



Information sur l'origine des produits alimentaires

Sondage internet de la CLCV

(05 Février 2013)

Les consommateurs sont mal informés sur l'origine des produits alimentaires

Aujourd'hui, l'information des consommateurs sur l'origine des produits alimentaires est déficiente.

En effet, cette information n'est obligatoire que pour certaines catégories de produits : les fruits et légumes, la viande bovine, le poisson lorsqu'il n'est pas conditionné ou préparé, le vin, l'huile d'olive, la volaille lorsqu'elle ne vient pas de l'Union européenne, le miel et les œufs.

Pour les autres produits, les labels officiels comme l'AOP et l'IGP² peuvent bien sûr fournir une information mais les produits ainsi labellisés sont beaucoup plus chers et pas toujours disponibles. De plus, dans le cas de l'IGP, l'origine peut être déterminée par le seul lieu d'élaboration du produit et se trouver ainsi en décalage avec la provenance des matières premières.

Pour la majorité des produits alimentaires, l'information sur l'origine est soit absente, soit très incomplète. Les professionnels peuvent aussi suggérer une origine à travers la publicité ou les marques mais cette information n'est pas toujours fiable et peut induire les consommateurs en erreur.

Comment les publicités et les marques entretiennent la confusion

Findus met en avant le fait que ses produits Croustibat sont fabriqués à Boulogne-sur-Mer mais l'origine du poisson est plus lointaine : Pacifique ou Alaska suivant les espèces.



Il n'y a pas ici de tromperie manifeste, mais on voit bien que l'origine des matières premières et le lieu d'élaboration du produit sont deux choses très différentes. Par ailleurs, dans le cas de produits

² AOP : appellation d'origine protégée et IGP : Indication géographique protégée. Il s'agit de deux labels officiels définis au niveau communautaire et apportant une information certifiée sur l'origine du produit.

intégrant plusieurs ingrédients, ceux-ci peuvent avoir des origines variables en fonction de l'évolution des prix des matières premières. Cette complexité suppose de définir des règles pour fournir aux consommateurs une information claire et harmonisée.

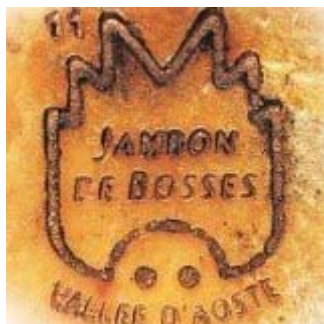
Pour l'instant de telles règles n'existent pas et ce flou permet aux marques de suggérer une origine qui ne correspond pas forcément à la provenance réelle du produit.

C'est le cas par exemple de la marque « France Champignons » qui commercialise des pleurotes venant d'Espagne ou de la marque « Jardins du Midi » qui vend des oignons venant d'Australie !



Un autre exemple est celui de la marque de jambon « Aoste » produit industriel fabriqué en Isère. La marque joue sur la confusion avec le « jambon d'Aoste », un jambon cru de montagne produit dans la vallée d'Aoste en Italie et bénéficiant d'une appellation d'origine protégée.

« Aoste » est en revanche une simple marque déposée et aucun label officiel (AOP ou IGP) ne réglemente sa production.



**Estampille d'un jambon de la vallée d'Aoste,
produit sous AOP**



Jambon de la marque Aoste

Les consommateurs recherchent l'information... mais se trompent !

En l'absence de mention claire sur l'origine des produits alimentaires, certains consommateurs cherchent à s'informer par d'autres voies.

Lorsqu'une crise sanitaire éclate quelque part sur la planète, cette attention que les consommateurs portent à l'origine des produits prend de l'importance et devient une vraie préoccupation. Des conseils pas toujours très pertinents, comme l'idée de déduire l'origine d'un produit à partir de son code barre, circulent alors et sont relayés notamment sur internet (voir ci-dessous).

dimanche 28 décembre 2008

Repérer l'origine des aliments grâce au code-barre

... Scandale de la mélamine (suite) (et entre autres !!!)



A part consommer au maximum des produits de base non transformés, ce que je fais personnellement (très confidentiel de nos jours !), essayons au moins de consommer des produits qui n'ont pas traversé toute la terre.

Pour le savoir, il faut lire les étiquettes. Mais, les industriels savent que nous nous méfions de la provenance de certains produits et ne l'indiquent pas sur l'étiquetage courant, que nous, consommateurs, lisons habituellement.

Il faut donc déchiffrer les codes barres. Les 3 premiers chiffres sur la barre de code est le code du pays où le produit a été fabriqué...

