

## Saisonnalité

---

# Non, ce n'est pas le consommateur qui veut des fraises en hiver

**«Si la fraise est en rayon dès février, c'est que le consommateur la demande.» Quelle est la validité de cet argument dont la grande distribution use et abuse pour justifier la vente de ce fruit en dehors de sa réelle saison en Suisse? La FRC a mené une enquête au long cours, un travail d'une ampleur sans précédent, révélant les ficelles d'une mise en scène bien rôdée.**

Plus de 430 relevés ont été effectués auprès des principaux détaillants dans cinq cantons romands. Le recueil des données s'est fait sur deux périodes distinctes à une année d'intervalle: de janvier à juin 2020 et de janvier à mars 2021.

### Un marketing bien rôdé

Les conclusions de notre enquête sont sans équivoque: à grands coups de marketing, la distribution joue artificiellement avec la notion de saison, créant une distorsion pour induire la clientèle en erreur. Tout est mis en œuvre pour pousser le consommateur à l'achat.

Dès février, il est tout simplement impossible d'éviter les fraises. Des étalages sont placés stratégiquement à l'entrée du magasin ou disposés dans des points incontournables et forcément très fréquentés. Crème chantilly, moules à tarte, et affiches tape à l'œil sont ajoutés pour suggérer, attirer, faire saliver. De plus, les actions faites sur les fruits espagnols sont très avantageuses et arrivent très tôt dans l'année, dès les premières mises en vente déjà. La décision d'achat s'effectue en quelques millisecondes selon les études en neurosciences.

En outre, le consommateur sensible à la provenance de son alimentation peine à s'informer rapidement et facilement car l'étiquetage varie selon le pays d'origine de la fraise. Le client doit soulever la barquette pour savoir qu'elle vient d'Espagne, alors que lorsqu'elle est suisse, une mention figure avantageusement sur le produit et les affichettes... En 2020, la Suisse a importé par moins de 14 281 tonnes de fraises dont près de 70% (9884) entre janvier et avril. Selon nos relevés, trois fraises sur quatre étaient ibériques.

Notre enquête sur le marketing ne s'arrête pas là. Elle comporte un volet qui fait le point sur les conditions déplorables dans lesquelles les fraises sont produites en Espagne. Dans les prochaines semaines, nous publierons d'autres données (tests en laboratoire, analyses environnementales).

### 2021: année de mobilisation

La thématique du hors saison ne date ni d'hier ni d'aujourd'hui. La FRC la traite depuis une vingtaine d'années. A chaque renouvellement de saison, elle reçoit de nombreuses plaintes de consommateurs outrés de trouver des fraises en rayon dès février. Plus récemment, différents mouvements citoyens regroupant des dizaines de milliers de Romands, soucieux de la question de la saisonnalité, ont vu le jour.

L'année 2021 est, pour la FRC, celle du mouvement «Ramène ta fraise». Il a pour but de mettre fin à l'illusion d'un approvisionnement durable en hiver qui laisse croire que le consommateur a à porter seul la responsabilité de l'éthique et de l'écologie. Notre objectif est clair: mobiliser la population pour faire bouger les distributeurs et valoriser la production locale, durable et de saison. Tout de suite.

Enquête et appel à la mobilisation: [frc.ch/fraise](https://www.frc.ch/fraise)  
Mobilisation sur Instagram [@ramenetafraise\\_frc](https://www.instagram.com/ramenetafraise_frc)

#### Informations complémentaires:

Sophie Michaud Gigon, Secrétaire générale, Tél. 021 331 00 90