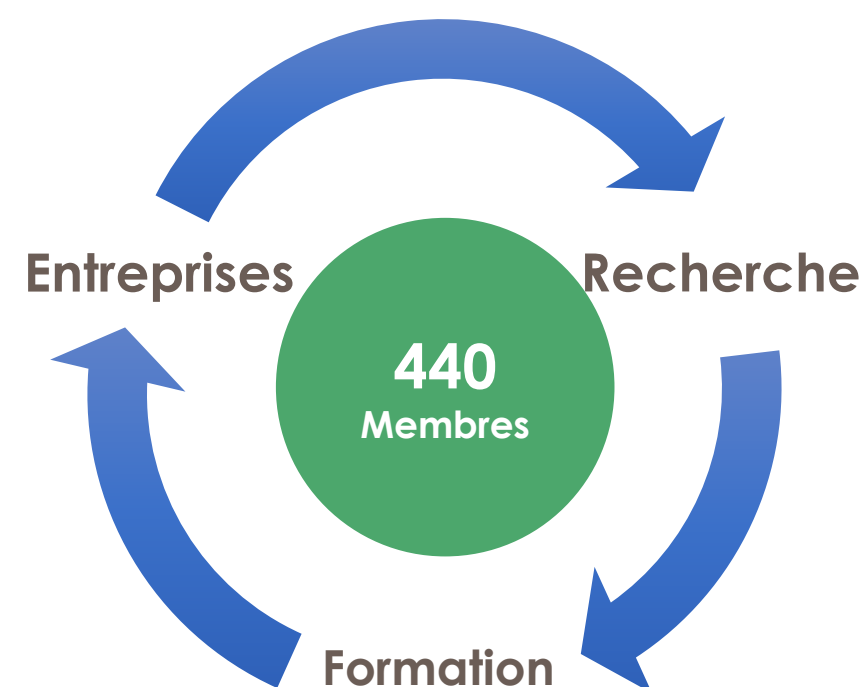


# Le pôle de compétitivité du VEGETAL et de la NATURALITE

## UN TERRITOIRE



## UN RÉSEAU



## DES SERVICES

Accélérer les  
partenariats

Booster le  
développement  
économique par  
l'innovation

Déployer les  
politiques  
économiques  
des territoires

## 4 MARCHÉS



**Alimentation  
& Boissons**



**Ingrédients santé &  
Compléments alimentaires**



**Cosmétique**



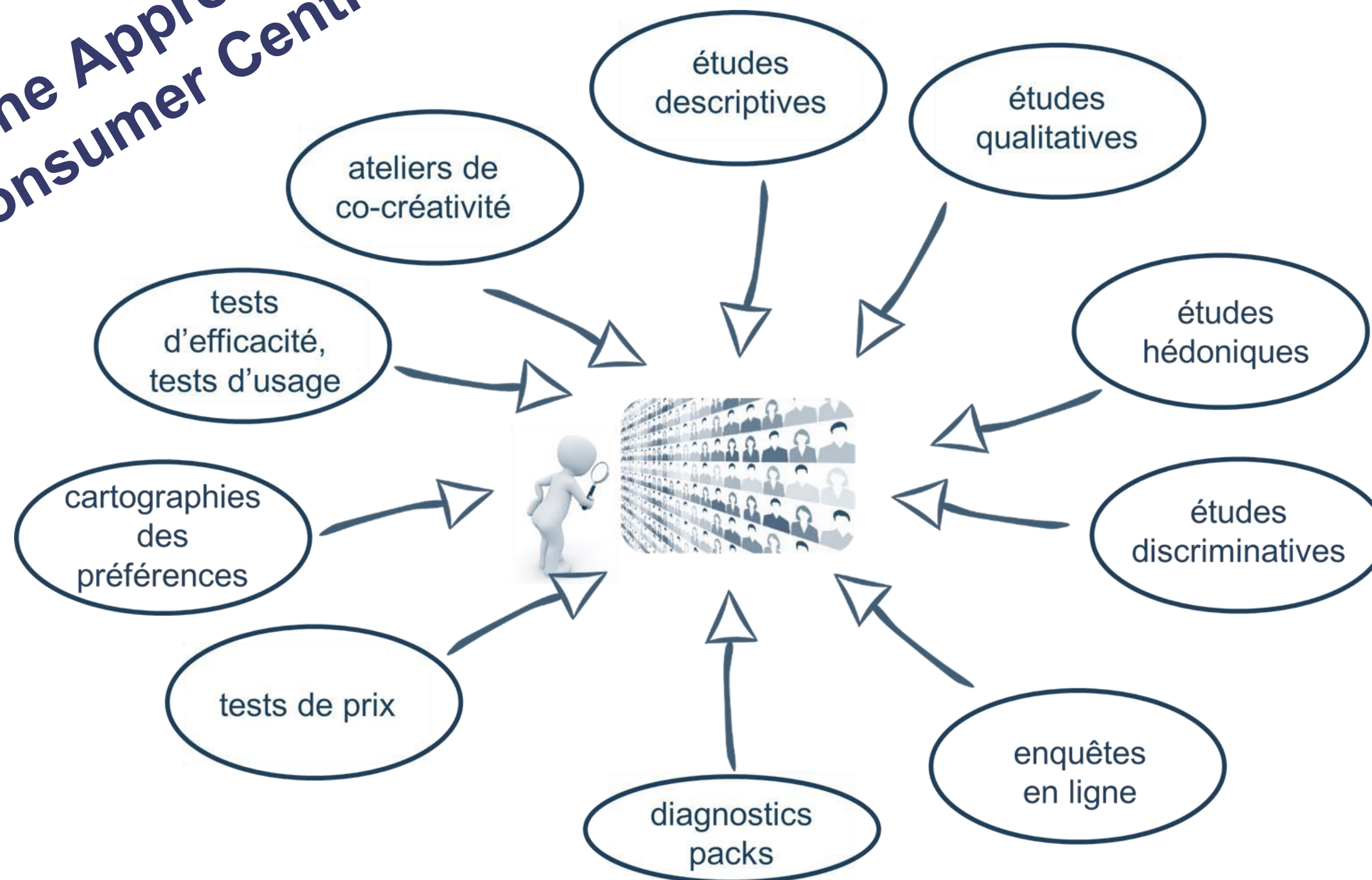
**Arômes et parfums**



*Votre expert des études  
sensorielles & marketing*



**Une Approche  
Consumer Centric**





# Le Biocontrôle – La Vision du Consommateur

## Une démarche Quanti-Quali

■ Quanti : une Enquête en ligne



The image shows a screenshot of the Terra'Senso online survey. The header features the 'terra'Senso' logo over a background of a hand holding a watermelon. The survey text is in French and includes a greeting, a request to participate in an online survey, and a mandatory identification code. Below this, a list of professional sectors is provided with checkboxes for selection.

**Enquête en ligne Terra'Senso**

Bonjour,  
Terra'Senso vous propose de participer à une ENQUÊTE EN LIGNE.  
Merci d'avance de vos réponses

**\*Obligatoire**

Merci de bien vouloir indiquer votre CODE d'identification \*

Votre réponse

Nous recherchons des personnes qui travaillent dans certains secteurs d'activité. Vous-même ou l'un de vos proches travaillez-vous dans l'un des secteurs ci-dessous ? \*

- ☐ Banque / Finance / Comptabilité / Économie
- ☐ Marketing / Publicité / Relation Publiques
- ☐ Informatique
- ☐ Fonction Publique
- ☐ Secteur de la santé / services sociaux
- ☐ Médias / Journaux / Radio / Télévision

