

# Les supermarchés vont-ils vraiment sauver notre alimentation ?

Texte résumé de conférence mis à jour en décembre 2022

Pierre Ozer, professeur à ULiège | [pozer@uliege.be](mailto:pozer@uliege.be)

Chaque année, à l'approche des fêtes de fin d'année, c'est toujours la même rengaine : les supermarchés se contorsionnent pour vous offrir le meilleur avec des slogans qui reflètent les préoccupations citoyennes dans « l'air du temps » (Ozer & Perrin, 2007 ; Ozer, 2013, 2021a). Ainsi, en 2021 et après la longue et vilaine période de confinement imposée par la pandémie de Covid-19, c'est le fait de se retrouver ensemble dans un contexte économique difficile qui était mis en avant : « *des fêtes pour chacun, des prix pour tous* » (Carrefour), pouvoir « *profiter ensemble, c'est le plus beau des cadeaux* » (Delhaize), passer « *à nouveau de bons moments* » et, alternativement, « *de belles fêtes* » (Colruyt), « *se régaler (trinquer) ensemble, fêter ensemble* » (Lidl) ou encore profiter de « *fêtes, chics et pas chères* » (Aldi) (Ozer, 2021b). En 2022, c'est clairement la précarisation des consommateurs des suites de la crise énergétique qui est dans la ligne de mire des grands distributeurs : « *des fêtes extra à prix ordinaires* » (Carrefour), « *les deals de fin d'année pour tous* » (Delhaize), « *vos fêtes, nos meilleurs prix* » (Colruyt), « *des petits prix pour des fêtes détendues* » (Lidl) ou encore « *de l'apéro au dessert, prix bas et qualité comme invités* » (Aldi).

Mais, dans un monde qui change très vite en permanence et dont les enjeux environnementaux, climatiques et alimentaires sont toujours plus prégnants, comment les supermarchés s'adaptent-ils à ces préoccupations citoyennes ? Comment orientent-ils la demande des consommateurs ? Pour ce faire, rien de plus simple, il suffit de parcourir leurs folders publicitaires.

Ainsi, par exemple, Delhaize – dans son « Guide des fêtes 2022 » – vous offre ses fruits frais : « *Découvrez des fruits exotiques aux formes, saveurs et parfums insolites et imaginez la touche magique qu'ils peuvent donner à vos plats de fête !* » (Fig. 1). Si le descriptif est différent du « Guide des fêtes 2021 », l'offre – par contre – est quasi identique et rien ne vient d'Europe : grains de grenades, pitayas rouges, kumquats, granadillas, noix de coco, papayes géantes et poires Nashi. Et comme l'an dernier, sous le macaron « Prix de fête », le folder ne renseigne ni le prix ni l'origine des produits proposés ! Tant qu'il y a des « *deals de fin d'année pour tous* », tout va bien...

# Les FRUITS

## PRIX DE FÊTE

Découvrez des fruits exotiques aux formes, saveurs et parfums insolites et imaginez la touche magique qu'ils peuvent donner à vos plats de fête !

- **1** **GRAINS DE GRENADE**  
Prêt à manger  
100 g
- **2** **PITAYA ROUGE**
- **3** **KUMQUATS**
- **4** **GRANADILLA**
- **5** **NOIX DE COCO**  
Prêt à manger  
90 g
- **6** **PAPAYE GÉANTE**
- **7** **POIRE NASHI**



Figure 1 : Extrait du « Guide des fêtes 2022 » de Delhaize

Chez Aldi, on reste – comme ailleurs – dans les produits exotiques même s'ils n'ont parfois rien de très (sub)tropical... Ainsi, sur huit fruits et légumes frais mis à l'honneur, seuls les chicons et les pommes sont belges<sup>1</sup> (Fig. 2). Pour le reste (vérifié en magasin), les pommes de terre grenailles sont françaises ou allemandes, les topinambours proviennent de France ou des Pays-Bas, les citrons verts et les melons Galia sont brésiliens, les ananas viennent directement du Costa Rica et les « minicarottes » sont originaires d'Afrique du Sud (au prix promo – quand même – de 13,50 euros le kilo... pour des carottes) !

