

Demain la Terre questionne les distributeurs

Le Fruit Attraction a également été l'occasion pour Demain la Terre de présenter les résultats d'une étude, menée en juillet dernier avec l'institut Opinion Way, auprès des réseaux de distribution. L'objectif était de mieux cerner leur perception et attentes vis-à-vis des labels. Une quinzaine de distributeurs (GMS, grossistes et détaillants) ont été interrogés. Sans surprise, mais cela est confirmé par l'enquête, le contexte inflationniste a housculé

la priorité des consommateurs : la question du développement durable ne semble plus être leur priorité du moment, même si la tendance de fond est là... Donc pas celle des distributeurs non plus. « Pour les distributeurs, un label doit avant tout répondre à un besoin client et doit être gage de sécurité dans le temps », commente Geoffroy Cormorèche.

Toutefois, le fait que « Demain la Terre couvre ces aspects est un point fort ». L'association bénéficie d'une

image positive auprès des réseaux de distribution : par son ancienneté, son approche globale de la RSE construite par des producteurs pour des producteurs. « C'est d'autant plus vrai pour les enseignes qui collaborent déjà étroitement avec l'association, et soulignent l'expertise des interlocuteurs. » Demain la Terre entend que l'implication des producteurs dans la promotion de la démarche auprès de leurs clients est essentielle.