

2019

# RAPPORT ANNUEL



# RAPPORT ANNUEL 2019 FOODWATCH FRANCE

Édito	3
Qui est foodwatch ?	4
Financement	5
Arnaques sur l'étiquette	6
Scandales alimentaires	8
Alimentation et santé	10
Lobbies et multinationales	13
foodwatch dans les médias	14

## Rapport annuel 2019

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 :** Guillaume Bœuf, Camille Dorioz, Ingrid Kragl

**Crédits :** Soulcie (dessins), picture alliance/Uwe Zucchi/dpa, istockphoto

**Contact :** foodwatch France - 53 rue Meslay 75003 Paris - info@foodwatch.fr - Tél +33 (0) 1 43 20 86 49  
www.foodwatch.fr

# EDITO

En 2019, foodwatch France a fêté ses 5 ans d'enquêtes et d'actions pour une meilleure alimentation.

## Ensemble, on continue !

Scandales alimentaires, glyphosate, additifs et autres contaminants qui n'ont rien à faire dans nos assiettes, règne de la désinformation sur les étiquettes, malbouffe ciblant les enfants, accords de commerce anti-démocratiques... les combats sont nombreux.

Face aux enjeux de notre alimentation et au poids des lobbies de l'industrie agroalimentaire, foodwatch agit en toute indépendance pour plus de transparence et une alimentation saine pour tous.

## Contre-pouvoir citoyen, avec vous et pour vous

Nous sommes de plus en plus nombreux, et notre voix compte en tant que contre-pouvoir citoyen. Fin 2019, vous étiez plus de 250 000 à suivre nos actions et à y participer. Quasiment le double par rapport à fin 2018 !

Les responsables de l'industrie agroalimentaire et les décideurs politiques l'ont bien compris : ils ne peuvent plus faire sans foodwatch, ils ne peuvent plus faire comme avant, comme bon leur semble, en toute opacité et impunité.

Ensemble, on les observe, on enquête, on dénonce les pratiques qui vont à l'encontre des droits des citoyens et de leur santé, on milite et on dialogue pour plus de transparence et pour faire changer ces pratiques.

## Nos missions et victoires en 2019

En 2019, nous avons tout simplement poursuivi nos missions, notre motivation de tous les jours :

- **Enquêter et révéler des scandales** Viande avariée polonaise, faux steaks et poulets gorgés d'eau destinés aux plus démunis, suites du procès de la viande de cheval, etc.
- **Agir contre l'impunité** En portant 2 plaintes : une dans le cadre de notre dossier sur les promesses santé sans fondement et une contre le cabinet de lobby de Monsanto, car Ingrid Kragl, directrice de l'information et moi-même faisons partie des personnes fichées dans leur dossier d'influence sur le glyphosate. Ces deux plaintes s'ajoutent à celle déposée avec des parents en 2018 dans l'affaire Lactalis, qui suit toujours son cours.
- **Dénoncer le lobby de la malbouffe et débusquer les arnaques sur l'étiquette** Avec quelques avancées : Nestlé s'est enfin rangé au Nutri-score, qu'il nous faut maintenant rendre obligatoire en Europe et des marques comme Yoplait ou Bonduelle ont changé leurs recettes sur des produits pointés du doigt par foodwatch.
- **Exiger l'interdiction de substances potentiellement dangereuses pour la santé dans notre alimentation** Additif dioxyde de titane E171 - enfin suspendu en France -, nouvelle bataille lancée contre les nitrites ajoutés à notre alimentation, avec Yuka et La Ligue contre le Cancer, tests en laboratoires sur la contamination de laits en poudre pour bébés par des dérivés de pétrole, l'impact de l'alimentation sur la santé est une priorité chez foodwatch !
- **Se mobiliser contre les accords de commerce** Du CETA avec le Canada au MERCOSUR, foodwatch alerte haut et fort sur les dangers de ces accords anti-démocratiques qui donnent encore plus de pouvoir aux multinationales.

Nous nous battons pour toutes et tous, que vous soyez déjà informés ou complètement perdus dans la jungle de la désinformation orchestrée par les puissants. A travers votre soutien, votre mobilisation, vos messages, nous vous savons à nos côtés et cela décuple notre détermination. Vous pouvez compter sur nous pour ne rien lâcher.



