



## POUVOIR D'ACHAT

Dans cette période de forte augmentation des prix des matières premières, de l'énergie, du logement et des produits de première nécessité qui provoquent des difficultés de fin de mois, la défense de notre pouvoir d'achat est dans tous les esprits, dans tous les discours politiques. Il est débattu à longueur de journée à la télévision par de nombreux spécialistes. Mais quels sont les différents leviers à notre disposition pour agir ?

# Le Nutri-score, ce truc génial !

En tête de tous ses concurrents, le Nutri-score pourrait bientôt franchir une étape décisive si la Commission européenne rend bien obligatoire dans tous les pays de l'Union l'affichage d'un logo nutritionnel unique sur tous les produits alimentaires.



## Formations Indecosa

# LES PERMANENCES ET LA DÉFENSE DES LITIGES INDIVIDUELS SONT-ELLES LA SEULE VOIX ?

Si, administrativement, INDECOSA-CGT, en tant qu'association de consommateurs agréée a l'obligation de tenir des permanences régulières à destination de salariés (ou autre personne) ayant un litige de consommation individuel, n'y a-t-il pas pour autant d'autres voies par lesquelles peuvent s'exprimer les revendications des consommateurs que défend notre association ?

**D**u 3 au 7 octobre dernier, une formation organisée à Clermont-Ferrand, sous l'égide de notre structure nationale, par l'Indecosa-63, était l'occasion de découvrir tous les domaines et champs d'action de notre association.

10 stagiaires militant-e-s Indecosa ont participé à cette session :

- 8 de l'Indecosa-63
- 1 de l'Indecosa-03
- 1 de l'Indecosa-42

Bien installés dans les locaux de l'UD CGT 63 à Clermont-Ferrand et managés par deux formateurs de l'Indecosa nationale : François Bilem et Muriel Duesnas (trésorière nationale), les stagiaires ont pu avec cette formation effectuer une exploration approfondie de notre association... et de cette question.

Cette formation a été conduite au travers d'une démarche très pédagogique alternant judicieusement enseignement et travaux de groupe. L'expérience a été profitable et enrichissante pour tous les stagiaires grâce à de nombreux échanges interactifs entre eux et les deux formateurs.

**1<sup>er</sup> jour.** Le premier aspect étudié fût, logiquement, l'histoire d'Indecosa vue à travers le prisme de la consommation et de son évolution du début du 20<sup>e</sup> siècle à aujourd'hui, avec un regard particulier sur l'année 1979... puisque c'est cette année là que la CGT s'est mise au service des consommateurs en créant son association «Indecosa» à l'occasion de son 40<sup>e</sup> congrès.

**Le 2<sup>e</sup> jour,** consacré aux activités Indecosa, a permis de mesurer qu'elles couvrent un très large



spectre dans des domaines aussi variés que la santé, le voyage, l'alimentation, le transport, le logement, et bien d'autres encore... ceci, tant au plan national qu'européen.

Informers, défendre, agir, former, élargir toujours plus nos champs d'action, voilà bien la feuille de route qui a été donnée à notre association.

Structurellement, l'Indecosa s'est organisée dans le cadre de la loi de 1901 qui régit les associations à but non lucratif. Un conseil d'administration avec un bureau composent ses structures dirigeantes.

**Le 3<sup>e</sup> jour,** a été abordé l'aspect sources de financement... Si la part issue de la CGT (% de la cotisation des syndiqués reversé faisant d'eux des adhérents Indecosa) représente le plus gros apport, elle est suivie immédiatement par les subventions de l'État (sur lesquelles pèsent de très sérieuses menaces de réductions drastiques !).

**4<sup>e</sup> jour.** La tenue de permanence, a constitué le thème de la journée. Elle fut l'occasion de la mise en situation des stagiaires au travers d'un



excellent exercice de jeu de rôle construit à partir d'un cas réel.

Cet exercice ludique et très formateur, placé après tous les sujets précédemment étudiés, trouvait toute sa place et s'avérait très pertinent à ce niveau de la formation...

**5<sup>e</sup> jour.** Il ne restait plus, pour clore cette session de formation, qu'à aborder la question « des agréments », indispensables pour pouvoir agir dans tous les secteurs dans lesquels les consommateurs ont besoin d'être défendus...

Ces 5 jours de formation ont donc permis aux stagiaires de découvrir en profondeur Indecosa-CGT, depuis sa création jusqu'à sa forme actuelle, une étape dans la marche sans cesse évolutive qui anime notre association.

Ils furent une belle occasion aussi d'explorer toutes les voies dans lesquelles la CGT peut s'ouvrir pour toujours mieux défendre ses syndiqués d'une part mais aussi tous les autres salariés et citoyens...

La forme décentralisée de cette formation, au niveau local d'une association, lorsque son engagement et sa capacité à l'organisation de celle-ci le permettent, a séduit à la fois les formateurs et les stagiaires... Elle permet à des militant-e-s qui ne peuvent se déplacer cinq jours de suite en internat à Courcelles, de bénéficier d'une telle formation... indispensable à leur action militante dans notre association !

**Jean-François Trincal**  
Président Indecosa-CGT 63

## UNE AG DYNAMIQUE ET PROMETTEUSE



80 participants à l'assemblée générale d'Indecosa CGT, en septembre 2022, à Courcelles, pendant 5 jours. Moment de retrouvaille fraternelle pour beaucoup de militants, mais aussi moment important pour voter le budget, faire le bilan de notre activité et réfléchir à notre devenir. Nous avons innové en travaillant en ateliers, ce qui a permis une expression moins contrainte et plus large des militants. Ce « remue-méninge » a enfanté nombre de réflexions et de propositions.

Si la communication de notre association a été validée, des pistes d'amélioration ont été avancées : de nombreuses actions en territoire qui doivent être mieux partagées ; une meilleure utilisation du site conçu pour être un vecteur de communication vers le grand public mais aussi comme un outil pour les militants. Site qui demande certains ajustements mais surtout à être davantage utilisé par chacun ; Indecosa doit aussi être plus visible lors d'initiatives publiques ; Enfin il nous faut diffuser plus largement notre vitrine : le IN Magazine. Un effort conséquent a été réalisé sur le secteur formation en visant une formation plus didactique sur le rôle, les missions d'Indecosa. Elle s'adresse en priorité à tous les militants en responsabilité, puis à l'ensemble de notre corps militant. La volonté de décentraliser ces formations en région a été plébiscitée. Enfin, des formations plus spécifiques sont aussi programmées (logement, inclusion bancaire, certification des Représentants des Usagers, dossiers internationaux...). Un large tour d'horizon des élections dans le logement social a été fait. Nombre de nos associations sont déjà engagées dans cette bataille pour avoir le plus d'administrateurs dans les CA qui porteront avec force les revendications des locataires.

