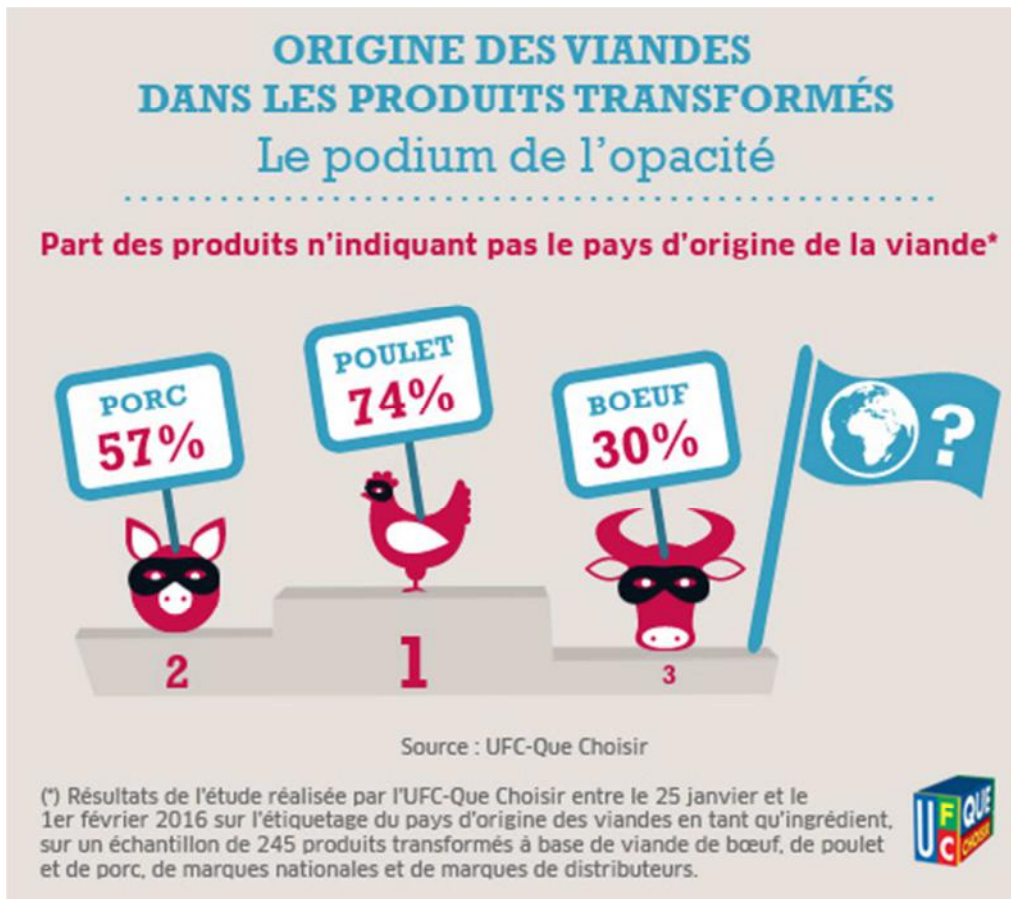


COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Viandes dans les produits transformés : origine masquée pour 54% des produits !



