

2017

RAPPORT ANNUEL



RAPPORT ANNUEL 2017

FOODWATCH FRANCE

Édito	3
Qui est foodwatch ?	4
Financement	5
Scandales alimentaires	6
Arnaque sur l'étiquette	8
Alimentation et santé	10
Accords de libre-échange	13
foodwatch dans les médias	14

Rapport annuel 2017

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, Thilo Bode.

Directrice de la publication : Karine Jacquemart.

Ont collaboré à cette publication : Ingrid Kragl, Mégane Ghorbani, Eric Moranval.

Contact : foodwatch France – 53 rue Meslay 75003 Paris – info@foodwatch.fr – Tél + 33 (0) 9 67 10 86 49. – www.foodwatch.fr

Photos dos de couverture : Nicolas Chauveau

Crédits : Pictos page 14-15 créés par www.flaticon.com pour Freepik

EDITO

Le thème de l'alimentation a largement fait la une en 2017 et foodwatch a été sur tous les fronts.

Alors que les Etats généraux de l'Alimentation se penchaient à l'automne sur le thème d'une *Alimentation saine, sûre et durable*, **deux scandales alimentaires majeurs** ont éclaté cette année : les œufs contaminés au fipronil pendant l'été et l'affaire Lactalis en décembre. Ces scandales sont venus rappeler qu'il reste beaucoup à faire pour protéger véritablement les droits et la santé des consommateurs et consommatrices : traçabilité, transparence, sanctions dissuasives font encore trop défaut pour une prévention plus efficace et une meilleure gestion de ces crises. **Il est temps que tous les acteurs**, producteurs, distributeurs, laboratoires et autorités publiques prennent leurs obligations légales - européennes et françaises - au sérieux et **rendent des comptes, ce que foodwatch rappelle et pousse haut et fort.**

La transparence reste l'un de nos objectifs numéro 1. La campagne **Arnaque sur l'étiquette** de foodwatch a révélé au grand jour de nombreux exemples de produits dont les emballages induisent en erreur, envoyant un signal très fort aux acteurs de l'industrie agroalimentaire : nous surveillons, enquêtons, dénonçons, traquons. En un mot : nous ne sommes plus prêts à avaler n'importe quoi !

Autre cheval de bataille : **l'impact de notre alimentation sur notre santé.** Du glyphosate dans des céréales, des hydrocarbures aromatiques d'huiles minérales (MOAH) dans des lentilles, des résidus de pesticides, des perturbateurs endocriniens et autres additifs controversés : la liste des substances chimiques qui s'invitent dans nos assiettes est longue, très longue. Or beaucoup n'ont rien à y faire. Côté nutrition, les risques liés aux excès de sucre, de sel et de matières grasses sont bien connus. En France, plusieurs millions de personnes sont touchées par les maladies chroniques, comme le diabète, l'obésité, les cancers. L'alimentation joue un rôle important dans cette crise sanitaire. Mais cela n'est pas une fatalité ! foodwatch milite en France et en Europe pour que notre alimentation soit plus saine et notre santé mieux prise en compte.

Enfin, notre équipe continue de mobiliser contre les accords de libre-échange négociés par l'Union européenne : CETA, TAFTA, Mercosur... Ces accords anti-démocratiques menacent notre agriculture, notre alimentation, et bien plus.

En 2017 plus que jamais, nous avons continué à construire, ensemble, un contre-pouvoir citoyen qui compte ! Et autant dire que nous en avons besoin pour toutes les batailles qu'il nous reste à mener.

Grâce à vous, avec vous, foodwatch peut jouer son rôle de lanceur d'alerte et de mobilisateur. Merci à toutes et à tous. Ensemble, nous pouvons faire changer les choses.



Karine Jacquemart,

QUI EST FOODWATCH ?

UNE ONG À DIMENSION EUROPÉENNE

Fondée en 2002 en Allemagne par Thilo Bode en réaction au scandale de la vache folle, foodwatch est également présente aux Pays-Bas depuis 2009 et active en France depuis 2014.

foodwatch est une organisation à but non lucratif (association Loi 1901 en France) 100% indépendante, financée uniquement par ses donateurs individuels.



Les équipes de foodwatch France, Allemagne et Pays-Bas (note : la photo a été prise en juin 2017 : l'équipe a un peu évolué depuis).