Karine Jacquemart,  
directrice générale  
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 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) : Camille (campagnes), Ingrid (information), Guillaume (digital), Quentin (administratif et finances), Karine (direction) et 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, par exemple : le Réseau Environnement Santé (RES) présidé par André Ciccollella, toxicologue, sur la contamination des aliments, Générations futures sur les pesticides, Agir pour l'Environnement sur l'additif E171, le collectif Stop Tafta/CETA et l'Institut Veblen sur les accords de commerce, et bien sûr l'application Yuka et la Ligue contre le cancer avec qui nous avons initié une pétition contre les nitrites ajoutés à notre alimentation.

## FINANCEMENT DE FOODWATCH – 100% INDEPENDANT

**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.**

C'est grâce au soutien de nos donateurs et donatrices, citoyens et citoyennes acteurs du changement que nous pouvons mener nos enquêtes, travailler avec des avocats et autres experts, faire des tests en laboratoires, publier dossiers et révélations et tout simplement mener les combats nécessaires pour protéger notre alimentation.

Merci. Plus nous sommes nombreux, plus notre voix en tant que contre-pouvoir citoyen a du poids.



I Davila, chargée base de données et relation donateurs-trices

# #Arnaques sur l'étiquette



## ARNAQUES SUR L'ÉTIQUETTE

foodwatch



### Le problème

Des tisanes détox plus proches de l'intox, des animaux cachés dans des glaces, de l'huile de palme masquée par du marketing, une confiture de figue Labeyrie 10 fois plus chère juste à cause de sa mention « pour foie gras »... Au cœur de la mêlée, la palme de l'arnaque sur l'étiquette revient finalement au bouillon Knorr aux herbes et à l'huile d'olive Puget qui réussit la prouesse d'en réunir 5 sur un seul et même produit. Bref, l'imagination de certains industriels est sans limite quand il s'agit d'induire en erreur le consommateur pour gonfler leurs marges.

des supermarchés regorgent d'arnaques sur les étiquettes et vous êtes de plus en plus nombreux à nous alerter sur ce sujet. Nous recevons une dizaine d'arnaques par semaine que nous publions régulièrement sur les réseaux sociaux.

Face au comportement de certains industriels, en tant que contre-pouvoir citoyen nous sommes votre porte-voix.

### Ensemble, nous agissons

Voilà près de six 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 acteurs de l'industrie agroalimentaire savent que notre communauté les observe attentivement à travers tout le territoire. La création des « jeudi arnaques » sur les réseaux sociaux depuis l'été dernier a fortement renforcé cette pression citoyenne. Nous avons publié plus de 20 produits et certains comme l'Oasis contenant de l'huile de palme ou les morceaux de sucre bruns de St Louis (du sucre blanc teinté) ont eu un succès retentissant. Si au début les fabricants ne répondaient pas forcément à ces publications sur les réseaux sociaux, aujourd'hui ils y sont particulièrement attentifs. Les médias montrent aussi un réel intérêt pour ces arnaques.

La campagne Arnaques sur l'étiquette peut prendre différentes tournures. Lors de notre enquête sur

1 bouillon

5 arnaques !

Signez la  
pétition !



Sur les emballages, ces pratiques abusives ne sont pas l'exception. Et pourquoi s'en priver, puisque ce n'est pas sanctionné ? La législation n'est pas appliquée de manière stricte. Résultat : les rayons

les allégations santé, qui dénonçait l'utilisation de promesses santé « non validées » (comme détox ou antioxydant) pour faire du marketing, nous avons mis le doigt sur le site internet « biologiquement.com ». Ce site vend des produits prônant des allégations « anticancer ». Ce type de pratique tombant sous le coup de l'illégalité, foodwatch a porté plainte. Finalement l'année s'est achevée avec notre Calendrier du vent 2019. Un condensé de 24 arnaques sur l'étiquettes à découvrir chaque jour pendant le mois de décembre jusqu'à Noël. Disponible sur le site internet, mais aussi en version papier pour nos plus fidèles foodwatchers, cette campagne 'arnaque' a été fortement relayée dans les médias. Son succès a obligé 4 marques à changer les étiquettes de leurs produits. Mais ce n'est pas tout. De manière inattendue, le Calendrier du vent s'est retrouvé sur les bancs de l'Assemblée nationale où un député

