

ETATS GÉNÉRAUX DE L'ALIMENTATION

PROPOSITIONS DE FOODWATCH FRANCE

Paris, septembre 2017.

FOODWATCH est une organisation à but non lucratif, totalement indépendante, qui se bat pour une alimentation sans risques, saine et abordable pour tous. Nous militons, de manière non-violente, pour plus de transparence dans le secteur alimentaire, et défendons notre droit à une alimentation qui ne porte atteinte ni aux personnes, ni à l'environnement.

FOODWATCH est un contre-pouvoir citoyen et lanceur d'alerte. Nous remettons en cause les pratiques des industries agroalimentaires qui ignorent les droits et intérêts des consommateurs.

Au-delà de la question centrale de la **transparence**, les enjeux de **l'impact de notre alimentation sur notre santé** sont essentiels. La croissance des maladies chroniques dans le monde est qualifiée par l'Organisation mondiale de la Santé (OMS) de « défi mondial d'ampleur épidémique ». Cancers, obésité, diabète... représentent un enjeu sanitaire mais aussi économique immenses, puisque les dépenses de santé pour le traitement des maladies chroniques se comptent en milliards d'euros.

Répondre à ces défis requiert **une cohérence renforcée des politiques publiques**.

D'une part, il est nécessaire de mettre en place une **vraie politique transversale de santé environnementale**, qui prendrait enfin en compte de façon holistique toutes les causes environnementales qui ont un effet sur notre santé, et dans lesquelles l'alimentation joue un rôle majeur.

D'autre part, **ce besoin de cohérence doit être étendu à toutes les politiques publiques : agriculture et alimentation, santé, transition écologique, économie, recherche, éducation, affaires européennes mais également notre politique au commerce extérieur**. En effet, la France ne peut pas simultanément organiser les Etats généraux de l'alimentation et prendre des engagements tels que l'interdiction des perturbateurs endocriniens, et accepter la mise en œuvre d'accords de commerce et d'investissement comme le CETA, qui interféreront sur notre politique intérieure et nos choix démocratiques. C'est tout simplement incompatible.

Propositions de FOODWATCH pour les ateliers 1, 9 et 12

ATELIER 1- Mieux répondre aux attentes des consommateurs en termes de qualités nutritionnelles et environnementales, d'ancrage territorial, de bien-être animal et d'innovations.

ATELIER 9 - Comment faciliter l'adoption par tous d'une alimentation favorable à la santé ?

ATELIER 12 - Lutter contre l'insécurité alimentaire : comment s'assurer que chacun puisse avoir accès à une alimentation suffisante et de qualité en France et dans le monde ?

1- Obliger à plus de transparence pour répondre au droit de savoir des consommateurs

Aujourd'hui, la désinformation dans le secteur alimentaire est trop souvent la règle. Les animaux qui entrent dans la composition de nos denrées sont-ils nourris aux OGM ? D'où proviennent les ingrédients d'un plat ? En quelle quantité sont-ils présents alors qu'ils sont vantés à grand coup de marketing dans la publicité et sur l'emballage ? Quelle est la fonction de tout un tas d'additifs ?

Nous avons le droit de savoir.

Des mesures visant à lutter contre les pratiques abusives de l'industrie agroalimentaire, dont les emballages nous induisent trop souvent en erreur, figurent dans la réglementation européenne relative à l'information sur les denrées alimentaires (INCO) depuis 2011. Malheureusement, celle-ci laisse une vaste marge de manœuvre aux fabricants et distributeurs. Exemples : un produit laitier présentant une image de fruits mais qui n'en contient pas, un produit qui se vante d'être « made in France » mais est composé d'ingrédients venus d'autres pays parfois lointains, un plat qui se veut « traditionnel » mais est bourré d'additifs parfois polémiques en termes d'impacts sur la santé, etc.

➔ **Les propositions de foodwatch : Les fabricants et distributeurs doivent être contraints d'afficher des informations claires et honnêtes sur les produits et leur étiquetage. Pour assurer cette transparence et permettre aux consommateurs de choisir leur alimentation en toute connaissance de cause, il est nécessaire de renforcer les réglementations en Europe et en France, pour que toutes les marques répondent aux mêmes obligations. La jurisprudence va dans le sens d'une meilleure protection des consommateurs, notamment avec l'arrêt de la Cour de justice européenne dit « Teekanne ». Mais il faut aller plus loin.**

Quelques exemples concrets :

