



Christian Hutin
Chef du département Produits
et Marchés

Anna DUVAL
Chargée de Communication
Ctifl - 22 Rue Bergère - 75009 PARIS
Tel : 01 47 70 45 31 / Fax : 01 42 46 21 13
e-mail : duval@ctifl.fr

COMMUNIQUE DE PRESSE

Paris, le 13 juin 2012

Le Ctifl publie une étude sur le Développement Durable : « Développement Durable – Etat des lieux des initiatives dans la filière des fruits et légumes »

(Gilles Christy, Département Produits et Marchés du Ctifl, 80 p.)

A la demande d'Interfel, le Ctifl vient de réaliser une étude décrivant l'état des lieux des initiatives de Développement Durable dans la filière fruits et légumes. Ce concept s'ancre de plus en plus dans l'esprit des consommateurs et près de la moitié de la population en connaît l'expression. Les acteurs de la filière sont largement intéressés par cette problématique et nombre d'entre eux ont mis en place des actions, même partielles. Toutefois les actions initiées ne sont pas toujours élaborées dans une continuité entre l'amont et l'aval. Cette étude explore les différentes initiatives relatives au Développement Durable. Un second volet mesure la perception qu'en ont les acteurs de la filière et quantifie leur implication. Enfin, une analyse bibliographique résume les principales conclusions des enquêtes consommateurs. Cette étude est disponible auprès des éditions Ctifl.

Un certain nombre d'initiatives durables sont présentées dans cette étude :

- ⇒ *Les vergers écoresponsables,*
- ⇒ *Le Projet RESOL : un système complet et précis*
- ⇒ *La banane durable : un projet filière*
- ⇒ *La marque DURABLE : un projet d'entreprises pour une marque commune*
- ⇒ *Des initiatives syndicales fédératrices : les maraîchers nantais*
- ⇒ *Une association de promotion du DD fédératrice d'entreprises : Demain la Terre*
- ⇒ *Des initiatives individuelles*

Ces démarches représentent pour certains une véritable stratégie d'entreprises et/ou une volonté de la direction mais également un sujet d'actualité impliquant une présence nécessaire. Le manque de temps et de financement freine cependant les plus réticents. Dans un contexte économique compliqué, d'autres priorités resurgissent. La diffusion en interne de ces efforts reste privilégiée par rapport à des modes plus larges de communication. Comme bien d'autres, ces démarches se concentrent quasi exclusivement vers des efforts environnementaux.

Suivant le système organisationnel, les efforts des distributeurs sont portés par les magasins ou par l'enseigne. Il apparaît clairement que du point de vue des acheteurs en GMS, les négociations commerciales se focalisent encore sur le rapport prix/volume. Avec un intérêt réel, la demande relativement succincte des consommateurs ne motive pas encore les distributeurs à intégrer pleinement cette notion comme un facteur discriminant de référencement. Si certains distributeurs intègrent de plus en plus cette problématique dans leurs critères d'approvisionnement, ils sont souvent perçus par leurs fournisseurs plus comme des contraintes que comme des opportunités de valorisation.

Quelle importance aura la durabilité dans l'esprit du consommateur de demain, tiraillé entre des contraintes budgétaires fortes et le souci de l'avenir de notre planète ?

Commande :

Cette étude est disponible auprès du Ctifl au prix de 23 euros + 4 euros de frais de port.

Adressez votre commande accompagnée d'un règlement (chèque à l'ordre du Ctifl) à : Mme Marie-France Patry
Ctifl - Centre de Lanxade - 28, route des Nébouts - 24 130 Prigonrieux - Tel. : 05 53 58 00 05.