

Communiqué de presse

Pour 79% des Français l'origine géographique d'un produit est primordiale.

La prise de conscience des consommateurs sur l'impact du bien manger a entraîné une évolution profonde des modes de consommations et notamment un retour à la consommation locale. L'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations, en collaboration avec Ipsos, s'est donc penché sur son impact, sa signification et le rôle du distributeur dans celle-ci.

Consommer local : un gage de qualité et de sécurité pour les Français

82% des Français privilégient désormais l'achat de produits d'origine française et **77%** l'achat de produits proposés par des producteurs locaux. Si cette tendance est bien ancrée chez les seniors qui sont **86%** à y faire attention, on note également chez les jeunes une prise de conscience importante car ils sont **71%** à y être plus sensibles.

Dans cette recherche de qualité et de traçabilité, le local est la première garantie pour les Français. Ils sont **79%** à être attentifs à l'origine géographique des produits ou au fait qu'ils soient fabriqués dans la région. Ces critères sont bien plus rassurants que les labels (**68%**) ou même que les produits bio (**60%**).

L'achat de produits locaux permet donc aux Français de s'assurer de leur origine (**61%**) mais c'est également pour eux une consommation engagée voire militante avec la volonté de participer à l'essor de l'économie et de l'emploi local (**60%**). Le choix du local touche d'ailleurs toutes les catégories de produits alimentaires avec en tête les légumes (**84%**), les fruits (**83%**) ou encore les œufs (**73%**) et les produits laitiers (**67%**).

L'offre de produits locaux : le rôle prépondérant de la grande distribution pour les producteurs et les consommateurs

Pour la quasi-totalité des Français il est important que leur grande surface habituelle soutienne l'économie locale (**95%**), ils attendent même d'elle à **92%** qu'elle sélectionne des produits provenant véritablement de la région.

Même si les consommateurs sont déjà **54%** à estimer que l'offre actuelle de produits issus de producteurs locaux est satisfaisante, il y a encore beaucoup d'attente. En effet, une majeure partie des Français (**95%**) irait aujourd'hui plus facilement faire ses courses dans une grande surface qui propose beaucoup plus de produits locaux et à des prix abordables.

Ce rôle alloué à la grande distribution serait bénéfique à tous les acteurs de la chaîne puisque les producteurs en seraient également les grands gagnants : pour **94%** des Français cela leur permettrait d'accéder à un marché plus vaste et pour **92%** de gagner en visibilité.

"Circuit court, valorisation du terroir, production locale, c'est dans notre ADN et ça marche ! Il y a une vraie attente du côté des consommateurs. Côté magasins, cela fait des années que nos adhérents nouent des relations fortes avec les producteurs locaux pour valoriser leur

*savoir-faire. Nous comptons déjà plus de **12 000 Alliances locales*** dans toute la France pour favoriser les circuits courts et proposer des produits du terroir "*

Michel-Édouard Leclerc, Président des Centres E.Leclerc

** Les Alliances locales sont des partenariats entre adhérents E.Leclerc et producteurs. Ils permettent une mise en vente de produits locaux dans les centres E.Leclerc et favorisent les circuits courts.*

MÉTHODOLOGIE :

Étude réalisée par Ipsos pour l'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations sur un échantillon national de 1 000 Français représentatif de la population âgée de 18 ans et plus, interrogés du 17/10 au 24/10 2019 en ligne selon la méthode des quotas.

A PROPOS DE L'OBSERVATOIRE DES NOUVELLES CONSOMMATIONS E.LECLERC :

L'Observatoire E.Leclerc des Nouvelles Consommations vise à analyser et anticiper l'évolution de la consommation, au-delà de l'analyse du panier moyen. Il est l'outil de réflexion du mouvement pour identifier les nouveaux éléments des choix de consommation des Français. Lancé en 2017, l'Observatoire s'appuie sur une étude originale révélant la corrélation entre le pouvoir d'achat, les grands choix de consommation et les représentations du monde de chaque individu.

Poursuivant son engagement historique aux côtés des consommateurs, le Mouvement E.Leclerc s'appuie sur les travaux de l'Observatoire pour nourrir sa réflexion sur l'avenir du rôle de distributeur. Il se transforme ainsi pour rendre accessible à chaque consommateur les produits et services qu'il souhaite, tout en préservant son pouvoir d'achat. Les résultats des études de l'Observatoire sont accessibles sur le site www.nouvellesconso.leclerc.

<https://nouvellesconso.leclerc/tracabilite-denrees-consommer-local/>

<https://nouvellesconso.leclerc/consommation-francais-plebiscitent-circuits-courts/>

Contact presse

Service de presse E. Leclerc : 01 80 18 18 10 – e.leclerc@agencebabel.com