

Règlement européen concernant l'information du consommateur sur les denrées alimentaires (INCO) : un aveu d'échec

Paris, 11 décembre 2014.

Après plusieurs années de discussions sur les informations à fournir aux consommateurs sur les emballages, le Parlement européen a finalement adopté, le 6 juillet 2011, le règlement européen concernant l'information des consommateurs (INCO)¹. L'essentiel de ses dispositions prennent effet le 13 décembre 2014. Pour foodwatch, INCO présente de sévères lacunes, laissant la porte ouverte à la tromperie légale de la part des fabricants. Nombre de mesures en faveur des consommateurs ont été bloquées par les industriels. Le règlement doit être revu de fond en comble afin d'empêcher que les fabricants continuent à ruser en toute impunité, et pour que les consommateurs puissent enfin acheter en connaissance de cause.

1. Nouveau règlement INCO : pourquoi les fabricants se frottent les mains

a) Taille des caractères : des mentions illisibles

Le projet initial de la Commission européenne prévoyait une taille de caractères de 3 millimètres au minimum, de sorte que les consommateurs puissent déchiffrer sans effort la liste des ingrédients et autres mentions obligatoires sur les emballages. Les fabricants se sont immédiatement élevés contre ce projet, arguant, entre autres, qu'il ne resterait pas suffisamment de place pour « l'image de la marque ». Selon EuroCommerce, fédération européenne d'entreprises de commerce, cette mesure obligerait en outre les industriels à produire des déchets inutiles². La pression du lobby a porté ses fruits : à partir de décembre 2014, les caractères devront mesurer au moins 1,2 millimètre, mesurés sur le « x » minuscule³. Et sur les emballages

¹ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2011:304:0018:0063:FR:PDF>

² http://www.euractiv.fr/sante/le-secteur-alimentaire-critique-news-236035?__utma=1.267046932.1413793014.1416475122.1417453295.5&__utmb=1.2.10.1417453295&__utmc=1&__utmz=1.1416475122.4.4.utmcsr=scoop.it|utmccn=%28referral%29|utmcmd=referral|utmctt=/t/marche-transatlantique/p/4031990730/2014/11/19/merkel-exhorte-les-europeens-a-acceler-les-negociations-ue-usa&__utmv=-&__utm=1582001

³ INCO Art. 13 (2)

inférieurs à 80 centimètres carrés, la taille minimum obligatoire est ramenée à 0,9 millimètres⁴. Cela prouve de manière flagrante que la priorité du législateur n'est pas d'informer correctement les citoyens, qui aimeraient bien évidemment savoir ce qui est inscrit sur les emballages, et ce quelle que soit leur taille.

Les revendications de foodwatch : L'ensemble des informations concernant le produit doit être lisible par tous les consommateurs, y compris les personnes âgées. Comme pour les journaux et les magazines, les caractères doivent faire au moins 2 millimètres, mesurés sur le « x » minuscule.

b) Aucune identification des valeurs nutritionnelles par des codes couleurs

L'un des points du débat concernant la nouvelle réglementation portait sur la visibilité des valeurs nutritionnelles, autrement dit sur leur identification par un feu tricolore : rouge, orange, vert. Un système mis au point par l'agence de normes alimentaires britannique (FSA, Food Standards Agency). Dans toute l'Europe, fédérations de médecins, caisses d'assurance maladie et autres associations de consommateurs se sont prononcées en faveur du modèle initial de la FSA⁵. Ce modèle a été modifié depuis l'adoption de la réglementation INCO⁶ ; il existe par ailleurs dans plusieurs Etats européens des systèmes d'identification des valeurs nutritionnelles par feux tricolores mis au point par les autorités, les gouvernements, voire par les fabricants eux-mêmes, certains bien éloignés de la version originale déjà éprouvée de la FSA. À chaque fois que ce système initial de feux tricolores a été débattu sur la place publique, les consommateurs se sont déclarés en faveur de ce type de signalétique. C'est ce qu'a magistralement démontré l'étude NutriNet-Santé qui a interrogé plus de 38 000 d'entre eux : la grande majorité des Français plébiscite l'introduction des feux tricolores⁷.

