

Que voulons-nous manger au XXI^e siècle?

Vision Alimentation de la Fédération romande des consommateurs

Novembre 2020



Introduction

Les denrées ne sont pas un bien de consommation comme un autre. La FRC défend le droit de chacun à une alimentation de qualité et abordable depuis 1959. Elle s'est toujours battue pour que les étiquettes contiennent les informations nécessaires à un choix en connaissance de cause. Indications de quantité, liste des ingrédients, date limite, déclaration nutritionnelle, allergènes, pays d'origine et provenance, raison sociale du fabricant sont devenus obligatoires pour les denrées préemballées. La FRC s'est aussi engagée pour des aliments de meilleure qualité, contre l'industrialisation de la production animale (élevage en batterie, recours aux stimulateurs de croissance hormonaux et aux antibiotiques), contre la présence de résidus de pesticides, de métaux lourds et d'autres substances toxiques. Elle a soutenu la création de labels de qualité, crédibles et avec une véritable plus-value. Au XXI^e siècle, la FRC intègre une nouvelle dimension: l'impact des changements climatiques et la perte de biodiversité. Notre association s'engage pour plus de durabilité dans le système alimentaire, y compris dans les accords commerciaux.

Horizon temporel

D'ici à 2030, il est essentiel de faire baisser la surcharge pondérale et les maladies non transmissibles, en s'inspirant de la stratégie «De la ferme à la table» de l'Union européenne, qui prévoit d'agir sur tout le système alimentaire. Stopper la perte de la biodiversité et diminuer l'impact environnemental sont également urgents. D'une part, la Suisse s'est engagée à réduire le gaspillage alimentaire de moitié¹. D'autre part, les travaux du Programme national de la recherche PNR 69 ont montré qu'il est possible d'offrir une alimentation plus saine, provenant d'une production, d'une transformation et d'une distribution plus durables. Ce changement en profondeur, fixé à 2050, se fera en invitant les consommateurs et leurs représentants à participer aux négociations².

Contexte

Les Suisses sont confrontés à une surabondance de denrées, dont 42% sont importées³. A première vue, leur sécurité alimentaire semble garantie. Toutefois, la population doit pouvoir choisir selon ses préférences et l'alimentation doit lui permettre d'être en bonne santé⁴. Or, de plus en plus de personnes souffrent de diabète, de maladies cardiovasculaires, d'obésité et de certains cancers. Ces maladies ont en commun d'être liées à une alimentation déséquilibrée. En Europe⁵, un décès sur cinq est imputable à des régimes peu sains, c'est probablement le cas aussi en Suisse.

En outre, le Covid-19 a montré l'importance d'un système alimentaire solide et capable de résilience. Même en cas de crise, il doit pouvoir fournir des denrées de qualité à prix abordable. La pandémie a également rappelé l'interdépendance entre santé, alimentation, écosystème et mode de consommation. Les conséquences de l'attaque virale ont par exemple été aggravées par des maladies préexistantes liées à l'alimentation (obésité, marqueurs inflammatoires)⁶.

Les tendances alimentaires actuelles sont en pleine mutation: régimes personnalisés et déstructuration sociétale des repas, surreprésentation d'aliments transformés et ultratransformés amenant une perte

¹ [OFEV](#)

² [Fonds national de la recherche 2020](#)

³ [OFAG](#)

⁴ [FAO](#)

⁵ [Une stratégie «De la ferme à la table», Commission européenne 2020](#)

⁶ [Allianz Ernährung Gesundheit](#)

de maîtrise sur ce que l'on mange, menaces et avantages des sources de protéines alternatives, nouveaux systèmes de traçabilité des denrées jusqu'aux consommateurs finaux, menace de l'insécurité alimentaire due à la diminution de la biodiversité et aux changements climatiques... Le regain d'intérêt pour les ventes à la ferme et les circuits courts montrent que les consommateurs entendent maîtriser ce qu'ils mangent. Ils sont au cœur du système – les denrées leur sont destinées et leur argent finance toute la chaîne alimentaire – et devraient à ce titre participer activement à son évolution. Ils ont le droit d'être correctement informés, et la FRC remplit ce rôle.

