

2020

RAPPORT ANNUEL



RAPPORT ANNUEL 2020 FOODWATCH FRANCE

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

Rapport annuel 2020

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

Conseil d'administration : Loïc Cadin (président), Joëlle Le Vourc'h (trésorière), Anne-Marie Schmit (secrétaire),
Thilo Bode (membre fondateur)

Directrice de la publication : Karine Jacquemart

Ont collaboré à cette publication : Guillaume Bœuf, Camille Dorioz, Ingrid Kragl

Crédits : Soulcie (dessins), picture alliance/Uwe Zucchi/dpa, istockphoto

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

EDITO

Cette année 2020 chahutée par le coronavirus a plus que jamais mis en lumière l'importance d'une alimentation saine pour notre santé et une plus forte résilience. Pour cela, il faut commencer par résister à la pression des lobbies privés et dénoncer les abus de l'industrie agroalimentaire pour faire changer les choses.

Ces objectifs continuent de nous unir. Nous sommes de plus en plus nombreux, et notre voix, en tant que **contre-pouvoir citoyen**, compte de plus en plus. Fin 2020, vous étiez près de 300 000 à suivre nos actions et à y participer. Ensemble, nous enquêtons, nous pointons du doigt les pratiques qui vont à l'encontre des droits des citoyens et de leur santé, nous nommons les responsables, nous militons et nous dialoguons pour plus de transparence et une alimentation saine pour toutes et tous.

En 2020, nous nous sommes mobilisés en particulier pour :

Enquêter et agir contre les lobbies. Du lobby des pesticides qui cherchait à profiter de la crise, totalement décomplexé - voir les courriers accablants de Bayer & Co. que nous avons révélés - au lobby des charcutiers qui tente de faire barrage à notre pétition réclamant l'interdiction des nitrites ajoutés qui favorisent l'apparition de cancers pourtant évitables, nous poursuivons le combat de David contre Goliath pour défendre l'intérêt général.

Exiger l'interdiction de substances potentiellement dangereuses pour la santé dans notre alimentation.

Une proposition de loi sur la table suite à notre pétition pour faire interdire les additifs à base de nitrites, un engagement de la Commission européenne suite à notre campagne pour mettre fin à la production et l'export de pesticides dangereux en Europe, une nouvelle réglementation européenne qui met en place un seuil de MOAH dans les laits infantiles suite à nos tests de produits et actions pour lutter contre la contamination des laits infantiles par ces dérivés d'hydrocarbures... Les batailles sont rudes et parfois longues, mais 2020 a encore montré qu'avec de la persévérance on peut changer les choses.

Débusquer les arnaques sur l'étiquette. Cette année encore, notre équipe et notre communauté de foodwatchers ont déniché des exemples flagrants d'emballages qui induisent en erreur : arnaques au prix, produits « pleins de vide », calendrier du vent. Les marques, les distributeurs et les autorités entendent notre message haut et fort : ça suffit, nous voulons de la transparence.

Se mobiliser contre les accords de commerce. Du CETA avec le Canada au MERCOSUR avec l'Amérique latine, foodwatch alerte et alerte encore sur les dangers de ces accords anti-démocratiques.

Nous nous battons pour toutes et tous car, même pour les plus avertis, il est impossible de pouvoir faire des choix totalement éclairés sur son alimentation, dans la jungle de la désinformation actuelle et face à des contaminants et des fraudes invisibles à l'œil nu.



Nous nous battons avec vous. A travers votre soutien, votre mobilisation, vos messages, nous vous savons à nos côtés. Cela décuple notre détermination et garantit notre indépendance.

Vous pouvez compter sur nous. Ensemble, continuons !

Karine Jacquemart,
directrice générale
foodwatch France

QUI EST FOODWATCH ?

QUI EST FOODWATCH ?

