

## **Courses alimentaires : deuxième raison pour les Belges de se rendre à l'étranger pour leurs achats**

Bruxelles, 6 juillet 2023 – **40% des Belges se rendent à l'étranger pour faire leurs courses. Les deux principaux types d'achat effectués au-delà de nos frontières sont les vêtements et l'alimentation. Ce phénomène de commerce transfrontalier n'est pas neuf en Belgique mais il est renforcé par l'inflation, plus élevée dans notre pays que chez nos voisins.**

En comparaison, seulement 17% des bénéficiaires de titres-repas quittent la Belgique pour faire leurs courses. C'est-à-dire moins de la moitié de la moyenne belge.

La situation géographique si particulière de notre pays encourage également nos concitoyens à se rendre dans les pays frontaliers pour faire leurs courses. 56% des Belges habitent à moins de 25km d'une frontière.

VIA, la fédération des émetteurs de titres-repas, rappelle donc que le mécanisme d'octroi de chèques est une incitation à la consommation locale pour nos commerçants locaux.

Une réalité confirmée par les résultats d'une étude menée par Listen auprès des bénéficiaires de titres-repas.

### **L'inflation, un facteur poussant les Belges à consommer à l'étranger**

L'inflation se stabilise sauf pour l'alimentation ! Cette hausse des prix sur les denrées alimentaires est indéniable à la lecture de la récente [étude de Statbel](#) : les tarifs ont augmenté de 16,12 % en un an. Les produits alimentaires de base sont ceux qui subissent les augmentations les plus importantes : les œufs (+39 %), le lait (+34 %), les huiles alimentaires (+32 %) ou encore le sucre (+28 %).

D'après l'étude Listen citée ci-dessus, un travailleur belge sur deux fait des économies sur son budget alimentaire en raison de l'inflation actuelle.

### **Le titre-repas, une barrière à la concurrence étrangère**

36% des commerçants belges voient le chèque-repas comme un bouclier à la concurrence étrangère car les montants perçus par les travailleurs sont uniquement utilisables en Belgique ; il s'agit donc d'une réinjection directe dans notre économie domestique et donc, également une source d'emplois. Les commerçants en sont bien conscients. Un sur trois déclare que le titre-repas représente 10% de son chiffre d'affaires.

**Sven Marinus, le président de VIA**, commente : « *Il faut tout faire pour encourager les Belges à utiliser leur pouvoir d'achat à l'intérieur de nos frontières. Certains de nos voisins l'ont d'ailleurs compris : le Luxembourg (de 10,80€ à 15€ en 2024) et la France (de 11,84€ à 13,82€ (2023) ont par exemple augmenté la valeur faciale des titres-repas car c'est un levier pour favoriser le commerce local. Ce qui représente en France une augmentation de 25% depuis 2019. Si la Belgique imitait ses voisins, cela offrirait un pouvoir d'achat supplémentaire aux bénéficiaires et cela boosterait, potentiellement, le chiffre d'affaires de nos commerçants. Alors que 2/3 des entreprises belge donnent aujourd'hui la valeur maximale, ces mêmes entreprises expriment la volonté de pouvoir octroyer jusqu'à 10 euro ou plus à leurs employés (Listen). J'insiste que cela serait une option pour les entreprises. Elles auront le choix d'augmenter, ou non, le montant qu'elles versent par jour à leurs salariés. Cette valeur faciale n'a plus été augmentée depuis 2016, il serait donc logique que celle-ci soit adaptée à l'inflation subie sur les produits alimentaires.* »

Top 3 des achats à l'étranger :

1. Vestimentaires
2. Alimentaires
3. Produits de soin et d'hygiène

---

**Plus d'information :**

Julie D'Hondt  
VIA@teamlewis.com  
+32 474 79 25 86

---

**À propos de VIA :**

L'association VIA, Voucher Issuers Association, rassemble les émetteurs de titres (chèques) matérialisés ou dématérialisés négociables en échange de biens ou de services spécifiques. L'association défend et représente les intérêts de ses membres auprès des autorités nationales et internationales en proposant des améliorations ou alternatives dans la valorisation, la sécurisation, l'émission, la dépense mais aussi la distribution de titres émis.