

Carambar & CO
9 rue Maurice Mallet
92130 Issy-les-Moulineaux

Cabinet TTLA PARIS
A l'attention de Maitres Alexandre FARO
et François LAFORGUE
29 rue des Pyramides
75001 Paris

Issy les Moulineaux, le 20 juillet 2023

Courrier : réponse à mise en demeure du 26 juin 2023

Par LRAR

Chers Maîtres,

Nous faisons suite à votre lettre du 26 juin 2023 aux termes de laquelle les associations Foodwatch France et Zero Waste France que vous représentez, entendent mettre en demeure Carambar & Co de cesser la commercialisation du produit « Batna Krema » dans son conditionnement actuel ou d'adapter le conditionnement de ce produit à la taille réelle de l'aliment qu'il contient.

Nous comprenons que vos clientes reprochent à notre produit « Batna » un conditionnement et un emballage surdimensionnés, contenant une quantité significative de « vide ».

En premier lieu, il est important de noter que nous sommes soumis à diverses contraintes techniques. Ainsi, un espace est nécessaire pour le bon déroulement de notre processus industriel décrit ci-dessous.

En termes de méthode, nos sachets sont aplatis sur nos lignes de conditionnement avant leur mise en caisse afin d'avoir assez d'espace dans le sachet pour que les bonbons puissent se répartir correctement sans éclatement du sachet. Le scellage d'un paquet de bonbons implique également de maintenir une zone de tête vide afin de réaliser un scellage optimal sans abîmer les produits contenus. D'ailleurs, cette méthode nous permet de remplir au maximum les caisses de remplissage de transport de nos produits et de réduire la quantité et le volume de nos emballages au global.

Pleinement conscients du rôle que nous avons à jouer, nous réalisons des travaux de recherches depuis plusieurs années sur le sujet des plastiques. Nous proposons notamment, pour certains produits de nos gammes, des sachets constitués à 70% de papier. Concernant notre produit BATNA, nous ne le proposons pas encore en sachet à 70% de papier car la recette historique du produit (contenant du lait) est plus sensible que les autres en termes de conservation, mais nous continuons à chercher des solutions en ce sens.



Nous sommes également engagés à réduire nos emballages plastiques de 20% sur l'ensemble de notre groupe d'ici à 2025, conformément aux dispositions de la loi AGECE.

Nous avons déjà réduit de -13% nos consommations de plastique entre 2018 et 2022 sur la marque KREMA, et comptons accélérer afin d'aller au-delà des obligations réglementaires.

En second lieu, d'un point de vue purement juridique, le conditionnement de notre produit serait, selon vos clientes, contraire aux dispositions de l'article R. 543-44 1°, a) et b) du Code de l'environnement. Or, ces dispositions ne font aucunement référence à la pratique visée dans votre courrier, à savoir du « suremballage », entendue comme « un emballage trop volumineux pour une petite quantité d'aliment » selon Foodwatch et Zero Waste. Nous considérons ainsi que vos clientes adoptent une interprétation extensive de ce texte, qui d'une part, ne définit pas la notion de « suremballage » et d'autre part, n'en sanctionne pas la pratique.

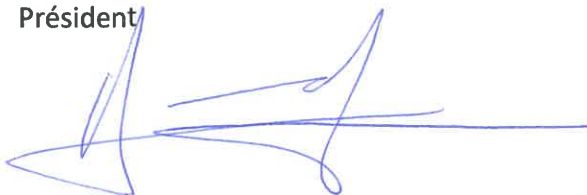
S'agissant d'une prétendue pratique commerciale trompeuse au regard de l'article L. 121-2 du Code de la consommation, nous considérons également que cette critique est dépourvue de fondement. En effet, les informations relatives aux volumes et à la quantité sont indiquées de manière parfaitement claire, conformément à la réglementation, permettant au consommateur d'effectuer un choix éclairé lors de son achat.

Les modalités d'affichage des prix permettent également d'informer clairement le consommateur, comme l'a confirmé le ministre de l'Économie à l'occasion d'une réponse à l'Assemblée nationale au sujet du suremballage¹.

Pour revenir sur le fond, la question de l'emballage fait partie intégrante de nos priorités et de notre feuille de route RSE, et se traduit par des ressources dédiées et des moyens importants que nous nous efforçons de déployer depuis la création de notre groupe en 2017.

Nous vous prions de croire, chers Maîtres, en l'expression de nos salutations distinguées.

Marc AUCLAIR
Président



¹ A l'occasion d'une question d'un député au sujet de la pratique du suremballage le 7 septembre 2021, le ministre de l'Économie a indiqué que « les règles d'information des consommateurs sur les prix permettent aux consommateurs, en France, de ne pas se laisser abuser. En effet, l'arrêté du 3 décembre 1987 relatif à l'information du consommateur sur les prix, et l'arrêté du 16 novembre 1999 relatif à la publicité, à l'égard du consommateur, des prix de vente à l'unité de mesure de certains produits préemballés, obligent le professionnel à informer les consommateurs, non seulement de la somme totale toutes taxes comprises qu'ils devront effectivement payer, mais aussi du prix rapporté à l'unité de mesure. L'indication du prix à l'unité de mesure d'un produit permet au consommateur la comparaison du coût à l'unité des produits et le coût du même produit au kilogramme ou au litre et doit être de lecture facile afin de lui permettre d'effectuer un achat en toute connaissance de cause ».