■ Quali : des Focus Groups







**Les Résultats...**



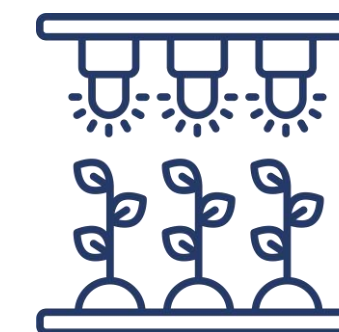


# Le Biocontrôle = kesako ???

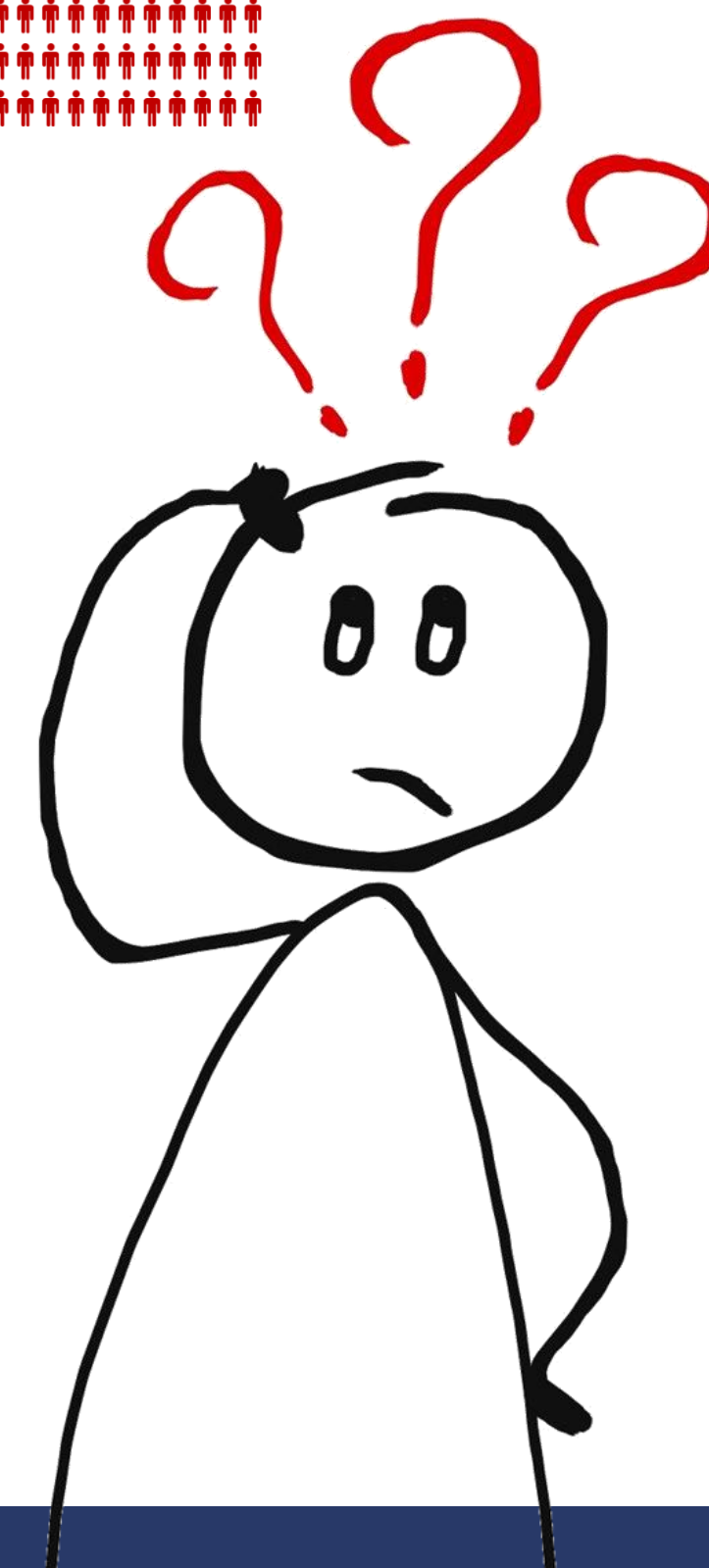
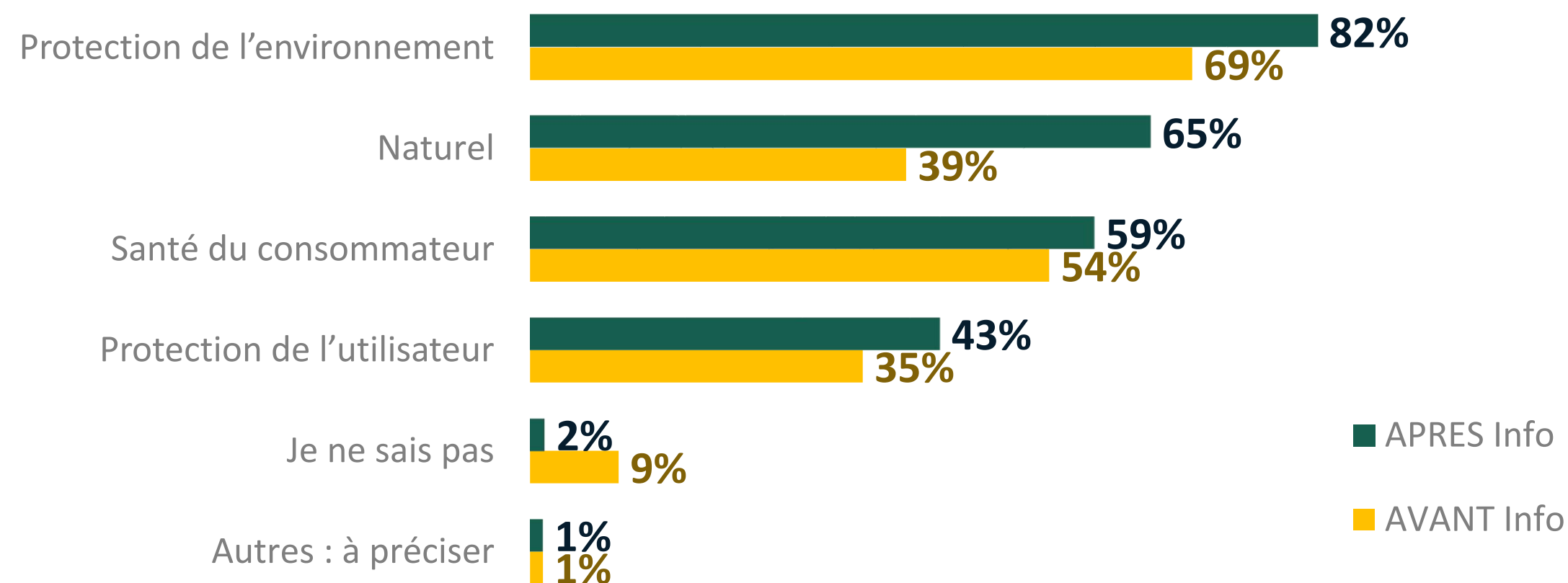
## Un terme inconnu du consommateur lambda

