

Sieci handlowe walczą z producentami

25 stycznia 2024

We Francji ma miejsce interesująca walka: sieci sklepów informują klientów o niedociągnięciach ze strony producentów żywności i o ich nieuczciwości.

Według informacji portalu DlaHandlu.pl Unilever pozwał francuską sieć supermarketów Intermarché za publiczne oskarżenia o kurczenie się wagi czy innych parametrów produktów koncernu. Detalista na plakatach pokazywał downsizing (zmniejszanie rozmiaru i gramatury produktu przy zachowaniu tej samej ceny) na przykładzie lodów Magnum. Napis „Avant, Magnum ça voulait dire grand” („Magnum kiedyś znaczyło »duże«”) wskazywał, że opakowanie Magnum zostało zmniejszone. Według sieci supermarketów waga Magnum spadła o 70 gramów, a mimo to koncern Unilever podniósł cenę produktu.

Intermarché nie jest pierwszą siecią supermarketów, która oskarża producentów o tego typu nieuczciwe praktyki. Już jesienią ubiegłego roku Carrefour umieścił w swoich alejkach plakaty z komunikatem: „Waga tego produktu spadła, a cena u naszego dostawcy wzrosła”. Akcja wywołała jednak oskarżenia o hipokryzję, ponieważ sam sprzedawca zmniejszył porcje niektórych marek własnych.

Unilever wysłał przedstawicieli do niektórych supermarketów sieci Intermarché, żądając zaprzestania „oczerniającej” kampanii. Producent zdecydował się również na pozwanie detalisty do sądu. Intermarché mówi, że poprzez takie działania ma nadzieję popchnąć producentów „w stronę większej przejrzystości”.

Źródło: [NowyObywatel.pl](https://nowyobywatel.pl)