

Rapport d'enquête sur l'origine des viandes



Constats et attentes
consommateurs

Résultats de la consultation
auprès des familles

Contact presse :

Laëtitia Verdier : 01 44 91 88 88

laetitia.verdier@famillesrurales.org

www.famillesrurales.org

INTRODUCTION

Le 8 février 2013, les Français découvraient le scandale du Chevalgate, ou « lasagnes au cheval ». Une fraude d'ampleur européenne était révélée montrant la complexité des filières d'approvisionnement et la fragilité de la traçabilité des matières premières. De la viande de cheval provenant de Roumanie avait été utilisée en lieu et place de bœuf dans la fabrication de plusieurs plats préparés. Cette crise a poussé les gouvernements et les professionnels des filières de la viande à faire évoluer la réglementation et à prendre des mesures volontaires d'information des consommateurs sur l'origine des viandes.

Ainsi, la loi consommation du 17 mars 2014 renforçait en France les sanctions imposées aux professionnels contrevenants. La Commission européenne, qui avait déjà envisagé d'étendre l'obligation de l'étiquetage de l'origine aux autres espèces (volaille, porcins, ovins, caprins) dans son règlement INCO¹ a accéléré sa mise place par la prise d'un règlement d'exécution le 13 décembre 2013 entrant en application le 1er avril 2015. Familles Rurales a concouru à la mise en place de ces mesures par les contributions adressées aux institutions et les auditions et groupes de travail auxquels le Mouvement a participé.

Malheureusement et à la différence de ce que souhaitait Familles Rurales, cette extension a été limitée aux produits bruts. Nous avons déjà à plusieurs reprises exprimé notre volonté de voir l'obligation étendue aux produits transformés (plats préparés, charcuteries...) car précisément c'est sur ce type de produits que la défaillance avait été constatée.

Les professionnels du secteur des viandes, conscients de cette demande, ont mis en place un signe distinctif afin de faciliter le repérage des produits carnés d'origine française y compris dans les produits transformés : les logos « Viandes de France ».

Familles Rurales a souhaité dans ce contexte faire un état des lieux sur le niveau d'information des consommateurs et leur ressenti en matière d'origine de la viande.

1. Méthodologie de l'enquête
2. Habitudes de consommation et d'achat de la population ayant répondu
3. Constats en matière d'affichage de la traçabilité depuis le Chevalgate
4. Connaissances en matière de traçabilité et d'origine
5. Critères de choix
6. Sentiment vis-à-vis de l'ouverture par un accord de libre-échange transatlantique

1. RÈGLEMENT (UE) N°1169/2011 DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires,

I. MÉTHODOLOGIE DE L'ENQUÊTE



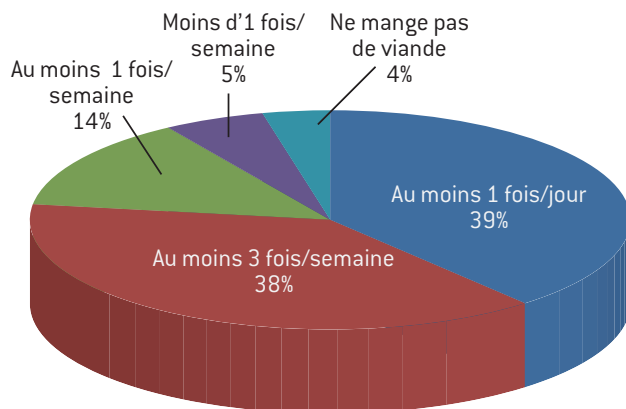
Un peu plus de 700 familles réparties sur 73 départements ont répondu à l'enquête (par internet) entre fin décembre début janvier. La communication, autour de l'enquête, a été réalisée via les newsletters, des sites grand public et fédérations du Mouvement ainsi que sur Facebook. Nous avons également sollicité en direct des adhérents impliqués dans le domaine de la consommation.

Les familles ont répondu à un questionnaire comportant 44 questions (annexe 1) nécessitant une vingtaine de minutes. Les répondants ne sont pas particulièrement en lien avec le monde de l'élevage. La signalétique de la population ayant répondu est précisée en annexe 2.

II. LES HABITUDES DE CONSOMMATION ET D'ACHAT

Nous avons interrogé les consommateurs sur leurs habitudes de consommation et d'achat de viande.

Fréquence de consommation de viande

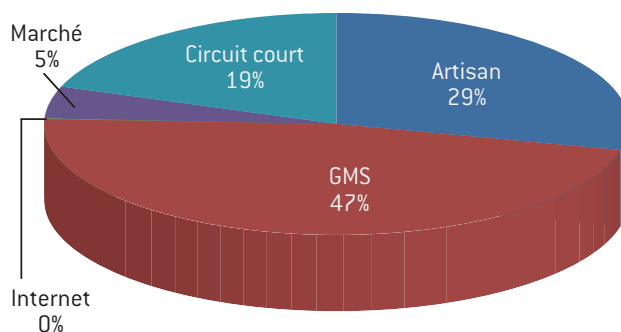


77% des personnes interrogées consomment de la viande entre au moins une fois par jour et au moins 3 fois par semaine, chacune des fréquences dans la même proportion.

A noter, 26 consommateurs nous ont indiqué ne pas manger de viande. Du fait de leur choix alimentaire, nous les avons écartés du reste de l'enquête.

La répartition est équivalente en fonction du sexe.

