

Juin 2017



Dossier de Presse

Etude relative à l'étiquetage des
origines des viandes et du lait dans
les produits transformés



Evaluation réalisée conjointement par :

FAMILLES RURALES – Fédération du Doubs
Maison de la Famille – 12 Rue de la Famille
25000 BESANCON
03.81.88.76.84 – fd.doubs@famillesrurales.org

FDSEA du Doubs
190 bis rue de Belfort - BP 939
25021 BESANCON Cedex
03.81.65.52.65 – fdsea.doubs@wanadoo.fr

Réalisation :

Familles Rurales Fédération du Doubs, FDSEA du Doubs avec le soutien d'Anne
Legentil – Familles Rurales Fédération Nationale

Juin 2017

SOMMAIRE

Introduction.....	Page 4
Contexte.....	Page 4
Présentation de l'étude	Page 5 à 6
Méthodologie de l'enquête.....	Page 7 à 8
Résultats de l'enquête.....	Page 9 à 20
Conclusion.....	Page 21

Introduction :

Association de défense du consommateur depuis 1975 pour ses différentes actions, le Mouvement Familles Rurales porte une attention particulière à la défense des intérêts des familles mais également joue un rôle dans l'information, la prévention et l'éducation des familles. La consommation fait partie de chaque instant de nos vies, de l'air que nous respirons aux actes d'achats que nous effectuons. La vision de la consommation est large. Ainsi, Familles Rurales agit à la fois sur des questions d'environnement, de santé, d'alimentation, de droit, d'économie...

La FDSEA du Doubs (Fédération Départementale des Syndicats d'Exploitants Agricoles) est un syndicat agricole affilié au réseau FNSEA, et qui a fêté cette année ses 71 ans. Environ 1700 agriculteurs du Doubs y adhèrent, soit environ la moitié des paysans du département, ainsi que 1650 retraités agricoles. La première mission de cette association est de défendre les intérêts des paysans du Doubs, que ce soit en terme financier, juridique, administratif... Nécessairement, cette défense passe également par la valorisation des produits agricoles d'excellence de notre terroir, et par une meilleure information aux consommateurs.

Par la présente étude, Familles Rurales Fédération du Doubs et la FDSEA du Doubs s'investissent dans des questions sociétales qui sont parties intégrantes de la vie quotidienne. Les réseaux ont choisi de s'intéresser à l'étiquetage des origines des viandes et du lait dans les produits transformés. Ce dernier est devenu depuis le début d'année 2017, et suite aux révélations de l'affaire dite « chevalgate », un critère de choix premier pour le grand public.

Contexte :

En février 2016, a été publiée par Familles Rurales fédération nationale une enquête sur l'origine des viandes concluant à son importance pour le consommateur. Cette enquête et le contexte de défiance sur l'origine des viandes due à la dernière crise dite du Chevalgate a conduit les autorités à mettre en place une expérimentation sur l'étiquetage de l'origine des viandes dans les plats transformés et pour le lait et produits laitiers. Pour rappel, les produits bruts à base de viande sont déjà soumis à l'obligation d'étiquetage de l'origine. La durée de l'expérimentation se situe du 1er janvier 2017 jusqu'au 31 décembre 2018. Un délai de mise en place a été institué jusqu'à la fin mars 2017.

Voici les critères d'indications de l'étiquetage d'après le décret s'y référant :

- Les produits à base de viande doivent contenir plus de 8% de viande (gras, abats non compris) ;
- Les produits laitiers doivent contenir plus de 50% de lait ;
- Les desserts lactés (ex : Danette et autres crèmes desserts) ne sont pas classés dans les produits laitiers par le code des douanes.

PRESENTATION DE L'ENQUETE ET SA METHODOLOGIE

L'étude a été réalisée du 24 avril au 5 mai 2017 dans le Doubs, principalement sur six axes géographiques et cela au cœur de vingt surface de ventes, dont 12 de typer super et 8 de type hyper.

Nom de l'action : Etude sur l'étiquetage des origines des viandes et du lait dans les produits transformés.

Finalité : Garantir l'information des familles sur l'étiquetage des origines des viandes et du lait dans les produits transformés, suite à l'expérimentation.

Structure : Familles Rurales – Fédération Départementale Doubs avec le soutien de la Fédération Nationale et FDSEA du Doubs.

Objectif général :

- Vérifier la façon dont l'expérimentation est mise en place dans le département. Les produits sont-ils étiquetés et comment sont-ils étiquetés ? L'information du consommateur est-elle assurée ?

Objectif spécifique :

- Relever les prix des produits afin de donner une échelle de valeur par produit et inciter les consommateurs à comparer.

Déroulement de l'enquête : un groupe de bénévoles appelé « veilleur » a pu se rendre dans vingt surfaces de ventes chacune de type supermarché et/ou pour relever les étiquetages et les prix des produits préalablement choisis.

Le groupe de bénévoles a été destinataire d'une notice lui permettant d'appréhender au mieux, ces visites. Une réunion de préparation aux relevés a également été mise en place afin de prendre en compte chaque élément de la grille et pouvoir effectuer des exemples.

Cadres de l'action

Pilote : Familles Rurales – Fédération Départementale Doubs & FDSEA du Doubs ;
Soutien : Familles Rurales – Fédération Nationale.

Surfaces de ventes ciblées : Un échantillon représentatif de surfaces de ventes de type supermarché et/ou hypermarché, installées sur le département du Doubs a été ciblé. Soit un total de vingt surfaces de ventes réparties sur l'ensemble du département du Doubs.

Méthode et matériel :

L'enquête s'est intéressée aux étiquetages des origines des viandes dans les produits transformés et du lait dans les produits laitiers pratiqués dans les surfaces de ventes à partir de l'expérimentation. Elle a été menée sur une période de quinze jours, du 24 avril au 5 mai 2017.

