

Les nombreuses facettes du consommateur



Fédération romande des consommateurs

Association indépendante et à but non lucratif – fondée en 1959,

1. Défense des intérêts des consommateurs

- **Cantons:** sections cantonales de la FRC, autorités locales
- **National:** Alliance et réseau d'ONGs, groupes de travail, auditions
- **International:** Bureau européen des unions de consommateurs, Institute for Research and Testing

2. Informations et conseils aux consommateurs

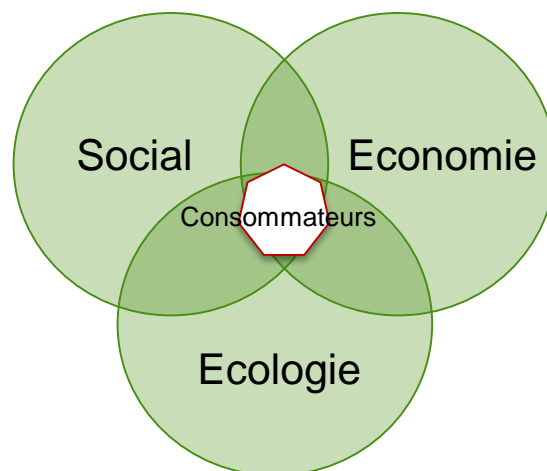
- **Informer:** frc.ch et le magazine *FRC Mieux Choisir* sans publicité; réseaux sociaux; tests et enquêtes; médias tiers
- **Interagir:** conseils individuels, stands et conférences

Consommateurs au cœur du système alimentaire

8,5 millions de consommateurs en Suisse

- génèrent 60% du produit intérieur brut
- 165 « courses » par ménage en 2018

*« la consommation est l'unique but, l'unique terme de toute production... » Adam Smith**



Alimentation: diversité des facteurs de choix

Consommateurs nombreux => facteurs de choix divers:

- Provenance des aliments (53%)
- Coût des aliments (51%)
- Sécurité sanitaire (50%)
- Goût des aliments (49%)
- Contenu nutritionnel (44%)

Consommateurs nombreux => préoccupations diverses:

- Utilisation à mauvais escient d'antibiotiques et d'hormones chez les animaux d'élevage (44%)
- Résidus de pesticides dans les aliments (39%)
- Additifs alimentaires (36%)

Provenance des aliments

Aides au choix pour les consommateurs:

- Labels régionaux réellement utiles
- Swissness compréhensible

Revendications:

- Indication systématique de la provenance de l'ingrédient principal et d'origine animale
- Indication claire du pays de production



Coût des aliments – prix juste

Aides au choix pour les consommateurs:

- Cours « Bien manger à petit prix »: > 5000 participants
- Tests avec analyse de qualité et comparaison de prix
- Actions véritables

Revendications:

- Transparence sur les marges (p.ex. Bio)
- Prix au kilo systématique



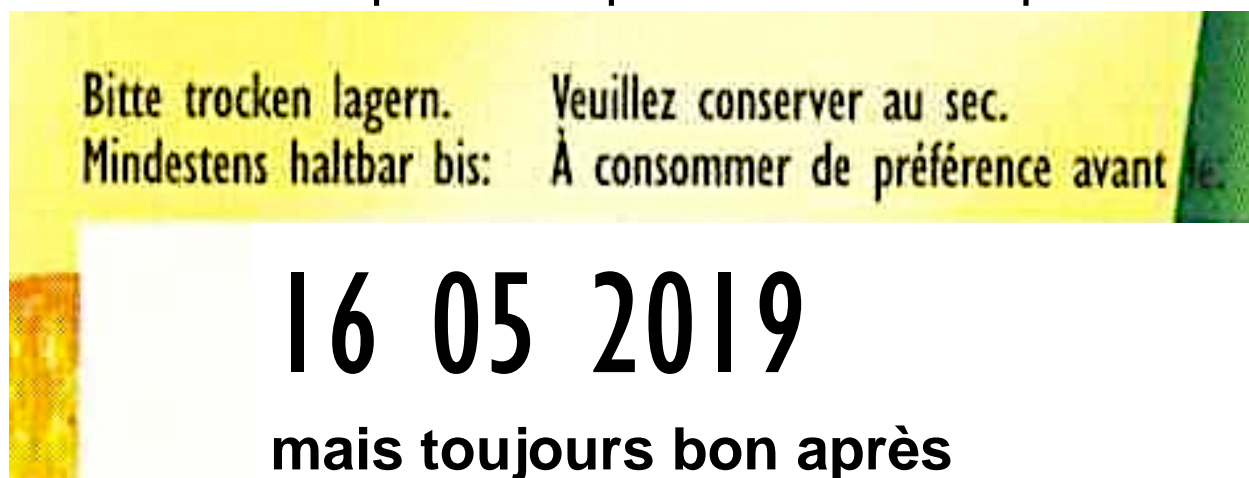
Sécurité sanitaire

Aides au choix pour les consommateurs:

- Dates de péremption: tests de produits,
conseils aux consommateurs

Revendications:

- Dates de durabilité plus compréhensibles et plus utiles



Goût des aliments

Aides au choix pour les consommateurs:

- Tests organoleptiques par panel professionnel
- Dégustations comparatives publiques



Revendications.

- Teneur significative des ingrédients promus sur l'emballage
- Davantage de produits sans arômes ajoutés

Contenu nutritionnel

Aides au choix pour les consommateurs:

- Analyses et comparaisons de produits
- Calculateur nutritionnel et carte « repère »

Revendications:

- Davantage de produits non édulcorés
- Nutri-score sur tous les aliments composés



Antibiotiques et hormones

Aides au choix pour les consommateurs:

- Analyses de la qualité bactériologique des aliments, notamment des bactéries résistantes aux antibiotiques
- Conseils d'hygiène en cuisine

Revendications:

- **Cibler** en traitant seulement les animaux malades
- **Réserver** les antibiotiques récents à la médecine humaine
- **Réduire** les besoins d'antibiotiques en améliorant l'élevage



Résidus de pesticides

Aides au choix pour les consommateurs:

- Analyse des résidus dans les aliments
- Conseils pratiques

Revendications:

- Transparence sur les études soumises aux autorités
- Intégrer la notion des « mélanges chimiques » (effet cocktail)
- Valoriser les modes de production alternatifs



Additifs alimentaires

Aides au choix pour les consommateurs:

- Application FRC additifs
- Analyses et comparaisons de produits

Revendications:

- Renoncer au colorant E171
- Maintenir les aliments de base libres d'additifs et d'arômes

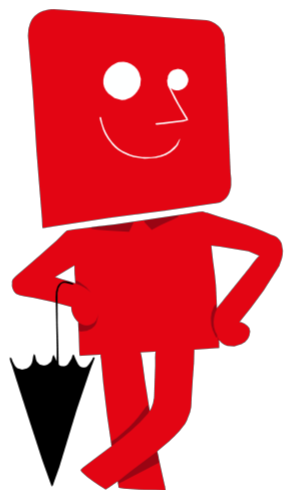


Conclusions

Les consommateurs sont multiples et leurs besoins variés.
La FRC les soutient, leur fournit des outils permettant de choisir selon leurs préférences.

De la part des fabricants et des autorités, ils attendent:

- Des informations compréhensibles sur les produits
- Des denrées de qualité et abordables
- Un cadre légal qui donne suffisamment de poids aux consommateurs



Merci de votre attention