Lieu d'Achat



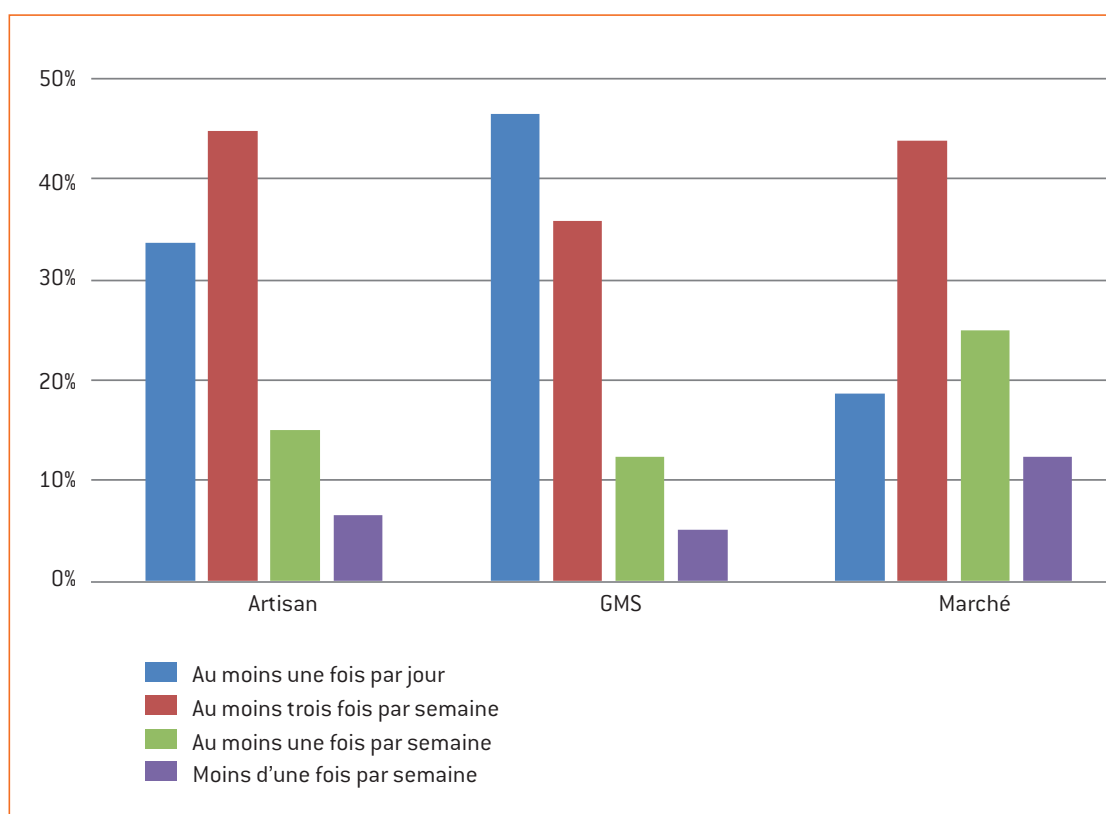
Nos consommateurs achètent leurs viandes pour près de la moitié en GMS. Viennent ensuite les artisans bouchers et les circuits courts. Peu de personnes achètent leur viande sur le marché et seule une personne indique l'acheter via Internet.

Quand l'achat s'effectue en GMS, il s'opère principalement au rayon libre-service (63%).

Les répondants de notre échantillon privilégient plus les circuits courts et artisans que la moyenne française ; France Agrimer constatait en 2014 que les achats étaient effectués à 77% dans les GMS (hard discount compris).

II. LES HABITUDES DE CONSOMMATION ET D'ACHAT

Ce sont les plus gros consommateurs de viande qui se rendent dans les GMS. Cela est cohérent au regard de l'accessibilité et de la diversité des propositions de rapport qualité/prix que peut présenter ce mode de distribution.



Familles Rurales tient à rappeler que l'étiquetage concernant l'origine des viandes brutes est obligatoire quel que soit le mode de distribution. Toutefois en GMS, quand le consommateur est seul face au rayon, l'étiquetage est alors le seul vecteur d'information lui permettant d'exercer son choix. C'est le cas de 30% de notre échantillon.

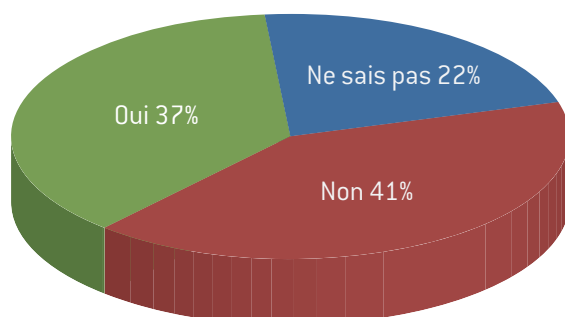
Pour les produits transformés, les cas où l'information est disponible sont :

- En GMS : le fabricant a décidé volontairement d'étiqueter l'origine de la viande ;
- En circuits courts ou artisans, quand ceux-ci sont les transformateurs : le consommateur peut interroger ses interlocuteurs dans la mesure où ils possèdent eux-mêmes l'information.

III. CONSTATS DES CONSOMMATEURS EN MATIÈRE DE TRAÇABILITÉ DEPUIS LE CHEVALGATE

Plus d'un consommateur sur deux ne se sent toujours pas mieux informé sur l'origine des viandes qu'avant la crise du Chevalgate.

Depuis la crise des « lasagnes au cheval », avez-vous le sentiment d'être mieux informé(e)s sur l'origine des viandes ?



Depuis « le scandale du Chevalgate », seuls 37% des consommateurs déclarent avoir le sentiment d'être mieux informés sur l'origine des viandes. 22% ne se prononcent pas. Quels que soient le lieu et la fréquence de consommation de viande, on ne note pas de différence dans le sentiment d'être mieux informé.

