



Mention de l'origine des viandes : Une mesure d'utilité publique !



DES FRANÇAIS INQUIETS ET DEMANDEURS D'INFORMATION

Le scandale de la viande de cheval dans les lasagnes Findus en février 2013 l'a bien démontré : les Français veulent savoir d'où provient la viande qu'ils achètent.

Les études l'attestant sont nombreuses :

- Etude de l'association de consommateurs CLCV (*Sondage réalisé en ligne par l'association CLCV auprès de 1040 internautes représentatifs, entre le 13 décembre et le 28 janvier 2013*)
 - 80% des consommateurs veulent savoir où est née, élevée et abattue la viande qu'ils achètent

- Etude du Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC) (*sondage réalisé auprès de plus de 4.000 personnes dans quatre pays de l'Union (France, Autriche, Pologne et Suède)*)
 - 70 % des personnes interrogées souhaitent connaître le pays d'origine des ingrédients des plats préparés
 - 90 % rejettent la proposition trop vague "UE" / "Non UE"

- Enquête IFOP présentée pour le SNIV-SNCP : « 90 % des Français orientent leur choix [d'achat de viande] en fonction de "la couleur, l'aspect de la viande", critère devant "la mention de l'origine France" (79 %). "Le prix le plus bas" n'intervient qu'en 3ème position (54 %).

Pourquoi donc attendre encore avant de répondre à ces attentes du consommateur ?

UNE REGLEMENTATION POUR L'ETIQUETAGE DE L'ORIGINE DE LA VIANDE INSUFFISANTE

Les obligations réglementaires :

Depuis 2002, la réglementation européenne impose de préciser « *le lieu de naissance, le lieu d'élevage et le lieu d'abattage des bovins* », faisant suite à la crise sanitaire de la vache folle.

Depuis 2010, l'origine géographique des fruits et légumes vendus au détail doit être affichée en caractères d'une taille égale à celle du prix.

La mention d'origine est également obligatoire pour les produits de la pêche, le miel et l'huile d'olive.

Une réglementation à renforcer :

Avec 34 kg par an et par habitant (source Inaporc), le porc est la première viande consommée en France. Malgré cela, l'indication de l'origine de la viande n'est pas obligatoire.

De même, la viande de volaille, 2^{ème} viande la plus consommée en France et dans le Monde après le porc, n'est pas soumise à l'obligation d'indication de son origine.

Par ailleurs, si la viande de bœuf fraîche doit obligatoirement être étiquetée, ce n'est pas le cas des viandes entrant dans la composition des produits transformés à base de viande, qui ont seulement l'obligation de mentionner le type de viande utilisée.

Or, à l'heure où les modes de consommation alimentaire privilégient le gain de temps et la praticité, les produits élaborés ont de plus en plus de succès auprès du consommateur français. Il est donc normal que le consommateur soit informé de ce qu'il mange dans ces plats.

Depuis 2010, les Jeunes Agriculteurs du Finistère, via notamment leur section porcine, se battent pour rendre obligatoire la mention de l'origine de la viande fraîche et dans les plats préparés.

Malheureusement, il aura fallu attendre le scandale des lasagnes de cheval pour que le Gouvernement Français commence à réagir : il a en effet demandé aux autorités européennes de mettre en place un étiquetage obligatoire de l'origine sur les ingrédients carnés.

Les parlementaires français ont par ailleurs ajouté au projet de Loi relatif à la consommation, un article rendant obligatoire cet étiquetage ... sous réserve que la Commission Européenne déclare cette disposition compatible avec le droit européen !

En décembre 2013, la Commission européenne propose un règlement pour l'étiquetage de l'origine sur la viande fraîche du pays d'élevage et d'abattage. Cette proposition ne satisfait pas les Jeunes Agriculteurs qui continuent de faire pression auprès de l'Etat, mais aussi des transformateurs (salaisonniers) et des grandes surfaces pour que soit indiquée l'origine de toutes les viandes.

