

# Pour densifier la vente de produits locaux en grandes surfaces, les acteurs mettent le paquet !

Au travers de son projet d'interface Producteurs-Distributeurs issu du Plan de relance, le Ministre de l'Agriculture Willy BORSUS annonce le lancement de deux nouvelles actions visant à proposer de nouvelles offres de produits locaux dans les grandes surfaces : tout d'abord, des présentoirs de produits locaux et ensuite, des campagnes d'activation (merchandising et dégustations).

## 1. Des présentoirs de produits locaux (Collège des Producteurs)

Tenant compte tant des réalités des producteurs que de celles des professionnels de la distribution, les représentants des producteurs ont imaginé un présentoir de sol assorti d'une dizaine de produits locaux, secs, avec codes-barres. Depuis ce 27 juin, 40 commerçants indépendants et chefs de PME actifs dans le libre-service alimentaire testent ces nouveaux présentoirs (display) dans leurs magasins.

Pour Willy BORSUS, Ministre de l'Agriculture : « Il s'agit d'un concept innovant pour faciliter les relations commerciales qui permet aux points de vente de tester gratuitement des produits locaux, qui se voient offrir le présentoir, et ne doivent pas se préoccuper de la logistique. Afin de faciliter les transactions et de lever les freins<sup>[1]</sup>\* administratifs, logistiques et de temps, deux prestataires logistiques assurent le remplissage et l'achalandage des présentoirs, en appliquant directement leur marge sur les produits. Le prix de vente est à fixer par le magasin, tandis que les invendus seront repris à leurs frais par le prestataire. C'est tout à fait inédit et facile à gérer pour les magasins. »

En effet, ceux-ci paieront donc uniquement les produits vendus. Et si le système rencontre satisfaction parmi la clientèle, le magasin sera libre de poursuivre avec le prestataire.

L'objectif étant d'avoir un kit durable, facile à livrer et à installer, le présentoir proposé est produit par *les Ateliers du Saupont* (à Bertrix) et composé de plaques de MDF facilement montables et transportables.

Les 40 premiers présentoirs sont actuellement en phase de test dans les magasins suivants : <https://collegedesproducteurs.be/interface-producteurs-distributeurs/action-display/>.



Le dispositif fera l'objet d'une évaluation auprès des commerçants, des prestataires logistiques et des producteurs. L'enjeu étant d'élargir considérablement le nombre de présentoirs, de produits et de magasins.

### **Une réponse concrète aux demandes des producteurs et des commerces d'alimentation**

Ce nouveau service fait partie d'un panel d'autres initiatives développées par le projet d'Interface Producteurs-Distributeurs comme la précédente mise à disposition de codes-barres, la construction d'un catalogue de l'offre des produits locaux ou encore une plateforme informatique et la recherche de solutions logistiques.

Pour les agriculteurs, la recherche de débouchés commerciaux est essentielle. Pour la distribution, il s'agit de lever un maximum de barrières qui freinent la commercialisation des produits de producteurs et artisans locaux dans la distribution. Cette initiative est d'ailleurs largement relayée et appuyée par l'Association Professionnelle du Libre-Service Indépendant en Alimentation, (APLSIA).

Ce dispositif s'inscrit dans le cadre du plan de relance de la Wallonie, et est le fruit d'une collaboration active entre Le Collège des Producteurs, l'IFELW, l'APAQ-W et la coopérative MABIO, qui concentrent leurs actions communes sous la bannière de l'Interface Producteurs-Distributeurs.

- Appel aux magasins intéressés de tester le présentoir : contactez Nicolas ANCIEN (Interface Producteurs - 0498 231 490 - [interface@collegedesproducteurs.be](mailto:interface@collegedesproducteurs.be)).

### **2. Visibilité et activation des « produits locaux » en grandes surfaces (APAQ-W)**

Parallèlement, l'APAQ-W a développé de nouvelles actions, toujours grâce au Plan de relance de la Wallonie.

Willy BORSUS : « En août 2022, l'Observatoire de la Consommation de l'APAQ-W précisait que le canal de vente le plus utilisé pour les achats de produits locaux est, de très loin, les grandes surfaces : **58%** des consommateurs y achètent leurs produits locaux et **33%** ne les achètent que via ce canal. C'est pourquoi il est essentiel pour nos producteurs de capter également ce canal de vente ».

L'APAQ-W a donc mis en place des actions spécifiques pour sensibiliser les consommateurs à l'achat de produits locaux directement en grandes surfaces au travers de campagnes de dégustations. Celles-ci ont été organisées en trois phases, aux mois de novembre 2022, mars et juin 2023. Des producteurs ont proposé des dégustations de leurs produits à la clientèle chaque magasin sélectionné s'est engagé à accueillir potentiellement 12 producteurs sur ces deux jours. En outre, des posts sur les réseaux sociaux et des affiches dans les magasins ont informé les consommateurs des actions à venir. Ce sont déjà près de **85 animations** qui ont été gérées par près de **75 producteurs** à travers toute la Wallonie et près de **2.000 consommateurs** qui sont venus à la rencontre des producteurs, directement au sein des rayons. Ces actions sont saluées tant par les producteurs que par les gérants des magasins franchisés concernés qui voient leur chiffre d'affaires augmenter lors du passage en caisse. D'autres week-ends de dégustations sont prévus dans les prochains mois.

En complément à ces actions de dégustation, des « stop-rayons » (aussi appelés wobblers) « Produits locaux » (voir photo ci-dessous) **seront installés prochainement dans une série de grandes et moyennes surfaces**. L'objectif est de **donner de la visibilité à nos produits agricoles locaux** en les mettant en valeur à leur emplacement habituel en rayon/magasin.

Au terme d'une évaluation, **un déploiement à l'échelle wallonne pourrait être envisagé, dans tous les supermarchés proposant des produits locaux.**

Ces actions sont complémentaires à l'action « présentoirs » mise en place par le Collège des Producteurs pour développer la commercialisation de produits locaux dans des magasins où ceux-ci sont sous représentés. Afin d'assurer une cohérence visuelle entre les dégustations, les wobblers et les display, le visuel est identique.

Exemple dégustation [Carrefour Beauraing](#) :



Exemple wobbler :

