

MANIFESTE



Les Français ont le droit de savoir ce qu'ils mangent ! Nous avons le devoir de leur dire la vérité.

Se nourrir devrait être l'acte le plus simple du monde. Pourtant, c'est devenu un véritable casse-tête !

Entre mentions obligatoires, tournures volontairement imprécises et labels en tout genre, faire ses courses est un parcours du combattant. Les Français ne savent jamais exactement ce qu'ils achètent. Provenance, additifs, ingrédients... : d'une marque à l'autre, le consommateur passe un temps fou à chercher et à déchiffrer sur les emballages des mentions pas toujours compréhensibles, absentes voire carrément trompeuses. Ces informations sont pourtant essentielles pour son alimentation, pour sa santé, pour l'économie de son pays, pour la planète.

Le consommateur est libre de ses choix.

Mais sans information claire, juste et compréhensible, le choix est-il vraiment libre ?

Pour faire un choix en toute liberté, il faut connaître la vérité sur les produits.

Alors, que faire ? De nouveaux labels ? De nouveaux interdits ? De nouvelles contraintes ? Au contraire : tout ce dont le consommateur a besoin, c'est de simplicité, d'homogénéité et de clarté.

Qu'un produit soit bio ou issu d'autres pratiques agricoles, *made in France* ou importé, qu'il soit fabriqué avec ou sans additif – peu importe, pourvu que toutes ces informations soient clairement accessibles au consommateur qui s'apprête à choisir !

C'est pourquoi nous, marques alimentaires, lançons un appel pour créer une obligation de dire la vérité, une obligation qui s'appliquerait à TOUTES les marques.

Comment ? En demandant à ce que la transparence soit obligatoire sur tous les produits alimentaires, avec des critères communs à toutes les marques. Ces critères doivent au

minimum permettre aux Français de connaître la vérité sur 4 critères essentiels, ceux qui impactent le plus leur santé et leur environnement et qui correspondent à leurs attentes en termes d'information.



LE TYPE D'AGRICULTURE

Respect de la biodiversité, agroécologie, utilisation de pesticides et fertilisants, bien-être animal... ?

Aujourd'hui, seuls les produits bio ou label Rouge sont considérés comme des labels officiels. Les autres pratiques agricoles ne sont pas visibles. Il est essentiel que les consommateurs connaissent les conditions dans lesquelles les produits qu'ils consomment ont été produits.



L'ORIGINE

D'où les matières premières proviennent-elles réellement ?

Parce que cette information, lorsqu'elle n'est pas tout simplement absente, manque souvent de clarté (notamment à cause de la confusion entre « origine France », « produit en France » et « transformé en France »). Il est urgent de donner aux Français le pouvoir de choisir sans ambiguïté l'origine des produits qu'ils consomment.



LES ADDITIFS

Parce que les informations sur les additifs sont invisibles...

Selon une étude parue dans Scientific Report, les Français consomment en moyenne 4,1 Kg d'additif / an avec à la clé un risque plus élevé de maladies chroniques. Pourtant les informations sur les additifs restent invisibles ou excessivement complexes à comprendre. La loi permet même à de nombreux auxiliaires technologiques de ne pas apparaître dans les listes d'ingrédients. Les Français y sont de plus en plus sensibles, il est inacceptable que l'information ne soit pas totale et précise.



LA VALEUR NUTRITIONNELLE

Parce que l'alimentation est la base de la santé...

... et que les consommateurs attendent de savoir précisément ce que leur apportent les produits qu'ils consomment. Les indicateurs plébiscités, comme Yuka ou le Nutriscore, démontrent ce besoin de savoir. Mais l'approche à la portion ou le degré de transformation par exemple restent aujourd'hui dans l'angle mort. L'information nutritionnelle doit être plus juste, plus claire, plus complète.

Tout savoir en un coup d'oeil

Ces 4 vérités sont le socle permettant aux Français de savoir en un coup d'oeil ce qu'ils achètent réellement. L'information devrait être harmonisée et appliquée à l'ensemble des marques alimentaires pour permettre aux consommateurs de choisir en connaissance de cause.

Nourrir des gens n'est pas juste un métier, et encore moins un simple business :
c'est une responsabilité.

La vérité, à plus forte raison lorsqu'elle impacte la santé des Français, ne peut plus être une option facultative, ni un choix marketing. Au contraire, c'est une magnifique opportunité de rétablir un véritable lien de confiance avec les consommateurs.

Vouloir restreindre l'information est toujours un échec. Que ce soit à court terme pour les marques ou à moyen terme pour la santé des consommateurs et la préservation de notre planète, nous avons tout à gagner à parier sur l'intelligence et le discernement des Français.

Des référentiels existent, mais ils peuvent être améliorés. Les informations sont disponibles, mais elles doivent être harmonisées et simplifiées. Pour que toutes les marques jouent le jeu, la loi doit définir des règles de transparence communes à toutes. Rien de plus simple alors pour les marques que de les mettre en œuvre collectivement sur leurs produits !

Lorsqu'il s'agit d'alimentation, un produit ne devrait rien avoir à cacher.



en
VÉRITÉ