

2023

RAPPORT ANNUEL



RAPPORT ANNUEL 2023

FOODWATCH FRANCE

Édito	3
Qui est foodwatch ?	4
Financement	5
Arnaques sur l'étiquette	6
Scandales alimentaires	8
Alimentation et santé	10
Précarité alimentaire	13
foodwatch dans les médias	14

Rapport annuel 2023

Publication de foodwatch France, association loi 1901 enregistrée au répertoire national des associations, SIRET 79506716400025 © foodwatch France

Conseil d'administration : Stéphanie Anker (présidente), Laurent Wainer (trésorier), Kathy Abiteboul (secrétaire), Anne-Marie Schmit (administratrice), Loïc Cadin (administrateur).

Directrice de la publication : Karine Jacquemart.

Ont collaboré à cette publication : Audrey Morice, Camille Dorioz, Ingrid Kragl, Karine Jacquemart.

Crédits : Soulcié (dessins), istockphoto [dont photomontage: foodwatch], agence JAAM/Poussin, Disclose (Lactalis), Freepik.

Contact : foodwatch France – 53 rue Meslay 75003 Paris – info@foodwatch.fr – Tél +33 (0) 1 43 20 86 49
www.foodwatch.fr

EDITO

2023 pour foodwatch, c'est un tourbillon d'actions et un objectif inébranlable : un accès à une alimentation saine, choisie, abordable et durable pour toutes et tous. En toute indépendance, grâce à votre mobilisation et votre soutien, l'équipe a défendu cette mission, d'autant plus vitale face à l'inflation alimentaire et les profiteurs de la crise.

L'ANNÉE DÉMARRE AVEC UNE BONNE NOUVELLE : foodwatch est reconnue association agréée de défense des consommateurs et consommatrices.

Un sésame pour être encore plus forts dans nos actions en justice, comme contre Nestlé (scandale Buitoni) et Ferrero (scandale Kinder) en 2022 ou Lactalis en 2018 (mise en examen en 2023 dans l'affaire des laits contaminés à la salmonelle). Il est primordial de pouvoir agir pour casser ce climat d'impunité. Aucun de ces géants ne doit se croire au-dessus des lois. Point. Autres protagonistes à remettre face à leurs responsabilités, tant ils font la pluie et le beau temps sur les produits et les prix en rayons : les acteurs de la grande distribution. En 2023, nos actions les ont mis au pied du mur pour cesser le marketing qui cible les enfants sur la malbouffe ou encore pour stopper la vente de produits à base de céréales cultivées avec des pesticides.

Bien sûr, foodwatch a aussi poursuivi sa chasse aux arnaques sur l'étiquette avec un message clair : nous vous observons et vos pratiques abusives, ça suffit !

Mais cette année, nous avons voulu aller plus loin. Quand on a vu la précarité alimentaire exploser face à l'augmentation des prix, on a décidé d'exposer les profiteurs de l'inflation !

C'est très clair : la pauvreté chez les agricultrices et agriculteurs et l'insécurité alimentaire de millions de personnes sont les symptômes d'un même système, violent, dont seuls les plus gros, industriels et distributeurs, profitent. C'est à ces dérives que foodwatch et ses partenaires se sont attaqués cette année pour dénoncer les marges indécentes des industriels et des distributeurs et exiger la transparence et des mesures pour rendre les produits sains et durables plus accessibles. C'est à l'Etat d'agir. In fine, on en revient toujours à l'(in)action politique.

Mettre fin aux profits excessifs et aux pratiques abusives de l'industrie agro-alimentaire bien sûr, mais aussi exiger l'interdiction des additifs dangereux pour la santé ! Quant au coup dur du renouvellement du glyphosate pour 10 ans en Europe, foodwatch va soutenir des actions en justice pour attaquer cette décision ! Et les autres sujets ne manquent pas... Comme l'ampleur des fraudes alimentaires et la nécessité de contrôles et de sanctions dissuasives.

POUR NOUS DONNER LA FORCE ET LES MOYENS D'AGIR, NOUS VOUS DISONS « MERCI »

Nos actions ne sont rien sans vous. Vous êtes plus de 430.000 abonné.es à notre newsletter et toujours plus à relayer nos actions sur les réseaux sociaux. En signant nos pétitions, en partageant nos alertes et révélations, en nous signalant des arnaques sur l'étiquette, en rejoignant nos donatrices et donateurs, vous jouez un rôle inestimable pour donner du poids à nos combats. Alors, merci à vous !

Ensemble, nous formons un puissant contre-pouvoir citoyen. Ensemble, nous pouvons faire bouger les lignes ! Merci.



Karine Jacquemart,
directrice générale
foodwatch France

QUI EST FOODWATCH ?

foodwatch est une ONG européenne 100% indépendante, reconnue en France association agréée de défense des consommateurs et des consommatrices. Nous militons pour plus de transparence dans le secteur alimentaire et défendons le droit à une alimentation saine, abordable, et durable pour toutes et tous.



L'équipe de foodwatch France (de gauche à droite) : Camille (directeur des campagnes), Karine (directrice), Ingrid (directrice de l'information), Audrey (chargée de campagnes), Vivien (directeur administratif et financier), Delphine (assistante administration et relation donateurs et donatrices), Emma (chargée de projets web et webmarketing), Davila (responsable base de données et relations donateurs et donatrices), Myriam (responsable de la communication digitale et engagement).

COALITIONS ET PARTENAIRES

Pour être encore plus forts, foodwatch collabore avec des expert-es (scientifiques, juristes, etc.) indépendant-es et fiables et des partenaires-clés sur plusieurs thématiques. En 2023, nous avons travaillé main dans la main avec de nombreuses associations alliées : avec le CCFD-Terre Solidaire sur la question de la spéculation alimentaire, Zero Waste France sur le « plein de vide », Yuka et la Ligue contre le cancer sur les nitrites et nitrates ajoutés dans notre alimentation, Transparency international, Les Amis de la Terre et l'Institut Veblen dans le dossier Phyteis, ou encore Familles rurales, la CLCV et UFC-Que Choisir sur les profiteurs de l'inflation. Nous participons aussi à de nombreux groupes de travail avec d'autres organisations de la société civile, comme le Collectif Stop CETA Mercosur et le Collectif Nourrir. foodwatch est membre de la Maison des lanceurs d'alerte ; un appui essentiel.

PORTEZ VOS VOIX JUSQU'AUX RESPONSABLES POLITIQUES

foodwatch fait la lumière sur les pratiques abusives de l'industrie agroalimentaire pour pousser les responsables politiques à renforcer les réglementations liées à l'alimentation et porte régulièrement ses recommandations au plus haut niveau politique. En 2023, en tant qu'experte, foodwatch a été auditionnée par la Commission des affaires européennes de l'Assemblée nationale sur l'étiquetage des produits et par des parlementaires sur l'impact du marketing de la malbouffe sur la santé des enfants. foodwatch partage aussi ses alertes et demandes auprès des responsables politiques, dans les ministères concernés, auprès des parlementaires et même, en 2023, à l'Elysée. Notre équipe intervient aussi dans les institutions européennes : lors d'une conférence au Parlement européen sur la fraude au miel, en présence d'eurodéputé-es, de membres de la Commission européenne et de parties prenantes de l'industrie et fin 2023, à une rencontre au sein de la Direction de la santé de la Commission européenne sur l'interdiction des huiles minérales toxiques dans notre alimentation.

FINANCEMENT DE FOODWATCH – 100% INDÉPENDANT

L'indépendance est l'un des piliers de foodwatch, y compris lorsqu'il s'agit de notre financement. Pour garantir notre liberté d'enquêtes, d'action et de ton, foodwatch refuse toute subvention publique, ou d'entreprises qui pourraient présenter le moindre conflit d'intérêt. Cette année, vous avez été un grand nombre à nous encourager et à nous donner les moyens d'agir. Face à l'immensité et la nécessité de notre mission, votre soutien est précieux. Un immense merci !

C'est grâce à l'engagement de nos donateurs et donatrices, citoyens et citoyennes qui soutiennent nos combats au quotidien, que nous pouvons mener nos enquêtes, travailler avec des avocat-es et autres expert-es, réaliser des tests en laboratoires, publier dossiers et révélations et tout simplement, mener les combats nécessaires pour défendre et protéger le droit de toutes et tous à une alimentation saine, sans risques et abordable.

UTILISATION DE NOS RESSOURCES ET DE VOS DONS *

69% de nos dépenses concernent le cœur de notre mission : nos campagnes et actions

Enquêtes, publications, conférences de presse, actions de mobilisation et de sensibilisation, actions de plaidoyer, actions en justice, informations et débats sur les réseaux sociaux... foodwatch milite avec vous et pour vous pour plus de transparence et pour une alimentation saine pour toutes et tous.

21% de nos dépenses sont engagées pour la collecte et la gestion des dons

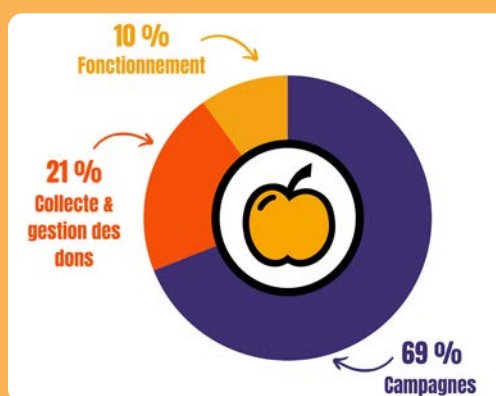
Suivi et gestion des dons, communication avec les donateurs et donatrices et recherche de nouveaux donateurs et donatrices pour garantir notre indépendance à 100% - foodwatch n'accepte pas de subventions publiques ni de dons d'entreprises qui peuvent présenter le moindre conflit d'intérêt.

