



CAHIER DE PRESSE

Journal : L'Avantage
Tirage : 41 000 exemplaires

Date : 17 décembre 2004

SUPERMARCHÉ GP DE RIMOUSKI

Le marché du terroir est lancé

■ Le concept de « Marché du terroir » vient d'être lancé au Supermarché GP de Rimouski. Une belle vitrine pour les producteurs agroalimentaires de la région.

JEAN-FRANÇOIS BOUCHARD

Le Marché du terroir vise à mettre en valeur les produits du Québec et, particulièrement, ceux du Bas-Saint-Laurent. Quelque 500 produits régionaux conçus par 60 producteurs, dont 40 provenant du Bas-Saint-Laurent, sont offerts au Supermarché GP de Rimouski.

« C'est l'occasion de donner une plaque tournante aux producteurs artisans qui sont souvent contraints sur le plan de la distribution de leurs produits sur les tablettes des supermarchés. Cet espace permet d'avoir une mise en valeur de leurs produits au bénéfice de nos clients », explique Guy Pelletier, président et chef de la direction du Groupe GP.

Avec ce concept, les producteurs locaux reçoivent un sérieux coup de

pouce quant à la distribution de leurs produits. « C'est très difficile d'entrer un produit dans les supermarchés. On parle de délai très long et il faut aller négocier avec des personnes à l'extérieur. Avec les Supermarchés GP, on peut négocier directement. Et, bien entendu, ils nous ont facilité la commercialisation », mentionne Nicole Lavoie, coordonnatrice des Saveurs du Bas-Saint-Laurent

Le concept a été lancé en novembre 2002, dans une succursale de Québec. Aujourd'hui, on retrouve des Marchés du terroir dans quatre supermarchés du Groupe GP. « Et on veut étendre le concept. Cela va aller en fonction des possibilités de pouvoir aménager le concept à l'intérieur des magasins », conclut M. Pelletier.



Le président et chef de la direction du Groupe GP, Guy Pelletier, entouré du directeur du Supermarché GP de Rimouski, Daniel Bérubé, et la coordonnatrice des Saveurs du Bas-Saint-Laurent, Nicole Lavoie.