

Communiqué de Presse

Chassez le naturel...

L'année dernière fut marquée, suite à la mise en place de l'embargo russe, par un sursaut patriotique des opérateurs de la filière. Conscients du danger imminent qui pesait notamment sur les producteurs, la plupart des acheteurs avaient joué le jeu de la préférence nationale, mettant en avant les produits d'origine locale et française.

Mais force est de constater que, l'émotion passée, les mauvaises habitudes reviennent en force... Déjà cet hiver, notamment avec la salade, la distribution n'a pas hésité à maintenir les produits d'importation en rayon, alors même que la production française surabondait pour des raisons climatiques.

Avec le retour du printemps, la guerre des prix reprenant de plus belle, tous ont oublié leurs belles déclarations. Il suffit pour s'en convaincre de faire le tour des rayons, et d'observer notamment la provenance des tomates. Alors que la production nationale est désormais bien en place, les rayons restent remplis de produits espagnols ou, mieux encore, marocains. Et chaque enseigne d'annoncer qu'elle est la moins chère, voire qu'elle propose « le bon prix pour le bon produit ». Comme si, à elle seule, la distribution était capable de définir ce qu'était un « bon prix », ou ce qu'était un « bon produit ».

Les producteurs de légumes, qui n'accepteront pas d'être, une nouvelle fois, les sacrifiés de cette guerre sans issue, vont mettre en place dans les prochains jours une série de relevés de prix et d'origine en magasins. Si le résultat de ces visites venait à confirmer que les produits importés, les braderies permanentes, étaient encore légion dans les rayons, il y a fort à parier que des visites moins courtoises pourraient avoir lieu. Les producteurs qui, chaque jour, se battent pour proposer aux consommateurs des légumes de qualités, tout en investissant et créant de l'emploi sur leur entreprise, n'accepteront pas que la distribution, au pseudo-motif de la défense du pouvoir d'achat, bradent en permanence leurs produits ou les remplacent par des produits venus de nulle part, dans un comportement en totale opposition avec une responsabilité sociale et environnementale qu'elle est pourtant si prompt à mettre en avant dans ses publicités.

Contacts :

Jacques Rouchaussé, président de Légumes de France - 06 08 89 76 95

Laurent Bergé, membre du Bureau de Légumes de France - 06 62 98 79 81