



Les attentes des associations de ConsoFrance pour les états généraux de l'Alimentation

Selon une étude de l'INSEE publiée en 2014, l'alimentation représente 20,4 % des dépenses de consommation des Français, contre 34,6 % en 1960 où elle constituait le principal poste de dépenses des ménages. Malgré tout, cela reste inégal selon les catégories socioprofessionnelles et selon les revenus des ménages. En effet, plus les revenus sont bas et plus la part consacrée à l'alimentation est élevée.

La qualité des produits est également disparate, notamment pour les produits transformés. Ainsi, bon nombre de produits commercialisés en magasin qui sont bon marché présentent des teneurs en sucres et graisses saturées très importantes. Ces produits –bas de gamme– favorisent diabète, cholestérol et obésité.

Les mesures mises en place par les pouvoirs publics sont insuffisantes parce qu'elles travaillent davantage sur les slogans et pas assez sur les réalités sociales. Ainsi, les recommandations du type « mangez 5 fruits et légumes par jour » ne tiennent pas suffisamment compte des revenus des ménages. Comment peut-on faire avec un revenu de 800 euros par mois pour consommer plusieurs fruits par jour ?

Assurément, si nous voulons que le plus grand nombre accède aux bons produits, il faut augmenter le pouvoir d'achat et tenir compte de l'évolution du coût de la vie.

Nous sommes opposés à la relance systématique du pouvoir d'achat par la baisse des prix car elle favorise le dumping social. Nous proposons que, dans le prix final d'un produit, le

consommateur puisse avoir connaissance de la part qui revient au producteur.

Pour les questions d'équilibre alimentaire, il est essentiel de supprimer les produits transformés qui contiennent des quantités trop importantes de sucres, de colorants et d'acides gras saturés (huile de palme, autres graisses végétales...).

Pour des raisons de santé publique, nous pensons que certaines boissons mélangeant sucre et alcool comme les « Premix » doivent faire l'objet de campagnes de sensibilisation auprès des jeunes.

Enfin, les boissons dites « énergisantes » doivent être interdites à la vente aux moins de 18 ans. Nous demandons à l'ANSES de faire une étude d'impact sur la santé de ce type de produits.

En matière d'étiquetage, la prolifération de labels privés au détriment des labels officiels (comme le label rouge, les indications géographiques protégées...) entraîne des confusions pour les consommateurs. Nous souhaitons qu'une loi encadre davantage certaines pratiques : Il faut éviter au maximum d'assimiler label de qualité et argument relevant du seul marketing (du type saveur de l'année, Grand Jury...)

En outre nous demandons que soient préservés les AOC et les IGP ainsi que labellisations et certifications officielles (ex : le label rouge).

Nous avons toujours considéré les démarches de certification avec beaucoup d'intérêt. Il serait intéressant de savoir quels sont les développements qui peuvent être attendus dans ce domaine alors que les associations de consommateurs sont sollicitées pour la protection d'origines géographiques et que la DGCCRF a récemment mené une enquête visant à mesurer l'apport de la certification à la protection des consommateurs. La certification de service notamment, peut-elle continuer à progresser avec la

participation active des associations de consommateurs et la communication sur les signes de qualité et de certification en particulier peut-elle se clarifier ?

Nous revendiquons toujours un étiquetage mentionnant la présence d'OGM même à l'état résiduel. Nous demandons la fixation du seuil d'OGM à 0,1 % sur les viandes, le lait et les œufs. Aujourd'hui, cela ne s'applique qu'aux céréales. De nouvelles variétés d'OGM sont actuellement commercialisées et aucune ne bénéficie d'un étiquetage spécifique. Ainsi, les VTH (variété tolérante aux herbicides) peuvent être intégrées à notre alimentation sans que nous le sachions. Nous demandons que la directive CE /2001/18 soit appliquée pour les VTH.

Nous souhaitons également que soit instauré une véritable information et réglementation afin de lutter contre les perturbateurs endocriniens et nano particules. Parallèlement à cette demande, nous demandons un renforcement de la recherche et de la promotion de la sécurité alimentaire.

RENFORCER LES PROCEDURES DE CONTROLE ET DE SURVEILLANCE

- De la part de la DGCCRF, notamment sur les produits importés car les seuils à respecter concernant les OGM et les pesticides, sont souvent différents (mesures de santé environnementale) ;
- Renforcer la traçabilité des produits avec notamment un meilleur suivi des stocks :
 - Pour les conserves, nous sommes désormais confrontés à des assemblages de denrées venant du monde entier malgré l'indication de la date et de l'heure, avec tous les risques d'ordre sanitaire que cela représente (le scandale récent de la sauce tomate soi-disant

italienne). Il en est de même évidemment pour la qualité de la viande, du lait ou du poisson : diverses fraudes observées - affaire des raviolis Spanghero - ou traces de métaux lourds constatés régulièrement sur certains types de poissons.

- Renforcer les effectifs des services vétérinaires et des services de la répression des fraudes pour qu'ils soient en mesure d'effectuer correctement leurs missions.

En ce qui concerne les relations producteurs- consommateurs, il faut absolument préserver l'identité des AMAP qui relèvent de l'économie sociale et solidaire. En effet, certaines entreprises se revendiquant des circuits courts, sont liées à des groupes financiers ou à des chaînes de supermarchés. Nous déplorons cette assimilation et nous demandons en urgence l'établissement d'une norme spécifique « circuits courts ».