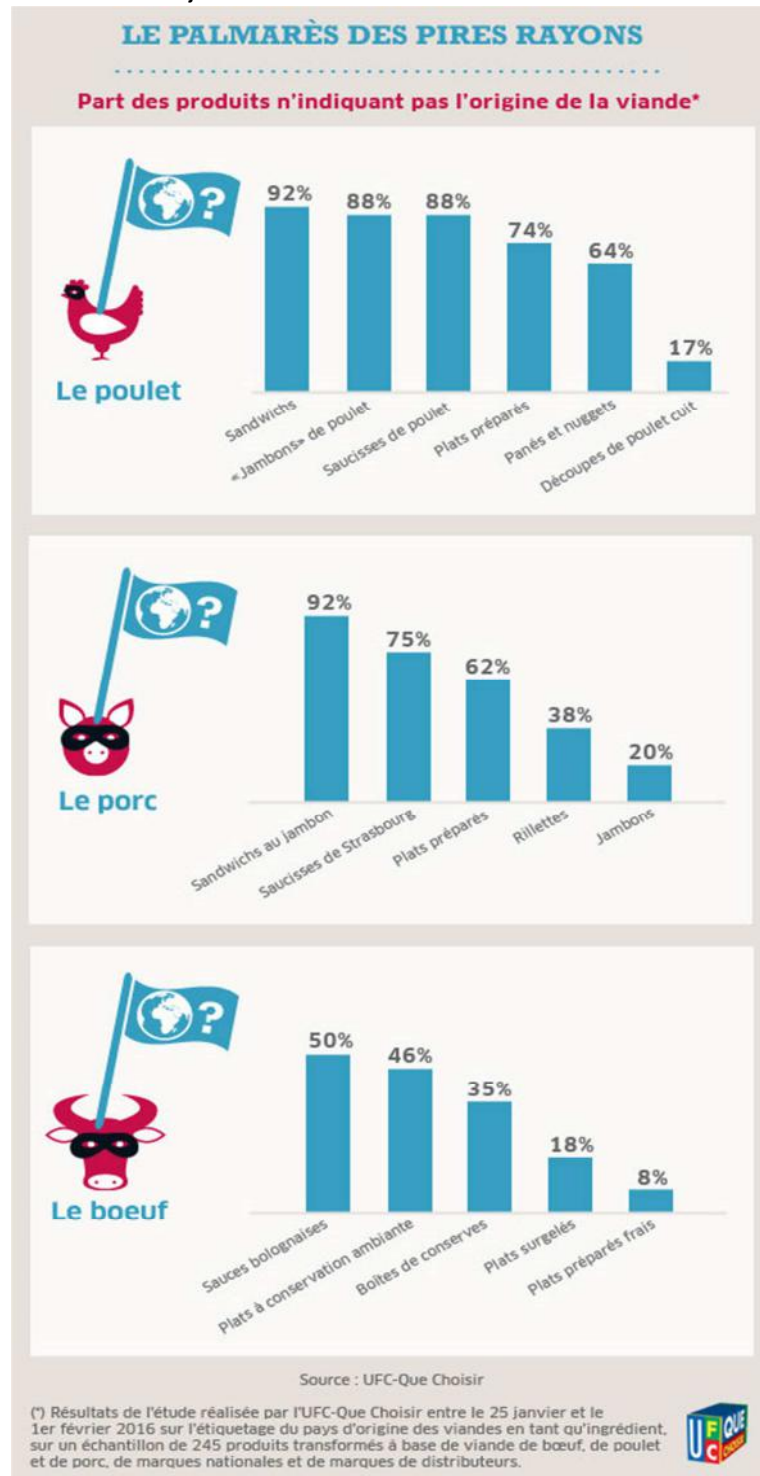
Trois ans -jour- après le scandale des « lasagnes au cheval », l'UFC-Que Choisir rend publics aujourd'hui les piteux résultats d'une enquête sur la mention de l'origine des viandes dans les produits transformés et appelle, une énième fois, l'Union européenne à l'action.

Si le scandale alimentaire mais également sanitaire¹ de 2013, permis par l'opacité de l'étiquetage, a pu mettre pendant quelques semaines la pression sur Bruxelles, la Commission Européenne n'a cependant pas adopté de mesure réglementaire (à la différence des scandales passés), jugeant suffisantes les informations données à titre volontaire par les fabricants. Soucieuse de mesurer l'impact de l'autorégulation, l'association a donc passé à la loupe, en janvier dernier, les étiquetages de 244 aliments de consommation courante² à base de viande de bœuf, de porc et de poulet pour 13 grandes marques nationales et 7 enseignes de la grande distribution. La déception est à la hauteur de l'enjeu de transparence : immense !

