

Le consommateur plutôt tenté par le produit local

Uztartuk egin inkesta baten arabera, tokiko ekoizpenak inportantak zaizkio erosleari bainan duda batzurekin.

Ils sont plus de huit sur dix à dire qu'ils achètent des produits alimentaires locaux. L'enquête menée par Uztartu sur 450 habitants du Pays Basque met en avant l'intérêt de bon nombre de consommateurs pour un acte d'achat local. L'accessibilité et le prix sont néanmoins mis en avant comme des freins.

Uztartu, qui regroupe des entreprises de l'agro-alimentaire du Pays Basque ainsi que des structures de la filière agricole, souhaitait palier au manque de données sur la consommation locale en produits fermiers et produits transformés issus du territoire, d'où l'enquête réalisée en partenariat avec la Chambre de commerce et d'industrie de Bayonne. Celle-ci met en évidence que 85% des enquêtés déclarent acheter des produits alimentaires locaux (produits ou transformés en Pays Basque nord ou dans les cantons limitrophes, selon la définition de l'enquête) dont la grande majorité plus d'une fois par mois. Ils sont 39% à en acheter plus d'une fois par semaine ou plus. Cette tendance serait à la hausse selon les répondants dont six sur dix disent en consommer davantage qu'il y a deux ans tout



Le soutien à l'économie locale est mis en avant parmi les motivations d'achat.

comme ils affirment (70%) chercher davantage à connaître l'origine du produit. Ils affirment également de façon majoritaire (55%) qu'ils pensent acheter à l'avenir plus de produits locaux qu'actuellement.

Le budget consacré aux produits locaux reste cependant modeste : deux tiers des enquêtés dépensent moins de 50€ par semaine. De même, seul un tiers des acheteurs de produits locaux se déclare prêt à parcourir plus de 10 km pour se les procurer.

Parmi les motivations mises en avant pour privilégier l'acte d'achat local, le soutien à l'économie locale (68%), la traçabilité (56%), la fraîcheur et la qualité (48%). Les personnes enquêtées ont également été interrogées sur les éléments pouvant les inciter à consommer davantage de produits locaux. Un sur cinq répond qu'un prix moins élevé y contribuerait, mais aussi plus de lieux de vente disponibles (16%), certains voudraient pouvoir être en

contact direct avec le producteur (15%) tandis que d'autres souhaiteraient une meilleure visibilité dans les rayons où ils font habituellement leurs courses (13%), sachant que 75% des interrogés font régulièrement leurs achats alimentaires en supermarché.

“L'enquête va servir notamment à conforter dans leur choix les producteurs qui se sont engagés dans la transformation, dans des démarches de commercialisation ou dans la création de magasins de producteurs. La transformation, c'est aujourd'hui l'un des seuls moyens de conforter les petites exploitations de montagne”, a expliqué Maite Charritton (Ferme Elizaldia), présidente d'Uztartu. Face à la perception des consommateurs que les produits locaux sont plus chers, Uztartu estime qu'il faut mettre en avant les arguments expliquant le niveau de prix et l'impact sur l'économie locale. L'association pense aussi que les producteurs ne doivent pas “cracher” sur la grande distribution qui est aussi un débouché. “La GMS appelle à toujours tirer les prix vers le bas. En face, nous devons créer le rapport de force pour maintenir nos prix en arguant que nos produits ont une autre qualité, qu'ils sont frais et qu'il y a aussi des emplois derrière”, a affirmé Maite Charritton. Uztartu a initié des rencontres entre producteurs et restaurateurs cet été. Elle souhaite en faire de même avec la grande distribution.