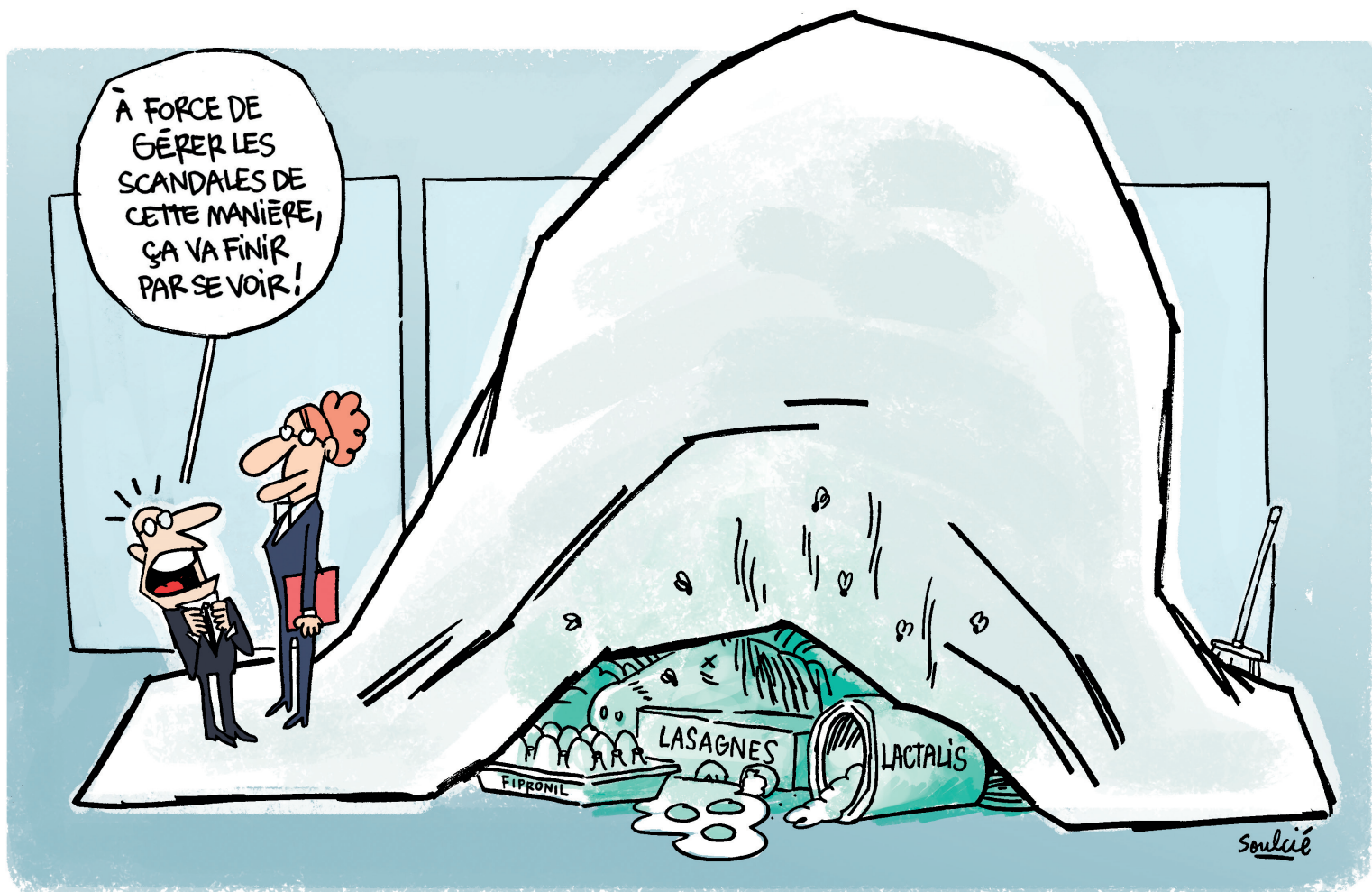


2018

RAPPORT ANNUEL



RAPPORT ANNUEL 2018

FOODWATCH FRANCE

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

Rapport annuel 2018

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 : Ingrid Kragl, Mégane Ghorbani, Guillaume Bœuf

Crédits : Soulié (dessins), Océane Enfer, Nicolas Chauveau, Sarah Butez, istockphoto

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

EDITO

En 2018 aussi, foodwatch a mis les pieds dans le plat. En 2019 : on continue !