Extrait du blog « Le bouche à oreille de Citry »
<http://boucheaoreille77.canalblog.com/archives/2008/12/28/11877069.html>

Si les trois premiers chiffres du code correspondent bien à un pays (300 à 379 pour la France), ils n'indiquent pas toujours le pays de production. Il peut par exemple s'agir du pays où est situé le siège social de l'entreprise.

Ainsi, sur un même produit, nous pouvons avoir à la fois un code barre commençant par 332 (car le siège social de l'entreprise est en France) et une estampille sanitaire indiquant très précisément que ce produit vient de République Tchèque (CZ) et non de France.



Par ailleurs, ces trois premiers chiffres ne disent rien de l'origine des matières premières qui peuvent être importées des quatre coins du monde et assemblées en France.

Notre sondage : les consommateurs souhaitent une information détaillée sur l'origine des aliments

Dans ce contexte d'opacité sur l'origine des produits alimentaires, la CLCV a souhaité mieux connaître les attentes des consommateurs et a réalisé un sondage internet auquel ont répondu 1040 personnes.

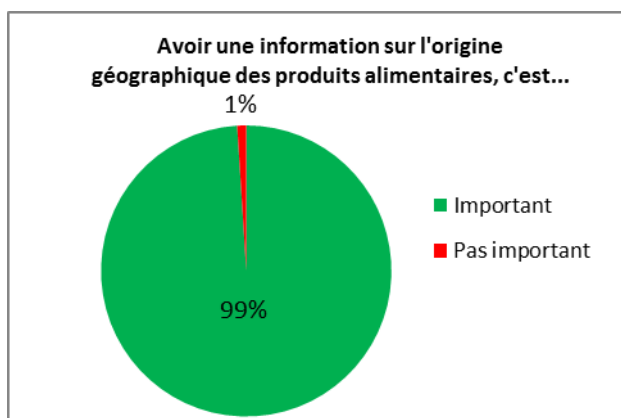
NB : ce sondage a été mis en ligne sur nos sites internet www.clcv.org et www.lepointsuratable.fr entre le 13 décembre 2012 et le 28 janvier 2013.

Il comprend 6 questions à choix multiples dont nous présentons ici les résultats.

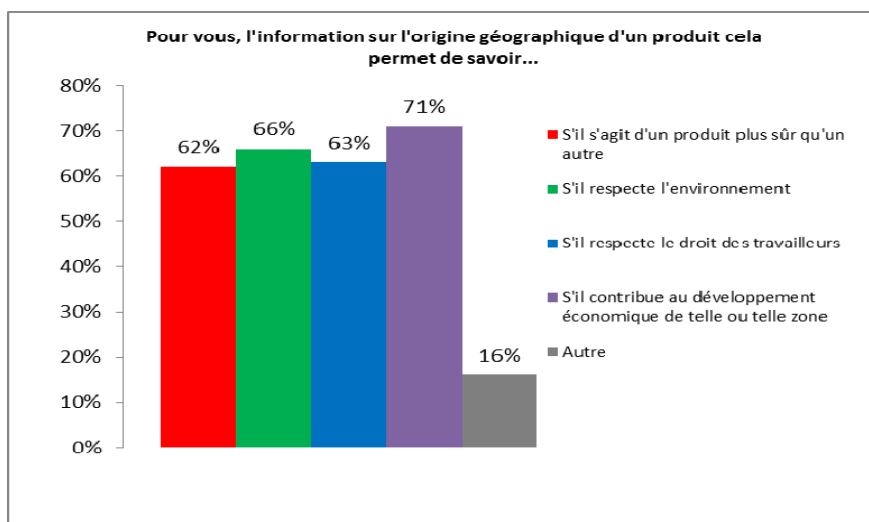
Nos résultats sont convergents avec ceux obtenus par le Bureau européen des unions de consommateurs dans le cadre d'une récente enquête conduite dans quatre états membres (<http://docshare.beuc.org/docs/1/KCIPOCCAEKIAIPFHONHJJNPDW69DBD2D9DW3571KM/BEUC/docs/DLS/2013-00050-01-E.pdf>).

Le sondage de la CLCV montre clairement qu'il existe une attente forte des consommateurs en faveur d'une information plus étendue et plus précise sur l'origine des produits.

99% des sondés considèrent ainsi qu'il est important de disposer d'une information sur l'origine.