Chaque bénévole s'est rendu dans une ou plusieurs surfaces de ventes différentes en relevant les étiquetages et prix d'après la grille de produits sélectionnés.

Analyse :

De manière à analyser le contenu des grilles, un fichier d'analyse de critères a été élaboré. Chaque critère a été étudié avant de tirer les conclusions et enseignements nécessaires.

Zones géographiques :

Six territoires géographiques ont été repérés, en référence à l'implantation des deux réseaux dans le Doubs, d'une part. Et d'autre part, d'après une stratégie géographique qui permet d'avoir une vision de ces six secteurs du département.

Zone d'étude



Produits relevés :

Voici la liste des 12 produits relevés :

- Lait en bouteille d'un litre, demi-écrémé UHT de marques nationales, distributeurs, premiers prix et pack promotionnel ;
- Cancoillotte nature en pot de 250 grammes, de marques nationales et distributeurs ;
- Emmental râpé en sachet de 250 grammes, de marques nationales et distributeurs ;
- Plaquette de beurre doux de 250 grammes, de marques nationales et distributeurs ;
- Lot de 8 yaourts natures non sucrés, de marques nationales et distributeurs ;
- Paquet de 10 steaks hachés à l'oignon 100% pur bœuf avec 15% de matières grasses, de marques nationales et distributeurs ;
- Boite de conserve d'un poids de 800 grammes de raviolis à la bolognaise, de marques nationales et distributeurs ;
- Cordons bleus de poulet en paquet de deux, de 200 grammes, de marques nationales et distributeurs ;
- Paquet de 200 grammes de nuggets de poulet de marques nationales et distributeurs ;
- Paquet de 4 tranches de jambon blanc classique sans couenne, de marques nationales, distributeurs et premiers prix,
- Deux barquettes de lardons fumés de 102 grammes chacune, de marques nationales et distributeurs ;
- Barquette prête à consommer de salade piémontaise au jambon, de 500 grammes, de marques nationales et distributeurs.

Pour l'ensemble de ces produits et de manière distincte, le veilleur a relevé différents critères qui sont les suivants :

- Son nom ;
- Son prix à l'unité et au kilo ou au litre ;
- L'origine de ou des espèce(s) contenue(s) dans le produit ;
- Le numéro d'agrément ou le numéro de lot ;
- Le lieu de fabrication ;
- Le pourcentage de viande et ou de lait ;
- La présence de logo(s).

Chaque veilleur a donc dû renseigner l'ensemble de ces données par produit soit 27 produits différents selon le type de marque. Au total ce sont 540 produits confondus relevés selon chaque critère ci-dessus, par l'ensemble des veilleurs. (27 produits différents selon le type de marque multiplié par le nombre de veilleurs qui est de 20).

PRESENTATION DES RESULTATS

Plusieurs critères d'évaluation ont été attribués à cette enquête et seront déclinés ci-dessous, de manière détaillée :

1. L'accès à l'information du consommateur ;

Grâce à la mise en place de cette expérimentation, le consommateur est en droit d'attendre un accès **facile** à une information **fiable**.

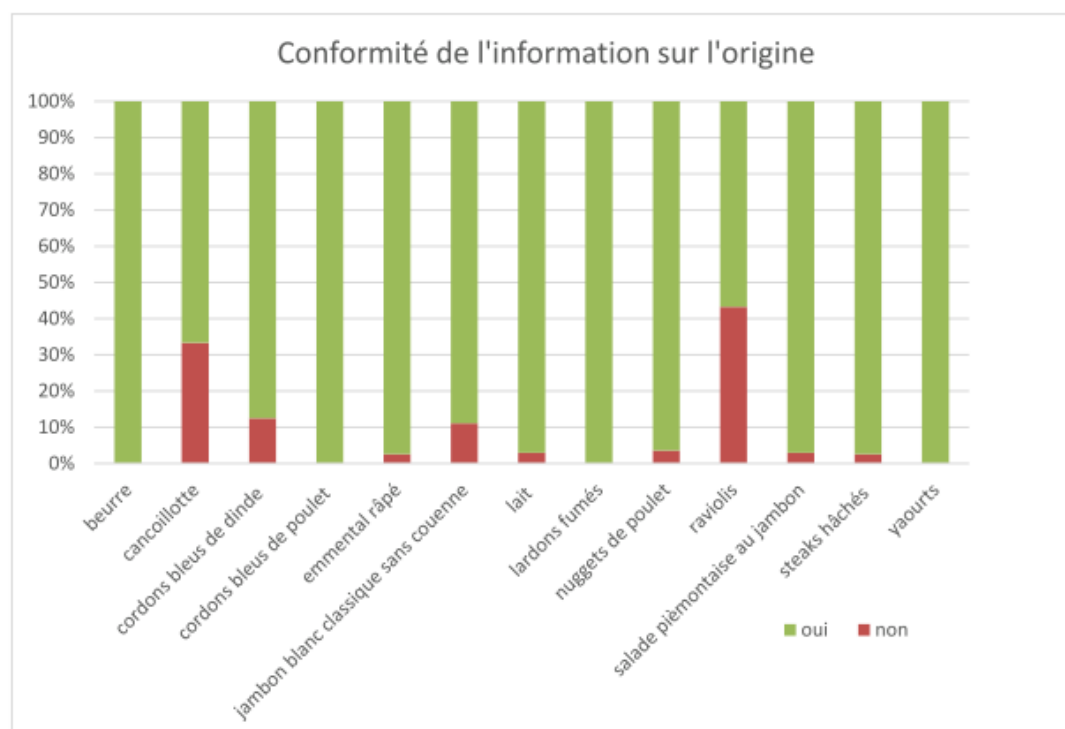
Cependant il est identifié suite à cette enquête, qu'il a été complexe d'accéder aux informations liés à l'étiquetage.