Notre agrément « santé » nous permet, à nouveau, d'investir de nombreux camarades dans les établissements de santé afin qu'ils portent la voix des patients en difficulté. Une formation adaptée à leur rôle complexe est aujourd'hui à la disposition des représentants des usagers (RU). Une journée riche d'enseignements sur l'évolution du transport ferroviaire mais qui a permis de mesurer les dégâts causés par les diverses réformes des gouvernements successifs : éclatement des structures, remises en cause des acquis, etc. Débat animé sur la gratuité des transports où les exemples de mise en œuvre montrent la complexité du financement et de sa durabilité. Par ailleurs, Indecosa se propose de relancer une activité centrée sur l'alimentation. Un collectif doit se mettre en place rapidement. L'AG a rappelé son soutien à la bataille menée pour que le Nutriscore soit validé au niveau européen et devienne la norme. Le financement du mouvement consommériste a été aussi au cœur de nos débats et l'AG a voté une motion adressée aux pouvoirs publics. Enfin, le débat récurrent sur « sommes-nous trop CGT ou pas assez ? ». La question de nos relations avec les organisations de la CGT : Fédérations, UD, UL, montre que nous avons encore beaucoup d'efforts à faire pour que ces liens soient réalisés et consolidés. Là où cela a été mis en pratique le fonctionnement de nos associations est bien évidemment plus facile, plus efficace. Mais il nous reste à mieux démontrer quelle est notre « complémentarité », quel est ce « plus » que peut apporter Indecosa CGT à la CGT et aux consommateurs.

Gérard Casolari

ACTUALITÉ	P.2
les permanences et la défense des litiges individuels sont-elles la seule voix ?	
NATIONAL	P.4-5
Pouvoir d'achat ? Charges incompressibles ? Revenus ? Reste à vivre ? Que revendiquer ?	
FORMATION	P.6
Découverte et Présentation, deux outils à disposition des territoires Partenariat européen	
EUROPE	P.6
Un appel commun pour le respect du droit des patients	
DOSSIER	P.7-14
Le Nutriscore, ce truc génial !	
ACTION	P.14
Produire local, propre et durable	

## AGENDA

<b>Novembre</b>	
<b>16</b>	Bureau national
<b>Nov.Déc.</b>	Élections des administrateurs représentant les locataires
<b>Décembre</b>	
<b>5 au 7</b>	Formation sur le numérique
<b>14</b>	Bureau national

Retrouvez le calendrier 2023 sur le site [indecosa.fr](http://indecosa.fr)

### DES OUTILS POUR VOUS INFORMER

Ne ratez pas ces nouveautés qui vous permettront d'être mieux informés sur l'actualité Conso'.

Un compte sur le réseau social Instagram, «Consommaction»@Indecosacgt va permettre de diffuser nos actualités et prises de position auprès d'un large public, notamment les plus jeunes. Une chaîne pubique Telegram (<https://t.me/indecosa>) permet à toute personne le souhaitant d'être immédiatement informée.

Information Indecosa. Case 1-1. 263, rue de Paris- 93516 Montreuil CEDEX  
Tél. : 01 55 82 84 05. email : [indecosa@cgt.fr](mailto:indecosa@cgt.fr). Site : [www.indecosa.fr](http://www.indecosa.fr)

Directeur de la publication, Rédacteur en chef : Christian Khalifa • Rédaction dossier : Philippe Haumont • Iconographie et mise en page : Pascale Lecomte • Relecture, correction : Marie-Christine Dabrowski • Bimestriel imprimé et routé par Rivet Presse Edition, 87000 Limoges • Prix de vente : 5 euros au numéro. 6 numéros par abonnement annuel : 30 euros • N° de commission paritaire : 0425 G 86486. Imprimé sur papier recyclé.



Augmentation des prix

# POUVOIR D'ACHAT ? CHARGES INCOMPRESSIBLES ?

Dans cette période de forte augmentation des prix des matières premières, de l'énergie, du logement et des produits de première nécessité qui provoquent des difficultés de fin de mois dès le versement de nos revenus, la défense de notre pouvoir d'achat est dans tous les esprits, dans tous les discours politiques. Il est débattu à longueur de journée à la télévision par de nombreux spécialistes. Mais quels sont les différents leviers à notre disposition pour agir sur le pouvoir d'achat ?



Ça dépend du montant de la revalorisation et de ce qui se passe sur les autres composants du revenu disponible ! Face à des prix qui flambent, il n'est jamais certain de maintenir son pouvoir d'achat. De l'intérêt de suivre de près, à la fois l'évolution de nos revenus mais aussi celle des prix. Car c'est la différence de ces deux évolutions qui permet de mesurer l'évolution de notre pouvoir d'achat.

## Comment évoluent les prix à la consommation ?

Nous disposons d'un outil de mesure de l'inflation, c'est l'indice des prix à la consommation (IPC), calculé lui aussi par l'INSEE. L'indice des prix à la consommation s'appuie sur un panier de biens et services fixe au cours d'une année dont les prix sont suivis chaque mois et publiés au Journal Officiel. Ce panier est mis à jour chaque année afin d'assurer sa représentativité et de prendre en compte les évolutions de la consommation des ménages. Certains produits y entrent, d'autres en sortent. N'en cherchez pas la liste exacte, c'est confidentiel. Mais on y trouve des postes tels que l'alimentation, les loyers, le tabac, énergie, produits manufacturés, services...

## Le pouvoir d'achat, c'est quoi ?

Il sera question de calculs statistiques et d'analyses économiques. Qui dit « statistique » et « études économiques » dit INSEE. Cet institut national mesure régulièrement notre pouvoir d'achat (entre autres...), le tout construit sur la base d'un indicateur et de variantes qui restent assez méconnus. Pour le dire simplement, le pouvoir d'achat correspond à la quantité de biens et de services que nos revenus nous permettent d'acheter. L'inflation des prix (leur augmentation) n'aura pas de graves conséquences si les deux (revenus et prix) évoluent à la hausse en même temps. Mais dès que nos « revenus » augmentent moins vite que les prix, l'effet est immédiat sur nos portes monnaies.

Quels revenus sont pris en compte ? Pour le calcul du pouvoir d'achat, c'est le revenu disponible brut des ménages 1 qui nous intéresse. On additionne les revenus liés à notre activité professionnelle (salaires, honoraires etc..) mais également les revenus de la propriété (dividendes, loyers etc) ainsi que les prestations sociales au sens large (pension de retraite, allocations chômage, CAF, RSA, les bourses..) avant de soustraire tous les impôts et les cotisations sociales.

**BON À SAVOIR :** L'INSEE propose un calcul par unité de consommation (UC) pour tenir compte du bénéfice économique de vivre à plusieurs en partageant certaines dépenses. Le premier adulte du ménage compte pour 1 UC, le second pour 0,5.. les enfants de moins de 14 ans de moins de 14 ans, pour 0,3. Ce calcul mesure notre « niveau de vie ».

A supposer que les salaires soient revalorisés, est-ce que, pour autant, notre pouvoir d'achat suivra le mouvement ?

