Veille citoyenne d'information sur les OGM et les semences

États-Unis : étiquetage des OGM, les entreprises à la croisée des chemins

Par Pauline VERRIERE

Publié le 14/03/2016

Aux États-Unis, le débat fait rage autour de l'étiquetage des OGM dans l'alimentation. Les entreprises, actrices incontournables dans ce débat, développent différentes stratégies pour échapper à l'étiquetage ou au contraire, se servir d'un nouvel argument de vente autour du « sans OGM ».

Aux États-Unis, les consommateurs s'intéressent de plus en plus au contenu de leur assiette et à la façon dont leur alimentation est produite. L'étiquetage des OGM est au coeur de cette prise de conscience. Face à cette question, les entreprises de l'agro-alimentaire mettent en place différentes stratégies. Elles oscillent entre lutter à grand renfort de millions contre la mise en place d'un étiquetage obligatoire, ou accompagner l'envie croissante des consommateurs d'une plus grande transparence. Contrairement à l'UE, la réglementation étasunienne n'impose pas l'étiquetage des aliments contenant des OGM [1].

Face au manque de volonté politique à l'échelle fédérale, trois états [2]
ont adopté une législation pour imposer la mise en place d'un étiquetage des OGM contenus dans les aliments (les produits issus d'animaux nourris aux OGM ne sont que très rarement concernés par ces débats) et une trentaine d'autres projets de texte sur l'étiquetage ont été déposés dans plusieurs états [3] (voir encadré ci-dessous).

En 2016, huit nouveaux états étasuniens pourraient rendre l'étiquetage obligatoire

Dans le Vermont, l'étiquetage des OGM deviendra obligatoire au 1er juillet 2016. Mais pour le Maine, la mise en œuvre est plus compliquée. Elle est en effet subordonnée à l'adoption d'une loi similaire par quatre autres états, dont un, limitrophe. L'obligation est donc mise entre parenthèse depuis juillet 2014. Afin d'accélérer le processus, une révision de la législation est actuellement en cours de discussion. Elle a pour objet le retrait de cette contrainte [4].
D'après les observateurs étasuniens, les discussions autour du dossier OGM, et de l'étiquetage en particulier, devraient gagner en importance en 2016 dans huit états [5] : Maine, New York, Rhode

Island, Floride, Alaska, Missouri, Massachusetts et New Jersey.
L'État de New York est particulièrement actif en la matière. Depuis 2011, 70 projets de textes ont été déposés balayant différents aspects des OGM (étiquetage des semences, interdiction de la vente de saumon GM...), sans que l'étiquetage n'ait réussi jusqu'à présent à s'imposer [6].

Dépenser des millions et multiplier les procès

Certaines entreprises de l'agro-alimentaire, peu enclines à cet étiquetage, ont investi d'énormes moyens financiers pour dénigrer ce type de réglementation à l'échelle fédérale et faire pencher les référendums sur ce sujet en faveur du non [7]. Lorsque le texte est malgré tout adopté, les entreprises ne s'avouent pas vaincues et se tournent alors vers les tribunaux. La loi du Vermont fait ainsi l'objet d'une poursuite judiciaire par plusieurs groupes d'entreprises [8] (voir encadré ci-dessous). Lors de l'injonction préliminaire [9], la juge du tribunal du district du Vermont a estimé que la loi du Vermont ne violait pas la Constitution et que l'état avait bien compétence pour légiférer sur un tel sujet. La loi n'a donc pas été suspendue. Les entreprises ont fait appel de cette décision [10].

Ces multinationales qui militent… contre la transparence en matière d'OGM !

Plusieurs groupes d'intérêt, représentant des entreprises de l'agro-industrie, suivent de très près les différents chantiers autour de l'étiquetage des OGM aux États-Unis. La Grocery Manufacturers Association, la Snack Foods Association, l'International Dairy Food Association et la National Association of Manufacturers sont toutes parties au procès contre le texte de loi du Vermont. Ces associations représentent des entreprises qui luttent contre la mise en place de règles contraignantes sur l'étiquetage des OGM. Parmi leurs membres, de grands noms du monde agro-industriel qui ne nous sont pas inconnus en Europe : Kellogs company, Pepsico, The Coca-Cola company, Nestlé, Procter & Gamble, Unilever, Heinz Company, Cargill, Kraft Foods… Des grands groupes agro-industriels que plusieurs ONG invitent à boycotter [11].