En effet, plusieurs veilleurs ont rencontré des difficultés liés à la recherche de mentions sur l'emballage (endroit, caractères, police). Pour d'autres, les mentions ne figuraient pas sur l'emballage et sont donc impossibles à relever. (Voir graphiques, pages suivantes).

Au regard de cette expérience et fort du vécu des veilleurs qui représentent les familles qu'elles que soient leurs compositions, leurs situations, nous pouvons aujourd'hui, confirmer que l'accès à l'information du consommateur reste difficile.

2. Le respect de l'expérimentation

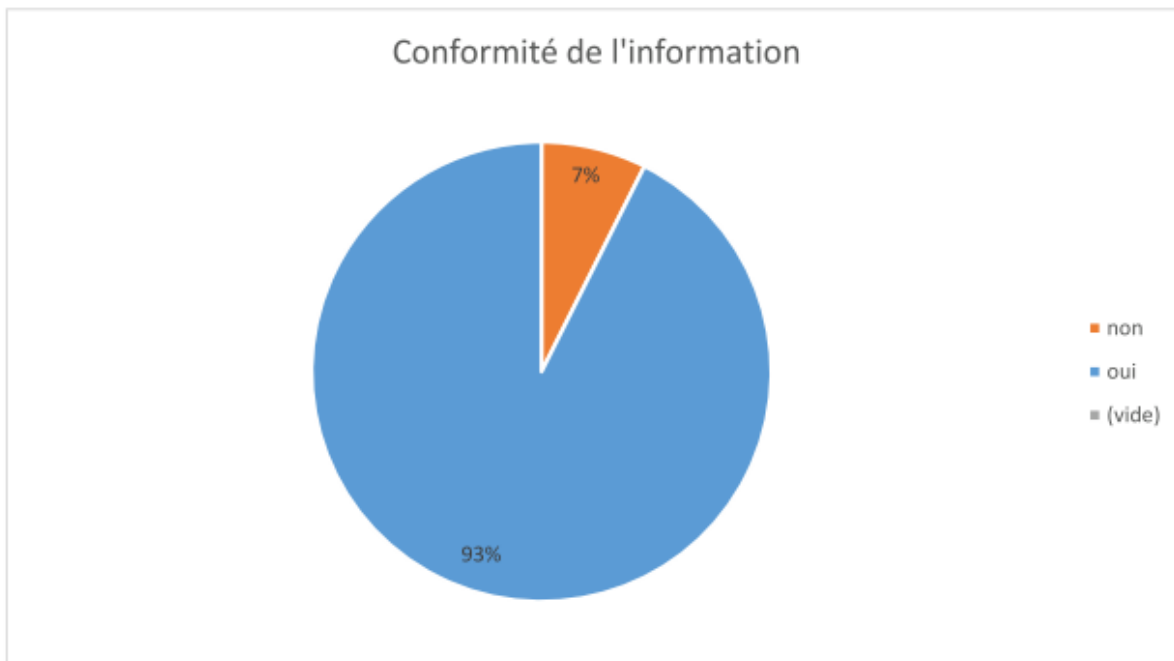
a. La conformité des produits



La mise en conformité du produit se traduit selon le décret par les éléments suivants :

- Produits laitiers : la présence de la mention « collecté et conditionné » + pays doit apparaître sur l'emballage. Elle peut être remplacée par la mention « origine » + pays ou éventuellement un logo de type lait de France ou 100% Français ;
- Viandes et produits transformés : la présence de la mention, « né, élevé et abattu » suivi du pays (NEA) doit apparaître sur l'emballage. Elle peut être remplacée par l'indication « origine » ajoutée du pays. La présence d'un logo de type Viande de Porc Français ou Viandes de Volailles de France ou encore Viande bovine Française.

Il est constaté suite à cette étude, que la majeure partie des produits apparaît conforme à la réglementation soit 93%. Cependant, neuf produits ne remplissent pas systématiquement les conditions de conformité soit par l'absence d'indications sur l'emballage ou par le fait que le veilleur n'a pas trouvé l'information sur l'emballage. Ces produits sont issus des marques 1^{er} prix, distributeurs et nationales.



Les 7% de produits relevant un taux de non-conformité sont essentiellement la cancoillotte et les raviolis en conserve.

En effet, la cancoillotte pour certaines marques n'accède pas à la conformité en raison de l'absence sur l'emballage d'un étiquetage demandé par l'expérimentation. Par exemple, une cancoillotte relevée à plusieurs endroits, ne comporte ni son origine, ni un logo précisant son origine.

Pour autant, ces emballages peuvent comporter une mention telle que « c'est d'ici » ajoutée d'une carte de la Franche-Comté pouvant influencer le consommateur alors qu'une mention de taille inférieure précise que les produits ne viennent pas tous du département du Doubs. D'autres ne verront apparaître que le lieu de fabrication et de conditionnement se trouvant en Franche-Comté mais aucune mention ne laisse apparaître, l'origine des ingrédients.

Concernant les raviolis mal-étiquetés, et quel que soit le type de marque, la conformité des produits n'a pu être attribuée en raison de l'absence de mention concernant l'origine des produits. S'ajoute également une situation rencontrée à plusieurs reprises traduisant la conformité de la première espèce telle que le bœuf pour ce type de recette mais une absence d'indications concernant la seconde espèce qui est représentée par la viande porcine.