A la question « Dans vos achats, considérez-vous qu'en général vous connaissez l'origine des viandes ? », nous avons obtenu les réponses suivantes :

	Oui	Non
Sur la viande fraîche en libre-service (viande présentée en barquettes filmées)	64%	36%
Sur la viande fraîche au rayon boucherie ou chez le boucher	76%	24%
Au rayon charcuterie en libre-service	34%	66%
Au rayon charcuterie à la coupe	39%	61%
Dans les plats préparés	9%	91%

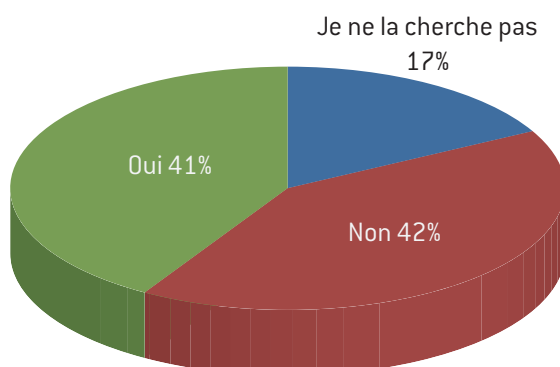
Si une grande majorité de consommateurs se sent mieux informée en achetant sa viande fraîche, en libre-service ou chez le boucher (respectivement 64 et 76%, 75% en GMS et 85% chez les artisans lorsque les consommateurs se prononcent sur leur lieu d'achat privilégié), tel n'est pas le cas pour la charcuterie ou les plats préparés.

Pour ces derniers, le sentiment de connaître l'origine des viandes est particulièrement bas (9%). Ce résultat n'est pas surprenant du fait de l'absence d'obligation d'étiquetage de l'origine. Pourtant ces produits font partie intégrante de la consommation des Français. Les plats cuisinés à base de viandes représentent 38 % du budget « plats préparés ». 9 ménages sur 10 en achètent au moins une fois dans l'année².

C'est pourquoi Familles Rurales demande que les consommateurs soient informés ne serait-ce que par un logo. Il n'est pas satisfaisant que pour ces produits de plus en plus utilisés les consommateurs ne puissent pas avoir le même niveau d'information que pour la viande brute.

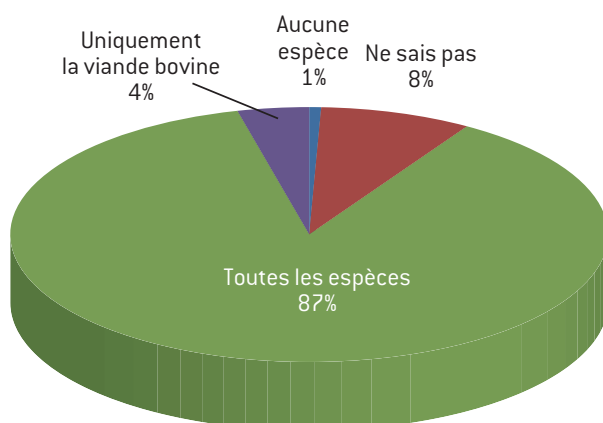
III. CONSTATS DES CONSOMMATEURS EN MATIÈRE DE TRAÇABILITÉ DEPUIS LE CHEVALGATE

Trouvez-vous facilement l'information sur l'origine de la viande ?



Ce sentiment de connaître l'origine des viandes est conforté par l'impression de ne pas vraiment trouver plus facilement l'information. Les consommateurs déclarent dans la même proportion trouver facilement, ou non, cette information (41%). A noter, 17% ne la cherche pas.

Selon vous, pour les morceaux de viandes ou volailles vendus en boucherie ou en libre-service, il est obligatoire de donner leur origine pour :



Les consommateurs sont pourtant 87% à indiquer que l'étiquetage de l'origine est obligatoire pour les viandes vendues en boucherie ou au rayon libre-service quelle que soit l'espèce.

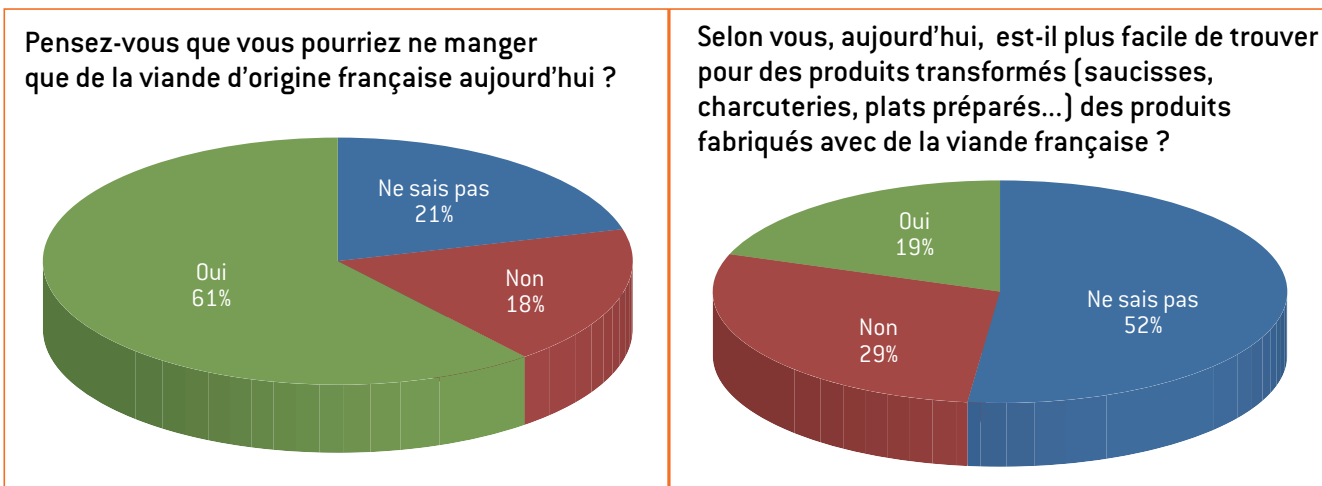
De même, les logos « Viandes de France » peuvent être utilisés par les fabricants de produits transformés.

Vraisemblablement, le nombre de professionnels investis dans cette démarche n'est pas suffisant pour inverser le sentiment des consommateurs de ne pas être informés.



III. CONSTATS DES CONSOMMATEURS EN MATIÈRE DE TRAÇABILITÉ DEPUIS LE CHEVALGATE

Choisir un produit en fonction de son origine est toujours aussi difficile pour les produits transformés.