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'agroalimentaire 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 investigations et des études

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 face aux lobbies de l'industrie agroindustrielle 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, lien alimentation et 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 : le Réseau Environnement Santé (RES) présidé par André Cicollela, toxicologue, sur la contamination des aliments par les huiles minérales et les perturbateurs endocriniens, Générations futures et la Ligue contre le cancer sur les pesticides (dont la campagne contre le glyphosate), l'Institut Veblen et la Fondation pour la Nature et pour l'Homme (FNH), ainsi que le collectif Stop Tafta/CETA sur les accords de commerce, entre autres.

foodwatch a également travaillé avec plusieurs autres associations dans le cadre des Etats généraux de l'Alimentation. Aux côtés de plus d'une trentaine d'associations, nous avons co-signé une lettre ouverte à Emmanuel Macron pour réclamer la sortie du glyphosate et l'accompagnement des agriculteurs. Enfin, foodwatch a rejoint le collectif « On ne se taira pas », pour défendre la liberté d'expression et dénoncer les 'poursuites bâillonnées' engagées par les acteurs économiques d'influence.

FINANCEMENT DE FOODWATCH

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.

La création et le développement de foodwatch France ont d'abord été possibles grâce au soutien de foodwatch Allemagne, qui a fait le choix d'encourager les activités de l'ONG dans d'autres pays européens. Peu à peu nous développons la collecte de dons en France afin qu'à terme, nous gagnions notre autonomie financière grâce au soutien de nos donateurs réguliers.

Cette autonomie financière nous permet de continuer à développer nos enquêtes et activités au service de la défense des consommateurs et consommatrices en toute indépendance.

C'est grâce à vous, et uniquement grâce à vous, que nous pouvons mener les combats nécessaires pour protéger vos droits et ce qu'il y a dans vos assiettes !

Le détail de notre rapport financier est disponible à l'adresse suivante : www.foodwatch.fr/qui-sommes-nous/financement/





SCANDALES ALIMENTAIRES

Le problème

Scandale après scandale — viande de cheval, œufs au fipronil et lait contaminé à la salmonelle —, l'industrie agroalimentaire et la grande distribution semblent toujours se tirer d'affaire en France. En 2017, une substance pourtant interdite s'est ainsi retrouvée dans nombre de produits à base d'œufs et ensuite dans nos assiettes ! On a appris que le trafic de viande de cheval impropre à la consommation avait repris, cette fois en Espagne. Enfin l'affaire Lactalis qui a éclaté en fin d'année a montré que l'un des plus grands groupes laitiers a commercialisé dans

le monde entier des produits destinés à des tout-petits et contaminés à la salmonelle, sans doute depuis des années. Les supermarchés ont même continué à vendre des produits Lactalis pourtant rappelés par les autorités car potentiellement dangereux. Profits, profits.

Régulièrement, des denrées sont rappelées parce qu'elles sont contaminées par la bactérie E.coli, ne mentionnent pas un allergène ou renferment 'accidentellement' des morceaux de verre, par exemple. Mais ces rappels ne sont ni transparents ni efficaces ; les produits ont généralement déjà été consommés depuis longtemps et les consommateurs-rices n'ont pas été informés... ou trop tard. La sécurité sanitaire n'est aujourd'hui absolument pas garantie.

Ensemble, nous agissons

Alors que les lobbies et certains politiques nous répètent que la qualité de nos aliments n'a jamais été aussi élevée, force est de constater l'inefficacité de notre système actuel à nous protéger de fraudes et des dangers sanitaires liés à notre alimentation. Mais cela n'est pas une fatalité ! foodwatch œuvre pour que les réglementations existantes pour la prévention et la gestion des crises alimentaires soient enfin respectées, mais aussi renforcées, et que des sanctions exemplaires tombent.

Lors du scandale des œufs au fipronil, foodwatch a dénoncé l'opacité avec laquelle cette affaire était



gérée. Sous prétexte que les résidus de fipronil dans nos aliments n'étaient soi-disant pas dangereux pour les consommateurs-rices, les autorités ont tenté de minimiser le sujet. Mais il s'agissait bien d'un produit non-autorisé — un insecticide utilisé illégalement dans les poulaillers —, qui n'aurait jamais dû se retrouver dans nos aliments. Au début du scandale, la France n'était officiellement pas concernée.

