



FÉDÉRATION ROMANDE  
DES CONSOMMATEURS

Rue de Genève 17  
Case postale 6151  
1002 Lausanne  
Tél. 021 331 00 90  
Fax 021 331 00 91  
www.frc.ch

Office fédéral de l'agriculture  
Monsieur le directeur  
Manfred Bötsch  
Mattenhofstrasse 5  
3003 Berne

Lausanne, le 19 janvier 2011

## **Procédure de consultation**

**Ordonnance sur l'utilisation des dénominations « montagne » et « alpage » pour les produits agricoles et les denrées alimentaires qui en sont issues (Ordonnance sur les dénominations « montagne et « alpage », ODMA)**

Monsieur le Directeur,  
Mesdames, Messieurs,

La Fédération romande des consommateurs (FRC) vous remercie de l'avoir consultée au sujet du projet d'ordonnance sur les dénominations « montagne » et « alpage » (ODMA) et vous prie de trouver ses commentaires ci-dessous.

### **Commentaires généraux**

La FRC relève avec satisfaction la direction globale positive de ce projet d'ordonnance qui rend la certification et la traçabilité des denrées alimentaires portant la dénomination « montagne » ou « alpage » plus transparentes et crédibles pour les consommateurs. La FRC salue également la volonté de l'OFAG de créer un logo unique et crédible pour les produits de montagne et d'alpage, comme elle l'avait demandé en 2006 déjà.

De plus, les consommateurs associant la notion de « montagne » et « alpage » avec des produits sains, naturels, la FRC demande que soient inclus dans l'ordonnance:

- Le respect des prestations écologiques requises (PER)
- Le respect des programmes éthologiques (Ordonnance sur les éthoprogrammes)
- L'exclusion de la production hors-sol
- L'exclusion de tout produit élaboré selon une décision de portée générale « Cassis de Dijon » (respect de la législation alimentaire suisse)
- L'absence de tout organisme génétiquement modifié (OGM) et de produits issus d'OGM
- Une limitation stricte de l'utilisation d'additifs alimentaires (p.ex. colorants, arômes, antibiotiques sur la croûte des fromages)

D'autre part, comme une importante plus-value pour la santé des consommateurs est apportée par le lait et la viande provenant d'animaux des pâturages situés au-dessus de 900 m (teneur en acides gras favorables à la santé), la FRC regrette que cette altitude minimale n'ait pas été retenue.

**En conclusion pour la FRC, les désignations « montagne » et « alpage » doivent assurer une qualité équivalente aux autres produits labellisés présents sur le marché et respecter l'image positive qu'ils suscitent auprès des consommateurs.**

## **Commentaire de détails**

### **Art. 2 al.2**

La FRC demande de modifier cet article de la façon suivante : « L'al. 1 s'applique aussi aux traductions des dénominations « montagne » ou « alpage », aux dénominations dérivées ainsi qu'à toute autre appellation ou toute illustration pouvant prêter à confusion. »

La FRC demande de préciser les dénominations dérivées, sous forme de liste d'exemples incluant les mots alpestre, montagnard, des glaciers, Préalpes, armailli, Heidi, mayens etc. Par ailleurs, les illustrations évoquant la montagne et d'une manière générale le graphisme pouvant suggérer la notion de montagne devraient être inclus.

### **Art. 2 al. 4**

La FRC demande d'inclure dans cet article les fines herbes ainsi que les tisanes à base d'herbes des alpes, pour autant que ces produits soient soumis à la loi sur l'agriculture. Ces produits très appréciés des consommateurs pour leurs vertus gustatives ou médicinales dues à l'altitude méritent d'être protégés des abus.

### **Art. 3 al. 1**

Comme mentionné dans les remarques générales, la FRC estime que les produits de montagne doivent provenir d'une zone située à une altitude de 900 m au minimum.

### **Art. 5 al. 2**

La FRC s'interroge sur la « période conforme aux usages de la région ». Il nous semble indispensable d'articuler une durée minimale de 100 à 120 jours et d'ajouter des précisions dans les commentaires sur l'interprétation de l'ordonnance.

### **Art. 4**

La FRC demande que les fourrages OGM soient interdits, car ils ne correspondent pas à l'image de la montagne.

La FRC demande l'introduction d'un al.3 spécifiant l'interdiction du recours à des fourrages contenant des OGM.

### **Art. 6 al. 3**

Pour la FRC, la possibilité d'utiliser 10% d'ingrédients agricoles ne provenant pas de la région de montagne ou de la région d'estivage est un maximum qui ne doit pas

être dépassé. Vanter un produit avec un logo « montagne » alors que seule la moitié des ingrédients offriraient la plus-value due à cette altitude, comme cela est envisagé dans le commentaire, serait trompeur pour les consommateurs.

**Art. 7 al. 3**

La FRC est consciente de la nécessité de pouvoir transformer une partie du lait de montagne en plaine pour l'élaboration de certaines spécialités. Nous regrettons néanmoins la diminution du recours à l'économie locale.

D'autre part, afin de garantir une certaine provenance/origine au lait de montagne, la FRC demande que des zones d'approvisionnement soient attribuées aux centrales laitières désireuses de conditionner du lait de montagne. Cette attribution doit se faire sur la base du critère de la proximité. Il n'est pas concevable que du lait de montagne parte des Grisons pour être transformé Genève.

**Art. 8**

La FRC exprime sa satisfaction face à cet article qui apporte une transparence bienvenue au consommateur et salue la prochaine création des signes de qualité prévus par l'al. 3.

Pour une transparence optimale, la FRC demande également que l'indication de la provenance des ingrédients non suisses soit obligatoire.

**Art. 9, 10, 11, 12**

La FRC salue le système de certification et de contrôle prévu par cette ordonnance. Ce système offre une garantie appréciable pour les consommateurs.

Toutefois, nous sommes surpris qu'aucune sanction ne soit prévue. Les entreprises utilisant abusivement le terme de montagne devrait se voir retirer l'autorisation de l'utiliser. Des sanctions dissuasives et uniformes au niveau suisse doivent être prévues.

**Art. 11 al. 2**

La FRC estime l'intervalle de 4 ans entre les contrôles des exploitations d'estivage trop long, sachant que les chefs d'exploitations peuvent changer chaque saison. Nous estimons un intervalle de deux ans mieux adapté à cette réalité.

En vous remerciant de nous avoir donné l'occasion de nous prononcer sur ce projet, nous vous prions de croire, Monsieur le Directeur, Mesdames et Messieurs, à l'assurance de notre parfaite considération.

Fédération romande des consommateurs

Mathieu Fleury  
Secrétaire général

Barbara Pfenniger  
Spécialiste alimentation