

2015

RAPPORT MORAL D'ACTIVITÉ



RAPPORT MORAL FOODWATCH FRANCE

Édito	3
Qui est foodwatch ?	4
Étiquetage, ruses légales et transparence	6
Santé : hydrocarbures dans les aliments et pesticides (glyphosate)	9
Traités de libre-échange	11
foodwatch dans les médias	13
Perspectives 2016	15
Financement	15

Rapport moral d'activité 2015

Publication de foodwatch France, association loi 1901 enregistrée au registre national des associations sous le n°W751220788. © foodwatch France.

Conseil d'administration : Thilo Bode, Loïc Cadin, Gabriele Richter.

Directrice de la publication : Karine Jacquemart.

Ont collaboré à cette publication : Ingrid Kragl, Chloé Stevenson.

Photos : foodwatch France, istockphoto, Martial Roche.

Contact : foodwatch France – 3 rue de l'Arrivée 75749 Paris 15 – info@foodwatch.fr – Tél. +33(0) 1 73 70 60 94 – www.foodwatch.fr

Crédits : Pictos page 12-13 créés par www.flaticon.com pour Freepik et sac page 15 créé par Freepik.

EDITO

2015 marque une deuxième année de campagnes de foodwatch en France, et vous êtes nombreux à être au rendez-vous ! En 2014, près de 150.000 consommateurs s'étaient déjà unis pour défendre leurs droits en rejoignant les actions de foodwatch. Dénonçant les emballages trompeurs de grands noms de l'industrie agroalimentaire, cette mobilisation a non seulement permis de remporter des premières victoires, ensemble, mais elle a aussi donné l'impulsion à une communauté foodwatch qui s'agrandit de jour en jour.

Cette communauté, c'est vous et nous, et tous les citoyens qui ont compris le rôle que nous pouvons jouer en tant qu'acteur indépendant de la société civile pour que nos droits à plus de transparence dans le secteur alimentaire et à une alimentation saine soient enfin pris en compte.

Les actions de foodwatch braquent les projecteurs sur les pratiques de l'agroalimentaire et de ses puissants lobbies, et contribuent au développement d'un véritable contre-pouvoir, capable de mettre la pression sur les responsables industriels et politiques. Face à l'opacité du marché alimentaire en France et en Europe, nous menons des investigations et des études pour révéler des informations et scandales au grand jour. Face à l'impunité, nous n'hésitons pas à nommer et exposer les responsables pour qu'ils rendent des comptes. foodwatch crée ainsi un espace de débat public, là où il est trop souvent confisqué.

En 2015, cette mobilisation a continué pour signifier aux industries de l'agroalimentaire que nous ne voulons plus de marketing trompeur sur les emballages. Mais cela n'est pas tout, foodwatch s'est invitée sur des questions d'actualité, comme l'autorisation en Europe d'un pesticide, le glyphosate (principal composant du pesticide Roundup de Monsanto) ou celle des traités commerciaux transatlantiques qui menacent nos principes démocratiques. Par ailleurs, avec la publication en octobre des résultats d'une étude sur la contamination des aliments par des hydrocarbures – les huiles minérales – foodwatch a lancé sa première campagne simultanée dans les trois pays où nous sommes présents (France, Allemagne, Pays-Bas). Ce dossier de santé publique qui touche les produits alimentaires de grande consommation et nous concerne tous a généré une très large couverture médiatique et fait réagir entreprises et ministères.

Grâce à vous, foodwatch continue de jouer son rôle de lanceur d'alerte et de mobilisateur. Ensemble, nous avons un impact. Merci à tous. Et continuons à alimenter le débat.



Karine Jacquemart,
Directrice générale de foodwatch France

QUI EST FOODWATCH ?

HISTORIQUE

Fondée en 2002 en Allemagne par Thilo Bode, ancien directeur de Greenpeace International, au moment du scandale de la vache folle, foodwatch est également présente aux Pays-Bas depuis 2009 et en France depuis juillet 2013.

foodwatch est une organisation à but non lucratif (association Loi 1901 en France) 100% indépendante, financée uniquement par ses soutiens. foodwatch refuse en effet les subventions de l'État, de quelque parti politique que ce soit ou d'acteurs économiques de l'industrie agroalimentaire qui pourraient exercer une quelconque influence sur le contenu de son travail.



MISSION

foodwatch a pour vocation de dénoncer toute réglementation et toute pratique du secteur alimentaire allant à l'encontre des intérêts du consommateur.

Ses activités couvrent un large spectre : de la transparence sur l'étiquetage à la spéculation financière sur les denrées alimentaires ou encore la sécurité sanitaire de nos aliments, la fraude mais aussi le marketing de la malbouffe ciblant les enfants et les pesticides qui nous empoisonnent ...