A force d'interpellations par foodwatch, l'information officielle est finalement tombée : des fabricants français avaient utilisé ces œufs contaminés pour fabriquer des produits alimentaires. Du côté de la grande distribution et des fabricants qui nous vendent ces produits, c'était le silence radio. Et les consommateurs-rices ont été laissés dans le flou. C'était d'autant plus inacceptable que les autorités, mais aussi les entreprises de l'industrie agroalimentaire et les distributeurs, se sont posés en victimes ! La réglementation européenne est pourtant claire sur leurs responsabilités : ils doivent garantir la traçabilité et s'assurer de la conformité et la sécurité des aliments mis sur le marché.

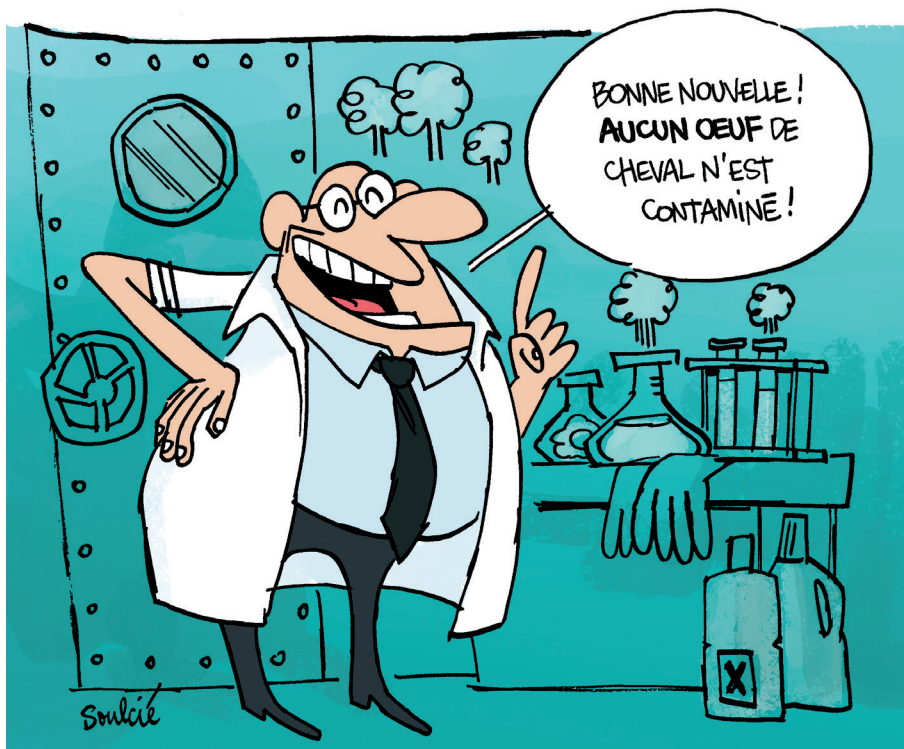
Plus de quatre ans après l'affaire de la viande de cheval, nos responsables politiques se sont montrés incapables

de nous protéger de nouvelles fraudes alimentaires. Avec foodwatch, plus de 50 000 personnes se sont mobilisées en signant la pétition réclamant la totale transparence sur la prévention et la gestion des fraudes alimentaires. Comme nous, vous êtes convaincus que des sanctions plus élevées et dissuasives devaient s'appliquer aux opérateurs économiques qui prendraient le risque de « jouer » avec le contenu de notre assiette.

Pourquoi il faut continuer

A l'heure où nous publions ce rapport annuel 2017, foodwatch France a déjà déposé une plainte dans l'affaire Lactalis (début 2018). Plusieurs parents et donc consommateurs — scandalisés — se sont joints à cette plainte. Forte de votre soutien qui grandit de jour en jour, foodwatch est déterminée plus que jamais à pousser pour que toute la lumière soit faite sur la gestion désastreuse de ce dernier scandale en date qui touche la France mais aussi 85 autres pays dans le monde. Nous allons continuer de porter nos revendications pour améliorer le système actuel afin d'empêcher de nouveaux scandales à l'avenir. L'impunité, ça suffit ! Des règles existent qui pourraient déjà limiter les dégâts ; encore faudrait-il qu'elles soient appliquées et que notre gouvernement place la sécurité sanitaire des aliments au rang de ses priorités.