10% de nos dépenses nous permettent de faire fonctionner notre association

Loyers, électricité, consommables, informatique...

Nous nous efforçons au quotidien de limiter ce poste de dépenses.

*Chiffres basés sur notre utilisation en 2022. Le dossier financier finalisé et validé par le rapport du commissaire aux comptes sera disponible mi-2024 et consultable en ligne sur <https://www.foodwatch.org/fr/a-propos/financement/>



« Je vous suis depuis quelques années et suis impressionnée par votre ténacité et persévérance car c'est un travail de très longue haleine »

Karine

« Vous faites du super boulot, vous devenez incontournable comme contre-pouvoir et de plus en plus présents dans les reportages sur les scandales et enquêtes alimentaires...
Il faut continuer ! BRAVO ! »

Hélène

« Je suis d'accord avec vos actions et vous félicite pour votre pugnacité et votre dévouement pour poursuivre ce combat contre ces lobbies agro-alimentaire.
De tout cœur avec vous, bon courage. »

Pierre



ARNAQUES SUR L'ÉTIQUETTE



Le problème

Dans les rayons des supermarchés, c'est encore trop la foire aux arnaques sur l'étiquette. Entendez ce marketing tape-à-l'œil ou malhonnête qui pour de trop nombreux produits induit les consommateurs et consommatrices en erreur : mise en avant sur les emballages d'ingrédients - souvent chics et chers - pourtant présents en petite quantité, arnaques au prix, formats spéciaux plus chers que leurs formats classiques, emballages « plein de vide » ou surdimensionnés, labels sans contrainte, ou encore information écrite en tout petit et bien cachée. etc. Pléthore de produits illustrent ce manque de transparence sur l'étiquette et de sanctions que dénonce foodwatch depuis des années. L'imagination de certains industriels pour vendre plus

semble sans limite. Sur les emballages, ces pratiques abusives ne sont pas l'exception. Et pourquoi s'en priver, puisque ce n'est pas sanctionné ? La réglementation européenne sur l'alimentation n'est pas appliquée de manière assez stricte. Ensemble, en 2023, grâce à l'œil vigilant des foodwatchers dans les rayons, notre association a continué d'épingler les marques et les produits qui entourent les consommateurs et consommatrices et leur portefeuille dans les supermarchés. Face à ce genre d'abus, en tant que contre-pouvoir citoyen, nous sommes votre porte-voix.

Ensemble, nous agissons

2023 marque une décennie d'arnaques sur l'étiquette épinglées par foodwatch et sa communauté, qui grandit d'année en année et signale toujours plus de

produits, de pratiques abusives et d'étiquettes malhonnêtes dans les rayons alimentation. Pour foodwatch, en période d'inflation, ces arnaques sur l'étiquette sont d'autant plus intolérables : cette année, notre association s'est attaquée aux arnaques au prix. Au printemps, nous avons remis le couvert pour dénoncer ces formats spéciaux - maxi, familiaux ou en lot - vendus plus chers



au litre ou au kilo que leur format classique. Le problème ? Si leur marketing assimilé aux codes couleur des promotions laisse penser à des formats économiques, c'est pourtant tout le contraire. Derrière ces mentions spéciales, on ne trouve pas toujours de bonnes affaires mais au contraire des prix plus chers. Après avoir secoué les supermarchés en 2020, foodwatch a interpellé le gouvernement pour exiger que soit renforcée la réglementation existante sur les promotions et la fin de cette pratique insidieuse.

En 2023, c'est aussi le combat contre la shrinkflation qui s'est poursuivi - la réduction des formats et l'augmentation des prix des produits en catimini. De révélations en coups de pression, foodwatch a continué d'appuyer là où ça fait mal. Les efforts ont payé : le ministre de l'Economie Bruno Le Maire a annoncé une obligation légale pour la grande distribution d'afficher les changements de format des produits : une victoire pour plus de transparence dans les rayons alimentation, permise par la mobilisation de plus de 50 000 citoyens et citoyennes. Dans le même temps, foodwatch a dénoncé la communication bien hypocrite de certains supermarchés à la rentrée, qui se sont empressés, après les annonces du gouvernement, d'afficher l'inflation masquée pratiquée par les industriels en rayon après... avoir été eux-mêmes épinglés par foodwatch pour cette raison.

Avant l'été, c'est avec l'association Zero Waste France que foodwatch a conjugué ses efforts pour attaquer le plein de vide et le suremballage, ces pratiques

marketing courantes qui visent à donner l'impression d'acheter plus que ce que le paquet contient en réalité. Cinq entreprises ont été épinglées.

Pour les fêtes enfin, foodwatch a lancé la deuxième édition de la désormais célèbre Casserole d'or : plus de 13 000 personnes ont voté pour élire la pire arnaque sur l'étiquette de Noël parmi six produits nominés. Au menu : un saumon Labeyrie qui rapetisse, victime de shrinkflation, un pain d'épices spécial foie gras Brossard contenant beaucoup de sucre mais

pas de miel, une terrine Guyader aux noix de Saint-Jacques à la Bretonne... d'Argentine au colin, du citron de cuisine Bjorg composé à près de 70% d'eau et vendu au prix du jus de citron, un gâteau de Noël italien à l'huile de palme et des œufs en chocolat Ferrero Rocher pleins de vide. C'est la terrine qui l'a emporté de très loin, avec son trio d'arnaques sur l'étiquette.

NOTRE IMPACT EN 2023

Le Ministre de l'Economie, Bruno Le Maire, annonce un affichage de la shrinkflation en rayons à partir de 2024.

Pourquoi il faut continuer

Avec la campagne Arnaques sur l'étiquette, foodwatch ne scrute pas seulement les rayons des supermarchés et les emballages des produits : elle met le doigt sur des pratiques systématiques abusives qui illustrent le manque de transparence qui règne dans le secteur de l'agro-alimentaire.

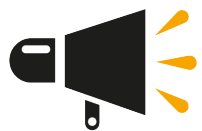
Notre association défend le droit pour toutes et tous d'avoir accès à une information simple, claire et accessible des rayons alimentaires à nos assiettes, surtout dans le contexte difficile d'inflation alimentaire.



foodwatch®



FRAUDE ET SCANDALES ALIMENTAIRES



Le problème

Lasagnes à la viande de cheval, fipronil dans les œufs, laits infantiles et œufs en

chocolat contaminés aux salmonelles, ou pizzas par la bactérie E.coli : depuis 10 ans, les scandales alimentaires s'enchaînent, les malades et victimes aussi. Un aliment contaminé se retrouve dans nos assiettes, faute d'avoir été correctement contrôlé en usine. Alors qu'il est non-conforme ou dangereux, il est mis sur le marché avant d'être rappelé trop tardivement car déjà consommé. Sur le papier, le règlement européen (CE) 178/2002 sur l'alimentation crée des règles de traçabilité fortes : le texte impose que si un aliment présente un risque pour la santé, les industriels doivent le retirer rapidement du marché, informer les consommateurs et consommatrices et prévenir l'autorité compétente. Malheureusement, la réalité est beaucoup plus complexe et met en lumière les défaillances du secteur agro-industriel à protéger notre santé. Pendant des scandales alimentaires, les fraudeurs – ces « faux aliments », viande, poisson, épices, miel – inondent le marché européen. Le continent est une véritable passoire qui permet aux fraudeurs d'écouler leurs produits et de s'adonner à un business juteux. La plupart du temps, ces aliments frauduleux passent au travers du radar d'autorités qui n'ont pas suffisamment de moyens pour mener des contrôles à la hauteur de l'ampleur du phénomène, les laissant entre les mains des entreprises elles-mêmes. Pire, trop souvent, les consommateurs et consommatrices n'en sont jamais

informé-es quand la réglementation actuelle n'oblige ni les autorités ni les industriels à le faire, sauf en cas de risque sanitaire : même démasqués, ces produits ne sont pas concernés par les procédures de retrait-rappel. In fine, les fraudeurs ne sont pas sanctionnés et peuvent continuer leur commerce lucratif en toute impunité.

Ensemble, nous agissons

En février 2023, une bonne nouvelle tombe dans la saga judiciaire de l'affaire des laits pour bébé contaminés à la salmonelle : Lactalis est mise en examen pour tromperie aggravée, blessures involontaires et inexécution de mesures de retrait et rappel, et placée sous contrôle judiciaire. En 2018, foodwatch et son avocat avaient relevé 12 infractions graves et porté plainte aux côtés des familles victimes. Dans cette affaire, la justice envoie un message fort : personne n'est au-dessus des lois, pas



même ces multinationales qui se croient tout permis, et les responsables seront jugés.

Un an après le scandale sanitaire des pizzas Fraich'Up Buitoni contaminées à la bactérie E.Coli, cette affaire a en 2023 à nouveau fait la une de l'actualité, et toujours pas pour de bonnes raisons. Le 30 mars 2023, quasiment un an après le scandale, Nestlé a annoncé la fermeture définitive de l'usine Buitoni de Caudry en France qui produisait les pizzas Fraich'Up Buitoni et d'où sont sortis les produits contaminés à la bactérie Escherichia coli O26 : « c'est au tour des salarié-es de l'usine de payer les pots cassés de la mauvaise gestion des risques par la multinationale », a dénoncé foodwatch dans les médias.



