

La préférence locale s'affiche dans les rayons

Sur l'ensemble du territoire national, les campagnes de soutien aux producteurs locaux s'intensifient depuis la crise sanitaire. La promotion des circuits courts a été assurée à coups de slogans et d'initiatives fortes pour séduire le consommateur. Les grandes enseignes comme les petites ont imaginé des formules pour permettre aux producteurs d'écouler leurs marchandises. Même le Guide Michelin a innové lançant « Le bon menu », encourageant les chefs à travailler des produits de proximité, de qualité mais aussi équitables en termes de prix.

Les « petits » producteurs font leur entrée chez les « grands »

Pour passer des champs aux assiettes, la production a eu besoin d'un coup de pouce au-delà des discours. En pleine crise du Covid, fin mars, Fabien Coutu, le responsable de trois magasins Leclerc à Ajaccio (Balagne, Rodade et Impérial et drives), découvre une opération conduite au niveau national pour soutie-

nir les agriculteurs. Il décide à son tour d'imaginer une action à l'échelle régionale et lance dans la foulée « Oghje più ch'è mai sustenimu i nostri produttori ». Une opération qui s'adresse « aux petits », ceux qui ne sont pas habitués aux réseaux GMS et qui pratiquent la vente en direct.

Dans les magasins, un combleur est dédié. Chaque matin, des caisses de fruits et légumes frais y sont déposées, mais aussi des fromages et de la charcuterie y sont disposés. Avant le Covid, le volume de produits corses avoisinait les 20 %. Depuis, il a connu un bond. « Nous avons ainsi fait entrer 85 fournisseurs supplémentaires. La grande majorité sont des charcutiers, souligne le responsable. Cette action de soutien a été pensée pour rendre service à tous ces petits producteurs en manque de débouchés suite à la crise sanitaire. » Le groupe Padrona assure que les tarifs n'ont pas été discutés et pourtant certaines productions artisanales affichent un prix souvent supérieur. « On n'a pas négocié les prix et parfois on a diminué nos marges. Mais les



Les produits locaux sont en toute période privilégiés.

consommateurs locaux sont ravis et c'est un beau partenariat. »

Pour preuve, les rayons concernés par les ventes de ces produits sont en augmentation de 50 %.

Les volumes des maraîchers déjà en baisse...

En faisant le tour des enseignes, notamment Géant Casino, l'assu-

rance que les produits locaux sont en toute période privilégiés est présentée comme une ligne de conduite commerciale. « On ne s'est donc pas forcé à soutenir davantage nos producteurs pendant ce confinement car nous le faisons tout au long de l'année et ce, depuis des années », glisse Patrice Vanucci, directeur des achats produits corses pour les enseignes Géant Casino et Casino.



De nombreux producteurs de fruits et légumes sont référencés dans les grandes surfaces de l'île. PHOTOS JONATHAN MARI

Toutefois, pour amplifier la démarche « acheter local », une importante campagne de communication a été menée et un partenariat signé avec l'Odarc pour la vente de viandes.

Au total, près de 60 producteurs de fruits et légumes sont référencés dans les douze magasins et drives : « Nous travaillons déjà avec la plupart et on dispose de leurs produits lorsqu'ils arrivent ! »

Actuellement, les volumes des maraîchers ont diminué. Explications ? Les contraintes rencontrées lors de la plantation en raison de l'absence de main-d'œuvre. Une situation qui se traduit déjà donc dans les rayons et la trésorerie des producteurs. La préférence locale pourrait alors devenir plus qu'une habitude, une attitude !

J.Q.-O.