



# ASSEMBLÉE NATIONALE

14ème législature

DOM-ROM : Antilles

Question écrite n° 57096

## Texte de la question

M. Bruno Nestor Azerot attire l'attention de M. le ministre de l'économie, du redressement productif et du numérique sur la campagne de communication déclenchée depuis le 19 mai 2014 par le distributeur Auchan, appuyant une opération de braderie de la banane à 0,75 euro. Or cette campagne de communication fait référence à des approvisionnements de bananes en provenance des Antilles, et ce malgré le refus catégorique des producteurs martiniquais et guadeloupéens de bananes, représentés par l'UGPBAN, l'Union des groupements de producteurs de bananes de Guadeloupe et Martinique. Par cette opération, l'enseigne porte un grave préjudice en induisant le consommateur en erreur et en persistant à associer les bananes originaires des Antilles à une opération ayant pour conséquence de les associer à une production bas de gamme, elles qui pourtant respectent des normes, sanitaires, environnementales, sociales, pour la protection des producteurs comme des consommateurs, bien plus importantes que leurs concurrentes sud-américaines. Il convient de rappeler que la production de bananes est d'une importance capitale pour l'économie aux Antilles, en représentant près de 80 % des emplois agricoles. En conséquence, il l'interroge sur les mesures que celui-ci compte prendre pour protéger les productions bananières antillaises dans ce conflit.

## Texte de la réponse

Les enseignes de la grande distribution proposent régulièrement des promotions sur divers produits et/ou familles de produits, voire sur certaines marques. Ces opérations visent, non pas à brader des produits pour les écouler plus rapidement, mais à attirer les clients dans les points de vente en pratiquant des prix particulièrement attractifs sur des produits et/ou marques bien connues des consommateurs, et, plus généralement, à conforter l'image de compétitivité de l'enseigne par rapport aux enseignes concurrentes. Les produits choisis pour ce type d'opérations ne sont donc pas des produits « bas de gamme » ou perçus comme tels par le consommateur puisque le succès de la promotion dépend pour une large part de la notoriété et/ou du positionnement de ces produits. La question qui se pose en l'espèce est de savoir si une telle opération est de nature à dégrader l'image du produit sur laquelle précisément elle s'appuie. Une offre promotionnelle constitue par nature une opération ponctuelle qui, à la différence d'un positionnement tarifaire pérenne ou de réductions de prix répétées, ne saurait avoir pour effet d'assimiler les produits concernés à des produits de qualité inférieure aux yeux du consommateur. Par ailleurs, en matière de fruits et légumes, ces opérations sont strictement encadrées. Ainsi, l'article L. 441-2 du code de commerce dispose notamment que « l'annonce du prix, hors lieu de vente, est autorisée dans un délai maximal de trois jours précédant le premier jour de l'application du prix annoncé, pour une durée qui ne peut excéder cinq jours à compter de cette date ». Ce même article dispose par ailleurs que « Lorsque de telles opérations promotionnelles sont susceptibles, par leur ampleur ou leur fréquence, de désorganiser les marchés, un arrêté interministériel, ou à défaut, préfectoral fixe, pour les produits concernés, la périodicité et la durée de telles opérations ». En limitant les possibilités de recours aux promotions, ces dispositions ont pour effet de préserver l'image commerciale des produits susceptibles de faire l'objet de ces campagnes, et par là-même, les intérêts des producteurs concernés.

## Données clés

**Auteur** : [M. Bruno Nestor Azerot](#)

**Circonscription** : Martinique (2<sup>e</sup> circonscription) - Gauche démocrate et républicaine

**Type de question** : Question écrite

**Numéro de la question** : 57096

**Rubrique** : Outre-mer

**Ministère interrogé** : Économie, redressement productif et numérique

**Ministère attributaire** : Commerce, artisanat, consommation et économie sociale

## Date(s) clé(s)

**Question publiée au JO le** : [10 juin 2014](#), page 4639

**Réponse publiée au JO le** : [11 novembre 2014](#), page 9497