Vision générale

Dans sa [Vision Agriculture](#), la FRC affirme que «le consommateur attend une offre alimentaire diversifiée correspondant à ses souhaits pour des produits sains, frais, de qualité, de proximité, ayant du goût, accessibles à tous, produits dans le respect de l'environnement, des animaux et des conditions de travail des producteurs et de leurs employés, en Suisse comme à l'étranger».

Les aliments transformés prennent une place grandissante dans les achats⁷. Leur élaboration, leur traçabilité et les responsabilités tout au long de la chaîne de fabrication doivent être fiables. Il est également primordial que le client trouve toute l'information utile/pertinente avant de passer en caisse.

La restauration hors du domicile – fast-foods, restaurants traditionnels et d'entreprises, cantines scolaires, crèches – ne dérogent pas à ce principe: là aussi, la population doit disposer d'aliments sains et de qualité. Tout comme elle doit disposer d'informations pertinentes.

Enfin, la santé et le libre choix des consommateurs ne doivent pas être opposés à la durabilité globale de leur alimentation.

⁷ Moins de 20% du budget alimentation des ménages ont été dépensés pour l'achat de fruits et légumes frais en 2015-2017, OFS

Réflexions clés autour de cette vision

La FRC s'engage pour cinq principes de base:

1. Un système alimentaire plus durable
2. La qualité des aliments
3. Une restauration de qualité hors du domicile
4. L'information sur les denrées
5. Les consommateurs en tant qu'acteurs

1. Un système alimentaire plus durable

Selon la FAO, un régime alimentaire durable a «de faibles conséquences sur l'environnement, contribue à la sécurité alimentaire et nutritionnelle ainsi qu'à une vie saine pour les générations actuelles et futures. Un régime durable contribue à protéger et à respecter la biodiversité et les écosystèmes, est culturellement acceptable, économiquement équitable et accessible, abordable, nutritionnellement sûr et sain, et permet d'optimiser les ressources naturelles et humaines⁸.» Il est dès lors essentiel de faire évoluer le système alimentaire afin de garantir à chacun un accès à des produits sains issus d'une planète en bonne santé, ainsi que des moyens de subsistance aux acteurs de la chaîne qui contribuent à cette durabilité.

Selon le Conseil fédéral, «une alimentation durable nécessite, d'une part, une agriculture adaptée au site et ménageant le système climatique avec des surfaces de qualité bien reliées afin de conserver la biodiversité et une utilisation mesurée des ressources hydriques et, d'autre part, la prévention du gaspillage et une consommation modérée avec une portion importante d'aliments végétaux»⁹.

En Suisse, l'alimentation représente environ 30% de l'impact environnemental de la consommation, dont plus de la moitié se produit à l'étranger¹⁰. Chaque achat a des conséquences sur une chaîne qui peut s'étendre sur plusieurs continents. Les consommateurs doivent avoir la possibilité de diminuer leur impact environnemental et sociétal.

La FRC s'engage donc...

Un label durable, soumis à une certification et à des normes de production spécifiques, peut faciliter un choix durable au sein d'une offre complexe, sous condition d'être fiable, transparent et indépendant. Or, la pléthore de labels sert surtout à gagner des parts de marché et à promouvoir des produits aux marges plus élevées pour les intermédiaires. Un système d'étiquetage comparatif simplifié donnant une indication claire de la performance des denrées sur une échelle de valeurs serait plus utile, également concernant le bien-être animal. En parallèle, le système Nutri-score permet de choisir le produit nutritionnellement le plus favorable parmi les aliments transformés. Les consommateurs ont besoin des deux systèmes pour jouer pleinement leur rôle d'acteur économique.

[Pour un étiquetage durable simplifié](#)

⁸ [FAO, Biodiversité et régimes alimentaires durables, 2010](#)

⁹ [Environnement Suisse 2018, rapport du Conseil fédéral](#)

¹⁰ [OFEV 2018a](#)

Les messages de marketing comme les allégations durables doivent être encadrés légalement pour ne pas susciter de fausses attentes ni distordre la concurrence.