A travers ses actions à l'attention du grand public, des médias, des politiques et des acteurs de l'industrie, foodwatch s'engage pour garantir nos droits à plus de transparence dans le secteur alimentaire et à l'accès à une alimentation saine. foodwatch milite pour que les pratiques des entreprises de l'agroalimentaire changent et que les autorités publiques fassent véritablement respecter nos droits.



Partenaires

En 2015, foodwatch s'est associée en France avec des partenaires clés sur plusieurs campagnes.

La Ligue contre le cancer a rejoint foodwatch pour le lancement d'une pétition commune à l'été 2015 contre le renouvellement du glyphosate en Europe, pesticide dangereux pour la santé et probablement cancérigène. Comme foodwatch, la Ligue demande la stricte application du principe de précaution qui permet de protéger les citoyens au moindre doute sur les risques pour la santé.

Christophe Brusset, auteur du livre *Vous êtes fous d'avaler ça*, a apporté son témoignage vidéo lors du lancement de la campagne de foodwatch Des hydrocarbures dans nos assiettes : « J'ai été pendant 20 ans employé de l'industrie agroalimentaire en France et à l'international. J'ai été confronté à ce problème des huiles minérales plusieurs fois dans ma carrière. C'est un sujet qui est connu dans la profession depuis longtemps par les industriels, mais aussi par [...] la grande distribution, et effectivement de manière très surprenante malgré les dangers avérés [...], très peu de choses ou quasiment rien ne se fait, alors que les solutions sont simples à mettre en place. Et malheureusement, comme souvent, l'intérêt des consommateurs n'est pas pris en compte. »

Le Réseau Environnement Santé présidé par le professeur André Cicollela, toxicologue renommé, s'est associé à foodwatch pour alerter quant à la contamination des aliments par de nombreuses substances toxiques, et nous accompagnent pour obtenir des mesures urgentes pour protéger les aliments des huiles minérales.



ETIQUETAGE, RUSES LÉGALES ET TRANSPARENCE

RUSES LÉGALES, ÉTIQUETAGE

foodwatch a révélé en 2014 les pratiques inacceptables de cinq grandes marques : Vrai, Puget, Maggi (Nestlé), E.Leclerc et Lustucru. L'industrie doit depuis sérieusement compter avec foodwatch et risquer de voir ses ruses mises en lumière. Les consommateurs ont découvert que les fabricants pouvaient les duper en toute légalité : plus de 155.000 personnes se sont mobilisées sur les cinq premières pétitions de foodwatch France (et cela continue). Vanter

sur l'emballage des qualités que le produit n'a pas en réalité est malheureusement chose courante et elle n'est pas toujours sanctionnée. Un scandale dénoncé par foodwatch depuis des années qui fait des vagues jusqu'à la Cour européenne de Justice puisqu'elle a émis un arrêt très clair à propos d'un thé vendu en Allemagne : « L'étiquetage d'une denrée alimentaire ne doit pas induire le consommateur en erreur en suggérant la présence d'un ingrédient qui est en réalité absent du produit ». Duper les consommateurs devient, petit à petit, inacceptable. L'industrie ne va pas s'en sortir éternellement sans en payer les conséquences.

foodwatch®

Nom de l'élève : Thibault Edouard Leclerc

Bulletin scolaire
2014/2015 - 3^e Trimestre

DISCIPLINES	APPRECIATION DES PROFESSEURS
Français	Aidera jouer avec les mots
Mathématiques	Tendence à faire de mauvais calculs
Sciences	Il faut arrêter de mélanger algues et viande à tous les coûts...
Arts Plastiques	Imaginativité débordante sur les emballages...

COMPORTEMENT

En avance !

APPRECIATION GÉNÉRALE

Michel Edouard maître de la bonne robe, promouvant nos efforts!

Signature du professeur : 97 874
des COSES (un autre)...

www.foodwatch.fr



foodwatch et vous :

Triballat Noyal, fabricant des yaourts Vrai, a retiré du marché début 2015 son yaourt pas si bio que ça. C'est bien la pression des consommateurs – plus de 33.000 signatures à la pétition en quelques jours – qui avait finalement poussé le fabricant à annoncer ce retrait dès la fin de 2014.

Michel-Edouard Leclerc a fini par « plier » (c'est ainsi que l'écrivait le magazine Challenges en juillet 2015) devant la mobilisation des consommateurs – près de 100.000 signataires – sur la pétition qui lui était adressée pour réclamer un étiquetage honnête sur son filet de dinde composé entre autres d'additifs, d'algues et d'eau. foodwatch tient à l'œil les autres fabricants qui osent se targuer de 100% filet sur l'emballage dans des produits à base de dinde gonflée aux additifs ou autres ingrédients.