Placée sur le devant de l'emballage, la signalétique initialement conçue par la FSA rendrait visibles au premier coup d'œil la teneur en matières grasses, en acides gras saturés, en sucres et en sel du produit. Ces valeurs étant présentées à la fois en grammes, en texte et en couleurs (rouge = élevée, orange = moyenne, vert = faible), la comparaison entre les différentes marques serait facilitée⁸. Mais les fabricants de produits alimentaires ont investi un milliard d'euros dans une campagne visant à saper cette initiative⁹. Ils ont réussi à imposer leur propre modèle de

⁴ INCO Art. 13 (3)

⁵ <https://www.foodwatch.org/fr/s-informer/topics/un-feu-tricolore-sur-les-etiquettes/l-info-en-2-minutes/>

⁶ <http://www.foodwatch.org/fr/s-informer/topics/un-feu-tricolore-sur-les-etiquettes/dernieres-actus/nouvel-etiquetage-nutritionnel-au-royaume-uni-de-la-poudre-aux-yeux/>

⁷ http://media.etude-nutrinet-sante.fr/media/CP_logos_NutriNet_12_12_12.pdf

⁸ <https://www.foodwatch.org/fr/s-informer/topics/un-feu-tricolore-sur-les-etiquettes/l-info-en-2-minutes/>

⁹ <http://images.smh.com.au/file/2011/09/06/2606842/CEO-Food-Labeling.pdf>

signalétique, plus avantageux pour eux, fondé sur les GDA (GDA=Guideline Daily Amounts, ou apports journaliers recommandés). Les valeurs sont exprimées en pourcentages complexes, pas toujours transparents. Au moyen de différentes astuces, ce système permet de minimiser les proportions de sucres, de matières grasses et de sel présentes dans un produit, ou d'induire le consommateur en erreur¹⁰.

A compter de décembre 2016, les sept principales valeurs nutritionnelles - énergie, matières grasses, acides gras saturés, glucides, sucres, protéines et sel¹¹ - devront figurer sur l'emballage de façon homogène, (pour 100 grammes ou 100 millilitres¹²). Cette nouvelle obligation dans le domaine de l'étiquetage signalétique des valeurs nutritionnelles est un premier pas dans la bonne direction. Mais il n'est toujours pas obligatoire de les indiquer sur le devant de l'emballage et de les exprimer au moyen de feux tricolores.

Pourquoi le « nouveau » système de feux tricolores britannique est un leurre

Le système de feux tricolores adopté volontairement par nombre de fabricants et de distributeurs n'a plus rien à voir avec la proposition originelle de la FSA. Alors que celle-ci prévoyait de marquer en rouge les produits dont la teneur en sucre dépasse les 12,5g pour 100g, le modèle actuel retient un seuil de 22,5g pour 100g ! Résultat, certains biscuits très sucrés échappent au feu rouge. L'industrie agroalimentaire s'est assurée que tout fabricant qui souhaiterait donner des informations nutritionnelles sur une base volontaire – y compris en apposant un code couleur comme en Grande-Bretagne et peut-être bientôt en France – sera obligé de s'en tenir à des valeurs de références précisées en annexe d'INCO¹³. Ce sont les « guideline daily amounts » qui sont aussi la base des indications en « apports journaliers recommandés ». Entre ces valeurs de références et celles que préconisait la FSA pour les feux tricolores, la différence est énorme notamment en ce qui concerne la quantité de sucres libres consommée par jour. En lieu et place des 50g recommandés par l'Organisation mondiale de la santé (OMS), l'INCO a retenu 90g. C'est d'autant plus absurde que l'OMS prévoit justement de diviser par deux ses recommandations pour arriver à 25g/jour¹⁴. Concrètement, la quantité maximale préconisée par le règlement INCO est 3,6 fois plus élevée que les recommandations à venir de l'organisation mondiale de la santé.

