IN Magazine N° 203 – Mai / Juin 2022

9 juin 2022

Information du consommateur, la première étape de la réponse à ses besoins.

Dans une société de consommation en pleine mutation, beaucoup de Français cherchent à se forger un nouveau système de valeur.

Si le bien-manger correspond à la recherche de produits plus naturels et meilleurs pour la santé, le consommateur français commence à se soucier tout autant de l'origine de ce qu'il consomme.

En effet, si des labels officiels comme celui de « l'Agriculture Biologique » (AB) sont reconnus et appréciés, il n'en demeure pas moins que des critiques sont venues quelque peu ternir leur image. Ainsi, certains produits labellisés Agriculture Biologique ne peuvent pas garantir la provenance des produits. D'autres produits labellisés AB, Bio Europe, Bio cohérence ou Cosmebio peuvent même être fabriqués en dehors de l'Union européenne à des dizaines de milliers de kilomètres de chez soi.

Pour le consommateur, it semble que le local prend une place prépondérante voire supérieure au bio. En tête de la liste des logos qui permettent de faire la différence en rayon, on retrouve des logos tels que l'origine « France garantie » ou encore « Fabriqué en France ». Si les signes officiels de qualité sont très apprécies, les exigences des consommateurs deviennent beaucoup plus fines et, actuellement, les entreprises commerciales et les pouvoirs publics tardent à répondre a ces nouveaux enjeux.

Lors de son audition au Sénat par la commission économique, Indecosa- CGT a rappelé son attachement aux signes officiels de qualité comme le « Label Rouge » ou encore celui de « l'Agriculture Biologique » mais a bien stipulé que la montée en puissance de la volonté d'acheter est celle du consommateur.

Enfin, nous avons pu constater que la dénomination « sans » semble gagner du terrain. Ainsi on trouve désormais des allégations « sans huile de palme », « sans

paraben », « sans arômes artificiels ». lei encore, nous devons être attentifs et ne pas laisser le marché s’emparer de ces spécificités et proposer un meilleur encadrement par les pouvoirs publics.

Indecosa-CGT demande que le Conseil national de la consommation, véritable parlement de la consommation, travaille réellement aux besoins des consommateurs aujourd’hui et ne soit pas qu’une coquille vide.

Arnaud Faucon
Secrétaire national