

## Les réponses minimalistes de PEPSICO FRANCE

Un consommateur écrit au service consommateurs de **PEPSICO FRANCE** (*exploitant notamment les marques **QUAKER, TROPICANA, LAYS, BENENUTS, PEPSI, TROPICANA***), pour s'étonner de la saveur très salée du produit **FRITELLE**. Il demande si une réduction du taux de sel est prévue ou, à défaut, une gamme spécifique avec une teneur en sel moins prononcée.

La réponse obtenue est des plus sommaires :

- une simple indication de la transmission du courrier au service qualité (*qui, bien évidemment, n'a jamais réagi*) ;
- un « dédommagement » sous forme de bon de réduction de 3 € est joint.

La stratégie du service consommateurs est parfaitement claire : indiquer une transmission à un autre service, calmer l'insatisfaction par l'octroi d'un bon d'achat.

**PEPSICO FRANCE** donne sa définition du développement durable : « *C'est donner du sens à notre performance en intégrant les dimensions sociales, nutritionnelles, et environnementales dans l'ADN.* »

De toute évidence, le message n'est pas relayé en interne. Ainsi, le service consommateurs n'hésite pas à expédier un courrier d'une page dans une enveloppe de format A4 affranchie au tarif prioritaire...

**INFO-ALERTE** est une mise en garde hebdomadaire diffusée par le :  
**Réseau anti-arnaques, association partenaire de l'UFC-Que Choisir**  
BP 40179 – 79205 PARTHENAY cedex  
(contact@arnaques-infos.org) - Site : [www.arnaques-infos.org](http://www.arnaques-infos.org)  
SIRET : 503 805 657 00049

Reproduction autorisée sous réserve de mentionner l'origine.

Directeur de la publication :

**Pascal TONNERRE** (president@arnaques-infos.org)