L'INSEE vient de publier les résultats définitifs du deuxième trimestre 2022. Les prix à la consommation ont augmenté de 5,6% sur un an. Nous lisons que « le pouvoir d'achat du RDB (revenu disponible brut) des ménages se replie de nouveau ce trimestre (-1,1 % après -1,6 %) ». Ce n'est pas juste un « ressenti », notre pouvoir d'achat baisse. Mais il baisse bien plus pour certains d'entre nous.

## Ces statistiques sur le pouvoir d'achat reflètent-elles le nôtre ?

Nous sommes face à des calculs, des moyennes pour l'ensemble des ménages qui ne distinguent pas les situations concrètes que nous vivons. Vivre en ville ou en campagne, ce n'est pas la même chose, nous n'aurons pas les mêmes priorités budgétaires. La composition familiale peut changer. Par exemple, si on regarde l'IPC de plus près, on constate que le panier comprend les « loyers » qui ne semblent pas peser beaucoup dans le budget, ce qui peut paraître étonnant. Mais c'est simplement parce que les emprunts des ménages qui achètent leur maison ne sont pas

Dès que nos « revenus » augmentent moins vite que les prix, l'effet est immédiat sur nos portes monnaies.

# REVENUS ? RESTE À VIVRE ? QUE REVENDIQUER ?

pris en compte (on voit cela comme de l'investissement et non de la consommation). Si nous sommes locataires, il est évident que le chiffrage du panier INSEE (6,1%) mérite d'être « personnalisé ». L'INSEE met à notre disposition un outil interactif qui permet d'agir sur chaque poste de dépenses et d'avoir une vision plus fine de notre situation et de celle de notre famille, pour coller plus justement à sa réalité. Est-ce que cela peut permettre de faire des choix ? Pas toujours. Encore faut-il avoir une marge de manœuvre.

## Des charges incompressibles

Le pouvoir d'achat, c'est une question de revenu disponible mais aussi de « dépenses contraintes ». La marge de manœuvre dont nous disposons après paiement de nos charges fixes, l'INSEE l'évalue aussi. C'est notre pouvoir d'achat « arbitral ». Et il se calcule en déduisant toutes ces dépenses « pré-engagées » que nous ne pouvons pas cesser de régler ou négocier tout de suite. Par exemple, le loyer, les assurances, les abonnements téléphoniques, nos factures d'énergie... Quand la loi nouvelle nous permet de résilier plus facilement nos contrats (loi du 16 août dernier, en faveur du pouvoir d'achat), elle nous invite peut-être au « désengagement », à faire jouer la concurrence. A revenu constant, ce pouvoir d'achat arbitral devrait diminuer, car les dépenses pré engagées vont augmenter. L'augmentation des loyers est limitée à 3,5 % par exemple (et provisoirement) mais elle n'est pas « bloquée ». La hausse des tarifs de l'énergie sera limitée mais pas empêchée. Tous les prix vont continuer à évoluer, et pas à la baisse. Et pour certains d'entre nous, la question de « l'arbitral » ne se posera même pas, tant le peu qui reste pour vivre permet le minimum.



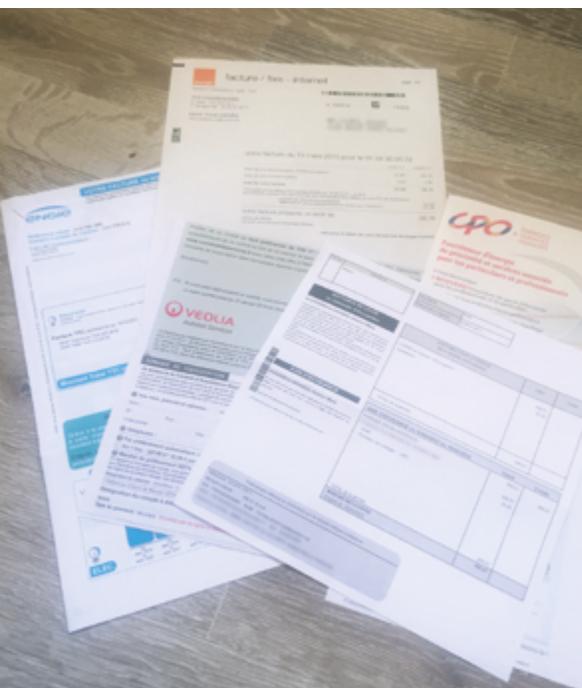
## Qu'est-ce que le reste à vivre ?

Certains ménages ont des revenus disponibles si faibles que leur pouvoir d'achat n'est plus que le pouvoir de se priver de tout alors même que leurs dépenses contraintes augmentent tout de même. Alors les arbitrages se font sur les choses les plus essentielles comme l'alimentation dont on voit bien que les prix explosent. Il n'y a pas de définition légale d'un « reste à vivre », même si la nécessité d'un minimum vital est inscrit dans le code de l'action sociale et des familles. Les ressources nécessaires aux dépenses de la vie courante d'un ménage ne doit pas être inférieure à un forfait (598,54 €) qui peut varier en fonction de la composition familiale (article L 262-2), c'est le RSA (revenu de solidarité active). Le code de la consommation, dans ses dispositions sur le surendettement, limite le montant des remboursements négociés ou imposés qui doivent être calculés par référence à la quotité saisissable d'un salaire qui est également une référence (et sans jamais laisser moins que le RSA !). Ce forfait minimum de 598,54 € est également retenu pour maintenir un minimum sur nos comptes bancaires en cas de saisie (à supposer que la somme figure au crédit du compte). Mais peut-on vivre avec si peu ?

On le voit, le pouvoir d'achat dépend donc de nombreux paramètres, mais il semble clair à la lumière de leur définition, qu'à chaque fois que notre revenu disponible stagne ou augmente moins vite que les prix, notre pouvoir d'achat baisse mécaniquement. Pour répondre à nos besoins essentiels et permettre à tous de vivre dignement, il faut revendiquer une augmentation des salaires, des pensions de retraites et une indexation sur l'inflation.

Il n'y a pas de définition légale d'un « reste à vivre », même si la nécessité d'un minimum vital est inscrit dans le code de l'action sociale et des familles.

**Signature**



## DÉCOUVERTE ET PRÉSENTATION, DEUX OUTILS À DISPOSITION DES TERRITOIRES



La formation « Présentation d'INDECOSA » a été créée en 2021, pour reprendre et relancer nos anciennes formations AGIR. Elle porte sur notre histoire, nos actions, nos enjeux.