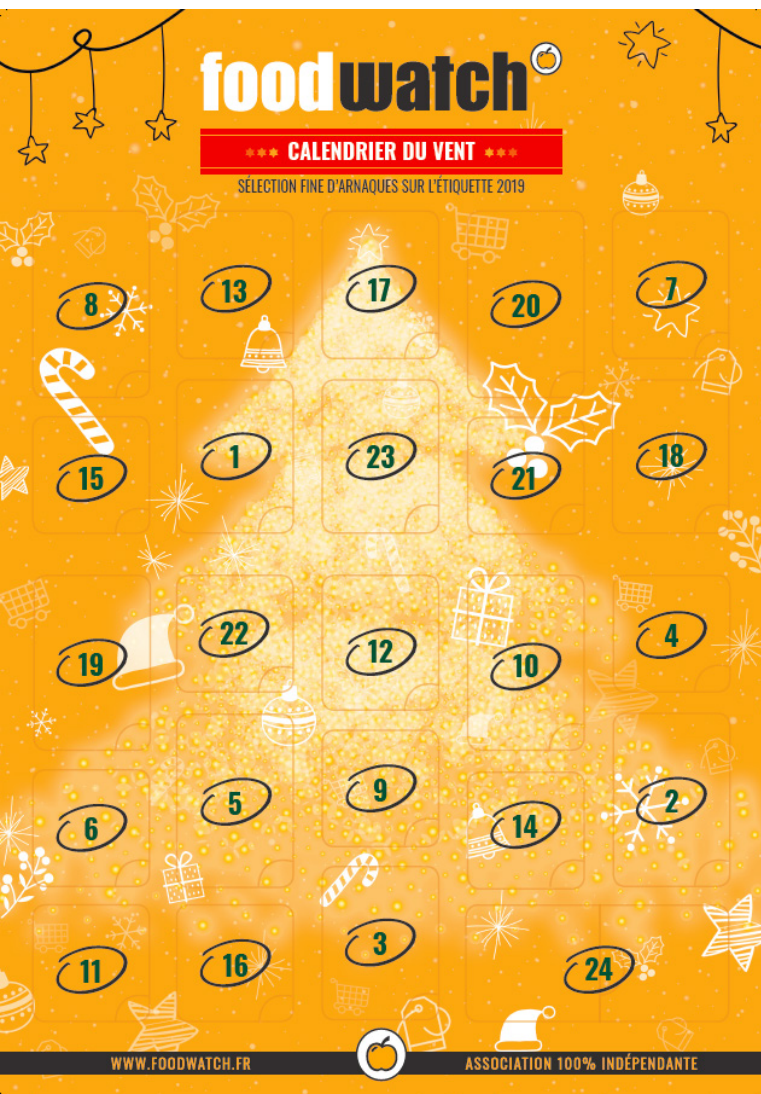
l'a brandi, utilisant notre campagne Arnaques sur l'étiquette comme argument et exemple du manque de transparence et de règles concernant l'étiquetage des produits alimentaires.

**NOTRE IMPACT EN 2019**  
 5 fabricants épinglés par foodwatch ont réalisé - ou prévu - un changement sur leurs produits.

Un cru 2019 donc très réussi puisque des industriels ont cessé leurs abus sous la pression et que les responsables politiques ont compris qu'ils allaient devoir agir pour ce que nous voulons tous : plus de transparence.

### Pourquoi il faut continuer

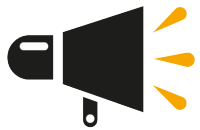
Faire reconnaître le manque de transparence par les responsables politiques, c'est déjà un premier pas. Mais le chemin est encore long pour obtenir les changements attendus dans la réglementation, et surtout faire appliquer plus strictement les règles existantes. Du côté des industriels, certains font toujours la sourde oreille. Comme Lindt ou Krisprolls qui avaient été épinglés dans la campagne « Huile de palme masquée ». Pagen, maison mère de Krisprolls, a même poussé la mauvaise foi jusqu'à nous dire que comme ils utilisaient de l'huile de palme depuis l'origine du produit, elle était donc un élément traditionnel de la recette.