Pour les états, le risque de se voir intenter ce type de procès n'est pas anodin et peut se révéler particulièrement coûteux. Certains élus brandissent cet argument pour justifier de ne pas adopter de loi sur l'étiquetage. L'issue du procès concernant le texte du Vermont aura un intérêt au-delà de ses frontières. En fonction du verdict, le Vermont pourrait faire des émules... ou dissuader toutes velléités d'adopter un texte similaire.
Pour éviter la propagation des règlementations contraignantes localement, ces mêmes entreprises se sont également attaquées à l'échelle nationale. Une proposition de loi fédérale [12] ambitionne de régler la question pour l'ensemble du pays, en entérinant l'absence d'étiquetage des OGM dans les aliments, arguant de l'absence de différence entre un OGM et son homologue non génétiquement modifié.

Malgré tous les efforts de certaines entreprises agro-alimentaires, la prise de conscience de l'opinion publique sur la question des OGM est en train de bousculer les choses. Près de 90% des américains seraient ainsi favorables à ce que l'étiquetage des OGM soit rendu obligatoire [13].
Au-delà des sondages, les ventes des produits sans OGM montrent un vrai engouement des consommateurs. En 2014, les produits sans OGM ont généré un quart des ventes de produits alimentaires, un chiffre qui devrait encore augmenter dans les années à venir. Selon un rapport [14

] qui étudie les évolutions de ce marché, les ventes de produits sans OGM devraient connaître d'ici à 2019 une croissance de 65%, contre 13% pour les autres produits sur la même période.

Écouter l'opinion publique

Sentant le vent tourner, certains groupes industriels se décident à prêter une oreille plus attentive à l'opinion des consommateurs. C'est le cas de Campbell's, dont les soupes en boîte ont été rendues célèbres dans le monde par Andy Warhol [15]. L'entreprise a annoncé début janvier [16] sa volonté d'étiqueter l'ensemble de ses produits contenant des OGM, changeant ainsi radicalement de position sur le sujet. Campbell était en effet membre de la Grocery Manufacturers Association et avait participé financièrement à la campagne en faveur du non aux référendums sur l'étiquetage [17]. Les trois quarts de sa production (contenant des dérivés de maïs, soja, colza et betterave sucrière) pourraient être ainsi concernés par l'étiquetage [18]. Campbell est « *optimiste* » quant à la mise en place d'une réglementation imposant un étiquetage à l'échelle fédérale « *dans un délai raisonnable* ». L'entreprise annonce son intention de faire du lobbying en faveur d'un étiquetage obligatoire harmonisé à l'échelle du pays [19]. Même si l'étiquetage obligatoire des produits contenant des OGM ne devait pas voir le jour, Campbell compte malgré tout et volontairement mettre en place cet étiquetage pour l'ensemble de ses produits vendus sur le territoire étasunien, sur la base des recommandations des autorités américaines [20]. En revanche, certaines associations du Canada regrettent que cette entreprise n'ait pas prévu pour le moment d'étiqueter ses produits au-delà des frontières étasuniennes.
Ce changement radical de position de l'entreprise ne remet cependant pas en cause son opinion sur les OGM qu'elle considère comme étant sûrs et comme nécessaires pour assurer la sécurité alimentaire dans le monde. L'entreprise n'a d'ailleurs pas annoncé vouloir changer la recette de ses produits qui viendraient à être étiquetés. Elle entend néanmoins la majorité des consommateurs étasuniens qui souhaitent plus de transparence. Mais l'argument principal pour l'entreprise réside dans le coût généré par un « *patchwork juridique* » entre tous les états américains en ce qui concerne l'étiquetage. Campbell est la première entreprise américaine de cette importance à envisager de s'imposer à l'échelle nationale l'étiquetage de ses produits.
Autres parties prenantes de la question de l'étiquetage, les entreprises de la grande distribution. Certains distributeurs ne sont pas en reste et devancent l'évolution de la législation. Whole Food Market [21] qui possède plus de 300 magasins aux États-Unis et au Canada, travaille depuis 2013 à l'étiquetage des produits contenant des OGM, présents dans ses rayons. Un étiquetage qui devrait être opérationnel en 2018. La chaîne possède d'ores et déjà une large sélection de produits bio ou certifiés « sans OGM ». Les ventes de produits sans OGM dans cette enseigne, entre 2010 et 2014, ont progressé de 426%. Sur la même période, les ventes de ses produits bio connaissaient une augmentation de 77% [22].

Être « forcé » par l'opinion publique

Au-delà de l'étiquetage, de plus en plus d'entreprises proposent quelques produits sans OGM dans leur gamme, ou engagent la totalité de leur production dans cette voie.
La coalition GMO Inside [23] organise de nombreuses campagnes pour porter, notamment via les réseaux sociaux, les demandes de consommateurs pour une plus grande transparence sur les OGM dans l'alimentation. Plusieurs campagnes ont ainsi ciblé avec succès le géant américain du chocolat, l'entreprise Hershey. Depuis 2015, ce dernier propose quelques produits sans OGM, et l'offre doit encore s'étoffer aux fils des mois [24]. L'entreprise a en effet annoncé vouloir revenir à des ingrédients plus « *simples* » dans ses recettes [25]. Elle abandonnerait notamment le sucre de betteraves, dont une grande majorité sont génétiquement modifiées dans ce pays, pour le remplacer par du sucre de canne. L'industrie du sucre de betteraves s'inquiète des répercutions si cette décision était suivie [26].

