

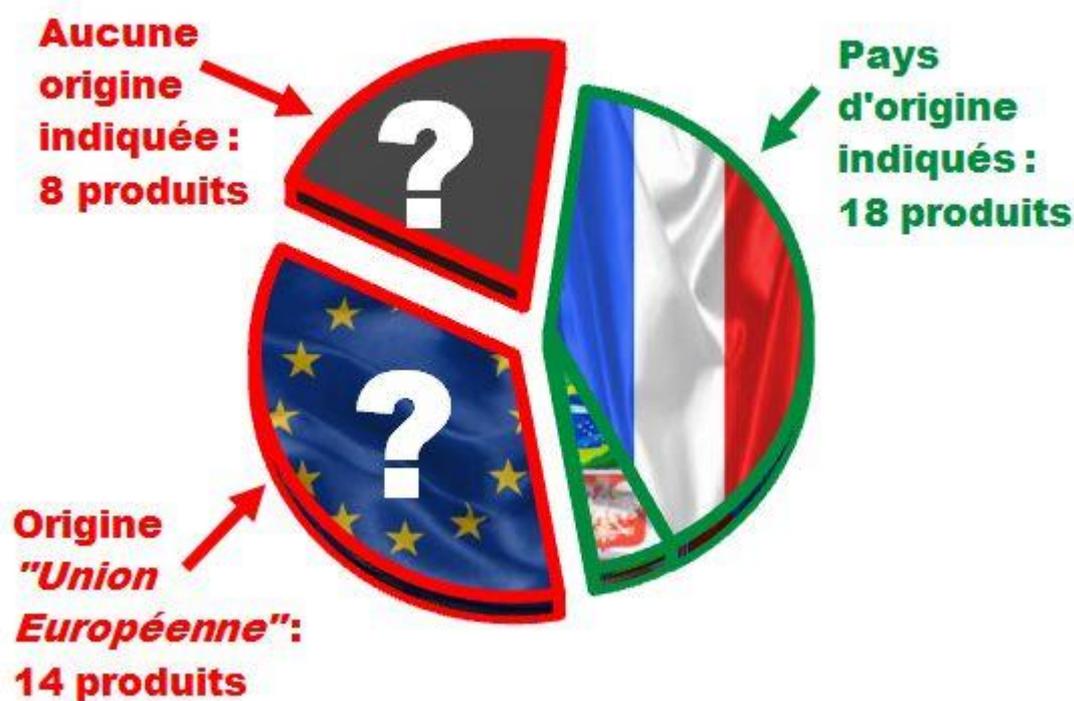
Nouvel étiquetage sur l'origine de la viande et du lait

L'opacité persiste pour plus d'un produit sur deux !

Publié le : 03/04/2017

Alors que les industriels ont depuis janvier 2017 l'obligation d'indiquer l'origine du lait et de la viande qu'ils mettent en œuvre dans la fabrication de leurs produits transformés, l'UFC-Que Choisir publie une enquête¹ montrant que dans plus d'un cas sur deux, l'industrie alimentaire s'obstine à maintenir l'opacité sur l'origine des ingrédients qu'elle utilise. Sur cette base, l'Association demande aux Pouvoirs Publics des contrôles et des sanctions pour les produits non-conformes, ainsi qu'un encadrement des mentions d'origine les plus vagues.

À la suite du scandale des lasagnes à la viande de cheval et répondant à la forte demande de transparence des consommateurs² et de l'UFC-Que Choisir, les autorités françaises ont rendu obligatoire par décret³ et pour une période expérimentale de deux ans, l'étiquetage de l'origine des ingrédients laitiers et carnés pour les produits fabriqués et commercialisés en France. Dans la suite de ses précédents travaux, l'UFC-Que Choisir a effectué un premier sondage concernant 40 produits à base de lait, de viande de porc, de poulet ou de bœuf. Les résultats montrent que la mise en œuvre par les industriels de la nouvelle obligation est, à ce jour, particulièrement décevante.