LE CHIFFRE DE 2017 :
50 000. Vous êtes près de 50 000 à avoir signé la pétition lancée l'été 2017 lors du scandale fipronil pour exiger transparence et sanctions exemplaires.



Face à ces scandales à répétition, foodwatch a également joué un rôle actif en participant aux Etats généraux de l'alimentation (EGA). Nous avons proposé aux député-e-s nombre d'amendements et de mesures réglementaires qui nous paraissent indispensables pour garantir les droits de tous les citoyen-ne-s à une alimentation saine. On ne lâche rien.



Le problème

Du yaourt aux fruits sans fruits, des produits bourrés d'additifs, de sucre, de sel, de matières grasses marketés comme sains ou authentiques, des informations floues, incompréhensibles ou illisibles... Les fabricants recourent à de multiples ruses pour donner une meilleure image à leurs produits et vendre davantage. Sur les emballages de nos aliments, ces pratiques abusives ne sont pas l'exception mais la règle ! Et pourquoi s'en priver, puisque c'est complètement légal ? La législation tolère en effet de nombreux cas d'étiquetages qui nous induisent en erreur. Résultat : les rayons des supermarchés regorgent d'*arnaques sur les étiquettes*. Le problème est connu et reconnu – mais tant que les lois ne seront pas modifiées, il ne sera pas résolu. Face à la vaste marge de manœuvre des fabricants, trop souvent utilisée pour abuser les consommateurs-rices, un contre-pouvoir citoyen s'impose.

LE CHIFFRE DE 2017 :
58 étiquettes
 de produits passées
 au crible par
 foodwatch.

Ensemble, nous agissons

Voilà près de cinq ans déjà que foodwatch France traque et dévoile les arnaques sur les étiquettes, avec le soutien de centaines de milliers de consommateurs-rices. Petit à petit, le sentiment d'impunité se réduit du côté des industriels : ils savent qu'on les observe. Et les médias relaient leurs abus. Impossible de savoir combien d'étiquetages

scandaleux ont pu être empêchés ou modifiés en catimini du fait de cette vigilance. Mais pour certains, directement ciblés par foodwatch, le changement est flagrant.

Le cas de Danone, géant français de l'agroalimentaire et de son produit Danonino de Gervais panaché prouve que la mobilisation paie.

Avec ses dessins de fruits, son personnage sympathique, ses petits pots colorés, l'emballage de ce fromage sucré faisait aux enfants et à leurs parents une promesse non tenue. Le produit ne contenait en réalité aucun fruit, contrairement à ce que son emballage laissait penser. foodwatch a donc lancé une pétition. Près de 8000 signatures plus tard, exit la gamme de fromage blanc aromatisé et place à une nouvelle recette de Danonino qui contient des fruits.

Du côté des *arnaques au « made in France »*, nous avons aussi fait bouger les lignes. Le groupe qui commercialise l'un des dix produits épinglés dans notre enquête de l'été n'a pas mis longtemps avant de nous contacter et reconnaître qu'une mention comme « conditionné dans le Loir-et-Cher »



sur fond de drapeau bleu blanc rouge pour des cornichons qui viennent en réalité... d'Inde, puisse porter à confusion. Les cornichons en question ne sont plus fabriqués.

Pourquoi il faut continuer

Au mois de décembre, nous avons publié un **catalogue spécial fêtes** qui révélait une vingtaine d'arnaques sur l'étiquette. Du chic, du pas cher, des labels, du bio, des marques connues, d'autres moins : il est encore difficile d'échapper au grand n'importe quoi sur les emballages. Les industriels mettent en avant un ingrédient alors qu'il n'est présent qu'en quantité infime, voire totalement absent. Ils promeuvent un côté authentique alors que leurs produits contiennent des additifs, dont certains aux effets controversés pour la santé. D'autres continuent de jouer sur le made in France, alors que leurs ingrédients proviennent du monde entier... et certains n'hésitent même pas à cibler les enfants dans leur marketing pour faire vendre des bombes de sucre.

y'en **HOMARD**
des **ARNAQUES !**

**ZERO HOMARD
DANS CE PRODUIT.**



Les consommateurs-rices sont en colère et se mobilisent : c'est le cas pour le surimi 'Suprêmes au goût frais de Homard' de Coraya qui affiche en grandes lettres le mot 'homard' à l'avant de son emballage, mais qui n'en comporte pas la moindre trace, pas même sous forme d'arôme. Coraya, de son côté, ne voit toujours pas le problème. Les actions de foodwatch et la mobilisation citoyenne sont plus que jamais nécessaires pour pousser les fabricants à être plus honnêtes, et aboutir à des réglementations plus protectrices.





