

Foodwatch  
A l'attention de Mme Jaquemart  
53 rue Meslay  
75003 Paris

Paris, le 18 juillet 2017

Madame,

Nous tenions à réagir à votre campagne sur les arnaques « Made in France », dans laquelle vous mettez en cause les pratiques de certaines marques quant aux arguments mis en valeur sur leurs emballages en la matière.

L'un des produits cités dans ce rapport, les cornichons Charles Christ, est commercialisé par l'entreprise Reitzel France que je dirige.

En préambule, même s'il reste quelques bocaux dans les rayons, je tiens à préciser que cette gamme est arrêtée et n'est plus fabriquée depuis septembre 2016.

Dans votre rapport, vous pointez la mention « conditionné dans le Loir-et-Cher » et le drapeau français, indiquant que ces éléments induisent le consommateur en erreur car les cornichons proviennent d'Inde (ce qui est spécifié sur la contre-étiquette). Nous comprenons votre démarche et reconnaissons que ces mentions puissent porter à confusion.

Sans être illégale, notre démarche ne se voulait pas malhonnête. Elle visait à souligner la valeur ajoutée de ce produit, par rapport à certains concurrents, pour qui l'intégralité de la production est réalisée en Inde. D'où la mention « conditionné dans le Loir-et-Cher » qui sous-tend : deux usines en France qui emploient 120 personnes et des emplois indirects créés en achetant, en France, la totalité des emballages (bocaux, cartons, puisette, étiquettes) ainsi que vinaigres, arômes et épices.

Cette publication, et le large écho médiatique qu'elle a eu, a été mal vécue par nos collaborateurs ces derniers jours. Ces derniers étant fiers de pouvoir revendiquer le conditionnement du cornichon sur leur territoire.

D'autant que Reitzel commercialise par ailleurs des cornichons 100% français sous la marque Le Jardin d'Orante qui sont cultivés, cueillis et conditionnés en France ; ce qui nous permet d'afficher le bleu-blanc-rouge sur l'étiquetage.

Cette année, nous mettons en place de nouveaux partenariats durables avec des agriculteurs de la Sarthe et du Loir-et-Cher. L'objectif de Reitzel : reconstruire autour de ce produit du terroir une filière agricole pérenne, afin de répondre aux attentes des consommateurs, avec un cornichon Made In France à prix accessible en GMS.

Je tenais à vous faire part de cette initiative car elle va dans le sens des combats que vous menez et auxquels nous sommes, nous aussi, attachés.

Je vous prie de croire, Madame, en l'assurance de mes respectueuses salutations.



Emmanuel Bois,  
Directeur Général Reitzel France

---

*Adresse siège social*