



**MADE IN AILLEURS,
CULTIVÉ LÀ-BAS,
D'ORIGINE INCONNUE...
Quand la traçabilité s'arrête
à la sortie de nos fermes !**

pour comprendre les enjeux, les évolutions
et les limites en matière d'étiquetage de
l'origine des produits alimentaires

PLEIN
CHAMP

Quelques dates

2000

L'étiquetage de l'origine des viandes bovines vendues crues (lieu d'élevage et d'abattage) devient obligatoire dans l'Union européenne, suite à la crise de la vache folle. L'affichage du lieu de naissance devient obligatoire en 2002.

2015

Aux viandes bovines crues s'ajoute l'étiquetage de l'origine obligatoire pour les viandes crues porcines, ovines, caprines et volailles dans l'UE.

2016

La déclaration nutritionnelle pour les denrées alimentaires préemballées est rendue obligatoire.

2017

Mise en place de l'expérimentation de 2 ans par la France de l'obligation d'étiquetage de l'origine du lait et des viandes utilisés en tant qu'ingrédients.

DE LA FOURCHE à la fourchette ?

Aux côtés d'associations de consommateurs, la Coordination Rurale milite pour une transparence totale de l'origine des produits et ce, même dans les produits transformés : donnons aux consommateurs les moyens de choisir !

Mâîtriser le libéralisme en ajustant l'offre à la demande, les ressources aux besoins, parler de commerce équitable et solidarité des territoires, remettre du lien entre les agriculteurs et les consommateurs... Tous ces thèmes à la mode plaisent de plus en plus aux consommateurs qui perçoivent l'intérêt du concept d'exception agricole. Mais comment le mettre en place concrètement quand l'opacité sur l'origine des produits est encore de mise et qu'il est impossible de savoir d'où viennent les céréales que nous consommons au petit-déjeuner ? Comment faire quand le code des marchés publics interdit de retenir l'origine géographique comme critère de choix, alors que la restauration collective représente 17 milliards d'euros par an pour 3 milliards de repas ?

Alors que nous importons toujours plus de produits alimentaires qui ne répondent pas à nos normes sociales, environnementales ou

sanitaires, il est inadmissible qu'en 2018 nous ne puissions pas savoir exactement d'où provient ce que nous mangeons ! Mais c'est pourtant un fait : aujourd'hui, pour les denrées alimentaires transformées, l'étiquetage de l'origine n'est pas obligatoire excepté pour la viande et le lait.

Afin de sensibiliser le grand public à cette problématique, à l'occasion du salon international de l'Agriculture la CR a présenté sur son stand un « caddie de la non-traçabilité ». Les consommateurs étaient invités à répondre à un questionnaire portant sur l'origine de produits de consommation courante (céréales, pâtes, conserves transformées, ketchup...). Une action de sensibilisation qui a porté ses fruits : les participants, très intéressés par la démarche et le sujet, étaient à la fois étonnés et consternés de voir qu'il était bien souvent impossible d'identifier l'origine des produits qu'ils achètent dans les enseignes de grande distribution.

DES PRODUITS mieux étiquetés que d'autres ?



Des packagings trompeurs pour les vins

En l'espace de dix ans, les importations françaises de vin sont passées de 5,5 (en 2005) à 7,8 millions d'hectolitres (en 2016). Une hausse importante de 41,8 % alors que dans le même temps, la consommation a chuté de 13 litres par an et par habitant, en passant de 55 à 42 litres. Toutefois, la visibilité des vins étrangers reste faible et cette hausse dans les statistiques reste très discrète dans les rayons de la grande distribution. Pourquoi ?

La hausse des importations de vins étrangers améliore certes la diversité de l'offre disponible pour les consommateurs mais permet surtout aux négociants et à la grande distribution de modifier son approvisionnement et de privilégier des vins à bas prix en provenance de l'étranger. Exit donc les nombreux Bag-in-Box d'origine Pays d'Oc ou Vin de France ; désormais ces vins, dont la marque reste la même, proviennent d'Espagne ou de mélanges issus de vins de la communauté européenne. Ce changement d'approvisionnement s'est fait en toute discrétion pour les consommateurs mais s'est fortement ressenti dans les vignobles.

Grâce à une réglementation laxiste en matière d'étiquetage et d'indication de l'origine, ces grands groupes continuent d'utiliser leurs marques aux consonances et aux packagings très français tout en utilisant du vin étranger et généralement espagnol. Pour lutter contre ces pratiques,



l'agencement des rayons des détaillants doit être revu afin qu'il existe une véritable distinction entre ces vins étrangers « francisés » et les véritables vins français. Une amélioration de la réglementation sur l'étiquetage est également nécessaire. **C'est pourquoi la Coordination Rurale demande que la mention de l'origine soit visible de façon systématique** avec une taille ne pouvant être inférieure à 50 % par rapport à celle de la marque ou du domaine. De plus, et pour que cette mention soit visible dès le premier coup d'œil, **elle doit être présente sur chacune des étiquettes de la bouteille ou du Bag-in-Box.**



Le néant pour l'horticulture

Pour l'horticulture ornementale, les choses sont claires et sans ambiguïté : il n'existe aucune obligation concernant l'étiquetage des fleurs et plantes. Certes, les règles

du droit de la consommation s'appliquent, mais cela oblige uniquement à afficher le nom du végétal et son prix. Le consommateur ne dispose donc que d'une information : le prix qu'il devra payer, et c'est donc en fonction de ce seul critère qu'il choisit. La conséquence est sans appel : 90 % des végétaux d'ornement vendus sur le territoire national sont importés.