Fondée en 2002 en Allemagne par Thilo Bode en réaction au scandale de la vache folle, foodwatch est également aux Pays-Bas depuis 2009, en France depuis 2013, à Bruxelles, et en Autriche depuis fin 2020. foodwatch est une ONG indépendante européenne. En France, c'est une association Loi 1901.



L'équipe de foodwatch France (de gauche à droite) : Camille (campagnes), Ingrid (information), Guillaume (digital), Quentin (administratif et finances), Karine (direction) et Davila (dons et base de données)

MISSION

foodwatch défend les droits des citoyens et citoyennes à plus de transparence dans le secteur alimentaire et à l'accès à une alimentation saine.

A travers ses actions de lanceur d'alerte et de mobilisation, foodwatch fait la lumière sur les pratiques de l'industrie alimentaire afin qu'elles changent

et que les autorités publiques fassent véritablement respecter nos droits.

Face à l'opacité du marché alimentaire en France et en Europe, nous menons des enquêtes pour révéler des informations et scandales au grand jour. Face à l'impunité, nous nommons et exposons les responsables pour qu'ils rendent des comptes. foodwatch développe ainsi un véritable contre-pouvoir citoyen face aux lobbies de l'industrie agroalimentaire et crée un espace de débat public, là où il est trop souvent confisqué.

Nos activités couvrent des thèmes variés liés à notre alimentation : scandales et fraudes alimentaires, transparence sur l'étiquetage et emballages trompeurs, impact de notre alimentation sur la santé, menaces des accords de libre-échange, etc.

PARTENAIRES

foodwatch travaille en étroite collaboration avec des experts (scientifiques, juristes, etc.) et des partenaires-clés sur plusieurs campagnes, par exemple : le Réseau Environnement Santé (RES) présidé par André Cicollela, toxicologue, sur la contamination des aliments, Générations futures sur les pesticides, Agir pour l'Environnement sur l'additif E171, Bloom sur les poissons, le collectif Stop Tafta/CETA et l'Institut Veblen sur les accords de commerce, et bien sûr l'application Yuka et la Ligue contre le cancer avec qui nous avons initié une pétition contre les nitrates ajoutés à notre alimentation.

FINANCEMENT DE FOODWATCH – 100% INDEPENDANT

L'indépendance est l'un des piliers 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.

C'est grâce au soutien de nos donateurs et donatrices, citoyens et citoyennes acteurs du changement que nous pouvons mener nos enquêtes, travailler avec des avocats et autres experts, faire des tests en laboratoires, publier dossiers et révélations et tout simplement mener les combats nécessaires pour protéger notre alimentation.

Merci. Plus nous sommes nombreux, plus notre voix en tant que contre-pouvoir citoyen a du poids.



I Davila, chargée base de données et relation donateurs-trices

marketing

réalité

ARNAQUES SUR L'ÉTIQUETTE



Le problème

Crise sanitaire ou pas, l'imagination de certains industriels est restée débordante en 2020 quand il s'est agi d'induire en erreur le consommateur pour gonfler leurs marges. En plus des centaines de produits que vous nous envoyez au cours de l'année, nous avons épinglé des distributeurs qui vendent les formats familiaux ou Maxi plus cher que les formats standards, des marques qui surdimensionnent sans raison apparente des produits qui finissent donc « pleins de vide » et bien sûr une sélection spéciale Noël dans notre calendrier du vent, avec par exemple une confiture Monoprix 10 fois plus chère juste à cause

de sa mention « pour foie gras » ou une soupe Liebig « courgette et chèvre » avec 0,1% de chèvre en poudre...

Sur les emballages, ces pratiques abusives ne sont pas l'exception. Et pourquoi s'en priver, puisque ce n'est pas sanctionné ? La législation n'est pas appliquée de manière assez stricte. Résultat : les rayons des supermarchés regorgent d'arnaques sur les étiquettes et vous êtes de plus en plus nombreux à nous alerter sur ce sujet.

