



Conseil de développement bioalimentaire
de Lanaudière

Pour publication immédiate

Communiqué

ÉTUDE DE MISE EN VALEUR DES PRODUITS DE LANAUDIÈRE EN ÉPICERIE

JOLIETTE, LE 13 SEPTEMBRE 2007 - Le Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière dévoile aujourd'hui le nom des trois épiciers qui se sont distingués pour leur mise en valeur des produits lanaudois.

Le titre d'Épicier lanaudois d'or a été attribué à Métro Plus, Supermarché Boucher de Rawdon. Les deux Métro Plus Marché Bélair de Joliette et St-Charles-Borromée remportent, ex aequo, le titre d'Épicier lanaudois d'argent. Le titre d'Épicier lanaudois de bronze est, quant à lui, décerné au Supermarché IGA Crevier de Notre-Dame-des-Prairies.

Pour les trois épiciers s'étant démarqués, s'approvisionner localement fait partie de la philosophie du propriétaire d'offrir aux clients des produits frais et de qualité. Monsieur Jean-Pierre Boucher, propriétaire du Métro Plus et du Supermarché Boucher de Rawdon et récipiendaire de l'Épicier lanaudois d'or indique que « la diversité des produits est la clef de notre succès. On est à l'écoute de ce que nos clients veulent. Si on n'a pas un produit en magasin, on le commande et on le met en tablette. Dès que les gens entendent parler d'un nouveau produit d'ici dans les médias, on se le fait demander presque immédiatement. » Selon Monsieur André Bélair de Métro Plus, Marché Bélair (dont les deux épicerie sont arrivées ex aequo en deuxième position), vendre des produits régionaux est aussi rentable. « Offrir une grande variété attire plus de consommateurs... Savoir que, pour une recette donnée, on peut trouver ici tous les ingrédients dont on a besoin, même ceux que l'on retrouve habituellement dans les magasins spécialisés, ça amène les gens ici. »

Notons que ces résultats sont le fruit d'une étude sérieuse. En effet, la Chaire Bombardier de gestion de la marque de l'Université de Sherbrooke, via son titulaire, le professeur François Coderre, a été mandatée pour réaliser l'étude de l'Indice CIBLE dans Lanaudière.

Mais qu'est-ce que l'Indice CIBLE? L'Indice CIBLE analyse cinq paramètres en magasin, soit l'étendue de l'offre des produits de Lanaudière, la qualité de l'aménagement, la publicité sur le lieu de vente, la publicité de masse et les politiques d'achat local du supermarché.

Les résultats font suite à la collecte de données qui s'est déroulée en mai 2007 par la méthode d'observation en magasin suivie d'une entrevue avec le propriétaire ou le gérant. Au total, 47 marchés d'alimentation de Lanaudière ont été ciblés. L'étude s'est intéressée spécifiquement aux épiceries associées à Sobeys, Métro et Provigo-Loblaws-Maxi.

Selon M. Benoit Rivest, directeur général du CDBL, soutenir les épiciers dans leur promotion de produits régionaux est un incontournable : « Les consommateurs sont à l'affût de la présence de produits de leur région mais manquent souvent de temps et d'information à leur propos. Une bonne identification oriente l'achat des consommateurs. Les produits lanaudois sont de plus en plus reconnus pour leur qualité. Reste à s'assurer qu'ils se retrouvent davantage dans les assiettes des Lanaudois ».

-30-

Source : Annie Cossette

Conseil de développement bioalimentaire de Lanaudière

Tél. : (450) 753-7486, poste 242