Près de 2/3 des consommateurs répondent qu'il est possible de ne manger que de la viande française. Mais, ils ne sont que 20% à estimer pouvoir trouver plus facilement des plats transformés à base de viande française. Ces proportions ne varient pas quels que soient la fréquence de consommation de viande ou le lieu d'achat habituel de celle-ci.

A la question « Pourquoi ? »

Pour la **viande brute**, 60% des consommateurs nous ont donné des précisions sur leur réponse :

- 4% affirment déjà être passés au tout français.
- 11% indiquent que **l'étiquetage permet aujourd'hui de mieux connaître l'origine** même si pour 3% il reste compliqué.
- 10% affirment qu'il faut, par ailleurs, faire le choix de **ne pas acheter de plats préparés ni fréquenter les restaurations collectives ou les restaurants**.
- 14% indiquent également que la production française est suffisante pour permettre à chacun d'exercer ce choix cependant certains attirent notre attention sur la difficulté de trouver toutes les espèces, en particulier ovine, lors de leurs achats (3%).
- 26% évoquent les **circuits courts comme la solution** permettant de maîtriser l'origine de leur approvisionnement.
- A noter, 4% de ces consommateurs estiment que manger exclusivement français ne peut être un objectif en soi car **d'autres pays produisent également des viandes de qualité** alors qu'en France celle de certains élevages peut être médiocre. Des pays d'Europe ou d'Océanie ont été cités.
- Enfin la question du **budget** a été abordée comme un **frein** à réaliser cet objectif (4%). Cela conduit certains à préconiser une diminution de la consommation de viande (3%) au profit de la qualité.

Plusieurs personnes nous ont ici précisé préférer acheter français. Cette thématique est développée dans une question ultérieure mais on retrouve déjà les deux principales motivations : le soutien des filières et la qualité des produits garantie par une réglementation et des contrôles.

III. CONSTATS DES CONSOMMATEURS EN MATIÈRE DE TRAÇABILITÉ DEPUIS LE CHEVALGATE

La majorité des consommateurs n'ayant pas d'avis sur la question des **plats préparés**, seuls 30% des consommateurs nous ont apporté des précisions. Comme l'absence d'obligation d'étiquetage laissait le présumer, les raisons principales évoquées sont :

- 24% indiquent l'absence d'étiquetage de l'origine des viandes
- 22% le manque de traçabilité comme l'a montré le Chevalgate.

12% de ces consommateurs ont a contrario indiqué que l'étiquetage actuel permettait de trouver plus facilement des plats préparés à base de viande française et 4% d'entre eux ont fait référence aux logos « Viandes de France ».

6% des consommateurs ont attiré l'attention sur la spécificité du secteur : comme gage d'un savoir-faire, des professionnels mettent en avant le fait que le **produit est fabriqué en France. Or, cela n'engage pas sur l'origine des matières premières**. Dans ce cas, l'apposition d'une carte de France tricolore peut induire une confusion avec les logos « Viandes de France » dans l'esprit des consommateurs. 3% des consommateurs ont noté l'effet marketing lié à cette pratique.

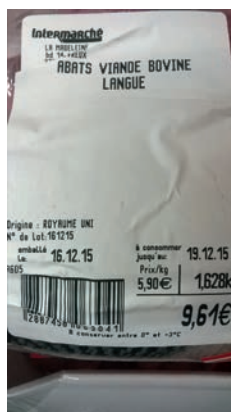
La question du prix a également été abordée par 13% des répondants. **La volonté de se fournir au plus bas prix des viandes dont la qualité n'est pas assurée pour fabriquer ce type de produit a été dénoncée.**

Finalement, 11% des consommateurs recommandent une nouvelle fois de se fournir au plus près des producteurs et chez des artisans qui transforment eux-mêmes la viande comme les artisans boucher-charcutier et donc de privilégier les circuits courts.

Familles Rurales déplore que sans étiquetage témoin de la traçabilité, le consommateur ne puisse exercer pleinement un choix éclairé et agir en faveur de ses propres valeurs.

IV. CONNAISSANCES EN MATIÈRE DE TRAÇABILITÉ ET D'ORIGINE

Certains emballages portent déjà des références géographiques (ville, région ou pays). Celles-ci correspondent à des recettes, des reconnaissances de savoir-faire, des lieux de transformation ou encore des obligations réglementaires... Certaines garantissent que l'ensemble de la filière s'est déroulé dans cette zone géographique, d'autres ne concernent que certaines étapes ou encore aucune étape ! Les consommateurs savent-ils faire la différence entre ces mentions et logos ? Nous avons testé les enquêtés sur la base de photos d'étiquettes de 5 produits anonymisés : une volaille AOP, un jambon STG affiné en Espagne, une barquette de langue origine RU libre-service, des rillettes du Mans libre-service et un lait UHT portant la mention « lait 100% français ».



Pensez-vous que les informations indiquées sur ces emballages garantissent :

	Le lieu de fabrication préparation			L'origine de la viande		
	Oui	Non	Oui	Oui	Non	NSP
Volaille AOP	51%	41%	8%	56%	38%	6%
Langue origine RU	18%	68%	14%	51%	40%	9%
Rillettes du Mans	20%	68%	12%	11%	78%	12%
Jambon STG affiné en Espagne	43%	48%	8%	22%	69%	9%
Lait UHT 100% français	25%	63%	12%	33%	54%	13%

En dehors des Rillettes du Mans, où les scores sont assez tranchés en faveur de la bonne réponse, une part non négligeable des consommateurs a été dans l'erreur pour les autres produits.

Rillettes du Mans est une recette. C'est-à-dire qu'il n'y a aucune garantie ni pour le lieu de fabrication, ni pour l'origine des viandes.

IV. CONNAISSANCES EN MATIÈRE DE TRAÇABILITÉ ET D'ORIGINE

Certes le Jambon STG pouvait prêter à confusion du fait de l'apposition de la référence à l'affinage en Espagne en ce qui concerne le lieu de fabrication. Il s'agit d'une étape essentielle mais pas unique. Par contre, les consommateurs ont bien saisi que ce signe n'offrait aucune garantie concernant l'origine de la viande. On retrouve également ici la défiance exprimée par certains vis-à-vis de la traçabilité des produits transformés.