Les actions de foodwatch et la mobilisation citoyenne sont plus que jamais nécessaires pour pousser les fabricants à être plus honnêtes, aboutir à des réglementations plus protectrices et à des sanctions pour obtenir plus de transparence. La campagne Arnaques sur l'étiquette n'est pas une simple bagarre sur le marketing. Elle défend le droit de tous à savoir ce qu'il y a dans nos assiettes.



# SCANDALES ALIMENTAIRES



## Le problème

En février 2019, le ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation annonçait avoir retrouvé

près de 800 kilos de viande avariée en provenance de Pologne dans neuf entreprises françaises. Pour foodwatch, ce nouveau scandale sanitaire montrait une fois de plus que la prévention et la traçabilité des circuits alimentaires sont insuffisants dans les pays européens, alors même que la réglementation en fait une obligation. Quels sont les fabricants, les marques qui ont commercialisé cette viande ? Quelles mesures ont été prises ? A chaque fois, nous sommes laissés dans le flou.

Au même moment commençait en France le procès Spanghero. Six ans après le scandale de la viande de cheval - à la place du bœuf ! -, les scandales alimentaires continuent en effet de s'enchaîner avec un schéma quasi immuable : opacité pour les consommateurs, manque de traçabilité et sous-effectifs criants au sein des organes de contrôle. Nous ne sommes toujours pas protégés efficacement. Des chevaux aux passeports falsifiés pénètrent aujourd'hui encore le circuit de distribution en France, sans que nous en soyons informés. Findus, Picard, Carrefour, Lidl, e. Leclerc, Auchan, Casino, Picard, Cora, Monoprix, Système U ont tous vendu de la viande frauduleuse en annonçant qu'il s'agissait de bœuf. Les consommateurs-trices ont été trompés. Au lieu de prendre ses responsabilités, la grande distribution s'est posée en victime lors du procès Spanghero alors qu'elle est censée s'assurer de la conformité des produits qu'elle commercialise.

En juin, trois ministères - Economie, Santé et Agriculture - communiquaient sur une fraude choquante portant sur des steaks hachés qui n'en étaient pas et étaient distribués aux plus démunis. Ce sont les associations qui ont alerté la Répression des fraudes. En septembre, on apprenait que des poulets gorgés d'eau avaient été vendus à ces mêmes associations. Le fournisseur en a-t-il aussi écoulé en boucherie, dans les supermarchés ? Mystère. Ensuite en octobre, suite à l'alerte lancée par







Cour des comptes consacrait un chapitre entier au contrôle de la sécurité sanitaire de l'alimentation et confirmait ce que foodwatch dénonce, mais aussi propose, scandale après scandale : « Des insuffisances subsistent à toutes les étapes de la chaîne de contrôle de la sécurité sanitaire de l'alimentation, depuis les autocontrôles réalisés par les entreprises jusqu'à la publication des résultats des inspections ».

foodwatch largement relayée dans les médias sur la présence de viande contaminée à la Listeria de l'entreprise allemande Wilke en France, le Ministère de l'agriculture a reconnu que 11 départements français étaient concernés. Trois personnes en sont mortes en Allemagne. En France, cette viande a été distribuée à des restaurants commerciaux, hôtels, traiteurs, associations, charcuteries, une péniche de croisière et deux maisons de retraite.

Nous avons exigé la totale transparence : quelles marques, quelles quantités, où précisément ? Et encore une fois, nous nous sommes heurtés à l'opacité des autorités publiques et n'avons pas obtenu de réponse.

