

A woman with dark hair, wearing a green ruffled top, is standing in a grocery store aisle. She is looking at a shelf of products, possibly organic or bio items, which are partially visible on the left side of the frame. The lighting is warm and focused on the products.

Les sciences comportementales au service du bio De la sensibilisation à la normalisation

Behaven



Un secteur engagé et prêt



→ Producteurs motivés

→ Offre structurée

→ Demande en reprise

Le dernier KM du bio

Sans adoption régulière,
pas de résultats durables

Behaven

“Il suffit de sensibiliser”



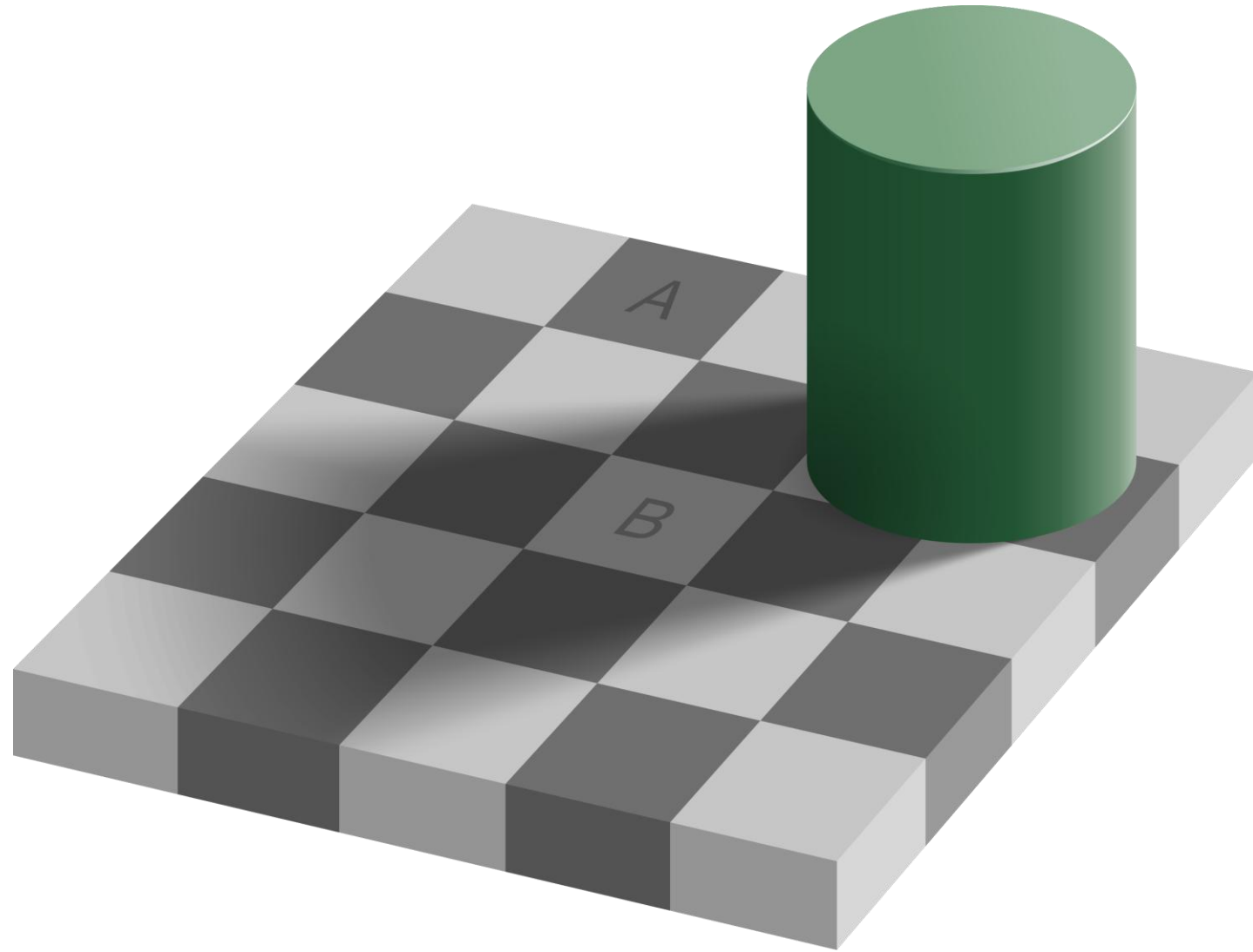
“Les interventions d’éducation et de sensibilisation présentent le taux de réussite le plus faible parmi les études examinées.”