**E**n 2022, nous l'avons proposée à plusieurs reprises sur le Centre de Formations de la CGT, à Courcelle (91). Deux sessions ont été organisées en territoire : Strasbourg et Clermont-Ferrand. Le choix y a été fait d'y inclure une journée sur le fonctionnement de nos permanences, pour insister sur le fait que ces dernières sont indissociables de notre engagement idéologique, de nos valeurs syndicales. Avec cette formation, nous disposons maintenant d'un outil pour nos militant.e.s qui prennent des responsabilités aussi bien au niveau national qu'au niveau local, que ce soit dans les Conseils d'administration, les Bureaux ou les différentes instances où nous siégeons. Avec les décisions prises lors de notre Assemblée générale nationale de septembre 2022, elle devient une condition obligatoire pour toute prise de responsabilité.

### Découverte d'Indécosa

Portant sur 5 jours, cette formation n'est cependant pas adaptée aux nouveaux arrivants qui cherchent à obtenir une première vue de notre association, de ce qu'elle porte, des domaines dans lesquelles elle agit. A cet effet, nous nous sommes appuyés sur les travaux réalisés par une camarade du 44, pour proposer une formation « Découverte d'INDECOSA » en deux modules d'une demie-journée (ou un seul d'une journée entière). La première partie porte sur les valeurs et caractéristiques de notre association, la seconde se concentre sur les enjeux et besoins locaux. Nous sommes en phase de test actuellement, pour être en mesure de diffuser un kit de formation dès le début d'année 2023. « Découvert » et « Présentation » sont donc deux outils essentiels pour appuyer notre démarche et rester vigilants

à ce que notre association conserve ses orientations syndicales et ses spécificités dans le monde consommériste actuel. Ils sont par essence destinés à fonctionner au plus près des territoires (même si « Présentation » maintiendra 1 ou 2 sessions par an sur Courcelle) et demandent donc à ce que les associations départementales s'y investissent pleinement. Le collectif Formations du national sera présent pour aider à la phase de déploiement, en mettant à disposition des formateurs.

Conformément aux engagements pris par notre Assemblée Générale, c'est donc une démarche conjointe de l'ensemble de nos associations départementales et du national qui est mise en œuvre, et ces deux formations ont vocation à en être des éléments majeurs.

Avec les décisions prises lors de notre Assemblée générale nationale de septembre 2022, la formation devient une condition obligatoire pour toute prise de responsabilité.

### Le Collectif formation

## EUROPE

### Partenariat européen

## UN APPEL COMMUN POUR LE RESPECT DU DROIT DES PATIENTS

Dans le cadre de son partenariat avec Active Citizenship Network (ACN - Italie) INDECOSA-CGT a signé en août un appel européen à l'action pour le respect du droit des patients et à l'accès aux soins via les Médicaments de Thérapie Innovante.

**L'**ACN s'inscrit dans le cadre du projet européen #VITA et dans le prolongement de sa formation sur la révolution des MTI.

Dans toute l'Europe, un patient qui souhaite accéder à un MTI (une réalité de guérison pour les patients souffrant de maladies graves qui n'ont pas encore trouvé de réponse thérapeutique concrète) peut être confronté à divers obstacles de nature scientifique (manque de connaissances), réglementaire (manque d'uniformité et de transparence), structurelle (inégalités régionales d'accès), et financière (manque de fonds publics pour ce type de thérapie, inaccessibles par leur prix à l'écrasante majorité des particuliers). C'est pourquoi de nombreuses organisations ont décidé de soutenir cet appel à l'action qui s'adresse d'abord aux institutions nationales et européennes, mais aussi à l'ensemble de l'écosystème de la santé, y compris aux associations civiques et de patients, et aux citoyens.

Aux côtés de 4 associations internationales, 3 associations européennes et 19 autres associations nationales issues de 11 pays (chiffres établis au moment où sont écrites ces lignes), INDECOSA-CGT est fière d'y représenter la France et l'affirmation d'un droit inaliénable et universel à la santé.

**Francois bilem**



# Le Nutri-score, ce truc génial !



En tête de tous ses concurrents, le Nutri-score pourrait bientôt franchir une étape décisive si la Commission européenne rend bien obligatoire dans tous les pays de l'Union l'affichage d'un logo nutritionnel unique sur tous les produits alimentaires. Les lobbies de l'agroalimentaire sont vent debout pour dézinguer le Nutri-score, cette symbiose originale entre les exigences d'une politique de santé ambitieuse, le contrôle par les consommateurs de leur alimentation et le combat contre la malbouffe – qui tue tout de même chaque année 11 millions de personnes dans le monde.

Le Nutri-score est une invention géniale. Pour au moins quatre raisons. Il est sans équivalent pour évaluer la qualité nutritionnelle des produits alimentaires disponibles dans nos échoppes au moment de l'achat. Il est scientifiquement incontestable. Il encourage (en principe) les industriels à adopter des pratiques plus respectueuses de la santé des Français. Il offre en toute transparence au consommateur une information lui permettant d'affermir ses choix. Cerise sur le gâteau à l'heure des choix européens : le Nutri-score est le seul logo à cocher toutes les cases des recommandations du Centre commun de recherche européen (CCR), au détriment de la proposition italienne du logo Nutrinform, portée par les lobbies et par l'extrême droite.

### L'histoire d'un coup de génie

Le Nutri-score tire sa force d'une triple légitimité scientifique, politique et démocratique. Elle ne fait pas le bonheur de tous, en tout pas celui de nombreuses multinationales de l'agroalimentaire qui n'ont pas encore compris que la transparence était leur meilleur atout, ne serait-ce que d'un strict point de vue concurrentiel. Alors c'est la guerre. Une guerre de position, à l'ancienne, qui oppose coups de bluff et fake news à la limpidité de la démonstration scientifique, une guerre ouverte, frontale, parfois violente, déclarée depuis l'adoption en France du Nutri-score, en 2017. D'un côté un front de chercheurs, de médecins, d'autorités publiques, d'associations (dont Indecosa-CGT), de citoyens, de consommateurs et, en face, les intérêts privés d'une industrie souvent peu scrupuleuse, relayée par des lobbies redoutablement puissants.

Comment s'est révélé ce coup de génie ? Au dos des emballages, la réglementation européenne oblige depuis 2011 le fabricant à détailler la composition de son produit. Pour comprendre ce tableau presque aussi illisible qu'incompréhensible, en déduire la portée sur sa propre santé, calculer la répartition des composants (matières grasses, acides gras saturés, sucre, sel etc.), recommencer l'opération sur le produit voisin avec lequel on aimerait comparer, il faut non seulement au consommateur posséder quelques premières notions de nutrition mais aussi de puissantes capacités de calcul mental.

En deux temps trois mouvements, le Nutri-score fait le job. Cinq couleurs pour cinq lettres, A, B, C, D, E, du vert à l'orange foncé, du meilleur au moins bon pour la santé (et non pas au goût), pour visualiser instantanément l'impact nutritionnel du paquet de pâtes, des céréales matinales ou de la boîte de sardine. Le Nutri-score ne dit pas : « Arrêtez de manger tel produit », il dit plus prosaïquement : « sous une lettre A ou B, mangez sans compter, sous une lettre

... Suite page 10

**« 94 % des Français plébiscitent le Nutri-score, 89 % souhaitent le rendre obligatoire »**

## SERGE HERCBERG :

**« Il faut encore mobiliser l'opinion pour que la santé de nos concitoyens l'emporte sur les intérêts privés »**

Concepteur du Nutri-Score et inlassable combattant pour en imposer l'étiquetage face à la pression des lobbies, le professeur Serge Hercberg \* présente le défi européen que le logo s'apprête à relever pour devenir peut-être enfin obligatoire.