En février 2014, le Parlement européen veut obliger la mention « né, élevé et abattu » de l'origine de toutes les viandes.

Mais depuis, statu-quo ! Ni le Parlement, ni la Commission européens, ni l'Etat français n'ont donné suite à ces projets.

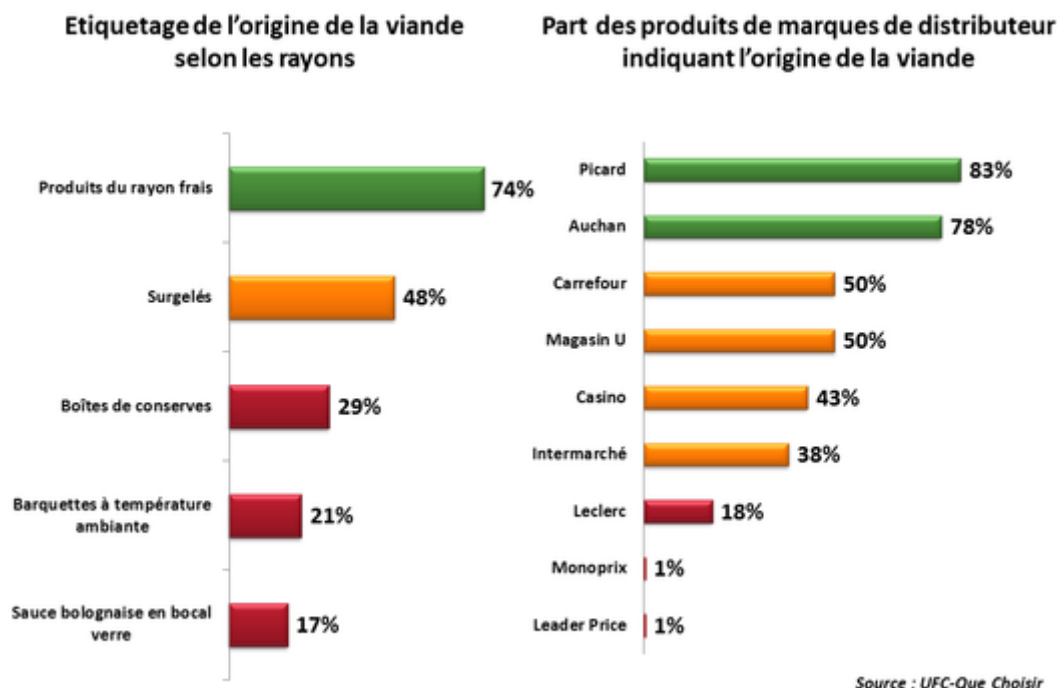
Nous sommes bien conscients de l'existence d'un marché libéralisé, mais nous estimons que le consommateur doit avoir accès en toute transparence aux informations sur les produits qu'il mange. Libre à lui ensuite d'agir de façon citoyenne dans son acte de consommation.

Pour Jeunes Agriculteurs, il est indispensable de rendre obligatoire la mention de l'origine de toutes les viandes.

ETIQUETAGE VOLONTAIRE, OU COMMENT TROMPER LE CONSOMMATEUR.

Produits à base de bœuf :

Une étude UFC6Que Choisir sur 91 produits de consommation courante à base de viande de bœuf révèle que seulement 38 % des produits étudiés portent la mention recherchée. Seul le rayon frais se distingue avec la présence de l'origine sur près de 3/4 des produits.



Produits à base de porc :

Suite à la signature de l'accord interprofessionnel pour l'étiquetage volontaire de l'origine des matières premières porcines entrant dans la composition des produits du porc (viande et charcuteries) en décembre 2010, INAPORC (interprofession porcine), a mis en place un dispositif de suivi du niveau d'application de cet accord et de son évolution.

Cet accord porte sur l'indication de l'origine géographique des matières premières quelle qu'elle soit (de type Le porc français, de type Origine France, ou de type « UE »).