ALIMENTATION ET SANTÉ

Des dérivés d'hydrocarbures dans les lentilles, des résidus de pesticides, des perturbateurs endocriniens et autres additifs controversés, des excès de sucre, de sel et de matières grasses : beaucoup d'intrus s'invitent dans nos assiettes, alors qu'ils n'ont rien à y faire. Mais cela n'est pas une fatalité !

GLYPHOSATE : LE SCANDALE CONTINUE, LE COMBAT AUSSI

Le problème

Le problème des résidus de pesticides dans notre alimentation dépasse la question du glyphosate, mais ce cas est emblématique. Le glyphosate, composant principal du célèbre Roundup de Monsanto, est le désherbant le plus utilisé au monde.

Les résidus de cet herbicide sont omniprésents dans l'alimentation – et d'autres produits du quotidien. Or le glyphosate présente des risques pour la santé. Le Centre international de recherche sur le cancer (CIRC), agence de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) classait le glyphosate dans la catégorie des « cancérogènes probables » en 2015.

Ensemble, nous agissons

2017 était l'année du vote des Etats membres européens pour le renouvellement – ou pas – de l'autorisation du glyphosate en Europe. Année cruciale donc pour demander

à la Commission européenne de faire respecter le principe de précaution, ancré dans les textes européens et censé protéger les citoyen-ne-s, et interdire le glyphosate tant que subsistent des doutes scientifiques sur son innocuité. Plus de 180 000 personnes ont signé notre pétition, et la France a pris position contre le renouvellement de cinq ans.

LE CHIFFRE DE 2017 :

180 000 personnes
se sont mobilisées avec
foodwatch pour demander
d'interdire le glyphosate en
Europe, avec la Ligue contre
le cancer et Générations
Futures.

Pourquoi il faut continuer

En France, plus de 8 personnes sur 10 réclamaient une interdiction immédiate du glyphosate. Mais les Etats membres européens ont voté le 27 novembre 2017 une prolongation de l'autorisation pour cinq années supplémentaires.

E. Macron s'est engagé à une sortie en France en trois ans. Il va falloir s'assurer qu'un vrai de plan de sortie est en route.

Ce plan doit être aussi rapide que possible et accompagner les agriculteurs-rices dans cette transition.

LES HUILES MINÉRALES, CES HYDROCARBURES QUI CONTAMINENT L'ALIMENTATION

Le problème

Des huiles minérales, dérivés d'hydrocarbures, contaminent le riz, les pâtes, les lentilles, le couscous, les corn flakes ou encore le cacao en poudre... Les plus dangereux d'entre eux, les hydrocarbures d'huiles minérales aromatiques (MOAH) sont des perturbateurs

endocriniens et peuvent causer le cancer. Fin 2015, des tests en laboratoire menés par foodwatch révélèrent que 60% des produits de grande consommation achetés en France contenaient des MOAH. Fabricants et politiques ont connaissance de ce phénomène depuis de nombreuses années, mais la France, tout comme l'Union européenne, continue de regarder ailleurs. Plusieurs distributeurs ont pris des engagements pour empêcher la contamination des aliments, mais ce n'est pas suffisant.

Ensemble, nous agissons

La mobilisation avec foodwatch a permis de mettre fin à ce dangereux *statu quo* : fabricants et politiques ne peuvent plus ignorer le problème. L'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) a reconnu le danger pour la santé de ces huiles minérales dans son rapport en mars. foodwatch a interpellé le gouvernement pour qu'il prenne des mesures immédiates en France pour protéger notre santé, tout en prônant une réglementation européenne. Du côté des distributeurs qui ont pris des engagements sur leurs marques propres à respecter les seuils fixés par foodwatch en 2016, nous étions là pour surveiller leur mise en œuvre, et demander à tous les autres de s'engager.

Pourquoi il faut continuer

Alors que la mobilisation est restée très forte sur les pétitions de foodwatch ciblant la Commission européenne (plus

de 120 000 signatures) et le gouvernement français, une réglementation se fait toujours attendre.