En avril 2023, une enquête de la Commission européenne a fait l'effet d'une onde de choc en révélant que 46% du miel importé de pays hors Europe ne serait pas vraiment du miel : un pavé dans la mare des fraudes alimentaires. Ces « faux miels », sur lesquels foodwatch enquête depuis de nombreuses années, contiendrait des sirops de sucre à base de riz, de blé ou de betterave sucrière. Or, si ces produits ne présentent pas de risque pour la santé, aduler le miel est totalement interdit. Que la sonnette d'alarme soit tirée par la Commission européenne démontre bien l'ampleur du problème et l'urgence de solutions politiques : ce que foodwatch s'est appliquée à marteler. Nous soutenons l'étiquetage obligatoire de l'origine du miel avec le pays d'origine sur tous les produits, qu'importe leur lieu de conditionnement pour ne plus que ces miels qui n'ont jamais vu l'ombre d'une ruche ni entendu le butinage d'une abeille continuent d'être écoulés en toute impunité. foodwatch a attiré l'attention des médias sur le sujet du miel frauduleux : l'information a été largement relayée dans la presse internationale, de la France à

la Turquie, de la Pologne à la Grèce, en passant par la Suisse, l'Allemagne, la Belgique, la Roumanie, mais aussi les Etats-Unis, le Japon, le Brésil, le Royaume-Uni, etc. qui ont cité les résultats de l'opération européenne mais aussi les revendications de foodwatch pour la transparence. Cette énorme couverture médiatique montre clairement que le sujet du miel frauduleux préoccupe le monde entier et qu'il faut s'y attaquer de toute urgence.

Pourquoi il faut continuer

L'année 2023 a marqué les tristes 10 ans de l'affaire de la viande de cheval Spanghero : une décennie n'a pas suffi à tirer les leçons des défaillances de ce système qui rend possible les fraudes et scandales alimentaires de cette ampleur. Les consommateurs et consommatrices ne sont toujours pas suffisamment protégés. Près de 70 000 personnes soutiennent aujourd'hui la demande de foodwatch de briser ce cercle infernal et le schéma trop répétitif des fraudes et des scandales. Face à ce système opaque pour les consommateurs et consommatrices, au flou permis par les auto-contrôles pour les industriels, et au manque de traçabilité et aux sous-effectifs notoires pour les autorités de contrôle, nous continuons de réclamer un renforcement de la législation et une transparence des informations dans notre alimentation : notre petit doigt nous dit que 2024 ne viendra malheureusement pas nous contredire. Au rayon des fraudes au miel, la question de l'étiquetage de l'origine du miel fait actuellement l'objet de vives discussions parmi les Etats membres de l'Union européenne. foodwatch suivra en 2024 de très près la révision du texte européen

dit « directives petit-déjeuner », censé améliorer la transparence de l'information donnée aux consommateurs et consommatrices sur le miel, les confitures et les jus de fruit. Sur le miel, dans sa version actuelle, le texte, qui émane de la Commission européenne et qui est déjà passé au Parlement européen, prévoit que les informations figurent clairement à côté du nom du produit, en ordre décroissant en pourcentage de l'origine des miels : un pas en avant prometteur pour la transparence sur l'étiquetage de la provenance des miels en supermarché.

LE CHIFFRE

Plaintes Buitoni et Ferrero
7 infractions graves, dont :
tromperie aggravée,
mise en danger de la vie d'autrui,
mise sur le marché de produits
préjudiciables à la santé



Additifs : les nitrites et nitrates ajoutés dans notre alimentation

Le problème

Depuis fin 2019, foodwatch, Yuka et la Ligue contre le cancer sont mobilisées pour exiger une alimentation sans nitrites ajoutés : l'interdiction des additifs E249 (nitrite de potassium), E 250 (nitrite de sodium), E251 (nitrate de sodium) et E252 (nitrate de potassium). Particulièrement utilisés dans les viandes transformées comme la charcuterie industrielle, ces additifs peuvent contribuer à la formation dans notre estomac de composés classés cancérogènes probables pour l'humain par le Centre international de la Recherche contre le Cancer (CIRC). En juin 2022, l'agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, l'Anses, a confirmé le lien entre risque de cancer et exposition aux nitrites et nitrates ajoutés à notre alimentation.

Ensemble, nous agissons

Nous voulons manger sans être exposés à un risque de cancer à cause d'additifs controversés. La loi votée en février 2022 obligeait le gouvernement à mettre le sujet à l'agenda politique. Les bruits de couloirs que nous avons captés en 2022 ne nous avaient pas rassurés et nous avons malheureusement raison. En avril 2023, le gouvernement publiait son plan nitrites, sans ambition, ni interdiction. Une reprise à peine masquée des propositions des industriels : se

contenter de réduire les doses. Une très mauvaise nouvelle pour notre santé, raison pour laquelle nous leur avons clairement dit : nous ne lâcherons rien jusqu'à leur interdiction, en France et dans l'UE.

Pourquoi il faut continuer

L'inaction du gouvernement est inadmissible. C'est d'autant plus révoltant que dans les rayons, les jambons sans nitrites sont évidemment les plus chers. Une façon de dire : des cancers oui, mais uniquement pour les plus précaires. Un marché à deux vitesses qui ne laisse pas indifférent l'autorité de la concurrence. En novembre 2023, elle perquisitionnait les locaux du lobby de la charcuterie, la FICT, dans une enquête sur une éventuelle entente sur les prix.

Pesticides : un rapport pour en sortir dans 10 ans

Le problème

L'utilisation de pesticides et d'herbicides a continué à augmenter ces dernières années - avec des conséquences désastreuses pour la biodiversité, le climat, la qualité des sols et la santé. En 2023, nous avons publié un nouveau rapport international dans lequel nous dénonçons la dépendance de l'Europe vis-à-vis des pesticides. foodwatch a détaillé les moyens de s'en passer : une stratégie concrète, culture par culture, pour une agriculture européenne sans pesticides d'ici 2035, en commençant par la

culture des céréales.

Dans ce dossier, il y avait aussi du glyphosate en 2023. Depuis 2015, cette substance est classée « cancérogène probable » pour l'homme par le Centre international de recherche sur le cancer (CIRC), une agence de l'Organisation mondiale de la santé. En 2020, en France, une étude de l'Inserm (Institut national de la santé et de la recherche médicale) est venue renforcer l'analyse des risques liés au glyphosate. Finalement, les Etats membres de l'Europe ont donc décidé de réautoriser pour 10 ans l'herbicide controversé. Mais nous n'avons pas dit notre dernier mot : en 2024 nous continuerons à nous battre.

Ensemble, nous agissons

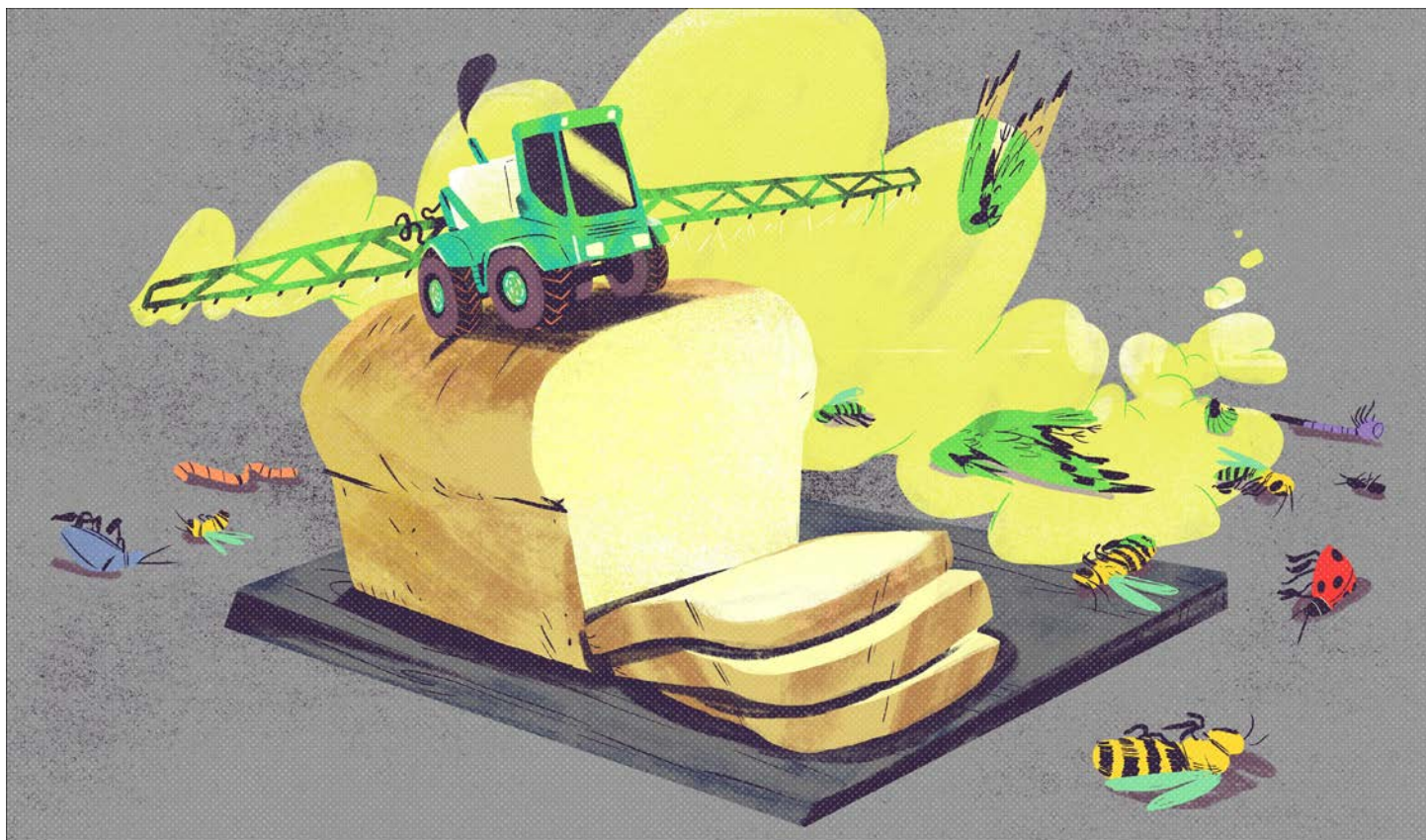
Emmanuel Macron s'était engagé à sortir du glyphosate en France « au plus tard » début 2021. Il n'a pas tenu cette promesse. Avec une quarantaine d'organisations, nous nous sommes donc mobilisé-es en lançant une pétition à son attention : vous êtes déjà plus d'un demi-million à exiger à nos côtés que la France s'oppose publiquement au renouvellement de l'autorisation de ce pesticide toxique en Europe. Finalement, la France s'est contentée de s'abstenir lors du vote sur la réautorisation. Une abstention en forme de

boulevard qui a permis de renouveler l'autorisation de l'herbicide pour 10 ans.