- **La description du produit doit être honnête et réaliste tant au niveau du nom que de l'image. Toutes ces informations doivent figurer dans une taille de caractères parfaitement lisibles.**
- **OGM : l'utilisation de substances animales ou végétales génétiquement modifiées doit être précisée de façon exhaustive, y compris les ingrédients issus d'animaux (lait, œufs...) dont l'alimentation est constituée d'OGM.**
- **Les quantités exactes des principaux ingrédients et de ceux mentionnés à l'avant de l'emballage ou vantés par la publicité doivent être chiffrées à l'avant de l'emballage.**
- **L'origine réelle du produit doit être sans ambiguïté.**
- **Les valeurs nutritionnelles, ainsi que les arômes et additifs, doivent être mentionnés de façon claire pour tous les consommateurs**

2- Lutter contre l'explosion des maladies chroniques liées à l'alimentation, en particulier obésité et diabète

L'Organisation mondiale de la Santé (OMS) met en garde contre l'« épidémie mondiale d'obésité » et ses conséquences, à commencer par le développement de maladies chroniques. La France n'échappe pas à ce phénomène. La moitié des adultes est aujourd'hui en surpoids et, parmi ceux-ci, un sur six souffre d'obésité¹, ce qui augmente le risque de diabète de type 2. Or le diabète tue plus de 10.000 personnes chaque année dans notre pays et touche plus de trois millions de personnes.

Pour assurer une prévention efficace de l'obésité et autres maladies chroniques liées à l'alimentation, il faut faire évoluer le cadre réglementaire. Les choix les plus sains doivent devenir les choix les plus accessibles. C'est aux autorités publiques de faire évoluer ce cadre, en ne se contentant pas d'approches volontaires de certains acteurs de l'industrie agroalimentaire, mais en imposant les mêmes règles contraignantes à l'ensemble des acteurs de ce secteur. Pour foodwatch, il y a 4 axes prioritaires : l'étiquetage, le marketing, les leviers tels que la taxation des produits sucrés et le profil nutritionnel de l'OMS.

La France a déjà pris les devants sur certains de ces sujets, ce qui est encourageant, par rapport à la plupart des autres Etats membres de l'Union européenne : interdiction de distributeurs automatiques de sodas et snacks dans les écoles depuis 2005, message d'avertissement obligatoire depuis 2007 sur les publicités pour produits alimentaires et boissons, taxe sur les sodas, projet de logo nutritionnel qui permettra aux consommateurs de faire des choix alimentaires plus éclairés, etc.

➔ **Néanmoins, face à l'épidémie d'obésité, il faut aller plus loin. Propositions de foodwatch :**

2.1 Permettre à tous les consommateurs de comparer la qualité nutritionnelle des aliments en rendant obligatoire l'apposition d'un logo nutritionnel coloré à l'avant des emballages

Actuellement, il est impossible pour le consommateur de distinguer d'un simple coup d'œil un produit sain d'un autre trop sucré, trop gras, trop salé. Le tableau nutritionnel des produits alimentaires en vigueur, le plus souvent illisible et en petits caractères à l'arrière des emballages, ne permet pas de s'y retrouver facilement.

Face à la croissance des maladies chroniques (obésité, diabète, etc.) et au coût qu'elles représentent pour le budget de l'Etat, un outil qui permettrait aux consommateurs de comparer les aliments entre eux et ainsi de choisir de s'alimenter en toute connaissance de cause nous paraît indispensable. Car aujourd'hui, les consommateurs ne sont pas égaux face à la toute-puissance des lobbies de la malbouffe.

Le projet de logo nutritionnel Nutri-score (5C) de la France, clair, basé sur un code couleurs, à l'avant des emballages des produits alimentaires, est très encourageant. Toutefois, le Règlement européen n° 1169/2011 du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires (INCO) n'autorise pas les Etats membres à rendre un tel logo obligatoire. Sur base volontaire toujours, certains fabricants apposent d'autres logos que celui choisi officiellement.

¹ <http://www.santepubliquefrance.fr/Accueil-Presses/Tous-les-communiqués/L-etat-de-santé-de-la-population-en-France-publication-du-rapport-2017>

- **Les propositions de foodwatch : la mise en place obligatoire en Europe d'un même étiquetage nutritionnel clair, basé sur un code couleurs, à l'avant des emballages des produits alimentaires et des boissons. Les recommandations de l'OMS doivent être respectées, notamment en ce qui concerne les apports journaliers pour le sucre.** ²

Le règlement européen concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires (INCO), qui ne répond pas à ces critères, doit donc être révisé.