L'affaire Lactalis a donné le ton dès janvier. Plus **on enquêtait**, plus on découvrait l'étendue de ce scandale des laits infantiles contaminés à la salmonelle. Si bien que, pour **agir contre l'impunité, foodwatch a porté plainte avec plusieurs parents**, ciblant Lactalis, les laboratoires, les distributeurs et les autorités publiques. L'instruction va se poursuivre en 2019.

Malheureusement, un scandale peut en cacher un autre : légumes surgelés contaminés à la listeria, OGM interdit commercialisé en France et en Europe, manque de transparence des résultats des contrôles alimentaires des autorités publiques. Les révélations de foodwatch ont montré qu'il reste beaucoup à faire pour une prévention plus efficace et une meilleure gestion de ces crises.

Pour plus de transparence, la campagne Arnaque sur l'étiquette a joué son rôle de vigie.

Avec plusieurs enquêtes dont Détox ou intox, Salade d'arnaques de l'été, Dérivés d'animaux cachés, un signal très fort a été envoyé aux acteurs de l'industrie agroalimentaire : nous surveillons, traquons, dénonçons. En un mot : nous ne sommes plus prêts à avaler n'importe quoi !

Autre sujet-clé : l'impact de notre alimentation sur notre santé.

foodwatch s'est appuyé sur les débats du projet de loi agriculture et alimentation pour **pointer du doigt les substances potentiellement dangereuses dans notre alimentation** : glyphosate, additifs controversés, huiles minérales, etc. Un coup d'épée dans l'eau ? La loi est très décevante, mais ces sujets sont devenus incontournables, ce qu'a confirmé une Commission d'enquête de l'Assemblée nationale sur l'alimentation industrielle.

Quant à la malbouffe, foodwatch n'a de cesse de **dénoncer les manipulations des lobbies** et de **réclamer une réglementation** qui encadre la publicité et le marketing ciblant les enfants pour les produits trop gras, trop sucrés, trop salés – un enfant sur six en France est en surpoids ou obèse.

Enfin, foodwatch et ses partenaires sont vent debout contre **les menaces d'accords de commerce** comme le CETA avec le Canada et le JEFTA avec le Japon, totalement anti-démocratiques.

Ensemble, nous continuons à construire un **contre-pouvoir citoyen** dont la voix compte ! Et il y a encore du pain sur la planche.

Grâce à vous, avec vous, foodwatch joue son rôle de **lanceur d'alerte** et de **mobilisation**.

Merci à toutes et à tous. Ensemble, nous pouvons faire changer les choses.

Karine Jacquemart,
Directrice générale de foodwatch France



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 et active en France depuis 2013.

foodwatch est une ONG indépendante européenne. En France, c'est une association Loi 1901.



L'équipe de foodwatch France (de gauche à droite) : Guillaume (communication digitale), Véronique (comptabilité), Ingrid (information), Karine (direction), Mégane (campagnes), 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, 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 pour la sortie du glyphosate et l'accompagnement des agriculteurs), l'Institut Veblen, la Fondation Nicolas Hulot pour la Nature et pour l'Homme (FNH) et le collectif Stop Tafta/CETA sur les accords de commerce, entre autres. foodwatch a aussi rejoint le collectif « On ne se taira pas », pour défendre la liberté d'expression et dénoncer les 'poursuites baillons' engagées par certains acteurs économiques d'influence pour dissuader lanceurs d'alertes et acteurs de la société civile qui défendent l'intérêt général.

FINANCEMENT DE FOODWATCH

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.