En publiant notre rapport, nous avons décidé de passer au niveau supérieur : montrer qu'une agriculture sans pesticides est possible avec des plans de sortie concrets par type de cultures. En septembre 2023, nous avons donc lancé une campagne pour demander aux supermarchés de vendre des produits issus uniquement de culture de céréales sans pesticide. Notre objectif ? Alerter sur l'usage de pesticides pour produire des pâtes ou du pain de mie, et contraindre les distributeurs à mettre en place, au minimum, des stratégies de sortie des pesticides comme pour les fruits et légumes.

Pourquoi il faut continuer

Nous avons en face de nous les lobbies parmi les plus puissants du secteur, prêts à tout pour préserver leur business. Le glyphosate est une bataille emblématique pour défendre notre droit à une alimentation saine pour tous et toutes qui ne détruit pas notre environnement. Mettre la pression sur les supermarchés pour les obliger à faire des marchés de niche (sans pesticide) le marché majoritaire est un autre levier d'action. Comptez sur nous : on ne lâchera rien.





Les enfants, cibles du marketing de la malbouffe : la santé avant les profits

Le problème

Influencés à l'insu de leurs parents par l'armada de stratégies marketing et publicitaires mise en place par l'industrie agro-alimentaire pour vendre toujours plus, les enfants sont constamment incités à consommer des produits trop gras, trop sucrés, trop salés. Pourtant, les expert-es de santé sont unanimes : à l'heure où un enfant sur six est en surpoids ou en situation d'obésité en France, la restriction du marketing et de la publicité de la malbouffe est une des mesures phares pour protéger leur santé.

Ensemble nous agissons

En septembre, foodwatch a divulgué une grande enquête et démontré que, selon les critères de l'OMS, 86% des produits promus et vendus pour les enfants sont mauvais pour leur santé. Malgré les nombreuses recommandations scientifiques et politiques, le gouvernement a choisi le camp du laisser-faire de l'industrie, et de l'inaction. Notre association a martelé sans relâche l'urgence d'une interdiction contraignant à protéger la santé des plus jeunes, une demande soutenue par plus de 60 000 personnes. En novembre, foodwatch a fédéré une cinquantaine d'associations, scientifiques et organisations de parents d'élèves, qui cosignent ensemble une tribune dans Le Monde pour demander une loi, un pavé dans la mare politique,

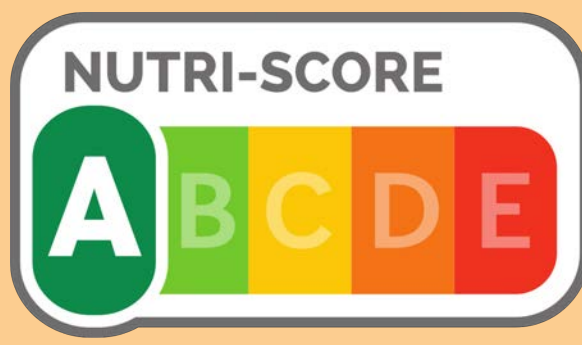
pour continuer de faire pression et front uni jusqu'aux plus hautes sphères du gouvernement.

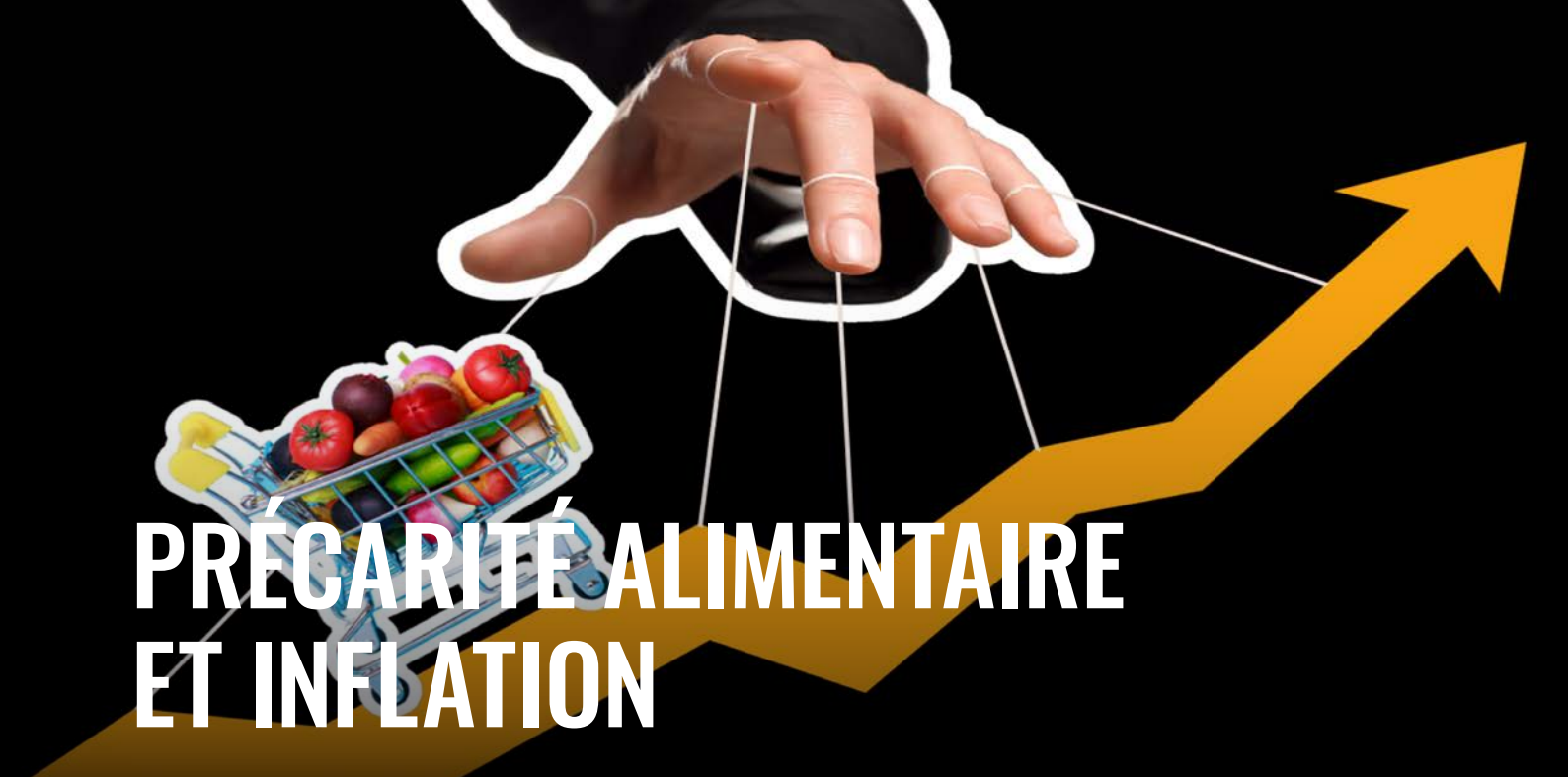
Pourquoi il faut continuer

Aujourd'hui en France, il n'existe aucune réglementation contraignante permettant d'encadrer strictement et efficacement le marketing et la publicité de la malbouffe, malgré ses effets délétères prouvés sur la santé des plus jeunes. En matière de régulation, que ce soit en Europe ou dans le monde, la France est mauvais élève et en retard : d'autres pays comme le Chili ou le Mexique et en Europe, l'Espagne et l'Angleterre, ont déjà pris des mesures. Ces pays montrent que protéger la santé des enfants au-devant des profits des industriels est un choix politique possible.

ET AUSSI...

foodwatch continue de se battre pour un Nutri-score obligatoire partout en Europe





PRÉCARITÉ ALIMENTAIRE ET INFLATION



Inflation, coûts cachés, précarité, santé : en finir avec les profits excessifs

Le problème

En 2 ans, l'inflation a fait grimper les prix alimentaires de plus de 20%. Les causes sont nombreuses - guerre en Ukraine, flambée du prix des matières premières et de l'énergie, répétition d'aléas climatiques -, mais aussi opacité des prix et des marges dans le secteur de l'agroalimentaire. Cette inflation est surtout la partie émergée d'un système alimentaire à la dérive. A un bout de la chaîne, agriculteurs et agricultrices peinent à vivre dignement de leur travail. De l'autre, l'accès à une alimentation saine, durable, choisie et abordable devient de plus en plus difficile, surtout pour les personnes les plus précaires. Au milieu, les mastodontes de l'industrie agro-alimentaire et les supermarchés font la pluie et le beau temps sur l'offre alimentaire et ont profité de la hausse des prix pour augmenter leurs marges et faire des profits records.