En décembre 2014, **51,8 % des 6850 références respectent l'accord interprofessionnel volontaire**, en indiquant l'origine de la matière première quelle qu'elle soit (Le Porc Français, VPF, Origine France ou origine UE),

Ce résultat correspond à **une nette augmentation de l'étiquetage de l'origine (+5,1 % sur 6 mois)** et est à relier avec l'entrée en vigueur du Règlement INCO dès le 13 décembre 2014 et avec la demande de remplacement de l'ancien logo VPF « Viande de Porc Française » par le nouveau logo « Le Porc Français » à la même échéance.

Les produits concernés sont la viande fraîche et les produits de charcuterie vendus en libre-service. Cela regroupe les produits vendus en poids fixe et en poids variable, dans toutes les segmentations de marque : Marque De Distributeur (MDD), Marque Nationale (MN) ou Premier Prix (PP).

Type origine Type marque	Part des références qui indiquent :					Part des produits qui respectent l'accord interpro	Evolution du respect de l'accord
	Le Porc Français	VPF	OF	UE	aucune mention		
MDD	11,8 %	11,6 %	20,9 %	24,0 %	31,7 %	68,3 % (*)	+ 4,7 %
MN	6,0 %	6,7 %	16,1 %	9,1 %	62,2 %	37,8 % (*)	+ 4,8 %
PP	2,8 %	4,8 %	9,6 %	35,1 %	47,7 %	52,3 % (*)	+ 6,3 %
total	8,3 %	8,7 %	17,8 %	17,1 %	48,2 %	51,8 % (*)	+ 5,1 %

(*)Total part des références qui respectent l'accord = Le porc Français + VPF + OF+ UE

(Source : Inaporc)

Si l'on peut se féliciter des progrès observés entre juin et décembre 2014, nos demandes sont toujours aussi légitimes au vu des disparités entre les produits. L'étude n'est pas faite sur les produits transformés, mais il y a fort à parier que les résultats seraient bien décevants, d'où notre revendication d'un recours au réglementaire.

Haro sur les mentions trompeuses :

Drapeau français sur le produit, indications "Pur bœuf", "Transformé/fabriqués en France" ou "Viande contrôlée avec soin"... autant d'appréciations alléchantes qui ne font que tromper le consommateur et lui dissimuler l'opacité qui règne sur l'origine de la viande.

Face à l'échec des engagements d'étiquetage volontaire, Jeunes Agriculteurs enjoint l'Etat et la Commission européenne de mettre en place les mesures réglementaires qui s'imposent.

Le rôle des GMS :

Comme le montre le graphique ci-dessus de l'étude de l'UFC-Que Choisir, les enseignes de distribution ne sont pas toutes égales quant à la mention d'origine sur leurs produits de marque distributeur. Il en est de la responsabilité de chacune de faire évoluer positivement ces chiffres, pour devenir l'exemplarité en la matière.

De plus, 83 % de l'alimentation en France est achetée en grande surface. La grande distribution est ainsi un interlocuteur privilégié, voire incontournable pour les entreprises de l'industrie agroalimentaire.

La grande distribution a donc un rôle à jouer non seulement pour imposer l'étiquetage sur ses produits de marque distributeur, mais aussi pour faire pression auprès de ses fournisseurs et de l'Etat pour exiger la mention d'origine de la viande.

POURQUOI EXIGER LA TRANSPARENCE SUR L'ORIGINE DE LA VIANDE ?

Si la responsabilité d'offrir au consommateur la pleine transparence sur l'origine de ses produits, afin qu'il fasse ses choix de consommation en toute connaissance de cause, n'était pas suffisante, voici quelques arguments en faveur de la transparence :

1. L'aspect sanitaire

De nombreux produits vétérinaires sont interdits en France mais encore autorisés dans d'autres pays, même au sein de l'UE. S'ils sont interdits en France pour raison sanitaire, comment peut-on permettre que le consommateur en mange malgré lui dans les plats cuisinés ? C'est inadmissible !

Quid du bœuf américain ou du poulet brésilien nourris aux hormones ?

