

Le sous-dimensionnement des produits alimentaires... La grande illusion

Depuis plusieurs années, des grandes compagnies de produits alimentaires ou ménagers diminuent la quantité de certains de leurs produits sans pour autant en diminuer le prix. Autrement dit, vous en avez moins pour votre argent!

Les consommateurs seraient plus enclins à remarquer le coût d'un produit que sa quantité. Différentes tactiques sont utilisées pour que ces réductions de quantité passent inaperçues à vos yeux :

- Même contenant mais tout simplement moins de contenu.
- Nouveau contenant et moins de contenu.
- Changement de l'image du produit.

Voici quelques exemples :

- Le contenant de jus Oasis est passé de 1,89 litre à 1,75 litre
- La margarine Lactantia est maintenant vendue dans un contenant de 850 grammes comparativement à 900 grammes auparavant
- Les œufs de Pâques Cadbury ont maigri de 5 grammes
- Le fromage P'tit Québec a aussi perdu du poids; il est descendu de 540 grammes à 500 grammes

On remarque aussi la présence du phénomène chez certains produits ménagers comme le liquide à vaisselle et le papier de toilette.

Depuis 2001, au Québec, les commerçants doivent afficher le prix par unité de mesure. (Ex : 0,41\$/100ml). Malheureusement, il arrive souvent que les commerçants n'inscrivent pas le prix par unité de mesure sur les articles en solde. Pourtant, ils devraient le faire. N'hésitez pas à en faire part à votre épicière si vous remarquez que l'étiquetage ne respecte pas la loi.

Christine Arbour
Coordonnatrice
418 435-2884