La création de foodwatch France a d'abord été possible grâce au soutien de foodwatch Allemagne, qui a fait le choix de soutenir le déploiement de l'ONG dans d'autres pays européens. Nous développons aussi la collecte de dons en France pour gagner notre autonomie financière.

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 sur notre site internet : www.foodwatch.fr





SCANDALES ALIMENTAIRES

Le problème

Produits infantiles Lactalis contaminés à la salmonelle. Légumes surgelés contaminés à la listeria. Au moins 130 tonnes d'OGM interdits entrés dans l'alimentation animale en France et peut-être dans nos estomacs. Cette année encore, les scandales alimentaires ne nous ont pas épargnés. **Pour foodwatch, il ne fait aucun doute qu'ils auraient pu et dû être évités.**

L'affaire Lactalis, d'abord, a montré les défaillances de tout un système, alors que la salmonelle était présente dans l'usine depuis 2005 : manque de contrôles, de transparence, des produits ont même encore été vendus en supermarché alors qu'ils étaient rappelés.

LACTALIS / SALMONELLE :
DES MILLIERS
DE BOÎTES DE LAIT
POUR BÉBÉS RAPPÉLÉES.



DES SUPERMARCHÉS
ONT CONTINUÉ À
EN VENDRE MALGRÉ
LES RAPPÈLS.

VOUS TROUVEZ ÇA
NORMAL ?

SIGNEZ LA PÉTITION

foodwatch.FR

Ensuite, les légumes surgelés contaminés à la listeria en provenance de Hongrie ont fait parler d'eux l'été dernier. Cinquante-trois cas et neuf décès en Europe plus tard, ce scandale pourtant tentaculaire semble déjà oublié.

foodwatch®



foodwatch a révélé que la souche de listeria trouvée dans une usine française il y a plus d'un an est liée à la souche responsable de l'épidémie. Mais à ce jour, les autorités françaises gardent secret le nom du fabricant concerné.

On apprenait ensuite qu'une bactérie génétiquement modifiée, interdite et jugée à risque pour la santé humaine en raison de son caractère antibio-résistant, était donnée au bétail en Europe. Malgré nos interpellations auprès des autorités, il demeure impossible d'accéder à la vérité : qui sont les producteurs et marques concernés ? Il faut revoir d'urgence ce système à la traçabilité défaillante.

Ensemble, nous agissons

Pour expliquer comment ces scandales alimentaires sont encore possibles et comment les éviter, foodwatch a enquêté, révélé des informations, pointé du doigt les responsables et proposé des mesures pour l'avenir.

Face au risque d'impunité dans l'affaire Lactalis, nous avons décidé de hausser le ton et de porter plainte, avec une vingtaine de parents. Car tous les acteurs impliqués dans ce scandale alimentaire ont manqué à leurs obligations : fabricants, distributeurs, autorités publiques et laboratoires. Nous avons listé 12 infractions graves. En avril, foodwatch a été auditionnée par la Commission d'enquête chargée de tirer les enseignements de l'affaire Lactalis de l'Assemblée nationale. Là aussi, nous avons exigé que tous les protagonistes rendent des comptes.

Pourquoi il faut continuer

Depuis que le scandale Lactalis a éclaté, nous craignons qu'il ne se solde, comme tant d'autres auparavant, par l'opacité et l'impunité. Suite aux plaintes déposées, l'instruction se poursuit en 2019.

Nous espérons qu'elle permettra de **dégager toutes les responsabilités et décidera de sanctions exemplaires.**

DES SCANDALES PLANÉTAIRES !

Lactalis & salmonelle : plus de 85 pays concernés
Listeria dans les légumes : plus de 40 pays
OGM interdit donné aux animaux : plus de 23 pays

Le compte n'y est toujours pas non plus en termes de transparence sur les contrôles sur les produits alimentaires commercialisés en France. Impossible pour les consommateurs et consommatrices d'accéder à la publication des résultats de contrôles (y compris pour les fabricants vertueux), aux noms des entreprises concernées, aux marques, sans parler des mesures correctives et des sanctions appliquées (ou pas). Les ministères de l'économie et de l'agriculture savent mais se taisent. Nous avons donc lancé une pétition pour exiger cette transparence. La mobilisation continue.