Poussée par ses clients, l'entreprise General Mills a également modifié la recette de ses céréales, vendues sous la marque Cheerios [27], pour en retirer les ingrédients GM [28].
Toutes les campagnes engagées n'ont pas eu le même succès. Starbucks, la multinationale du café, continue ainsi de servir du lait issu de vaches nourries aux OGM, malgré une campagne initiée pour l'inciter au changement [29].

La communication des entreprises sur l'exclusion des OGM se retourne parfois contre elles. Chipotle Mexican Grill a décidé d'exclure les ingrédients GM de ses menus mais a été attaquée devant les tribunaux par une cliente mécontente. Cette dernière reproche à la chaîne de fast-food de ne pas faire, comme elle le prétend, des menus sans OGM puisque la viande servie continue de provenir d'animaux nourris aux OGM. La communication de l'entreprise portait en effet sur les OGM contenus directement dans ses produits et non sur les produits animaux [30]...

Le positionnement de grands groupes pour le sans OGM pourrait influencer de façon importante les cultures dans les champs américains. Pour faire face à la demande, l'importation de soja et de maïs non génétiquement modifiés est en constante augmentation depuis plusieurs années (27) (entre 2011 et 2014, les importations de soja issu de l'agriculture biologique ont par exemple augmenté de plus de 80%). Petit à petit, certains agriculteurs décident de produire du sans OGM, non sans difficulté (notamment du fait d'un manque cruel de semences de soja et de maïs de qualité non OGM). Et même si la production sans OGM bénéficie d'un prix de vente plus élevé, elle s'accompagne d'une nécessaire et coûteuse séparation des filières (28).

Vers un « sans OGM » officiel ?

Pour aider les entreprises dans leur mise en œuvre du sans OGM et les consommateurs à y voir plus clair, l'association Non GMO project [31] propose une certification privée qui garantit l'absence d'OGM à hauteur de 0,9%, y compris pour des produits comme la viande, le lait et les œufs [32]. Le label exige ainsi une séparation rigoureuse des filières, une traçabilité et des tests réguliers. Ce sont plus de 10 000 produits qui sont désormais disponibles avec ce label, qu'ils soient issus de l'agriculture biologique ou « seulement » sans OGM [33]. L'association redoute une harmonisation minimale à l'échelle nationale sur les questions de l'étiquetage qui desservirait les consommateurs et anéantirait son travail réalisé depuis plusieurs années. Car cette éventuelle harmonisation pourrait imposer un seuil d'étiquetage plus élevé et des contrôles moins rigoureux.

Dans l'attente d'une telle harmonisation, l'administration américaine a adopté des lignes directrices non contraignantes pour aider les entreprises dans leurs démarches d'étiquetage [34]. L'USDA (le ministère de l'Agriculture des États-Unis) propose également, pour le sans OGM, l'utilisation d'une certification que des entreprises utilisent par ailleurs pour garantir, par exemple, la non utilisation d'hormone ou d'antibiotique [35]. En mai 2015, Sunopta, spécialisée dans la transformation de produits bio et sans OGM, devient la première entreprise à recevoir la certification sans OGM de l'USDA [36].

Dans la bataille pour l'étiquetage des OGM, les entreprises ont un rôle important à jouer. Certaines s'engagent par choix vers une plus grande transparence, d'autres y sont poussées par les consommateurs. Ces derniers disposent d'un pouvoir considérable pour faire véritablement évoluer les entreprises… dans un sens ou dans un autre. Une évolution qui peut se répercuter jusque dans les champs. En tant qu'électeurs, sauront-ils aussi influencer leurs élus et futurs élus ? (voir encadré ci-dessous)

Démocrates et Républicains s'opposent aussi sur les OGM

La position des candidats à l'élection présidentielle des États-Unis semble assez unanime sur la question des OGM. Tous, selon un article de *Sciencemag* [37] sont en faveur des OGM. Mais tous ne s'accordent pas sur la question de l'étiquetage des produits qui en contiennent. Les deux candidats démocrates, Hilary Clinton et Bernie Sanders, sont en faveur d'un étiquetage obligatoire des OGM alors que l'ensemble des candidats républicains s'y opposent. Après les entreprises, les candidats seraient-ils aussi influencé par les sondages d'opinion sur la question ?

