

Les attentes des consommateurs s'élargissent

par Françoise Guillon et Monique Juliot*

Les professionnels, producteurs et distributeurs, ne sont pas toujours convaincus de la représentativité des associations de consommateurs et, de ce fait, ils sont à l'initiative d'un certain nombre de sondages. En règle générale, ces sondages ne font que confirmer ce que disent les organisations de consommateurs dans ces domaines. Il apparaît certes quelques différences lorsque les questions de ces sondages sont orientées. Plus averties, les organisations savent déjouer le piège que le consommateur individuel ne décèle pas (1).

alimentation et santé

Une enquête, réalisée en mars 2001 au sein de l'Union Féminine Civique et Sociale (voir encadré), fait ressortir l'évolution des demandes d'information de ses adhérents. Tous et toutes réclament un étiquetage plus détaillé, notamment sur l'origine des produits alimentaires, leurs modes de production et d'élevage.

Par ailleurs, deux sondages récents confirment la multiplication des craintes concernant les risques pour la santé et le manque de confiance dans l'alimentation d'aujourd'hui. Le CREDOC écrit : « En quelques années, l'inquiétude s'est diffusée dans toute la population : alors qu'en 1997, 55 % des consommateurs estimaient que les produits alimentaires présentaient des risques importants ou légers, ce sont trois ans plus tard sept Français sur dix qui partagent cette opinion (2) » Et l'institut IPSOS peut conclure : « Environ un tiers de la population interrogée estime que les produits alimentaires présentent plus de risques pour la santé des consommateurs qu'il y a dix ans. Mais ce noyau d'inquiétude ne doit pas masquer le fait que pour la moitié des individus les risques ne sont ni plus ni moins élevés ; 20 % ont même perçu une diminution du risque sur une même période (3). »

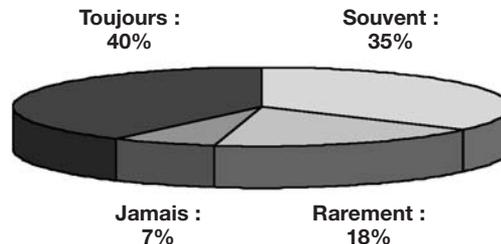
Ainsi, le comportement du consommateur apparaît différent de ce qu'il était.

D'une part, il lit plus systématiquement les étiquettes.

Lit-on les étiquettes ?

Question posée :

Hormis la « date limite de consommation » lisez-vous les étiquettes des produits que vous achetez ?



* UFCS,
Service consommateurs.

(1) Par exemple, à la question : « Souhaitez-vous trouver des aliments enrichis en vitamines... ? » Les consommateurs répondent « oui » alors qu'ils en consomment, la plupart du temps, plus que de besoin. Mais qui répondrait « non » à ce genre de question ?

(2) Source : CREDOC, Enquêtes Conditions de vie et Aspirations, 1997, INCA 1999 et CAF 2000.

(3) Source : Enquête IPSOS - Etats Généraux de l'alimentation - Octobre 2000.

D'autre part, il demande davantage d'information.

« Concernant l'information sur l'alimentation, trouvez-vous que vous avez assez ou pas assez d'information à propos des... ? »				
Information à propos des...	Assez	Trop	Pas assez	Ne sait pas
procédés de transformation des aliments	9,9	1,1	72,0	17,0
conditions d'élevage	24,0	1,5	65,1	9,4
conditions de culture	20,5	1,5	63,5	14,5
risques liés aux aliments (ex. fromage au lait cru)	23,1	3,0	60,9	13,0
qualités nutritionnelles des aliments (4)	46,5	3,6	35,7	14,2
conditions de conservation des produits	45,2	1,7	42,1	11,0

Source : CREDOC, enquête INCA-1999

Les consommateurs demandent donc plus d'informations, mais ils ne veulent pas en rester là. Ils cherchent à peser sur les choix économiques.

une requête globale d'information

L'ESB (5) est la plus grande catastrophe sanitaire de la fin du XX^{ème} siècle et de ce début du XXI^{ème}. De ce fait, le consommateur ne fait plus confiance ni à l'Etat, ni aux scientifiques et encore moins aux professionnels. Il réalise que l'économie agricole s'est complètement transformée. Il sort de sa routine individuelle d'achat et veut être informé sur tout ce qu'il mange. Il éprouve un besoin de transparence, de preuves et, pour cela, il exige la mise en place de la traçabilité pour tous les produits alimentaires.