Nestlé, le fabricant des soupes Maggi, également ciblé par une pétition foodwatch a changé en catimini l'étiquetage de sa soupe « Bœuf-carottes » qui ne contient toujours pas le moindre morceau de bœuf, malgré son nom et l'image de viande, mais à peine 1% de jus de cuisson de bœuf. Nous lui demandons d'ôter le morceau de viande présenté allégrement à l'avant de l'emballage ou de modifier sa recette en conséquence. Quelques retouches Photoshop plus tard, Nestlé continue de se moquer des consommateurs puisque le visuel a été légèrement réduit mais la recette demeure inchangée. Parce que c'est inacceptable, cette pétition se poursuit en 2016. www.change.org/maggi_nestle



Puget est elle aussi ciblée par une pétition foodwatch pour sa vinaigrette qui contient une quantité non-négligeable d'eau et d'huile de colza alors que l'étiquette n'annonce pas la couleur et se veut plus alléchante. Il y a quelques mois encore, la marque proposait dans un courrier de nous rencontrer, elle semble désormais se cacher. Elle a agrandi sa gamme de vinaigrette en utilisant la même ruse : ces produits contiennent presque tous plus d'eau que n'importe quel autre ingrédient. Ce qui n'empêche pas Puget de vanter à l'avant de l'emballage son huile d'olive et d'autres ingrédients présents en infimes quantités. Nous maintenons la pression en 2016 : la pétition continue. www.change.org/foodwatch_puget

Lustucru, ciblée par une pétition foodwatch, continue également de faire mine de rien. Ses tortellini au parmesan et au jambon cru – ingrédients vantés à l'avant de l'emballage – sont en réalité fourrés aux flocons de pommes de terre, à l'eau et autres ingrédients bien moins ragoûtants. Parce qu'il est inacceptable que cette grande marque se moque de nous, cette pétition se poursuit en 2016. www.change.org/foodwatch_lustucru

Pourquoi il faut continuer :

Le problème des ruses légales ne va pas se résoudre en changeant une ou deux étiquettes. C'est un excellent début et un avertissement pour tous les acteurs de l'industrie. Mais dans l'immensité de l'offre alimentaire, nombre d'étiquettes continuent d'induire les consommateurs en erreur. foodwatch se bat donc pour rendre ces ruses légales... illégales. En mettant la pression, avec vous, sur :

- les fabricants et les groupes d'intérêt (lobbies) pour qu'ils se montrent enfin plus honnêtes et transparents ;
- nos élus – de plus en plus intéressés par la question – pour qu'ils se saisissent réellement de ce sujet puisqu'aujourd'hui, de telles pratiques ne sont pas sanctionnées. Les fabricants peuvent duper les consommateurs en toute impunité ;
- le gouvernement, qui entretient l'opacité sur les véritables problèmes liés à notre alimentation en refusant de partager un certain nombre d'informations qui nous concernent tous. Ainsi, la DGCCRF (répression des fraudes) cautionne l'autorégulation et devrait prendre réellement le parti de la protéger les consommateurs, comme inscrit dans ses missions.

TRANSPARENCE

La répression des fraudes (DGCCRF), rattachée au ministère de l'économie, effectue de fréquents contrôles auprès des fabricants de nos aliments. Le résultat de ces contrôles fait ensuite l'objet d'une brève publication en ligne contenant des chiffres souvent très inquiétants et révélateurs de pratiques malhonnêtes dans certains secteurs de l'industrie agroalimentaire. Des chiffres donc et c'est tout. Nous voudrions connaître les noms des auteurs de ces irrégularités frappés de mesures de police administratives, procès-verbaux ou avertissements. Eau dans le poisson, tricherie sur l'origine de l'huile d'olive, merguez au porc, lait dilué, etc. Pour foodwatch, les consommateurs ont le droit de savoir qui sont les fabricants que la DGCCRF protège en ne révélant pas leur identité ? Quid des sanctions ? Et des récidivistes ? Combien de temps avant le prochain contrôle ? Comment, en tant que consommateur, savoir à quelles marques se fier ? foodwatch continue d'exiger une totale transparence sur ces contrôles et le droit pour les consommateurs d'accéder aux informations qui les concernent.