Les consommateurs ne semblent pas connaître les contraintes liées à l'obtention d'une AOP. Cela peut-il provenir de la polémique qui a entouré le passage de l'AOC française à l'AOP européenne ? Vraisemblablement la confiance en ce signe n'est pas acquise.

Le faible taux de bonne réponse concernant la langue d'origine Royaume Uni est par contre particulièrement étonnant. Le manque de précision concernant le pays est-il à l'origine de cette défiance ?

La disparité des réponses concernant le lait peut provenir de l'absence de logo bien identifié concernant l'origine. Une réelle harmonisation serait pertinente. Néanmoins, si le lait présenté n'était pas d'origine française, l'apposition d'une telle mention « lait 100% français » constituerait une fraude.

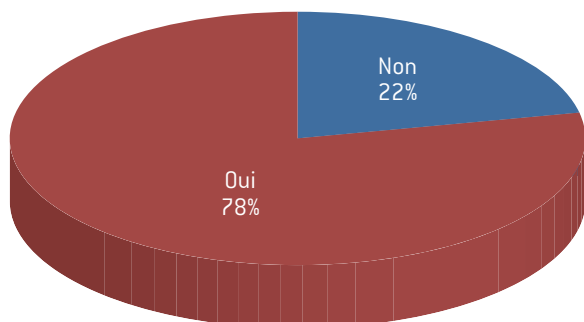
Il n'y a pas de différence notable entre les consommateurs en fonction de leur lieu d'achat. Les personnes consommant le plus régulièrement de la viande n'obtiennent pas les meilleurs résultats contrairement à ceux en consommant 3 fois par semaine. Les personnes proches du monde de l'élevage obtiennent de meilleurs résultats (+6% en moyenne) sur les deux premiers produits. On obtient également une amélioration de 10% pour les consommateurs habitant la zone de production et départements limitrophes pour la volaille AOP.

Les garanties des logos « Viandes de France » ne sont pas bien connues

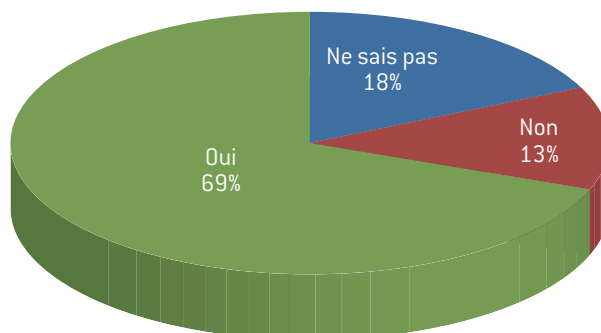


Les filières de production de viande ont élaboré des logos communs afin de permettre aux consommateurs de repérer plus facilement les viandes d'origine française y compris dans les plats préparés. Nous avons demandé aux consommateurs s'ils connaissaient ces logos et leur signification.

Connaissez-vous au moins un de ces logos ?



Avez-vous déjà rencontré au moins l'un d'entre eux sur un emballage de produit alimentaire ?



- 4/5ème des consommateurs déclarent connaître ces logos ;
- Près de 70% l'ont déjà rencontré.

IV. CONNAISSANCES EN MATIÈRE DE TRAÇABILITÉ ET D'ORIGINE

On peut donc considérer que le logo est bien identifié. Mais les garanties apportées par ce logo sont-elles connues ?

Pour vous, ces logos garantissent que :

	Oui	Non	Ne sais pas
Les animaux sont nés en France	42%	29%	29%
Les animaux ont été élevés en France	69%	14%	17%
Les animaux ont été abattus en France	52%	22%	26%
Le produit a été fabriqué en France	54%	22%	25%

Les engagements du logo ne sont pas suffisamment bien identifiés par les consommateurs alors qu'ils répondent à leur interrogation en matière d'origine. Ils considèrent essentiellement ces logos comme une garantie sur le lieu d'élevage et non sur l'ensemble de la filière depuis la naissance jusqu'à la transformation. Si l'on ne s'intéresse qu'à ceux ayant indiqué connaître les logos, les résultats s'améliorent de 10% sur la garantie élevée en France et seulement de 3 ou 4% sur les autres garanties. Cela peut être dû au fait que la quasi-totalité des consommateurs (95%) considère comme « important » à « très important » le pays d'élevage contrairement au lieu de naissance et d'abattage.

« Pays tiers » quèsaco ?

Les mentions destinées à préciser l'origine sur les produits bruts du type « origine France » ne sont pas non plus véritablement bien comprises.

Pour la mention « origine France », on obtient des résultats similaires à ceux des logos « Viandes de France » :

« Origine France » ?	Oui	Non	Ne sais pas
Les animaux sont nés en France	42%	34%	23%
Les animaux ont été élevés en France	62%	22%	16%
Les animaux ont été abattus en France	48%	28%	25%
Le produit a été fabriqué en France	62%	19%	18%



Pour la mention « Origine France », les consommateurs sont cependant plus enclins à considérer que le produit a été fabriqué en France. Ainsi, alors que les logos « Viandes de France » sont bien identifiés pour l'élevage des animaux, cette mention semble leur apparaître comme plus globale. On peut alors considérer que le mot « origine » englobe bien toutes les étapes de la fabrication d'un produit. Cependant, dans certains cas cette mention ne porte que sur les produits carnés et non sur la transformation.

IV. CONNAISSANCES EN MATIÈRE DE TRAÇABILITÉ ET D'ORIGINE

D'une manière générale, il est souhaitable que les mentions soient le plus explicites possible. Par exemple, quand la mention est « Pays d'élevage », les consommateurs indiquent à 88% que cela concerne l'élevage. « Pays Tiers », par contre, ne leur parle pas du tout, la majorité ne se prononce pas, quelle que soit l'étape concernée (52 à 56%).

