

Communiqué de presse

**7<sup>e</sup> sondage Alimentation et activité physique**

Berne, le 9 septembre 2020

**EMBARGO, 9 septembre 2020, 10 h 30**

## Oui à un étiquetage simple, non à un impôt sur le sucre

**Les Suissesses et les Suisses rejettent un impôt sur le sucre, qui leur paraît être une mesure inadaptée pour influencer sur la consommation. Ils plaident en revanche pour un système d'étiquetage clair des denrées alimentaires, propre à faciliter un choix éclairé et à encourager la responsabilité individuelle, et accordent de plus en plus d'importance à la durabilité. Tels sont les principaux constats du 7<sup>e</sup> sondage Alimentation et activité physique, réalisé sous forme d'enquête représentative par gfs.bern en mars 2020.**

### **Toujours pas de majorité pour un impôt sur le sucre**

70 % des personnes en âge de voter rejettent un impôt sur les denrées alimentaires contenant du sucre pour orienter la consommation. 27 % pourraient imaginer un tel impôt, tandis que 3 % des personnes interrogées sont indécises. On observe certes une légère augmentation par rapport à l'année précédente, mais c'est moins que le pic d'approbation de 30 % enregistré en 2017. En Suisse romande, le taux d'adhésion à un impôt sur le sucre est légèrement plus élevé qu'en Suisse alémanique depuis 2014. Les valeurs sont par contre très variables en Suisse italienne.

Une des raisons qui motivent le rejet d'un impôt sur le sucre tient dans l'inefficacité attendue d'une telle mesure. Seulement 23 % des personnes interrogées estiment qu'un impôt sur le sucre pourrait avoir une quelque influence sur la consommation. C'est moins que les 27 % qui préconisent un tel impôt. Ce qui revient à dire que certaines personnes doutent de son efficacité même dans le camp des partisans d'un impôt sur le sucre.

### **Recul du niveau d'information**

Une majorité de la population s'intéresse aux thèmes qui touchent à l'alimentation et l'activité physique et estiment qu'ils sont importants (77 %). La proportion était encore de 86 % en 2014. 72 % des personnes interrogées se sentent bien ou très bien informées sur le thème de l'alimentation, contre 69 % sur le thème de l'activité physique. Les valeurs étaient de respectivement 88 et 89 % en 2014.

Plusieurs sondages réalisés par gfs.bern ces dernières années montrent que la baisse d'intérêt ne se limite pas à l'alimentation et à l'activité physique. Avec la numérisation, les médias classiques perdent de leur importance. De nouveaux canaux d'information émergent, mais ils ne parviennent pas à combler cette lacune. Devant cette toile de fond, la sensibilisation et l'information en matière d'alimentation restent des valeurs sûres. Des citoyens bien informés sont en mesure de choisir librement un mode de vie sain. Un comportement responsable est ici la clé

# Groupe d'information Boissons rafraîchissantes

Une initiative des producteurs de boissons rafraîchissantes et de parlementaires

du succès et devrait être encouragé. Les interventions de l'État, comme les impôts, les interdictions et les taxes incitatives restent mal accueillis par la population.

## **Pour un étiquetage simple des denrées alimentaires**

La part des personnes en âge de voter qui utilisent souvent l'étiquetage usuel des denrées alimentaires s'est accrue ces dernières années. Si l'on y ajoute la part des personnes qui consultent occasionnellement ces informations, on obtient une solide majorité de 79 %. Ce constat permet de conclure que la consultation de l'étiquetage sur les denrées alimentaires est une pratique bien ancrée dans la population.

Bien que l'étiquetage soit beaucoup utilisé, l'adhésion de la population s'est clairement érodée ces dernières années, après une brève poussée jusqu'en 2016. Pour rendre compte de la composition des denrées alimentaires, la population suisse souhaite un étiquetage aussi simple et transparent que possible. Elle estime que la réglementation actuelle, avec le tableau des valeurs nutritionnelles, est trop compliquée. Actuellement, la part des personnes qui estiment que cette forme d'étiquetage est efficace ne s'inscrit plus qu'à 52 %. En revanche, les personnes en âge de voter souhaitent un système de codes couleurs : 80 % sont d'avis qu'il devrait même devenir la norme légale.