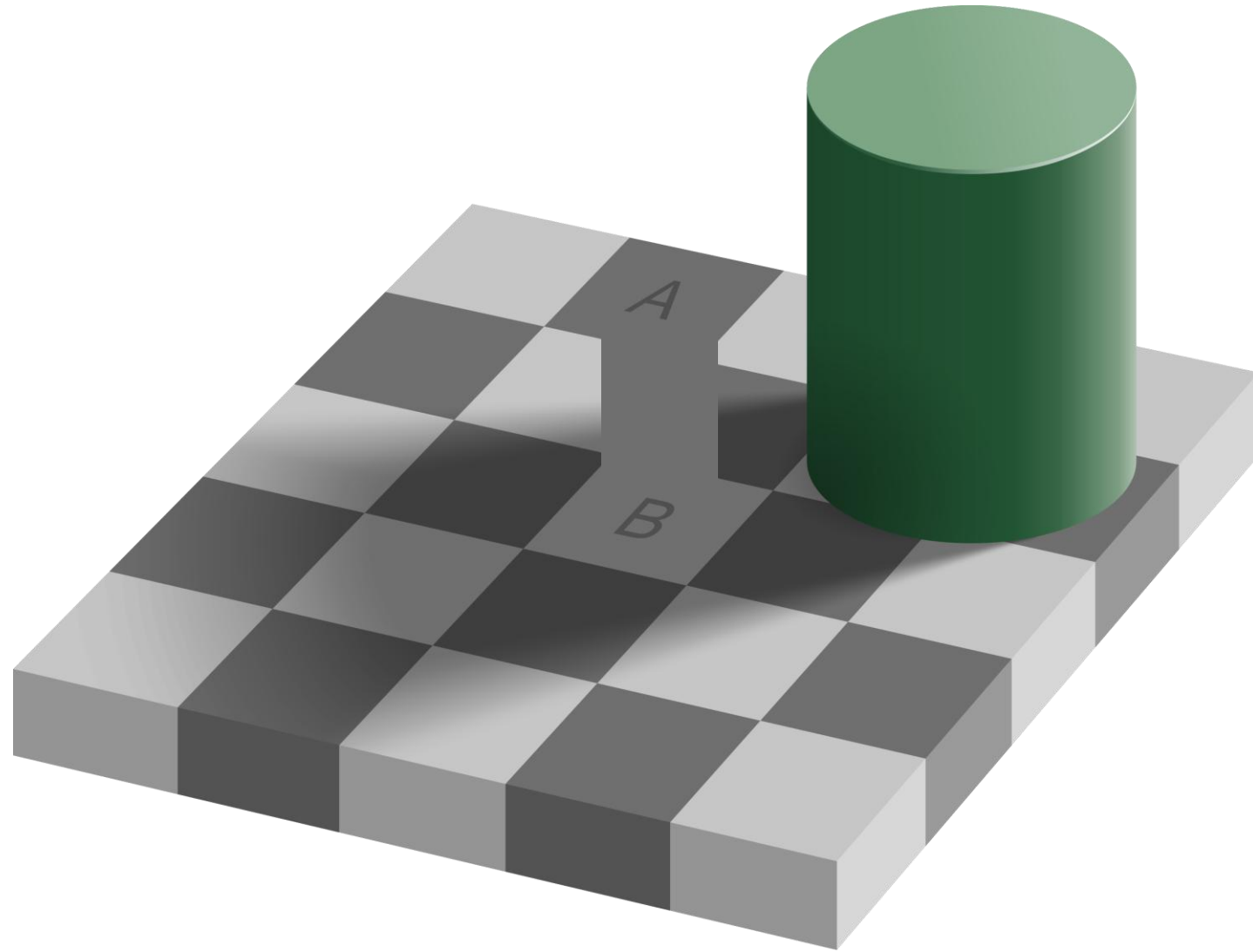
An aerial photograph of a dark, choppy ocean with several large, white, irregular icebergs floating on the surface. The water around the icebergs has a milky, turquoise tint. The sky is overcast and grey.