2.2 Interdire le marketing des produits malsains ciblant les enfants

Dans un rapport publié en 2016, la Commission sur les moyens de mettre fin à l'obésité de l'enfant de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) atteste : « Des données incontestables montrent que la commercialisation d'aliments nocifs pour la santé et de boissons sucrées a un lien avec l'obésité de l'enfant. Même si l'industrie déploie un nombre croissant d'initiatives volontaires, l'exposition à la commercialisation des aliments nocifs pour la santé reste un problème majeur appelant un changement pour protéger tous les enfants de façon égale. Toute tentative d'agir contre l'obésité de l'enfant devrait donc tendre à réduire [...] l'exposition des enfants à la commercialisation des aliments nocifs pour la santé » ³.

Pour le moment, la France s'appuie sur des engagements volontaires de la part de l'industrie agro-alimentaire en ce qui concerne le marketing ciblant les enfants, comme le EU Pledge ^{4,5}. Plusieurs études ont montré que les engagements volontaires étaient très insuffisants pour assurer une prévention efficace de marketing ciblant les enfants pour des aliments déséquilibrés. ^{6,7,8} Début 2015, le bureau régional pour l'Europe de l'OMS a publié des modèles de profils nutritionnels, servant de références pour limiter le marketing de produits alimentaires et boissons auprès des enfants. ⁹

- **Les propositions de foodwatch : la France devrait interdire la publicité et le marketing ciblant les enfants de moins de 16 ans pour des produits alimentaires et des boissons trop riches en sucre, sel ou/et matières grasses, avec pour référence le modèle des profils nutritionnels de l'OMS Europe.**

² <https://www.foodwatch.org/fr/s-informer/topics/logo-nutritionnel/en-savoir-plus/comment-le-lobby-agroalimentaire-a-affaibli-les-feux-tricolores-britanniques/>

³ <http://www.who.int/end-childhood-obesity/fr/et>
http://apps.who.int/iris/bitstream/10665/206451/1/9789242510065_fre.pdf

⁴ Exemple avec Capri-sun Multivitamin qui utilise le EU Pledge pour prétendre limiter le marketing ciblant les enfants, alors qu'ils multiplient en fait illustrations et activités à leur intention. Voir <https://www.foodwatch.org/fr/s-informer/topics/arnaque-sur-l-etiquette/petition-capri-sun/>

⁵ <http://www.eu-pledge.eu/>

⁶ Huizinga, Kruse. Food industry self-regulation scheme "EU Pledge" cannot prevent the marketing of unhealthy foods to children. Obesity Medicine 1 (2016) 2451-8476. <http://dx.doi.org/10.1016/j.obmed.2016.01.004>

⁷ Ronit K & Jensen JD (2014) Obesity and industry self-regulation of food and beverage marketing: a literature review. Eur J Clin Nutr 68: 753-759

⁸ <http://www.euractiv.fr/section/sante-modes-de-vie/news/l-industrie-alimentaire-toujours-championne-de-la-malbouffe-aupres-des-enfants/>

⁹ Office régional Europe de l'OMS, Modèles de profils nutritionnels. 2015. <http://www.euro.who.int/fr/health-topics/disease-prevention/nutrition/publications/2015/who-regional-office-for-europe-nutrient-profile-model-2015>

2.3 Renforcer la taxe française sur les boissons sucrées

L'OMS recommande que tous les pays instaurent une taxe sur les boissons sucrées, idéalement en augmentant les prix de 20% pour optimiser l'impact et contribuer à une réduction des cas de surpoids, d'obésité et de maladies chroniques. La France a déjà mis en place une taxe sur les boissons sucrées mais, face à l'appel de l'Anses pour une forte réduction de la consommation de sodas dans ses recommandations nutritionnelles¹⁰, foodwatch encourage la France à aller plus loin.

→ **Les propositions de foodwatch : la France pourrait renforcer la taxe sur les boissons sucrées, pour atteindre 20% du prix de vente. Les revenus de cette taxe devraient être dirigés vers des programmes et mesures en lien avec une meilleure nutrition et santé (par exemple, programmes dans les écoles, subventions sur les fruits et légumes).**

2.4 Poser les profils nutritionnels de l'OMS comme une précondition aux allégations nutritionnelles et de santé

Mettre fin aux allégations nutritionnelles et de santé sur l'alimentation qui induisent en erreur était l'objectif affiché du Règlement (CE) no 1924/2006 portant sur les denrées alimentaires.¹¹ En pratique néanmoins, cela ne fonctionne pas. Si les entreprises ne peuvent utiliser, depuis 2012, que des allégations de santé sur fondements scientifiques, l'Union européenne n'a pas défini de critères nutritionnels assez stricts pour limiter de façon efficace l'utilisation des allégations nutritionnelles et de santé.

