

Les spécialités régionales restent des valeurs sûres

INDISSOCIABLES D'UNE OFFRE EN PRODUITS GOURMETS, LES SPÉCIALITÉS RÉGIONALES SALÉES CONTINUENT D'ATTIRER DES CLIENTS QUE LEUR PRÉSENCE EN ÉPICERIE FINE RASSURE.

Les producteurs que nous avons interrogés sont unanimes : leurs spécialités régionales salées remportent un vrai succès auprès de la clientèle des épiceries fines, mais également des magasins de produits régionaux et des foires ou salons où ils vont directement vendre leurs spécialités. Un seul chiffre mais un chiffre "parlant" : plus de 20 % d'augmentation du chiffre d'affaires chez le sétois Azaïs-Polito et ses savoureuses conserves de poisson et fruits de mer. Le succès est tel que chez Valette – pourtant spécialiste du foie gras –, Philippe Creux réfléchit à élargir sa gamme. "Les spécialités régionales salées que nous proposons font partie des produits qui sont les plus stables dit-il. Qu'il s'agisse du confit de canard ou du cassoulet dont la recette au canard du Périgord n'a pas changé depuis des années, qu'il fasse beau ou mauvais, que les temps soient durs ou pas : nous vendons 2 000 unités de cette recette par an." Dans la baie de Somme, Simon Van Oost, aujourd'hui à la tête de la Conserverie St Christophe créée par son père il y a trente ans, explique cet engouement de plusieurs façons. "La conserve constate-t-il, a une force qui fait souvent la différence : elle se garde et se transporte très bien à température ambiante.

Pour la clientèle touristique c'est un plus et quand elle visite une région, elle a envie d'en rapporter chez elle pour faire des cadeaux aux amis ou à la famille, mais aussi pour sa propre consommation et se remémorer les vacances." Même constat à Sète où Véronique Britto affirme au nom d'Azaïs-Polito, que les produits du terroir et les spécialités régionales vendus en circuit gourmet rassurent le consommateur en termes de qualité. "En plus précise-t-elle, c'est pour nos clients une façon de soutenir une économie locale. Et je pense qu'ils ont beaucoup plus confiance dans un produit du terroir fabriqué par un artisan qu'ils connaissent que dans celui qui est fait par un industriel."



Véronique Britto. Azaïs-Polito

Il y a enfin derrière cette fidélité, beaucoup d'affect. Le consommateur aime retrouver les saveurs qui ont marqué son enfance, ses vacances. Pour David Goetz qui a remporté l'Épicerie d'Or en 2024 avec sa recette de cassoulet, saucisses de couenne et manchons de canard dans la catégorie des plats cuisinés, l'engouement est manifeste. "On sent dit-il, un renouveau pour ce type de conserve artisanale : les gens y viennent et reviennent parce qu'ils savent qu'ils vont trouver des produits bien faits." Il y a enfin pour la clientèle étrangère, un vrai plaisir à découvrir toutes ces recettes françaises dont la réputation a franchi les frontières et à se constituer des stocks lors de ses séjours dans l'Hexagone.

UNE CLIENTÈLE IDENTIFIÉE

Quand il regarde les analyses des ventes des magasins qu'il possède dans la baie de Somme, Simon Van Oost y voit, selon la saison, des touristes – pouvoir d'achat oblige – le plus souvent âgés de quarante à soixante ans. "Ce sont des gens qui mangent moins mais mieux." Ce ne sont pas des touristes et ils sont un peu plus âgés chez Valette mais aussi – c'est souvent lié – très attachés à la tradition. "Ce sont des produits que les gens ne savent souvent plus cuisiner remarque Philippe Creux, ou qu'ils renoncent à cuisiner parce qu'ils sont seuls ou en couple." Les ventes d'Azaïs-Polito épousant différents circuits, les clientèles varient. "Nous sommes présents sur les marchés traditionnels avec les épiceries fines, les commerces de bouche spécialisés et, avec des gammes courtes et régionales, aussi en grande distribution" précise Véronique Britto, qui

note au passage que la plus grosse progression se fait actuellement sur les petits commerces. "Quand le client achète l'un de nos produits dans une poissonnerie ou une épicerie fine, on sait que c'est pour le consommer poursuit-elle. Si c'est dans un magasin de produits régionaux ou chez un caviste, ce sera plus pour offrir." Cette analyse du marché est transposable à l'ensemble du marché des spécialités régionales salées. C'est une clientèle familiale qui fait le succès de Sillon et son concept hyper artisanal. "Nous sommes deux précise David Goetz, nous louons le labo où nous produisons, ce qui nous permet d'optimiser nos dépenses et de proposer un prix juste à nos clients".

le monde de L'ÉPICERIE FINE

Magazine Professionnel

N° 68 - Octobre/Novembre 2024 - 8,50€



LES COFFRETS
CADEAUX
UNE TENDANCE
QUI SE CONFIRME

ÉVÈNEMENT
SIAL 2024 FÊTE
SES 60 ANS



BOISSONS
RÉUSSIR UNE OFFRE
ATTRACTIVE
EN SPIRITUEUX



**THIERRY
MARX**
"LES ÉPICIERS
FINS SONT DES
DÉNICHEURS"