Face à ce genre d'abus, en tant que contre-pouvoir citoyen, nous sommes votre porte-voix.

Ensemble, nous agissons

Voilà près de sept ans déjà que foodwatch France traque et dénonce les arnaques sur les étiquettes, avec le soutien de dizaines de milliers de personnes. Aujourd'hui, les acteurs de l'industrie agroalimentaire savent que notre communauté les observe attentivement à travers tout le territoire, à tous les étages des rayons des supermarchés. Et le sujet n'est plus restreint à notre bulle de *foodwatchers* - les médias s'en emparent et nos demandes trouvent de plus en plus d'écho ! Avec nos campagnes et la publication de « jeudi arnaques » sur les réseaux sociaux, la pression citoyenne augmente sur les fabricants et distributeurs, car ils sont tous deux responsables.



#MaxiFormatMaxiPrix

Arnaque sur l'étiquette



Dans la campagne Maxi-format Maxi-Prix, notre cible était les distributeurs qui profitent d'un biais (qu'ils ont créé) dans l'inconscient collectif selon lequel « acheter en grand format est moins cher qu'en petit format ». En pleine première vague du COVID - alors que beaucoup de gens achetaient justement en gros pour éviter de venir trop souvent au supermarché - il était temps de dénoncer cette pratique. Les distributeurs ont réagi à leur façon : changement de prix en catimini ou suppression de la référence chez Auchan, Carrefour et E. Leclerc... pendant que Super U et Cora tentaient de nous endormir avec des explications pseudo-techniques. Finalement, seuls Intermarché, Casino et Monoprix se sont engagés à supprimer cette arnaque sur l'étiquette de leurs rayons. Notre dossier Plein de vide de la rentrée a, lui, ciblé les fabricants qui n'hésitent pas à surdimensionner les emballages de leurs produits sans raison évidente. Cela leur permet d'avoir un maximum d'espace pour le marketing tout en induisant en erreur le consommateur sur la véritable quantité de produit acheté. Une campagne coup de poing face à un scandale à la fois économique, éthique et environnemental de gaspillage d'emballage. Si 7 marques pointées du doigt se sont rapidement engagées à remédier à ces abus, cette campagne ne s'arrêtera pas là. De très nombreux produits nous parviennent encore avec des

packagings dont la démesure semble injustifiable. L'année s'est achevée avec notre Calendrier du vent 2020 : un condensé de 24 arnaques sur l'étiquette à découvrir chaque jour pendant le mois de décembre jusqu'à Noël. Comme l'année précédente, son succès a obligé 6 marques à modifier les étiquettes de leurs produits.

Un cru 2020 réussi, puisque certaines marques ont changé leurs pratiques et que toutes les autres savent qu'on les observe et qu'on peut dénoncer leurs abus à tout moment dans l'année. Et par-dessus tout, les responsables politiques ont compris qu'ils allaient devoir agir pour ce que nous voulons tous : plus de transparence.

Pourquoi il faut continuer

Faire reconnaître le manque de transparence par les responsables politiques, c'est déjà un premier

pas. Mais le chemin est encore long pour obtenir les changements attendus dans la réglementation, et surtout faire appliquer plus strictement les règles existantes.

Du côté des industriels, certains font toujours la sourde oreille. Comme Vahiné, dont le produit gousse de vanille en poudre sucré contient à peine 30% de véritable vanille, les près de 3/4 restants sont des gousses épuisées et du sucre. La marque a tenté de justifier cette arnaque