De nombreuses études promeuvent les denrées préservant santé et planète: davantage de végétaux, moins de produits d'origine animale. La consommation excessive de viande rouge et de charcuteries¹¹ notamment est mise en cause dans le développement de maladies cardiovasculaires et de cancers et leur impact environnemental pèse lourd¹². Idéalement, chacun devrait donc réduire sa consommation de viande à 300 g par semaine – contre presque 800g par adulte suisse¹³ –, s'approchant des recommandations de la pyramide alimentaire¹⁴. Les protéines d'origine végétale (céréales complètes, légumineuses, fruits oléagineux et graines) ont moins d'impact sur l'environnement et leur combinaison apporte tous les acides aminés essentiels.

[Pour un régime durable](#)

Toutefois, miser uniquement sur la responsabilité individuelle et les choix personnels pour rendre le système alimentaire plus durable est insuffisant¹⁵. L'offre doit permettre aux consommateurs d'adopter facilement une alimentation saine, équitable et respectueuse de l'environnement.

La FRC s'engage donc...

Afin de garantir, même en temps de crise, un approvisionnement suffisant et diversifié en produits sûrs, nutritifs, abordables et durables, le système alimentaire doit être basé sur une agriculture diversifiée et de proximité, résiliente et adaptée aux particularités locales. Les consommateurs doivent pouvoir compter sur une production durable, ouverte à des techniques innovantes, comme l'agroécologie et l'agroforesterie, qui limitent le recours aux pesticides, favorisent la biodiversité et visent le stockage du carbone dans le sol. L'élevage doit être basé le plus possible sur des surfaces herbeuses et ne pas entrer en concurrence avec l'alimentation humaine. En outre, il s'agit de garantir les moyens de subsistance aux producteurs et un juste prix aux consommateurs.

[Pour une production plus durable](#)

Les entreprises de transformation et de distribution jouent un rôle important en façonnant l'offre disponible. Elles devraient limiter la fabrication d'aliments ultratransformés et faciliter l'achat de produits sains, de saison et de proximité. Une plus grande stabilité des chaînes d'approvisionnement, mais aussi davantage de transparence, permet de limiter l'incitation à la fraude.

[Pour une transformation et une distribution plus durables](#)

La transparence sur les marges doit améliorer la répartition des plus-values et un prix équitable et compréhensible pour les clients finaux. Il ne faut pas que des

¹¹ [Bien manger d'ici 2050](#), FRC, et [10 milliards de têtes à nourrir](#), Lancet EAT

¹² [Mythes alimentaires](#), FRC

¹³ [MenuCH](#), OSAV 217

¹⁴ [Société suisse de nutrition](#)

¹⁵ [Sustainable Food Systems](#), 2020

marges supplémentaires indûment prélevées sur les aliments durables empêchent les ménages les moins aisés d'y accéder¹⁶.

Ne plus gâcher de produits comestibles diminuerait de 25% l'impact environnemental dû à l'alimentation ([étude EPFZ](#)). Le gaspillage doit être réduit sur toute la chaîne, en collaboration avec les consommateurs, pas contre leurs intérêts. Ils ont donc besoin de dates de péremption compréhensibles et sensées. Des produits semblables doivent porter la même indication afin d'être comparables. La date de durabilité minimale devrait toujours être accompagnée d'une mention montrant que l'on peut goûter le produit pour le juger soi-même. Quant à la vente en vrac, elle favorise, premièrement, de choisir un aliment selon le calibre souhaité, deuxièmement, de peser la quantité dont on a vraiment besoin tout en facilitant la comparaison des articles. En outre, elle permet d'élargir l'offre et de supprimer la contrainte faite aux producteurs de fournir des salades, des carottes ou des pommes, par exemple, de tailles normées.

[Contre le gaspillage alimentaire](#)

2. La qualité des aliments

Le développement et la production des denrées doivent placer les attentes de qualité des consommateurs avant les aspects techniques, logistiques et financiers de la branche.

La FRC s'engage donc...

La saveur figure en bonne place des critères de choix. Ainsi, la FRC s'est toujours engagée pour des fruits et légumes de proximité récoltés à maturité et pour le développement de variétés non seulement goûteuses mais aussi résistantes aux maladies. Des qualités trop souvent négligées au profit d'une conservation longue et d'une résistance au transport accrue. La saveur des produits transformés doit provenir d'ingrédients de qualité, présents en quantité suffisante, et non d'arômes ou d'exhausteurs qui standardisent le goût et cachent une matière première de piètre qualité.