Ensemble, nous agissons

foodwatch, Familles Rurales, UFC-Que choisir et la CLCV ont uni leurs forces pour exiger que les pouvoirs publics prennent des mesures pour modérer et imposer la transparence sur les marges réalisées par produit pour chaque acteur de la chaîne alimentaire. Nos associations ont lancé une pétition et ont à maintes reprises interpellé le gouvernement pour obtenir des engagements

clairs : c'est avec force et conviction que nous poursuivrons ce combat en 2024.

Pourquoi il faut continuer

Tant qu'il n'y aura pas davantage de transparence sur les marges réalisées par toutes les parties prenantes aux différentes étapes de la construction des prix, fabricants comme distributeurs auront le loisir d'abuser en toute impunité, en faisant leur beurre sur le dos du plus grand nombre. Or, les solutions pour mettre en place cette véritable transition de notre système vers une alimentation abordable, saine et durable sont connues : il est urgent que nos responsables politiques s'en saisissent. Face à au rapport de force déséquilibré entre citoyens et citoyennes et géants de l'alimentation et cette chaîne de valeur inégalitaire, c'est en effet à l'Etat de fixer des règles plus strictes et plus claires et de promouvoir de vraies politiques de prévention de la précarité alimentaire, avec davantage de soutien public, y compris financier, pour les nombreuses alternatives qui émergent. Notre modèle alimentaire est au cœur d'enjeux sociétaux, économiques, environnementaux et humains bien trop importants : foodwatch ne lâchera rien de ce système inégalitaire et violent qui stigmatise les plus pauvres et fait passer les profits de l'industrie et des supermarchés avant la santé et le bien-manger de toutes et tous.

FOODWATCH DANS LES MÉDIAS

foodwatch est omniprésente dans les médias. Vous y avez certainement vu Camille Dorioz, directeur des campagnes, Karine Jacquemart, directrice de foodwatch, Ingrid Kragl, directrice de l'information ou Audrey Morice, chargée de campagnes y commenter nos sujets mais aussi l'actualité liée à notre alimentation. En 2023, nous comptons plus de 3300 recensions dans la presse au sens large - télévision, documentaires, radio et web, - rien qu'en France. Nous avons aussi donné pas mal d'interviews à des journalistes étrangers. C'est important car la pression médiatique pousse les fabricants et décideurs politiques à (ré)agir. La presse les interpelle, vous informe, partage nos campagnes d'intérêt public.



■ **foodwatch France**

53 rue Meslay 75003 Paris

+33 (0) 1 43 20 86 49

E-mail : info@foodwatch.fr

www.foodwatch.fr



foodwatchFR



@foodwatchfr



@foodwatchfr



YouTube foodwatchFR

foodwatch  alimente le débat.

Exercice clos le 31/12/2023

Foodwatch FRANCE

RAPPORT DU COMMISSAIRE AUX COMPTES SUR LES COMPTES ANNUELS

À l'Assemblée générale de l'association foodwatch France

En exécution de la mission qui nous a été confiée par l'assemblée générale, nous avons effectué l'audit des comptes annuels de l'association foodwatch France relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2023, tels qu'ils sont joints au présent rapport. Ces comptes ont été arrêtés par le conseil d'administration le 7 mars 2024.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de l'association à la fin de cet exercice.

Fondement de l'opinion

Référentiel d'audit

Nous avons effectué notre audit selon les normes d'exercice professionnel applicables en France. Nous estimons que les éléments que nous avons collectés sont suffisants et appropriés pour fonder notre opinion.

Les responsabilités qui nous incombent en vertu de ces normes sont indiquées dans la partie « Responsabilités du commissaire aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels » du présent rapport.

Indépendance

Nous avons réalisé notre mission d'audit dans le respect des règles d'indépendance qui nous sont applicables, sur la période du 1^{er} janvier 2023 à la date d'émission de notre rapport.

Justification des appréciations

En application des dispositions des articles L. 823-9 et R.823-7 du code de commerce relatives à la justification de nos appréciations, nous vous informons que les appréciations les plus importantes auxquelles nous avons procédé, selon notre jugement professionnel, ont porté sur le caractère approprié des principes comptables appliqués, et sur le caractère raisonnable des estimations significatives retenues et sur la présentation d'ensemble des comptes, notamment pour ce qui concerne l'enregistrement des ressources de l'association.

Les appréciations ainsi portées s'inscrivent dans le contexte de l'audit des comptes annuels pris dans leur ensemble et de la formation de notre opinion exprimée ci-avant. Nous n'exprimons pas d'opinion sur des éléments de ces comptes annuels pris isolément.



Vérifications spécifiques

- Nous avons également procédé, conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par les textes légaux et réglementaires.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans les documents sur la situation financière et les comptes annuels adressés aux membres de l'assemblée générale

Responsabilités de la direction et des personnes constituant le gouvernement d'entreprise relatives aux comptes annuels

Il appartient à la direction d'établir des comptes annuels présentant une image fidèle conformément aux règles et principes comptables français ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement de comptes annuels ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs.

Lors de l'établissement des comptes annuels, il incombe à la direction d'évaluer la capacité de l'association à poursuivre son exploitation, de présenter dans ces comptes, le cas échéant, les informations nécessaires relatives à la continuité d'exploitation et d'appliquer la convention comptable de continuité d'exploitation, sauf s'il est prévu de liquider l'association ou de cesser son activité.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le conseil d'administration.

Responsabilités du commissaire aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels

Il nous appartient d'établir un rapport sur les comptes annuels. Notre objectif est d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels pris dans leur ensemble ne comportent pas d'anomalies significatives. L'assurance raisonnable correspond à un niveau élevé d'assurance, sans toutefois garantir qu'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel permet de systématiquement détecter toute anomalie significative. Les anomalies peuvent provenir de fraudes ou résulter d'erreurs et sont considérées comme significatives lorsque l'on peut raisonnablement s'attendre à ce qu'elles ent, prises individuellement ou en cumulé, influencer les décisions économiques que les utilisateurs des comptes prennent en se fondant sur ceux-ci.

Comme précisé par l'article L.823-10-1 du code de commerce, notre mission de certification des comptes ne consiste pas à garantir la viabilité ou la qualité de la gestion de votre association.

Une description plus détaillée de nos responsabilités de commissaire aux comptes relatives à l'audit des comptes annuels figure dans l'annexe du présent rapport et en fait partie intégrante

A Paris, le 9 avril 2024

Le commissaire aux comptes

A handwritten signature in dark ink, appearing to read 'Maeder', with a horizontal line underneath the name.

RAYMOND MAEDER

Description détaillée des responsabilités du commissaire aux comptes

Dans le cadre d'un audit réalisé conformément aux normes d'exercice professionnel applicables en France, le commissaire aux comptes exerce son jugement professionnel tout au long de cet audit. En outre:

- il identifie et évalue les risques que les comptes annuels comportent des anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultent d'erreurs, définit et met en œuvre des procédures d'audit face à ces risques, et recueille des éléments qu'il estime suffisants et appropriés pour fonder son opinion. Le risque de non-détection d'une anomalie significative provenant d'une fraude est plus élevé que celui d'une anomalie significative résultant d'une erreur, car la fraude peut impliquer la collusion, la falsification, les omissions volontaires, les fausses déclarations ou le contournement du contrôle interne ;
- il prend connaissance du contrôle interne pertinent pour l'audit afin de définir des procédures d'audit appropriées en la circonstance, et non dans le but d'exprimer une opinion sur l'efficacité du contrôle interne ;
- il apprécie le caractère approprié des méthodes comptables retenues et le caractère raisonnable des estimations comptables faites par la direction, ainsi que les informations les concernant fournies dans les comptes annuels ;
- il apprécie le caractère approprié de l'application par la direction de la convention comptable de continuité d'exploitation et, selon les éléments collectés, l'existence ou non d'une incertitude significative liée à des événements ou à des circonstances susceptibles de mettre en cause la capacité de l'association à poursuivre son exploitation. Cette appréciation s'appuie sur les éléments collectés jusqu'à la date de son rapport, étant toutefois rappelé que des circonstances ou événements ultérieurs pourraient mettre en cause la continuité d'exploitation. S'il conclut à l'existence d'une incertitude significative, il attire l'attention des lecteurs de son rapport sur les informations fournies dans les comptes annuels au sujet de cette incertitude ou, si ces informations ne sont pas fournies ou ne sont pas pertinentes, il formule une certification avec réserve ou un refus de certifier ;
 - il apprécie la présentation d'ensemble des comptes annuels et évalue si les comptes annuels reflètent les opérations et événements sous-jacents de manière à en donner une image fidèle.
-



**ÉTATS FINANCIERS AU
31/12/2023**

foodwatch France
53 rue Meslay
75003 Paris

Téléphone : 01 43 20 86 49

Bilan

Bilan (en euros)	Exercice clos le 31/12/2023			31/12/2022
Actif	Brut	Amort. - Prov.	Net	Net
Immobilisations incorporelles				
Frais d'établissement				
Frais de recherche et de développement				
Donations temporaires d'usufruit				
Concessions, brevets, licences, marques, procédés, logiciels, droits et valeurs similaires				
Immobilisations incorporelles en cours				
Avances et acomptes				
Immobilisations corporelles				
Terrains				
Constructions				
Inst. tech., matériel et out. industriel				
Autres immobilisations corporelles	30 891	25 424	5 466	7 440
Immobilisations corporelles en cours				
Avances et acomptes				
Biens reçus par legs ou donations destinés à être cédés				
Immobilisations financières				
Participations et Créances rattachés	61		61	61
Autres titres immobilisés				
Prêts				
Autres	7 481		7 481	7 228
Total I : Actif immobilisé	38 432	25 424	13 008	14 729
Stocks et en cours				
Créances				
Créances clients, usagers et comptes rattachés	80 299		80 299	13 821
Créances reçues par legs ou donations				
Autres	1 518		1 518	3 875
Valeurs mobilières de placements				
Instruments de trésorerie				
Disponibilités	361 854		361 854	288 898
Charges constatées d'avance	8 853		8 853	14 487
Total II : Actif circulant	452 525		452 525	321 081
Total III : Frais d'émission des emprunts				
Total IV : Primes de remb. des emprunts				
Total V : Ecart de conversion Actif				
Total Général (I + II + III + IV + V)	490 957	25 424	465 533	335 810