« Pays d'élevage » ?	Oui	Non	Ne sais pas
Les animaux sont nés dans ce pays	28%	52%	20%
Ils ont été élevés dans ce pays	88%	6%	6%
Ils ont été abattus ce pays	21%	53%	26%

« Origine Pays tiers » ?	Oui	Non	Ne sais pas
Les animaux sont nés dans un pays hors de l'union européenne	38%	9%	53%
L'animal a été élevé dans l'un ou plusieurs pays hors de l'union européenne	41%	7%	52%
L'animal a été abattu dans un pays hors de l'union européenne	34%	10%	56%

Les meilleurs résultats sont obtenus pour « origine UE », la mention étant plus globalisante encore, elle apparaît peut-être plus véridique. Est-ce parce qu'elle permet de prendre en considération la complexité des circuits comme dénoncée lors du Chevalgate ?

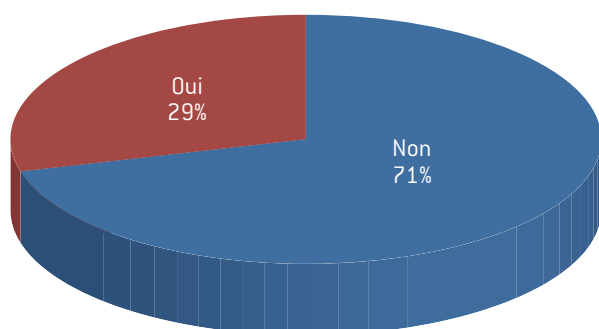
« Origine UE » ?	Oui	Non	Ne sais pas
Les animaux sont nés dans un pays de l'union européenne	64%	14%	21%
L'animal a été élevé dans l'un ou plusieurs pays de l'union européenne	76%	10%	14%
L'animal a été abattu dans un pays de l'union européenne	65%	15%	20%

Le nouvel étiquetage des morceaux de viande

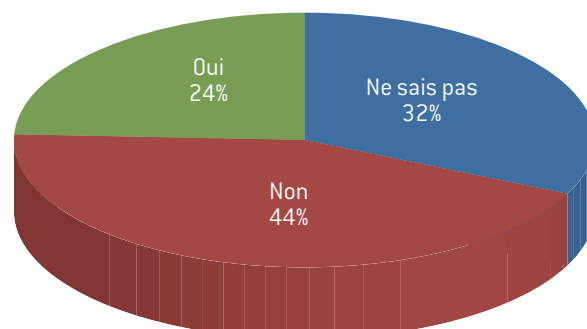
Nous avons profité de cette enquête pour questionner les consommateurs sur le nouvel étiquetage des viandes vendues en libre-service.

Il n'est désormais plus obligatoire de préciser le nom exact des morceaux de viande tels qu'ils sont définis par la profession lorsqu'ils sont vendus en libre-service. Ceux-ci peuvent être remplacés par des dénominations plus connues. Le nom des morceaux est complété par une classification sous forme d'étoile en fonction de la tendreté (jusqu'à 3) et de conseil de cuisson (ex blanquette, à griller...).

Connaissez-vous ce système « Etoiles » ?



L'avez-vous déjà rencontré sur un emballage de viande en libre-service ?



Ce nouveau système d'étiquetage n'est pas mieux connu que les mentions concernant l'origine des viandes.

V. CRITÈRES DE CHOIX

Et pourtant l'origine reste un critère prépondérant dans le choix d'une viande par les consommateurs

S'intéresser et s'informer sur un sujet est plus facile quand celui-ci a de l'importance à vos yeux. Nous avons donc cherché à savoir si l'origine avait réellement un impact dans le choix des consommateurs.

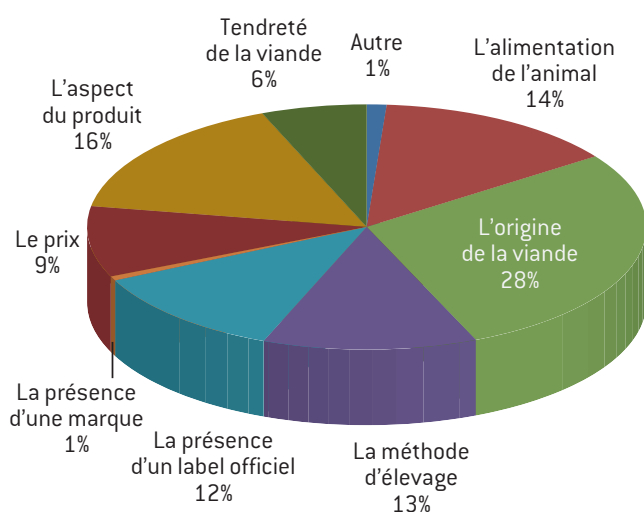
Les consommateurs ont été invités à nous indiquer quelle importance revêtait plusieurs critères dans leur choix successivement pour les viandes et les plats préparés.

Les tendances sont moins marquées pour les plats préparés que pour les viandes fraîches. 6% des consommateurs déclarent notamment ne pas en acheter.

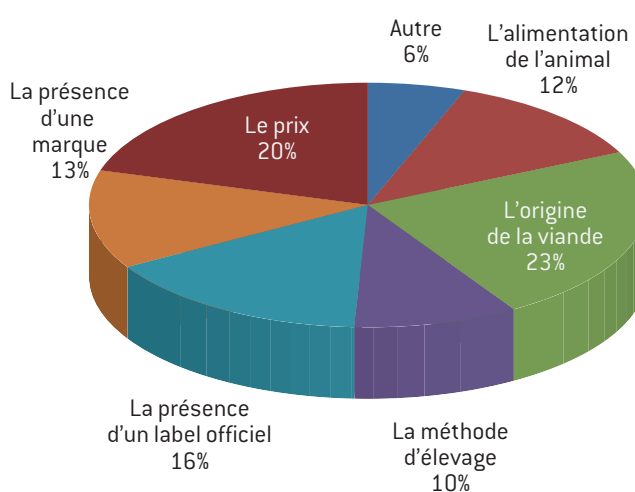
Dites-nous si les critères suivants ont de l'importance lors du choix d'un produit :