[Pour des aliments savoureux](#)

Le lien entre surconsommation de sucre, de sel ou de graisses saturées et augmentation du risque de maladies chroniques¹⁷ est avéré. Le manque de fibres comme de fruits et légumes est patent. Il est dès lors important que les aliments du bas de la pyramide alimentaire, déjà transformés comme le pain, les légumes surgelés, les compotes, ne contiennent pas ou peu de sucres et de sel ajoutés et soient suffisamment riches en fibres, vitamines, minéraux et antioxydants naturellement présents. Les consommateurs doivent être assurés que ces aliments de base n'induisent pas de risque de maladie.

[Pour une qualité nutritionnelle favorable](#)

Les ingrédients mis en valeur sur l'emballage doivent être présents en quantité significative, comme les fruits dans un yogourt ou dans une boisson. L'usage d'additifs, d'arômes, d'agents de texture et d'ingrédients industriels

[Pour une composition sans piège](#)

¹⁶ [Enquête FRC sur les marges du bio](#)

¹⁷ [FAO](#), 2019

ultra-transformés doit être limité au strict minimum et ne pas induire les consommateurs en erreur sur la valeur de ce qu'ils achètent.

Les résidus de pesticides, de métaux lourds et d'autres substances indésirables, tout comme les contaminants intervenant en cours de processus ou ceux qui migrent de l'emballage doivent tendre vers zéro et ne pas exploiter les limites autorisées par la loi pour chaque substance. L'effet cocktail, notamment des perturbateurs endocriniens, doit être étudié et intégré dans la législation d'urgence.

[Pour une réduction des substances indésirables](#)

Depuis des années, des études démontrent la corrélation entre le degré de transformation des aliments et des maladies chroniques¹⁸. En particulier les aliments ultra-transformés. Leur composition (peu d'aliments entiers et beaucoup d'ingrédients raffinés), leur valeur nutritionnelle (riches en graisses et en sucres), les additifs et les arômes les font ressembler à des aliments connus. Pourtant, les techniques de transformation détruisent la matrice des aliments naturels. Si les liens de cause à effet entre produits ultra-transformés et maladies chroniques n'ont pas fini d'être étudiés, il est néanmoins déjà avéré que ces aliments ne doivent pas remplacer les denrées de base brutes.

[Pour un mode de fabrication respectant le produit](#)

3. Une restauration de qualité hors du domicile

L'alimentation hors du domicile est une pratique quasi quotidienne. De la crèche à la cantine scolaire, en passant par la restauration traditionnelle et d'entreprise, le food truck à la mode, et jusqu'aux repas pris à l'EMS. Ces lieux ont une importance grandissante dans un monde où l'assiette de midi représente souvent le seul repas complet de la journée. Or l'information sur les mets servis est souvent lacunaire.

La FRC s'engage donc...

Les préférences se forment en mangeant. Il est donc essentiel que l'institution qui prend l'enfant en charge fournisse des repas équilibrés, basés sur les recommandations nutritionnelles: des produits locaux et de saison, de préférence bio, des mets sans viande ni poisson plusieurs fois par semaine, pas de boissons sucrées et une diminution notable du sucre raffiné. Certains labels existent. Il manque une ligne de conduite claire valable pour tous.

[Pour une offre équilibrée et riche en végétaux dès la petite enfance](#)

Les adultes doivent aussi pouvoir bénéficier d'un choix de menus goûteux avec et sans viande afin de pouvoir diminuer leur impact environnemental. De nombreuses recherches ont mis en évidence le lien entre la consommation d'aliments ultra-transformés et l'augmentation de maladies non transmissibles. Il est donc important que l'offre des entreprises de restauration comporte des plats majoritairement faits maison avec des produits de saison et de proximité. La FRC a également initié, avec des partenaires, le Label Fait Maison à l'intention des restaurateurs pour promouvoir ces mêmes critères de qualité. Transparente, l'offre doit permettre de distinguer les plats faits maison des autres et afficher la provenance, désormais rendue obligatoire, des viandes et poissons comme des

[Pour une restauration transparente et faite maison](#)

¹⁸ [Consumption of ultra-processed foods and cancer risk](#)

allergènes. La FRC se bat aussi pour que figure sur la carte des mets la déclaration des modes de production interdites en Suisse.