¹ Le scandale concernait plusieurs trafics : l'un sur 550 tonnes de viande de cheval utilisées frauduleusement dans plus de 4,5 millions de plats préparés vendus dans treize pays européens dont la France, ainsi qu'un autre trafic de carcasses de cheval en provenance de Grande Bretagne à destination de la France, contaminées par un médicament vétérinaire (phénylbutazone).

² Produits de grande consommation à base de viande de bœuf (lasagnes, raviolis, hachis Parmentier, bœuf bourguignon ...), à base de poulet (découpes de poulet cuit, nuggets, charcuterie de poulet, plats tout préparés, sandwiches ...) et à base de porc (jambons, rillettes, saucisses de Strasbourg, plats préparés, sandwiches au jambon ...), proposés au rayons frais, surgelés et conserves.

- L'opacité pour plus d'un aliment sur deux !** Au global, 54 % des produits font l'impasse sur l'origine de la viande. Si les produits à base de bœuf limitent la casse avec 70% des produits indiquant le pays d'origine, en revanche l'opacité est très forte pour les produits à base de poulet et de porc avec respectivement 74 % et 57% des produits sans la moindre mention ! Dans le détail des rayons, on relève notamment que trois quart des saucisses de Strasbourg ne portent aucune indication de l'origine. Il en va de même pour 62% des nuggets de poulet, 87% des charcuteries de volaille, 92% des sandwiches au jambon ...





UFC-QUE CHOISIR
233 boulevard Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11
Tel : 01.43.48.55.48
Fax : 01.43.48.44.35
www.quechoisir.org