MALBOUFFE : LE BESOIN D'UN ÉTIQUETAGE NUTRITIONNEL CLAIR ET OBLIGATOIRE

Le problème

Les risques pour la santé de l'excès de sucre, sel et matières grasses sont bien connus. En France, près de 50% de la population est en surpoids... avec un risque accru de contracter des maladies cardio-vasculaires ou le diabète de type II. Or à l'heure actuelle, il est impossible d'identifier en un coup d'œil la quantité de graisses, de sel et de sucres contenus dans un produit, ou bien de comparer simplement les teneurs nutritionnelles, pour pouvoir acheter en toute connaissance de cause. Pire : les vendeurs de produits trop sucrés, trop salés ou trop gras n'hésitent pas à communiquer tous azimuts en ciblant les enfants pour vendre leurs produits. Car il n'y a pas de règles pour limiter ce marketing.

Ensemble, nous agissons

Fin 2017, foodwatch a mené l'enquête et montrait comment le sucre s'incruste partout, même là où ne s'y attend pas. Le gouvernement français bouge et promet un logo sur le devant des emballages appelé Nutri-score (5C), dont l'échelle à cinq couleurs et lettres renseigne sur la qualité nutritionnelle



des produits. Plusieurs industriels l'ont adopté. Face à cette initiative, un « groupe de six géants » (les big 6, dont Nestlé, Coca-Cola et Unilever) a essayé d'allumer un contre-feu : avec un autre logo nutritionnel par portion fantaisiste, dont l'objectif est de faire passer leurs produits pour plus sains qu'ils ne le sont en réalité, avec moins de produits étiquetés en rouge. foodwatch a dénoncé publiquement leur stratégie de désinformation.

Autre mobilisation : près de 50 000 citoyen-ne-s ont rejoint foodwatch pour demander à Capri-Sun d'arrêter de cibler les enfants par leur marketing pour le Capri-Sun multi-vitamin, très sucré, et Capri-Sun a promis de réduire le sucre et de changer l'emballage.

Pourquoi il faut continuer

Des industriels ont adopté le Nutri-Score, mais il y a encore beaucoup de chemin à faire et ce logo n'est apposé que sur base volontaire. Objectif final : un logo nutritionnel coloré, développé de façon indépendante,

à l'avant des emballages, tel que le Nutri-score rendu obligatoire en Europe. Par ailleurs, nombre d'industriels se sont engagés sur base volontaire à ne pas cibler les enfants avec leurs produits mal équilibrés mais la réalité est toute autre. Les enfants sont la cible d'un marketing effréné de la part de grandes marques produisant de la malbouffe : dans la publicité, sur l'emballage, via des jeux et concours ou du sponsoring, sur les réseaux sociaux. foodwatch milite pour une régulation de ce marketing visant les plus jeunes.





ACCORDS DE LIBRE-ÉCHANGE

Le problème

Le CETA, accord de commerce entre l'Union européenne (UE) 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 impact sur l'agriculture, le problème est que cet accord va influencer durablement nos normes sociales, environnementales et économiques. Le risque, majeur, est que nous ne pourrions plus librement et démocratiquement décider en Europe de notre alimentation et des mesures de protection de notre santé. Par exemple, si la France et/ou l'Europe souhaite interdire de nouveaux OGM, pesticides ou 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 prise, le Canada ou des investisseurs étrangers ayant une filiale au Canada, pourront contester cette décision et réclamer des compensations exorbitantes. Le CETA est un accord antidémocratique, négocié sans aucune transparence.

Ensemble, nous agissons

Après notre participation à la manifestation à Strasbourg en février au moment du vote au Parlement européen, nous avons entrepris un travail de fond avec des professeurs reconnus de droit français et européen pour démontrer que le CETA ne respectait pas la Constitution française. Quelques mois et multiples rendez-vous plus tard, plus d'une centaine de député-e-s ont saisi le Conseil Constitutionnel. Celui-ci a malheureusement rendu une

décision très décevante en juillet, mais ces efforts ont permis de parler et faire parler des risques du CETA.

Lorsqu'Emmanuel Macron était candidat, il avait promis une commission pour évaluer les risques sanitaires et environnementaux du CETA. Après son élection, foodwatch a été auditionnée par cette commission. Son rapport a confirmé de nombreux risques déjà mis en avant depuis des mois. Nous avons alors milité pour qu'E. Macron refuse l'entrée en vigueur provisoire de 90% du texte du CETA, prévue le 21 septembre. Peine perdue, mais, sous la pression, le Gouvernement a dû prendre un certain nombre d'engagements, dans un plan d'action rendu public le 25 octobre.

