

La voix des Consommateurs
à travers le monde

The global voice
for consumers

La voz global para la defensa
de los consumidores



Séminaire Régional de l'OIE sur la Communication

**Assurer la confiance des consommateurs dans les produits
d'origine animale : le point de vue du consommateur**

Samir EL JAAFARI

Confédération des Associations de Consommateurs du Maroc

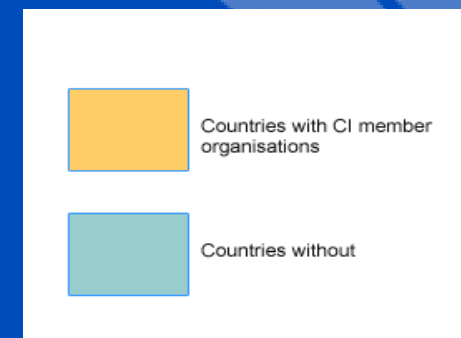
Consumers International

CI en bref

CI Fondée en 1960 est l'organisation mondiale qui travaille avec ses membres (220 dans 115 pays) pour défendre et renforcer la capacité des consommateurs

Les 8 droits des consommateurs

- **Droit à la satisfaction des besoins essentiels**
- **Droit d'être informé**
- **Droit de choisir**
- **Droit d'être entendu**
- **Droit à un environnement propre**
- **Droit d'être représenté**
- **Droit de demander réparation**
- **Droit à l'éducation de consommateur**



CI en Afrique

CI a environ 30 membres d'organisations des consommateurs dans 28 pays

Les membres de CI en Afrique ont développé des actions et des campagnes efficaces pour promouvoir les politiques et les règlements régissant les droits des consommateurs et préservant leurs intérêts.

Le mouvement des consommateurs en Afrique est particulièrement actif sur les questions de sécurité alimentaire et des biotechnologies

- L'alimentation de rue
- La biosécurité
- Le Codex Alimentarius
- La sécurité alimentaire

Programme mondial sur l'alimentation

CI a travaillé pendant les 30 ans passés pour défendre les droits des consommateurs à une nourriture saine et de qualité, ainsi qu'à des systèmes efficaces de contrôle de la qualité et de la salubrité des aliments.

Le travail de CI sur les questions alimentaires est de s'assurer que les gouvernements et les autorités locales, les entreprises et la société civile se consacrent à leurs engagements nationaux et internationaux dans la promotion de ce droit fondamental. Les programmes incluent :

- | **Les évolutions des systèmes alimentaires**
- | **L'adultération d'aliments**
- | **Les pesticides dans les aliments**
- | **La qualité nutritionnelle**
- | **L'irradiation des aliments**
- | **Le stabilisation du marché d'aliments et la sécurité**
- | **Les pratiques de la commercialisation et de la publicité**

Programme mondial sur l'alimentation (2)

Les points saillants du programme alimentaire

- Le travail avec le Codex Alimentarius pour établir des normes alimentaires
- Le lobbying et les campagnes pour la sécurité, l'étiquetage et la traçabilité des produits OGM et les responsabilités dans ce sens
- La promotion et l'adoption de modèles durables de production et de consommation
- La campagne de lutte contre la consommation de sucre et l'obésité avec l'OMS
- La Promotion de la stratégie mondiale de l'OMS sur le régime, l'activité physique et la santé pour la prévention des maladies non transmissibles
- Au niveau local, la promotion de la nourriture saine, la qualité et la salubrité dans le secteur de l'alimentation de rue et l'éducation des consommateurs sur les pratiques d'hygiène et de prévention.

Des inquiétudes

Les récentes crises alimentaires: la grippe aviaire, le lait contaminé, les aliments provenant des OGM sont quelques exemples de sujets qui inquiètent les consommateurs

Les consommateurs deviennent plus soucieux de leur santé et s'intéressent à l'origine des produits qu'ils consomment et à la manière avec laquelle ils sont produits.



Des inquiétudes

les consommateurs réclament des aliments sains et exigent des informations sur leur qualité.

Les consommateurs veulent se fier aux sources d'information fournies par les acteurs du marché ou les autorités.

La question de la responsabilité concernant les normes de qualité et de sécurité alimentaires et les mécanismes de contrôle et de traçabilité (de la ferme à la table) constituent des thèmes d'action de CI et de ses membres pour réduire les risques pour les consommateurs

La connaissance des systèmes de production animale est une question cruciale pour les consommateurs et déterminante pour leurs choix de consommation.