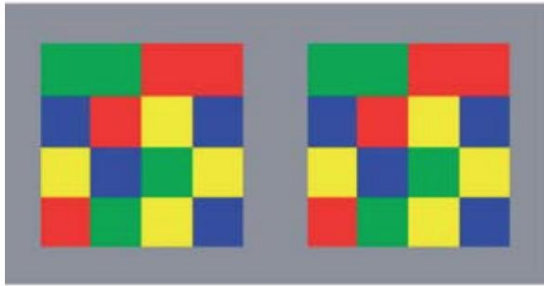
Tout n'est pas visible

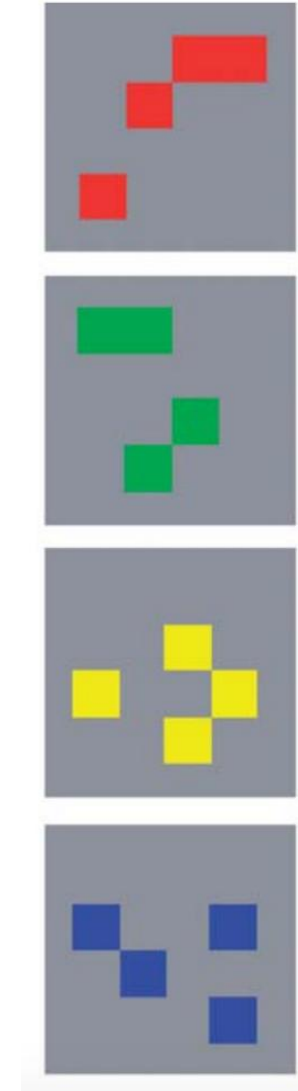
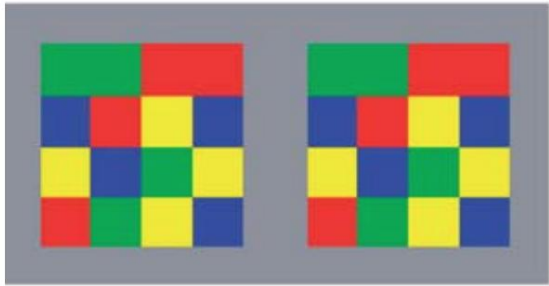
Le comportement
est **comme un iceberg**