## **Réduction volontaire de la teneur en sucre**

Les personnes en âge de voter estiment que le secteur des boissons joue un rôle toujours plus important pour une alimentation équilibrée. Les membres de l'Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks (SMS) prennent leurs responsabilités et réduisent de leur propre chef depuis des années la teneur en sucre de leurs produits. 40 % des boissons rafraîchissantes ne contiennent pas du tout de sucre ou présentent une teneur réduite en sucre. De plus, de nombreux produits sont disponibles en petits conditionnements. Les producteurs favorisent ainsi un choix éclairé. En baissant la teneur en sucre dans leurs produits, ils tiennent compte de l'évolution des besoins vers une alimentation plus légère.

Pour éviter de heurter le goût des consommateurs, les membres de la SMS réduisent la teneur en sucre par étapes dans une action coordonnée. Cette démarche, fondée sur des accords et des mesures librement consenties, se révèle efficace : entre 2005 et 2015, ils ont abaissé la teneur en sucre de leurs boissons rafraîchissantes de 13 %. Les membres de la SMS, désireux de poursuivre sur cette voie, ont noué un dialogue constructif avec l'Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV).

## **La durabilité gagne en importance**

L'aspiration à un mode de vie plus durable est sensible au sein de la population suisse. Dans le domaine alimentaire, les aspects liés à la durabilité influent toujours plus sur les décisions d'achat. Dans ce contexte, un grand nombre de Suissesses et de Suisses ont à cœur d'éviter le gaspillage alimentaire. Selon l'Office fédéral de l'environnement (OFEV), pas moins de 2,6 millions de tonnes de denrées alimentaires sont jetées chaque année en Suisse, et deux tiers de ces déchets représentent des pertes alimentaires. 38 % des votants considèrent que les pertes alimentaires sont un très gros problème, à quoi s'ajoutent 40 % qui estiment que c'est un assez gros problème.

Groupe d'information Boissons rafraîchissantes (GIBR)

c/o Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks

Engimattstrasse 11, case postale, CH-8027 Zurich

# Groupe d'information Boissons rafraîchissantes

Une initiative des producteurs de boissons rafraîchissantes et de parlementaires

Les résultats du sondage montrent en outre que les gens sont ouverts à l'idée d'adapter leurs modes de consommation dans le sens de la durabilité. 69 % des votants affirment qu'ils seraient d'accord de déboursier davantage pour un produit régional par rapport à un produit meilleur marché de provenance inconnue. Dans le quotidien, il apparaît cependant que la majoration de prix pour les produits régionaux détourne un grand nombre de personnes.

## **Pas d'incidence de la crise du coronavirus sur la perception des thèmes touchant à l'alimentation**

Le sondage 2020 s'est déroulé en pleine période de confinement ordonné par le Conseil fédéral dans le contexte de la pandémie de coronavirus. Différentes enquêtes ont montré que la situation politique et sociétale générale pouvait avoir une forte influence sur la perception des votants. Compte tenu des mesures draconiennes prises en lien avec la pandémie, il est étonnant de constater que la perception des thématiques liées à l'alimentation et à l'activité physique n'a pas bougé dans cette situation particulière.

**Le sondage Alimentation et activité physique 2020 a été réalisé par gfs.bern sous la forme d'une enquête représentative pour le groupe d'information Boissons rafraîchissantes.**

## **Renseignements :**

CN Lorenz Hess, président : 079 356 59 26

Matthias Schneider, vice-président : 079 744 68 46

Marcel Kreber, secrétaire : 079 650 48 73

Le « groupe d'information Boissons rafraîchissantes : vivre activement et boire de manière responsable » est un groupe indépendant axé sur le dialogue et composé de représentants des producteurs de boissons rafraîchissantes et de personnalités politiques nationales. Il a été fondé en 2013 à l'initiative des producteurs de boissons rafraîchissantes.

Pour de plus amples informations : [www.gi-boissons-rafraichissantes.ch](http://www.gi-boissons-rafraichissantes.ch) et @info\_IGEG