

À propos de 60 Millions de consommateurs

60 Millions de consommateurs et son site www.60millions-mag.com sont édités par l'Institut national de la consommation (INC), établissement public à caractère industriel et commercial, dont l'une des principales missions est de « regrouper, produire, analyser et diffuser des informations, études, enquêtes et essais » (article L. 822-2 du code de la consommation).

L'INC et 60 Millions de consommateurs informent les consommateurs, mais ne les défendent pas individuellement. Cette mission est celle des associations agréées, dont la liste figure en page 99.

Le centre d'essais comparatifs achète tous les produits de façon anonyme, comme tous les consommateurs. Les essais de produits répondent à des cahiers des charges complets, définis par les ingénieurs de l'INC, qui s'appuient sur la norme des essais comparatifs NF X 50-005. Ces essais ont pour but de comparer objectivement ces produits et, le cas échéant, de révéler les risques pour la santé ou la sécurité, mais pas de vérifier la conformité des produits aux normes en vigueur. Les essais comparatifs de services et les études juridiques et économiques sont menés avec la même rigueur et la même objectivité.

Il est interdit de reproduire les articles, même partiellement, sans l'autorisation de l'INC. Les informations publiées dans le magazine, en particulier les résultats des essais comparatifs et des études, ne peuvent faire l'objet d'aucune exploitation commerciale ou publicitaire.

60 Millions de consommateurs, le magazine réalisé pour vous et avec vous.

somme aire

Édito 3

SANTÉ

C d'actualité 6

Soins dentaires
Ça va coûter plus cher ! 8

Obésité
Des traitements prometteurs 10

Antibios contre la cystite
Plus simple en pharmacie ? 14

LES DESSOUS DU SUCCÈS

Produits à petits prix
Les nouveaux rois des rayons 18

Inflation masquée
Les petits prix trichent aussi 22

Décryptage des offres
Un panier pas si mal garni 24

Recettes, ingrédients, usines
Comment rogner sur les prix 28

Emballage
Une sobriété très calculée 32

Marques nationales
Cet obscur objet du désir 34

LES COULISSES DE LA FABRICATION

Les industriels utilisent de nombreux moyens pour rogner sur leurs coûts. Provenance des ingrédients, gammes réduites, emballages uniformes... tout est bon, y compris un nouveau concept : la shrinkflation, qui consiste à réduire la quantité sans diminuer le prix ! Mais toutes ces stratégies ont-elles un impact sur le goût et la qualité des aliments ? Nous avons enquêté. (p. 28)



BONNES AFFAIRES ET MAUVAIS PLANS

Jambons blancs
Pas chers mais pas sains 38

Petits prix versus marques nationales
Le match des produits bruts 42

Petit déjeuner
Le meilleur de nos essais 48

Choix alimentaire
Optimiser un budget serré 54

Lecture d'étiquettes
7 familles de produits décryptées 55

Pâtes brisées
Où est passé le beurre ? 56

Lasagnes
Recherche bœuf désespérément 58

Bâtonnets de poisson panés
On préfère le filet au poisson haché 60

Pâtes à tartiner
Les noisettes font la différence 62

Flans caramel
Du vrai caramel dans un seul dessert 64

Pains au chocolat
Bourrés d'additifs ! 66

Biscuits au chocolat au lait
Pourquoi payer plus ? 68

Dégustations
Des bonnes surprises 70

SAIN ET PAS CHER, C'EST POSSIBLE ?

Produits ultratransformés
Il ne faut pas en abuser 74

Additifs
Décodex-les 78

Goûter
Moment sacré mais trop sucré 80

Fruits et légumes
Faites baisser l'addition 84

Viande et poisson
La proximité, ça paie ! 90

Inflation
Rester bio malgré la crise 95

Les produits cités dans ce numéro sont indiqués à titre d'exemple. La totalité de l'offre commerciale des fabricants ne peut être représentée. Les prix, relevés sur Internet ou en magasin, peuvent fortement varier selon les points de vente. Tout crédit photo, sauf mention contraire : Getty Images, Adobestock, Shutterstock