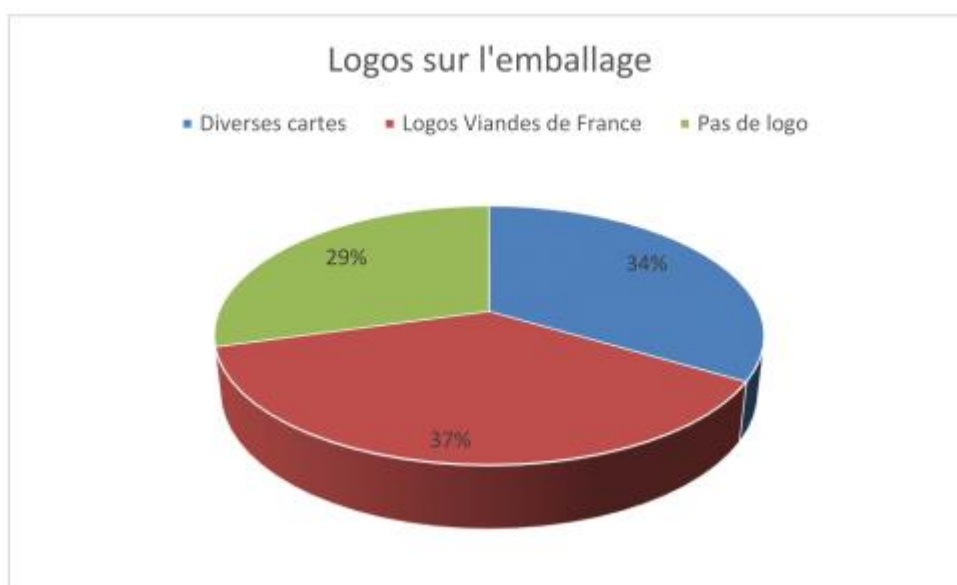
Les autres produits concernés par une non-conformité à un taux inférieur se caractérisent par l'absence d'origine sur l'emballage ou la présence de mentions ne répondant pas aux exigences de l'expérimentation (lait de la région Loire, par exemple).

Il est important d'indiquer que les produits conformes tels que les cordons bleus de poulet se sont vus attribuer une conformité en raison de la présence de viandes de types de volailles au sein de la recette (poulet et dinde) représenté par le même logo d'origine, même si une des deux est minoritaire par rapport à l'autre.

b. Les logos et mentions

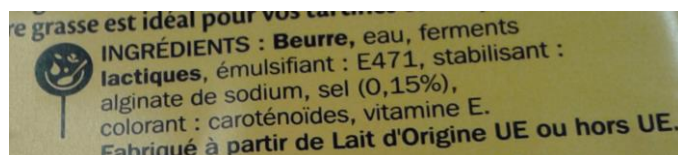
1. Les logos

Les logos représentent un véritable outil de fiabilité pour le consommateur. Ils sont un gage de transparence et permettent au consommateur de faire un choix éclairé. Au cœur de cette étude, il a été constaté pour la majeure partie, la présence des logos des viandes françaises. S'ajoute également, le phénomène des cartes (département, région, pays) qui n'engagent pas forcément la fiabilité du produit comme expliqué dans l'exemple de la cancoillotte.



Dans l'étude réalisée, il a été constaté aussi et à un taux non des moindres, l'absence de logos. Cette absence de logos peut se traduire pour le consommateur, par une absence de clarté. Lorsque l'origine est indiquée, le logo est souvent positionné en face avant du produit. En absence de logo, l'origine peut être hors UE.

Exemples de produits sans logos :



2. Les mentions

L'étude a permis aussi de mettre en évidence, la multitude de logos, mais aussi les cartes ou mentions pouvant influencer le consommateur.

Par exemple, un produit tel que le jambon peut comporter la mention « la marque s'engage, traçabilité garantie » alors que l'origine de la viande n'est pas clairement définie puisque cela peut être indiqué tel que France et/ou Espagne-Portugal. S'ajoute aussi les mentions telles que « contrôlé par un organisme indépendant » mais dont le nom n'est pas précisé. Ou encore la mention « qualité contrôlée » mais dont on n'en sait pas davantage, comme la mention « soigneusement sélectionné »

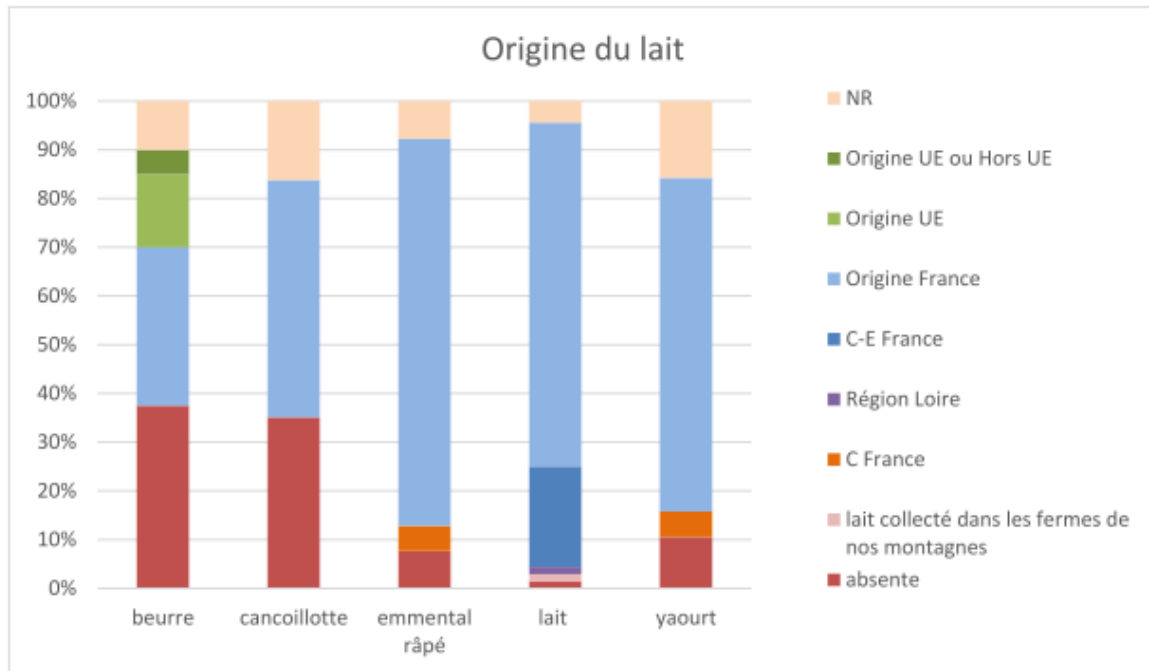
Cela s'applique pour certains laits également comportant la mention « issus d'exploitations de nos régions de collectes » mais qui ne précise pas le pays de la région de collecte.



