Promotions dans les supermarchés : notre enquête exclusive !

Aux côtés d'autres associations de patients et de consommateurs, la Fédération a mené une enquête sur les promotions dans les grandes surfaces. Les résultats sont marquants : découvrez-les.

Une enquête édifiante sur les promotions dans les grandes surfaces

Après avoir passé au crible et analysé plus de 4 726 promotions de catalogues des cinq plus grandes enseignes de supermarchés en France, le constat est sans appel : seule 1 promotion sur 10 porte sur des produits recommandés pour la santé.
En comparant les promotions proposées aux recommandations de santé publiques [1], notre enquête révèle que deux tiers des promotions (soit 66%) concernent des produits que les autorités sanitaires recommandent de limiter, notamment ceux affichant un Nutri-Score D ou E, et les produits ultra-transformés comme les sodas, la charcuterie ou encore les biscuits apéritifs.

L'enquête montre également que les supermarchés font presque six fois plus de promotions sur les produits à réduire dans son alimentation que sur ceux à privilégier. Autre révélation préoccupante : les aliments labélisés « bio » ne représentent que 5 % des promotions, alors que c'est pourtant l'unique label qui nous protège contre la production avec pesticides et le rajout d'additifs à risque pour la santé. Enfin, les méthodes promotionnelles elles-mêmes sont problématiques : dans 3 cas sur 5, les promotions incitent à la surconsommation en nous poussant à acheter en grande quantité des produits pour se faire plaisir, mais dont on n'a pas besoin au quotidien. Ces pratiques vont à l'encontre des attentes exprimées par les citoyens[2] qui souhaitent améliorer leur alimentation sans pour autant voir leurs dépenses exploser.

Face à ce constat alarmant, la Fédération Française des Diabétiques appelle à l'action ! Les grandes enseignes ont un pouvoir immense sur notre alimentation : elles choisissent ce qui est mis en avant, ce qui est bradé, et donc ce qui finit dans nos assiettes. Aujourd'hui, elles encouragent massivement la consommation de produits nocifs pour notre santé et notre environnement. Il est temps d'inverser la tendance ! En signant notre pétition, vous interpellerez directement les dirigeants de ces grandes enseignes. Ensemble, exigeons plus de promotions sur des produits sains, durables et accessibles. Chaque signature compte pour faire pression et montrer que nous sommes nombreux à vouloir de meilleurs environnements alimentaires et l'amélioration de l'accessibilité des produits sains.

Appelons à la responsabilité des distributeurs et à la nécessité d'une régulation

Les résultats de notre enquête soulignent le rôle majeur qu'ont les enseignes dans l'orientation des choix alimentaires des consommateurs. En décidant des produits mis en rayon et en promotion, les distributeurs comme Carrefour, Leclerc, Super U ou encore Lidl orientent vos achats vers certains produits…mauvais pour la santé.

C’est pour cela, qu’avec d’autres associations, nous appelons les enseignes à assumer leur responsabilité. Les acteurs de la grande distribution ne peuvent pas continuer à défendre le bien manger tout en orientant massivement leurs promotions et donc les choix des consommateurs consommation, vers des produits trop gras, trop salés et trop sucrés !

Vous le savez, avoir accès à une alimentation variée et équilibrée est nécessaire pour prévenir l’apparition de maladies chroniques telles que le diabète de type 2, l’obésité ou les pathologiques cardio-vasculaires. Nous avons besoin de vous pour peser sur la réorientation des politiques commerciales pour qu’elles ne nuisent plus à notre santé. Aux côtés de nos partenaires associatifs nous exigeons deux mesures immédiates :

- **que les produits recommandés pour une alimentation saine représentent au moins 50 % des promotions ;**
- **que les produits biologiques (hors ultra-transformés) atteignent la part minimale de 10 %.**

Une réforme ambitieuse pour un système alimentaire plus juste et durable

La mobilisation de notre collectif inter-organisations ne se limite pas à dénoncer ces dérives : elle s’inscrit dans une volonté plus large de repenser le système alimentaire tout entier[3] . En effet, une transformation plus large est nécessaire incluant un soutien à la juste rémunération des agriculteurs et agricultrices, une meilleure transparence sur les marges des différents acteurs et un soutien financier renforcé pour permettre aux personnes avec un budget limité d’accéder à une alimentation saine, choisie et durable. Il est temps que les décisions commerciales des grandes enseignes s’alignent sur les priorités de santé publique et les aspirations citoyennes. Nous sommes convaincus que les promotions peuvent servir à rendre accessibles les bons produits et non l’inverse. La Fédération restera mobilisée tant que les changements nécessaires ne seront pas mis en œuvre. La balle est désormais dans le camp des décideurs politiques et des acteurs de la grande distribution.

À l’origine de la campagne

Dans la continuité de sa mission de défense collective des patients, la Fédération s’est mobilisée au sein de ce collectif d’association de patients et de consommateurs pour réclamer une réforme des pratiques promotionnelles de la grande distribution.

En partenariat avec la Confédération syndicale des familles (la CSF), le Collectif national des associations d’obèses (CNAO), Foodwatch France, France Assos Santé, le Réseau Action Climat et l’Union nationale des associations familiales (UNAF), nous faisons front commun pour dénoncer des pratiques commerciales qui vont à l’encontre d’un environnement alimentaire favorable à la santé. Depuis des années, la Fédération plaide pour des mesures concrètes à ce sujet, telles que l’interdiction des publicités pour des produits trop gras, trop sucrés, trop salés ciblant les enfants. Dans la continuité de ses travaux précédemment engagés, comme l’étude réalisée récemment avec le Secours Catholique-Caritas France, les CIVAM et Solidarité Paysans sur L’injuste prix de notre alimentation, quels coûts pour la société et la planète, la Fédération a rejoint ce collectif pour dénoncer les pratiques des enseignes à travers cette enquête et appeler, à travers une pétition, à un changement effectif.

[1] *Selon les recommandations du Programme national nutrition santé (PNNS) 4, les aliments sont classés en trois catégories pour guider les choix alimentaires. Les produits à augmenter sont ceux à privilégier pour leurs bénéfices nutritionnels (riches en fibre, en oméga 3…) : fruits et légumes frais/surgelé/ ou en conserve, légumes secs, légumineuses, fruits à coque non salés, céréales complètes, huiles végétales de qualité (colza,*

noix, olive) et produits bio. Les produits à réduire sont ceux dont une consommation excessive peut nuire à la santé : aliments riches en sel, sucre, gras, ultra-transformés, viande rouge, charcuterie, alcool, et produits Nutri-Score D ou E. La catégorie "autres" concerne les aliments à consommer avec modération : poisson, produits laitiers, œufs et pommes de terre.

2 Voir le sondage sur les Français et les enjeux de santé liés à leur environnement de vie mené par l'institut toluna harris interactive pour France Assos Santé, daté de décembre 2024.

3 https://www.federationdesdiabetiques.org/federation/espace-presse/communiques-de-presse/pour-une-snanc-engagee-pour-la-sante

https://www.federationdesdiabetiques.org/federation/actualites/la-federation-francaise-des-diabetiques-mobilisee-aux-cotes-de-38-autres-associations-pour-une-alimentation-saine-et-durable