

**Pays basque**

## Uztartu mène l'enquête

*Le cluster a livré les conclusions d'une étude sur la consommation de produits locaux.*

**O**n manquait de données quantitatives sur la consommation, en Pays basque, de produits fermiers et/ou transformés localement. Le cluster agroalimentaire Uztartu a mis fin à cette carence en instruisant une enquête détaillée, au printemps dernier. Les résultats en ont été présentés, ce 8 septembre, dans les locaux de la chambre de commerce et de l'industrie par Maïté Charritton, présidente du cluster, accompagnée de P. Brimboire, vice-président de la CCI, Nadine Gaeztambide, directrice de la coopérative cave d'Irouléguy, et d'Émilie Chopin, chargée de mission qui a mené à bien l'opération.

Que nous apprend l'étude des réponses fournies par un échantillon de quelque 450 personnes consultées? Déjà que, chaque année, les ménages dépensent 811 millions d'euros en produits alimentaires, soit un budget moyen de 5 798 euros par ménage. Une étude affinée révèle que la plupart des achats (62 %) s'effectue en hyper ou supermarchés, le commerce de proximité occupant 18 % et le hard discount 8,4 %.

Les familles de produits achetés se hiérarchisent de façon suivante: épicerie (31,5 %), viandes (23,2 %), lait et œufs (13,1 %), fruits et légumes frais (10,9 %). Tel est le quatuor de tête. Les achats se déroulent en majeure partie dans les grandes surfaces (75 %) mais plus de la moitié des consommateurs reconnaît fréquenter aussi les commerces traditionnels (72 %) et les marchés (56 %). En revanche, la plupart n'achètent pas ou peu de produits alimentaires auprès des producteurs locaux ou des AMAP.

Quel est le comportement du consommateur lambda en général? Il déclare déterminer ses choix, dans l'ordre, en fonction de la fraîcheur des produits (21 %), de la rapidité



(18 %), du prix (16 %) et, à égalité, de l'impact de la nourriture sur sa santé et de son origine géographique. On le voit, la notion de prix figure en troisième position. Mais elle a son importance. Car elle se révèle être un frein dans l'achat des produits locaux dont le prix est souvent jugé trop élevé. Un surcoût que l'on peut expliquer par le fait que le produit local est souvent issu d'une conduite d'élevage ou d'une pratique culturelle respectueuse de l'environnement.

### Le consommateur favorise l'économie locale

Quoi qu'il en soit, les produits alimentaires locaux sont recherchés par un nombre croissant de consommateurs dans la tête desquels la notion d'origine, de traçabilité, est de plus en plus prépondérante. L'enquête démontre en outre que le manque d'accessibilité (lieux de vente éloignés, absence de contacts avec les producteurs) est aussi un élément restrictif dans la progression des ventes dans ce créneau, de même qu'un certain manque de visibilité dans les linéaires des grandes surfaces. Ce qu'on retiendra de ce travail de fourmi, au final, c'est que la consommation des produits alimentaires locaux est désormais ancrée dans les pratiques, que l'intérêt suscité va croissant et que les consommateurs ont conscience de favoriser l'économie de leur territoire en achetant local.

**M. Bengoechea**