Depuis plus de deux ans **l'Uniphor et la CR se battent pour que soit mis en place un étiquetage des végétaux qui indique le pays d'origine.** Cette simple information permettrait au consommateur de faire un choix en toute connaissance de cause. Il pourra, s'il le souhaite, privilégier le local et le mieux disant phytosanitaire au détriment du prix.

Nous sommes pour l'heure les seuls à avoir cette exigence. Les représentants de la FNSEA horticole préfèrent les labels coûteux qui ont fait, jusqu'à présent, la preuve de leur inefficacité la plus totale.



Une avancée pour les produits issus de l'élevage

La France a obtenu de la Commission européenne l'autorisation de mettre en place une expérimentation sur l'indication de l'origine des viandes et du lait dans les produits transformés pendant 2 ans. Ainsi, depuis le 1^{er} janvier 2017, à travers l'arrêt du 28 septembre 2016 et le décret n° 2016-1137 du 19 août 2016, les consommateurs ont la possibilité de savoir, au moins en partie, d'où viennent les produits d'origine animale entrant dans la composition des produits élaborés qu'ils achètent. Cet étiquetage reste cependant très partiel car il concerne seulement :

- les produits transformés fabriqués en France,
- les produits contenant plus de 8 % de viande bovine, porcine, ovine, caprine et de volaille,
- les produits contenant plus de 50 % de lait ; avec un seuil aussi élevé, de nombreux produits sont forcément exclus d'office.

Il convient également de signaler que **les produits issus de l'agriculture biologique et les abats ne sont pas concernés, ce qui est totalement incompréhensible.**

Bien qu'imparfaite, cette expérimentation montre cependant qu'il est possible de mettre en place un tel système, contrairement aux déclarations des industriels qui l'ont combattu jusqu'au dernier moment. Au terme de l'expérimentation, la CR espère qu'elle sera mise en place par l'Union européenne pour l'ensemble des plats contenant des produits d'origine agricole (lait, viande mais aussi céréales, fruits, légumes...).

Cet étiquetage ne solutionne pas à lui seul les problèmes de prix payés aux producteurs, mais il donne la possibilité aux consommateurs de choisir en toute connaissance. Il faut que cesse le double langage des industriels qui vantent l'excellence de nos produits pour les produits non élaborés en se servant de notre image, et qui, au contraire, s'approvisionnent à bas prix dès qu'ils le peuvent pour les produits élaborés.

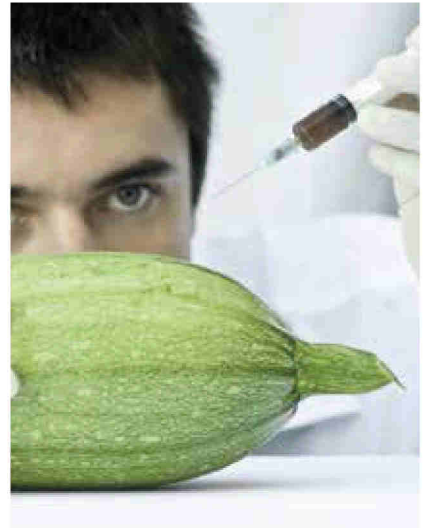


Il en faut plus pour les fruits et légumes !

L'origine ne doit obligatoirement être mentionnée que pour les seuls fruits et légumes frais, même si cette réglementation n'est pas toujours respectée. L'an passé, une photo a circulé sur les réseaux sociaux au sujet d'une affiche de supermarché indiquant des fraises gariguettes de Plougastel d'origine espagnole.



Pourtant, Plougastel est bien dans le Finistère et pas en Espagne ! De telles erreurs (ou pratiques commerciales) ne sont que tromperies pour les consommateurs. L'indication obligatoire de l'origine pour les fruits et légumes aussi bien frais que transformés serait bénéfique pour les producteurs et les consommateurs.



Quid des OGM ?

La CR rappelle le caractère trompeur de la mention « sans OGM ». En effet, un produit indiqué « sans OGM » peut contenir jusqu'à 0,9 % d'OGM, alors qu'un produit sans mention peut en être totalement exempt... Un comble ! Prenons l'exemple d'un consommateur qui choisit d'acheter des œufs sur lesquels est indiqué : « issu d'animaux nourris sans OGM ». Les poules ayant pondu les œufs pourront, au vu de la règle d'application de la mesure, avoir été nourries avec des aliments obtenus à partir de matières premières contenant jusqu'à 0,9 % d'OGM. S'il décide d'acheter par ailleurs une salade de carottes, celle-ci ne comportera aucune mention car, comme ce produit est uniquement composé d'ingrédients végétaux qui n'ont aucun équivalent OGM autorisé en Europe, il ne contiendra forcément pas d'OGM. Et pourtant, aucune indication ne le précise !