¹⁰ <https://www.foodwatch.org/fr/s-informer/topics/un-feu-tricolore-sur-les-etiquettes/en-savoir-plus/reperes-nutritionnels-crees-par-l-industrie/>

¹¹ Cf. INCO Art. 30 (1)

¹² Cf. INCO p.9

¹³ Cf. annexe XIII, partie B

¹⁴ <http://www.who.int/mediacentre/news/notes/2014/consultation-sugar-guideline/fr/>

Les revendications de foodwatch : L'obligation d'indiquer les valeurs nutritionnelles de façon homogène sur le devant du produit, sous la forme de feux tricolores selon le modèle (initial) de l'Agence des normes alimentaires britannique.

c) Des produits d'origine indéfinie

Pour la plupart des produits, les fabricants ne sont pas obligés de mentionner les informations concernant l'origine des ingrédients. À quelques exceptions près :

- Le pays d'origine de la plupart des fruits et des légumes frais doit figurer sur l'étiquette ;
- Un tampon précise le lieu de ponte sur les œufs frais ;
- Pour la viande et les produits laitiers, les initiés peuvent connaître le dernier établissement qui est intervenu dans le processus en déchiffrant la marque d'identification (qui n'est pas conçue pour informer le consommateur, ni adaptée à cette fin) ;
- Suite à la crise de la vache folle, la viande de bœuf non transformée est soumise à une identification détaillée.

La nouvelle réglementation ne change pas grand-chose au manque considérable de transparence. Seule nouveauté : à partir d'avril 2015, le lieu d'élevage et d'abattage doit figurer sur le porc, les volailles et les viandes de mouton et de chèvre non transformées¹⁵. Mais dès que la viande est transformée, pour fabriquer du saucisson par exemple, l'obligation de mentionner ces informations disparaît. Et pourtant, le Parlement européen avait prévu une identification détaillée de l'origine des produits à base de viande, des produits laitiers ou encore des aliments composés en majeure partie d'un ingrédient transformé¹⁶. Beaucoup d'industriels européens, comme la puissante confédération de l'industrie alimentaire allemande (BLL) se sont opposés à ce projet, jugé « trop contraignant » pour les fabricants¹⁷. Au final, cet étiquetage obligatoire de l'origine d'un produit est réduit à une simple demande adressée à la Commission européenne d'évaluer les impacts d'un tel étiquetage, et son éventuelle mise en œuvre. Les mentions d'origine sur les produits alimentaires transformés seront-elles un jour obligatoires ? Quand et sous quelle forme ? Impossible de le savoir. Mais une chose est claire : les fabricants peuvent continuer de tromper le consommateur en toute légalité sur l'origine des produits, puisque des mentions comme « produit de nos régions » ne sont pas protégées par la loi.

Les revendications de foodwatch : L'obligation pour les fabricants d'indiquer les pays d'origine des principaux ingrédients entrant dans la composition de leurs produits. L'appellation d'origine

¹⁵ INCO article 26 (2) b)

¹⁶ <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//TEXT+TA+P7-TA-2010-0222+0+DOC+XML+V0//FR>

¹⁷ <http://www.bll.de/de/presse/pressemitteilungen/pm-20100616-lmk> [en allemand]

régionale doit être réservée aux produits dont la provenance des principaux ingrédients le justifie ; la région d'origine doit alors figurer sur l'emballage.

d) Illustrations et descriptions de produit trompeuses

Avec le règlement INCO, les fabricants pourront toujours induire le consommateur en erreur avec des images ou des descriptions trompeuses. Libre à eux par exemple de vendre un « yaourt à la fraise » en mettant en avant de grosses fraises sur l'emballage, même si le produit ne contient qu'une quantité symbolique de fruits. A partir du 13 décembre 2014, il sera certes interdit de mettre en valeur un ingrédient qui, en réalité, est entièrement *remplacé* par un autre – un fruit remplacé par un arôme, par exemple – mais sans plus. À partir du moment où le fabricant intègre une quantité homéopathique de fruits, il peut user et abuser d'illustrations de fruits.

Les revendications de foodwatch : lorsqu'un ingrédient est mis en valeur sur une illustration ou dans un descriptif, le fabricant doit en indiquer le pourcentage présent dans le produit – non pas, comme jusqu'à présent, en caractères minuscules, mais de façon bien visible, à côté de l'argument publicitaire.

2. OGM, allégations de santé... : ce sur quoi la nouvelle réglementation fait l'impasse

a) Avec ou sans OGM ? Les consommateurs ne pourront pas choisir

Une majorité d'Européens rejette les modifications génétiques dans l'agriculture¹⁸. Et pourtant, impossible pour le consommateur de savoir si la viande, le lait ou les œufs qu'il achète proviennent d'animaux nourris avec des aliments génétiquement modifiés.