**IN :** Ce fut un long combat pour installer le logo face aux pressions des lobbies de l'agroalimentaire. D'où le Nutri-score tire-t-il sa force ?

**Serge Hercberg :** Dès l'instant où, en 2014, la ministre de la santé Marisol Touraine a décidé d'intégrer le « logo 5 Couleurs », futur Nutri-score, dans la loi de santé en préparation, les lobbies agroalimentaires lui ont déclaré une guerre sans merci. Il s'est finalement imposé grâce à ce qui fait sa force : il repose entièrement sur la science qui en valide la pertinence, il est totalement transparent et il répond à une forte demande sociétale, notamment exprimée par les mouvements de consommateurs, les médias et les mobilisations citoyennes.

**IN :** Certaines entreprises l'adoptent rapidement, d'autres s'y refusent obstinément. Pourquoi un cercle vertueux ne s'est-il pas mis en place alors que l'industrie agroalimentaire a tout à y gagner ?



Serge Hercberg est nutritionniste et épidémiologiste, professeur à l'université de Sorbonne Paris-Nord et membre du Haut Conseil de la santé publique. Il a notamment conduit pour le ministère de la santé le Programme national nutrition santé (PNNS) et l'enquête Nutrinet santé. Il relate dans son livre « Mange et tais-toi » (HumenSciences, fév. 2022) son combat contre les multinationales de la malbouffe.

**Serge Hercberg** : Lorsque le Nutri-score est adopté par décret en 2017, six entreprises y adhèrent. Elles sont aujourd'hui plus de 875 qui affichent le Nutri-score. D'autres s'obstinent à refuser aux consommateurs la transparence qu'ils attendent sur la composition nutritionnelle de leurs produits à l'aide d'un système simple et compréhensible par tous. Ces grands groupes – Ferrero, Lactalis, Coca Cola, Mars, Mondelez, Unilever international et d'autres – se moquent des enjeux de santé publique. Je reste perplexe face à l'inertie de certains industriels qui, faute de vision, se torpillent eux-mêmes. Pour le consommateur, une marque qui n'affiche pas le Nutri-score a quelque chose à cacher.

**IN** : Le projet de modification par la Commission européenne du règlement INCO (2) pourrait rendre bientôt obligatoire un étiquetage nutritionnel unique dans tous les pays européens. Les sept pays qui ont déjà adopté le Nutri-score feront-ils tache d'huile malgré le réveil brutal des lobbies ?

**Serge Hercberg** : Les lobbies ont ouvert trois fronts. Celui des grands groupes traditionnellement hostiles au Nutri-score, toujours très actifs notamment via leur

association FoodDrinkEurope. Un deuxième front mobilise les secteurs agricoles, surtout le fromage et la charcuterie. Leur très puissant syndicat européen, Copa Gogeca, regroupe les syndicats les plus conservateurs, comme la FNSEA en France. Au prétexte de protéger les produits locaux – je rappelle que 60 % de ces produits sont bien classés par le Nutri-score – ce deuxième front procède par amalgame. Le troisième front est celui d'un État qui s'est constitué en État lobbyste : l'Italie. Dans un contexte électoraliste marqué par la surenchère des partis, le Nutri-score a été instrumentalisé et accusé de s'attaquer au Made in Italy. Les partis populistes et d'extrême droite ont relayé les arguments des lobbies, notamment ceux de l'association des industries alimentaires FedereAlimentare et de Coldiretti et Confagricoltura, des syndicats agricoles. J'ai même été personnellement pris à partie dans la campagne électorale, copieusement insulté sur les réseaux sociaux, jusqu'à recevoir des menaces de mort. Quant aux autres pays européens, l'Italie fait pression sur la Grèce, la Hongrie et la République tchèque, qui préside actuellement l'Europe...

**IN** : Ce n'est donc pas gagné ?

**Serge Hercberg** : Malgré l'accumulation des preuves scientifiques, malgré le rapport du centre commun de recherche de la Commission européenne très favorable à un logo de type Nutri-score, malgré l'engagement des associations de consommateurs, les lobbies tenteront d'infléchir jusqu'à la dernière minute la décision. La stratégie européenne Farm to fork recommande clairement un logo unique et obligatoire pour l'Europe. Reste à savoir si ce logo sera défini par la science et les exigences de santé publique ce qui est le cas de Nutri-score, plus ou moins dégradé par l'exclusion des AOP ou IGP de son périmètre, ou imposé par les lobbies. Il faut encore mobiliser l'opinion pour que la science, la transparence et la santé de nos concitoyens l'emportent sur les intérêts privés.

Ce règlement européen de 2011 actualise, simplifie et clarifie l'étiquetage des denrées alimentaires commercialisées dans l'Union européenne. ■

**« Pour le consommateur, une marque qui n'affiche pas le Nutri-score a quelque chose à cacher »**

... Suite de la page 8

D ou E, jouez la modération, réduisez la quantité ou la périodicité des prises ». Cette vision instantanée du « bon pour la santé » permet de comparer des produits de même nature mais de marques différentes en faisant simplement glisser son regard sur le rayon. Le Nutri-score réussit cette prouesse de transformer une information nécessaire pour le consommateur en un outil de santé publique, et non pas comme nombre de logos un artifice concurrentiel ou une manipulation commerciale. Son langage est universel.

### L'agroalimentaire est aux abois

Il est si génial ce Nutri-score qu'à la suite de la France, six autres pays européens l'ont adopté (1). Il est si convaincant que 94 % des Français le plébiscitent et 89 % souhaitent le rendre obligatoire (2). Et tellement redoutable que 40 % des marques continuent en France à s'y opposer en refusant de l'apposer. En tête de bataillon des récalcitrants, les champions de l'opacité que sont Coca Cola, Mondelez, Unilever, Lactalis ou Ferrero, qui dépensent des fortunes en lobbying pour empêcher la Commission Européenne de se prononcer fin 2022 ou début 2023 pour une généralisation du Nutri-score à tous les pays européens et, plus encore, pour rendre son affichage obligatoire dans le cadre de sa stratégie « de la ferme à l'assiette ».