3. L'origine des produits

a. Les produits laitiers

Pour les différents produits laitiers énoncés, il est constaté différentes mentions d'origines dont le détail apparait ci-dessous :



C France = Collecté en France / CE France = Collecté et Conditionné en France / NR = non renseigné

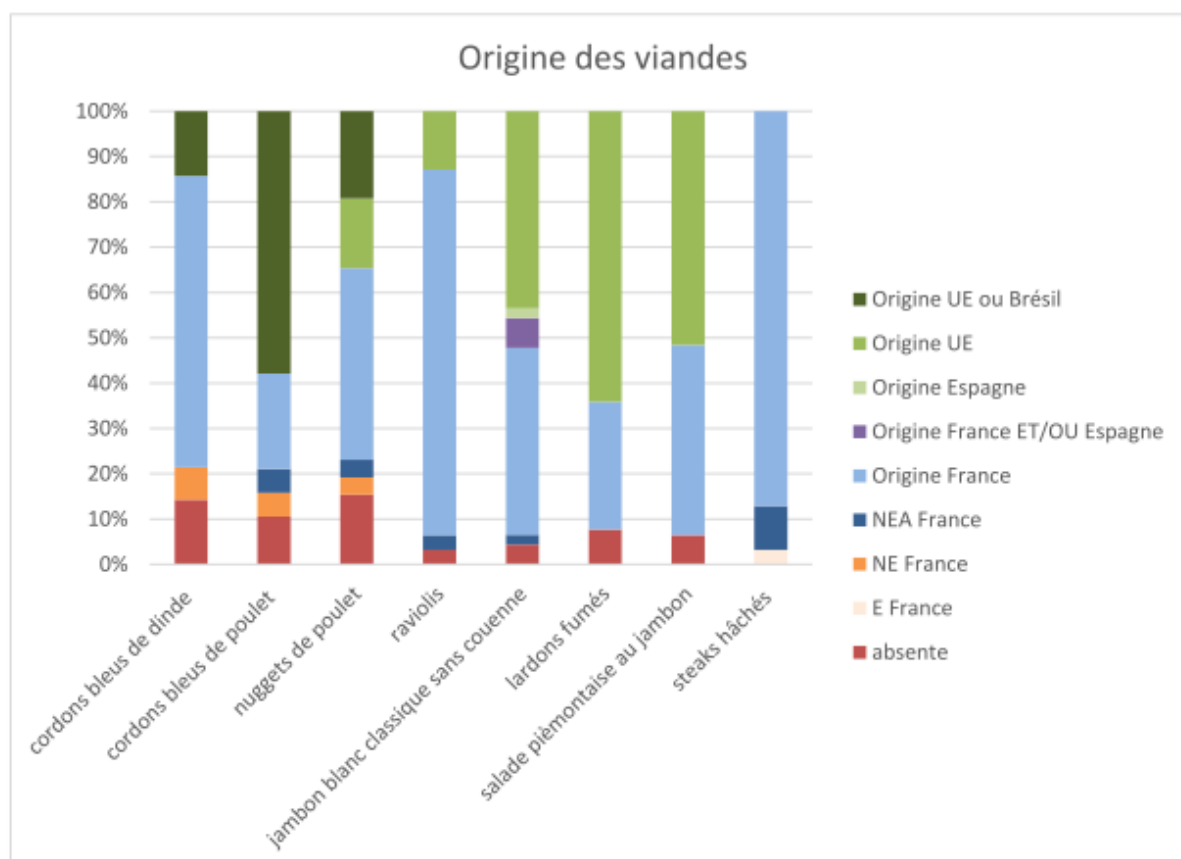
Il est constaté que les taux les plus importants sont consacrés à l'origine France notamment pour le lait, l'emmental râpé et le yaourt.

Cependant, il est démontré que tous les produits ne viennent pas de France notamment pour le beurre avec une origine UE voir hors UE.

Là encore, il apparait un détail plus fin sur les absences d'origines conséquent pour les produits tels que la cancoillotte notamment et le beurre.

b. Les viandes et produits transformés

Il apparait ci-dessous, les différentes mentions d'origines des viandes relevées sur les produits transformés contenant de la viande :