Les professionnels ont le même souci de traçabilité, mais pas pour les mêmes raisons. Pour le consommateur, la traçabilité est le moyen de suivre le cheminement d'un produit. Il pense que cela lui permettra de tout savoir sur ce produit et de faire vérifier, le cas échéant, l'information véhiculée. Pour le professionnel, c'est aussi un moyen de transmettre l'information dont il a besoin pour alléguer que son produit a telle ou telle qualité ; mais c'est surtout une possibilité de gérer les rappels de lots de son produit lorsqu'il est défectueux du fait d'un ingrédient ou d'une mauvaise manipulation au cours de sa production : la traçabilité permet de repérer le ou les chaînons défectueux et leurs responsables.

Certains aliments sont relativement simples à « tracer » malgré des points de ruptures toujours possibles, et d'autres beaucoup trop complexes pour que la traçabilité puisse être appliquée et surtout communiquée dans chacune de ses composantes. Les réglementations et les conventions qui se mettent en place auront à choisir ce qui est prioritaire pour les consommateurs, et non pas ce que les fabricants ou les distributeurs voudraient utiliser pour leur marketing.

une prise de conscience économique

Face aux OGM (6) les consommateurs ont ouvert les yeux sur les problèmes économiques. Cette technique de modification génétique est utilisée notamment dans le but de supprimer ou de limiter l'utilisation d'insecticides et d'herbicides, mais

(4) En ce qui concerne les qualités nutritionnelles des produits, l'enquête de l'UFCS montre une grande difficulté à bien interpréter cette information.

(5) Encéphalopathie Spongiforme Bovine ; terrible maladie transmise aux vaches, principalement par l'ingestion de farines animales, et transmissible à l'homme : la maladie de Creutzfeldt-Jakob.

(6) Selon le ministère de l'économie, des finances et de la consommation, un OGM est « un organisme dont le matériel génétique a été modifié d'une manière qui ne s'effectue pas naturellement par multiplication et/ou par recombinaison naturelle ». Il s'agit de techniques de génie génétique qui permettent de transférer dans le patrimoine génétique d'un organisme un ou plusieurs gènes apportant une caractéristique nouvelle.

C'est en 1961 que l'**Union Féminine Civique et Sociale** a été agréée organisation nationale de consommateurs (7) et travaille ardemment à leur défense. Ses décisions et orientations s'appuient sur les réflexions et discussions, animées mais toujours constructives, qu'elle entretient en interne avec ses adhérents répartis sur la France entière.

Comme toutes les organisations nationales de consommateurs, l'UFCS participe à des instances paritaires de concertation (Conseil National de la Consommation, Conseil National de l'Alimentation, etc.). Depuis quelques années, des rencontres sont organisées directement avec des syndicats professionnels. L'UFCS, comme les autres associations, occupe une place charnière nécessaire entre les consommateurs, les professionnels et les pouvoirs publics.

L'UFCS s'est aussi beaucoup investie dans la mise en place de normes, travail plus discret mais indispensable. Que ce soit à l'AFNOR (8) en France, au CEN (9) en Europe ou au Codex Alimentarius pour l'agro-alimentaire au niveau mondial, l'UFCS a toujours voulu obtenir la prise en compte des demandes des consommateurs. Les intérêts économiques étant prépondérants au niveau international, les débats sont complexes et rudes. La loyauté des échanges internationaux passe pourtant par ces instances normatives (voir ci-dessous encadré Codex alimentarius).

aussi pour développer le rendement des produits agricoles. Ces produits génétiquement modifiés ne présentent-ils pas alors des dangers pour la santé du consommateur qui les ingère, mais aussi pour l'environnement ? De là, viennent toutes les préoccupations.

Tout d'abord, mis devant le fait accompli, les consommateurs n'ont pas accepté de consommer des Organismes Génétiquement Modifiés sans en avoir été informés. D'autant plus qu'ils n'ont pas la possibilité de choisir les produits puisque ceux-ci ne sont pas étiquetés.