L'UNION EUROPÉENNE NE PROTÈGE PAS SUFFISAMMENT LES CONSOMMATEURS DES SCANDALES ALIMENTAIRES

Alors que l'Europe est régulièrement ébranlée par d'énormes scandales alimentaires, la Commission européenne ne parvient toujours pas à protéger efficacement les consommateurs. Si la législation alimentaire générale de l'Union européenne de 2002 n'est pas renforcée, le prochain scandale alimentaire ne saurait tarder à éclater. À Bruxelles, en septembre 2018, les militants de foodwatch ont manifesté et remis une lettre ouverte à la Commission européenne. Grimé en Jean-Claude Juncker, un activiste présidait à une table garnie d'aliments mis en cause lors des derniers scandales, dont des œufs au fipronil, des lasagnes à la viande de cheval et du lait pour bébé Lactalis.

foodwatch en action devant la Commission européenne pour interpellier Jean-Claude Juncker





ARNAQUE SUR L'ÉTIQUETTE

Le problème

Du surimi au homard sans homard, des produits bourrés d'additifs ou d'huile de palme soi-disant traditionnels, des tisanes détox plus proches de l'intox, des dérivés d'animaux cachés dans nos aliments... Les fabricants ne manquent pas d'idées 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 encore trop souvent la règle. Et pourquoi s'en priver, puisque ce n'est pas sanctionné? La législation n'est pas assez stricte quant aux nombreux cas d'étiquetages qui nous induisent en erreur. Résultat : les rayons des supermarchés regorgent d'arnaques sur les étiquettes. Le problème n'est pas nouveau, mais tant que les lois ne seront pas modifiées, il ne sera

pas résolu. **Face aux industriels qui tirent profit des zones grises, un contre-pouvoir citoyen s'impose.**

Ensemble, nous agissons

Voilà cinq ans déjà que foodwatch France traque et dénonce les arnaques sur les étiquettes, avec le soutien de centaines de milliers de personnes. Aujourd'hui, les industriels de l'agroalimentaire savent qu'on les observe. C'est très bien, car cela peut les dissuader de pratiques abusives. Dans d'autres cas, quand ils sont pris la main dans le sac, foodwatch a clairement alimenté le débat et fait réagir certaines des marques ciblées.

C'est le cas pour la soupe Knorr « Les Economiques Poule Vermicelles » qui promettait de la poule mais n'en comportait aucun morceau. Quatre jours à peine

après le lancement d'une pétition foodwatch ciblant le géant Unilever (à qui appartient Knorr), le fabricant nous annonçait qu'il allait supprimer ce produit à la prochaine saison de la soupe 2019. Le produit ne répondrait plus aux attentes des consommateurs, justifiait Unilever. C'est le cas de le dire : en quelques jours, plus de 4500 personnes ont interpellé Unilever en ligne pour lui demander d'arrêter de les induire en erreur.



**BAS LES PATTES!
DES ANIMAUX S'INCRUSTENT
DANS CES PRODUITS**

foodwatch®

Autre front sur lequel foodwatch a été particulièrement active : l'indication claire d'une présence animale – et l'espèce en question – sur l'étiquette, car nous avons le droit de savoir. foodwatch a mené l'enquête sur ces dérivés d'animaux qui s'incrument dans des aliments qu'on pense végétariens. Yoplait par exemple, masque la présence de gélatine de bœuf dans ses paniers 0% aux fruits. La liste d'ingrédients comporte la mention « gélatine » mais ne précise pas son origine bovine. L'indignation a été profonde pour les milliers de signataires à la pétition adressée au Yoplait. Sur les réseaux sociaux, le fabricant a annoncé vouloir supprimer la gélatine en 2019. Interrogé par les médias sur ce dossier, le Ministre de l'Agriculture a quant à lui reconnu un manque 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. En réaction à notre enquête sur les animaux cachés, le Ministre de l'Agriculture ajoutait que les réponses à apporter sont au niveau européen. Une porte-parole

de la Commission européenne répondait quant à elle que l'origine de la gélatine peut être indiquée sur base volontaire par les industriels. Autrement dit, laissons les acteurs agroalimentaires faire comme ils veulent...