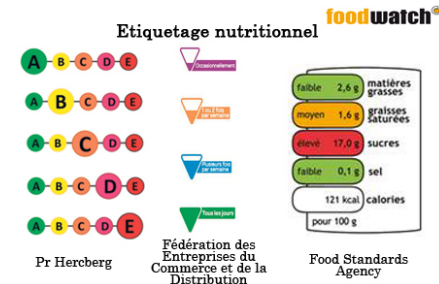
SECRET DES AFFAIRES : UNE EXCUSE DONT NOUS NE NOUS SATISFAISONS PAS



Liebig a modifié en 2015 en catimini l'étiquetage d'un de ses produits après que nous l'ayons interpellé sur la véritable origine du poisson contenu dans sa soupe de poissons « à la Méditerranéenne » présentée comme « Cuisinée en France ». Le fabricant avait

refusé de répondre à nos questions toutes simples (la liste des ingrédients contient uniquement la mention « poissons 16% »). Il invoquait pour cela le « secret industriel », une excuse bien commode pour continuer de duper les consommateurs en refusant de répondre à leurs questions légitimes. Nous ne nous satisfaisons pas de cette réponse. foodwatch dénonce ces pratiques avec force.

INFORMATION NUTRITIONNELLE



Les industriels de l'agroalimentaire ne veulent pas que l'information sur la qualité nutritionnelle apparaisse clairement à l'avant des emballages. Ils ont même dépensé un milliard d'euros pour contrer le système de feux tricolores alors qu'il était question de le faire passer au niveau européen. Or cette nouvelle obligation les aurait poussés à plus de transparence mais aussi sans doute à améliorer la qualité de leurs produits pour éviter les feux rouges. En France, le débat continue d'être animé. La loi santé prévoit une meilleure information des consommateurs mais elle resterait... facultative. Distributeurs, fabricants, lobbies, chercheurs, ministères s'opposent quant à savoir quel système privilégier. Pour foodwatch, il n'y a pas photo : les feux tricolores sont les plus simples à comprendre en un clin d'œil et ils devraient être obligatoirement apposés à l'avant des emballages de nos aliments pour indiquer la quantité de gras, sucre, sel présente dans un aliment. Ce système repose sur trois couleurs, inspirées des feux de signalisation universellement compris : vert pour un produit sain, orange lorsqu'il faut le consommer avec modération et rouge pour les produits à éviter. Si les fabricants s'y opposent, c'est encore une fois au détriment de la transparence.

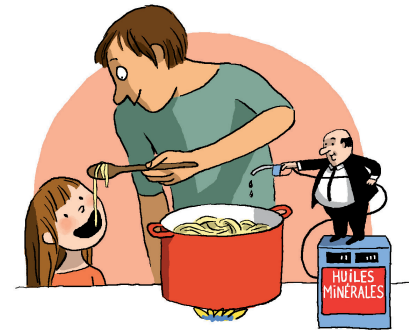
foodwatch

Tests en laboratoire
Octobre 2015

DES HYDROCARBURES DANS NOS ASSIETTES
Comment les huiles minérales contaminent les aliments

SANTÉ : HYDROCARBURES DANS LES ALIMENTS ET PESTICIDES (GLYPHOSATE)

EMBALLAGES TOXIQUES, HYDROCARBURES ET HUILES MINÉRALES



foodwatch a révélé fin octobre 2015 les résultats de test menés en laboratoire sur des aliments de grande consommation, consommés par petits et grands et même du bio : riz, céréales, lentilles, couscous, pâtes, cacao en poudre, etc. Six produits sur dix achetés en France étaient contaminés par des hydrocarbures (ou dérivés de pétrole). En cause notamment : les emballages en carton souvent recyclé qui contiennent des huiles minérales – substances toxiques dangereuses – migrant vers les aliments et exposant les consommateurs à des risques de santé. En effet, les plus dangereuses de ces huiles, appelées MOAH sont potentiellement cancérigènes, mutagènes (ADN) et perturbateurs endocriniens. Ce problème est connu depuis des années, mais aucune réglementation n'oblige pour le moment les fabricants à éviter cette

contamination et protéger les consommateurs. Des solutions existent pourtant qui consistent par exemple à rajouter une couche dans l'emballage pour bloquer ou capturer les substances toxiques.

foodwatch et vous :

A l'heure où nous imprimons ce rapport (mars 2016), plus de 82.000 personnes se sont mobilisées en France, en Allemagne et aux Pays-Bas en signant la pétition afin que cette contamination cesse. Forte de cette pression, foodwatch a interpellé les différents ministères concernés mais aussi les fabricants, leur demandant de rappeler les aliments contaminés et, surtout, d'instaurer sans tarder cette fameuse protection pour empêcher toute migration d'huiles minérales vers les aliments.