Savez-vous ce que sont les produits de biocontrôle en agriculture ? **Oui / Non**

**14%**



## À quoi associeriez-vous les produits de biocontrôle ?



# Le Biocontrôle = kesako ???

Les associations spontanées

Naturel

Biologique

Contrôle qualité  
surveillance - traçabilité  
certification

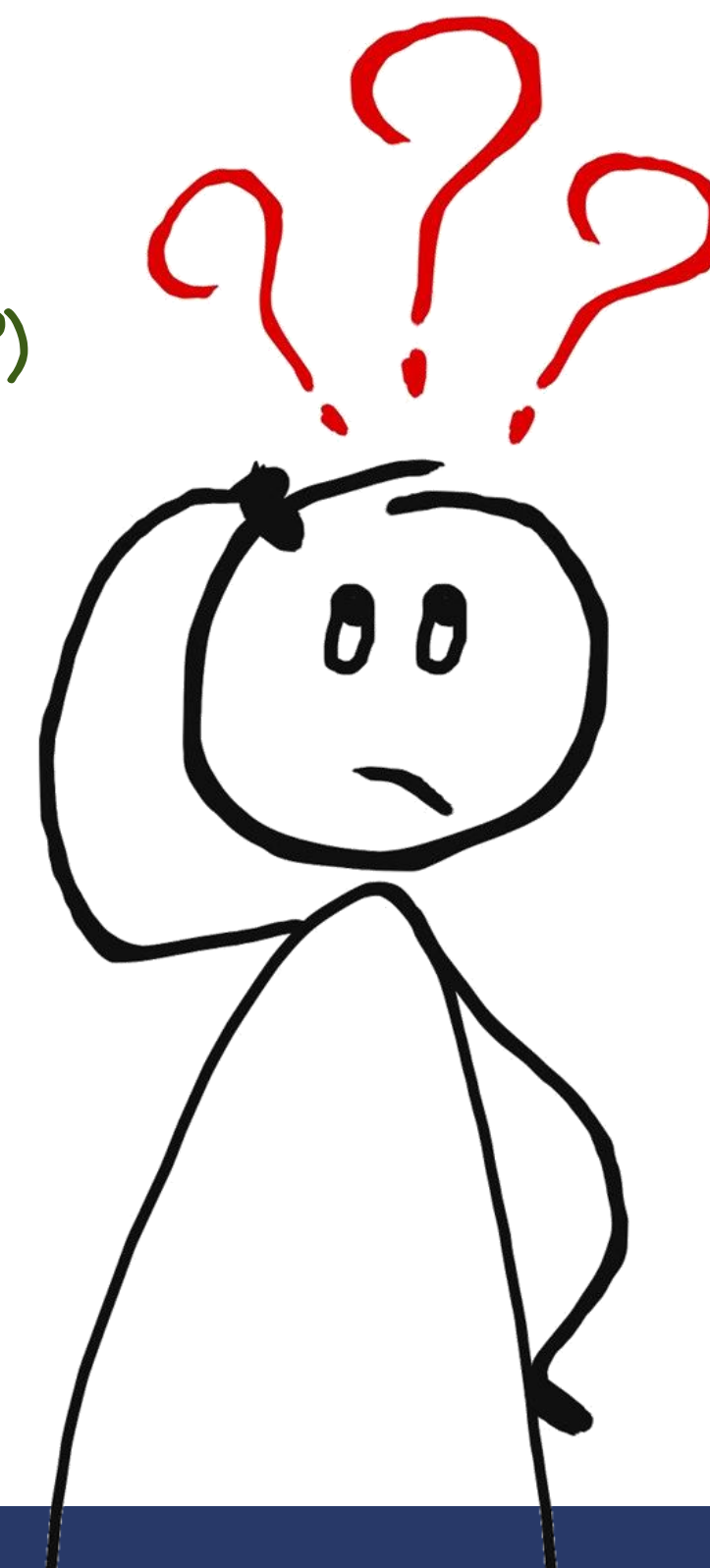
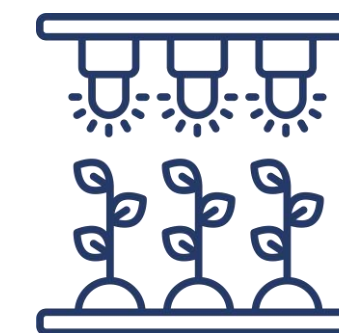
Science

