

## Qualité Landes : ambassadrice du bon goût landais

Fidèle depuis 2017 du Sirha de Lyon, un des plus grands rendez-vous mondiaux de l'hôtellerie-restauration, Qualité Landes qui promeut les produits landais sous signes officiels de qualité, renforce sa présence sur les salons.



© Qualité Landes

Faire connaître, faire goûter, faire vendre. Telles sont les missions de [Qualité Landes](#). Créée en 2001 par le conseil départemental et la chambre d'agriculture, l'association a d'abord vanté les mérites du boeuf de Chalosse, du kiwi de l'Adour, de l'asperge des sables, des vins de Tursan, de l'Armagnac, du canard fermier, du Floc de Gascogne et des volailles fermières des Landes, auprès du grand public, avant d'élargir son discours à la cible professionnelle.

Depuis 2017, elle participe à chaque édition du Sirha, le salon international de la restauration, de l'hôtellerie et de l'alimentation de Lyon. Cuisiniers, distributeurs, grossistes, acheteurs de la restauration collective : tout l'univers de la restauration hors foyer s'y retrouve. « C'est donc le lieu idéal pour présenter nos produits », assure Martine Farré, responsable de l'association.

### Tout à promouvoir

Un stand de 20 m<sup>2</sup>, une vitrine réfrigérée et un étal présentant la palette des produits landais labellisés, des ateliers cuisine et des dégustations organisées en partenariat avec l'École Ferrandi de Bordeaux : lorsqu'elle se déplace à Lyon, Qualité Landes ne lésine pas sur les moyens. Pourtant, contrairement aux autres exposants, elle n'a rien à vendre.

« La commercialisation ne fait pas partie de nos missions. En revanche, nous recensons les prospects qui viennent sur le stand, nous les qualifions et nous transmettons les contacts à nos 17 entreprises adhérentes. Charge à elles, ensuite, de les recontacter pour les transformer en clients. » Qualité Landes n'a pas de visibilité sur le retour économique aux entreprises, mais « il y a des indicateurs d'efficacité : les adhérents nous encouragent à revenir à chaque édition, les prospects sont de plus en plus nombreux, des rendez-vous qualifiés se prennent en amont des salons via les réseaux sociaux professionnels. »

## Clientèle de proximité

Depuis deux ans, l'association accentue d'ailleurs sa présence sur les salons. « La clientèle de proximité étant extrêmement importante pour nos entreprises, nous avons décidé de tester Exp'Hôtel à Bordeaux en 2023 et Horesta à Biarritz en mars dernier. » Dans un cas comme dans l'autre, la force de l'offre collective séduit. « Les clients apprécient de pouvoir se sourcer en plusieurs produits sur un seul stand. »

Les résultats sont concluants. « Programmé juste avant la période festive, Exp'Hôtel a généré de très beaux retours auprès des restaurateurs. Nous y serons donc de nouveau du 23 au 25 novembre prochain. Quant à Horesta, à la veille de la saison estivale, c'est toute la restauration de l'hôtellerie de plein air et des chambres d'hôtes que nous avons touchée. » Si les adhérents valident cette orientation, Qualité Landes pourrait encore étendre sa stratégie salons vers d'autres territoires, dans le cadre de son huitième programme triennal 2026-2028.