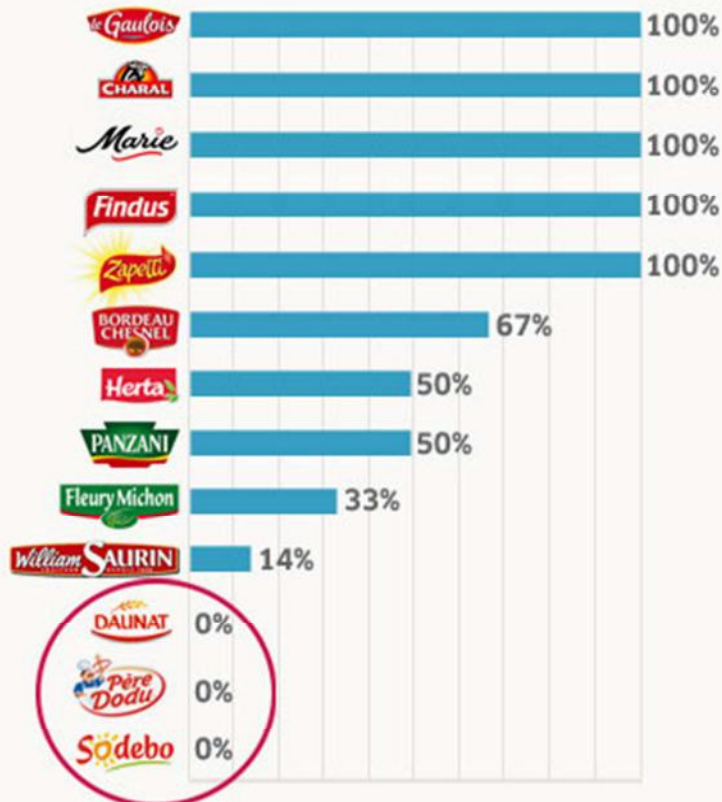
Paris, le 8 février 2016

- **Toutes les marques ne sont pas à la même enseigne** : Chez les grandes marques nationales, si *'Findus'*, *'Le Gaulois'*, *'Charal'* et *'Marie'*, sont au tableau d'honneur, en revanche, les mauvais points à distribuer sont bien plus nombreux, notamment pour *'Daunat'*, *'Père Dodu'* et *'Sodebo'* ! Pour les marques de distributeurs (MDD), excepté *'Intermarché'* qui reçoit un accessit pour ses 84% de MDD étiquetées, aucune des grandes enseignes de la distribution n'informe suffisamment sur l'ensemble des trois viandes. Certes au rayon bœuf, il faut noter les 100% de MDD étiquetées chez *'Intermarché'*, *'Carrefour'* et *'Système U'*. En revanche, pour les produits à base de porc, c'est 0% de mentions de l'origine chez *'Casino'* et *'Leader Price'*, ainsi que pour les MDD à base de Poulet d'*'Auchan'*, de *'Carrefour'* et de *'Casino'*.

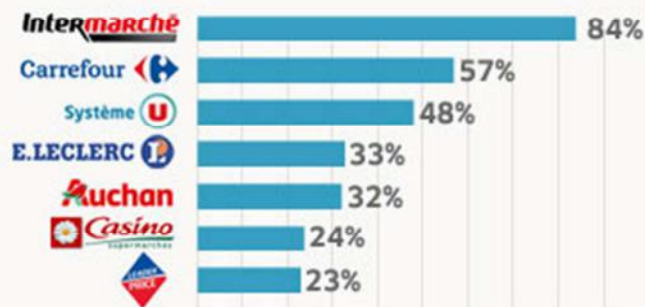
LES MARQUES ET LA TRANSPARENCE Pas toutes à la même enseigne !

Part des produits indiquant l'origine de la viande*

Marques nationales



Marques de distributeurs



Source : UFC-Que Choisir

(*) Résultats de l'étude réalisée par l'UFC-Que Choisir entre le 25 janvier et le 1er février 2016 sur l'étiquetage du pays d'origine des viandes en tant qu'ingrédient, sur un échantillon de 245 produits transformés à base de viande de bœuf, de poulet et de porc, de marques nationales et de marques de distributeurs.



UFC-QUE CHOISIR
233 boulevard Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11
Tel : 01.43.48.55.48
Fax : 01.43.48.44.35
www.quechoisir.org

Paris, le 8 février 2016

- **Trop compliqué et onéreux l'étiquetage ? – Halte aux faux arguments des industriels !** Pour s'opposer à l'étiquetage obligatoire, le lobby des industriels argue que l'étiquetage de l'origine serait impossible pour les produits très élaborés. Faux ! Alors que les saucisses de Strasbourg ne contiennent que deux ingrédients principaux (la viande et le gras tous deux issus du porc), l'étiquetage de l'origine y est plus rare (25%) que pour les plats complets (38%) dont les recettes sont bien plus complexes. De même, l'argument d'un renchérissement des produits alimentaires du fait de la traçabilité ne tient pas ; il ne représente qu'un surcoût de +0,7% soit seulement + 0, 015 Euro pour une barquette de lasagnes³ !
- **L'effet patriotique instrumentalisé :** Alors qu'à l'époque de la vache folle, l'étiquetage de l'origine avait été unanimement présenté comme une mesure de transparence propre à rassurer les consommateurs, il est inadmissible qu'aujourd'hui s'agissant des produits transformés elle soit présentée comme une mesure protectionniste qui plus est après l'énorme scandale de la viande de cheval.

Au vu de l'échec patent de l'autorégulation et alors que les Parlementaires Européens doivent prochainement se prononcer sur une résolution pour l'étiquetage, l'UFC-Que Choisir soucieuse que soit instaurée la transparence due et réclamée par 70% des consommateurs européens, exhorte :

- **Les Parlementaires Européens à voter largement en faveur de la traçabilité pour accroître la pression sur la Commission,**
- **La Commission à adopter (enfin !) une réglementation sur l'étiquetage obligatoire de l'origine nationale dans les produits transformés.**

³ Calcul UFC-Que Choisir réalisé sur 241 produits à base de bœuf lors de la mise en place de l'étiquetage volontaire entre décembre 2012 et novembre 2013.