	Viande brute		Plats préparés	
	Pas ou peu important	Important ou très important	Pas ou peu important	Important ou très important
L'alimentation de l'animal	20%	80%	36%	64%
L'aspect du produit	6%	94%	-	-
La méthode d'élevage	20%	80%	36%	64%
L'origine de la viande	8%	92%	20%	80%
La présence d'un label officiel	18%	82%	27%	73%
La présence d'une marque	62%	38%	47%	53%
Le prix	20%	80%	27%	73%
Tendreté de la viande	29%	71%	-	-
Autre	65%	35%*	59%	41%

1er critère de choix pour la viande brute



1er critère de choix pour un plat préparé



V. CRITÈRES DE CHOIX

- L'origine est considérée comme importante ou très importante qu'il s'agisse de viande brute ou de plats préparés ;
- C'est d'ailleurs le premier critère de choix ;
- Le prix a une importance bien plus relative dans la viande brute que dans les plats préparés ;
- La présence d'un label officiel se révèle être un critère plus important également pour les plats préparés ;
- Les marques sont plutôt considérées comme un critère peu ou pas important ;
- Dans la catégorie « autre », certains consommateurs ont fait valoir le lieu d'achat et le fait que l'origine soit locale comme critères prépondérants.

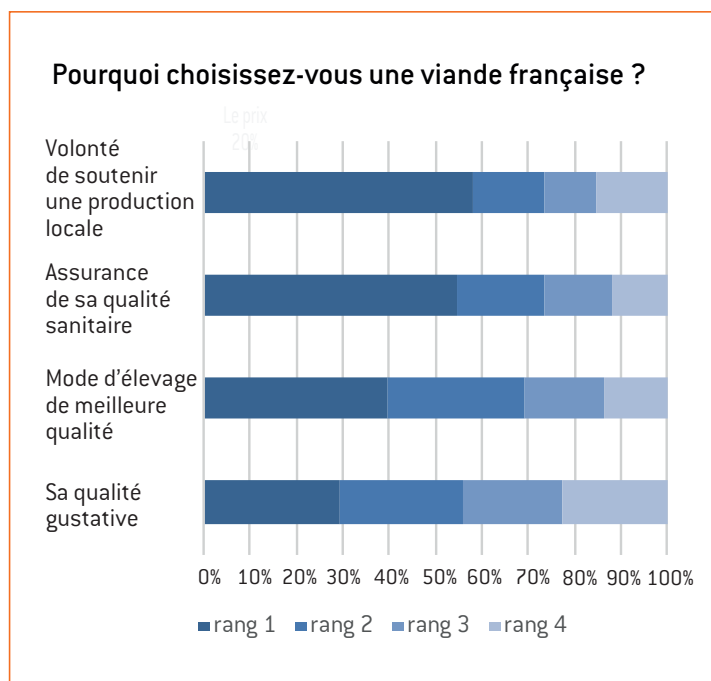
Rappelons que le scandale du « Chevalgate » a touché l'ensemble des gammes de produits et que les marques nationales n'ont pas été épargnées. Il semble donc normal que les marques ne soient pas considérées comme une garantie.

L'origine des viandes étant un critère prépondérant, il est nécessaire que cette information soit plus facile à trouver et compréhensible par le consommateur. Un effort de sensibilisation sur les engagements des labels officiels (AOP, IGP, STG) est à réaliser car ils peuvent être amenés à déclencher le choix d'un produit. Familles Rurales considère qu'il est impératif que le consommateur ne se sente pas lésé afin de conserver sa confiance.

L'origine française également choisie comme gage de la qualité sanitaire

Le critère origine étant primordial dans l'acte d'achat des consommateurs, nous avons souhaité connaître les qualités attendues de ces produits.

- Pourquoi choisissez-vous une viande française ? Notez l'importance de ces 4 propositions (1 étant le plus important et 4 le moins important).
 - L'assurance de sa qualité sanitaire ;
 - Sa qualité gustative ;
 - Un mode d'élevage que je considère de meilleure qualité ;
 - La volonté de soutenir une production locale.



Les deux premières raisons évoquées pour l'achat d'une viande française sont sa qualité sanitaire et le soutien à la production locale. Viennent ensuite le mode d'élevage et la qualité gustative.

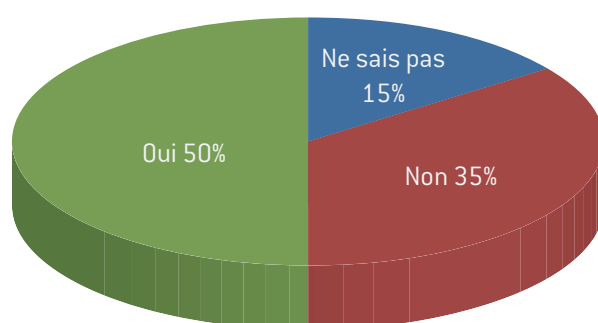
A noter, pour près d' 1/4 des consommateurs, ces quatre critères sont tous très importants. Parmi les autres raisons qui pourraient faire préférer une origine française, sont signalés la limitation du transport et donc l'impact carbone ou encore dans une moindre mesure la notion de terroir.

Familles Rurales tient à rappeler que toutes les viandes mises sur le marché ont été contrôlées et ne présentent pas de risque sanitaire. On peut légitimement s'interroger sur la dernière place de la qualité gustative. Familles Rurales enjoint les professionnels à se démarquer sur ce point.

V. CRITÈRES DE CHOIX

La qualité a un prix, mais en local et avec moins d'intermédiaires...

Ces différents éléments justifient-ils selon vous qu'une viande d'origine française puisse être plus chère qu'une autre ?