Dans les institutions de santé, y compris celles qui livrent à domicile, et les EMS, les consommateurs sont captifs. L'offre doit être transparente, adaptée aux besoins particuliers des personnes selon leur âge et leur état de santé. Elle doit en outre être appétissante, préparée avec soin et permettre de retrouver des saveurs connues et appréciées.

[Pour une offre adaptée aux besoins des pensionnaires](#)

4. L'information sur les denrées

Les consommateurs ont besoin d'informations crédibles et compréhensibles sur les aliments disponibles afin de pouvoir effectuer des choix responsables, en connaissance de cause.

La FRC s'engage donc...

En Suisse, pays multilingue, la législation permet l'étiquetage dans une seule langue nationale – voire même dans une langue étrangère. La FRC s'est toujours engagée en faveur d'un étiquetage obligatoire dans la langue du lieu de vente.

[Pour une indication lisible](#)

Les informations doivent être imprimées dans des caractères suffisamment grands pour qu'elles soient lisibles. Le contraste minimal n'est toujours pas défini dans la législation. La taille minimale devrait être l'équivalent de la police Arial 7 noir sur fond blanc (Arial 7), une directive des Chimistes cantonaux.

Les informations importantes doivent figurer directement sur l'emballage, sans devoir recourir à un appareil électronique. Les informations obligatoires ne représentent que 3 à 17% de la surface des emballages, le reste concerne des messages de marketing. Les étiquettes servent à rééquilibrer l'asymétrie de l'information en faveur des consommateurs et doivent donc être disponibles sans faille. Seules les indications complémentaires peuvent être fournies par des moyens de communication électroniques.

[Pour une information sur le produit disponible avant l'achat](#)

De plus en plus d'aliments transformés sont difficiles à comparer entre eux selon leur valeur nutritionnelle. L'étiquetage nutritionnel actuel est incompréhensible pour la grande majorité des gens qui ignorent la signification des chiffres et des noms scientifiques utilisés. La FRC préconise l'instauration du Nutri-score sur tous les emballages afin de permettre un choix en toute connaissance de cause. Ce système simplifié, scientifiquement fondé, montre la valeur nutritionnelle d'un produit sur une échelle de cinq couleurs. Il est amené à évoluer en intégrant les connaissances scientifiques les plus récentes. L'information sur le degré de transformation est une information complémentaire, utile pour reconnaître facilement les produits ultratransformés, par exemple avec la [classification Nova](#) ou celle de Siga¹⁹ qui expriment en chiffres leur degré de transformation. La manière dont les aliments sont élaborés joue un rôle important dans l'organisme, participant au développement des problèmes de santé et d'obésité.

[Pour un étiquetage nutritionnel compréhensible](#)

¹⁹ [FAO](#), 2019

La datation, notamment la signification de la date de durabilité minimale, toujours pas bien comprise par les consommateurs, est source de gaspillage. Les déchets dus à une mauvaise interprétation seraient de l'ordre de 10%. Par ailleurs, chaque fabricant décide des dates limites de consommation ou de durabilité minimale selon son bon vouloir. Les critères ne sont pas forcément cohérents et représentatifs de la vraie durée de conservation. La FRC préconise une meilleure harmonisation, ainsi que l'instauration d'une mention complémentaire de type «mais souvent bon après» avec la date de durabilité minimale.

[Pour des dates de péremption utiles](#)

Pour s'approcher d'une alimentation respectant le climat, l'environnement, les conditions sociales des travailleurs et le bien-être animal, les consommateurs ont besoin de davantage de transparence sur le mode de production, de transformation et de transport. Une information crédible sur l'impact environnemental favorise la comparaison. Les allégations durables doivent être encadrées et harmonisées afin de ne pas induire les consommateurs en erreur et de ne pas créer une concurrence déloyale.