RM

Bilan (en euros)	31/12/2023	31/12/2022
Passif	Net	Net
Fonds propres sans droit de reprise		
Fonds propres avec droit de reprise		
Ecart de réévaluation		
Réserves		
Report à nouveau	182 141	129 691
Excédent ou déficit de l'exercice	69 818	52 450
Situation nette (sous-total)	251 959	182 141
Fonds propres consommables		
Total I : Fonds propres	251 959	182 141
Fonds reportés liés aux legs ou donations		
Fonds dédiés		
Total II : Fonds reportés et dédiés		
Provisions pour risques		
Provisions pour charges		
Total III : Provisions		
Emprunts obligataires et assimilés		
Emprunts et dettes auprès des établissements de crédit		
Emprunts et dettes financières diverses		
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	96 270	70 338
Dettes des legs ou donations		
Dettes fiscales et sociales	113 497	77 854
Dettes sur immobilisations et comptes rattachés		
Autres dettes	3 806	5 477
Instruments de trésorerie		
Produits constatés d'avance		
Total IV : Dettes	213 574	153 669
Total V : Ecart de conversion Passif		
Total général (I + II + III + IV + V)	465 533	335 810

RM

Compte de résultat

Compte de résultat (en euros)	31/12/2023	31/12/2022
Cotisations	150	150
Ventes de biens		
<i>dont ventes de dons en nature</i>		
Ventes de prestations de service		
<i>dont parrainages</i>		
Concours publics et subventions d'exploitation	1 500	
Versements des fondateurs ou consommateurs de la dotation consommable		
Dons manuels	964 485	816 886
Mécénats		
Legs, donations et assurances-vie		
Contributions financières	265 684	218 684
Reprise sur amortissements, dépréciations, provisions et transferts de charges		
Utilisations des fonds dédiés		
Autres produits	27 282	15 744
Total I : Produits d'exploitation	1 259 101	1 051 464
Achats de marchandises		
Variation de stocks		
Autres achats et charges externes	507 394	466 354
Aides financières		
Impôts, taxes et versements assimilés	26 638	17 571
Salaires et traitements	462 620	366 892
Cotisations sociales	158 976	135 148
Dotations aux amortissements et aux dépréciations	4 226	4 367
Dotations aux provisions		
Reports en fonds dédiés		
Autres charges	31 985	9 691
Total II : Charges d'exploitation	1 191 839	1 000 022
1. RESULTAT D'EXPLOITATION (I-II)	67 262	51 442

RM

Compte de résultat (en euros)	31/12/2023	31/12/2022
Produits financiers de participations		
Produits financiers d'autres valeurs mobilières et créances de l'actif immobilisé		
Autres intérêts et produits assimilés	2 661	1 035
Reprises sur provisions et transferts de charges		
Différences positives de change		
Produits nets sur cessions de valeurs mobilières de placement		
Total III : Produits financiers	2 661	1 035
Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions		
Intérêts et charges assimilés		
Différences négatives de charge		
Charges nettes sur cessions de valeurs mobilières de placement		
Total IV : Charges financières		
2. RESULTAT FINANCIER (III - IV)	2 661	1 035
3. RESULTAT COURANT avant impôts (I - II + III - IV)	69 924	52 477
Produits exceptionnels sur opérations de gestion		
Produits exceptionnels sur opérations en capital		
Reprise sur provisions, dépréciations et transferts de charges		
Total V : Produits exceptionnels		
Charges exceptionnelles sur opérations de gestion		
Charges exceptionnelles sur opérations en capital		
Dotations aux amortissements, aux dépréciations et aux provisions		
Total VI : Charges exceptionnelles		
4. RESULTAT EXCEPTIONNEL (V - VI)		
Participation des salariés aux résultats (VII)		
Impôts sur les bénéfices (VIII)	106	27
Total des produits (I + III + V)	1 261 762	1 052 499
Total des charges (II + IV + VI + VII + VIII)	1 191 945	1 000 049
Solde créditeur : Excédent	69 818	52 450

RM

PRÉAMBULE

L'exercice social clos le 31 décembre 2023 a une durée de 12 mois.

L'exercice précédent, clos le 31 décembre 2022, avait une durée de 12 mois.

Le total du bilan de l'exercice avant affectation du résultat est de 465 533 euros.

Le résultat net comptable est un excédent de 69 818 euros.

Les informations communiquées ci-après font partie intégrante des comptes annuels qui ont été établis le 7 mars 2024 par le conseil d'administration de l'association.

PRÉSENTATION ET FAITS MARQUANTS

Présentation de l'association

L'association a pour objet la défense des intérêts des consommateurs et des consommatrices, en particulier dans le secteur des produits alimentaires et dans tous les secteurs qui s'y rattachent directement ou indirectement (communication, santé, énergie, environnement...).

Les missions sociales de l'association consistent à :

- réaliser ou faire réaliser des activités de recherche et d'analyse à caractère scientifique concernant le secteur des produits alimentaires (production, distribution, commercialisation, consommation...);
- former, conseiller et informer les consommateurs et les consommatrices sur toutes pratiques en matière d'alimentation, notamment sur les pratiques de l'industrie agroalimentaire qui nuisent ou sont susceptibles de nuire à leurs droits et à leur santé ;
- promouvoir les droits matériels et moraux des consommateurs et des consommatrices, en particulier le droit de se voir proposer des produits alimentaires de qualité, sans risque pour la santé et le droit de bénéficier d'une information fiable et transparente ;
- représenter les consommateurs et les consommatrices au niveau local, national et international auprès des pouvoirs publics, des institutions européennes, des instances internationales et de toute autorité ou organisme compétent ;
- exercer toute action en justice visant à défendre les intérêts collectifs et individuels des consommateurs et des consommatrices, membres ou non de l'association, devant toutes juridictions nationales, européennes et internationales.

Les moyens que l'association utilise sont les suivants :

- réaliser en toute indépendance des activités de recherche et d'analyse de caractère scientifique ;
- informer le public et former les consommateurs et les consommatrices sur les résultats de ces recherches et enquêtes par le biais de tous supports, notamment écrits ou électroniques ;
- tenir des réunions d'information ;
- tenir des permanences ;
- exercer des activités d'accueil des consommateurs et des consommatrices, d'expertise et de règlement amiable des litiges ;
- organiser des formations, réunions, congrès, conférences, séminaires, colloques... ;

- réaliser et diffuser des publications (résultats des recherches, études, analyses, rapports et comptes rendus des réunions, congrès, conférences, séminaires, colloques... ;
- organiser des manifestations, des événements d'ampleur et des campagnes de sensibilisation ;
- participer à d'autres publications dont les buts sont conformes à ceux de l'association ;
- assurer une représentation effective et permanente des consommateurs et des consommatrices, et réaliser des démarches auprès des pouvoirs publics, institutions européennes et instances internationales compétentes pour solliciter et provoquer des mesures législatives ou réglementaires nécessaires à la défense et à la promotion des droits des consommateurs et des consommatrices ;
- le cas échéant, exercer en justice les droits reconnus à la partie civile relativement aux faits portant un préjudice direct ou indirect à l'intérêt collectif des consommateurs et consommatrices ;
- le cas échéant, demander en justice toute mesure destinée à faire cesser des agissements illicites ou à supprimer dans le contrat ou le type de contrat proposé aux consommateurs et aux consommatrices une clause illicite ;
- le cas échéant, agir devant les juridictions compétentes afin d'obtenir la réparation des préjudices individuels subis par des consommateurs et des consommatrices placés dans une situation identique ou similaire et ayant pour origine commune un manquement d'un même professionnel à ses obligations légales ou contractuelles ;
- de façon plus générale, mettre en oeuvre tous les autres moyens susceptibles de concourir directement ou indirectement à la réalisation de l'objet social.

ÉLÉMENTS SIGNIFICATIFS DE L'EXERCICE

Par arrêté ministériel du 6 janvier 2023, publié au Journal officiel le 18 janvier 2023, l'association foodwatch France a reçu l'agrément pour exercer sur le plan national les droits reconnus aux associations agréées de consommateurs par le code de la consommation.

PRINCIPES, RÈGLES ET MÉTHODES COMPTABLES

Méthode générale

Les comptes annuels ont été élaborés et sont présentés conformément aux principes énoncés par l'Autorité des normes comptables dans le règlement ANC n°2018-06 du 5 décembre 2018 relatif aux modalités d'établissement des comptes annuels des associations et dans le règlement n°2014-03 relatif au plan comptable général.

Les conventions générales comptables ont été appliquées, dans le respect du principe de prudence, conformément aux hypothèses de base :

- continuité de l'exploitation ;
- permanence des méthodes comptables d'un exercice à l'autre ;
- indépendance des exercices.

L'évaluation des éléments de l'actif a été pratiquée par référence à la méthode des coûts historiques.

RM

Seules sont exprimées les informations significatives. Sauf mention contraire, les montants sont exprimés en euros.

Changement de méthode comptable

Aucun changement de méthode comptable n'est intervenu sur l'exercice 2023.