LE CHIFFRE DE 2017 :

10. L'UE négocie au moins 10 accords de libre-échange très similaires au ceta (Mercosur, Japon, Vietnam, Mexique, Indonésie, etc.)

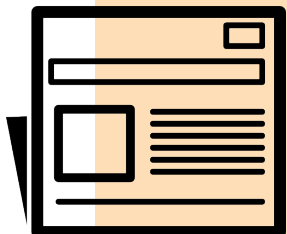
Pourquoi il faut continuer

D'une part le CETA doit encore être ratifié, et devra passer devant l'Assemblée nationale et le Sénat pour son adoption définitive. Cela offre l'opportunité d'informer et expliquer les risques de cet accord aux parlementaires, avant leur vote. D'autre part, le CETA n'est que le premier d'une longue liste d'accords que l'UE négocie. Il est essentiel d'enquêter sur ceux-ci et de dénoncer cette fuite en avant, le manque de transparence persistant et la présence de risques similaires à ceux identifiés dans le CETA. Ce faisant, nous souhaitons générer un débat sur ces accords, pour que la politique commerciale européenne soit révisée afin de véritablement respecter les droits de tous les consommateurs et de protéger l'environnement.

FOODWATCH DANS LES MÉDIAS

En 2017, les médias ont largement relayé les informations révélées par foodwatch France.

L'intérêt croissant des journalistes pour nos enquêtes indépendantes permet de faire avancer les débats dans l'espace public pour mieux défendre nos droits. Les consommateurs-rices sont ainsi plus à même d'exercer un contre-pouvoir face à la désinformation véhiculée par certains industriels ou politiques à propos de notre alimentation. Outre la pression des pétitions, nous constatons que la pression médiatique mène à de réels changements. Voici quelques exemples.



*Pour Danone, la poule aux œufs d'or est un dinosaure bleu.
Une entourloupe que ne digère pas l'ONG foodwatch (Le Canard enchaîné)*



Ces huiles minérales qui contaminent nos assiettes (Europe 1)



*Arnaque sur le made in France : le cornichon du Loir-et-Cher vient... d'Inde !
(Le Parisien)*



*Coraya commercialise des suprêmes de surimi « goût homard »...
sans une seule trace du crustacé (Huffpost)*



*Glyphosate : des millions de citoyens ne veulent plus de l'herbicide
le plus controversé de la planète (bastamag)*



*#CETA Des ONG réclament à Macron un report de l'application provisoire
(L'Obs)*



*Deux millions d'œufs contaminés au fipronil : foodwatch s'inquiète
de « l'opacité » du ministère de l'Agriculture (France Inter)*



Transparence sur les œufs : la vision reste brouillée (L'Humanité)



Repas de Noël : foodwatch alerte sur les arnaques (France Soir)

Glyphosate : "On fait passer les lobbys de l'industrie chimique devant la santé et l'environnement", dénonce Foodwatch

Karine Jacquemart, directrice générale de l'ONG de défense des consommateurs, a commenté, sur franceinfo, le vote de l'Union européenne de prolonger l'autorisation du glyphosate pour cinq ans. Une décision qu'elle juge "scandaleuse" et "inquiétante".



Toutes les astuces pour ne plus se faire avoir par l'agroalimentaire, dans l'émission de Flavie Flament 'On est fait pour s'entendre' sur RTL. Invitée : Mégane Ghorbani, responsable de campagnes de foodwatch



Emission « C'est au programme » (France 2) de Sophie Davant sur les aliments soi-disant « Made in France ».



Fipronil, amitraz : foodwatch interviewée dans le journal de 20 heures



Œufs contaminés au fipronil. Ingrid Kragl, directrice de l'information, en duplex durant le 13 heures de France 2.



■ **foodwatch France**

53 rue Meslay 75003 Paris

+ 33 (0) 9 67 10 86 49

E-mail : info@foodwatch.fr

www.foodwatch.fr



Sur Facebook
[foodwatchFR](https://www.facebook.com/foodwatchFR)



Sur Twitter
[@foodwatch_fr](https://twitter.com/foodwatch_fr)

foodwatch  alimente le débat.