NOTRE IMPACT EN 2018 :

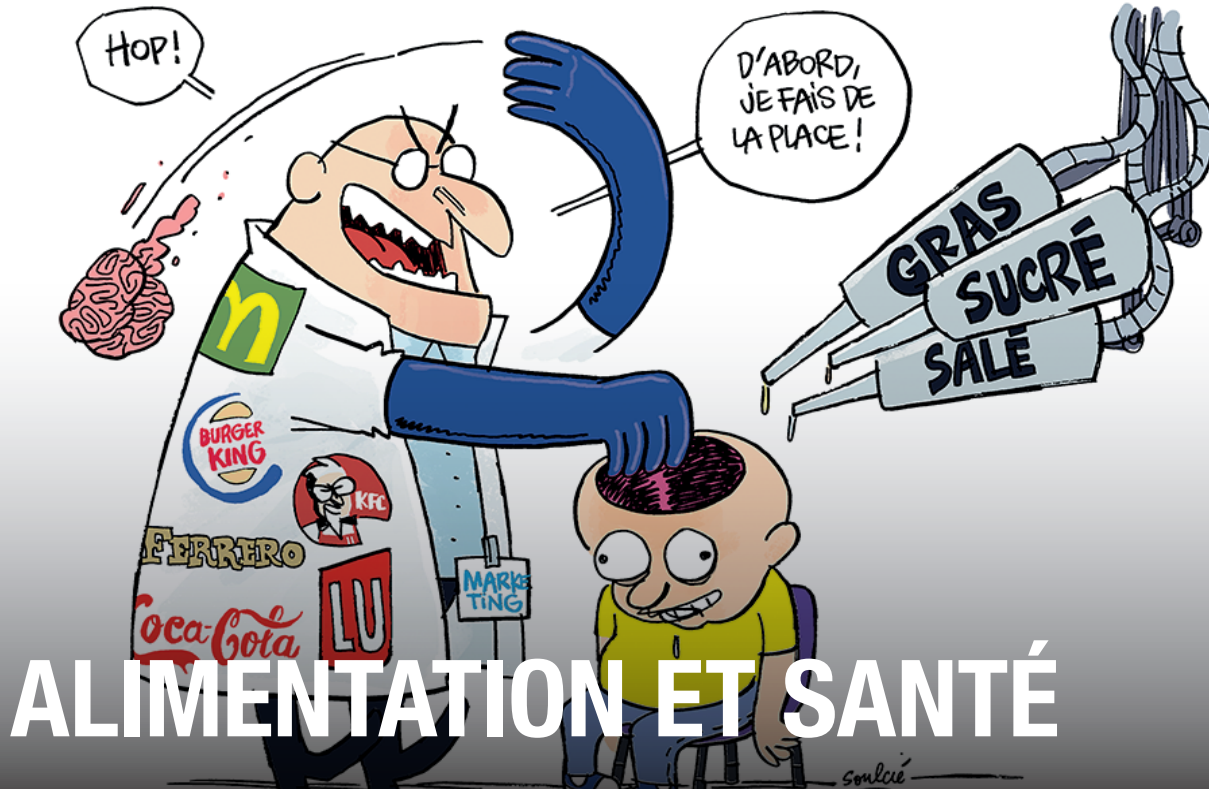
5 fabricants épinglés par foodwatch ont réalisé – ou prévu – un changement sur leur produit

Du côté des industriels, certains font toujours la sourde oreille. C'est le cas du groupe Savencia qui commercialise un surimi Coraya homard, sans homard, pas même sous forme d'arôme. Après plus de 12 000 signatures de pétition les ciblant et plusieurs courriers officiels, la marque n'a toujours pas daigné répondre aux demandes de foodwatch et de milliers de consommateurs-rices. Nous leur avons fait du coup une visite surprise lors du salon international de l'alimentation à Paris en octobre pour leur remettre la pétition en mains propres.