NOTES SUR L'ACTIF

Immobilisations

Actif immobilisé	À l'ouverture	Augmentation	Diminution	À la clôture
Immobilisations incorporelles				
Immobilisations corporelles	28 638 €	2 252 €		30 891 €
Immobilisations financières	7 289 €	253 €		7 542 €
TOTAL	35 927 €	2 505 €		38 432 €

La valeur brute des éléments corporels de l'actif immobilisé correspond à la valeur d'entrée des biens dans le patrimoine de l'association compte tenu des frais nécessaires à la mise en état d'utilisation de ces biens, mais à l'exclusion des frais engagés pour leur acquisition.

Amortissements

Actif immobilisé	À l'ouverture	Augmentation	Diminution	À la clôture
Immobilisations incorporelles				
Immobilisations corporelles	21 198 €	4 226 €		25 424 €
TOTAL	21 198 €	4 226 €		25 424 €

Le matériel de bureau est amorti de façon linéaire sur 3 ans, et le mobilier de façon linéaire sur 10 ans.

RM

État des créances et charges constatées d'avance

État des créances	Montant brut	À un an	À plus d'un an
Créances de l'actif immobilisé	7 481 €	7 481 €	
Créances de l'actif circulant	81 799 €	81 799 €	
Charges constatées d'avance (charges d'exploitation)	8 853 €	8 853 €	
TOTAL	98 133 €	98 133 €	0 €

Les créances sont inscrites au bilan à leur valeur nominale.

État des produits à recevoir

Produits à recevoir	Montant
Participations ou immobilisations financières	
Produits d'exploitation	120 €
Subventions/financements	
Autres produits à recevoir	
TOTAL	

RM

NOTES SUR LE PASSIF

Fonds propres

Variation des fonds propres (article 432-22 du règlement ANC n°2018-06)

	À l'ouverture	Affectation du résultat		Augmentation		Diminution ou consommation		À la clôture
Postes	Montant	Montant	Dont générosité du public	Montant	Dont générosité du public	Montant	Dont générosité du public	Montant
Fonds propres sans droit de reprise								0 €
Fonds propres avec droit de reprise								0 €
Écarts de réévaluation								0 €
Réserves								0 €
Report à nouveau	129 691 €	52 450 €	0 €					182 141 €
Excédent ou déficit de l'exercice	52 450 €	-52 450 €	0 €	69 818 €	0 €			69 818 €
SITUATION NETTE	182 141 €	0 €	0 €	69 818 €	0 €			251 959 €
Fonds propres consommables								
Subventions d'investissement								0 €
Provisions réglementées								0 €
TOTAL	182 141 €	0 €	0 €	69 818 €	0 €	0 €	0 €	251 959 €

État des dettes et des produits constatés d'avance

État des dettes	Montant total	De 0 à 1 an	De 1 à 5 ans	Plus de 5 ans
Établissements de crédit				
Dettes financières diverses				
Fournisseurs	96 270 €	96 270 €		
Dettes fiscales et sociales	113 497 €	113 497 €		
Dettes sur immobilisations				
Autres dettes	3 806 €	3 806 €		
Produits constatés d'avance				
TOTAL	213 573 €	213 573 €	0 €	0 €

Les dettes sont inscrites au bilan à leur valeur nominale.

RM

NOTES SUR LE COMPTE DE RÉSULTAT

Ventilation des ressources provenant de la générosité du public

Les dons constituent une ressource essentielle de l'association, ce qui leur confère un caractère de produits d'exploitation et non un caractère exceptionnel.

Conformément aux consignes de l'administration fiscale, seuls les dons reçus en 2023 sont comptabilisés dans les recettes de l'exercice 2023 et donnent droit à un reçu fiscal au titre de l'année 2023.

Les ressources provenant de la générosité du public sur l'exercice s'élèvent à 964 485 euros et se décomposent de la façon suivante :

Ressources provenant de la générosité du public	2022	2023
Dons manuels	816 886 €	964 485 €
TOTAL	816 886 €	964 485 €

Avantages et des ressources provenant de l'étranger

Version synthétique¹ de l'état séparé des avantages et des ressources provenant de l'étranger pour l'exercice N (article 432-4 du règlement ANC n°2022-04)

État du contributeur	Montant total des avantages et des ressources
Allemagne	82 944 €
Autriche	60 €
Belgique	725 €
Canada	50 €
Etats-Unis	13 721 €
Luxembourg	320 €
Suisse	180 535 €

RM

¹ La version détaillée de l'état séparé des avantages et des ressources provenant de l'étranger que l'association doit établir en application de l'article 21 de la loi n° 2021-1109 du 24 août 2021 est mise à la disposition du public au siège de l'association sur demande écrite par mail à l'adresse info@foodwatch.fr.

AUTRES INFORMATIONS

Rémunération des dirigeants et dirigeantes

Aucun membre du conseil d'administration de l'association n'est rémunéré. Par ailleurs, selon l'article 20 de la loi n° 2006-586 du 23 mai 2006, seules les associations recevant des subventions publiques de plus de 50 000 € doivent publier chaque année les rémunérations des trois plus hauts cadres dirigeants salariés ainsi que leurs avantages en nature.

Honoraires du commissaire aux comptes

Le montant total des honoraires du commissaire aux comptes liés à sa mission de contrôle légal des comptes figurant au compte de résultat de l'exercice s'élève à 3 700 €.

Concours publics et subventions d'exploitation

L'indépendance est l'un des piliers de l'activité de foodwatch, y compris lorsqu'il s'agit de notre financement. Pour garantir cette indépendance, foodwatch refuse toute subvention publique, ou d'entreprises qui pourraient présenter le moindre conflit d'intérêt.

Le montant de 1 500 € à la rubrique "Concours publics et subventions d'exploitation" correspond à l'aide attribuée automatiquement aux employeurs d'apprentis, sans qu'il n'y ait lieu de la demander.

Nature et évaluation des contributions volontaires

Les contributions volontaires en nature sont détaillées au point 6. de l'annexe du CROD et du CER.

RM

COMPTE DE RÉSULTAT PAR ORIGINE ET DESTINATION (CROD)

A - PRODUITS ET CHARGES PAR ORIGINE ET DESTINATION		Exercice N (31/12/2023)		N-1 (31/12/2022)	
		TOTAL	Dont générosité du public	TOTAL	Dont générosité du public
PRODUITS PAR ORIGINE	1 - PRODUITS LIES A LA GENEROSITE DU PUBLIC				
	1.1 Cotisations sans contrepartie	150 €	150 €	150 €	150 €
	1.2 Dons, legs et mécénat				
	- Dons manuels	964 485 €	964 485 €	816 886 €	816 886 €
	- Legs, donations et assurances-vie				
	- Mécénat				
	1.3 Autres produits liés à la générosité du public				
	2 - PRODUITS NON LIES A LA GENEROSITE DU PUBLIC				
	2.1 Cotisations avec contrepartie				
	2.2 Parrainage des entreprises				
CHARGES PAR DESTINATION	2.3 Contributions financières sans contrepartie	265 684 €		218 684 €	
	2.4 Autres produits non liés à la générosité du public	31 443 €		16 779 €	
	3 - SUBVENTIONS ET AUTRES CONCOURS PUBLICS				
	4 - REPRISES SUR PROVISIONS ET DEPRECIATIONS				
	5 - UTILISATIONS DES FONDS DEDIES ANTERIEURS				
	TOTAL	1 261 762 €	964 635 €	1 052 499 €	817 036 €
	1 - MISSIONS SOCIALES				
	1.1 Réalisées en France				
	- Actions réalisées par l'organisme	790 221 €	790 221 €	691 551 €	691 551 €
	- Versements à un organisme central ou à d'autres organismes agissant en France				
	1.2 Réalisées à l'étranger				
	- Actions réalisées par l'organisme				
	- Versements à un organisme central ou à d'autres organismes agissant à l'étranger				
	2 - FRAIS DE RECHERCHE DE FONDS				
	2.1 Frais d'appel à la générosité du public	280 923 €	174 415 €	208 708 €	125 485 €
	2.2 Frais de recherche d'autres ressources				
	3 - FRAIS DE FONCTIONNEMENT	116 469 €		95 395 €	
	4 - DOTATIONS AUX PROVISIONS ET DEPRECIATIONS	4 226 €		4 367 €	
	5 - IMPÔT SUR LES BENEFICES	106 €		27 €	
	6 - REPORTS EN FONDS DEDIES DE L'EXERCICE				
	TOTAL	1 191 945 €	964 635 €	1 000 049 €	817 036 €
	EXCEDENT OU DEFICIT	69 818 €	0 €	52 450 €	0 €

B - CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES EN NATURE		Exercice N (31/12/2023)		N-1 (31/12/2022)	
		TOTAL	Dont générosité du public	TOTAL	Dont générosité du public
PRODUITS PAR ORIGINE	1 - CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES LIEES A LA GENEROSITE DU PUBLIC				
	Bénévolat				
	Prestations en nature				
	Dons en nature				
	2 - CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES NON LIEES A LA GENEROSITE DU PUBLIC	13 721 €		23 371 €	
CHARGES PAR DEST.	3 - CONCOURS PUBLICS EN NATURE				
	Prestations en nature				
	Dons en nature				
	TOTAL	13 721 €		23 371 €	
	1 - CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES AUX MISSIONS SOCIALES				
	Réalisées en France	13 721 €		23 371 €	
	Réalisées à l'étranger				
	2 - CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES A LA RECHERCHE DE FONDS				
	3 - CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES AU FONCTIONNEMENT				
	TOTAL	13 721 €		23 371 €	