→ **Les propositions de foodwatch : Encourager l'adoption par l'Union européenne du modèle de profils nutritionnels du bureau Europe de l'OMS, comme précondition à toute utilisation d'allégations nutritionnelles ou de santé.**

¹⁰ <https://www.anses.fr/fr/content/l%E2%80%99anses-actualise-les-rep%C3%A8res-de-consommations-alimentaires-pour-la-population-fran%C3%A7aise>

¹¹ <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/FR/TXT/HTML/?uri=LEGISSUM:I21306&from=FR>

Propositions de FOODWATCH pour l'atelier 8

ATELIER 8- Assurer la sécurité sanitaire de l'alimentation française dans une économie agro-alimentaire mondialisée et dans un contexte de changement climatique tout en prévenant les contaminations chimiques

1- Stopper la contamination des aliments

Pesticides, additifs, perturbateurs endocriniens, nanoparticules, antibiotiques... nombreux sont les composants qui entrent dans notre alimentation, et beaucoup n'ont rien à y faire !

C'est le cas par exemple des **huiles minérales** qui contaminent nos aliments. En octobre 2015, foodwatch publiait les résultats d'une étude alarmante : 60% des aliments testés en France (riz, céréales de petit-déjeuner, lentilles, couscous, pâtes...) étaient contaminés par des huiles minérales aromatiques. Aussi appelées MOAH, ces substances volatiles, qui migrent notamment des emballages carton vers les aliments, sont bien connues des fabricants et distributeurs. Les scientifiques dénoncent depuis des années les risques qu'elles présentent, ce qui a été confirmé par un avis de l'Anses en 2017 : potentiellement cancérigènes et mutagènes, les MOAH sont aussi des perturbateurs endocriniens.

→ **Les propositions de foodwatch : Afin de protéger la santé des consommateurs, il est essentiel de stopper la contamination des aliments, d'appliquer efficacement le principe de précaution et de réglementer la présence de substances dangereuses ou incertaines dans nos assiettes.**

Parmi les mesures prioritaires nécessaires :

- **Voter pour le non-renouvellement du glyphosate en Europe. L'autorisation du glyphosate, composant actif du pesticide le plus vendu au monde (Roundup de Monsanto), a été prolongée jusqu'en décembre 2017. La Commission européenne propose de le prolonger pour 10 ans. Compte tenu des risques pour la santé (le Centre international de recherche sur le cancer (CIRC) estime que le glyphosate est « cancérigène probable pour l'homme »), la France doit voter NON à tout projet de prolongation d'autorisation du glyphosate.**

- **Prendre une mesure réglementaire immédiate en France rendant obligatoires les barrières à la migration d'huiles minérales et les limites de contamination des aliments par les huiles minérales : pas de présence détectable pour les MOAH (catégorie la plus dangereuse) et un maximum de 2 mg/kg pour les MOSH.**

Cette mesure pourrait être une des premières mesures concrètes de la stratégie nationale sur les perturbateurs endocriniens, qui fait partie du Programme national sur la santé environnementale (PNSE).

En parallèle, encourager l'adoption d'une réglementation européenne obligatoire pour tous sur la contamination des aliments par les huiles minérales.

- **Interdire dans l'alimentation tous les additifs qui présentent des risques pour la santé.**

2- Assurer une prévention plus efficace des fraudes alimentaires et une gestion plus transparente des crises

Quatre ans après l'affaire de la viande de cheval, nous ne sommes toujours pas à l'abri de **fraudes alimentaires**. Le scandale du fipronil a révélé une nouvelle fois l'incapacité des autorités françaises et européennes mais aussi de l'industrie agroalimentaire à empêcher de nouveaux cas.

Le ministre de l'Agriculture, Stéphane Travert, souhaite renforcer la collaboration entre les pays de l'Union européenne. Mais il est urgent d'aller bien plus loin et plus vite. Le système en place aujourd'hui ne fonctionne pas. Nous attendons des autorités qu'elles fassent preuve d'une véritable volonté politique de s'attaquer aux fraudes alimentaires. La France, en effet, comme tous les États membres européens, est soumise – notamment par le règlement européen 178/2002 - à **l'obligation de protéger les consommateurs** et de mettre en place toutes les mesures permettant de garantir la traçabilité et la sécurité des denrées alimentaires. Ce même règlement établit très clairement les responsabilités des acteurs privés du secteur agroalimentaire.

