Les Feuilles de Chou de l'ADEIC Languedoc-Roussillon

N°1 – novembre 2012

Ne manquez pas nos promotions…

Cela a commencé par "les foires aux gros volumes » qui encouragent les consommateurs à des achats qui vident rapidement les comptes bancaires. "Prenez en trois payez en deux" : je ne sais que faire du troisième, mais j'ai un bon d'achat à prendre dimanche entre 11 heures trente et midi.

Quelle est l'utilité des soldes quand nous voyons en permanence des réductions de 50% voire 60% dans les magasins, sur internet ou dans les catalogues ? La législation interdit de vendre des produits moins chers que leurs prix d'achat. Sommes-nous des pigeons pour acheter au fil de nos besoins ou faut-il attendre, les soldes, les prix canons, les journées anniversaire (de notre anniversaire dans certains cas), les journées d'ouverture spéciales pour les fêtes ou le dimanche, sans oublier le pactole gagné par tirage au sort sous contrôle d'huissier (cela n'a d'ailleurs aucune valeur) ?

Nous sommes en novembre, les jouets sont soldés, le mois du blanc est terminé, les gâteaux de roi commencent à sécher, les œufs de Pâques vont arriver, suivi en février des articles de plages. En avril, n'oubliez pas des achats scolaires de la prochaine rentrée. Allons, dépêchez-vous...

Jean-Marie Chouleur– Secrétaire général de l'ADEIC-30.
Représentant les consommateurs au Conseil National de l'Alimentation.

L'Adeic a participé au mois de l'origine et de la qualité

Cette année, le mois de l'Origine et la Qualité a été ouvert à d'autres structures que les grandes surfaces. Avec l'aide de l'ADEIC, le Collège LEO LARGUIER de la Grand Combe (30) a mis en place un buffet dégustation et des repas pour mettre en valeur les produits labélisés de notre région.

Prévu sur le marché de la Grand Combe le 17 octobre, le buffet dégustation a migré à l'intérieur du collège en raison du mauvais temps.

L'animateur de l'ADEIC a expliqué le rôle des signes de qualité et d'origine des produits en interagissant avec les jeunes avec le support de la documentation des producteurs. A leur tour, les élèves de 5ème ont présenté les produits à leurs camarades et à leurs enseignants : olives, pain BIO à l'huile d'olive, compotée d'oignons doux, pélardon, pommes reinette du Vigan et miel de Provence. Après une première dégustation des produits « nature », les participants ont apprécié les assemblages de goût : pain et compotée d'oignons ou pélardons et miel.

Les deux jours suivants, dans une ambiance festive, le restaurant du collège a servi des repas composés d'autres produits : salade, oignons doux, poireaux, légumes Bio de ratatouille et de garniture, gambas, œufs, cuisse de poulet, Fleur de génisse d'Aubrac, riz de Camargue, pâtes, pain raspaillou, miel, pélardons et yaourt, pommes reinettes. Pour l'occasion, la salle du restaurant avait été décorée d'affiches rappelant l'origine des produits. Les élèves pouvaient choisir des plats décorés sur le linéaire.

Le chef et les deux cuisinières ont expliqué la composition des plats et encouragé les convives à la dégustation. L'attachée d'intendance, la gestionnaire, les conseillers d'éducation et l'infirmière ont recueilli les avis des convives dans la salle.

Reconnaitre les produits d'origine et de qualité

Agriculture biologique (AB)
Spécialité traditionnelle garantie (STG)
Label Rouge (LR)
Indication géographique protégée (IGP)
Appellation d'origine protégée (AOP)
Institut National de l'origine et de la qualité
www.inao.gouv.fr

Enthousiasmés par cette animation, les professeurs du collège (histoire, géographie, anglais, français) sont décidés à exploiter pédagogiquement au cours de l'année les découvertes du mois d'Origine et qualité.

Groupe de travail du CNA

L'ADEIC participe activement au groupe de travail du Conseil National de l'Alimentation (CNA) qui se réunit autour de la thématique : **"Prévention de l'impact des crises alimentaires dans la société civile : construire une communication fiable sur l'alimentation".**

L'impact des crises alimentaires dans la société civile et leurs conséquences socio-économiques, semblent parfois davantage liés à la perception que les relais d'opinion et les consommateurs ont du risque qu'à la réalité de ce risque tel que l'appréhendent les experts et les gestionnaires des Ministères concernés.
En écho aux grandes crises sanitaires (ESB, dioxine, mélamine, huile minérale...), les reportages, articles de presse et ouvrages qui dénoncent, parfois sans nuances, les méthodes de production « modernes », se multiplient, générant chez les consommateurs des doutes diffus - qui font le lit de futures crises de confiance. L'objectif essentiel du groupe de travail est de rechercher, à froid, des solutions concertées afin que le traitement médiatique des événements de crise soit proportionné à l'ampleur des risques.
Le groupe doit également s'efforcer d'identifier les besoins en termes d'information et de communication, hors contexte de crise, pour instaurer un climat de confiance entre les consommateurs et leur alimentation.
Un rapport assorti de propositions d'action devra être élaboré au plus tard en **décembre 2013.**

Toutes vos suggestions seront les bienvenues pour améliorer les feuilles de chou

Association de Défense d'Education et d'Information du Consommateur Languedoc-Roussillon

123, chemin de la garrigue – 30500 Saint Julien de Cassagnas – tel 04 66 61 75 90
adeicgard@club-internet.fr

Gardons la mer vivante

Disponible gratuitement

Le DVD réalisé en partenariat entre l'ADEIC du Gard, l'ARTEJ du Languedoc Roussillon et l'ADATEEP du Gard et labellisé par le ministère de l'Ecologie et du Développement durable.
Avec

- une plaquette sur les espèces protégées en Méditerranée
- le Quizz sur la sécurité en transport scolaire et sur la tortue marine réalisé par les élèves de la de la classe de CM2 de l'Ecole Pic Etienne à Vauvert (30).

Demandez-le à l'ADEIC.

Appel à témoignages

Depuis quelques temps, nous avons vu s'ouvrir des DRIVE dans toutes les grandes surfaces.
Les avez-vous essayés ?
Allez-vous devenir des "usagers fidèles" ?
Quels avantages y voyez-vous ?
Quels inconvénients ?
Pour quels produits ?
A quel rythme d'achats ?
Vos témoignages sont utiles. Donnez-nous quelques exemples concrets.