[Pour une information fiable sur la durabilité](#)

La Suisse importe 42% de ses aliments, y compris en provenance de régions ne connaissant pas des règles de protection des animaux ou de l'environnement équivalents à la législation helvétique. Pour respecter les règles du commerce international, notre pays mise sur une déclaration obligatoire. Souvent peu visible, elle a pourtant déjà permis de faire évoluer certaines pratiques: viande aux hormones ou d'élevage en cage et œufs pondus en batterie sont rares dans les rayons. Toutefois, pour réguler le marché, les Suisses ont besoin d'une déclaration visible sur toutes les pratiques qui représentent une concurrence déloyale envers les produits indigènes. La FRC s'engage donc pour une amélioration et une extension de la déclaration obligatoire sur des pratiques inacceptables (abattage sans étourdissement, coupe des queues ou des dents, castration sans anesthésie ou encore recours à des pesticides interdits ici).

[Pour l'information sur les modes de production interdits en Suisse](#)

Les consommateurs veulent savoir d'où vient ce qu'ils mangent, qu'il s'agisse aussi bien du pays de production que de la provenance des ingrédients principaux. Non satisfaisante, la législation actuelle permet de remplacer le pays de production par une entité plus vaste (Union européenne, p. ex.), sans justification, et elle n'oblige pas, dans la grande majorité des cas, à donner la provenance de l'ingrédient principal. Cette transparence est pourtant nécessaire pour qui veut privilégier un minimum de transport ou refuser un produit venant d'un pays dont le système politique ne leur convient pas. Les nouveaux outils de traçabilité de la chaîne alimentaire doivent aussi bénéficier aux consommateurs finaux.

[Pour une meilleure traçabilité de l'origine des aliments](#)

Un label doit être émis par un organisme indépendant des entreprises qui l'utilisent, bénéficier d'un cahier des charges publié dépassant les exigences légales, être contrôlé et certifié par un organisme extérieur susceptible d'appliquer des sanctions, améliorer la transparence et intégrer les attentes des consommateurs afin de ne pas être un simple outil de marketing. La FRC s'est engagée à rendre ces labels crédibles. Néanmoins, même le meilleur donne une

[Pour des labels crédibles](#)

information binaire, désignant quels produits remplissent les conditions et lesquels ne le font pas. Pour comparer, il faudrait un système gradué. Les exemples existent: l'échelle du Nutri-score, le système chiffré des œufs (allant de «0» pour le bio au «3» pour l'élevage en batterie)²⁰ ou encore l'étiquetage du bien-être animal à quatre niveaux développé en France²¹ ainsi que le système annoncé pour l'Allemagne. Si elles sont rendues incontournables, ces classifications incitent les fabricants à améliorer leurs pratiques.

Les fabricants développent des visuels ressemblant à des labels, rédigent des allégations valorisant certaines caractéristiques du produit. Pour empêcher la tromperie, le législateur a fixé un cadre destiné aux allégations nutritionnelles et de santé: seules celles prouvées scientifiquement et qui remplissent certaines contraintes sont admises. Néanmoins, les consommateurs ne disposent d'aucune garantie qu'un produit est réellement bénéfique, car l'aliment n'est jamais considéré dans sa globalité; il peut demeurer ultratransformé, trop riche en sucres, en sel ou en graisses. La FRC attend du législateur qu'il fixe enfin les profils nutritionnels qui empêcheront ce genre d'excès. Elle attend aussi des règles d'usage pour les allégations promettant durabilité, naturel, artisanat.

[Pour un encadrement légal efficace des allégations](#)

De nombreuses études ont montré l'importance de l'influence du marketing sur les enfants. Certaines ont même montré un effet se prolongeant jusqu'à l'âge adulte. Le marketing doit donc être encadré afin d'empêcher une forme de conditionnement des plus jeunes. Un petit de moins de 5 ans ne sait pas encore faire de différence entre une information et une publicité; même à 12 ans et plus, il est facile d'être influencé, et ce au détriment de sa santé sur le long terme. Le profil nutritionnel développé par l'OMS²² doit servir à limiter les messages de marketing s'adressant à cette population. La limitation du marketing doit couvrir les médias, y compris électroniques, et les tranches horaires que consultent ces publics-cibles. Globalement, la FRC s'engage pour que le marketing prenne une part moins importante et que l'information qui rend au consommateur son pouvoir d'agir augmente.

[Pour une limitation du marketing à l'égard des enfants](#)

5. Les consommateurs en tant qu'acteurs

La FRC s'est toujours engagée en faveur du droit à choisir selon ses préférences parmi une offre sûre, suffisante de produits nutritifs, élaborés dans des conditions respectueuses et équitables. Ce droit va de pair avec l'émancipation des consommateurs et leur participation active dans le système alimentaire.