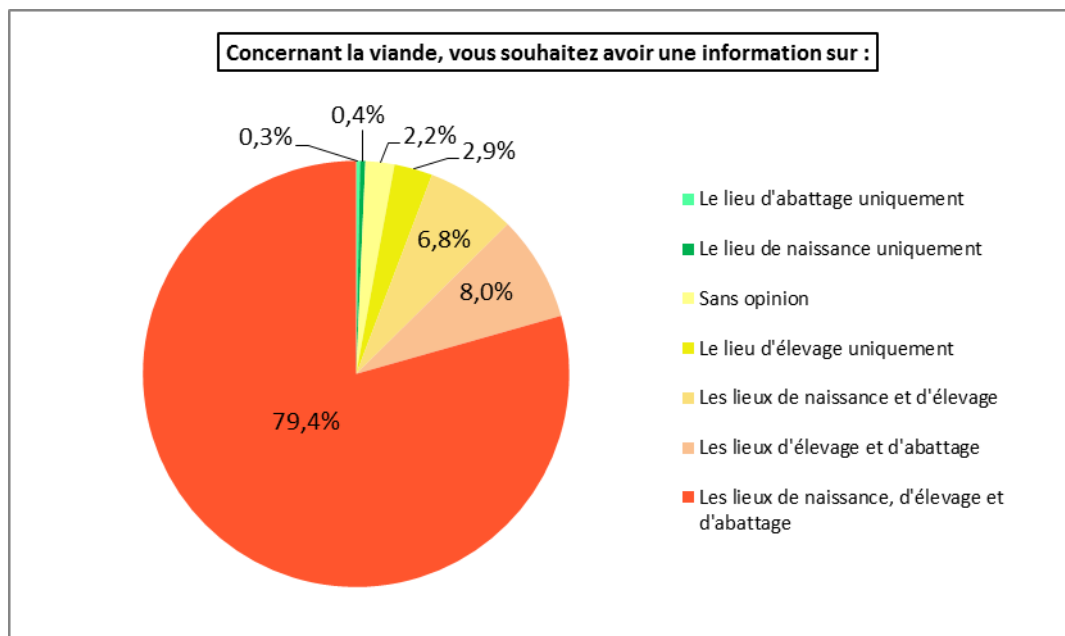


Les répondants y voient avant tout un moyen de contribuer au développement économique d'une région ou d'un pays (critère cité par 71 % des répondants). Viennent ensuite des motifs d'ordre environnemental (66 %), social (63 %) et ayant trait à la sécurité des produits (62%).

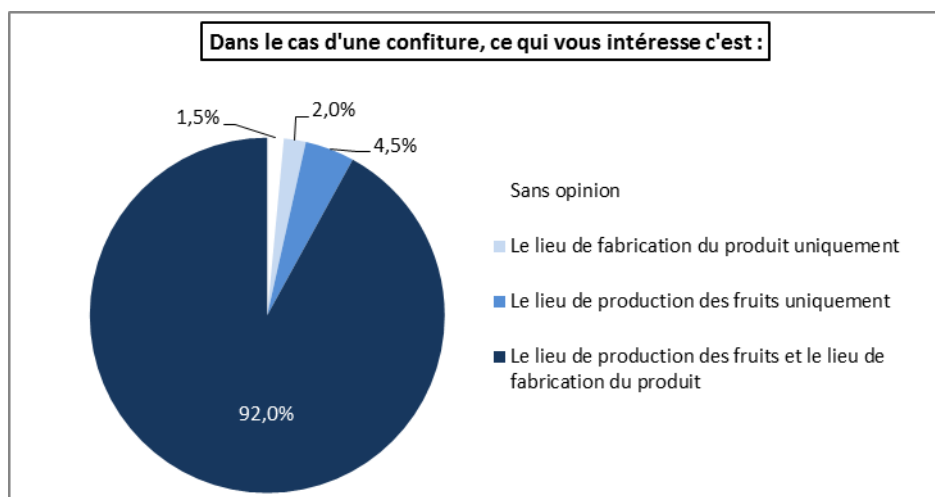


Notre enquête montre également que les consommateurs souhaitent avoir une information détaillée sur l'origine.