→ Les propositions de foodwatch : un renforcement des mesures qui permettront de véritablement nous protéger à l'avenir de fraudes alimentaires et de la contamination de nos aliments par des produits non autorisés :

- **La totale transparence : il faut que toutes les informations relatives à la prévention et la gestion des fraudes alimentaires soient rendues publiques par les autorités et les industriels de l'agroalimentaire.**
- **Contrôles et traçabilité : fabricants, importateurs et distributeurs sont responsables d'assurer la conformité et la sécurité des aliments, et de mener tous les contrôles à cet effet.**
- **Responsabilités et sanctions élevées et dissuasives : les industriels et distributeurs doivent être tenus responsables et faire face à des sanctions élevées lorsqu'ils ont mis sur le marché des aliments non-conformes ou dangereux.**

Propositions de FOODWATCH pour l'atelier 4

ATELIER 4- Conquérir de nouvelles parts de marchés sur les marchés européens et internationaux et faire rayonner l'excellence du modèle alimentaire et le patrimoine alimentaire français en France et à l'international

Stopper l'application provisoire du CETA et renégocier ces accords de commerce de nouvelle génération

Le CETA, accord de commerce et d'investissement entre l'Union européenne et le Canada, fait partie de cette nouvelle génération d'accords qui visent à réduire au maximum les différences de normes et standards, vues comme des barrières au commerce. Au-delà de son effet catastrophique sur l'agriculture, le problème est que cet accord va ainsi affecter durablement nos normes sociales, environnementales et économiques. Le risque, majeur, est que nous ne pourrions plus librement et démocratiquement décider en Europe par exemple de notre

alimentation (étiquetage sur les OGM, antibiotiques...) et de notre santé (par exemple les taux de résidus de pesticides autorisés dans les aliments). Le CETA permet en effet au Canada et aux intérêts privés d'une part de contourner la démocratie et d'autre part de dissuader les élus de prendre des décisions dans l'intérêt général. Ces interférences sont d'autant plus facilitées que le principe de précaution n'est absolument pas garanti par le CETA.

Ainsi, par exemple, si la France et/ou l'Europe souhaite interdire de nouveaux OGM ou les perturbateurs endocriniens dans l'alimentation, plus d'une dizaine de comités instaurés par le CETA pourront influencer ces décisions en amont, et, si la décision est finalement prise, le Canada pourra la contester et réclamer des compensations.

La commission d'experts voulue par Emmanuel Macron et nommée par le Gouvernement a confirmé dans son rapport du 8 septembre 2017 nombre de ces risques.

Le CETA va créer un précédent pour de nombreux accords négociés par l'Union européenne. Un débat démocratique doit enfin permettre de discuter de la place de ces accords dans nos démocraties, et du fond et de la forme qu'ils doivent prendre pour respecter les droits et la justice sociale, ainsi que la protection des agriculteurs et du climat.

→ Les propositions de foodwatch :

- **Suspendre immédiatement la mise en application (provisoire) du CETA, ce qui est possible politiquement, en accord avec nos partenaires européens et canadien.**
- **Se donner le temps de renégocier cet accord afin de prendre en compte les risques largement documentés et s'assurer que le principe de précaution, les droits des citoyens et la démocratie ne soient plus menacés.**

Propositions de FOODWATCH pour l'atelier 14

ATELIER 14- Préparer l'avenir : Quels investissements, quel accompagnement technique, quelle recherche pour une plus grande performance environnementale, sanitaire, sociale et économique ?

Créer et renforcer une véritable cohérence des politiques publiques en matière d'alimentation

Comme indiqué dans l'introduction de ce document, relever les enjeux liés à l'agriculture et l'alimentation nécessite la mise en place d'une **vraie politique transversale de santé environnementale**, qui prendrait enfin en compte de façon holistique toutes les causes environnementales qui ont un effet sur notre santé, et dans lesquelles l'alimentation joue un rôle majeur. Ce besoin de cohérence doit être étendu à toutes les politiques publiques : agriculture et alimentation, santé, transition écologique, économie, recherche, éducation, affaires européennes mais également notre politique au commerce extérieur.

Les consommateurs ne sont pas égaux face à la toute-puissance des lobbies de la malbouffe. Les acteurs économiques de l'industrie agro-alimentaire trop souvent jouent la carte de la désinformation, nient leurs responsabilités ou se posent en victimes d'un système trop régulé. C'est aux politiques publiques de répondre à ces défis, et non à des approches volontaires.