

Réponse du 9 Décembre 2020 de LIDL à foodwatch

Bonjour M. Dorioz,

Nous vous remercions d'avoir attiré notre attention sur les dimensions non-optimales de l'emballage du produit Truite gravlax ASC vendu actuellement dans nos supermarchés. Comme évoqué ensemble, nous vous confirmons que cet emballage va faire l'objet d'une optimisation en 2021.

Nous profitons également de ce message pour vous proposer un échange courant janvier sur la politique de Lidl en matière d'emballage.

Restant à votre disposition pour toute précision complémentaire,
Bien à vous,

████████████████████
████████████████████
██████████
████████████████████

LIDL Centre des Services Opérationnels

Retrouvez toutes les informations relatives au traitement de vos données personnelles par Lidl en [cliquant ici](#).

Courrier du 1^{er} Décembre 2020 de foodwatch à LIDL



Deluxe - Lidl
A l'attention de Isabelle SCHMIDT
Directrice communication – Lidl France
35 rue Charles Péguy, 67200 Strasbourg, France

Paris, le 1er décembre 2020

Objet : Demande de modifications sur le produit Gravlax de truite arc-en-ciel fumée Deluxe et lancement du *Calendrier du vent* foodwatch 2020

Madame Schmidt,

foodwatch est une association indépendante de défense des consommateurs présente en France, en Allemagne, aux Pays-Bas, à Bruxelles et en Autriche, qui milite pour plus de transparence dans le secteur alimentaire et l'accès de tous et toutes à une alimentation saine.

Nous vous informons que nous avons rendu public le 30 novembre 2020 le *Calendrier du vent* 2020 de foodwatch France, dans le cadre de notre campagne *Arnaques sur l'étiquette*. Ce calendrier illustre avec 23 cas concrets des produits alimentaires dont le marketing sur les emballages peut induire en erreur les consommateur-rices. Tous les matins, une case du calendrier sera ouverte et une nouvelle *arnaque sur l'étiquette* sera dévoilée sur [notre site internet](#).

Nous attirons votre attention sur le fait que le produit Gravlax de truite arc-en-ciel fumée Deluxe se trouve derrière l'une des cases de notre *Calendrier du vent*. En effet, l'emballage de ce produit semble surdimensionné. La quantité de vide est conséquente dans ce paquet, ce qui donne l'illusion aux consommateur-rices d'acheter plus que la réalité, alors même que des produits similaires sont vendus sans avoir recours à une telle présence d'air.

Pour plus de transparence, foodwatch demande donc à Lidl de changer l'emballage de ce produit et/ou de modifier la recette.

Nous vous demandons de vous engager à réduire au strict minimum l'usage et la taille des emballages pour ce produit et tous les produits de vos marques. Dans le cas où une présence significative de 'vide' serait néanmoins nécessaire, par exemple pour des questions de protection des aliments ou de conservation, nous attendons que vous le justifiiez clairement et que vous amélioriez la transparence sur les quantités réelles de produits vendus.

Dans l'attente de votre réponse, veuillez noter que, par souci de transparence, foodwatch se réserve le droit de rendre publiques notre lettre ainsi que les réponses que vous voudrez bien y apporter.

Nous vous prions de croire, Madame Schmidt, en l'expression de nos salutations respectueuses.

M. Camille DORIOZ,
Responsable des campagnes, foodwatch France
Tél : 07 72 50 80 24