### Ensemble, nous agissons

foodwatch interpelle les fabricants mais aussi les autorités. Par nos courriers, nos e-mails, nos rendez-vous, nous les poussons à être de plus en plus transparents mais nous sommes encore loin du compte. Dans l'affaire Wilke, nous avons aussi informé les députés et l'un d'eux a fait son boulot en interpellant le gouvernement par écrit. Réponse : « Des affichettes ont été apposées localement. Circulez, il n'y a rien à voir ! Comme nous, vous en avez assez de cette opacité. A l'heure où nous publions ce rapport, près de 25.000 personnes ont déjà signé la pétition de foodwatch adressée aux autorités pour réclamer plus de transparence sur les contrôles alimentaires menés et la fin de l'impunité.

### Pourquoi il faut continuer

Nous ne lâcherons rien parce que les problèmes sont récurrents et nous ne sommes plus seuls à les pointer du doigt. Ainsi, en 2019, un nouveau rapport de la

Bref, l'opacité reste de mise. Et pour cause : la législation européenne n'oblige pas les autorités à rendre les informations publiques en cas de fraudes alimentaires, seulement lorsqu'il y a un danger pour la santé. Impossible pour les citoyens de savoir. A chaque nouveau scandale, nous découvrons les informations au compte-goutte. Nous réalisons alors que nous avons souvent déjà consommé ces produits.

Nous allons continuer d'alerter sur le manque criant de moyens de contrôles : suppressions de 90 postes à la Répression des fraudes (DGCCRF) sur la période 2018-2019. Par ailleurs, en France, le nombre des inspections sur la sécurité sanitaire des aliments a baissé de 37% entre 2012 et 2017. Nous sommes inquiets.

**LE CHIFFRE**  
Moins 37%  
d'inspections  
sur la sécurité sanitaire  
des aliments  
entre 2012 et 2017





# ALIMENTATION ET SANTÉ



**Bras de fer contre le marketing de la malbouffe : on avance !**

## Le problème

En France, 1 enfant sur 6 est en surpoids ou obèse. Résultat : cela touche un adulte sur deux, facteur aggravant de risque de maladies chroniques. Pendant ce temps, la surcharge pondérale représente un coût social de plusieurs dizaines de milliards d'euros par an. Les faits sont là, mais les responsabilités sont passées sous silence. 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

Nutri-score : Nestlé a plié et l'adopte enfin. L'Allemagne et les Pays-Bas aussi. 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 : le Nutri-score.

Après le lancement de cette initiative par la France, plus de 240 entreprises s'étaient déjà engagées fin 2019 à l'apposer sur leurs produits.

Les géants de la malbouffe surnommés les « big 6 » (Mars, Nestlé, Coca-Cola, Unilever, PepsiCo, Mondelez) ont, eux, longtemps cherché à désinformer et à décrédibiliser le Nutri-score. foodwatch n'a pas cessé de dénoncer ces manigances contre plus de transparence. Résultat, Mars a quitté les big 6 et Nestlé s'est finalement engagée à utiliser le Nutri-score.

Une autre étape a été franchie avec la décision de l'Allemagne et des Pays-Bas fin 2019 de reconnaître le Nutri-score comme logo officiel, sous la pression des équipes de foodwatch dans ces pays.

## NUTRI-SCORE



## Pourquoi il faut continuer

L'objectif n'est qu'à moitié atteint, car nous voulons que le Nutri-score devienne obligatoire dans toute l'Europe, et pas seulement volontaire comme aujourd'hui. Nous allons donc continuer à pousser au niveau européen.

Autre pratique employée par les industriels de la malbouffe : cibler les enfants pour les attirer vers leurs produits, même lorsqu'ils sont trop sucrés, trop gras, trop salés. 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, personnages animaliers ou dessins animés, offre de jeux gratuits, jeux vidéo, sponsoring, recours aux youtubeurs et autres influenceurs... Il n'existe pas aujourd'hui de réglementation qui empêche efficacement les fabricants et les distributeurs de la malbouffe de matraquer les enfants à grands coup de publicités et marketing ciblés, ce qui est pourtant une recommandation claire de l'Organisation mondiale de la santé (OMS).

En 2020, 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.



## 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 laits en poudre pour bébés, 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 de nouvelles alliances pour porter la voix des consommateurs et exiger le retrait de substances controversées de notre alimentation !

