

Communiqué de presse

Berne/Lausanne/Lugano, le 13 janvier 2011

Les organisations de consommateurs font recours au Tribunal administratif fédéral contre une décision de l'Office fédéral de la santé publique

L'étiquetage des produits ne doit pas être illisible !

L'Office fédéral de la santé publique a autorisé dans le cadre de l'introduction du Principe du Cassis de Dijon des caramels, dont l'étiquetage ne répond clairement pas aux dispositions suisses. L'écriture est trop petite ou illisible et les consommateurs doivent avoir des loupes pour la décrypter. Les organisations de consommateurs SKS, FRC et acsi ont déposé contre cette décision de portée générale un recours. Si les déclarations obligatoires ne peuvent pas être déchiffrées, les droits fondamentaux des consommateurs sont bafoués.

L'Office fédéral de la santé publique (OFSP) a informé aujourd'hui des premières expériences faites suite à l'introduction du principe du Cassis de Dijon et des autorisations données durant les premiers six mois. Les organisations de consommateurs s'étaient fortement engagées en faveur de l'introduction de ce principe. Il est trop tôt, après une demi-année, de tirer un réel bilan, mais l'Alliance s'engage pour que les consommateurs ne soient pas bernés par les produits introduits sur le marché suisse.

Le SKS, la FRC et l'acsi considèrent ainsi que la décision de portée générale concernant des caramels mous et durs va trop loin : ce produit a été accepté, alors même que l'écriture utilisée pour les déclarations officielles est trop petite, ce qui a été reconnu en Allemagne, son pays d'origine. Certaines exigences fondamentales de protection des consommateurs sont ainsi ignorées et les consommateurs ne peuvent ainsi exercer leur choix en toute transparence et liberté. Une déclaration obligatoire n'a de sens que si elle est facilement déchiffrable. Des produits seront dès lors autorisés qui s'écartent de la législation suisse en vigueur. Ces différences doivent être rendues publiques dans le cadre de la procédure d'autorisation afin que le consommateur n'ait pas que le prix sur lequel se baser. Une déclaration complète, correcte et lisible est absolument indispensable. Cette autorisation de l'OFSP aggrave un problème qui préoccupe de longue date les organisations de consommateurs.

Ce qui fâche en outre et n'est pas acceptable pour les organisations de consommateurs, c'est qu'il n'est pas possible d'avoir accès aux informations essentielles qui ont donné lieu à l'autorisation de l'OFSP. Sur son site Internet est seulement disponible une liste qui indique quels produits sont concernés et quels points sont compris dans l'autorisation. Si les organisations de consommateurs attendaient ces informations de la part de l'OFSP, le délai pour recourir serait échu depuis longtemps. Elles sont donc contraintes à déposer un recours sans disposer de toutes les informations nécessaires.