



## ÉTIQUETAGE

*Domestiquer le libéralisme en ajustant l'offre à la demande, les ressources aux besoins, parler de commerce équitable et de solidarité des territoires, remettre du lien entre les agriculteurs et les consommateurs. Tous ces thèmes plaisent de plus en plus aux consommateurs qui perçoivent l'intérêt du concept d'exception agricole ou tout au moins reconnaissent la qualité de la production française. Mais **comment le consommateur peut-il exercer une consommation responsable et basée sur ses propres convictions quand l'opacité est encore de mise** et qu'il est par exemple 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 !*

### L'origine des produits

Aujourd'hui, la réglementation européenne en matière d'**indication de l'origine est insuffisante et trop laxiste** car elle ne concerne que certains produits : fruits et légumes frais, vin, pour les produits d'origine animale :

- 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.

(L'expérimentation sur les produits d'origine animale obtenue par la France prendra fin au 1<sup>er</sup> janvier 2019.)

Cette opacité profite aux industriels cherchant toujours un approvisionnement au moins disant.

**Pour la Coordination Rurale, tous les produits sans exception doivent mentionner l'origine des ingrédients qui les composent, qu'importe qu'ils soient frais ou transformés et sans limite de seuil.**

### **La liste des ingrédients, additifs et tout autre élément composant le produit fini**

Le consommateur est en droit de savoir ce qu'il mange et tous les éléments composant ce qu'il consomme. Néanmoins, l'espace d'affichage permis sur une étiquette ainsi que la notification de certains additifs aux « noms barbares » et inconnus du grand public sont

des facteurs limitant l'affichage exhaustif de tous les éléments composant un produit fini sur l'étiquette.

C'est pourquoi la Coordination Rurale soutient la nécessité d'un dispositif permettant **aux consommateurs d'accéder à l'intégralité de ces informations via une plate-forme numérique** ; laquelle serait directement accessible grâce à l'utilisation d'un **flash-code disponible sur l'étiquette du produit**.

La plate-forme numérique aurait alors l'obligation d'indiquer tout ce qui compose le produit fini et aurait la possibilité d'explicitier et d'informer à propos de certains composants mal connus du grand public.

### **Les labels et allégations sur les modes et méthodes de production**

Les labels fleurissent et semblent vouloir **offrir toujours plus de garanties aux consommateurs** : agriculture biologique, agriculture raisonnée, sans OGM, sans résidus de pesticides, élevé en plein air, nourri aux grains, etc.

La CR est favorable à ces initiatives dans la mesure où elles sont là **pour informer clairement et correctement le consommateur et qu'elles ne sont pas mises en avant de façon à induire une erreur de compréhension** chez le consommateur.

Par exemple, les allégations de type « zéro résidus de pesticides » ne présentent pas réellement « zéro pesticide » mais un maximum 0,01 mg de pesticide au kilogramme. Il n'y a donc pas d'absence totale mais une absence de résidus quantifiables ; or cette nuance n'est pas forcément comprise par le consommateur.

### **L'information nutritionnelle (Nutri-Score)**

Cette information indique les glucides, lipides, protéines, etc. contenus dans 100 grammes du produit. Si la simplification de l'information est louable et nécessaire, elle ne concerne dans ce cas que l'aspect nutritionnel. Ainsi un soda dit "Zéro" (sans sucre, sans calorie) sera jugé meilleur qu'un pur jus de pomme dont la teneur en sucre est effectivement plus importante.

Le Nutri-Score présente donc une faille de poids : il peut s'avérer 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 ?

Ce constat inquiète la Coordination Rurale. Ce dispositif novateur n'est-il pas en train de pousser les consommateurs vers l'achat de produits transformés – tellement transformés que le produit en est dénaturé – et bien notés au lieu de l'inciter à choisir des produits de qualité avec lesquels il pourra cuisiner lui-même ?

La CR propose aujourd'hui d'améliorer ce dispositif en y ajoutant d'autres paramètres : **les aspects sociaux, environnementaux et sanitaires**.

### **La position de la Coordination Rurale**

**Pour la Coordination Rurale, la transparence est le mot d'ordre quand il s'agit d'évoquer l'étiquetage.** Cette transparence est nécessaire **afin que les consommateurs aient tous les éléments en main pour choisir le produit qui répond le plus à leurs attentes.**

La CR demande également la mise en place d'une plateforme numérique accessible aux consommateurs et leur permettant de connaître l'intégralité des informations liées aux produits qu'ils consomment.