Dérivés d'hydrocarbures : foodwatch a dévoilé en octobre 2019 la présence d'huiles minérales aromatiques dans des laits en poudre pour bébés à travers l'Europe. En France, deux laits vendus se sont révélés positifs d'après nos tests : le Gallia gest croissance de Danone et Nidal 1er âge de Nestlé. Si Danone et Nestlé ont fait mine de ne pas entendre les 50 000 signataires de notre pétition, l'Europe a, elle, pris très au sérieux nos résultats et la mobilisation des consommateurs, avec plusieurs réunions au sommet.



Il n'y a toujours pas de réglementation européenne pour interdire les MOAH de nos assiettes, mais ça bouge...

**Additifs controversés :** En 2019, nous avons réussi, grâce à la pression de la société civile, à obliger le ministre Bruno Le Maire à tenir ses engagements, et à signer l'arrêté de suspension de l'additif E171 dans l'alimentation. Depuis le 1er janvier 2020, il est interdit de vendre des produits contenant ce dioxyde de titane - nanomatériaux - en France. Une véritable victoire contre les additifs controversés et pour la santé des consommateurs.

## ADDITIFS

### STOP AUX NITRITES AJOUTÉS DANS NOTRE ALIMENTATION



foodwatch®

Yuka

LA LIGUE  
CONTRE LE CANCER

En novembre 2019, nous nous sommes donc lancés dans une nouvelle bataille : l'interdiction des nitrites ajoutés dans l'alimentation. Ces additifs, utilisés principalement dans la charcuterie, sont suspectés d'être indirectement responsables de cancers colorectaux ou de l'estomac. Nous nous sommes alliés avec l'application Yuka et La ligue contre le cancer afin d'accroître la portée de notre pétition, et nous n'avons pas été déçus. Près de 200 000 signatures et une grande couverture médiatique. Une pression qui a obligé la ministre de la santé à réagir et qui a soulevé de nombreux débats à l'Assemblée nationale, qui vont se poursuivre en 2020.

**Glyphosate :** E. Macron s'était engagé à sortir la France du glyphosate début 2021. foodwatch continue de maintenir la pression sur cette promesse... Vous êtes plus de 560 000 à avoir rejoint cette mobilisation en signant la pétition.

### 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.

Les débats avancent, mais seulement quand on maintient la pression. Sur les huiles minérales, nos tests ont provoqué un petit tremblement de terre à Bruxelles. Nous devons donc continuer à pousser pour obtenir une réglementation claire interdisant toute présence de MOAH, dérivés de pétrole toxiques, dans notre alimentation.

Sur les nitrites, la bataille ne fait que commencer. Les industriels de la charcuterie essaient d'allumer des contrefeux pour éviter une interdiction de ces additifs controversés. La présence à nos côtés de La Ligue contre le cancer ainsi que de nombreux scientifiques et de Yuka, nous donnent un avantage mais aucune certitude. En 2020, nous devons convaincre les députés d'écouter la voix des consommateurs et de bannir les nitrites de nos assiettes.

Ces sujets seront plus que jamais d'actualité en 2020. Nous ne lâcherons rien, jusqu'à obtenir notamment l'interdiction de ces additifs et des huiles minérales aromatiques dans nos assiettes.





# ACCORDS DE LIBRE-ÉCHANGE ANTIDÉMOCRATIQUES



## Le problème

L'Union européenne - Etats membres et Commission - continuent leur fuite en avant en multipliant les accords de libre-échange : CETA (avec le Canada), MERCOSUR (avec le Brésil, l'Argentine, l'Uruguay et le Paraguay), JEFTA (avec le Japon), Singapour, Vietnam...

Pourtant, ils présentent tous les mêmes dangers pour 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, y compris les normes sur les pesticides, les OGM, etc.

## Ensemble nous agissons

foodwatch documente et alerte en Europe pour bloquer ces accords : publication de rapports, débats au Parlement européen et en France, révélations dans les médias, mobilisation dans la rue.

En juillet 2019, le gouvernement a précipité la ratification en France du CETA, en trois semaines, en pleine canicule, et en inondant les médias de fausses informations pour promettre que le CETA n'était dangereux pour personne !