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. **Parce nous avons le droit de savoir ce qu'il y a dans nos assiettes.**



PAS D'ARGENT,
PAS DE **POULE ?**



Malbouffe : les industriels prêts à tout pour blanchir l'image de leurs produits

Le problème

En France, 1 enfant sur 6 est en surpoids ou obèse. Résultat : le surpoids (obésité incluse) touche un adulte sur deux, facteur de risque aggravant les maladies chroniques comme l'obésité et le diabète. Pendant ce temps, la surcharge pondérale représente un coût social de 20 milliards d'euros par an (chiffres de 2012). Les faits sont là, mais les responsabilités sont ignorées. Pourtant, soyons clairs : **fabricants et distributeurs de la malbouffe jouent un rôle important 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 : **le lobbying contre une information nutritionnelle plus claire, et les pratiques marketing ciblant un public vulnérable, les enfants.**

Ensemble, nous agissons

Contre la désinformation et les sucres cachés, foodwatch milite depuis des années pour un logo nutritionnel coloré obligatoire à l'avant des emballages partout en Europe, reposant sur des critères validés scientifiquement qui permettent de comparer les produits en un clin d'œil et choisir en

toute connaissance de cause. Même s'il n'est pour le moment que volontaire, la France a fait un grand pas dans ce sens avec l'adoption du Nutri-Score, un logo qui note de A à E les qualités nutritionnelles des produits. En 2018, 90 entreprises françaises se sont engagées à apposer ce logo à l'avant de leurs produits et la Belgique et l'Espagne l'ont recommandé à leur tour.

Mais les géants de la malbouffe surnommés les « big 6 » (Mars, Nestlé, Coca-Cola, Unilever, PepsiCo, Mondelez) ont bien sûr cherché à faire barrage à ce logo qui pourrait affubler leurs produits de voyants-rouges. Ils ont donc essayé de promouvoir leur propre logo, appelé « Evolved Nutrition Label », basé sur une approche par portion fantaisiste et plus favorable en voyants verts. **Face au lobby de la malbouffe qui crée de la confusion et de la désinformation, foodwatch était là pour mettre en lumière et**

Nutri-Score vs Evolved Nutrition Label



Evolved Nutrition Label

Each portion (15g) contains				
Energy 338kJ 81kcal	Fat 4.6g	Saturated 1.6g	Sugars 8.4g	Salt 0.0g
4%	7%	8%	9%	<1%

of an adults reference intake
Typical values per 100g Energy 2253kJ / 539kcal

dénoncer ces pratiques inadmissibles. Résultat : Mars et Nestlé ont décidé de mettre fin à toute expérimentation liée à ce logo et les quatre autres l'ont mises en suspens sur les aliments.

Autre pratique employée par les industriels de la malbouffe : cibler les enfants pour les attirer vers leurs produits. Et là, presque tout est encore permis : organisation de fêtes d'anniversaire pour les tout-petits, campagnes de promotion publicitaires, étiquetage à grand renfort de mascottes, des personnages animaliers ou de dessins animés, offre de jeux gratuits, jeux vidéo, sponsoring, recours aux youtubeurs... En 2018, foodwatch a interpellé Mondelez (marque LU), Nestlé ou encore Coca-Cola pour leur demander d'arrêter de cibler les enfants. Mais la Coupe du Monde de football fût le nouveau **théâtre d'un marketing irresponsable, prouvant une fois de plus qu'une loi interdisant ces pratiques devait urgemment être adoptée.** Des milliers de personnes ont interpellé les autorités via une pétition lancée par foodwatch. Des parlementaires ont même activement soutenu ce besoin d'encadrer le marketing et la publicité de la malbouffe, à la fois lors du projet de loi agriculture et alimentation (EGA) et lors de la Commission d'enquête sur l'alimentation industrielle.