Docteur Maboul  
Savant fou  
Petit chimiste



Amalgame avec    
Risque (ou opportunité ?)  
de confusion

Provenance  
Origine



# Des craintes exprimées

**PB de RENTABILITÉ** pour le paysan = des traitements longs et coûteux

**Une EFFICACITE** questionnée, notamment pour un emploi à grande échelle

« est-ce un outil suffisant pour nourrir tout le monde ? »

**Besoin de garanties sur la MAÎTRISE DES SOLUTIONS**

quel impact sur la Nature ?

quels risques de bouleverser les équilibres ?

avec l'importance de contrôler

**1 facteur clé = LE PRIX**

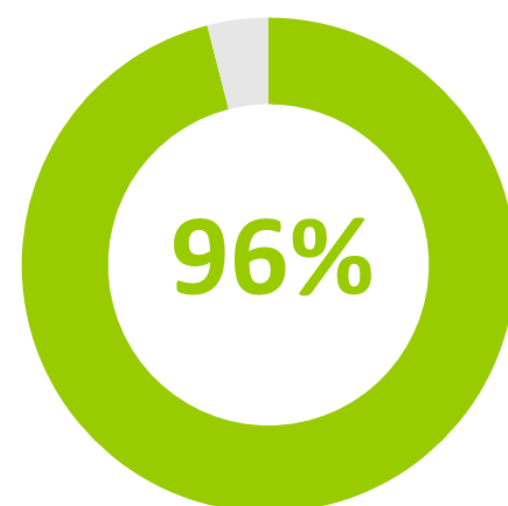
**Quelle valorisation ?**

**Nécessité d'un ACCORD MONDIAL**

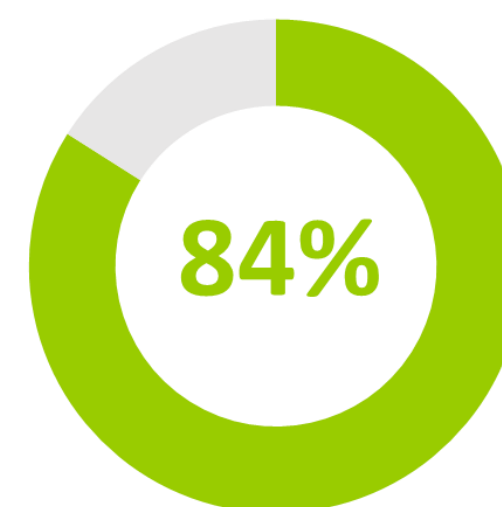




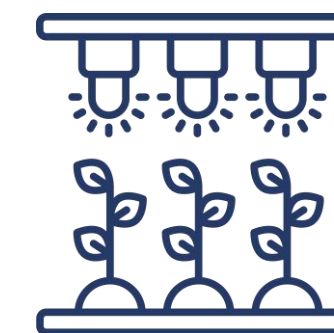
# Un intérêt réel pour le Biocontrôle



**Favorables à  
une mise en avant**  
de l'utilisation de ces produits de  
biocontrôle en agriculture

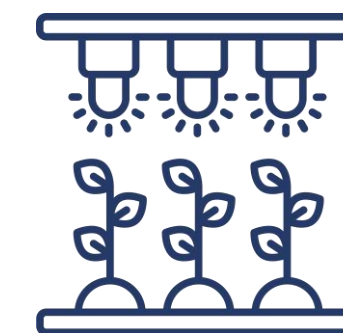


**La mention**  
« **Usage de produits de biocontrôle** »  
sur un produit m'inciterait à acheter ce produit



# Il est crucial d'informer

Il faut expliquer, le consommateur doit comprendre le biocontrôle



**Des messages multicanaux**

la télé : reportages, documentaires

les réseaux sociaux

les animations en magasin : avec quelqu'un en magasin – pancartes – messages audio

des visites de culture

via les packs

Qui ?

les paysans / les producteurs

le consommateur

les marques

les enfants

**Inform**

**Former**

**Expliquer**

**+ Être Visible**





# Les Axes de Communication

## 3 thèmes majeurs



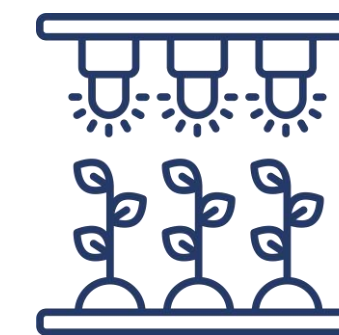
la Nature / le Naturel



la Santé



la Planète



## Des thèmes complémentaires

l'efficacité

le vrai goût

la comparaison avec les pesticides, la production intensive



**Des Registres à exploiter**  
**les Émotions**  
**la Nostalgie Positive**

# Des vocables à éviter

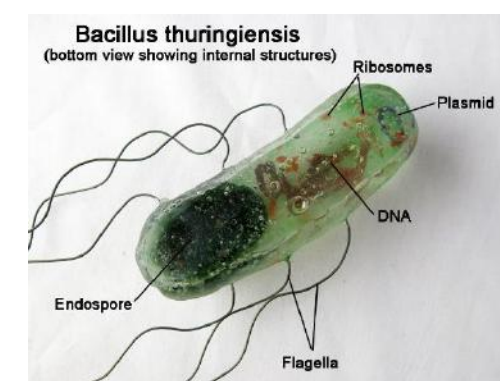
## Médiateur CHIMIQUE

« Chimique, le mot fait peur » ; explosions, expériences, c'est à l'opposé de naturel



## Bactérie

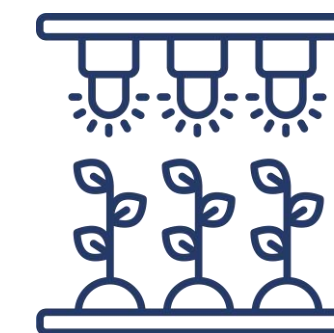
« il peut y en avoir des sympas mais ça fait peur »





# Les Solutions à mettre en avant

## Les Coccinelles



## Les Huiles Essentielles



## Le Lactosérum









# Merci pour votre attention !

**Karine ROBINI**

*Responsable Sensoriel & Consommateur*

06 14 76 83 76 | [karine.robini@pole-innovalliance.com](mailto:karine.robini@pole-innovalliance.com)



[www.pole-innovalliance.com](http://www.pole-innovalliance.com)





# Merci à nos partenaires



## ADHERENTS PREMIUM



## Cluster biocontrôle et biosolutions de Nouvelle-Aquitaine

10 décembre 2020

**Les biosolutions**  
Freins à l'utilisation et  
perspectives de développement

