



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Une première ! Les produits locaux en fête dans les magasins franchisés.



Pour les fêtes, pensez LOCAL

Il s'appelle Pierre et il a 28 ans. Il habite une petite commune de la Province du Luxembourg. Pour les repas de fêtes qui approchent, en famille et entre amis, il aimerait privilégier les produits locaux dans son caddie.

Comme lui, repérez facilement les stop rayons (wobblers) et présentoirs (display) placés dans une trentaine de magasins franchisés et identifiez ainsi plus vite les produits près de chez vous !

Ce samedi 25 novembre, à tout juste un mois des fêtes de fin d'année, l'Agence wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité (Apaq-W) et les Services opérationnels du Collège des Producteurs se sont associés pour lancer une campagne au Carrefour Market de Marche-en-Famenne, en présence du Ministre wallon de l'Agriculture et de l'Économie Willy BORSUS. Intitulée "Pour les fêtes, pensez LOCAL", cette **campagne**, qui constitue une **première du genre dans les moyennes et grandes surfaces**, s'inscrit dans le cadre du **projet d'Interface Producteurs-Distributeurs du Plan de Relance de la Wallonie** !



Lors du lancement de l'Interface Producteurs-Distributeurs en mars 2022, le Ministre wallon de l'Agriculture et de l'Economie Willy BORSUS rappelait : *"Produire, c'est une chose ; vendre, c'en est une autre. Ce point de contact unique a l'objectif de concilier ces intérêts complémentaires, d'optimiser les relations commerciales entre l'offre des producteurs wallons et les différents segments de distribution"*.

De la fin novembre à la mi-janvier, les consommateurs seront invités à penser toujours plus local en **identifiant facilement les produits locaux dans les rayons des supermarchés** pour faire des achats responsables, durables et de saison.

Les producteurs de notre Région seront aussi gagnants puisqu'ils verront leurs produits valorisés dans les rayons des supermarchés.

Quant aux distributeurs participants, ils bénéficieront d'un **service sur mesure d'accompagnement** à l'intégration des produits locaux dans leurs rayons.

Une campagne win win pour tous les opérateurs autrement dit !

Nous comptons sur vous pour adopter le même réflexe local que notre ami Pierre...

La conso de produits locaux en quelques chiffres-clés

Pour rappel, les magasins franchisés présentent des **opportunités intéressantes** pour y vendre des produits locaux en termes de volumes, puisque la clientèle a une image positive de ces produits et accorde de l'importance à leur origine. En outre, ces magasins disposent de davantage de marge de manoeuvre pour intégrer des nouveaux produits dans leurs rayons et **14%** des francophones les privilégient pour acheter des produits locaux.

« **58% des francophones privilégient les grandes surfaces pour acheter des produits locaux** (dont 14% sont des franchisés), suivies des magasins à la ferme (22%) et des marchés (19%). Ce qui fait des grandes surfaces **LE canal de vente le plus sollicité pour l'achat de produits locaux, le 1er lieu de dépense alimentaire en Wallonie** (avec 75,3 % des dépenses alimentaires). »

Toutefois, pour ces acheteurs, **la visibilité des produits locaux dans les magasins franchisés est plutôt moyenne**. Sur une échelle de 1 à 10, elle était en effet estimée, en moyenne, à 6,46/10 (1/3 des acheteurs lui attribuant une note inférieure ou égale à 5/10). 61% de ces acheteurs aimeraient que ces produits soient rassemblés dans un rayon spécifique, 43% dans celui attiré de la catégorie du produit et 12% en tête de gondole.

Les principaux freins à la consommation de produits locaux étaient, toujours en mars 2022, outre le prix (52%), le **manque de lieux de vente (50%), de disponibilité (48%), de temps à en chercher (38%) et une offre de produits limitée (36%)**.