Les produits phytosanitaires non autorisés en France peuvent constituer une menace pour la santé des consommateurs car les aliments consommés pourraient comporter des résidus de ces produits interdits.

2. L'aspect environnemental

Le Parlement Européen vient d'autoriser la culture d'OGM au sein de l'UE, mais autorise les Etats à l'interdire individuellement. Mais si par exemple la Pologne autorise la culture d'OGM, et que c'est de la viande polonaise qui est utilisée pour fabriquer un plat préparé, le consommateur est en droit de savoir que la viande qu'il mange vient d'un pays où sont autorisés les OGM.

3. L'aspect éthique et social

Le bien-être des animaux préoccupe de plus en plus le consommateur. Or, les conditions d'élevage sont très disparates d'un Etat à l'autre, et ce même malgré l'existence de règlements communautaires. Et c'est sans parler des viandes d'origine non UE !

D'autre part, le consommateur est en droit de savoir d'où vient sa viande s'il souhaite soutenir un pays ou une région particulière.

4. Le surcoût, une fausse bonne excuse

L'étude de l'UFC-Que Choisir révèle que le surcoût engendré par la mention de l'origine de la viande dans les plats préparés est de 0.7% en moyenne.

Cette hausse ne représente par exemple pour des lasagnes, que + 1, 5 centimes d'euros, soit bien moins que la différence de prix entre enseigne qui peut être 20 fois supérieure !

Par déduction, le surcoût lié pour un produit frais n'en sera que moindre.

On est donc bien loin des inquiétudes des distributeurs et transformateurs à ce sujet. La majorité des consommateurs acceptera sans difficulté une hausse minime de son prix d'achat si elle est lui assure la pleine information sur l'origine des produits.

POUR ALLER PLUS LOIN : LA VIANDE D'ORIGINE FRANÇAISE

Pour les mêmes arguments que ci-dessus, on ne peut que réclamer de prioriser les produits français et afficher les logos liés « les viandes françaises », déclinées pour toutes les filières.

En effet, la France fait office de (trop ?) bon élève au sein de l'UE, via des réglementations sanitaires et environnementales plus strictes notamment.

Il est aussi de la responsabilité des distributeurs de privilégier les produits français, en cela qu'ils contribuent à maintenir l'emploi sur les territoires. En effet, une exploitation agricole bretonne moyenne génère 5 emplois directs, et nombre d'emplois indirects. Tous ces

emplois liés de près ou de loin à l'activité agricole sont un vivier de consommateurs avec un pouvoir d'achat.

Les résultats des relevés d'étiquetage de la mention de l'origine des viandes, notamment pour la viande de porc, révèlent certes que les marques de distributeurs sont celles qui affichent le plus l'origine des viandes, mais pour Jcela ne suffit pas, il faut aller plus loin en priorisant les produits d'origine française.

Jeunes Agriculteurs attend des distributeurs :

- Qu'ils ne proposent au consommateur que des produits carnés dont l'origine est affichée
- Qu'ils imposent à leurs fournisseurs (grandes marques) d'indiquer l'origine de la viande utilisée
- Qu'ils fassent pression auprès du législateur pour imposer la mention obligatoire de l'origine de la viande, fraîche ou préparée
- Qu'ils privilégient les produits français dans leurs rayons

Pour plus d'informations, rendez-vous sur le site dédié [Viande de nulle part](#) ou sur notre [page Facebook](#).

Contact presse

Célia Faure

cfaure@jeunes-agriculteurs.fr

01 42 65 86 16 / 06 68 66 15 83

A propos de Jeunes Agriculteurs :

Fondé en 1957, Jeunes Agriculteurs est le seul syndicat professionnel composé exclusivement de jeunes âgés de moins de 35 ans (50 000 adhérents répartis en structures de réflexion et de décision décentralisées). Animé par un esprit de solidarité et de convivialité, Jeunes Agriculteurs a pour objectifs de défendre les intérêts des jeunes agriculteurs et de favoriser l'accès au métier d'agriculteur pour assurer le renouvellement des générations en agriculture.