

N° 206 JUIN 2020

TGC - Editions DAUVERS

12 D rue des Landelles - 35510 Cesson
02 99 50 18 90 - olivier@olivierdauvers.fr

L'HEURE DU PATRIOTISME ÉCONOMIQUE (POUSSÉ PAR LES ENSEIGNES)

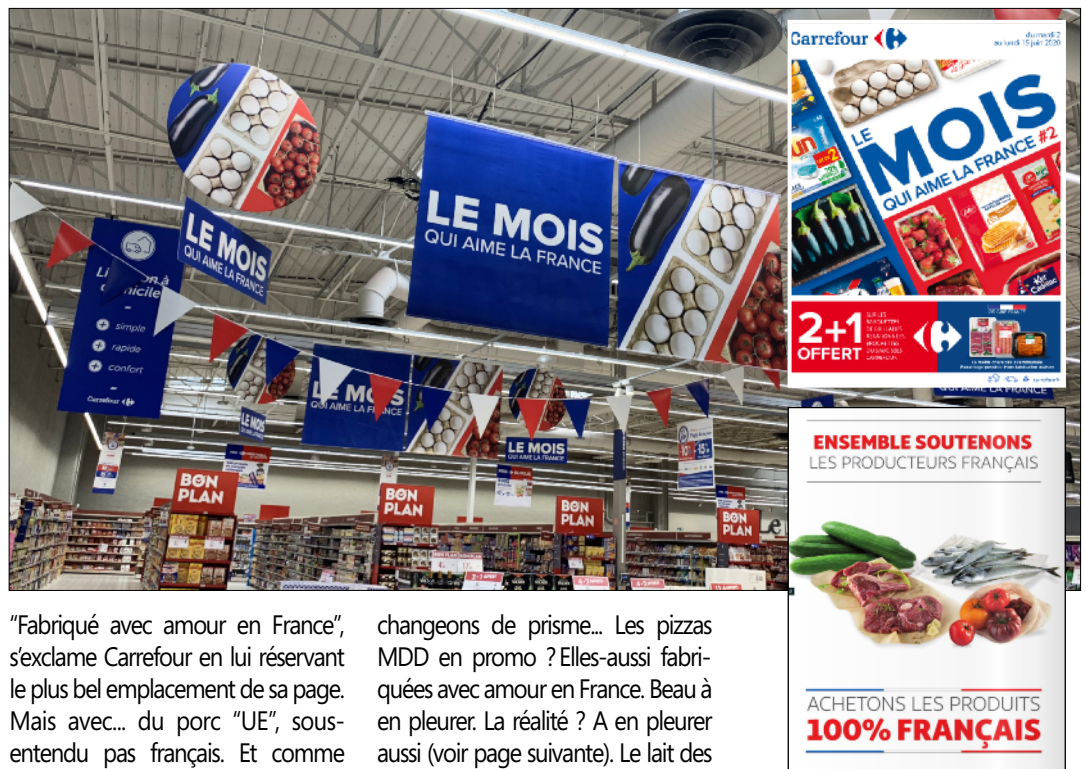
Origine : retour de l'hypocrisie (comme dans le "monde d'avant")

LES FAITS. Carrefour, Auchan et d'autres ont teinté leur plan publi-promo post-covid d'une bonne dose de patriotisme. Histoire évidemment de sensibiliser les consommateurs à leurs responsabilités. Partout ou presque, c'est "Achetez français". Mais, partout ou presque, règne encore une certaine hypocrisie sur l'origine.

Ne manque plus que La Marseillaise en musique d'ambiance dans les allées de Carrefour... Depuis quelques jours, les hypers, bleu-blanc-rouge par définition, le sont désormais par... amour. C'est *Le mois qui aime la France*. "Ensemble, soutenons l'économie française", appelle Carrefour, dans un catalogue qui se décline aussi chez Market. Un patriotisme qui est général en sortie de crise. Auchan, par exemple, y va aussi de son couplet engageant : "Ensemble, soutenons les producteurs français, achetons les produits 100 % français". Les deux enseignes ont-elles une seule et même agence ? Non. Mais une même conscience, oui. Et c'est bien. Hélas, leur conscience est... à géométrie trop variable.

La conscience c'est bien, la sincérité c'est mieux

Il n'y a évidemment aucune illégalité dans les (trop) nombreux exemples mais juste l'illustration que l'hypocrisie du monde d'avant irrigue toujours le monde d'après. Le Bâton de Berger, par exemple ?



"Fabriqué avec amour en France", s'exclame Carrefour en lui réservant le plus bel emplacement de sa page. Mais avec... du porc "UE", sous-entendu pas français. Et comme "l'amour" se nourrit bien davantage de preuves que d'intentions, qu'en est-il vraiment de l'amour de Carrefour pour la France et ses producteurs de porc ? La faute à Justin Bridou, diront certains. Alors,

changeons de prisme... Les pizzas MDD en promo ? Elles-aussi fabriquées avec amour en France. Beau à en pleurer. La réalité ? A en pleurer aussi (voir page suivante). Le lait des fromages ? Union Européenne. Le porc des lardons et du jambon ? Union Européenne. Les champignons ? Union Européenne. En clair, le pizzaiolo est donc français mais la Ferme France est oubliée.

Carrefour n'est ici qu'un exemple. Parmi d'autres. Il en va de même pour Auchan (le "100 %" français n'engage que ceux qui y croient) et les autres. En matière d'origine, l'hypocrisie était la norme. Elle le demeure. En rejoignant la démarche #BalanceTonOrigine de manière unanime, les enseignes avaient pourtant envoyé un signal. A présent, il est temps que ceux dont la parole est libre leur en renvoient un (signal) : Name & shame. **Olivier Dauvers**



VIGIE GRANDE CONSO

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

Infos : caroline.bazin@editionsdauvers.fr

Carrefour

> LA PROMESSE



La "fabrication en France" cache des ingrédients qui viennent d'ailleurs.

> LES OFFRES

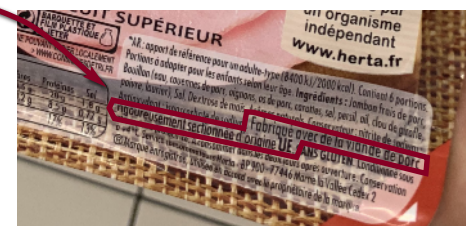


Auchan

> LA PROMESSE



> L'OFFRE



Regrettable asymétrie dans le traitement de l'information client par Auchan. Pour le saumon fumé, le lieu d'élevage est indiqué car valorisant. Pour le jambon, uniquement le lieu de transformation car le lieu d'élevage n'est pas en France (mais "UE"). Alors que l'injonction de l'enseigne est d'acheter... 100 % français.