Génial, le Nutri-score n'est toutefois pas miraculeux. Il n'en a pas la prétention. Il ne dit rien encore, par exemple, de l'ultratransformation et des additifs qui corrompent les produits, même si des évolutions sont en cours (lire ci-après interview de Mathilde Touvier). Ni de l'impact écologique d'une production donnée. Le logo renseigne sur les effets nutritionnels d'un aliment sur la santé. Il le fait en toute indépendance en faisant évoluer l'algorithme qui calcule le score, dans les plus rigoureuses conditions scientifiques et sous l'autorité d'un comité scientifique international. C'est cet atout original, « ce droit des consommateurs et ce devoir des opérateurs économique », comme le caractérisait Gérard Casolari, Indecosa CGT 83 (3) –, qu'il convient de défendre aujourd'hui en s'en emparant et en se mobilisant pour lui donner tous les moyens de son efficacité (4).

1. Allemagne, Belgique, Espagne, Luxembourg, Pays-Bas et Suisse.

2. Enquête Santé Publique France, 2021.

3. IN Magazine n° 203, mai-juin 2022.

4. Pour signer la pétition « Stop aux lobbys : Nutri-Score doit être le logo officiel et obligatoire en Europe dès 2023 » :

<https://chng.it/m2TsVSRrGg>

**« Le Nutri-score tire sa force d'une triple légitimité scientifique, politique et démocratique »**

## MATHILDE TOUVIER :

**« Le Nutri-score pourrait à terme évoluer et signaler si le produit est ou non ultratransformé »**

L'algorithme du Nutri-score évolue avec les progrès de l'expérimentation scientifique autour de la nutrition. Dans quelles directions pourrait-il évoluer ? La docteure Mathilde Touvier (1) répond à nos questions.

**IN : Le Nutri-score conjugue deux extrêmes : une grande simplicité de lecture et la complexité de la preuve scientifique. Comment fait-il ?**

**Mathilde Touvier :** Avec son code couleur facilement interprétable, l'outil est simple et intuitif. C'est son but. Il synthétise aussi plusieurs décennies de recherches en nutrition-santé menées par nos équipes de l'Eren (2) et par d'autres, en France et dans le monde. Des milliers d'études épidémiologiques et expérimentales ont documenté les impacts sur la santé d'une consommation excessive d'acides gras saturés, de sel, de sucre et d'une alimentation insuffisante en fibres, en fruits et en légumes. Nous en connaissons les conséquences sanitaires : maladies cardiovasculaires, diabète, obésité et cancers. Sans Nutri-score, le consommateur doit se contenter du tableau nutritionnel apposé sur les produits et savoir le décrypter. Personne ou presque ne le lit, notamment pas les classes sociales plus défavorisées.

**IN : De quoi est fait l'algorithme qui calcule le score du produit ?**

**Mathilde Touvier :** De nombreuses publications ont guidé la conception de l'algorithme puis validé le poids accordé aux différents facteurs pour attribuer des points positifs ou négatifs. Des études françaises comme Su.VI.MAx ou NutriNet-Santé, dans notre laboratoire, portent sur plusieurs centaines de milliers de personnes. D'autres études ont abordé le format graphique du logo et ses impacts, la perception et la



Directrice de recherche à l'Inserm, Mathilde Touvier est aussi directrice de l'Eren (1) où elle a succédé en 2019 à Serge Hercberg. Elle dirige également les recherches de la cohorte NutriNet-Santé.

Équipe de recherche en épidémiologie nutritionnelle (Eren). Cette unité mixte de recherche de l'Inserm est associée à l'Inrae, au Cnam et à l'Université Sorbonne Paris-Nord. Elle étudie les relations entre nutrition et maladies chroniques, les mécanismes impliqués et les déterminants des comportements alimentaires.

compréhension par les consommateurs du Nutri-score. L'algorithme évolue avec le progrès des connaissances.

**IN : Certaines critiques pointent des insuffisances ou lacunes du Nutri-score...**

**Mathilde Touvier :** Elles sont entendues lorsqu'elles sont scientifiquement fondées. Par exemple, on ne discriminait pas assez bien entre différents types de fromage ou d'huiles. Nous avons fait évoluer l'algorithme pour mieux caractériser la qualité nutritionnelle de différents produits au sein d'une même famille. Un autre travail est engagé pour intégrer les édulcorants. Les éléments scientifiques suggérant leur lien avec des cancers ou des maladies cardiovasculaires s'accumulent. Ce qui pourrait amener le Nutri-score à pénaliser les boissons édulcorées d'ici à la fin de l'année.

**Sans Nutri-score, le consommateur doit se contenter du tableau nutritionnel apposé sur les produits et savoir le décrypter. Personne ou presque ne le lit... »**

**IN : D'autres facteurs alimentaires impactent la santé comme l'ultratransformation des produits ou la présence de pesticides. Faut-il multiplier les logos ?**

**Mathilde Touvier :** En ce qui concerne les contaminations environnementales, le logo AB (agriculture biologique) répond correctement à la problématique des pesticides. En revanche, il y a bien un trou dans la raquette sur l'ultratransformation. Plus d'une cinquantaine d'études montrent clairement des liens entre l'ultratransformation et le développement de pathologies. Nous y travaillons actuellement au sein de l'Eren en pilotant un programme de recherche mêlant épidémiologie et sciences expérimentales sur l'impact de l'alimentation industrielle sur la santé. Il intègre non seulement les édulcorants mais aussi les additifs comme les nitrites, les émulsifiants, les colorants ainsi que d'autres paramètres comme les contaminants liés aux procédés de transformation ou aux emballages.

**IN : Le Nutri-score informera-t-il aussi sur l'ultratransformation ?**

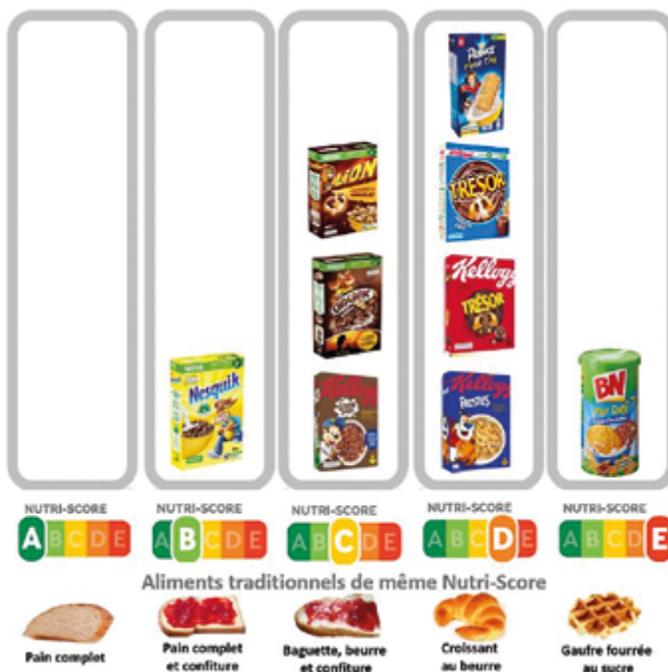
**Mathilde Touvier :** Le Nutri-score pourrait à moyen terme signaler si le produit est ou non ultratransformé. Nous y réfléchissons. Cela pourrait par exemple se concrétiser par un bandeau noir entourant le logo et portant la mention « ultratransformé » sur la base du grade 4 de la classification Nova. Pour cela une définition précise et non ambiguë de ce qu'est un « aliment ultratransformé » devra être déterminée réglementairement. Pour aller plus loin sur le plus long terme et caractériser l'ultratransformation, il est nécessaire de mieux comprendre quels additifs parmi les 330 autorisés et quels contaminants menacent plus ou moins la santé. Les plus dangereux devront faire l'objet de seuils réglementaires abaissés ou d'interdiction. Si le risque est moindre, ils pourraient rester autorisés mais être intégrés dans le Nutri-score pour inciter à en limiter la consommation. Si l'on ne veut pas multiplier les étiquettes, l'idéal serait un jour de n'avoir qu'un seul score scientifiquement validé incluant, en plus de la qualité nutritionnelle, l'ultratransformation. Nous n'en sommes pas là et ceux qui prétendent le contraire mentent au consommateur.