Une partie de l'équipe de foodwatch filmée par France 2 pour le programme "Tout compte fait" consacré au sucre

Pourquoi il faut continuer

Il n'existe pas aujourd'hui de réglementation qui empêche efficacement les fabricants et les distributeurs de la malbouffe de faire passer leurs produits pour plus sains qu'ils ne le sont réellement. Une nouvelle loi supprimant la publicité dans les programmes jeunesse de la télévision publique est entrée en vigueur en 2018, certes, mais c'est encore trop peu face à tous les outils de communication utilisés par les industriels de la malbouffe. En 2019, foodwatch continuera donc de pousser pour une réglementation plus contraignante vis-à-vis des industriels et plus protectrice vis-à-vis de la santé publique, notamment pour les enfants. Toutes et tous, nous avons droit à une alimentation saine.

foodwatch

CARTON ROUGE
QUAND LES INDUSTRIELS
DE LA MALBOUFFE
CIBLENT NOS ENFANTS

SIGNEZ >

Contaminants, additifs : substances potentiellement dangereuses dans nos assiettes

Le problème

Glyphosate et autres résidus de pesticides dans nos légumes, dérivés d'hydrocarbures (huiles minérales) dans les lentilles, perturbateurs endocriniens et autres 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

foodwatch a dénoncé cette contamination et s'est appuyée sur le projet de loi agriculture et alimentation pour pointer du doigt le besoin de mesures pour interdire ces substances dans l'alimentation.

Glyphosate : Alors que l'autorisation de l'herbicide de Monsanto a été prolongée pour 5 ans en Europe fin 2017, Emmanuel Macron s'est, lui, alors engagé à l'interdire « au plus tard dans trois ans ». Plus de 360 000 d'entre vous ont signé la pétition pour que cette promesse soit tenue.

Huiles minérales : poussé par nos équipes et votre mobilisation, le Gouvernement nous l'a affirmé,

ils avancent sur le dossier. Pas assez vite pour foodwatch, qui continue de mettre la pression auprès des Ministères et parlementaires.

Additifs controversés : parmi les additifs dans le collimateur de foodwatch, le dioxyde de titane (E171), composé en partie de nanoparticules. Sa suspension a été votée dans la loi alimentation le 30 octobre, mais Bercy était très réticent à l'appliquer. foodwatch, avec 21 autres ONG, a publié une tribune qui a fait du bruit dans la presse en décembre. Bruno le Maire a finalement plié en janvier et s'est engagé à suspendre le E171 en avril 2019.

NOTRE IMPACT EN 2018 : Plus de 360.000 signatures à la pétition lancée par une quarantaine d'organisations, dont foodwatch, pour demander la fin du glyphosate en France

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. Si peu de mesures concrètes ont été finalement adoptées en ce sens dans la loi alimentation, les débats avancent. Par exemple, le rapport de la commission d'enquête parlementaire sur l'alimentation industrielle a fait des recommandations très claires sur les additifs, les huiles minérales, etc. Ensemble, nous pouvons pousser ces décisions.





ACCORDS DE LIBRE-ÉCHANGE

Le problème

Après les débats sur le TAFTA et le CETA, l'Union européenne continue de négocier en catimini plusieurs accords de libre-échange qui mettent en danger 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.**

Ensemble, nous agissons

Dans son rapport «**Le commerce à tout prix ?**» publié en février 2018, foodwatch a révélé le scénario catastrophe de cinq projets d'accords entre l'Europe et le Japon, le Vietnam, l'Indonésie, le Mexique et le Mercosur (Brésil, Argentine, Paraguay et Uruguay). Cette enquête met en effet en lumière les menaces sur la protection des droits sociaux, des consommateurs et de l'environnement, sur l'agriculture et l'alimentation (importations de viande, normes sur les pesticides, OGM, etc.), des menaces similaires à celles déjà identifiées avec l'accord avec le Canada (CETA).

