

# Pain d'épice sans miel, panettone à l'huile de palme... Foodwatch dévoile son classement des pires arnaques de Noël

Par PLB

Publié il y a 2 heures,

Mis à jour il y a 2 heures

**Comme l'an passé, l'ONG dénonce les pratiques de certains grands distributeurs, qui n'hésitent pas à surfer sur la période des fêtes de fin d'année pour survendre leurs produits.**

Si l'on retrouve toutes sortes d'arnaques tout au long de l'année dans les supermarchés, les fêtes de Noël en concentrent un bon paquet. C'est ce que pointe l'association Foodwatch France, qui publie pour la deuxième année consécutive son classement des pires arnaques sur les étiquettes de Noël. 2023 n'échappe pas à la règle, avec pas moins de six produits épinglés. Parmi eux, un saumon fumé de la marque Labeyrie, dont «*le poids a diminué de 10g*», alors que «*son prix a augmenté de 19%*» ou encore un pain d'épices «*spécial foie gras*» édition limitée de la marque Brossard, qui contient «*beaucoup de sucre (sirop de glucose-fructose, sucre, sirop de sucre caramélisé) sans une goutte de miel*», déplore l'ONG.



L'ONG propose de voter «pour la pire arnaque sur l'étiquette de Noël». DR/ Foodwatch

Autre produit pointé du doigt : la terrine Guyader aux noix de Saint-Jacques à la bretonne, composée de... «*colin et de coquillages pêchés à l'autre bout du monde*». «*Ce qu'on pourrait prendre pour des coquilles Saint-Jacques sont en réalité des pétoncles ou des peignes, des coquillages de la même famille moins chers achetés en gros*», explique Foodwatch. Même constat pour le citron cuisine Bjorg «*estampillé label bio malgré son emballage plastique*» qui

propose «70% d'eau et seulement 30% de citron» mais aussi le panettone Ciro qui «cache de l'huile de palme» ou encore les œufs en chocolat Ferrero Rocher, dont «le sachet est à 52% vide».

Contactés par *Le Parisien*, les principaux groupes ont tous tenu la même défense, expliquant d'abord que leurs pratiques étaient tout à fait légales, les distributeurs étant «libres de fixer leurs prix» selon le groupe Limagrain qui détient la marque Brossard, et assurant ensuite être eux-mêmes victimes de l'inflation, dans la mesure où le prix des matières premières avait particulièrement augmenté ces derniers mois. C'est le cas de Labeyrie, qui justifie son choix de baisser la quantité de saumon, «afin de maîtriser la répercussion de la hausse des coûts et permettre aux distributeurs de le proposer aux consommateurs à un prix accessible».

## Les consommateurs appelés à voter

Sur un ton humoristique, qui ne cache pas pour autant les véritables inquiétudes de Foodwatch pour les consommateurs prompts à se faire avoir, l'ONG invite le grand public à voter pour la «pire arnaque» de Noël. «Deuxième édition de la Casserole d'Or, l'élection la moins appréciée de l'industrie agroalimentaire. Découvrez les 6 nominés et votez pour la pire arnaque sur l'étiquette des fêtes», lance l'association [sur son site internet](#). Pour participer, il faut voter avant le 20 décembre à 23h.

L'an passé, dans un contexte de forte inflation, Foodwatch France avait déjà épinglé un certain nombre de produits, notamment ceux victimes de la shrinkflation. Une pratique marketing visant à réduire la quantité d'un produit dans un emballage semblable, tout en gardant un prix identique, voire en l'augmentant. C'était la bûche Signature Grand chocolat de Nestlé, «composée à 80% de vide et vendue à 17,48 euros le kilo chez Auchan», ou encore des émincés de saumon fumé à l'aneth «qui atteignent les 60% de vide, à 58,40 euros le kilo».

### La rédaction vous conseille

- [Jean-Pierre Robin: «La France meilleure élève face à l'inflation de la zone euro en 2022 et cancre en 2023»](#)
- [La bataille de l'inflation n'est «pas encore» gagnée, estime Michel-Édouard Leclerc](#)
- [«La chute est inédite depuis les années 80» : face à l'inflation, les coupes franches des Français dans leur budget alimentation](#)

### Sujets

[économie](#)[Grande distribution](#)[Inflation](#)