CES LABELS qui peuvent induire en erreur

Nutri-score : le nouvel étiquetage nutritionnel est-il fiable ?

NUTRI-SCORE



Plébiscité par les associations de consommateurs et les nutritionnistes Nutri-score est un dispositif ambitieux et novateur devant permettre une meilleure compréhension des informations nutritionnelles pour le consommateur, et ce, en un clin d'œil. La démarche est louable mais la Coordination Rurale craint des dérives, tant elle connaît les motivations des industriels quand il s'agit « d'informer » les consommateurs. Basé sur un système de points négatifs et positifs permettant d'obtenir une note de A (vert) à E (rouge), le Nutri-score peut être facilement détourné de son objectif initial.

Prenons l'exemple du jambon :

➤ l'industriel qui fournit un distributeur de produits discount se

contente d'ajouter de l'eau dans son jambon pour améliorer son Nutri-score. Il a également utilisé des additifs pour améliorer le goût (arômes et glucose) et l'aspect. Une pratique qui sera tout à fait acceptée, puisque les critères retenus dans l'évaluation sont uniquement nutritionnels, mais qui peut tromper le consommateur sur la qualité du produit.

➤ de son côté, le jambon de porc de charcuterie artisanale, naturellement riche en gras, aura une note Nutri-score ne reflétant pas la qualité naturelle du produit et sera moins bien classé que son concurrent.

Le constat est le même lorsque l'on compare le Nutri-score d'un jus de pomme pressé 100 % fruit (noté C) et une bouteille de Coca-Cola Zéro (notée B).

Le Nutri-score a donc une faille de poids : il est défavorable aux produits bruts ! Quel sera le comportement des consommateurs face aux mauvaises notes d'un bon nombre de produits



bruts ? Que choisir entre un beurre traditionnel noté E et une matière grasse à tartiner à 20 % de matière grasse notée D ? Que choisir entre un morceau de sucre dans son café et un édulcorant mieux noté ?

La Coordination Rurale propose d'améliorer ce dispositif en y ajoutant d'autres paramètres : les aspects sociaux, environnementaux et sanitaires couplés à la mise en place d'une banque de données permettant de connaître la traçabilité de l'exploitation au dernier transformateur. Chaque produit, *via* son code-barres ou un QR-code, pourrait ainsi être consulté dans cette base afin que le consommateur puisse avoir un regard sur la totalité de l'histoire du produit et devenir un véritable consomm'acteur.

Appellations trompeuses

« Agriculture raisonnée »,

« Agriculture durable »,

« agro-écologie »...

Ces appellations à la mode sèment le trouble dans la tête des consommateurs en sous-entendant que l'agriculture conventionnelle française ne serait

pas bonne. De plus, il n'est fait aucune mention sur l'origine des produits alors que les autres pays sont loin d'avoir nos contraintes environnementales.

Si, entre 2002 et 2013, le concept d'agriculture raisonnée était réglementé par les pouvoirs publics (ministères de l'Agriculture et de l'Écologie) *via* une certification, cinq ans après son abrogation on peut encore entendre sur les marchés ou lire sur les sites Internet « nous pratiquons une agriculture raisonnée ».

À l'époque déjà, la CR avait critiqué le réseau FARRE qui semait un peu plus de confusion dans l'esprit des consommateurs. Aujourd'hui des

industriels peu scrupuleux affichent des mentions « issues de l'agriculture durable » ou issues de l'« agro-écologie » augmentant leurs marges sans qu'aucune plus-value ne soit reversée à l'agriculteur.

La section Bio de la Coordination Rurale s'inquiète que cet argument soit utilisé. Contrairement au cahier des charges de l'Agriculture Biologique, il n'existe aucune réglementation sur ces concepts. La CR rappelle que seuls les labels officiels (label rouge, AB, etc.) offrent des garanties de respect du cahier des charges, ainsi que des contrôles certifiés.



Tomato Ketchup
Ingrédients : tomates¹ (144 g de tomates pour 100 g de ketchup), sucre, vinaigre d'alcool, de tomate¹, sel, arômes naturels, épices. ¹Tomates issues de l'agriculture durable.



Nous l'avons demandé, Carrefour tente de le mettre en place !

Carrefour se lance dans la traçabilité totale avec un « produit-test » : le poulet d'Auvergne estampillé « Filière Qualité Carrefour », vendu à un million d'unités chaque année. Ainsi en scannant un QR Code présent sur l'emballage, le client verra s'afficher sur son smartphone toutes les informations relatives au produit : sa provenance, son mode de production, l'élevage dont il provient, etc.

Une démarche à saluer et qui démontre, une fois de plus, que nos propositions sont réalisables, judicieuses et bénéfiques pour l'ensemble des maillons de la filière. Il ne reste maintenant qu'à généraliser cette pratique à l'ensemble des produits et à l'ensemble des enseignes !