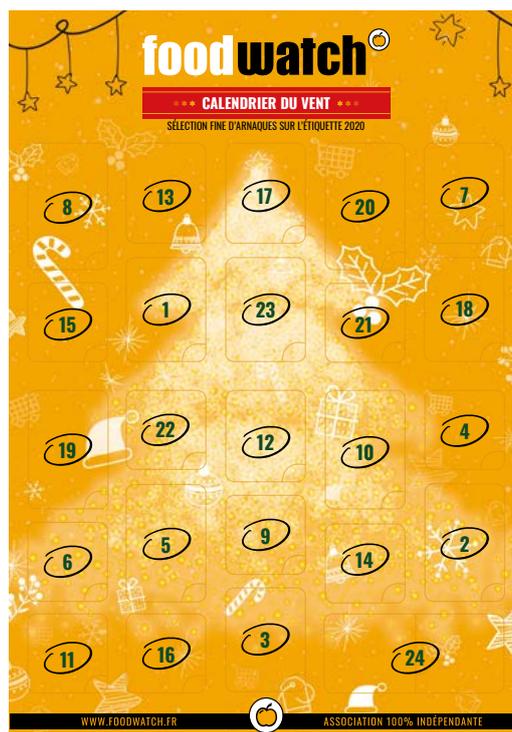
sur l'étiquette sans vouloir changer ni le produit ni la recette.

Les actions de foodwatch et la mobilisation citoyenne sont plus que jamais nécessaires pour pousser les fabricants et distributeurs à être plus honnêtes, aboutir à des réglementations plus protectrices et à des sanctions pour obtenir plus de transparence.

La campagne Arnaques sur l'étiquette n'est pas une simple bagarre sur le marketing. Elle défend le droit de toutes et tous à savoir ce qu'il y a dans nos assiettes.

NOTRE IMPACT EN 2020

17 fabricants épinglés par foodwatch ont réalisé - ou prévu - un changement sur leurs produits.





SCANDALES ALIMENTAIRES



Le problème

Sept ans après [l'affaire Spanghero](#), les consommateurs-trices ne sont

toujours pas suffisamment protégés contre les fraudes et scandales alimentaires. Contrôles insuffisants, traçabilité défailante et manque total de transparence : les produits potentiellement dangereux ou frauduleux ne sont souvent identifiés qu'une fois vendus et consommés. Et la plupart du temps, impossible pour les citoyens de connaître les détails.

Ensemble, nous agissons

foodwatch interpelle les fabricants mais aussi les autorités. Par nos actions, pétitions, courriers et rendez-vous, nous les poussons à être de plus en plus transparents mais nous sommes encore loin du compte.

En 2020, nous avons mené l'enquête et demandé des comptes aux autorités de contrôle particulièrement sur deux dossiers :

• **Transparence : des exceptions de changement de recettes dans le contexte coronavirus**

Le coronavirus et les perturbations dans les chaînes d'approvisionnement ont permis aux fabricants agroalimentaires de [déroger aux règles](#). Ils se sont donc mis à changer leurs recettes, l'origine de leurs ingrédients mais sans le renseigner sur les étiquettes ! Une situation totalement opaque pour

les consommateurs et révélée par foodwatch. Nous avons même poussé la Répression des fraudes à publier la liste des marques qui se permettaient ces pas de côté tolérés par les autorités en cette période de crise. On a découvert que des distributeurs prétendant favoriser les filières françaises se fournissaient en réalité en Espagne, en Allemagne, en Italie ; que des œufs soi-disant plein air étaient remplacés par des œufs de batterie, etc.

• **Graines de sésame contaminées**

Nous avons aussi dénoncé publiquement en novembre [le scandale des graines de sésame contaminées](#) à l'oxyde d'éthylène, une substance toxique et interdite en Europe puisqu'elle est mutagène, cancérigène et toxique pour la reproduction. On retrouve ces minuscules graines absolument partout. L'affaire est mondiale. Plus de 4 000 produits rappelés en France à l'heure où nous publions ces lignes (biscottes, pain, tahini, magret de canard, etc.), parfois retirés des rayons en catimini et une liste qui ne cesse de s'allonger de jour en jour sans que les fabricants qui commercialisent des produits non-conformes ne soient inquiétés ou sanctionnés. foodwatch continue de mener l'enquête.

