

Ils nous vendent du vide

Nos radiographies le démontrent: un grand paquet peut cacher un tout petit contenu.

Les emballages de certains produits alimentaires sont à moitié vides. Les fabricants contestent tromper les consommateurs, invoquant des impératifs techniques et économiques.

Si les rayons de nos supermarchés sont toujours bien garnis, les paquets, boîtes et autres sachets qui les garnissent sont parfois à moitié vides! Quelques emplettes effectuées dans des grandes surfaces romandes livrent des résultats stupéfiants. Sur la quinzaine de produits achetés, nous avons pu, en moyenne, ajouter quasiment la

même quantité de la denrée alimentaire dans l'emballage que celle qui s'y trouvait déjà (moyenne: 1,8 fois). Des chiffres qui laissent songeurs, non seulement parce que le client achète, souvent sans s'en rendre compte, une quantité d'aliment beaucoup moins

importante que la taille du paquet ne le suggère, mais aussi parce ce phénomène n'est pas sans poser des questions du point de vue écologique. Qui dit paquet à moitié vide, dit gaspillage en termes de conditionnement, mais aussi de transport. Les fabricants se défendent de se moquer des consommateurs et

invoquent des impératifs techniques et économiques (*lire encadré en page 38*).

Pour vous permettre de juger de la situation par vos propres yeux, nous avons demandé au Centre d'imagerie diagnostique (CID) de Lausanne de radiographier les emballages (*voir en pages 38-39*).

Sébastien Sautebin



Knorr Aromat

Original Aromat, 90 g, 2.60 fr. acheté chez Coop.

«La taille de nos emballages est optimisée de manière à laisser un espace vide aussi restreint que possible», indique le fabricant.

73%*

35%*

Coop Jamadu

Chips de pomme, 1.70 fr., 20 g, achetées chez Coop.

Coop nous a annoncé prévoir de remplacer ce paquet par une version plus grande vers la fin de l'été. «Il contiendra 60 g et sera nettement moins cher par rapport au produit actuel.» Le détaillant n'a pas précisé pas si le nouvel emballage sera, lui aussi, trois fois plus grand que son contenu...



*Taux de remplissage actuel par rapport au remplissage maximal possible manuellement.



Chatham Village

Croûtons à l'ail, 140 g, 3.95 fr. acheté chez Migros.

«L'air sert d'amortisseur et protège les croûtons. La taille du sachet permet de présenter toutes les informations nécessaires de façon lisible», se justifie Migros.

60%*

74%*

Salanettis

Petits salamis, 100 g, 3.99 fr. chez Aldi.

«Il est nécessaire de laisser un espace libre entre la marchandise et le film de protection pour garantir un soudage propre et hygiénique de l'emballage», affirme Aldi.



Subito

Risoni di pasta, 180 g, 2.90 fr., acheté chez Migros.

«Tous les produits Subito sont fabriqués avec des emballages standard sur la même chaîne de production. De plus, ils doivent être emballés sous atmosphère protectrice», se défend Migros. Le taux de remplissage n'en demeure pas moins particulièrement bas.

34%*



RÉACTIONS DES FABRICANTS

Se moqueraient-ils du monde?

Interpellés sur les résultats de nos investigations, les fabricants et les distributeurs avancent divers arguments (à découvrir également ci-contre à côté de chaque exemple) pour justifier les emballages à moitié remplis.

► **Impératifs techniques:** les atmosphères protectrices permettent de conserver certains produits et les préservent de l'écrasement, mais elles occupent une partie de l'espace qui, dès lors, paraît vide.

► **Impératifs légaux:** les emballages doivent être suffisamment grands pour y faire figurer les indications nécessaires de manière lisible.

► **Raisons économiques:** l'utilisation de chaînes de production fonctionnant avec des emballages de taille standardisée permet de réduire les coûts de production, ce qui

influence favorablement le prix de vente, affirment les fabricants.

► **Raisons marketing:** certains industriels ont avoué ne pas trop remplir les emballages pour ne pas vendre le produit à un prix trop élevé par rapport à la concurrence. Marc Vandercammen, directeur du Centre de recherche et d'information des organisations de consommateurs (Crioc), basé à Anderlecht, en Belgique, est critique face à ces arguments. Certes, les fabricants de cornflakes, par exemple, disent vrai lorsqu'ils affirment que les contenus se tassent durant le transport, mais cela ne signifie pas pour autant que le produit était rempli au départ! Le directeur du Crioc estime qu'il y a une forme de tromperie à vendre des produits aux emballages surdimensionnés, ce d'autant plus que la taille influence considérablement les consommateurs lors de leurs achats.

67%*

Stimorol / Trident

Stimorol Spearmint sphere, 101,5 g, 4.95 fr., acheté chez Denner.

Trident Splash Peach Berry, 88 g, 6.30 fr., acheté chez Migros.

Les deux boîtes sont strictement identiques et contiennent toutes deux des chewing-gums, mais la Stimorol offre environ 15% de produit en plus. Il est amusant de noter que les deux marques sont produites par la même société, Cadbury.

«Ces quantités correspondent au remplissage maximal de la boîte selon le produit», rétorque le distributeur Denner.

56%*



*Taux de remplissage actuel par rapport au remplissage maximal possible manuellement.

66%*

Kellogg's

Special ProPlus 375 g, 6.80 fr., acheté chez Migros.

«Durant le transport, les flocons et les autres ingrédients se tassent dans les paquets», explique le fabricant.



59%*

Lindt

Lindor, 200 g, acheté 8.95 fr. chez Coop.

«Pour des raisons techniques, il n'est pas possible de mettre ce contenu dans une plus petite boîte», estime le chocolatier.



54%*

Maggi

Préparation pour sauce poulet paprika avec sachet d'emballage inclus, 34 g, 2.80 fr. achetée chez Coop.

«Faire figurer l'ensemble des informations nécessaires pour les consommateurs sur l'emballage nécessite beaucoup d'espace. De plus, la standardisation des conditionnements réduit les coûts de production et permet d'offrir ainsi des prix de vente plus avantageux», avance Nestlé, propriétaire de la marque.



63%*

Pringles

Snacks salés, 165 g, 2.80 fr., achetés chez Coop.

La boîte est remplie jusqu'en haut, mais son diamètre pourrait être réduit. «Les Pringles sont de forme ovale, ce qui explique le vide sur leur largeur», rétorque le fabricant.

60%*

Knorr

Stocki, 3 x 3 portions, 330 g, 3.95 fr., acheté chez Denner.

«Les Knorr Stocki sont emballés sous atmosphère protectrice. Cette procédure garantit la conservation et une consistance impeccable de la purée. Pour que la qualité reste optimale, un minimum d'espace libre est nécessaire et fait effet de tampon», argue le fabricant.



49%*

Migros Sélection

Pâtisseries surfines à l'amande enrobées de pistaches, 250 g, 14.50 fr., achetées chez Migros.

«Chaque pâtisserie est emballée très soigneusement», a répondu Migros. Cela n'explique pas pourquoi le carton est à moitié vide.



*BONUS WEB
Les enquêtes à l'étranger
sur www.bonasavoir.ch