Consommation alimentaire responsable : quelles contributions du web social au changement et au renforcement des pratiques ?

6 février 2018

Un article publié fin 2017 dans la *Revue de l'organisation responsable* s'intéresse à l'engagement des individus dans des communautés en ligne, et à son influence sur les changements de comportements vers une consommation alimentaire responsable. Ces aspects sont peu traités dans les publications scientifiques, sachant que si de nombreux consommateurs se disent sensibles à ces questions, un certain décalage est constaté entre discours, intentions et pratiques effectives. Une première analyse de 2 440 posts, extraits de 1 000 blogs et forums, a permis aux auteurs d'identifier cinq thèmes d'échanges : « la santé et le bien-être », « l'entreprise et la marque responsable », « la responsabilité individuelle », « une agriculture responsable et l'origine des produits », « le fait maison ». Dans un second temps, s'intéressant plus particulièrement à six communautés en ligne (données collectées entre janvier et mars 2016), ils distinguent quatre profils d'internautes et mettent au jour l'influence que ces derniers exercent sur les perceptions et comportements des autres membres, par exemple au moment-clé de la prise de conscience ou encore de l'accompagnement du changement. Se détachent en particulier des leaders d'opinion qui s'informent, partagent des éléments jugés fiables, créent du contenu, forment des communautés et les animent, partagent leurs expériences et contribuent par là-même à lever des freins budgétaires, organisationnels, psychologiques.

Source : *Revue de l'organisation responsable*