Les revendications de foodwatch: Lorsqu'il fait ses courses, le consommateur doit pouvoir décider en connaissance de cause : veut-il, ou non, cautionner la culture d'OGM ? Les produits d'origine animale obtenus avec des aliments pour bétail aux OGM, doivent être signalés comme tels.

b) Produit « naturel » ? Pas vraiment

Si le consommateur achète un produit qui se prétend « naturel » (« sans exhausteur de goût », « sans colorant », etc.), c'est parce qu'il veut éviter certains additifs ou ingrédients. Or la législation

¹⁸ http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_publ_fr.pdf

européenne en matière alimentaire reste floue, de sorte que les fabricants peuvent aisément remplacer les additifs ou ingrédients visés par d'autres substances, dont la fonction et l'effet restent très similaires.

Les revendications de foodwatch : L'utilisation d'arômes et autres additifs doit être transparente. Lorsqu'un vrai arôme de fruit est utilisé, la mention « arôme naturel » est justifiée, en précisant le fruit dont est issu l'arôme. Tous les autres doivent être étiquetés comme « arômes artificiels ». Si d'autres éléments sont ajoutés en lieu et place d'additifs, et qui ne rentrent pas dans le cadre de la nouvelle réglementation, alors leur fonction doit être spécifiée (par exemple « extrait de levure, exhausteur de goût »).

c) Allégations de santé et malbouffe

Malgré la nouvelle réglementation, le consommateur risque d'être trompé par des allégations de santé mensongères. A la suite d'une bataille qui a duré plus de 10 ans, le lobby agroalimentaire s'est finalement assuré la possibilité de faire la publicité de produits même très déséquilibrés comme les sucreries ou les sodas à l'aide d'allégations de santé, en se contentant d'y ajouter des vitamines¹⁹. Cette arnaque a été validée par la réglementation européenne sur les allégations nutritionnelles et de santé, et reste par conséquent hors de portée du règlement INCO. Ce règlement sur les allégations de santé prévoit en fait que la Commission européenne établisse avant janvier 2009 des « profils nutritionnels », c'est à dire des préconisations qui permettent d'éviter que des « allégations nutritionnelles ou de santé ne masquent le statut nutritionnel global » d'aliments peu ou pas équilibrés²⁰. À ce jour, la Commission n'a toujours pas donné suite.

Les revendications de foodwatch : Les allégations de santé, qui accordent à un produit des bénéfices supposés sur la santé des consommateurs, devraient être interdites. Elles sont souvent trompeuses et n'aident en aucun cas le consommateur à observer un régime alimentaire équilibré.

d) Ingrédients d'origine animale cachés dans les aliments transformés

Le produit que j'achète contient-il des ingrédients d'origine animale ? Si oui, lesquels ? De nombreux consommateurs aimeraient pouvoir faire des choix éclairés en la matière. Végétariens ou végétaliens préfèrent s'abstenir de tout produit ou composant d'origine animale, tandis que juifs et musulmans pratiquants, par exemple, veulent éviter la viande de porc. Et pourtant, leur liberté de choix est limitée : de nombreux produits alimentaires transformés contiennent des

¹⁹ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:404:0009:0025:FR:PDF>

²⁰ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2006:404:0009:0025:FR:PDF>, considérant 10



composants d'origine animale sans que cela n'apparaisse clairement sur l'étiquette. Que ce soit sous forme d'excipient pour des vitamines ou des colorants (par exemple la gélatine de poisson dans la limonade), comme base pour des arômes (du poulet, du porc ou du bœuf dans les chips) ou comme élément intervenant dans la fabrication d'un produit (la gélatine de porc utilisée comme clarifiant pour jus de fruits).

Les revendications de foodwatch : Tout ingrédient d'origine animale entrant dans la composition d'un produit au cours de la fabrication, doit être signalé sur l'emballage, avec mention de l'espèce. Idem pour les composants d'origine animale entrant dans la composition des arômes et des ingrédients, les adjuvants techniques ou les impuretés liées aux conditions de production.