R7M

COMPTE D'EMPLOI ANNUEL DES RESSOURCES COLLECTÉES AUPRÈS DU PUBLIC

EMPLOIS PAR DESTINATION	EXERCICE N	EXERCICE N-1	RESSOURCES PAR ORIGINE	EXERCICE N	EXERCICE N-1
EMPLOIS DE L'EXERCICE			RESSOURCES DE L'EXERCICE		
1 – MISSIONS SOCIALES			1 – RESSOURCES LIEES A LA GENEROSITE DU PUBLIC		
1.1 Réalisées en France			1.1 Cotisations sans contrepartie	150 €	150 €
- Actions réalisées par l'organisme	790 221 €	691 551 €	1.2 Dons, legs et mécénats		
- Versements à un organisme central ou d'autres organismes agissant en France			- Dons manuels	964 485 €	816 886 €
1.2 Réalisées à l'étranger			- Legs, donations et assurances-vie		
- Actions réalisées par l'organisme			- Mécénats		
- Versements à un organisme central ou d'autres organismes agissant à l'étranger			1.3 Autres ressources liées à la générosité du public		
2 – FRAIS DE RECHERCHE DE FONDS					
2.1 Frais d'appel à la générosité du public	174 415 €	125 485 €			
2.2 Frais de recherche d'autres ressources					
3 – FRAIS DE FONCTIONNEMENT	0 €	0 €			
TOTAL DES EMPLOIS	964 635 €	817 036 €	TOTAL DES RESSOURCES	964 635 €	817 036 €
4 - DOTATIONS AUX PROVISIONS ET DEPRECIATIONS	0 €	0 €	2 - REPRISES SUR PROVISIONS ET DEPRECIATIONS		
5 - REPORTS EN FONDS DEDIES DE L'EXERCICE			3 - UTILISATIONS DES FONDS DEDIES ANTERIEURS		
EXCEDENT DE LA GENEROSITE DU PUBLIC DE L'EXERCICE			DEFICIT DE LA GENEROSITE DU PUBLIC DE L'EXERCICE		
TOTAL	964 635 €	817 036 €	TOTAL	964 635 €	817 036 €
			RESSOURCES REPORTEES LIEES A LA GENEROSITE DU PUBLIC EN DEBUT D'EXERCICE (HORS FONDS DEDIES)		
			(+) Excédent ou (-) insuffisance de la générosité du public		
			(-) Investissements et (+) désinvestissements nets liés à la générosité du public de l'exercice		
			RESSOURCES REPORTEES LIEES A LA GENEROSITE DU PUBLIC EN FIN D'EXERCICE (HORS FONDS DEDIES)		
CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES EN NATURE	EXERCICE N	EXERCICE N-1		EXERCICE N	EXERCICE N-1
EMPLOIS DE L'EXERCICE			RESSOURCES DE L'EXERCICE		
1 - CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES AUX MISSIONS SOCIALES			1 - CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES LIEES A LA GENEROSITE DU PUBLIC		
Réalisées en France			Bénévolat		
Réalisées à l'étranger			Prestations en nature		
2 - CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES A LA RECHERCHE DE FONDS			Dons en nature		
3 - CONTRIBUTIONS VOLONTAIRES AU FONCTIONNEMENT					
TOTAL			TOTAL		

ANNEXE DU CROD ET DU CER

1. Présentation du CROD et du CER

Le compte de résultat par origine et destination est établi conformément à l'article 432-2 du règlement ANC n°2018-06 du 5 décembre 2018 relatif aux comptes annuels des personnes morales de droit privé à but non lucratif.

Le compte d'emploi des ressources (CER) est une présentation adaptée du compte de résultat, destinée à mettre en perspective les dons collectés et les coûts des moyens mis en œuvre. Il ne saurait être confondu avec le compte de résultat, qui comptabilise les charges et les produits (par nature) de l'ensemble des activités de l'association.

Le CER est obligatoire pour les associations faisant appel à la générosité du public afin d'assurer la transparence financière, notamment vis-à-vis des donateurs et des donatrices. Il a été élaboré conformément à la loi n°91-772 du 7 août 1991 et au règlement ANC n°2018-06.

2. Méthode d'élaboration

Le CROD est constitué de deux colonnes contenant des informations chiffrées :

- les chiffres concernant les emplois et les ressources présentés dans la colonne « TOTAL » correspondent aux charges et aux produits du compte de résultat au 31 décembre 2023 ;
- les chiffres indiqués dans la colonne « *Dont générosité du public* » font ressortir spécifiquement les opérations liées à la générosité du public.

Le CER correspond à la colonne « Dont générosité du public » du CROD et il est constitué de deux parties :

- la partie droite présente les chiffres concernant les ressources collectées auprès du public (« *ressources par origine* ») ;
- la partie gauche présente les chiffres concernant les emplois effectués avec les ressources collectées auprès du public (« *emplois par destination* »).

Les charges et produits du compte de résultat sont affectés analytiquement à des catégories définies par foodwatch selon leur origine et leur utilisation. Ces catégories sont ensuite affectées aux différentes rubriques du CROD et du CER soit de façon :

- directe : affectable à 100% à une catégorie ;
- non directe : affectable en fonction de clés explicitées ci-après.

3. Ressources

3.1. Ressources liées à la générosité du public (§ 1)

Ces ressources sont définies comme suit par foodwatch France :

- cotisations des membres sans contrepartie - § 1.1
- dons manuels non affectés - § 1.2

RM

3.2. Ressources non liées à la générosité du public (§ 2)

Ces ressources sont définies comme suit par foodwatch France :

- contributions financières sans contrepartie - § 2.3 - qui correspondent aux fonds versés par d'autres associations ou fondations sous forme de mécénat, partenariats, ou tout autre concours, et en particulier par foodwatch Allemagne ;
- autres produits non liés à la générosité du public - § 2.4 - qui comprennent les produits divers, les remboursements de charges, les produits financiers non issus de la générosité du public et les produits exceptionnels.

Nous rappelons que foodwatch France est une association indépendante et refuse pour cela toute subvention d'entreprises qui pourraient présenter un conflit d'intérêt.

4. Emplois

4.1. Missions sociales (§1)

foodwatch France a pour objet la défense des intérêts des consommateurs et des consommatrices, en particulier dans le secteur des produits alimentaires et dans tous les secteurs qui s'y rattachent directement ou indirectement (communication, santé, énergie, environnement...)

Missions sociales réalisées en France / actions réalisées par l'organisme (§ 1.1)

Ce poste inclut :

- des coûts directs :
 - frais liés à l'élaboration et à la mise en œuvre des campagnes (enquêtes, documentation, actions de mobilisation, rendez-vous de plaidoyer avec des décideurs et décideuses industriel·les et politiques, actions en justice, etc.) ;
 - frais liés aux travaux de communication en lien avec nos campagnes (publications, conférences de presse, suivi des médias, etc.) ;
 - frais liés à nos communications sur les supports dématérialisés (site internet, réseaux sociaux...).
- des coûts indirects et donc une quote-part :
 - des frais de la direction générale (les frais de la direction générale sont répartis sur les différentes rubriques d'emploi du CER en fonction du temps dédié) ;
 - des frais liés à la sensibilisation sur nos campagnes par téléphone (au prorata du temps dédié sur les missions sociales) ;
 - des frais des services généraux de l'association (service administratif et financier et charges de bureau) (au prorata du temps dédié des personnes employées sur les missions sociales) ;
 - des frais du service dons (au prorata du temps dédié des personnes employées sur les missions sociales).

4.2. Frais de recherche de fonds (§2)

foodwatch France a des frais d'appel à la générosité du public (§ 2.1) afin de garantir son indépendance. Ce poste comprend :

- des coûts indirects et donc une quote-part :

- des frais de la direction générale (les frais de la direction générale sont répartis sur les différentes rubriques d'emploi du CER en fonction du temps dédié) ;
- des frais liés au télémarketing (au prorata du temps dédié) ;
- des frais des services généraux de l'association (service financier et charges de bureau) (au prorata du temps dédié des personnes employées sur les campagnes de télémarketing et le suivi des donateurs et donatrices) ;
- des frais du service dons (au prorata du temps dédié des personnes employées sur les campagnes de télémarketing et le suivi des donateurs et donatrices).

4.3. Frais de fonctionnement (§ 3)

Ce poste comprend :

- des coûts directs :
 - frais liés aux membres du conseil d'administration de foodwatch, autres que des rémunérations puisque leurs fonctions sont bénévoles ;
 - frais de provision comptable sur congés payés.
- des coûts indirects et donc une quote-part :
 - des frais de la direction générale (les frais de la direction générale sont répartis sur les différentes rubriques d'emploi du CER en fonction du temps dédié) ;
 - des frais des services généraux de l'association (service financier et charges de bureau) (au prorata du temps dédié des personnes employées sur le fonctionnement général de l'association).

5. Principe d'affectation par emploi des ressources collectées auprès du public

Les ressources collectées auprès du public dans l'année sont affectées aux emplois selon l'ordre de priorité suivant :

1. Missions sociales réalisées en France
2. Frais d'appel à la générosité du public (afin de garantir l'indépendance financière de foodwatch France)
3. Frais de fonctionnement

En cas d'insuffisance des ressources de l'exercice, les ressources non utilisées des exercices antérieurs seront affectées aux emplois de l'exercice selon le même ordre de priorité.

6. Évaluation des contributions volontaires en nature

Les contributions volontaires en nature correspondent à une prestation de service fourni gratuitement pour améliorer le référencement de notre site sur internet. Le montant exact de la prestation nous est indiqué par le prestataire.

Cette prestation est directement affectable en missions sociales, dont le site internet est le support central (signatures de pétitions, contenus des campagnes, abonnements à la newsletter, etc.).

RM