F



LENTILLES	Vivien Paille Lentilles Blondes	Reflets de France Lentille verte du Puy AOP (Carrefour)	Auchan Lentilles corail (Auchan)	Dia Lentilles vertes Bio (Dia)	Notre Jardin Lentilles blondes (E.Leclerc)	U Saveurs Lentille verte du Puy AOP (Super U)	Casino Lentilles vertes (Casino)
Date limite de consommation	17/04/2018	04/2017	01/2017	27/08/2017	17/04/2017	13/09/2017	14/10/2017
Matériau d'emballage**	Fibres recyclées	Fibres recyclées	Fibres recyclées	Fibres recyclées	Fibres recyclées	Fibres vierges	Fibres recyclées
DANS L'EMBALLAGE							
Hydrocarbures saturés d'huile minérale (MOSH) en mg/kg	403	478	289	474	406	113	380
Hydrocarbures aromatiques d'huile minérale (MOAH) en mg/kg	93	103	68	112	79	<5	74
DANS L'ALIMENT							
Hydrocarbures saturés d'huile minérale (MOSH) en mg/kg	☹️ 3,4	☹️ 2,8	☹️ 8,5	☹️ 2,9	☹️ 2,4	😊 0,7	😊 1,1
Hydrocarbures aromatiques d'huile minérale (MOAH) en mg/kg	🔴 0,6	🔴 0,6	🔴 2,7	🔴 0,6	🔴 0,6	🟢 pas détectable	🔴 0,5

**Hypothèse basée sur les quantités de MOSH et MOAH détectées dans l'emballage. On considère qu'un emballage est constitué de fibres vierges dès lors qu'on y trouve une quantité inférieure à 175mg/kg de MOSH et pas de MOAH (ou en quantité infime).

Pourquoi il faut continuer :

Suite à notre publication, nous avons entamé un dialogue avec distributeurs et fabricants. Certains se sont dits favorables à une réglementation, ou ont commencé à prendre des mesures. Mais elles restent à ce jour insuffisantes. Au moment où nous publions ce rapport, les produits contaminés, d'après nos informations, sont toujours dans les rayons. Pour foodwatch, c'est inacceptable : nous allons donc augmenter la pression. foodwatch a rencontré les ministères de l'Ecologie et de la Santé qui se sont dits préoccupés par cette question de santé publique. Mais il nous faut aussi convaincre les ministères de l'Agriculture et, surtout, de l'Economie de s'emparer du problème. Suite à la publication de foodwatch, députés et sénateurs ont aussi interpellé le gouvernement par des questions écrites. Il est maintenant temps que le gouvernement réponde par des actes aux dizaines de milliers de consommateurs inquiets qui ont signé la pétition foodwatch. Cette pétition se poursuit donc en 2016 sur www.foodwatch.fr

PESTICIDE, GLYPHOSATE ET ROUNDUP

foodwatch a joué une nouvelle fois son rôle de lanceur d'alerte en 2014 d'abord puis mi-2015 en alertant face au risque que représente le renouvellement de l'autorisation du glyphosate en Europe. Le glyphosate est le pesticide le plus vendu au monde. L'autorisation du controversé composant du Roundup (Monsanto) arrivait à expiration fin 2015 : l'occasion de le bannir, faute de preuves concernant son innocuité. Quel était le risque ? Que l'autorité européenne de sécurité des aliments (EFSA) ignore complètement l'avis de l'agence de recherche sur le cancer

(CIRC) de l'OMS (Organisation mondiale de la santé) lors de son évaluation du glyphosate. Le CIRC considère en effet que le glyphosate est un cancérigène probable chez l'homme.

foodwatch et vous :

Plus de 115.000 consommateurs ont signé la pétition lancée par foodwatch avec la Ligue contre le Cancer en août 2015. Alors que les groupes d'intérêt de l'industrie des pesticides faisaient pression sur l'EFSA, l'autorité européenne avait fini par prendre nos revendications au sérieux, répondant à foodwatch qu'elle prendrait bien en compte l'étude du CIRC.