**LUNDI 19/12 - SAMEDI 24/12**

**PROMO**

Produit	Origine	Remise	Prix	Unité
Minichicons	Belgique	-34%	1.50	200 g
Minicarottes	Belgique, Afrique du Sud	-23%	2.70	200 g
Grenailles	Belgique, France, Allemagne	-23%	1.50	1 kg
Topinambours	Pays-Bas, France	-33%	1.50	500 g
Citrons verts	Brésil	-28%	2.50	le kg
Pommes Royal Gala	Belgique	-28%	1.80	le kg
Melon Galia	Brésil	-25%	1.80	pièce
Ananas	Costa Rica	-26%	1.75	pièce

\*Il s'agit d'une offre régionale. Découvrez si votre magasin ALDI préféré vend de la viande fraîche sur aldi.be/viandefraiche. Nous garantissons des produits frais et de qualité supérieure, toujours à bas prix, toujours à proximité de chez vous.

Figure 2 : Extrait du folder promotionnel d'Aldi (19-24 décembre 2022)

<sup>1</sup> Or, des pommes belges, ce n'est pas toujours évident... Depuis longtemps déjà, nombreuses sont celles – même labellisées « bio » – dont la provenance est bien souvent plus exotique comme, par exemple, de Nouvelle-Zélande, d'Afrique du Sud, d'Argentine ou encore du Chili (Ozer, 2006, 2021a).

Ces quelques exemples démontrent par l'absurde que cela fait plus de quinze ans que la grande distribution n'a pas comme objectif premier de respecter le consommateur, ni le producteur, ni la planète, et encore moins notre alimentation. Le fait de placer toute une série de fruits exotiques sous le slogan « La nature S'INVITE CHEZ VOUS » (Fig. 3) n'est qu'une marchandisation et une usurpation de « La nature ».



Figure 3 : Sous le slogan « La nature S'INVITE CHEZ VOUS », Delhaize propose une multitude de fruits exotiques (et quelques branches de sapin) (Photographie prise au Delhaize St Lambert, Liège, le 21 décembre 2022).

Par contre, de plus en plus d'alternatives voient le jour ci et là. Des alternatives qui ne vous proposeront pas des tomates belges toute l'année, des fraises toute l'année, des asperges toute l'année ou des pommes de terre et des carottes qui, respectivement, viennent maintenant d'Allemagne ou du sud du continent africain.

Des alternatives qui respectent les mangeurs, les producteurs et – plus largement – le vivant. Des alternatives qui réduisent les transports de marchandises aux distances les plus courtes et dont le modèle ne repose pas sur le transport aérien intercontinental rapide et ultrapolluant. Des alternatives à ce modèle ultradominant des multinationales qui fait en sorte que les émissions de gaz à effet de serre et tant d'autres externalités négatives (notamment sanitaires, économiques, sociales, effondrement de la biodiversité, dépendance alimentaire) s'accroissent chaque année.

Références :

Ozer P. & Perrin D., 2007. Noël en famille ou 15 litres de pétrole. *La Libre Belgique*, 30 janvier 2007, p. 20. <https://orbi.uliege.be/handle/2268/17504>

Ozer P., 2006. Ah, la bonne pomme... *La Libre Belgique*, 9 septembre 2006, p. 38. <https://orbi.uliege.be/handle/2268/17505>

Ozer P., 2013. Le coût CO2 du réveillon de Noël : au Carrefour des choix. *Marianne Edition belge*, 14 décembre 2013, pp. 44-45. <https://orbi.uliege.be/handle/2268/159845>

Ozer P., 2021a. La vérité sur le « Made in Belgium » de l'e-commerce alimentaire. Working paper ; ULiège. <https://orbi.uliege.be/handle/2268/258326>

Ozer P., 2021b. Joyeux Noël et bonne année (local et de saison) ! *Tchak !*, 24 décembre 2022. <https://orbi.uliege.be/handle/2268/266839>