



A l'attention de Emmanuelle Bach Donnard
Directrice Marque, Digital & Expérience Client

Picard Surgelés
Service Information Consommateur
1 Route Militaire
CS 60137
77305 Fontainebleau Cedex

A Paris, le 23/09/2022

Madame Bach Donnard,

Je suis Audrey Morice, chargée de campagne à foodwatch France. foodwatch est une organisation indépendante de défense des consommateurs présente en France, en Allemagne, en Autriche 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.

Je vous contacte aujourd'hui à propos de deux des produits surgelés de la marque Picard. Suite à une alerte d'un consommateur et une enquête de foodwatch, nous avons identifié que le format des produits suivants avait évolué : les légumes à la mexicaine et le tajine de légumes sont passés de 1kg à 600g et leur prix au kilos a augmenté.

A ce propos, nous aimerions avoir un retour de votre part sur les questions suivantes :

- Confirmez-vous le changement de format ? Si oui, pouvez-vous nous communiquer une date plus exacte du changement ?
- Pourquoi ce changement a-t-il été effectué sur ce produit ? Est-il lié à un autre changement (ingrédients, approvisionnement...etc.) ?
- Ce changement s'est-il accompagné d'une communication vers le consommateur ? si oui, pouvez nous la faire parvenir ?
- Qu'est-ce qui justifie le changement important du prix au kilos, passant de 3.95€/kilo (1kg) à 5.25€/kilo (600g) ?

Nous vous remercions par avance de bien vouloir nous répondre, par écrit, avant le 12 octobre 2022.

Je reste à votre disposition pour tout échange.

Dans cette attente, nous vous prions de croire, Madame Bach Donnard, en l'expression de nos salutations respectueuses.



Audrey MORICE
Chargée de campagne
Campaigner

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "Audrey Morice".

PS : Notez que, par souci de transparence, foodwatch se réserve le droit de rendre publiques notre lettre de ce jour ainsi que les réponses que vous voudrez bien y apporter.

A l'attention de Audrey Morice
Chargée de campagne

Paris, le 11/10/2022

Bonjour Madame Morice,

Pour faire suite à votre courrier en date du 23/09/2022, vous trouverez ci-dessous nos éléments de réponse.

Le lancement des deux références citées s'inscrit dans le cadre de la création d'une **nouvelle gamme « Les légumes cuisinés »**, commercialisée depuis quelques mois maintenant.

En l'occurrence, nous commercialisons déjà un tajine de légumes, ainsi que des légumes à la mexicaine. Cependant, face à l'évolution des tendances de consommation, et dans le cadre de notre démarche d'amélioration continue des recettes, nous avons souhaité les arrêter en faveur de 2 nouvelles références.

Le **tajine de légumes** et les **légumes à la mexicaine** tels qu'ils existent aujourd'hui ont été lancés respectivement en **mai** et **avril** dernier. Les précédentes références étaient conditionnées dans un format de 1kg qui ne correspondait plus aux usages des consommateurs, qui préfèrent aujourd'hui utiliser des formats plus petits et plus facilement stockables. Nous avons donc souhaité lancer cette gamme autour de **formats plus adaptés**, et avons imaginé ces deux références sous un format de 600g, en cohérence avec les autres produits de la gamme. Ce changement de grammage n'a donc pas été induit par les contraintes du contexte actuel.

Par ailleurs, nos équipes produits **retravaillent 250 recettes chaque année** afin de proposer des recettes toujours plus saines et répondant aux attentes de nos consommateurs. Notre recette de tajine a été complètement repensée afin de la moderniser : suppression des poivrons, ajout de carottes et pois chiches, augmentation de la sauce et ajout de pulpe de tomate, etc. Concernant les légumes à la mexicaine, nos équipes ont réussi à diminuer encore leur teneur en sel.

Nous n'avons pas mis en place de communication spécifique autour de ces deux références puisqu'elles s'intégraient dans le cadre du lancement de la nouvelle gamme, ce qui signifiait : **intitulé nouveau** (« tajine de légumes aubergine, courgette, poivrons, oignons » → « tajine de légumes aux épices douces » ; « légumes à la mexicaine – haricot rouge, poivron rouge, maïs, oignon, poivron vert » → « légumes à la mexicaine aux épices »), et **identité visuelle nouvelle**. Le consommateur pouvait donc remarquer de façon particulièrement évidente qu'il ne s'agissait pas des mêmes produits que précédemment.





Sur le plan tarifaire, les modifications d'amélioration de recettes, couplées au contexte général d'hausse du coût des matières premières, de l'énergie, du transport impactent les prix quel que soit leur grammage. En parallèle, le conditionnement sous les plus petits formats génère mécaniquement une hausse du prix au kilo car les charges fixes sont moins amorties (énergie, emballages).

Je reste à votre disposition pour tout échange,

Je vous prie d'agréer, Madame Morice, l'expression de mes salutations distinguées.

Elizabeth Bouton
Directrice Qualité et RSE

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'EBouton', is written over the printed name and title.