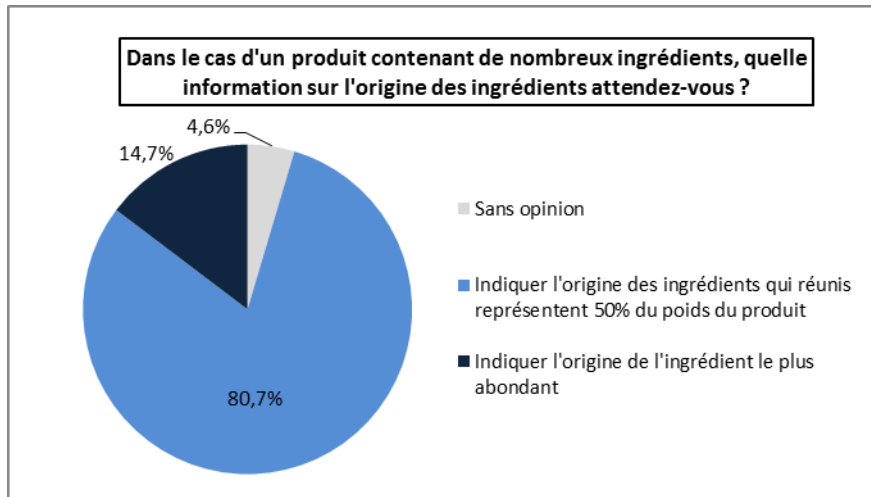
S'agissant de la viande par exemple, 79,4 % demandent une information sur les lieux de naissance, d'élevage et d'abattage. Seuls 8% se contenteraient d'une information limitée aux lieux d'élevage et d'abattage et 3 % se satisferaient d'une information sur le lieu d'élevage uniquement.



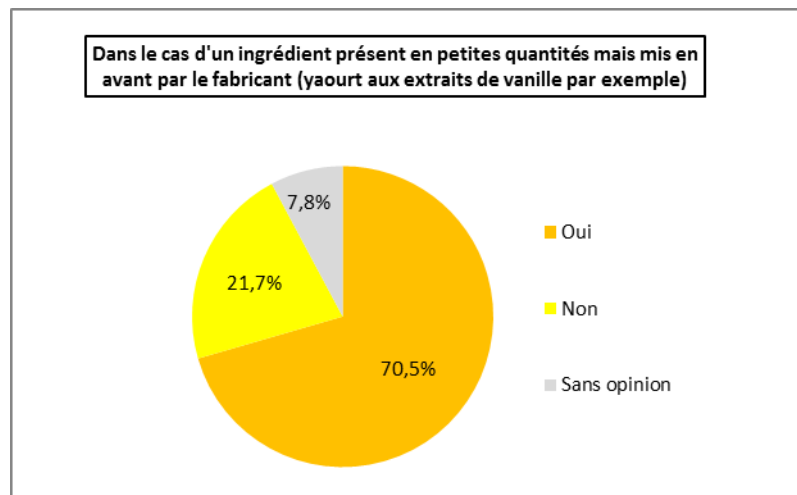
De même, dans le cas d'une confiture, 92% des sondés demandent une information portant à la fois sur le lieu de production des fruits et le lieu de fabrication du produit.



S'agissant des produits contenant de multiples ingrédients, qui représentent une part croissante de nos achats alimentaires, 81 % des sondés demandent une information sur l'origine des principaux ingrédients (c'est-à-dire ceux représentant la moitié du poids du produit). Seuls 15% sont favorables à une information ne portant que sur l'ingrédient le plus abondant.



Par ailleurs, lorsqu'un produit contient un ingrédient présent en petite quantité mais mis en avant dans la présentation du produit, dans la publicité ou sur l'emballage, les consommateurs souhaitent que l'origine de cet ingrédient soit précisée.



Les demandes de la CLCV

La nouvelle législation européenne sur l'étiquetage alimentaire qui s'appliquera progressivement à partir de décembre 2013 prévoit davantage de transparence sur l'origine des produits. Cependant, les modalités pratiques de ce nouvel étiquetage restent à définir et il est essentiel que les attentes des consommateurs, telles qu'exprimées à travers notre enquête notamment, soient prises en compte.

- ✓ Nous demandons que l'information porte sur le pays d'origine du produit (ou de ses ingrédients) et ne soit pas limitée à une mention « UE/non UE ».
- ✓ Il est d'ores et déjà prévu un étiquetage de l'origine des viandes de porc, de volailles, d'ovins et de caprins. La CLCV demande que cet étiquetage fasse mention des lieux de naissance, d'élevage et d'abattage comme c'est déjà le cas pour la viande bovine.
- ✓ Nous considérons par ailleurs que l'information obligatoire sur l'origine devrait être étendue à toutes les denrées composées d'un seul ingrédient (farine, sucre, huile, fruits et légumes préparés, riz).
- ✓ Dans le cas des produits contenant plusieurs ingrédients, l'origine des ingrédients les plus abondants et représentant 50% de la composition du produit devrait être indiquée. Par ailleurs si un ingrédient est particulièrement mis en avant sur l'emballage ou dans la publicité, son origine devrait également être précisée.
- ✓ Enfin, l'origine des ingrédients devrait correspondre au lieu de production de la matière première et non de sa transformation (par exemple lieu de culture du blé pour la farine ou de la betterave pour le sucre).