---

[1] Christophe NOISETTE, Eric MEUNIER, Pauline VERRIERE, « Etats-Unis et OGM : les problèmes s'accumulent », *Inf'OGM*, 5 mai 2011

[2] Vermont, Maine et Connecticut. http://www.infogm.org/spip.php?article5645

[3] Site du Center for food safety : http://salsa3.salsalabs.com/o/1881/p/salsa/web/common/public/content?content_item_KEY=13981

[4] http://www.pressherald.com/2016/01/17/maine-genetic-food-labeling-bill-again-a-point-of-debate/

[5] http://www.politico.com/tipsheets/morning-agriculture/2016/01/states-have-long-road-ahead-on-produce-safety-212354

[6] https://scout.sunlightfoundation.com/search/state_bills/genetically?state_bills[state]=NY

[7] Christophe NOISETTE, « Etats-Unis – 32 millions de dollars pour empêcher l'étiquetage des OGM en Californie », *Inf'OGM*, 28 septembre 2012

[8] http://www.agweb.com/blog/ag-in-the-courtroom/recapping-round-1-of-the-vermont-gmo-labeling-lawsuit/

[9] Il s'agit d'un action en justice pour suspendre l'effet d'un texte dans l'attente d'un jugement définitif

[10] Pour suivre cette affaire : http://ago.vermont.gov/hot-topics/ge-food-litigation.php

[11] http://www.theboycottlist.org/

[12] Il s'agit du « Safe and accurate food labeling act H.R. 1599 ». Pour en savoir plus : http://www.infogm.org/spip.php?article5836

[13] https://www.govtrack.us/congress/bills/114/hr1599

[14] 92% selon l'étude réalisée par l'institut de sondage Consumer Reports en 2014 : http://consumersunion.org/wp-content/uploads/2014/06/2014_GMO_survey_report.pdf et 89 % selon le sondage réalisé en novembre 2015 par The Mellman Group à la demande de plusieurs associations en faveur de l'étiquetage http://www.centerforfoodsafety.org/press-releases/4150/new-poll-nearly-nine-in-10-americans-want-labels-on-gmo-food

[15] Selon un rapport de Packaged Facts : http://www.fooddive.com/news/the-non-gmo-industry-is-growing-fast-where-does-it-go-from-here/404409/

[16] Idid.

[17] https://fr.wikipedia.org/wiki/Campbell's_Soup_Cans

[18] http://investor.campbellsoupcompany.com/phoenix.zhtml?c=88650&p=irol-newsArticle&ID=2127542

[19] http://www.inspirationgreen.com/vote-yes-on-37.html

[20] http://www.nytimes.com/2016/01/08/business/campbell-labels-will-disclose-gmo-ingredients.html

[21] Campbell n'est pas la seule dans cette démarche. 125 entreprises de l'alimentation se sont ainsi positionnées pour appeler au refus du vote de la Safe and accurate food labeling act. http://www.justlabelit.org/obamaletter/

[22] La FDA, l'administration en charge des OGM et des médicaments, a adopté ses recommandations en la matière en novembre 2015 : Pauline VERRIERE, « ÉTATS-UNIS - Comment (ne pas !) étiqueter les OGM... », *Inf'OGM*, 20 janvier 2016

[23] http://www.wholefoodsmarket.com/our-commitment-gmo-transparency

[24] https://www.aphis.usda.gov/stakeholders/downloads/2015/coexistence/Errol-Schweizer.pdf

[25] http://gmoinside.org/coalition/

[26] http://www.thehersheycompany.com/our-ingredients/what-we-believe/ingredient-information/ingredient-topics/biotech-and-gm-ingredients.aspx

[27] Céréales les plus vendues aux Etats-Unis : http://gmoinside.org/cheerios/

[28] http://www.cheerios.com/en/Articles/cheerios-and-gmos

[29] http://gmoinside.org/starbucks/

[30] http://www.reuters.com/article/us-chipotle-mexican-lawsuit-gmo-idUSKCN0R023M20150831

[31] http://www.nongmoproject.org/

[32] http://www.nongmoproject.org/learn-more/understanding-our-seal/

[33] http://www.nongmoproject.org/find-non-gmo/search-participating-products/

[34] Pauline VERRIERE, « ÉTATS-UNIS - Comment (ne pas !) étiqueter les OGM... », *Inf'OGM*, 20 janvier 2016

[35] https://www.ams.usda.gov/services/auditing/process-verified-programs

[36] http://investor.sunopta.com/releasedetail.cfm?ReleaseID=913622

[37] http://www.sciencemag.org/news/2016/02/science-campaign-trail-where-presidential-candidates-stand?utm_campaign=email-news-latest&et_rid=33537532&et_cid=251897

Adresse de cet article : https://infogm.org/article_journal/etats-unis-etiquetage-des-ogm-les-entreprises-a-la-croisee-des-chemins/