

## Les consommateurs européens friands de produits locaux

© 13/02/2019 |  Terre-net Média

**Les consommateurs européens sont très friands de produits locaux et « bousculent » les grandes entreprises afin qu'elles en proposent davantage, mais sont freinés par la « problématique du prix », selon une étude conduite dans 17 pays par l'Observatoire Cetelem et publiée mercredi.**

**L**a consommation de produits locaux est en vogue en Europe, d'après l'Observatoire Cetelem qui a mené une étude dans 17 pays de l'Union. Les consommateurs européens seraient ainsi 94 % à avoir confiance dans les produits de leur pays ou de leur région (93 %), contre 75 % pour un « autre pays européen », mais seulement 26 % pour la Chine.

En France, encourager l'achat de **produits fabriqués localement** est considéré comme « tout à fait prioritaire » pour 49 % des sondés. Le **marché de l'alimentaire** est de loin premier en terme de produits locaux mais il « s'élargit à d'autres secteurs » comme les produits d'hygiène et de beauté, ou l'équipement « qui veulent aussi profiter de cette évolution », selon Flavien Neuvy, directeur de l'Observatoire Cetelem cité dans un communiqué.

Cette habitude de consommation est selon lui « enfin comprise et progressivement intégrée » par les grandes entreprises, « bousculées » par des consommateurs « mieux informés » et « plus sensibles aux critères environnementaux et sociaux ». Une « tendance globale » qui reste « freinée » **par la problématique « du prix »** : 64 % des consommateurs européens estiment que les produits locaux sont chers, un chiffre qui monte à 76 % pour les Français.

Pour autant, deux consommateurs sur trois sont prêts à faire un effort financier supplémentaire pour acheter des produits locaux. L'essor du local est également limité par « l'offre » encore « trop restreinte » dans plusieurs secteurs, selon le directeur de l'Observatoire.

L'étude a été réalisée dans 17 pays européens, du 27 novembre au 10 décembre 2018 auprès d'un échantillon de 13 800 individus âgés de 18 à 75 ans, issus d'un échantillon représentatif de la population de chaque pays, constitué selon la méthode des quotas.

Selon un sondage Terre-net, **55 % des agriculteurs ne sont pas sensibles au « Made in France ».**