## DES APPLIS BIEN UTILES

### Smartphone en poche, pour mieux faire ses courses

Parmi la pléthore d'applications disponibles pour estimer la qualité nutritionnelle des aliments, deux seulement sortent réellement du lot, « Nutri-score » et « Open Food Facts ». Même le célèbre « Yuka », lui aussi engagé contre les lobbies alimentaires, n'obtient pas dans ses résultats le même niveau de preuve scientifique que le Nutri-score puisqu'il mêle trois données dans un modèle arbitraire qui, pour fixer une note, additionne les choux et les carottes avec 60 % de prise en compte du Nutri-score, 30 % de la présence d'additifs et 10 % du label bio AB. L'appli « Nutri-score », plus rigoureuse, aligne sobrement côte à côte les trois scores sans chercher une synthèse hasardeuse. Open Food Facts (1), basée sur la célèbre base de données en open source, est la plus rigoureuse. Cette plateforme collaborative gérée par une organisation à but non lucratif est aussi à l'origine de la classification « Nova » qui informe sur le degré de transformation d'un produit, dont on connaît les redoutables impacts sanitaires, notamment dans le développement des cancers.

<https://fr.openfoodfacts.org/>



Source : UFC-Que choisir

D'après l'UFC-Que Choisir qui a passé au crible des aliments industriels destinés aux enfants, les parents écarteraient beaucoup de ces produits si le Nutri-score était affiché.

## CONTRÔLE DÉMOCRATIQUE

### Calculer un Nutri-score est à la portée de tous

Démocratique, on vous dit ! Nous pouvons tous calculer un Nutri-score, ce qui est bien pratique lorsque la marque a refusé de l'afficher. Ou pour vérifier l'exactitude du classement annoncé par le fabricant. Pour télécharger le calculateur du Nutri-score : <https://www.santepublique-france.fr/media/files/02-determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/nutri-score/tableur-calcul-nutri-score>

## DES VIES À GAGNER

**Plus on affiche le Nutri-score, plus on sauve des vies humaines.**

Parmi d'autres études – comme celle de la cohorte européenne Epic qui a montré que les personnes qui consommaient en plus grande quantité les aliments les mieux notés par le Nutri-score réduisaient leur risque de cancer, d'obésité, de maladies cardiovasculaires et de mortalité – une simulation de l'Eren (1) réalisée sur plusieurs centaines de milliers de personnes fait le lien entre le Nutri-score et la baisse de la mortalité. 3,4 % de décès dus à des maladies chroniques pourraient être évités, soit entre 6 636 et 8 732 morts par an.

*Équipe de recherche en épidémiologie nutritionnelle*



D.R.

## AU ROYAUME DES FAKE NEWS

**Pour dézinguer le Nutri-score, les mêmes faux arguments sont avancés par les géants de l'agroalimentaire. Exemples.**

• « Le Nutri-score pénalise les aliments traditionnels. Il faudrait en exempter les AOP et IGP. »

Ce n'est tout de même pas la faute au Nutri-score si les fromages ou les charcuteries font exploser les plafonds en sel et graisses saturées. Très souvent classés D ou E, ces produits, qu'ils soient ou on en AOP ou IGP, devraient être consommés en plus faible quantité. Au profit, par exemple, d'autres aliments eux aussi dits traditionnels comme le riz de Camargue, les mogettes de Vendée ou les lentilles du Puy, tous classés A.

La plupart des aliments traditionnels sont d'ailleurs classés A, B ou C. Quant à dire que le Nutri-score nuit aux petits producteurs, rappelons que Lactalis détient à lui seul 70 % de la production de Roquefort tout en contrôlant la moitié des AOP.

• « Le Nutri-score n'informe pas sur les additifs ou le degré de transformation, il ne s'attaque donc pas à la malbouffe. »

Ce qui tombe plutôt bien car Le Nutri-score n'a jamais prétendu couvrir d'autres champs que celui des composants nutritionnels. Un indicateur unique et synthétique des nombreux impacts de l'alimentation sur la santé est en l'état des connaissances impossible à réaliser, ce qui explique qu'aucune structure de santé publique ne s'y soit lancée.

• « Le Nutri-score se calcule par tranches de 100 grammes et non par portion ».

Les lobbies adorent le répéter : on ne mange pas 100 grammes de pâte à tartiner, une portion de fromage est très inférieure à ce poids, le Nutri-score est donc biaisé et surestime l'impact de la part réellement ingérée. L'argument est doublement stupide. 100 grammes est une valeur de référence garantissant justement l'exactitude de la comparaison. Et par obligation réglementaire, elle est par ailleurs la seule référence déjà imprimée sur le produit.



## UN ALGORITHME EN MOUVEMENT

**Le calcul des scores nutritionnels évolue avec les connaissances.**

L'algorithme du Nutri-score sera révisé fin 2022 pour tenir compte des recommandations du Comité scientifique international, modifiant de manière significative la classification de certains aliments pour mieux différencier les produits dans les familles sucrées et salées. Il limitera également les points des protéines de la viande rouge. Les fromages à pâte pressée à faible teneur en sel comme l'emmental, remonteront dans le score tandis que les produits à forte teneur en sel redescendront. La notation sera plus stricte pour tous les produits sucrés. Le pain complet passera en A tandis que les pains raffinés passeront en B ou en C suivant leur teneur en sel. Les produits de la pêche seront distingués entre forte ou faible teneur en sel et huile. Pour les plats composés prêts à consommer comme les pizzas, la classification sera nettement plus sévère. Les différentes huiles seront également mieux discriminées en fonction de leur teneur en acides gras saturés.



# PHISHING, SMISHING, VISHING ...

Que de techniques pour nous pousser à la faute et réussir ainsi à vider nos comptes en banque. Vous êtes aussi nombreux à contester des débits non autorisés de plusieurs milliers d'euros alors que vous n'avez transmis aucune information confidentielle. La prudence ne met pas à l'abri de pirates qui ont les moyens de contourner le système et de récupérer vos codes, sans vous. Une réalité que les banques rechignent à accepter.