LE CHIFFRE

Moins 33% d'inspections sur la sécurité sanitaire des aliments entre 2012 et 2019.

Source : rapports annuel de la DGAL (Direction générale de l'alimentation, ministère de l'Agriculture)

Pourquoi il faut continuer

Il faut briser le cercle infernal qui permet aux

scandales alimentaires de s'enchaîner avec un schéma quasi immuable : opacité pour les consommateurs, manque de traçabilité et sous-effectifs criants au sein des organes de contrôle.

Nous ne lâcherons rien parce que les problèmes sont récurrents et nous ne sommes plus seuls à les pointer du doigt. Ainsi, en 2019, un nouveau rapport de la Cour des comptes consacrait un chapitre entier au contrôle de la sécurité sanitaire de l'alimentation et confirmait ce que foodwatch dénonce, mais aussi propose, scandale après scandale : « Des insuffisances subsistent à toutes les étapes de la chaîne de contrôle de la sécurité sanitaire de l'alimentation, depuis les autocontrôles réalisés par les entreprises jusqu'à la publication des résultats des inspections ».

A chaque nouveau scandale, nous découvrons les informations au compte-goutte. Nous réalisons alors que nous avons souvent déjà consommé ces produits.

Fin 2020, nous avons mis la dernière main à la rédaction d'une énorme enquête sur les fraudes alimentaires : « Manger du faux pour de vrai » publiée aux éditions Robert Laffont.





ALIMENTATION ET SANTÉ



Le marketing de la malbouffe : le va-tout des industriels

Le problème

En France, 1 enfant sur 6 est en surpoids ou obèse. Résultat : cela touche un adulte sur deux et devient un facteur aggravant de risques pour la santé. Pendant ce temps, la surcharge pondérale représente un coût social de plusieurs dizaines de milliards d'euros par an. Les faits sont là, mais les responsabilités sont passées sous silence. Pourtant, soyons clairs : fabricants et distributeurs de la malbouffe jouent un rôle majeur dans cette situation. D'abord, parce qu'ils vendent des produits trop gras, trop sucrés, trop salés. Ensuite, parce qu'ils les font passer pour plus sains et plus attractifs qu'ils ne le sont réellement. Pour cela, ils utilisent deux stratégies particulièrement préoccupantes : la désinformation sur les emballages et les publicités et pratiques marketing qui ciblent les enfants, public vulnérable.

Ensemble, nous agissons

• Détournement d'image

Certaines marques n'ont aucune limite pour maquiller la vraie nature de leurs produits et il est

temps de leur dire stop. Ainsi, quand on a vu une publicité où Daddy affirmait sans sourciller que « le sucre est une plante », le tout en plein débat sur la ré autorisation de l'utilisation des néonicotinoïdes - insecticides « tueurs d'abeilles » - pour la production de betteraves à sucre... Nous n'avons pas pu nous empêcher de [détourner leurs visuels à la sauce foodwatch](#) et de lancer une action pour mettre fin à cette publicité.

• Marketing qui cible les enfants :

Santé publique France, Convention citoyenne et poids des lobbies

Nous militons depuis plus de trois ans pour que l'interdiction de la publicité et du marketing qui ciblent les enfants pour les produits trop sucrés, trop gras, trop salés à la télé comme sur internet soit inscrite dans une loi. Après un blocage par la majorité dans la loi de 2018 sur l'agriculture et

NUTRI-SCORE



Daddy vous rappelle que le sucre est une plante.

Fait-il donc partie des 5 fruits et légumes quotidiens ?!

#DaddyPasCool

Daddy, bien sucre !