Par ailleurs, des scientifiques affirment sans preuves convaincantes que c'est une bonne chose : les OGM, cette nouveauté, vont pouvoir nourrir le monde... alors qu'en France on jette chaque année des tonnes de production alimentaire en excès, et que des terres sont laissées en jachère. Bref, les consommateurs ont compris que les OGM ne présentaient pas un intérêt évident pour eux mais, au contraire, devenaient source certaine d'inquiétudes.

L'inquiétude soulevée par les OGM a conduit à un certain nombre d'initiatives. En France, à la demande de Madame Lebranchu, alors Secrétaire d'Etat aux PME, PMI, à l'Artisanat et à la Consommation, trois associations de consommateurs dont l'UFCS ont organisé en octobre 2000, dans une soixantaine de villes ou villages de France, des débats publics sur ce thème.

De ces débats, il ressort notamment :

- Un refus de consommer de nouvelles molécules (insecticides, protéines résistantes à un herbicide) dont les effets à terme sur la santé ne sont pas connus.
- Une défiance vis-à-vis de la capacité des OGM à améliorer l'alimentation : il vaut mieux manger varié et équilibré.

(7) L'UFCS situe cette part de son action dans un projet global d'«association de femmes qui se mobilisent pour que chacun ait ses droits et soit acteur dans tous les domaines de la société». Elle fait paraître une revue trimestrielle, *Dialoguer* (NDLR).

(8) Association Française de Normalisation.

(9) Comité Européen de Normalisation.

- La demande d'une agriculture plus respectueuse de l'environnement et soucieuse des questions de santé.
- L'exigence d'un étiquetage exhaustif, facile à repérer, de tout produit alimentaire pour lequel des plantes génétiquement modifiées ont été utilisées ; qu'il y ait des traces dans ce produit ou non, qu'il soit vendu, ou servi dans les cantines et les restaurants.
- Une volonté d'être consulté en tant que citoyen sur les orientations à prendre concernant la recherche en biotechnologie. Et la demande d'un meilleur financement, par l'Etat, des Instituts de recherche publique (10).

Il semble donc que ces crises aient permis de prendre conscience de certains dysfonctionnements de la vie en société. Les Français craignent que le pouvoir sur l'alimentation soit concentré dans les seules mains de quelques grandes multinationales par le biais notamment de la prise de brevets des semenciers. Ils sont devenus prudents et exigeants. Ils veulent donc être consultés et écoutés par les responsables politiques avant toute décision qui risquerait d'entraîner de grands changements de société.

Les excès constatés depuis 1995-1996 ont conduit à des catastrophes humaines et sanitaires et sont les conséquences d'une mondialisation régulée uniquement par la rentabilité économique à court terme. D'ailleurs, les associations de consommateurs, qu'elles soient françaises, européennes ou internationales, se mobilisent contre cette tendance de la mondialisation et sont de plus en plus nombreuses à mettre en avant, à son sujet, des préoccupations éthiques. Le refus des OGM par les Européens a fait réagir d'autres pays et a permis le développement de partenariats euro-méditerranéens et de dialogues directs avec le continent américain. Des liens se créent peu à peu entre les associations, des réflexions sont engagées et devraient déboucher, à terme, sur des actions communes.

Il n'y a rien à redire quand la recherche scientifique, les biotechnologies, l'agronomie, l'agro-alimentaire et le commerce servent en même temps le droit à la santé et la sécurité alimentaire de tous, y compris les peuples pauvres. Mais lorsqu'ils n'agissent que par rapport à un seul critère, et notamment celui de la rentabilité économique, en oubliant de prendre en compte les hommes, à travers la sauvegarde de l'environnement, la santé publique et la qualité de la vie sociale, ils nuisent alors à l'intérêt général.

En faisant de l'alimentation et de sa qualité un objectif prioritaire, les consommateurs poussent donc à revoir les systèmes de production agricoles et surtout les garanties sanitaires afférentes.

Un objectif serait donc de créer des pratiques qui respectent davantage l'homme et la nature tout en garantissant à chacun des acteurs économiques, producteurs, éleveurs, conditionneurs, distributeurs, commerçants et consommateurs, un certain intérêt financier. Mais cela ne peut se réaliser sans préoccupation éthique.

(10) La synthèse complète de ces débats est accessible sur le site de l'UFCS : www.ufcs.org.
