

Communiqué de presse

Les circuits courts ont la cote auprès des Belges : 1 sur 2 y accorde de l'importance pour s'alimenter

Dans le cadre de la Foire de Libramont, CBC Banque dévoile les résultats de son Observatoire « Les Belges et les circuits courts »¹ et entend soutenir les agriculteurs dans cette démarche

- Depuis quelques années, la vente de produits alimentaires en circuits courts a le vent en poupe. Selon l'Observatoire CBC, plus d'1 Belge sur 2 (54%) accorde de l'importance à ce mode de consommation qui prévoit maximum un intermédiaire entre le producteur et l'acheteur.
- Parmi les différents circuits courts, les Belges achètent le plus souvent leurs produits alimentaires sur les marchés (65%), à la ferme (38%), dans les magasins de proximité (28%) et aux supermarchés (25%). La plupart des consommateurs qui achètent en circuits courts ne sont pas prêts à parcourir de longues distances, 63% d'entre eux parcourent moins de 5 kilomètres.
- Si près de la moitié des Belges (45%) ont recours aux circuits courts pour prendre soin d'eux et de leur santé, le principal incitant à consommer davantage de cette manière est le prix pour 65% d'entre eux.
- CBC Banque propose 5 recommandations aux producteurs belges pour une bonne utilisation des circuits courts.

Partenaire historique de la Foire de Libramont, CBC Banque accompagne chaque jour le développement de plus de 5000 exploitations agricoles. Dans ce cadre, CBC Banque s'est penchée sur la perception et les attitudes des Belges face aux circuits courts. Ce mode de commercialisation de produits agricoles ou horticoles – qui rapproche producteurs et consommateurs par l'intervention d'un intermédiaire maximum – semble être ancré dans les comportements de consommation des Belges : plus d'1 Belge sur 2 y accorde de l'importance dans le choix de son alimentation, révèle l'Observatoire CBC.

Circuits courts : une solution face à la fluctuation des prix des matières premières agricoles

Alors que l'on parle déjà de 2017 comme une année record en termes de chaleur et d'absence de précipitations, les conséquences sur les cultures et sur les prix des matières premières agricoles se font déjà durement ressentir. Pour Bernard Keppenne, Chief Economist de CBC Banque, « *A l'heure actuelle, les perspectives d'évolution des prix des matières premières agricoles, qu'il s'agisse du blé, du sucre, de la viande ou du lait, sont interpellantes. L'agriculteur belge va devoir évoluer dans un environnement marqué par la fluctuation des prix des matières premières agricoles à cause des conditions climatiques,*

1 Etude réalisée en juin 2017 par le bureau d'étude Ipsos auprès d'un échantillon de 2003 Belges

de la hausse de la production, de l'impact du change et des mesures protectionnistes. Une façon d'échapper en partie à cette tendance sur les prix et d'améliorer leur rentabilité est, pour les producteurs dont le business le permet, de recourir aux circuits courts. »

Minimiser les intermédiaires et les distances parcourues

De plus en plus de consommateurs souhaitent acheter des produits de qualité fabriqués et vendus près de chez eux. Vente à la ferme, magasins de producteurs, paniers collectifs, distributeurs automatiques,... il existe une diversité de circuits courts. Selon l'Observatoire CBC, les marchés (65%) arrivent en haut du classement des endroits où les Belges achètent le plus souvent leurs produits alimentaires, suivis par les fermes (38%), les magasins de proximité (28%) et les supermarchés (25%). En ce qui concerne la distance parcourue pour leurs achats, la plupart des consommateurs opte pour la proximité, 63% d'entre eux parcourant moins de 5 kilomètres. De plus, les trois quarts préfèrent acheter en un seul lieu les produits de différents producteurs.

« Il apparaît très clairement que c'est au producteur d'aller directement à la rencontre des consommateurs, et non l'inverse. Face aux habitudes de consommation des Belges, nous ne pouvons qu'encourager les producteurs, qui le peuvent, à intensifier leur présence sur les marchés locaux tout en n'hésitant pas à prendre contact avec la grande distribution du coin pour collaborer. » explique Caroline Devillers, Responsable du Segment Agri-Business chez CBC.

Les produits les plus recherchés par les consommateurs belges en circuits courts sont les légumes (84%) et les fruits (83%). Ils n'en délaissent pas pour autant les autres produits comme les pommes de terre (47%), les produits laitiers (41%), les œufs (38%), la viande (30%), etc.

Prendre soin de soi, au juste prix

Selon l'Observatoire CBC, l'envie de prendre soin de soi et de sa santé est la raison principale qui pousse les Belges à consommer en circuits courts (45%), suivie par le respect de l'environnement (31%) et la solidarité avec les producteurs (12%). Les Belges consommant en circuits courts placent par ailleurs le prix (65%) en tête des critères pouvant les inciter à acheter davantage via ces filières. *« Notre enquête indique qu'il n'y a pas de profil type de consommateurs en circuits courts. Cette façon de s'alimenter parle à toutes les générations et toutes les classes sociales. C'est d'ailleurs ce qui en fait sa force et une belle opportunité pour les producteurs. »* ajoute Caroline Devillers.

5 recommandations aux producteurs belges

« Forts de nos contacts journaliers avec nos clients et confortés par l'appétit des Belges pour une consommation en circuits courts dont témoigne notre étude, nous encourageons les producteurs belges à commencer ou à intensifier leurs ventes via ce biais, dans la mesure de leurs possibilités. Nos agriculteurs peuvent être fiers de leurs produits et doivent le faire savoir. Tout comme il paraît essentiel d'unir leurs forces pour atteindre une taille critique et mieux valoriser leurs produits. » conclut Caroline Devillers.

Concrètement, dans le cadre de la Foire de Libramont 2017, CBC Banque propose 5 recommandations aux producteurs belges pour une bonne utilisation des circuits courts :

- Développez vos ventes en circuits courts (si votre business s'y prête)
- Allez à la rencontre des consommateurs
- Privilégiez les marchés locaux mais ne boudez pas la grande distribution
- Unissez vos forces

- Soyez fiers de vos produits et valorisez-les

Contacts presse :

PRIDE

Aurélie Coeckelbergh / Laure Miquel-Jean

aurelie.coeckelbergh@pr-ide.be / Laure.miquel-jean@pr-ide.be

0479 26 16 13 / 0477 31 71 61

Press Room CBC: <http://cbc.prezly.com/>