Pourquoi il faut continuer

Les échanges internationaux doivent en premier lieu tenir compte de l'intérêt général des populations, au lieu de renforcer avant tout les intérêts des multinationales. Or les accords de libre-échange en cours ne respectent pas ce critère fondamental. Au

contraire, ils risquent de compromettre les normes de protection existantes et de saper les initiatives pour les renforcer dans le futur. Ces négociations doivent donc être interrompues et **l'Union européenne se doit de développer une nouvelle politique commerciale qui donne la priorité aux droits des populations et consommateurs.**

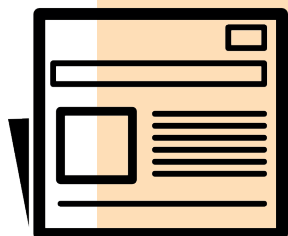
Mais seuls la mobilisation citoyenne et les lanceurs d'alerte comme foodwatch et ses partenaires peuvent jouer un rôle pour plus de transparence dans ces négociations et pour freiner le rouleau compresseur des accords de libre-échange qui s'enchaînent.

Il est indispensable que les implications de tels traités soient débattues de façon transparente à tous les niveaux : local, national et européen. Nous voulons plus de transparence et de démocratie en Europe. **foodwatch exige la suspension de tous ces accords et une réforme en profondeur de la politique commerciale européenne.**



FOODWATCH DANS LES MÉDIAS

En 2018 encore, les médias ont largement relayé les campagnes et 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. Nos messages ont porté face à l'entreprise de désinformation souvent orchestrée par les lobbies de l'agroalimentaire. Outre la mobilisation sur les pétitions, nous constatons que la pression médiatique pousse également les fabricants et décideurs politiques à réagir.



Des ONG pointent l'addition salée du libre-échange (Mediapart)



Alimentation : une loi à la sauce lobbies ? (Libération)



« Journée européenne de l'obésité » : la campagne qui fait polémique (Cnews)



foodwatch, Greenpeace, WWF France... grâce à eux, on mange mieux (Le Parisien)



Glyphosate : une pétition appelle la France à respecter son engagement (Europe 1)



foodwatch dénonce « la précipitation dans la relance de la production de poudres de lait dans l'usine de Craon » (Le Point)



foodwatch met les pieds dans le plat : « L'UE n'a pas réussi (...) à protéger 500 millions de consommateurs des risques pour la santé et de la tromperie sur le marché alimentaire » (L'Humanité)



Alerte aux légumes hongrois surgelés contaminés à la listeria (Le Monde)



Quels contrôles pour le contenu de nos assiettes ? (France Inter)



Omerta, maïs et listeria (...) C'est l'affaire de trop pour l'association foodwatch (Le Canard enchaîné)



Karine Jacquemart, directrice générale de foodwatch sur BFMtv, à propos de l'alimentation industrielle

Mégane Ghorbani, responsable de campagnes, interviewée sur les arnaques sur l'étiquette, par Télé Matin (France 2)



Ingrid Kragl, directrice de l'information, décrypte les plats industriels parrainés par des grands chefs dans le JT de France 3

foodwatch dénonce les animaux cachés dans nos aliments sur Brut, un média très présent sur les réseaux sociaux



«Cellule de crise» (France 2) consacrée aux scandales sanitaires, notamment pour y évoquer notre plainte dans l'affaire Lactalis



Sur le plateau de La Quotidienne (France 5) pour décrypter les étiquettes qui nous induisent en erreur



Dans le 28 minutes d'arte, débat sur les scandales - dont l'affaire Lactalis.

Logo nutritionnel et arnaques sur l'étiquette au menu de France 3 ce matin-là



Marre qu'on nous raconte des salades : la campagne présentée sur RMC





■ foodwatch France

53 rue Meslay 75003 Paris

+ 33 (0) 9 67 10 86 49

E-mail : info@foodwatch.fr

www.foodwatch.fr



foodwatchFR



@foodwatch_fr



YouTube foodwatchFR

foodwatch alimente le débat.