Pourquoi il faut continuer :

La Commission européenne doit entériner sa décision d'ici juin 2016, et les informations dont nous disposons indiquent qu'elle est en faveur du renouvellement du glyphosate en Europe pour 15 ans. A l'heure où nous imprimons ce rapport (mars 2016), foodwatch a lancé une deuxième pétition pour dire non au glyphosate, en partenariat de nouveau avec la Ligue contre le Cancer, mais aussi avec l'ONG Générations Futures. En mars, Ségolène Royal a assuré que la France s'y opposerait, et la décision concernant l'autorisation – ou non – du pesticide en Europe a été reportée... Raison de plus pour continuer à se mobiliser et à faire pencher la balance du côté de la santé des citoyens et pas celui des lobbies. Déjà plus de 130.000 signatures en France, en Allemagne et aux Pays-Bas : petition-glyphosate.foodwatch.fr



CETA ET TAFTA



Les traités de libre-échange négociés par l'Union européenne ont une influence majeure sur notre vie quotidienne. C'est le cas du CETA (avec le Canada) et du TAFTA (avec les Etats-Unis), qui sont bien plus que de simples traités techniques pour le commerce : ils ont un impact sur la capacité des autorités publiques à réguler, aux niveaux local, national et européen. Ce qui est en jeu est donc énorme : c'est notre liberté démocratique même à choisir le type de société dans laquelle nous voulons vivre : ses normes et règles sociales, environnementales et économiques. Si nous laissons faire, ces règles seront plus que jamais dictées par les multinationales.

foodwatch et vous :

Ces choix concernent bien sûr notre alimentation. foodwatch se bat justement à travers ses campagnes pour que les normes et réglementations soient plus protectrices pour les consommateurs. CETA et TAFTA furent donc l'un des enjeux majeurs en 2015, la difficulté étant que le débat public sur ces thèmes peine à se développer en France (contrairement à d'autres pays comme l'Allemagne). Au

cours de cette année, foodwatch a donc souhaité en priorité rendre plus d'informations accessibles afin d'alerter les citoyens. Par exemple en révélant en exclusivité les mandats de négociation cachés du CETA. Dans ces documents, on apprend que les tribunaux d'arbitrage, mécanismes de règlement des différends entre investisseurs et Etats que foodwatch rejette, n'étaient pas du tout envisagés par les négociateurs européens au début des discussions, mais imposés malgré tout dans la suite des négociations. foodwatch a participé au comité de suivi sur TAFTA et CETA initié par le ministre Matthias Fekl. Ainsi nous avons pu interpeller et interroger le ministre, notamment sur le caractère antidémocratique de ces accords et négociations. Partager l'information c'est aussi révéler les tours de passe-passe de la Commission européenne. Comme lorsqu'elle propose fin 2015 une « alternative » aux tribunaux d'arbitrage qui n'est en réalité qu'une coquille vide ne répondant en rien aux préoccupations des centaines d'ONG. Cette forme de justice parallèle octroie des droits démesurés aux investisseurs étrangers.

Pourquoi il faut continuer :

foodwatch continue de mobiliser les citoyens autour de la pétition européenne Stop TAFTA. Nous étions d'ailleurs présents lors de la remise des signatures françaises au ministre M. Fekl (plus de 260 000 en octobre). Fin 2015, cette action avait déjà rassemblé plus de 3,3 millions de signataires en Europe. Cette forte mobilisation s'est aussi traduite par des actions dans toute la France, comme le rassemblement du 18 avril auquel foodwatch a participé. Des actions que nous allons poursuivre, ensemble, en 2016, année où certains espèrent voir le CETA officiellement adopté – peut-être même sans consultation des Parlements nationaux - et les négociations sur le TAFTA conclues.

FOODWATCH DANS LES MÉDIAS

En 2015, les médias ont été au rendez-vous et largement relayé les informations révélées par foodwatch France. Cette visibilité croissante de notre organisation et l'intérêt des journalistes pour nos études indépendantes et les combats que nous menons permettent de faire avancer les débats sur les thématiques qui nous sont chères : plus de transparence dans le secteur alimentaire et un meilleur accès à une nourriture saine.

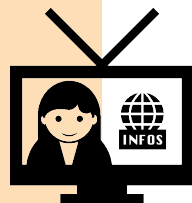


- Challenge.fr** Comment l'ONG foodwatch a fait plier Leclerc (Challenges)
- 13 HEURES** foodwatch révèle que les emballages – le plus souvent recyclés – peuvent être dangereux pour la santé (Elise Lucet, JT 13 heures, France 2)
- RADIO CLASSIQUE** L'ONG Foodwatch a détecté des hydrocarbures dans des emballages d'aliments de grande consommation (Radio Classique)
- RMC** Les emballages sont-ils toxiques ? (RMC)
- France info** Glyphosate : plusieurs associations dénoncent des conflits d'intérêt (France Info)

CAPITAL Alimentation : le nouveau business du goût (Capital, M6)

TV5MONDE Glyphosate : foodwatch presse l'UE d'appliquer le principe de précaution (TV5 Monde)

LE DOC DU DIMANCHE Des pâtes, des pâtes, oui mais à quel prix ? (Doc du dimanche, France 5)