Faux !, a répondu foodwatch : nous avons immédiatement mobilisé notre expertise et notre détermination pour au contraire expliquer les risques réels du CETA.

## Pourquoi il faut continuer

Les échanges internationaux doivent absolument tenir compte de l'intérêt général des populations, au lieu de renforcer avant tout les intérêts des multinationales, ce qui n'est pas du tout le cas du CETA et de ses cousins.

Seule la mobilisation citoyenne et des lanceurs d'alerte comme foodwatch et ses partenaires peut freiner le rouleau compresseur des accords de libre-échange qui s'enchaînent au détriment des citoyens et de la planète.

En 2020 : le CETA peut encore être bloqué en France. Il doit être soumis au vote du Sénat, et revenir devant l'Assemblée nationale si celui-ci s'oppose. Donald Trump remet à l'agenda les négociations sur le TAFTA, et les négociations sur l'accord MERCOSUR battent leur plein (avec les questions qui fâchent d'importations de bœuf traité aux antibiotiques comme activateurs de croissance, de pesticides, d'OGM et de déforestation, etc.).



# FOODWATCH DANS LES MÉDIAS

En 2019 encore, les médias ont largement commenté les informations révélées par foodwatch France. L'intérêt croissant des journalistes pour nos enquêtes indépendantes permet de faire avancer les débats pour mieux défendre nos droits. Nous constatons chaque jour combien la pression médiatique pousse également les fabricants et décideurs politiques à réagir. La presse les interpelle, vous informe, relaie nos campagnes d'intérêt public.

## Arnaques sur l'étiquette



Camille Dorioz (à dr.) invitée de « On n'est pas des pigeons » à la télévision belge RTBF, pour évoquer l'huile de palme

Le Calendrier du vent partout à la télé ; ici sur LCI (TF1)



Foodwatch accuse Unilever d'arnaque au bouillon cube  
Dans la ligne de mire de l'ONG, un bouillon cube Knorr « aux herbes et à l'huile d'olive » qui ne contiendrait que 2 % d'huile d'olive et aucune olive.



Expliquer les enjeux sans jouer sur les peurs

## Accords de commerce



CETA, TAFTA2, MERCOSUR : les accords de commerce menacent le contenu de notre assiette et notre démocratie. Les banderoles foodwatch et le visage des membres de l'équipe dans « C dans l'air » sur France 5, Le Monde ou encore BFM.



Quentin et notre stagiaire Blanche dans Le Monde.

Karine Jacquemart dénonce les mensonges sur le CETA dans les médias et explique ses dangers



## Dérivés d'hydrocarbures toxiques pour la santé



Karine Jacquemart, interviewée par le JT de France 3. Le sujet a été relayé par M6, Le Monde, Europe 1, etc.



## Pesticides

Monsanto : de nouvelles plaintes après un fichage illégal

Une enquête judiciaire a été ouverte sur un dossier complexe de fraude réglementaire. Le géant américain est accusé d'avoir sciemment trompé les autorités françaises. Les autorités françaises, par conséquent, ont poursuivi les poursuites. Des plaintes ont été déposées.



Deux directrices de foodwatch fichées pour Monsanto/Bayer : une pratique illégale contre laquelle nous avons porté plainte. L'affaire a eu un écho mondial, bien au-delà des frontières européennes.

## Multinationales et lobbies



Nos investigations en Une du Monde et d'Euractiv ont secoué l'Europe



Le bluff sur les étiquettes : Mégane Ghorbani sur BFM. Ingrid Kragl sur « La Quotidienne » de France 5 et « Télé Matin » sur France 2



## Scandales alimentaires



Les scandales n'arrivent pas par hasard : décryptages



## Nutri-score





## ■ foodwatch France

53 rue Meslay 75003 Paris

+33 (0) 1 43 20 86 49

E-mail : [info@foodwatch.fr](mailto:info@foodwatch.fr)

[www.foodwatch.fr](http://www.foodwatch.fr)



foodwatchFR



@foodwatch\_fr



YouTube foodwatchFR

**foodwatch**  alimente le débat.