

Les producteurs demandent un encadrement des promotions

© 18/08/2009 |  Terre-net Média

Les producteurs de fruits et légumes ont demandé mardi lors d'une "réunion de travail" à la Direction générale de la consommation, de la concurrence et de la répression des fraudes (Dgccrf) un meilleur encadrement des promotions de leurs produits par les distributeurs.

Depuis le début de l'été, les producteurs sont confrontés à une crise en raison de la baisse des prix et de leurs revenus. Une série de réunions sont en cours pour tenter de trouver des solutions à ces crises récurrentes.

Ces rencontres, qui s'articulent autour de dix groupes de travail, préparent la table ronde qui se tiendra le 22 septembre, à l'initiative du ministre de l'Agriculture Bruno Le Maire, sur la compétitivité de la filière.

La réunion de mardi, à laquelle ont assisté les distributeurs, a porté sur la «*publicité hors du lieu de vente*», autrement dit les promotions concernant les fruits et légumes annoncées par la grande distribution dans ses catalogues, à la radio ou encore dans la presse écrite.

«Une course à l'échalotte»

Les producteurs dénoncent ces opérations qui, selon eux, sont une «*course à l'échalotte*» entre les enseignes et «*affaiblissent*» la filière. Surtout, ils souhaitent que ces promotions fassent l'objet d'un contrat écrit avec engagement des deux parties sur les prix et les volumes. Aujourd'hui, la loi ne définit pas ce contrat, ni dans sa forme ni dans son contenu, souligne Emmanuel Demange, directeur de la fédération des producteurs de fruits (Fnpf). «*Nous demandons que le contrat soit écrit pour pouvoir en contrôler les termes*», fait valoir M. Demange.

Grâce à ce contrat, «*il y aura engagement des deux parties (producteurs et distributeurs, Ndlr) et si l'une des deux ne respecte pas le contrat il y aura sanctions*», ajoute-t-il. *Nous demandons que les choses soient mieux cadrées*», renchérit Pierre Diot, président de l'organisation des producteurs de tomates et concombres, qui demande lui aussi «*un accord écrit entre le fournisseur et le distributeur qui porte sur le prix de cession et sur les volumes*».

Une prochaine réunion se tiendra sur le 25 août. Contactée, la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (Fcd) n'avait pas réagi en début d'après-midi.



La réunion portait sur la publicité hors du lieu de vente autrement dit les promotions concernant les fruits et légumes annoncées par la grande distribution dans ses catalogues, à la radio ou encore dans la presse écrite. (© Terre-net Média)