

Question orale de Caroline Cassart, Députée,
à Willy Borsus, Vice-Président et Ministre de l'Économie,
du Commerce extérieur, de la Recherche et de l'Innovation,
du Numérique, de l'Aménagement du territoire,
de l'Agriculture, concernant
**Les mesures prises pour encourager le citoyen à
consommer local**

Monsieur le Ministre,

En juin dernier, l'Observatoire de la consommation a remis les conclusions de son étude sur le comportement des consommateurs pendant l'inflation que nous vivons. Si, pendant la pandémie, les consommateurs ont eu tendance à se tourner vers les produits locaux, le constat est tout autre dans le contexte actuel : les consommateurs privilégient les promotions et les réductions de prix.

A ce sujet, à une question d'un de mes collègues sur le sujet, vous avez confirmé votre engagement de promouvoir les produits locaux en les rendant accessible à tous, notamment en les intégrant dans les grandes chaînes de distribution. Vous l'informiez que tous les acteurs économiques concernés (Apaq-W, collègue des producteurs, représentant de la distribution...) allaient se rassembler au mois de septembre dans le but d'amplifier la présence des produits locaux dans ces grandes surfaces, notamment du côté des franchisés, qui disposaient d'une plus grande latitude pour diversifier leurs sources d'approvisionnement. Monsieur le Ministre a-t-il eu des retours de cette réunion ? Comment quantifier cette présence de produits locaux dans les supermarchés ?

Vous indiquiez également que l'Apaq-W allait veiller à apporter un support marketing de service public aux enseignes et aux producteurs locaux dans le cadre de cette promotion. Est-ce déjà le cas ? De quelle manière l'agence compte-t-elle procéder ?

D'autres actions vont-elles être mises en place de manière à encourager à nouveau les consommateurs à aller vers nos producteurs wallons ?

Quand une nouvelle étude de l'observatoire de la consommation est-elle prévue ?

Je vous remercie.

La réponse du Ministre :

Comme l'honorable membre le souligne, les travaux de l'observatoire de la consommation ont, cette année, mis en lumière les effets de la crise que nous traversons avec, notamment, le risque élevé de « down trading » engendré par la diminution du pouvoir d'achat. L'élasticité de la demande par rapport aux prix et aux revenus touche généralement aussi les produits alimentaires et, de fait, de nombreux consommateurs ont tendance à se tourner vers des références de prix inférieur. Face toutefois à l'enjeu de soutenir les produits locaux et, plus largement, la dynamique économique rurale de la Wallonie, il est important de démontrer au consommateur que la consommation de produits locaux est compatible avec un pouvoir d'achat mis sous pression.

Il est, de même, important de fédérer les acteurs économiques autour de cet objectif. Ainsi, une réunion du Business club de l'APAQ-W s'est tenue le 20 septembre en présence de près de 130 participants dans le but de mettre en relation des producteurs locaux, des responsables de la distribution et des représentants du secteur agroalimentaire. Un premier bilan a été tiré de cet événement et la grande majorité des participants ont exprimé leur satisfaction et leur volonté de poursuivre cette dynamique. Ce fut l'occasion notamment pour l'APAQ-W de présenter ses travaux sur le lien entre produits locaux et grande distribution et d'évoquer, avec le Collège des producteurs, la stratégie de développement de la présence des produits locaux dans les commerces. Cet événement s'inscrit dans le cadre du plan de relance et, plus précisément, du projet « Mettre en place une interface entre producteurs et distribution ». Le Collège travaille sur le développement d'un modèle commercial et d'approvisionnement et, conjointement, l'APAQ-W est responsable de la dimension marketing et merchandising.

L'APAQ-W assure dans ce cadre la présence de produits et producteurs locaux dans des magasins franchisés ou en succursale. Les campagnes de dégustation ont été organisées tout au long de 2022 avec une répartition dans les cinq provinces. 20 magasins ont été concernés de mars à juin et 5 le seront en novembre, avec un total de 40 journées de dégustation pour la première vague et 10 jours de dégustation pour la deuxième vague. Le planning 2023 est en cours d'élaboration. Je serai attentif à ce que l'Agence amplifie encore ses efforts pour renforcer la présence des produits locaux dans les grandes et moyennes surfaces. Une des difficultés pour l'heure est de fédérer l'ensemble de nos partenaires de la distribution pour obtenir des données d'évaluation des actions.

Quant à la question plus générale de savoir ce qui peut encore contribuer à encourager les consommateurs à privilégier les produits locaux, l'APAQ-W est désormais habilitée à octroyer le label « En direct de la ferme » à des points de vente à la ferme, commercialisant leurs produits en circuits courts. Cette faculté est de nature à solvabiliser la demande puisque les écochèques peuvent désormais être utilisés dans de tel points de vente. Le travail de recrutement est en cours. Je ne doute pas que cette disposition, inscrite dans le droit social fédéral, permettra de rendre plus attractifs encore les achats en circuits courts.

Enfin, les travaux de l'observatoire de la consommation sont planifiés en 2023 de manière à fournir des analyses générales et sectorielles utiles à l'orientation des actions de l'Agence et aux choix stratégiques de ses partenaires.