POUR VOTRE SANTÉ, MANGEZ AU MOINS CINQ FRUITS ET LÉGUMES PAR JOUR - WWW.MANGERBOUGER.FR

foodwatch®

l'alimentation, la réforme de l'audiovisuel devait être en 2020 le meilleur moyen d'y arriver. La crise Covid-19 a malheureusement remis cette réforme, mais bonne nouvelle : cette mesure fait partie des 150 propositions que la Convention citoyenne pour le climat a mises sur la table en juin 2020. De plus, un nouveau rapport de Santé publique France a entériné le verdict de tous les experts : les engagements volontaires des entreprises ne suffisent pas, il faut protéger les enfants par une loi.

Pourquoi il faut continuer

Alors, c'est gagné ? Ce serait sans compter sur le lobby de la malbouffe : foodwatch a révélé publiquement fin 2020 [une lettre de l'ANIA](#), qui représente les industries alimentaires, adressée à quatre ministres pour insister sur l'inutilité d'encadrer davantage le marketing qui cible les enfants pour leurs produits, même ceux trop sucrés, trop gras, trop salés.

Finalement, le gouvernement semble aller vers un énième désistement, préférant encore une fois croire dans les promesses des industriels plutôt que dans les études sérieuses (Organisation mondiale de la santé, Cour des comptes, Santé publique France, etc.). Mais nous ne lâcherons pas.

Sur la question des apports nutritionnels de notre alimentation, rappelons aussi que la bataille continue avec le Nutri-score. En effet, ce logo nutritionnel qui permet de comparer d'un coup



d'œil la qualité nutritionnelle des produits dans une même gamme doit absolument être rendu obligatoire dans toute l'Europe, et pas seulement demeurer volontaire comme c'est le cas aujourd'hui. Nous allons donc continuer à pousser ce sujet au niveau européen.

Contaminants, additifs : substances potentiellement dangereuses dans nos assiettes

Le problème

Glyphosate et autres résidus de pesticides dans nos fruits et légumes, dérivés d'hydrocarbures (huiles minérales) dans les laits en poudre pour bébés, additifs controversés : beaucoup d'intrus s'invitent dans nos assiettes, alors qu'ils n'ont rien à y faire et sont potentiellement dangereux pour la santé.

Ensemble, nous agissons

• Additifs controversés : Vers la fin des nitrites ajoutés.

Un an après le lancement fin 2019 de notre pétition - avec Yuka et la Ligue contre le cancer - et plus de 330 000 signatures, nous avons remporté une première bataille : l'interdiction des nitrites ajoutés dans l'alimentation fait l'objet d'une proposition de loi. Cette avancée politique fait suite à notre campagne



et à une mission parlementaire qui a auditionné des dizaines d'acteurs, dont foodwatch et a conclu à la nécessité de mettre fin aux nitrites et nitrates ajoutés dans la charcuterie, à cause de risques de cancer évitables. En attendant, les industriels de la charcuterie jouent un double jeu : tandis qu'ils vendent une partie de leurs produits sans nitrite à prix d'or et à grand renfort de communication, ils se cachent derrière leur fédération pour mettre en demeure Yuka et attaquer notre pétition dans une tentative désespérée d'empêcher l'interdiction de ces additifs.

• Dérivés d'hydrocarbures :

Après avoir révélé avec nos tests de produits la contamination de laits en poudre pour bébés de Danone et Nestlé par des huiles minérales appelées MOAH - des dérivés de pétrole reconnus cancérigènes, mutagènes et perturbateurs endocriniens, nous avons saisi pas moins de 109 préfets en France et mis la pression sur les décideurs

politiques. Victoire ! La Commission européenne a fixé pour la première fois un seuil de contamination pour les laits infantiles, à 1mg/kg : au-dessus de ce seuil, ces produits ne peuvent plus être vendus.

• Pesticides : Stop au boomerang empoisonné.

foodwatch a dénoncé en avril le scandale du « double standard » sur les pesticides : les pesticides dangereux pour la santé et l'environnement dont l'utilisation est interdite dans l'UE peuvent toujours être produits dans les pays européens et exportés vers d'autres pays. Les résidus de ces pesticides reviennent ensuite dans nos assiettes via les importations de fruits et légumes qui ont été traités avec ces substances toxiques. Après des mois de pression, la Commission européenne s'est enfin engagée à y mettre fin.

