

EN ROUTE VERS  
LES VILLAGES DU FUTUR

FICHE

COMMERCANTS  
& ARTISANS  
DE DEMAIN

N°4



# UTILISER LES PRODUITS DU TERROIR POUR CRÉER DU FLUX DANS LES COMMERCES

(alimentaires mais pas seulement)



18%

C'est la progression de la consommation de produits du terroir en France chaque année.

**Une tendance qui va s'accroître pour devenir un facteur incontournable de la réussite d'un commerce. En alimentaire mais pas seulement !**

**SE DIVERSIFIER EN INTÉGRANT UNE GAMME DE PRODUITS DU TERROIR pour capitaliser sur les attentes locavores des consommateurs.**

Une tendance forte qui marquera les 10 prochaines années.



Le consommateur devient chaque année de plus en plus locavore et ce n'est pas la crise sanitaire qui va démentir le succès sans précédent des produits du terroir et de l'achat local. Intégrer une gamme de produits du terroir, valoriser une gamme Made in France, capitaliser sur une gamme de produits équitables... voilà d'excellentes solutions pour créer de la différenciation et du flux. De plus en plus, le commerçant de demain devra quitter un rôle de distributeur pour préempter un rôle de sélectionneur de produits différents et de plus en plus responsables. Une tendance qui oblige à changer quelquefois les manières de faire mais qui rend le travail plus passionnant pour dénicher les bons produits pour ses clients !

### 1 Même les grandes surfaces s'y mettent

Manger local, c'est la promesse de produits plus sains, en polluant moins et en soutenant l'emploi près de chez soi. Mais le produit local ou régional est aussi un filon qui rapporte dans un contexte de consommation atone. C'est pourquoi les hypermarchés jouent à fond la carte du « meilleur d'ici » pour reprendre les mots de Géant Casino ou des « alliances locales » (E.Leclerc). Les produits régionaux ont investi tous les rayons des grandes surfaces. Mais pas avec la même réussite. « 51 % de notre assortiment de bières est régional, 45 % de notre charcuterie, 42 % de nos fromages mais seulement 6 % des céréales », explique un responsable d'Intermarché. Dans l'esprit du consommateur, le produit régional a tout bon. « *Les couches pour bébés toxiques, le dioxyde de titane dans les bonbons... Il entend parler de tellement de scandales industriels que le consommateur est rassuré par la provenance régionale d'un produit* », note Thierry Desouches, le porte-parole des magasins U.

### 2 La Petite Auberge Glux en Glenne

Dans cette auberge typique morvandelle, Christopher Wood gérant privilégie les produits frais locaux quand il le peut. « *Je vais chercher mes légumes dans mon potager perso* ». Il propose la découverte d'un grand choix de bières locales et mets également en avant les produits régionaux avec dégustation de confitures, thés et miels du Morvan.



## IDÉES PRATIQUES

Quelle que soit votre activité, vous pouvez trouver une dimension locavore à votre commerce. **PAR CONTRE, C'EST À VOUS DE CHERCHER, DE SÉLECTIONNER LES BONS PRODUCTEURS.**  
« C'EST AUSSI UNE CONDITION POUR AMÉLIORER L'IMAGE ENVIRONNEMENTALE DE VOTRE ACTIVITÉ ! »



## POUR ALLER PLUS LOIN

3 L'association Morvan terroirs rassemble des agriculteurs, des éleveurs et des artisans, dans la vente directe et les circuits courts. Elle garantit par des cahiers des charges très stricts la valorisation du lien au territoire, la préservation de l'environnement et l'entreprise à échelle humaine. **L'OBJECTIF EST D'AIDER LES PRODUCTEURS À SE FAIRE CONNAÎTRE :** boutiques, institutions, marchés, dégustations, animations, promotion !

[www.morvanterroirs.fr](http://www.morvanterroirs.fr)

PUBLICATION SOUTENUE PAR :