La FRC s'engage donc...

Diverses études ont montré que les marges des transformateurs et des distributeurs suisses sont supérieures à celles des pays voisins²³. Ce manque de transparence chronique ne permet pas de réellement «voter avec son portefeuille». Les consommateurs ne peuvent pas savoir à quel maillon de la

[Pour une transparence sur les marges](#)

²⁰ [Etiquetage des œufs](#), FRC

²¹ [Etiquetage bien-être animal](#)

²² [Un outil pour lutter contre le marketing envers les enfants](#)

²³ Même si les paysans offraient leur blé au moulin, le pain suisse serait toujours plus cher que le pain élaboré en Allemagne : articles [Denrées de base](#) et [lilot de cherté](#)

chaîne va leur argent. Raison pour laquelle la FRC demande des prix plus transparents, équitables et justes.

La demande en filières courtes, propice à diminuer les intermédiaires entre produits et consommateurs et à renforcer la confiance augmente. La vente directe, le marché paysan regroupant plusieurs producteurs et les marchés des villes sont des structures qui existent depuis longtemps mais qui devraient être valorisées et repensées pour permettre à un plus grand nombre d'en bénéficier. Les fermes urbaines avec leur marché sont une option. D'autres initiatives tentent de repenser le système: agriculture contractuelle, épicerie coopératives participatives, plates-formes de vente sur internet. La FRC soutient les initiatives qui mettent l'accent sur la rémunération correcte des producteurs. Elle estime aussi que les consommateurs doivent avoir des garanties que la qualité des marchandises correspond à ce qui est promis et que le prix payé est aussi équitable pour le client. Le dialogue doit être constant et constructif. Agriculteurs, artisans et consommateurs doivent travailler main dans la main.

[Pour une diversité des types de commerce](#)

Comme montré par les recherches du PNR 69²⁴, il existe encore de nombreuses asymétries de pouvoir dans la politique suisse, en défaveur des consommateurs. La FRC estime que ces derniers devraient être mieux intégrés dans les décisions concernant le système alimentaire, que ce soit au niveau local et cantonal avec de nouvelles formes de gouvernance, mais aussi au niveau fédéral en invitant systématiquement leurs représentants à prendre part aux décisions importantes – et non comme voix consultative. Les deux principaux distributeurs sont des coopératives. A ce titre, ils devraient donner plus d'importance aux voix de leurs membres dans les choix stratégiques. Par ailleurs, une consommation durable est aussi tributaire de bonnes conditions de travail et dans le secteur agroalimentaire, c'est un point de vigilance à relever en particulier.

[Pour une participation aux prises de décision](#)

Les modes ont ceci de positif, parfois, de remettre en question des schémas établis. Ainsi, la tendance des aliments «sans» est venue contrebalancer l'utilisation généralisée d'additifs ou d'ingrédients surtout utiles à la fabrication industrielle. Le végétarisme contrebalance l'élevage industriel et le non-respect des animaux de rente. A contrario, la personnalisation de l'alimentation poussée par la recherche et l'industrie met à mal le repas comme moment de partage et fractionne le marché, empêchant toute comparaison des prix. La FRC y voit le risque d'une alimentation à deux vitesses. Elle s'engage notamment par son projet « Bien manger à petit prix », militant pour la valorisation du rôle social du repas et l'accès pour tous à une alimentation saine et durable.

[Pour un système alimentaire inclusif](#)

Savoir ce que l'on mange est un besoin légitime des consommateurs d'aujourd'hui et de demain. En informant les consommateurs, la FRC valorise leurs compétences afin qu'ils puissent reprendre le pouvoir de leur assiette. Aux yeux de la FRC, le nerf de la guerre reste l'information et la lutte contre la désinformation. Le rôle que joue l'alimentation dans notre quotidien justifie une attention forte de la part de notre association, que ce soit dans l'élaboration de tests comparatifs, d'enquêtes, de projets de terrain ou de travail sur les conditions cadres.

²⁴ Encore du chemin pour une implication plus active des consommateurs, [PNR 69](#)