

Article paru dans La Région du 8 février 2018

## Les produits régionaux et les jeunes

Sous l'impulsion de l'ADNV et de son groupe de travail « Valorisation des produits » animé par la volonté de consolider la position des producteurs locaux et régionaux du Nord vaudois, un travail a été confié à un étudiant de la Heig-VD pour analyser les différentes stratégies de vente des acteurs spécialisés dans les produits locaux et régionaux.

Outre des entretiens auprès de producteurs en vente directe à la ferme ou en mode contractuel, de magasins spécialisés ou encore de producteurs pour la grande distribution, l'étude a également développé un volet « enquête » avec un questionnaire d'une vingtaine de questions qui portaient sur les habitudes de consommation et d'achat. Sur plus de 400 réponses, plus de la moitié l'a été par un public de jeunes en formation.

Pour l'ADNV, ces réponses sont particulièrement intéressantes, car elles révèlent des habitudes de consommation assez différentes des autres classes d'âge. Les grandes surfaces, mais aussi les heures d'ouverture orientées vers la fin de la journée, soit 17 à 19h00, voire jusqu'à 21h00 sont nettement privilégiées par les jeunes.

Le questionnaire portait également sur les moyens utilisés pour se renseigner sur les nouveautés, mais aussi pour quelle « qualité », le consommateur est prêt à payer davantage. Pour les informations, internet et les réseaux sont privilégiés par ce public et, fort heureusement, la disponibilité à payer davantage un produit local est validée par deux tiers des personnes interrogées.

La réponse à la question sur la visibilité des commerces traditionnels a retenu l'attention du groupe de travail est : à plus de 70%, la visibilité a été notée de mauvaise à très mauvaise. Mais l'étude propose des pistes pour améliorer cette situation. Il s'agit de donner une véritable image à l'agriculture régionale, par exemple par des petites vidéos, mais aussi par une présence sur toutes les manifestations régionales avec une identité fédératrice ... et bien entendu liée à la présence et à l'utilisation des produits régionaux (apéritifs et repas). Il est également recommandé de développer des actions particulières pour la connaissance des produits ou la promotion des nouveautés.

Ces indications rejoignent parfaitement les avis des acteurs régionaux de la vente des produits qui, de manière générale, n'investissent que très peu en matière de promotion ou de publicité. C'est bien dans ce créneau d'une promotion groupée, mais clairement identifiée à la région du Nord vaudois qu'un appui serait souhaité.

Il ne reste plus qu'à trouver le meilleur moyen pour répondre à ces attentes et capter l'intérêt des jeunes pour qu'ils deviennent de véritables consomm'acteurs de la production locale et régionale !

Christine Leu  
Coordnatrice régionale