Pourquoi il faut continuer

Avoir des substances potentiellement dangereuses pour la santé dans nos assiettes n'est pas une fatalité. C'est aux autorités publiques de mettre en place des règles pour protéger la santé de tous.

Les débats avancent, mais seulement quand on maintient la pression. Sur les nitrites, la proposition de loi doit être débattue fin 2021. Les industriels de la charcuterie essaient d'allumer des contrefeux pour éviter une interdiction de ces additifs controversés. Nous les tenons à l'œil et allons continuer à dénoncer leur double-jeu intolérable.

Sur les huiles minérales, avoir obtenu une réglementation européenne forte contre la contamination des laits infantiles est une vraie victoire ! Mais nous voulons que tous les produits alimentaires soient protégés de ces substances dangereuses pour la santé invisibles à l'œil nu.

Quant aux pesticides, la route est encore longue et parmi les débats à venir : les Etats européens devront décider d'ici 2022 de renouveler l'autorisation du glyphosate en Europe ou non. Ils avaient décidé fin 2017, après des débats houleux, de renouveler cette substance controversée de Monsanto pour 5 ans. Tout reste donc à faire.





LOBBIES ET MULTINATIONALES



Conflits d'intérêt

Le problème

Nous dénonçons depuis 2019 l'utilisation de sponsors privés par la présidence tournante du Conseil de l'Union européenne.

Ensemble, nous agissons

Saisie par une plainte de foodwatch, la médiatrice de l'Union Européenne, Emily O'Reilly, a conclu que « l'utilisation du parrainage par la Présidence comporte des risques d'atteinte à la réputation que le Conseil devrait aborder » et recommande des directives claires. foodwatch surveille, dénonce la présidence portugaise début 2021 qui continue à avoir recours à des parrainages et demande à la France de s'engager, alors que notre pays va présider l'UE de janvier à juin 2022.

Accords de libre-échange antidémocratiques

Le problème

L'Union européenne – Etats membres et Commission - continue sa fuite en avant en multipliant les accords de libre-échange, CETA (avec le Canada) et MERCOSUR (avec le Brésil, l'Argentine, l'Uruguay et le Paraguay) en tête...

Pourtant, ils présentent des dangers pour les droits sociaux et la protection des consommateurs, l'environnement, et même nos principes démocratiques. Ces accords dits « de nouvelle

génération » considèrent à peu près tout comme des barrières au commerce à supprimer ou à contourner, y compris les règles sur les pesticides, les OGM, etc.

Ensemble, nous agissons

foodwatch documente et alerte en Europe pour bloquer ces accords : rapports, débats au Parlement européen et en France, révélations dans les médias, mobilisation.

Pourquoi il faut continuer

Le CETA peut encore être bloqué en France. Il doit être soumis au vote du Sénat et revenir devant l'Assemblée nationale si celui-ci s'oppose.

Quant au MERCOSUR qui menace particulièrement les forêts et populations amazoniennes, les agriculteurs des deux côtés de l'Atlantique et notre alimentation, nous continuons avec une coalition d'organisations de la société civile à mettre la pression sur les dirigeants des Etats membres et de la Commission européenne pour l'abandonner.



FOODWATCH DANS LES MÉDIAS

Malgré une année 2020 très focalisée sur la pandémie du côté des médias, ceux-ci ont tout de même largement relayé les informations révélées par foodwatch France, parfois d'ailleurs en lien avec la crise du virus. Nous constatons chaque jour combien la pression médiatique pousse les fabricants et décideurs politiques à réagir. La presse les interpelle, vous informe, partage nos campagnes d'intérêt public.

ARNAQUES SUR L'ÉTIQUETTE



Les industriels désormais autorisés à changer les recettes sans informer le consommateur

Faute d'approvisionnement, les fabricants ont temporairement obtenu plus de souplesse sur ce qui inquiète les ONG.

