

ÉCONOMIE

Le marché de la pizza surgelée dans le rouge

SCANDALE BUITONI | Un an après avoir retiré ses Fraîch'Up des rayons, Nestlé, qui avait rouvert son usine de Caudry fin 2022, la fermera définitivement, faute de ventes.

Odile Plichon

LE COUPERET EST TOMBÉ.

Un an après l'affaire dite « des pizzas contaminées », le groupe Nestlé a annoncé ce jeudi la fermeture définitive de son usine Buitoni de Caudry (Nord), qui était au cœur de ce scandale sanitaire. Le site produisait les pizzas surgelées Fraîch'Up, qui pourraient avoir provoqué la mort de deux enfants et l'intoxication de dizaines d'autres par la bactérie *Escherichia coli*. Une information judiciaire est ouverte à Paris pour « homicide involontaire » concernant deux victimes et « blessures involontaires » pour 14 autres.

« Confrontée à des prévisions de commandes bien en deçà des volumes escomptés lors de la réouverture de l'usine en décembre 2022, et alors que le marché de la pizza surgelée, de plus en plus concurrentiel, évolue dans un contexte inflationniste », Nestlé France avait acté le 2 mars la « suspension temporaire » de la production sur Caudry. Le temporaire se muera donc en définitif. « Aucun licenciement ne sera notifié avant le 31 décembre », a tenu à insister le géant suisse de l'agroalimentaire tandis que les salariés, réunis devant le siège, dénonçaient un « gâchis ».

Buitoni ne sera donc pas parvenu à se relever de ce scandale, qui a éclaté en

mars 2022 lorsque Nestlé a décidé de rappeler ses pizzas et d'interrompre sa production. « Depuis ce jour, jamais les Fraîch'Up n'ont remonté la pente, nous confirme, sous le couvert de l'anonymat, le

patron d'un grand groupe de distribution. Elles se vendaient tellement mal pendant la crise qu'on a fini par les retirer, comme tous les produits Buitoni, pour les réintroduire au compte-gouttes ensuite. »

Cette source aux premières loges pointe un autre dommage collatéral : l'impact que cette affaire a eu sur l'ensemble du marché des pizzas surgelées. Sur ce créneau, la chute des volumes enregistrée en

un an par l'institut Circana (ex-IRI) a atteint 22,2 % au premier trimestre 2023 ! Il s'agit de la sixième plus importante enregistrée sur douze mois, juste derrière le foie gras et les asperges en conserve, qui pâtissent de leur image de produits chers. Ce qui n'est pas le cas des pizzas surgelées, dont le prix moyen est de 3,39 €.

La confiance est rompue

En octobre 2022 pourtant, six mois après le retrait des Fraîch'Up des linéaires, certains experts prédisaient un prochain retour à la normale... qui n'a jamais eu lieu. « C'est l'une des premières fois

qu'un secteur entier souffre durablement d'une crise et où le consommateur ne retrouve pas ses habitudes, décrypte Florian Silnicki, le fondateur de [LaFrenchCom](#), spécialisé en gestion et communication de crise. Face à des Français d'autant plus remués que ces produits grand public sont très appréciés de leurs enfants, Nestlé aurait dû communiquer très vite et prendre sa part de responsabilité. »

« Or, à tort ou à raison, cette entreprise a donné le senti-

ment de tergiverser, ce qui a brisé le lien de confiance avec ses clients. » De fait, encore aujourd'hui, le groupe avance

une « contamination de la farine » comme explication « la plus probable » de la présence de la bactérie dans ses pizzas, tandis que, selon la préfecture, des inspections sanitaires ont mis en évidence « la présence de rongeurs » et le « manque d'entretien des zones de fabrication ». Faute d'être rassurés sur l'origine de la contamination, les consommateurs ont tranché : « En un an, le nombre de ménages acheteurs a été raboté de 14 % à 11 % », pointe Gaëlle Le Floch, de l'institut Kantar.

La pâte à pizza gagne des parts

Autre conséquence en chaîne, « la crise a impacté le marché des pizzas fraîches, qui a chuté de 6,3 % en volume en 2022 », note-t-on à Intermarché.

De plus en plus méfiants à l'égard des produits transformés, soucieux de pouvoir être rassurés sur la traçabilité de ce qu'ils mangent, les Français ont changé leurs habitudes. Ils plébiscitent désormais les pâtes à pizza (+17,6 % en volume actuellement) leur permettant de confectionner eux-mêmes leur margherita ou leur regina préférée. « Et le marché a retrouvé des couleurs en fin d'année, notamment grâce aux renforts de PME comme la Pizza de Manosque ou Sole Mio », se réjouit-on à Intermarché.



Les ventes de pizzas surgelées se sont effondrées de 22 % en un an au premier trimestre 2023, selon l'institut Circana. Dans le sillage de Buitoni, c'est tout le secteur qui trinque.

HAS, LUCAS/SERGE TEMANI

