

Lesieur : Puget Vinaigrette huile d'olive vierge extra, vinaigre balsamique, tomates séchées

Puget, appartenant au groupe Lesieur, est l'entreprise la plus spontanément associée à l'huile d'olive en France¹; elle a une image forte, bien connue des Français². L'étiquette de cette vinaigrette met en évidence l'huile d'olive, le vinaigre balsamique et les tomates séchées, ingrédients figurant dans le nom du produit. En réalité, ces ingrédients ne constituent qu'un tiers de la vinaigrette. Pour les deux tiers restants, la vinaigrette contient des ingrédients bon marché tels que de l'huile de colza, du vinaigre blanc et rouge, de la purée de tomates ainsi que de l'eau. Les consommateurs sont donc induits en erreur sur la qualité de ce produit. Puget (Lesieur) semble ainsi économiser sur les ingrédients de qualité en les remplaçant par d'autres moins chers. L'entreprise mise sur sa réputation de producteur d'huile d'olive de qualité pour vendre une vinaigrette composée d'ingrédients bon marché. Les consommateurs n'en ont pas pour leur argent (près de 10€ le litre). Puget devrait soit tenir ses promesses de qualité soit mentionner clairement à l'avant de l'emballage qu'elle utilise de l'huile de colza, de l'eau, du vinaigre ordinaire, et ce à côté des ingrédients qualitatifs mais présents en moindre quantité.

Que répond Puget ? Puget a refusé de communiquer la quantité exacte de vinaigre ordinaire, d'huile de colza et d'eau contenue dans la vinaigrette. Puget affirme³ que la recette a été « confirmée » par un panel de consommateurs. Mais que dirait le consommateur s'il connaissait la vérité sur la quantité d'ingrédients bon marché présents dans ce produit ? Si les consommateurs aiment cette vinaigrette telle quelle, pourquoi Puget (Lesieur) ne la présente-t-elle pas comme un mélange de vinaigre balsamique et de vinaigre ordinaire, contenant par ailleurs de l'eau et de l'huile de colza et seulement 1% de tomates séchées ?

Pourquoi est-ce légal ? L'industrie alimentaire a le droit de mettre l'accent sur des ingrédients sur l'emballage, même si ceux-ci sont présents en infime quantité. Ils peuvent exagérer les qualités d'un produit sur l'étiquette ou dans leur publicité, même s'il contient essentiellement des ingrédients bon marché. Un vide juridique qui permet à l'industrie d'(ab)user de ces pratiques. Il devient donc difficile pour le consommateur d'acheter en connaissance de cause et de faire la part des choses entre un produit de bonne qualité et un produit qui bluffe, survend. Si tout le monde a ainsi le droit d'attirer l'attention du consommateur – et donc d'influencer sa décision d'achat – en promettant monts et merveilles sur l'emballage, tout en ne tenant pas ses promesses dans la composition du produit, la compétition devient d'autant plus compliquée pour les autres producteurs. Et si ces fabricants affichent un prix plus élevé, le consommateur se tournera sans doute vers le produit moins cher, croyant bénéficier d'une qualité équivalente. Force est de constater que l'état actuel de la législation alimentaire ne favorise pas une compétition de qualité, mais plutôt une guerre des prix.



Ingrédients

Huiles végétales (huile d'olive vierge extra 20%, huile de colza), eau, vinaigres de vin blanc et rouge, purée de tomates mi-réduites, vinaigre balsamique 12,6% (vinaigre de vin, moût de raisin concentré, colorant : E150d, conservateur : disulfite de potassium), ail, sel, poivron, tomates séchées 1%.

Prix constaté*

3,44€/bouteille de 33cl
*Monoprix Montparnasse (Paris), 24/02/2014

¹ <http://www.franceagrimer.fr/content/download/17460/136562/file/IPSOS+Usages+et+attitudes+des+consommateurs+vis+%C3%A0+vis+HO+fran%C3%A7aise.pdf> (Ipsos, mars 2012)

² <http://www.sofiproteol.com/activites/pole-vegetal/>

³ http://foodwatch.org/uploads/media/lettre_foodwatch_reponse_Puget.pdf