Behaven



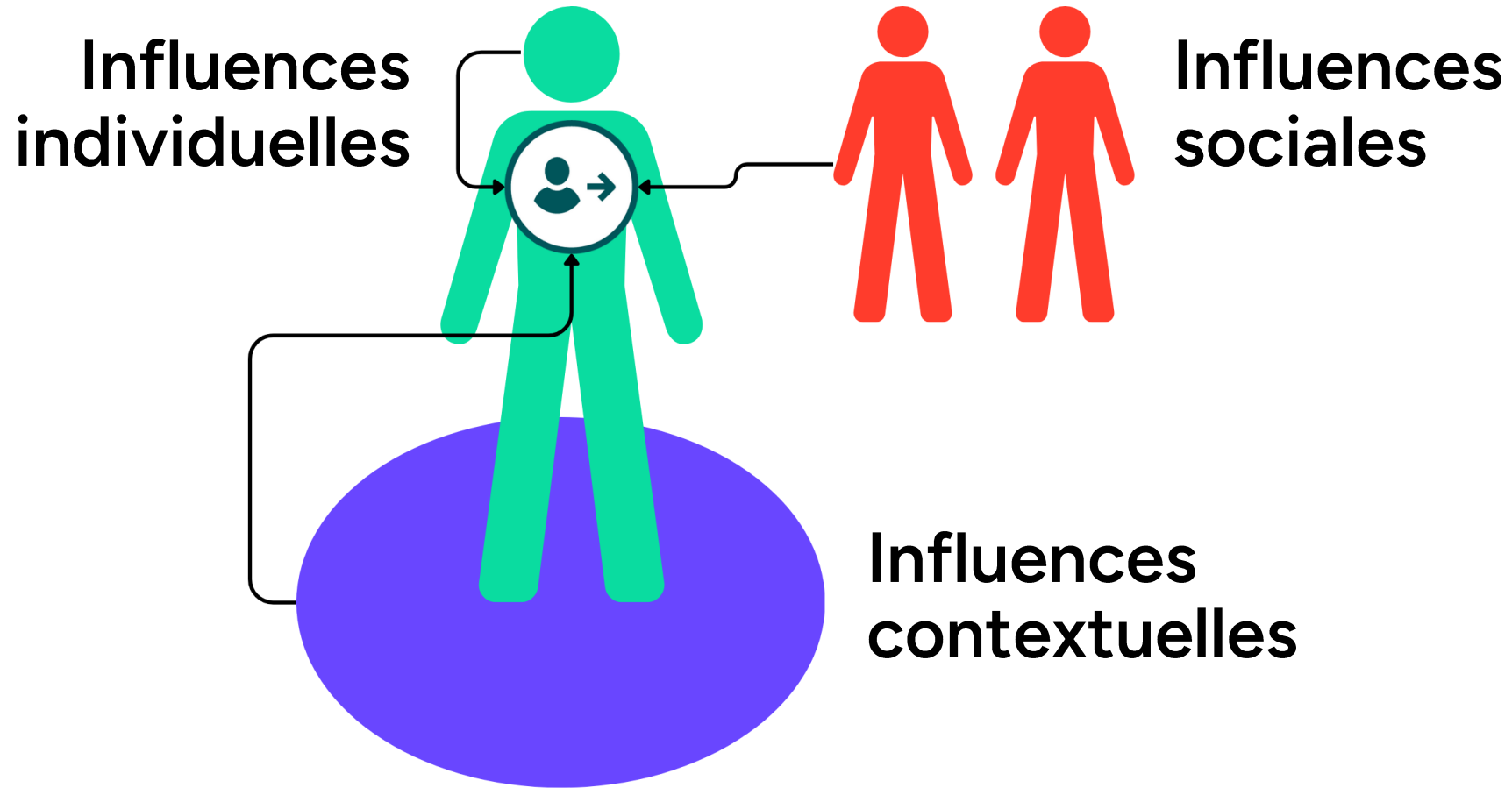




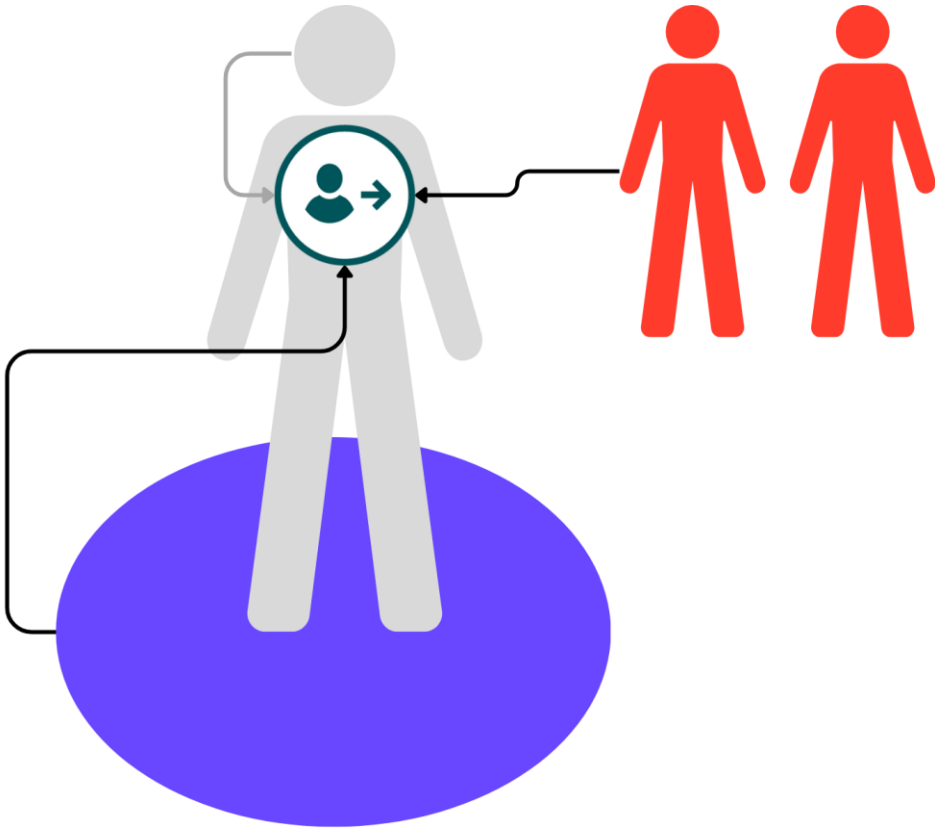




Trois types d'influence



Pas priorisé



Bio pas encore la norme, *"à part"*

Peu de signaux sociaux visibles

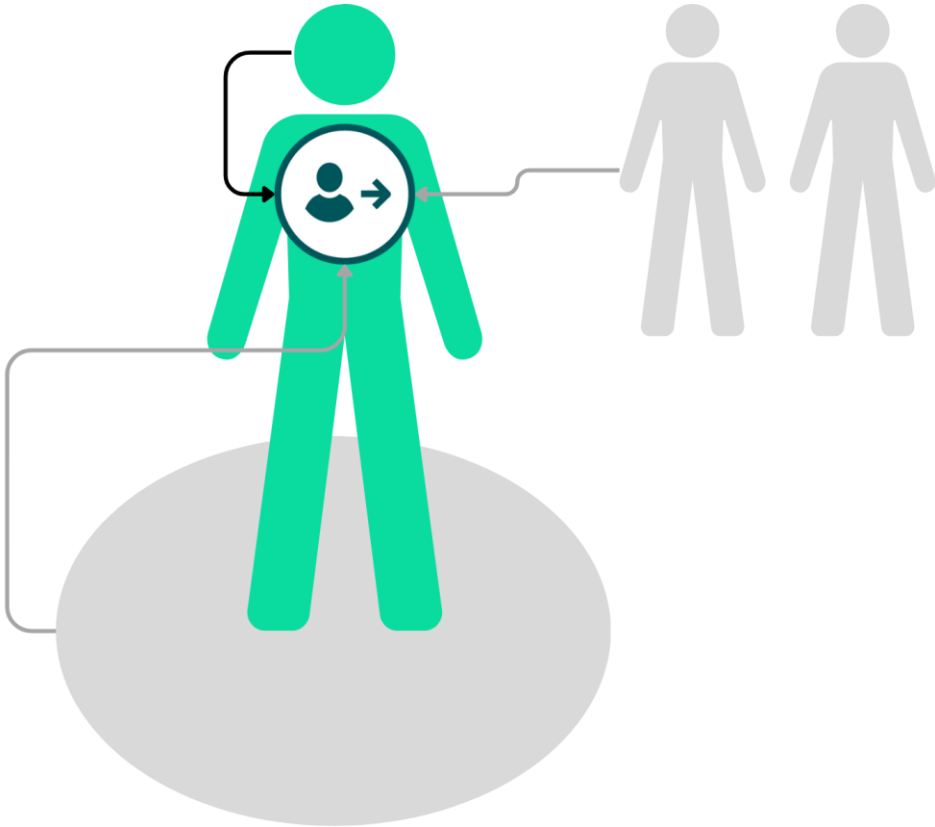
Comparaison de prix souvent défavorable

Infos parfois contradictoires

Trop d'options et de labels

Behaven

Pas un automatisme



Arbitrage de priorités
Fatigue morale des 'bons choix'