Cadre juridique et institutionnel : Les consommateurs sont préoccupés par l'absence des lois et des règlements ou leurs non adéquation avec la protection des droits et les intérêts des consommateurs.

La communication sur la sécurité alimentaire

La communication est la clé ...

- | **L'information du consommateur est indispensable pour sa sécurité :** L'information doit être claire, accessible, pertinente et non trompeuse
- | **Communiquer la confiance:** L'objectif de la communication est de fournir aux consommateurs et à leurs organisations des informations appropriées qui contribuent à l'amélioration des pratiques de salubrité des aliments à tous les niveaux du continuum alimentaire
- | **Construire des relations avec les médias:** Il faut s'assurer que les médias n'effraient pas les consommateurs, car CI est consciente que cela peut avoir un impact négatif sur les entreprises.

La communication sur la sécurité alimentaire

Néanmoins

si pour des pays offrant déjà à leur consommateurs un haut degré de protection, l'information est privilégiée, pour un pays qui, comme le Maroc, découvre le champ nouveau de la protection des consommateurs et dont la population comprend un large pourcentage de personnes économiquement faibles ou marginalisés, la place de l'information, si elle est essentielle, n'en reste pas moins relative et vient après la protection, l'organisation et la représentation, l'éducation et l'accès à la justice.

La communication sur la sécurité alimentaire (2)

CI développe différents méthodes pour informer et éduquer les consommateurs et garantir leur confiance en matière de sécurité alimentaire :

La presse écrite: bulletins électroniques (bulletin trimestriel pour l'Afrique), articles de presse.

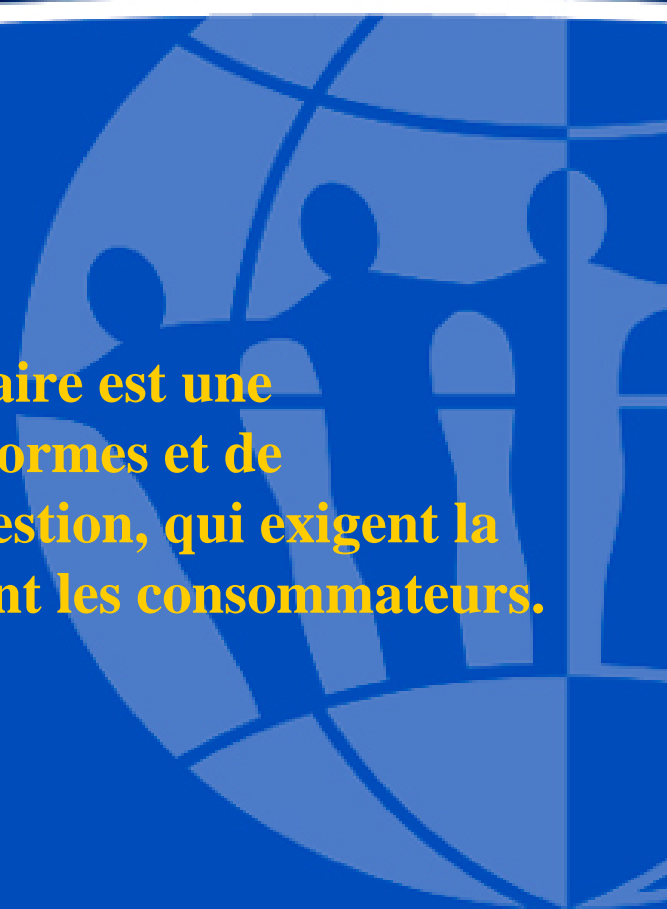
La sensibilisation du grand public : sites web, blogs, conférences et séminaires, ...

Les campagnes : d'éducation, destinées aux médias, destinées aux décideurs politiques menées à différents niveaux : **mondial, national, régional.**

La collaboration avec des parties prenantes : société civile et acteurs intervenant sur la sécurité alimentaire.

Conclusion

La communication concernant la sécurité alimentaire est une responsabilité partagée, c'est une question de normes et de réglementation, de systèmes de contrôle et de gestion, qui exigent la participation effective des parties prenantes dont les consommateurs.

A decorative background graphic on the right side of the slide. It features a stylized globe with latitude and longitude lines. Overlaid on the globe are silhouettes of several people standing in a circle and holding hands, symbolizing global unity and shared responsibility.