- **Un produit sur 5 sans la moindre origine des ingrédients !** Nous avons relevé 8 produits de notre échantillon ne portant aucune indication sur l'origine des ingrédients⁴, parmi lesquels on relève pourtant de grandes marques : *Bridélice, Daunat, Herta, Maître Coq, Monoprix, Président, Weight Watchers* ... Cette absence d'information est d'autant plus inadmissible que les fabricants disposaient d'un délai de mise en œuvre suffisamment long : les modalités détaillées d'étiquetage ont été définies en juillet dernier et une tolérance de trois mois après l'entrée en vigueur de la mesure a été accordée, soit jusqu'au 31 mars !
- **L'origine 'UE', une fausse transparence pour une grosse proportion des produits étiquetés !** Les Pouvoirs Publics ont réservé la possibilité d'indiquer une origine plus vague "Union Européenne" à des cas particuliers de forte variabilité des approvisionnements ou encore lorsque les pays de naissance d'élevage, de collecte ou d'abattage sont différents. Or les fabricants se sont engouffrés dans cette brèche légale pour près d'un produit étiqueté sur deux ! Cette mention 'paravent' est plus particulièrement relevée sur les produits 'Sodébo' (6 produits sur 7) et 'Herta' (sur ses 4 produits étiquetés), alors même qu'elle est massivement rejetée par 90 % des consommateurs⁵ !
- **L'origine 'France' montée en épingle :** preuve de l'importance du sujet pour les consommateurs, la moitié des produits dont les ingrédients sont originaires de France l'affichent comme un argument commercial en face avant. Plus discutable en revanche, certains fabricants comme 'Herta' pour ses saucisses 'Knacki', ses lardons ou son salami, tentent de masquer sous l'affichage de la fabrication en France, l'origine floue de leurs ingrédients carnés, étiquetés de manière bien moins visible "Origine UE".

Alors même que le scandale de la viande de cheval a montré à quel point l'opacité des approvisionnements encourage des pratiques dangereuses pour la traçabilité, nombre de professionnels n'en ont toujours pas tiré les leçons quatre ans plus tard et continuent à entretenir le flou sur l'origine de leurs ingrédients. Refusant que les consommateurs soient privés d'une information demandée par eux et requise par la réglementation, l'UFC-Que Choisir demande aux services de la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) :

- **de sanctionner les fabricants dont les produits ne seraient pas encore conformes à la nouvelle obligation,**
- **de réserver les mentions "Origine UE" et "Origine non UE" à un nombre restreint de cas dûment justifiés de très forte variabilité des approvisionnements.**

Notes

⁴40 produits alimentaires transformés de grandes marques ont été achetés le 1^{er} avril 2017 dans les principaux rayons proposant des aliments à base de lait (lait de consommation, yaourt, crème, beurre) ou comportant une proportion significative de viande de bœuf, de poulet ou de porc (charcuteries, plats tout préparés, salades composées, sandwich ...). Seuls des produits frais ont été relevés car leurs fortes rotations dans les rayons justifiées par leurs durées de vie très courtes, permet une modification des emballages rapides (à la différence des produits de longue conservation : conserves, lait UHT, produits congelés ...).

²Pour 71 % des consommateurs européens, l'origine d'un aliment est importante lors de l'achat de denrées (sondage Eurobaromètre spécial n° 389 – 2012) ; 70 % des consommateurs souhaitent connaître le pays d'origine des ingrédients dans les produits à base de viande (sondage BEUC 2013).

³Décret n° 2016-1137 du 19 août 2016 relatif à l'indication de l'origine du lait et du lait et des viandes utilisés en tant qu'ingrédient.

⁴Détail des produits : crème fraîche légère épaisse '*Bridélice*', sandwich jambon-emmental '*Daunat*', croque-monsieur jambon-fromage '*Herta*', découpes de poulet '*Wings party*' de '*Maitre Coq*', yaourt nature '*Monoprix*', plaquette de beurre doux gastronomique '*Président*', choucroute garnie '*Stoeffler*', linguine au jambon cru '*Weight Watchers*'.

⁵90 % des consommateurs rejettent la mention '*Origine UE*' ou '*Non UE*' et préfèrent la mention précise du pays d'origine. Sondage réalisé sur plus de 4.000 personnes en France, Autriche, Pologne et Suède - BEUC janvier 2013.