Goût et plaisir non négociables
Confiance fragile
"Seulement pour certains produits"

Behaven

Rendre le bio



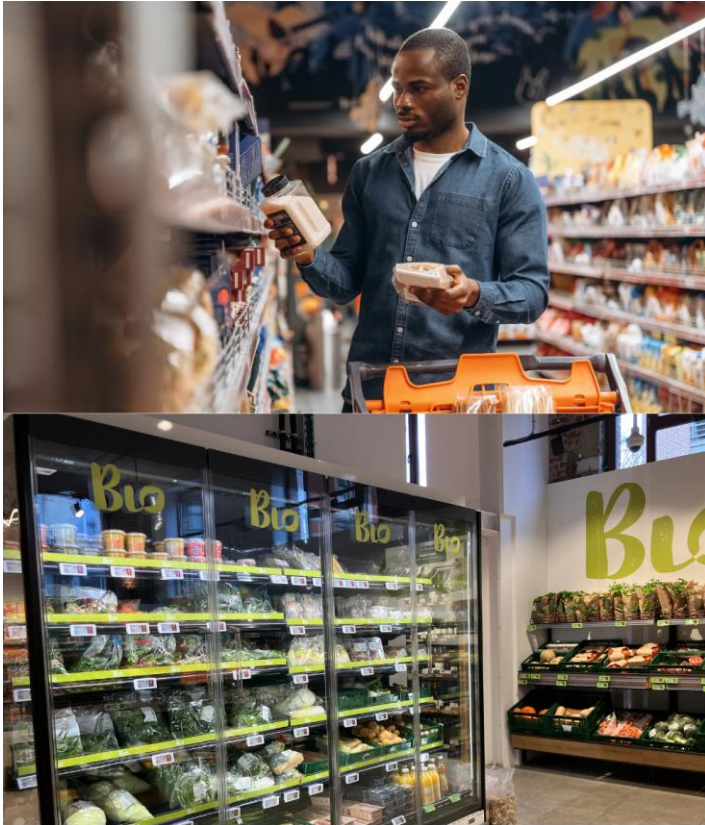
→ Facile

→ Désirable

→ Normal

Behaven

→ Facile



Réduire les frictions

- Faciliter la comparaison
- Bio dans le parcours habituel
- Assortiment suffisamment large

→ Désirable



**Donner envie
sans culpabiliser**

- Parler de goût et de plaisir
- Valoriser la qualité vécue
- Activer la fierté (pas culpabilité)

→ Normal



Sortir du choix de niche

- Montrer qu'il est de plus en plus courant
- Le rendre visible
- L'ancrer dans les routines quotidiennes

Le futur du bio se joue dans les choix du quotidien



→ Facile

→ Désirable

→ Normal

Accélérer la normalisation



→ Équiper
les acteurs



→ Tester
et mesurer



→ Capitaliser
collectivement



Questions ?

→ Contactez-nous :
Fred Dorsimont

fred@behaven.com

www.behaven.com