Le cahier des charges serait élaboré par les représentants des AMAP, les consommateurs et les partenaires de l'économie sociale comme la Nef, le Crédit Coopératif.

Garantir une alimentation de qualité, saine, accessible à tous.

L'agriculture est en crise : le productivisme s'est accompagné d'un effondrement de l'emploi agricole, de la baisse des revenus des producteurs, de graves préjudices environnementaux et sanitaires et de l'augmentation pour les consommateurs des prix des produits alimentaires.

Nous réaffirmons notre exigence d'une politique nationale et européenne assurant notre souveraineté alimentaire par :

- La constitution de stocks nationaux et européens - La mise en place de l'encadrement des marges et pratiques des géants de l'agroalimentaire et de la grande distribution.

Toujours sur les questions européennes, nous demandons un renforcement du droit de la consommation, protecteur des intérêts sanitaires, économiques et sociaux des consommateurs.

Nous demandons :

- La prise en compte des droits des consommateurs dans les accords de libre échange bilatéraux ou transnationaux. Nous demandons plus de transparence et d'informations lors de la négociation des accords.
- L'avènement d'un droit de la consommation européen véritablement protecteur des intérêts sanitaires, économiques et sociaux des consommateurs.

Enfin, il faut limiter, encadrer et jouer la carte de la transparence sur l'action des lobbies.

Face au réchauffement climatique, nous proposons que la France et plus largement l'Europe s'engagent dans la mise en place d'un outil de protection des activités du vivant que sont la terre, la mer et la forêt.

Construire d'autres circuits alimentaires. Soutenir les circuits courts.

- Favoriser les circuits courts en incitant les mairies à soutenir des groupements d'achat, en collaboration avec les producteurs locaux, ce qui permettrait d'ailleurs de faire baisser le prix de ces produits.
- Encourager la création de marchés de producteurs locaux (culture raisonnée ou Bio) pour que les prix de ces produits soient plus abordables.
- Inciter les acteurs des filières de production conventionnelle à modifier leurs pratiques. Ils pourraient au nom du principe pollueur/payeur supporter les coûts financiers générés par

l'utilisation massive de pesticides et de nitrates.

- Nous militons pour la suppression des produits phytosanitaires d'origine chimique et leur remplacement par des équivalents naturels

Nous avons l'exigence de réduire voire de faire disparaître les systèmes d'élevage intensif et de mettre en œuvre des pratiques d'élevage contribuant à une diminution des émissions de gaz à effet de serre et au respect de la vie animale.

Nous agissons également contre l'utilisation des antibiotiques dans les élevages. Nous demandons le renforcement des règles contraignantes assurant la protection de la santé des consommateurs et de l'environnement.

| |
|---|
| <p style="text-align: center;">RENFORCER LES CAMPAGNES DE SENSIBILISATION ET L'INFORMATION DU CONSOMMATEUR</p> |
|---|

- Pour une éducation à l'alimentation dans le cadre scolaire, lors d'animations organisées par les mairies, dans les magasins ou au supermarché en mettant en exergue les produits de saison ou régionaux par exemple.
- Pour une information rigoureuse de tous les consommateurs qui concerne à la fois la qualité de l'alimentation, les OGM, les types de produits phytosanitaires utilisés en culture (pour les fruits, légumes, céréales, mais y compris pour le vin, le cidre, les jus de fruits, huiles et vinaigres), les principaux logos reconnus, ainsi que la provenance exacte des produits et les risques liés aux perturbateurs endocriniens.

L'éducation du consommateur en matière d'alimentation, au-delà d'une préoccupation sanitaire ou économique, relève d'une éducation citoyenne. D'où l'importance de réfléchir en profondeur au lien entre alimentation et préoccupations sociales (par exemple, manger moins de viande mais de meilleure qualité). Ces campagnes de communication ne doivent pas rentrer dans une démarche de culpabilité ni de stigmatisation.

ELABORATION D'UNE CHARTE A L'ADRESSE DES DISTRIBUTEURS

- Mise en œuvre d'une charte déontologique qui serait signée par les distributeurs. Celle-ci comprendrait notamment :
 - La mise en avant de produits de saison et régionaux ;
 - Des promotions qui cibleraient des produits sains, et pas des produits transformés ou riches en sucre, sel, colorants et d'acides gras saturés (huile de palme, autres graisses végétales...) ;
 - Plus de promotions abusives ;
 - L'engagement de ne plus mettre de sucreries, bonbons à l'approche des caisses ;
 - Limitation des emballages aussi bien dans un souci d'économie du produit que de réduction des déchets ;
 - S'inspirer du modèle allemand avec la mise en place d'une caisse permettant de jeter les emballages avant de quitter la grande surface ce qui permet d'entamer un changement de pratiques ;
 - S'engager à baisser le prix des produits dont les dates de péremption sont bientôt dépassées ;
 - Communiquer sur la différence entre « **date limite de consommation** » (DLC) qui doit être respectée à défaut de faire courir un danger à la personne

(yaourts, œufs, charcuteries, etc.) et « **date de durabilité minimale** » (DDM) qui ne constitue pas un danger si le produit est consommé après ;

- Communiquer sur la composition du "coût" d'un produit : production, transport, commercialisation, publicité...

Montreuil, le 28 juin 2017

Martine Sellier,

Présidente ConsoFrance

