VOUS ÊTES **19 469**
DIRIGEANTS ET CADRES
DE LA GRANDE CONSO
À RECEVOIR "TGC"

N° 201 MARS 2020
TGC - Editions DAUVERS
12 D rue des Landelles - 35510 Cesson
02 99 50 18 90 olivier@olivierdauvers.fr

TRIBUNE GRANDE CONSO

à retrouver sur www.olivierdauvers.fr

LA SEMAINE OÙ LA FRAISE FRANÇAISE VA CHASSER L'ESPAGNOLE DES ÉTALS

Et si un virus démontrait combien commerçants et paysans sont alliés...

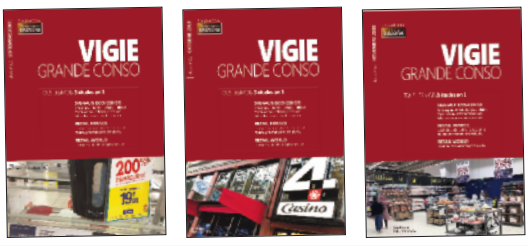
LES FAITS. Les enseignes se sont unanimement engagées à soutenir la production française de fruits et légumes. Au besoin en se privant d'importations pourtant considérées comme incontournables. C'est le cas cette semaine de la barquette 500 g de fraises d'Espagne, habituelle star des rayons à cette période de l'année.

Autant le dire – et quitte à me fâcher durablement avec les paysans – je n'ai jamais vraiment compris l'alliance entre le syndicalisme agricole et le syndicalisme industriel. Hormis cogner de conserve sur un même ennemi (comprendre : le commerçant), **quel intérêt commun agriculteurs et industriels ont-ils réellement ?** La réalité est certes toujours plus nuancée mais quand même... : l'agriculteur, de son côté, espère tirer le meilleur prix possible de sa production, tandis que l'industriel, lui, recherchera à améliorer le coût de ses matières premières (comme d'ailleurs un paysan qui achète ses engrais via une "centrale d'achat", sa coopérative !). D'ailleurs, c'est bien pour cette raison de coût matière qu'une part susbtantielle des approvisionnements des industriels français est réalisée à l'étranger : le porc de mon cassoulet arrive hélas d'Allemagne, la pomme de ma compote trop souvent de Pologne.

Disparition de la fraise espagnole

Les commerçants ne sont pas davantage des enfants de chœur. Quelques décennies m'ont appris la distance à prendre avec les plus belles campagnes de pub des enseignes et à chercher la vérité en rayon. Et cette semaine est très instructive. Jamais je n'avais vu disparaître aussi rapidement les fraises d'Espagne des étals (il en reste ça et là mais, sauf exception, toutes les commandes ont été gelées). **Ce qu'aucun distributeur n'était capable de faire seul (se priver d'un produit d'appel), l'union sacrée des enseignes – Covid oblige – est en train de le permettre**. Ce qui, au passage, est doublement bénéfique : pour les fraisiculteurs français (ceux qui ont vendu à Intermarché les barquettes du jour à probablement 1,50 € départ ne s'en plaignent pas) et... les enseignes elles-mêmes. Pensez-vous donc... **Que préfèrent les enseignes, si elles en ont le choix ? Vendre des fraises d'Espagne à 3 € le kilo ou des françaises à 7 € le kilo ?** Voilà pourquoi, en réalité, les paysans français et les commerçants français ont des intérêts bien plus alignés qu'on ne le pense d'ordinaire. Et pour peu que les leaders paysans en acceptent le principe, ils serviraient bien mieux la cause de leurs troupes en "topant" avec les enseignes qu'en... les cognant.

Olivier Dauvers



VIGIE GRANDE CONSO

Tous les mois,
l'analyse sans concession
du retail et de la consommation

Infos : caroline.bazin@editionsdauvers.fr

NOUVELLE ÉDITION 2019

VIENT DE PARAÎTRE

Tranches de vie commerciale, par Olivier Dauvers

Edition **2019**
84 pages - 22 € ttc

Olivier Dauvers vous fait partager une année à **visiter** les magasins, **décoder** les stratégies des enseignes, **éplucher** les prospectus.

Mois par mois, le bêtisier complet de l'année avec les nouvelles enseignes, les bonnes et mauvaises **pratiques merchandising**, les initiatives marketing, etc. Le tout illustré d'**exemples 100 % terrain** !

« Personne ne regarde les magasins comme lui... Et, surtout, n'ose le raconter... »

UN CADEAU ORIGINAL (ET PRO) POUR VOS CLIENTS, VOS COLLABORATEURS, ETC.

éditions DAUVERS

Pour commander votre exemplaire
www.olivierdauvers.fr / boutique

Commande en nombre (à partir de 9 €/ex)
caroline.bazin@editionsdauvers.fr