

Paris, le 6 décembre 2022

Objet : Demande de modifications sur le produit Pommes duchesse à la truffe et lancement de *la Table de Noël des Arnaques* de foodwatch

Madame Lombardi,

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

Ce 6 décembre 2022, [sur notre site internet](#), notre association dévoile la *Table de Noël des arnaques* dans le cadre de notre campagne *Arnaques sur l'étiquette*, et 10 produits alimentaires des fêtes dont le marketing sur les emballages peut induire en erreur les consommateur-rices.

Nous attirons votre attention sur le fait **que le produit Pommes duchesse à la truffe Findus se trouve épinglé sur la Table de Noël des arnaques**. Ce produit induit les consommateur-rices en erreur car est suremballé. La quantité de vide (48%) est conséquente dans ce paquet, ce qui donne l'impression 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. Outre l'illusion donnée aux consommateur-rices et à leur portefeuille, cette démarche va à l'encontre du bon sens environnemental et **des efforts que doivent immédiatement engager les industriels pour réduire la taille des emballages conditionnés et les déchets produits**.

Derrière les emballages et les étiquettes, **c'est pour le droit à la transparence de l'information sur l'alimentation que foodwatch se bat**. Les consommateurs et les consommatrices doivent pouvoir faire des choix informés et conscients tant pour leur accès à une alimentation saine et durable que pour leur pouvoir d'achat. En tant que fabricant, vous êtes sensé par le packaging et le marketing de vos produits, leur fournir les clés pour faire ces choix.

Cette responsabilité est inscrite clairement dans l'article 16 de la réglementation européenne 178/2003 : « [...] l'étiquetage, la publicité et la présentation des denrées alimentaires [...], y compris leur forme, leur apparence ou leur emballage, les matériaux d'emballage utilisés, la façon dont ils sont présentés et le cadre dans lequel ils sont disposés, ainsi que les informations diffusées par n'importe quel moyen, ne doivent pas induire le consommateur en erreur. »

C'est pourquoi foodwatch demande à Findus de **changer l'emballage de ce produit afin qu'il soit plus adapté à la taille de la bûche et qu'il n'induisse pas les consommateur-rices et leur portefeuille en erreur**.

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 Lombardi, en l'expression de nos salutations respectueuses.



Audrey MORICE
Chargée de campagne
Campaigner

Findus France
Arnaud Duval
Immeuble Jupiter
11 Boulevard du Mont D'est
93160 Noisy le Grand

A l'attention de Audrey Morice, Chargée de Campagne
Foodwatch
53 rue Meslay
75 003 paris

Noisy-le-Grand, le 23 décembre 2022

Par lettre recommandée avec avis de réception

Objet : Suite à la diffusion de *la Table de Noël des Arnaques* de foodwatch

Madame Morice,

Nous avons pris connaissance de votre courrier du 6 décembre dernier dans lequel vous nous alertez de la diffusion sur votre site internet d'un article *la Table de Noël des arnaques*.

Notre produit **Pommes duchesse à la truffe Findus** se trouve épinglé dans cet article et vous mentionnez que ce produit induit les consommateur·rices en erreur car est suremballé avec une quantité de vide de 48%.

Cet article a été à de nombreuses reprises diffusé dans la presse et nous a donc porté préjudice.

Nous aurions apprécié être consulté avant la diffusion de cet article ce qui nous aurait permis de réagir et de vous expliquer que nous n'avons aucune volonté de tromper les consommateur·rices et que nous faisons face à une contrainte industrielle sur ce produit

En effet, la technologie de remplissage et soudure de nos sachets implique une temporisation entre la descente du produit et la fermeture du sachet. Cet espace vide de tête est quasi fixe quel que soit le format. Il n'y a aucune volonté marketing ou commerciale d'avoir un sachet visuellement plus grand sur nos duchesses truffe.

Pour votre information, nous utilisons actuellement des films plastiques recyclables et nous nous engageons d'ailleurs à réduire progressivement la quantité de plastique de nos sachets, soit entre 14 et 28% de réduction prévue en moyenne par sachet sur les 2 prochaines années.

Nous vous demandons à l'avenir de bien vouloir nous consulter avant de relayer des informations incomplètes, sans quoi nous nous verrions dans l'obligation de mettre en place des actions légales.

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

Arnaud Duval
Directeur Général Findus France