Et aussi dans :

20 minutes, 60 millions de consommateurs, Allocatedoctors Agence France Presse, Actu Environnement, Alternatives économiques, Arte, BFM TV, Bastamag, Bio à la une, Canal Plus, Challenges, Consoglobe, Doctissimo, Emballages magazine, Euractiv, Europe 1, France 2, France 3, France 4, France 5, France Culture, France Info, France Bleu, France Inter, foodnavigator, Huffington Post, iTélé, Journal de l'Environnement, La France agricole, La Provence, La Tribune, La Vie, Le Canard Enchaîné, LCI, Les Echos, Le Figaro, Les Marchés, Le Parisien, Le Point, Le Quotidien du Médecin, Le Télégramme, L'Usine nouvelle, Libération, LSA, M6, Mediapart, Notre temps, Process alimentaire, Ouest France, Radio Classique, Radio Larzac, RMC, RTBF, RTL, Stratégies, Socialter, Sud Radio, Terra Eco, Top Santé, UFC Que choisir, We Demain, etc.

foodwatch dans plusieurs ouvrages parus en 2015

- « **Vous êtes fous d'avaler ça** », par Christophe Brusset (éd. Flammarion)
- « **Les réseaux de la malbouffe** », par Géraldine Meignan (éd. JC Lattès)
- « **Je ne mange pas de produits industriels : Haro sur la malbouffe !** », par Stéphane Guilbaud (éd. Eyrolles)
- « **Bon appétit ! Quand l'industrie de la viande nous mène en barquette** », par Anne de Loisy (éd. Presses de la Cité)
- « **Le livre noir des banques** », par Attac France, Basta ! (éd. Les Liens Qui Libèrent)
- « **Les petites bêtises du marketing** », par Catherine Heurtebise (Les Nouvelles Editions François Bourin)
- « **Hamburgers au paradis** », par Louise O. Fresco (éd. Robert Laffont)



ouest france Les enjeux du traité transatlantique. foodwatch parle d'un « énorme risque : le TTIP va réduire nos droits démocratiques (Ouest France)

Le Canard enchaîné Goûte, c'est du recyclé ! (Le Canard enchaîné)

LE FIGARO Une ONG dénonce la présence d'hydrocarbures dans des emballages alimentaires (Le Figaro)

Le Parisien Crise des éleveurs : le casse-tête de l'étiquetage de la viande (Le Parisien)

la vie Pétitionnez ! (La Vie)

5 Contamination chimique sur les emballages alimentaires (Allô Docteurs)



PERSPECTIVES 2016

EN 2016, NOUS NOUS SOMMES FIXÉS TROIS AXES D'INTERVENTION PRIORITAIRES :

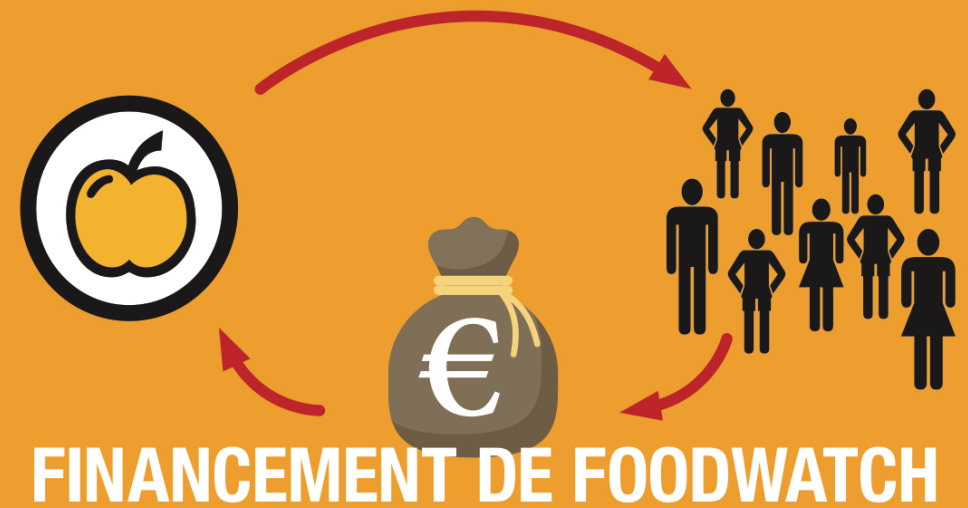
Les traités TAFTA et CETA. C'est sans doute le défi le plus urgent qui se pose à foodwatch comme à beaucoup d'autres organisations de la société civile. Ces traités de libre-échange présentent des dangers très importants pour la capacité des autorités publiques à décider librement de politiques d'intérêt général. Y compris sur les questions d'alimentation dans le sens d'une meilleure protection des consommateurs. L'année qui débute est décisive : c'est la dernière chance d'empêcher le CETA, le traité UE/Canada d'entrer en vigueur. Les dirigeants européens pourraient passer en force, sans consultation des parlements nationaux, pour adopter un traité qui menace pourtant nos droits démocratiques.