Confrontée à des difficultés d'approvisionnement, l'industrie agroalimentaire peut temporairement modifier ses recettes sans le préciser sur l'étiquette, s'inquiète vendredi l'ONG foodwatch, qui appelle

En pleine crise de Covid-19, les industriels changent les recettes sans modifier les étiquettes : info dans Konbini, Le Figaro, La Dépêche, Reporterre, Consoglobe, Le Progrès, etc.



L'INVITÉ DU JOUR
LONG FOODWATCH DENONCE DES EMBALLAGES TROMPEURS !

Produits alimentaires : Foodwatch brocarde des emballages « pleins de vide »

Sauvages, bœuf, ardoise... L'association de défense des consommateurs demande aux industriels de revoir leurs emballages qui ne reflètent pas la quantité de produit à l'intérieur et induisent les clients en erreur.

PLEIN DE VIDE : des emballages démesurés cachent une petite quantité de produits.

Camille Dorioz, responsable de campagnes, en a parlé sur France 5, BFM, C8, TF1 et à beaucoup d'autres médias (Le Parisien, Le Figaro, Grazia, etc.). Karine Jacquemart dans le JT de TF1.



TROP D'EMBALLAGE TUE L'EMBALLAGE ?

Dix personnes ont été tuées dans l'effondrement d'un immeuble d'étages, dans l'ouest de Bombay en Inde.



60% VIDE.



100% PLEIN?
60% VIDE.



KARINE JACQUEMART
DIRECTRICE GÉNÉRALE - FOODWATCH FRANCE



Foodwatch pointe du doigt les marques dont les emballages sont « pleins de vide »

Sept marques de produits alimentaires sont visées par une pétition lancée par l'association de défense des consommateurs.



58% VIDE.

Des emballages qui ne manquent pas d'air !

COURSES : LES PRODUITS EN FORMATS FAMILIAUX PLUS CHERS



ARNAQUES SUR L'ÉTIQUETTE



MAXI FORMAT = MAXI PRIX
 Les produits grands formats vendus plus chers au kilo que leur format standard dans L'Express, sur Cnews, etc.

CALENDRIER DU VENT : 24 arnaques à découvrir jusqu'à Noël. Camille Dorioz dans le JT de France 2, Le Figaro, Le Parisien, de nombreuses radios, etc. Karine Jacquemart, directrice générale, sur France Info.



LOBBIES

LOBBY DE LA PÊCHE DANS LES ÉCOLES
 Avec Bloom, nous avons dénoncé la désinformation dans les écoles : article dans Le Canard enchaîné, sur Geo, etc.



SANTÉ

SCANDALE SANITAIRE : sésame contaminé à l'oxyde d'éthylène interdit
 Rappel massif de plusieurs milliers de produits bruts ou transformés : dans Le Parisien, Santé magazine, etc.



SANTÉ : contamination par des dérivés d'hydrocarbures (huiles minérales)
 Les autorités françaises reconnaissent que foodwatch avait raison d'alerter : Doctissimo, Medisite, etc.



SANTÉ : additifs nitrés favorisant le cancer
 La pétition lancée avec La ligue contre le cancer et Yuka pour interdire les nitrites ajoutés dérange les industriels de la charcuterie mais on a dénoncé leur double discours partout dans les médias : JT de M6, L'Express, Le Monde, L'Obs, RTL, Marianne, Ouest France, Capital, Cnews, Journal du dimanche, France Bleu, Doctissimo, Santé magazine, etc.



■ foodwatch France

53 rue Meslay 75003 Paris

+33 (0) 1 43 20 86 49

E-mail : info@foodwatch.fr

www.foodwatch.fr



foodwatchFR



@foodwatch_fr



@foodwatch_fr



YouTube foodwatchFR

foodwatch  alimente le débat.