Carrefour Destreland augmente son soutien à la production locale

Carrefour Destreland et Carrefour Contact Grand-Camp intensifient leur stratégie de soutien à la production locale. Une nouvelle marque a notamment été créée.

Carrefour Destreland vient de réagencer l'hypermarché. La direction a profité de l'occasion pour présenter sa nouvelle stratégie en faveur de la production locale. Stéphane Hayot, directeur général du groupe Hayot (GBH), avait fait le déplacement. (Photos : Roberto Birhus)

ZOOM

« Engagés en faveur de la production locale »

Illustration de cette nouvelle stratégie en faveur des produits locaux, l'exposition « Engagés en faveur de la production locale » est présentée au public depuis le 5 novembre, pour une durée de deux semaines. Cette exposition a été réalisée avec le concours d'une dizaine de producteurs locaux qui se sont associés à cette opération, afin de présenter auprès du grand public huit filières de production (café, confitures, cosmétiques naturels, rhum, élevage, pêche, culture maraîchère et miel). Elle vise à mettre en lumière les richesses de la Guadeloupe et la qualité des savoir-faire de nos producteurs. Un film institutionnel est également diffusé dans le cadre de l'exposition et sur les réseaux sociaux.

La grande distribution est un lien essentiel entre producteurs et consommateurs. À ce titre, elle doit exercer un rôle fondamental dans la promotion des produits et des savoir-faire locaux. Carrefour Destreland et Carrefour Contact à Grand-Camp ont parfaitement perçu cet impératif. Les deux enseignes viennent donc d'imaginer une nouvelle stratégie de promotion de la production locale, déclinée dans leurs magasins. Cette stratégie s'articule autour de trois objectifs : valorisation, visibilité et accompagnement.

La défense de la production locale, Carrefour Destreland s'en est toujours soucié, indique la direction. « Dès l'ouverture du magasin en 1990 sous l'enseigne Euromarché, l'hypermarché s'est engagé en signant avec des producteurs guadeloupéens des partenariats de distribution, permettant le référencement de leurs produits. Cet engagement s'est consolidé au fil des ans notamment par notre forte implication au sein des interprofessions Iguaflhor et Iguavie. Le magasin a mis également en place des actions de valorisation des filières de production, avec l'opération la Ferme à la Ville et le salon produit Péyi. »

REPÉREZ LES « PRODUITS D'ICI »

Aujourd'hui, il s'agit d'aller encore plus loin. Les deux enseignes entendent donc valoriser les savoir-faire des producteurs et la richesse de la production locale (lire ci-contre), offrir une plus grande visibilité aux produits issus de la production locale et accompagner ces filières de production dans leur développement.

Une nouvelle marque, « Produits d'ici Guadeloupe », a notamment été créée pour offrir une meilleure visibilité des produits issus de la production locale. Déclinée en logo, elle sera présente dans les rayons des deux magasins sous forme d'étiquetage et de signalétiques, afin de permettre aux clients d'identifier plus facilement ces produits. Cette visibilité accrue et pérenne au sein des rayons, accompagnée du déploiement des puissants outils de marketing des enseignes, devrait renforcer sensiblement le lien entre consommateurs et producteurs locaux.

« Au fil des années, la part des achats locaux dans le panier des clients n'a cessé de progresser, indique la direction. En 2016, Carrefour Destreland et Carrefour Contact à Grand-Camp travaillent, chaque semaine, avec plus de 100 producteurs locaux. » La nouvelle stratégie mise en œuvre devrait conforter encore cette tendance.

IL A DIT

« Produit d'Ici est un repère »

Fabrice de Reynal,
directeur régional

« La diversité et le développement de nos filières de production locales, qu'elles soient agricoles, industrielles ou artisanales, sont importants pour nous, distributeurs. C'est l'assurance de pouvoir être approvisionné régulièrement, voire quotidiennement. C'est la possibilité de participer à la création des produits, d'adapter progressivement avec le producteur la variété, quelquefois la recette, en tout cas la quantité. C'est la proximité que nous n'avons pas avec nos fournisseurs nationaux.

Le travail qui reste à faire au service du développement des productions de la Guadeloupe est encore très important. La distribution a son rôle à jouer, et nous continuerons à le jouer. Que pouvons-nous faire de plus pour valoriser la production locale vis-à-vis du client dans nos magasins ?

Comment aider nos clients à trouver les produits qu'ils ont déjà choisis ? Ce que nous proposons aujourd'hui, c'est un travail de valorisation, dans son ensemble, de la production locale, une solution supplémentaire pour augmenter la visibilité de nos Produits d'ici, sur le lieu de vente. Pour aider à l'essor de ces productions, nous avons donc créé un logo, une marque. Nous avons créé des outils de communication, des kakémonos, des autocollants, des stops rayon… Notre logo "Produit d'ici" sera désormais à côté de celui de l'Iguavie, de l'Iguaflhor ou à côté du logo "Produit Péyi" des produits de l'industrie. "Produit d'ici" est une marque, un repère, une garantie pour les consommateurs, de choisir un produit issu de nos territoires. »