Les huiles minérales qui contaminent nos aliments. Les informations révélées par foodwatch à l'automne 2015 dans un rapport européen ont eu un impact fort. Plusieurs fabricants et distributeurs ont admis que la contamination d'aliments de grande consommation par ces hydrocarbures est bien réelle. Les différences flagrantes entre les mauvais résultats des aliments achetés en France et ceux des produits allemands – bien moins contaminés – indiquent par ailleurs que des alternatives existent déjà, et qu'elles sont efficaces. C'est le message que nous continuerons à porter en 2016 auprès des acteurs de l'industrie agroalimentaire et des responsables politiques. Les choses commenceront à bouger, puisque plusieurs entreprises nous ont confirmé être en faveur d'une réglementation. Cette revendication a également été portée par de nombreux parlementaires de toutes sensibilités, nous espérons donc une concrétisation en France en 2016.

Les « ruses légales ». La bataille pour un étiquetage honnête se poursuivra en 2016, avec en priorité les questions de santé

publique. Notre santé doit passer avant les considérations marketing des fabricants ! La consommation massive de certains produits comme les sodas ont des conséquences désastreuses sur la santé des consommateurs et contribuent largement à l'épidémie mondiale d'obésité. En France, et en collaboration avec nos collègues en Allemagne et aux Pays-Bas, nous agirons en faveur d'un étiquetage honnête qui mette en évidence les qualités nutritionnelles et les dangers potentiels que représentent réellement ces produits.

Et bien sûr, nous restons vigilants sur les autres sujets qui nous tiennent à cœur, notamment sur les pesticides tels que le glyphosate. Nous continuerons également de vous alerter sur les scandales alimentaires qui restent malheureusement trop courants. Ces thèmes variés reflètent le large champ que recouvre l'action de foodwatch. Notre but est bien évidemment de voir aboutir ces campagnes, c'est-à-dire de changer les règles qui régissent actuellement le secteur agroalimentaire. Un objectif de long terme ambitieux auquel contribuent les différentes campagnes que foodwatch poursuivra tout au long de l'année 2016 avec une équipe agrandie, toujours aussi combative, et surtout avec vous !



FINANCEMENT DE FOODWATCH

L'indépendance est l'un des piliers de l'activité de foodwatch, y compris lorsqu'il s'agit de notre financement. Depuis la fondation de foodwatch France en 2013, nous avons reçu le soutien du bureau allemand, qui existe depuis 14 ans. Peu à peu nous développons notre activité de collecte de fonds afin qu'à terme, notre financement repose exclusivement sur le soutien de nos donateurs en France. Cette année, nous avons sollicité plus directement nos sympathisants, qui ont d'ores et déjà commencé à répondre à l'appel. En 2016, nous souhaitons élargir encore la communauté des soutiens de foodwatch France.

Nous nous sommes engagés à contrôler scrupuleusement tous les dons supérieurs ou égaux à 500 euros par an, qu'ils proviennent d'entreprises ou de particuliers, afin d'exclure tout lien et possibles conflits d'intérêt avec nos campagnes. Tous les grands donateurs (5000 euros ou plus par an) doivent accepter de voir leur nom publié sur le site de foodwatch de façon transparente, à défaut de quoi nous refusons leur contribution.

Cette autonomie financière nous permettra de continuer à développer nos activités de campagne au service de la défense des consommateurs et de davantage de transparence dans le secteur alimentaire. Pour garantir que rien ne vienne interférer dans cette mission, nous refusons systématiquement toute aide publique. foodwatch France n'accepte pas non plus d'argent provenant de l'industrie agro-alimentaire, des distributeurs, ou d'une quelconque organisation politique. Ainsi, nous continuerons à jouer notre rôle de lanceur d'alerte en toute indépendance.





■ foodwatch France

3 rue de l'arrivée

75749 paris 15 France

Tél. +33 (0)1 43 20 86 49

E-mail : info@foodwatch.fr

www.foodwatch.fr



Sur Facebook
[foodwatchFR](https://www.facebook.com/foodwatchFR)



Sur Twitter
[@foodwatch_fr](https://twitter.com/foodwatch_fr)

foodwatch  alimente le débat.