N = né / E= élevé / A= abattu

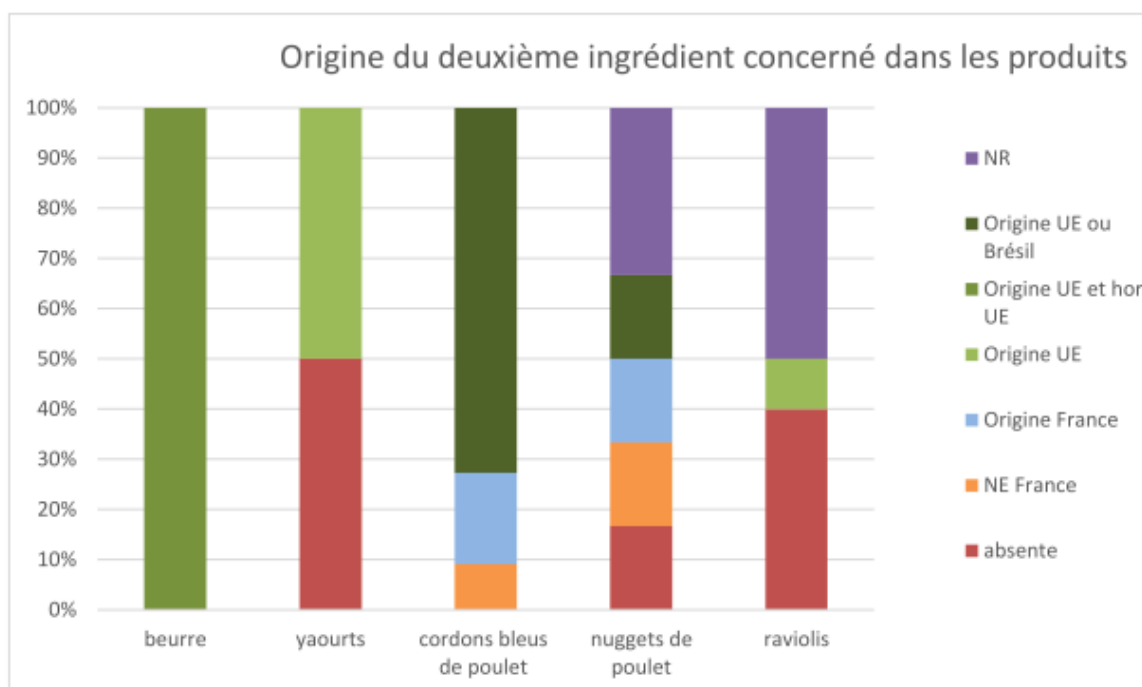
D'après les données ci-dessus, il apparait de manière générale que les produits relevés ont une origine française.

Toutefois il est à noter que très peu contiennent la mention « né, élevé et abattu en France ».

Egalement, il est constaté, une part importante d'origines UE ou hors UE voir Brésil dans certains produits proposés.

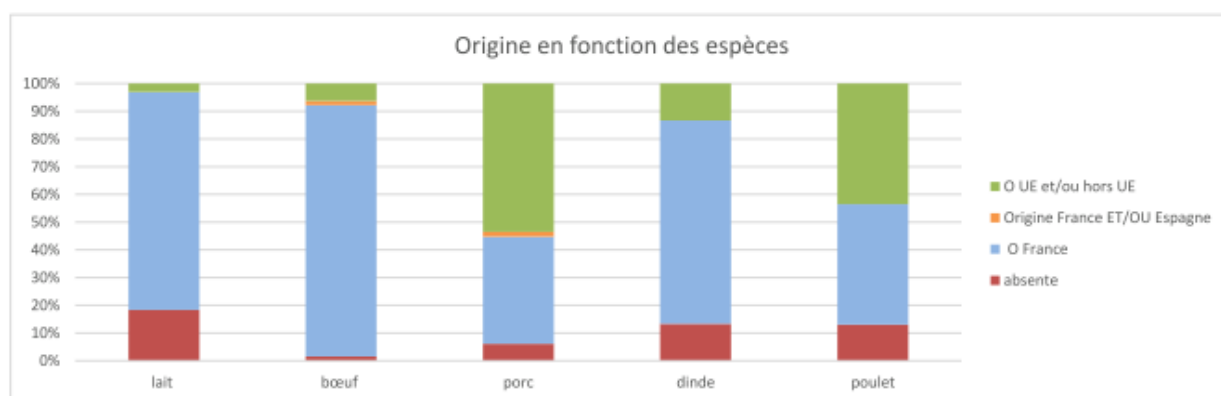
Dans ces différents produits, plusieurs d'entre eux contiennent deux espèces de viandes. Comme le veut l'expérimentation, toutes espèces contenues dans un produit doit faire l'objet d'une indication sur l'origine selon les modalités précisées, au cœur de ce dossier.

Il apparait donc ci-dessous, un détail des origines des viandes et produits transformés dites de seconde espèce ainsi que pour le beurre (matières grasses) et le yaourt (protéines de lait), dans la catégorie, produits laitiers :



Dans cette analyse, il est clairement identifié que la seconde espèce a été non trouvée par le veilleur voir absente. Dans le cas où l'origine a été trouvée ou annotée, elle est en majeure partie d'origine étrangère et très peu d'origine Française.

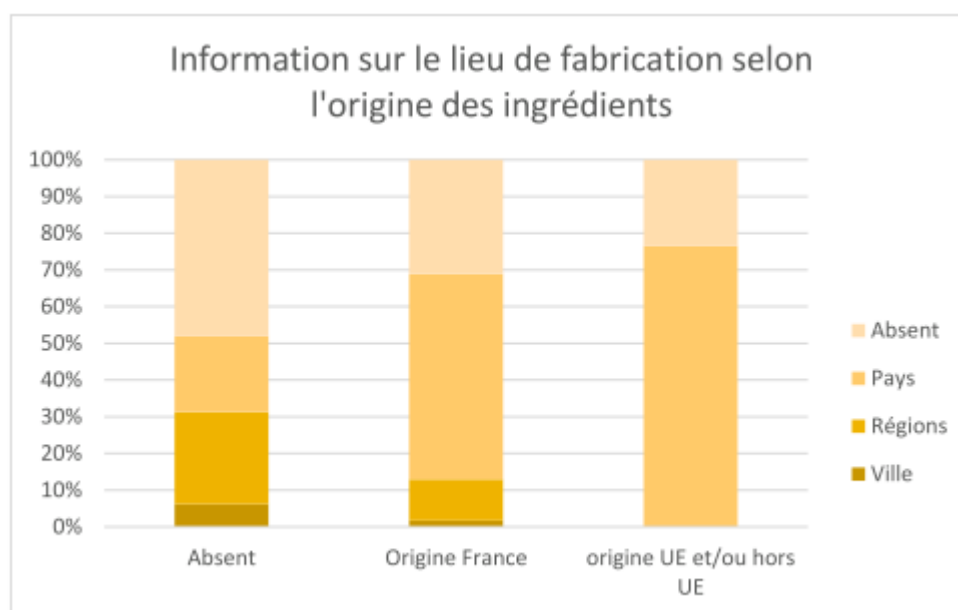
c. Détails en fonction de l'origine par espèce



