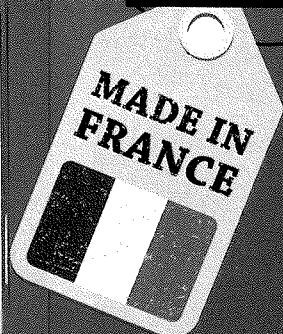


LE RETOUR
DU MADE IN
CHEZ NOUS

DOSSIER



La révolution des produits locaux gagne même les supermarchés

L'intérêt affiché par les grandes surfaces pour les circuits courts durant la crise ne sera pas un feu de paille. Les consommateurs sont demandeurs.

PAR BRUNO DECLAIRIEUX

Avec sa paille de seigle au milieu, sa croûte cendrée et sa forme allongée, le sainte-maure de Touraine est un petit bijou de fromage de chèvre. Et jusqu'à présent, Mathieu Léger, un producteur installé au cœur de l'appellation en Indre-et-Loire, écoulait le gros de ses bâchettes auprès d'un affineur et de crémiers. Mais à la mi-mars, avec le confinement, les commandes ont cessé brusquement. «On a pris peur», relate le cogérant de la ferme Les Pampilles de l'Oisellière, qui a alors contacté un Intermarché à 20 kilomètres, l'enseigne s'étant manifestée pour aider les exploitants du coin en difficulté. Référence rapide, mise en avant à l'entrée dans un bac, vente à prix coûtant : «Tout a été fait pour que notre production parte vite», apprécie Mathieu Léger, qui a depuis retrouvé ses débouchés habituels. «Le patron de cet Intermarché nous a même proposé de continuer plus longtemps.»

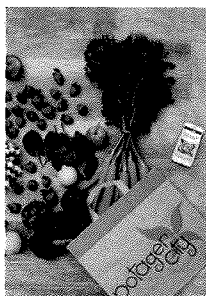
Rayons vidés manu militari, fumier déversé sur les parkings... On connaît les relations tendues entre le monde agricole et la grande distribution, le premier accusant la seconde de multiplier les importations à bas coûts et de casser les prix. Avec la crise du Covid-19, l'ambiance a changé. Jamais, sans doute, les enseignes ne se seront autant démenées pour soutenir la ferme France. Campagnes de pub pour acheter des fraises, des asperges

ou de l'agneau tricolores, coup de pouce aux petits exploitants dans les rayons, pas de pression sur les étiquettes. «Nous avons été agréablement surpris», constate Sébastien Windsor, président des chambres d'agriculture (APCA), qui distribue les meilleures notes à Intermarché et Système U mais aussi à Auchan. «Son secrétaire général a même appelé pour nous dire que des consignes très claires avaient été données.»

LES MAUVAISES LANGUES verront certes de l'opportunisme dans cette bonne volonté affichée à tout-va par les grandes surfaces. Il est vrai que leur image de marque était en jeu. «En plus, elles ont été contentes de trouver des fournisseurs prêts à garnir rapidement de farine, d'œufs ou de fruits leurs rayons dévalisés», relève un arboriculteur dans l'Aisne. Sans compter que leurs habituels approvisionnements à l'étranger ont parfois été gênés. Sincère ou non, cet élan répond surtout à une demande qui est croissante depuis quelques années déjà. «La crise n'a fait qu'accentuer le phénomène», note le consultant Philippe Goetzmann. Dans une enquête de Kantar en avril dernier, 85% des Français disaient privilégier les produits tricolores et 79%, les produits locaux. «Ces derniers sont plus rassurants qu'une grande marque industrielle, car on en connaît l'origine», analyse l'expert de la distribution Olivier Dauvers. De plus, achetés en circuit court, c'est-à-dire avec

un minimum d'intermédiaires, ils permettent une rémunération plus juste du producteur. Le succès des filières en vente directe, type achats à la ferme, magasins de producteurs, abonnement (Amap) ou commande en ligne de paniers frais (La Ruche qui dit oui), est un bon indice de cette tendance. Les formats de vente sont variés. Mais tous ont les mêmes objectifs : manger sain et redynamiser nos campagnes. «Dans la cinquantaine de drives fermiers de notre réseau, nous sommes passés pendant la crise de 1 600 à 6 000 commandes par semaine», se réjouit Jean-Marie Lenfant, le président délégué de Bienvenue à la ferme.

N'en déplaise aux militants purs et durs des circuits courts, les supermarchés ont aussi un rôle à jouer. Un sondage Ipsos paru l'an dernier indiquait que 92% des Français voulaient que les enseignes référencent davantage de produits locaux et 94% estimaient que les producteurs y seraient gagnants. Évaluée à 5% environ, la part consacrée au local dans les rayons alimentaires ne peut que progresser. Encore faut-il que tout le monde s'adapte. Côté distributeurs, les chaînes d'indépendants comme Intermarché, Système U ou E.Leclerc ont une longueur d'avance, chaque patron de magasin étant libre de son assortiment. «Mes fournisseurs locaux livrent en direct et je les paie moi-même, explique Grégory Vouters, patron de deux Système U près de Rodez (Aveyron). Ils ne passeront par la centrale d'achats régionale



Carrefour vient de racheter Potager City, start-up spécialisée dans les colis de fruits et légumes en circuit court.