Du côté de la distribution, il apparaît que **74% des magasins franchisés souhaitent développer leur gamme de produits locaux**, mais nombreux sont ceux qui expriment des freins face à ce développement : 20% d'entre eux **manquent de temps**, 31% expérimentent des **difficultés logistiques et administratives**, et 34 % subissent un **manque de régularité** dans les livraisons.

Sources : Étude menée sur 1.000 répondants en août 2022 par l'Observatoire de la consommation de l'Apaq-W sur les produits locaux dans différents canaux de vente.

Données GfK parts de marché GMS vs circuits-courts en Wallonie.

Enquête du Collège des Producteurs réalisée en 2022 auprès de 123 commerçants alimentaires.

Les actions menées pour répondre à cette demande

Afin de répondre à cette demande des consommateurs et aider les producteurs locaux à intégrer le réseau de la vente, plusieurs actions concrètes sont développées depuis plusieurs mois déjà dans les magasins d'alimentation franchisés, sous l'impulsion de l'Apaq-W et du Collège des Producteurs, avec le soutien de l'APLSIA (Association Professionnelle du Libre Service Indépendant en Alimentation). Leur objectif : **une intégration et une plus forte visibilité des produits locaux pour les rendre accessibles à une clientèle plus étendue** dans cet espace très concurrentiel :



85 actions de dégustation dans 13 magasins

Soit 77 producteurs qui ont animé des dégustations de leurs produits agricoles. Et environ 5.000 consommateurs touchés. Une initiative de l'Apaq-W.



Des stop rayons (ou wobblers) distribués dans 70 magasins franchisés

Plus de 4.000 stop rayons en français (et 2.500 en néerlandais et allemand) ont été distribués dans 70 magasins franchisés au cours de 3 vagues, en juin, septembre et novembre. Une initiative de l'Apaq-W.

Outre ces actions, l'Apac-W mène d'**autres projets en faveur du développement des produits locaux en grandes et moyennes surfaces.**

- Des **visites** ont ainsi été mises en place dans les magasins *Carrefour Market de Marche-en-Famenne* et *Spar Laneffe* afin de suivre le produit de sa livraison jusqu'à la caisse ; d'autres visites de fermes seront mises en place pour des gérants de magasins ;
- Des **formations pour les producteurs** seront prochainement organisées sur les thématiques de la qualité, la commercialisation et la communication.



Des nouveaux display dans 38 commerces indépendants dans le libre service alimentaire répartis sur la Wallonie et à Bruxelles

Durant trois mois, les commerçants testent ces nouveaux présentoirs sur le thème des apéros-barbecue ou des fêtes de fin d'année. À la clé : **17 fournisseurs de produits ont déjà pris un engagement à moyen terme avec ces commerces.** Une initiative du Collège des Producteurs.



1.000 codes barres distribués à 65 producteurs transformateurs de produits locaux

Pour un chiffre d'affaires de plus de 2 millions d'euros, les codes-barres distribués identifient chaque produit de façon unique, avec une étiquette du produit répondant aux normes internationales de traçabilité alimentaire. Une initiative du Collège des Producteurs.

Vous êtes **producteur**, faites part de votre intérêt pour la commercialisation en grands magasins en complétant ce **formulaire d'inscription**.

Vous êtes **producteur ou acheteur professionnel**, consultez le tout nouveau site référence de l'approvisionnement local **#Jecliquelocal**.

Vous êtes **consommateur**, trouvez également des produits locaux en circuit-court grâce à la **nouvelle app' #Jecuisinelocal**

Vanessa Poncelet - Service Presse ApaQ-W
0472 84 56 82 - v.poncelet@apaqw.be

Agence wallonne pour la Promotion d'une Agriculture de Qualité
Avenue Comte de Smet de Nayer 14 - 5000 Namur - www.apaqw.be

Marie Poncin - Service Presse Collège des Producteurs
0472 98 76 35 - marie.poncin@colleqedesproducteurs.be

Benoit Kennes - Association professionnelle du libre-service indépendant en alimentation
0477/91 45 25