## Soyez prudents, protégez votre argent

Vous connaissez les méthodes de « phishing », ces messages qui tombent dans nos boîtes mail et nous invitent à suivre un lien, provenant faussement des impôts, de la CAF, de l'assurance maladie ou bien le « smishing », son équivalent par SMS. Et oui, alors vous êtes plus vigilants et les escrocs s'adaptent.

Vous voilà désormais la cible de « vishing », l'attaque vocale. C'est une méthode que nous oppose beaucoup les banquiers ces derniers temps. Cette arnaque consiste à vous appeler en prétendant être votre conseiller bancaire (ou c'est un automate qui vous invite à rappeler). Et tout le jeu consiste à vous faire paniquer pour que vous agissiez immédiatement sans pouvoir réfléchir. L'escroc a parfois acheté vos données personnelles sur le darknet (il s'agit d'un espace caché sur internet qui est fréquemment utilisé pour des activités criminelles) et il en sait long sur vous, ça crédibilise son discours. Le numéro qui s'affiche semble bien être celui de la banque, déguiser une communication est techniquement possible.

## Ne jamais donner ses codes

Votre interlocuteur vous dit « victime d'un piratage en cours », si vous ne lui donnez pas de toute urgence « vos coordonnées bancaires » « numéro de carte, cryptogramme, date d'expiration », autant d'informations qu'un véritable banquier ne demande jamais. L'escroc veut « le code qui va tomber sur votre téléphone à l'instant », pour une vérification, pour enregistrer votre opposition au débit. Si vous cédez, le piège se referme, le fraudeur peut se servir, désigner de nouveaux bénéficiaires, prendre la main sur tous vos comptes. Ne parlez pas, raccrochez, alertez votre banquier (le vrai).

Mais à l'ère du tout digital, il ne faut pas se leurrer, les petits génies du net trouveront des moyens de pirater nos comptes malgré toutes nos précautions. Les cyber-escrocs ont leurs outils, ils piratent les cartes SIM, installent des virus dans nos ordinateurs et nos téléphones. Récupérer un code SMS (code 3D sécurisée), ils savent faire.

Vous avez été prudents et pourtant l'argent disparaît

Vous n'avez communiqué aucune information, vous l'affirmez et pourtant votre compte a été



D.R.

débité frauduleusement. Dans ce cas, le code monétaire et financier est clair, un débit « non autorisé » doit être remboursé immédiatement par la banque (art L 133-18). Pour se soustraire au remboursement, la banque pourra vous opposer que vous avez commis une négligence grave car dans ce cas, c'est vrai, vous assumez la perte. Mais il ne suffit pas de prétendre à la « négligence » du consommateur, il faut la prouver et c'est à la banque de faire cette preuve (L 133-23). Il ne lui suffit pas d'affirmer que, vérification faite, un code a été transmis, que l'opération a été authentifiée, qu'il n'y a pas eu d'incidents techniques... La jurisprudence exige d'autres éléments. Le consommateur qui affirme n'avoir jamais rien communiqué doit être entendu.

## Une loi existe désormais

Face à la résistance des banques qui méconnaissent leurs obligations, la loi pour la protection du pouvoir d'achat du 16 août 2022 a modifié l'article L 133-18 qui dispose désormais que « les sommes dues produisent intérêt au taux légal majoré de cinq points ; au-delà de sept jours de retard, les sommes dues produisent intérêt au taux légal majoré de dix points ; au-delà de 30 jours de retard, les sommes dues produisent intérêt au taux légal majoré de 15 points » (Code monétaire et financier : L.133-18).

Ce n'est pas avec de telles pénalités de retard que vous vous enrichirez mais elles pourraient inciter les banques à plus de célérité, au respect des textes et de la jurisprudence. Espérons-le. ■

# PRENEZ VOS AFFAIRES EN MAINS

Retrouvez toutes les informations de la consommation sur le site internet **indecosa.fr** avec les thématiques autour



## BULLETIN D'ABONNEMENT

### INDIVIDUEL

Nom : ..... Prénom : .....  
Adresse : .....  
Code postal : ..... Ville : .....  
Tél. : ..... Portable : .....  
E-mail : .....  
Entreprise ou organisme : .....

### COLLECTIF

Responsable de liste et du règlement collectif  
Nom : ..... Prénom : .....  
Adresse : .....  
Code postal : ..... Ville : .....  
Tél. : ..... Portable : .....  
E-mail : .....  
Entreprise ou organisme : .....

Montant unitaire :  5 €

Abonnement papier 6 numéros par an  30 €

Abonnement de soutien  35 € et plus

Je règle par chèque à l'ordre de Indecosa-CGT

je règle par carte bancaire sur [indecosa.fr](http://indecosa.fr)

## BULLETIN D'ADHÉSION

Nom : .....  
Prénom : .....  
Date de naissance : .....  
Adresse : .....  
Code Postal : ..... Ville : .....  
Téléphone fixe : ..... Portable : .....  
Courriel : .....

Entreprise ou organisme

J'adhère pour l'année 2023  30 euros

Je m'abonne à In magazine pour six numéros  30 euros

Date et signature

A retourner à IN magazine • Case 1-1 263, rue de Paris 93516  
Montreuil Cedex Tél. : 01 55 82 84 05  
• Nous contacter : [indecosa@cgt.fr](mailto:indecosa@cgt.fr)



Scannez et découvrez le site d'INDECOSA-CGT  
<https://www.indecosa.fr>

# En 2022, la Macif a été élue **Marque préférée des Français\***



## Et vous, pourquoi préférez-vous la Macif ?

Pour Mehdi, c'est pour  
ses **prix compétitifs**.

Pour Albert, c'est pour son modèle  
d'assureur mutualiste **sans actionnaire**.

Pour Huguette, c'est pour **la relation  
avec son conseiller**.

Pour Laure, c'est pour **son service client  
basé en France\*\***.



La Macif,  
c'est **vous**.

\* Étude réalisée du 12 au 13 janvier 2022 par La Marque Préférée des Français auprès de 1 022 français, représentatifs de la population française - terrain réalisé par OpinionWay - dans la catégorie « Compagnies d'assurance ».

\*\* Certification AFRC Relation Client France. Certificat 95088 délivré à la Macif par Afnor Certification.  
Pour en savoir plus: [relationclientfrance.fr](http://relationclientfrance.fr).

**MACIF** - MUTUELLE ASSURANCE DES COMMERÇANTS ET INDUSTRIELS DE FRANCE ET DES CADRES ET SALARIÉS DE L'INDUSTRIE ET DU COMMERCE. Société d'assurance mutuelle à cotisations variables. Entreprise régie par le Code des assurances. Siège social : 1 rue Jacques Vandier 79000 Niort.