L'étude est composée de quatre grandes espèces annotées ci-dessus. On constate une origine France majoritaire sauf pour le porc et le poulet où l'origine UE et/ou hors UE est également fortement présente.

d. Information sur le lieu de fabrication selon l'origine des ingrédients

Globalement, cette analyse relate que le consommateur peut être induit en erreur puisque les produits sont par exemple, fabriqués en France mais l'origine de leurs ingrédients n'est pas systématiquement Française.



4. Le relevé des prix

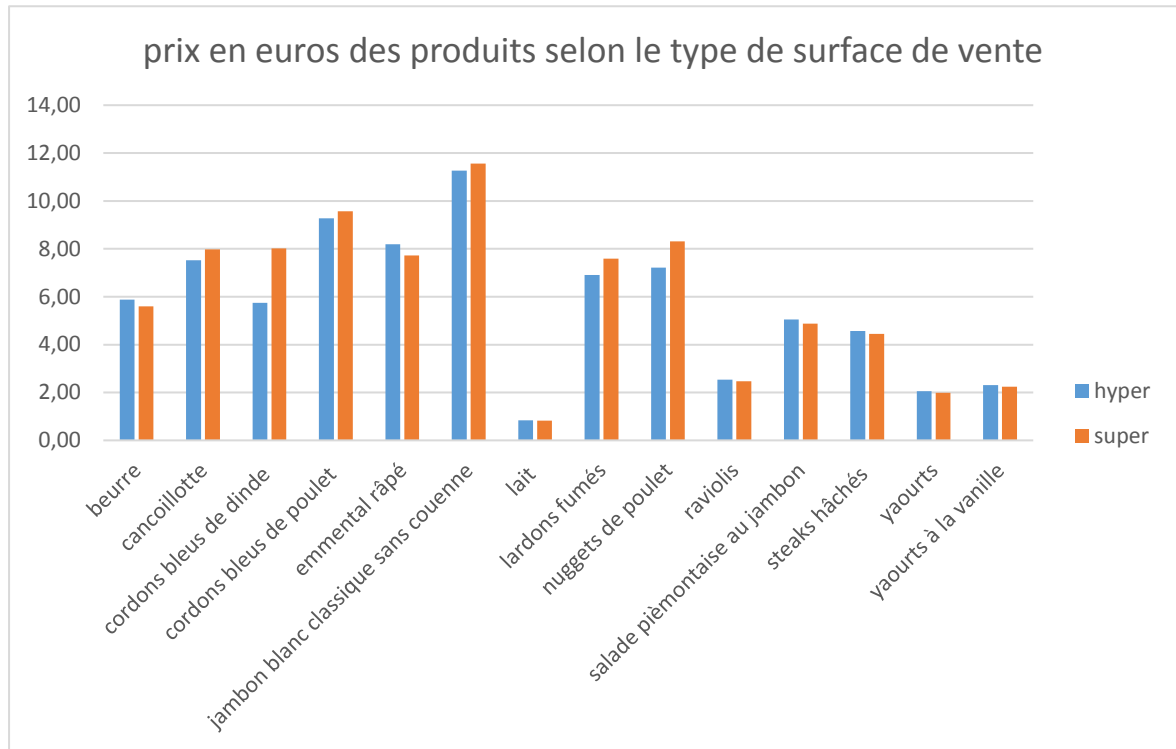
Un des objectifs de cette enquête était aussi de relever les prix des produits afin de donner une échelle de valeur par produit et inciter les consommateurs à comparer.

Il est constaté selon le relevé par marque que la marque nationale se situe toujours à des prix supérieurs à la marque distributeur. Quant à elle, elle se situe pour l'ensemble des produits testés à des prix supérieurs à la marque 1^{er} prix. A noter que la marque 1^{er} prix n'est représentée que sur deux produits alors que les deux autres marques sont représentées de manière équitable.

	1er prix	Marque Nationale	MDD	Moyenne
beurre		6,03	5,37	5,72
cancoillotte		8,38	7,00	7,82
cordons bleus de dinde		8,31	7,26	7,59
cordons bleus de poulet		10,26	7,69	9,40
emmental râpé		9,32	6,66	7,92
jambon blanc classique sans couenne	7,39	15,34	11,79	11,44
lait	0,71	0,94	0,85	0,85
lardons fumés		7,79	6,85	7,32
nuggets de dinde			6,20	6,20
nuggets de poulet		8,62	7,29	7,93
raviolis		3,35	1,70	2,50
raviolis à l'emmental		3,85		3,85
raviolis bolo/champignons		3,74		3,74
raviolis recette aux champignons		3,74		3,74
salade piémontaise au jambon		6,27	3,99	4,95
salade piémontaise au jambon/tomates fraîches		5,54		5,54
salade piémontaise au poulet		8,26		8,26
steaks hachés		4,76	4,21	4,49
yaourts		2,34	1,74	2,01
yaourts à la vanille		2,28		2,28
Moyenne	4,72	6,78	5,30	5,96

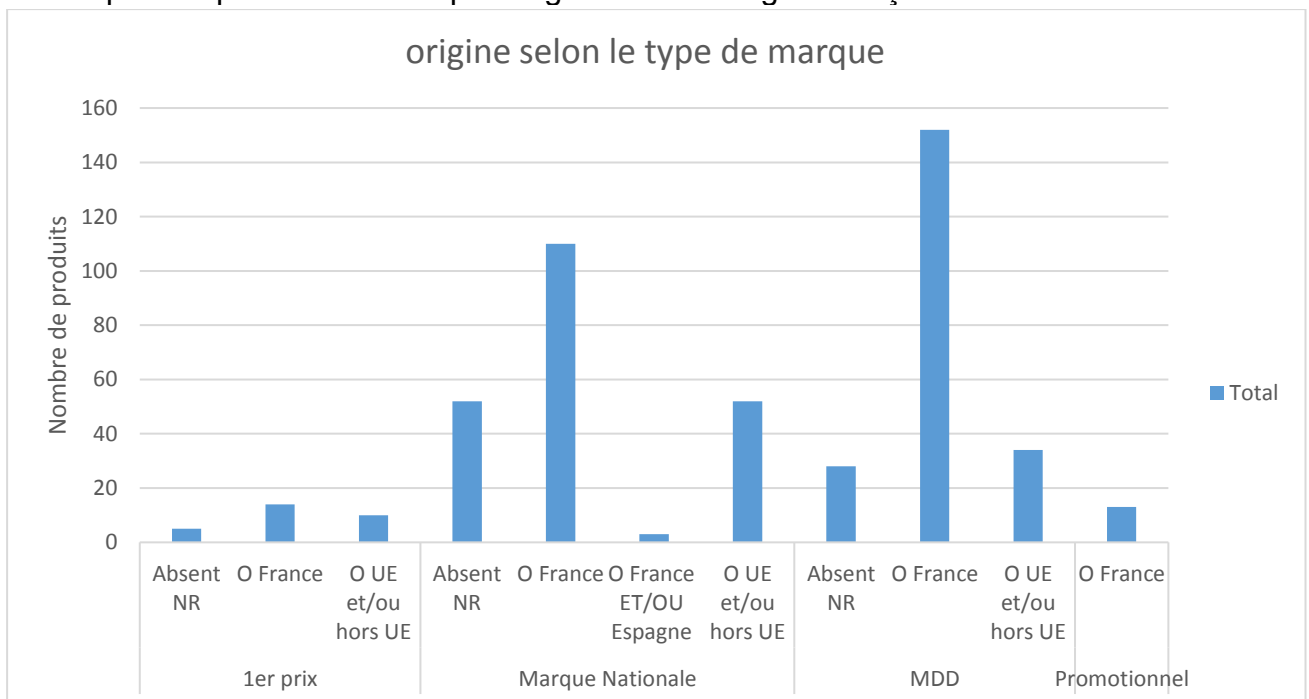
Les prix sont exprimés en euros

Au-delà du relevé de prix par marque, il est important de comparer les prix par types d'enseignes (super ou hyper) afin de permettre au consommateur de comparer l'ensemble des critères d'achat.



La tendance indiquée par l'observatoire des prix national se confirme pour les produits de cette étude où globalement les prix dans les hypermarchés sont les moins chers. L'écart de prix n'est cependant pas marquant d'où la nécessité de comparer les prix.

Concernant la répartition des origines par type de marque, il apparaît de manière générale que les marques distributeurs favorisent une origine Française plus significative que pour les marques nationales, pour les produits relevés. L'origine UE est ensuite la plus représentée et ce pour les marques distributeurs et nationales. Les marques 1^{er} prix offrent une quasi-égalité entre l'origine française et UE.



En conclusion, la FDSEA 25 et Familles Rurales Fédération du Doubs soulignent de manière positive :

- L'intérêt de cette expérimentation permet une transparence pour le consommateur et donc peut effectuer un choix éclairé en présence de produits d'origines étrangères ;
- La conformité de la majeure partie des produits ;
- La représentation majeure de l'origine France pour la plupart des produits laitiers ;
- La représentation majeure de l'origine France pour la plupart des produits dits de viandes et transformés ;
- La possibilité de comparaison entre les types d'enseignes et les types de marques ;
- La volonté des marques distributeurs à développer davantage de produits d'origine France tout en étant plus attractifs en termes de coûts ;

Mais les deux acteurs ruraux regrettent :

- L'accès à l'information du consommateur reste difficile en terme d'étiquetage ;
- La non-conformité de plusieurs produits ne remplissant pas les modalités de l'expérimentation avec notamment l'absence d'origine pour la seconde espèce de viandes ou encore l'indication de mentions trompeuses sur l'origine des produits (cancoillotte) et également l'absence en l'état d'indications sur l'origine ;
- L'innombrable présence de logos, cartes et mentions pouvant amener le consommateur à ne pas effectuer un choix éclairé, spécialement pour les produits laitiers ;

La FDSEA du Doubs et Familles Rurales Fédération du Doubs souhaitent que l'expérimentation aboutisse à la généralisation et à l'obligation pour les fabricants, d'indiquer clairement l'origine de la viande et du lait entrant dans la composition des produits transformés.

La Fédération Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles en chiffres :

320 000	adhérents
20 000	syndicats locaux
116	fédérations régionales et départementales
20 000	salariés
94	fédérations départementales et régionales

Familles Rurales en chiffres :

170 000	familles adhérentes vivant dans 10 000 communes
2 200	associations locales
40 000	bénévoles
20 000	salariés
94	fédérations départementales et régionales

100	Relais Familles
145	permanences d'information et de défense des consommateurs
2 100	accueils de loisirs
400	lieux d'accueil de la petite enfance
500	groupes de jeunes
5000	stagiaires BAFA/BAFD
1 800	associations proposant des activités culturelles, récréatives et sportives
3 500 000	heures de services à domicile