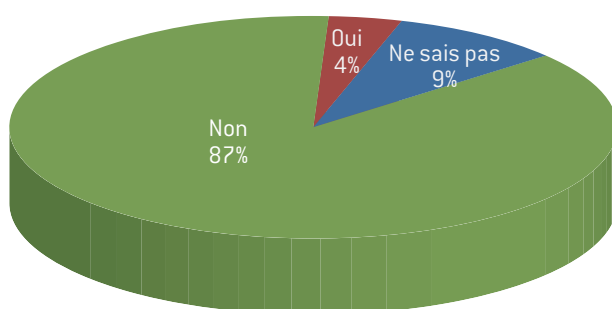
Les consommateurs sont assez partagés sur le fait qu'une viande « origine France » puisse être plus chère. En effet, ils ne sont que tout juste 50% à répondre « oui » à cette question. Pour ces personnes : la qualité a un prix (19%), les coûts de production et les charges constituent par ailleurs des éléments d'explication (respectivement 20% et 14%). Le niveau de vie, le respect des normes et la traçabilité sont également évoqués.

Cependant, en se fournissant par les circuits courts, certains consommateurs (5%) assurent qu'elle n'est pas plus chère. Plusieurs estiment que la limitation des frais de transport (12%) et la réduction des intermédiaires (6%) permet d'avoir une viande moins chère. Sur la question du transport, il est important de préciser qu'aujourd'hui le prix du fret n'est pas si élevé pour représenter un frein à l'importation. Enfin, ils sont 2% à rappeler que pouvoir accéder à la viande est un droit. La notion de prix réel ou prix vrai a été également abordée via la problématique des subventions et de la pression exercée sur les producteurs par les distributeurs notamment.

VI. SENTIMENT VIS-À-VIS DE L'OUVERTURE PAR UN ACCORD DE LIBRE-ÉCHANGE TRANSATLANTIQUE

Le contexte actuel n'est pas favorable à la facilitation des importations de viandes américaines par un accord de libre-échange entre l'UE et les USA

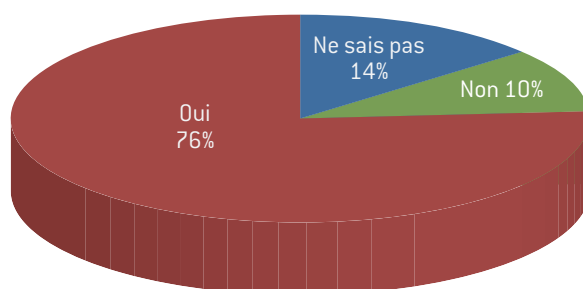
Considérez-vous cette éventualité comme une bonne chose ?



- 87% des consommateurs nous indiquent que « non » l'arrivée des viandes américaines n'est pas une bonne chose ;
- 76% considèrent qu'une viande d'origine européenne serait alors préférable.

L'arrivée de viandes américaines pousserait 1/3 des consommateurs à renforcer l'importance des différents critères proposés à l'exception, pour les viandes fraîches, de l'aspect et du prix. Le critère le plus souvent cité comme « très important » reste l'origine du produit pour ces personnes. La présence d'un label officiel se hisserait alors à la hauteur de l'origine pour les viandes fraîches. Pour les plats préparés, les plus fortes hausses sont constatées pour l'alimentation animale et le mode d'élevage.

Considéreriez-vous qu'une viande d'origine européenne serait préférable à une viande américaine ?



La méconnaissance et l'absence de mentions relatives à l'origine auxquelles s'ajoute la défiance persistante suite au Chevalgate n'est pas favorable à une ouverture du marché européen à d'autres pays comme les Etats-Unis.

CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Trois ans après la crise du Chevalgate, seul 1/3 des consommateurs se sent mieux informé sur l'origine des viandes. L'opacité vis-à-vis des circuits des matières premières reste entière. Même si l'obligation de l'étiquetage a été étendue aux autres espèces courantes pour la viande fraîche, les consommateurs ne sont que 70% en moyenne à déclarer en connaître l'origine. Quant aux plats préparés, l'absence d'obligation d'étiquetage induit que seuls 9% déclarent connaître l'origine de la viande !

Ce sentiment provient aussi en partie d'une mauvaise connaissance de la signification des étiquetages et logos y compris les logos « Viandes de France » mis en place justement pour répondre à ces interrogations. Les garanties ne sont pas connues ou ne semblent pas être reconnues comme fiables.

Les consommateurs dénoncent le manque d'information sur les produits transformés. Avec l'AOP, la seule possibilité est de choisir des produits portant les logos « Viandes de France » mais ils sont parfois difficiles à trouver dans certaines gammes en particulier les plats préparés. En effet, la réglementation européenne n'a pas permis d'obtenir ce que les associations de consommateurs demandent depuis plus d'une décennie, l'étiquetage de l'origine des viandes utilisées comme ingrédient.

Et pourtant pour les consommateurs, l'origine reste un critère prépondérant dans le choix d'une viande ou d'un produit contenant de la viande ! Par ce choix, les consommateurs ont le sentiment de venir en soutien des filières françaises. L'origine française d'une viande est également plus choisie pour sa qualité sanitaire que pour son mode d'élevage ou sa qualité gustative. Mais tous ces critères restent importants. **Les consommateurs considèrent que la production française est plus et mieux contrôlée.** La qualité des élevages est diverse sur le territoire, Familles Rurales attire l'attention des professionnels sur ce point afin que la confiance qui leur est donnée ne soit pas déçue remettant ainsi en cause l'intérêt d'une origine France.

Même si les consommateurs sont conscients des coûts de production et des charges qui pèsent sur les filières, seule la moitié estime que « origine France » puisse (et non pas doit) être plus chère. Le trop grand nombre d'intermédiaires et le prix trop faible payé aux éleveurs conduisent certains de nos consommateurs à choisir les circuits courts. Ils sont pour eux le seul moyen de s'assurer de l'origine de la viande et de soutenir les filières.

Familles Rurales recommande donc à ceux qui souhaitent maîtriser l'origine des viandes de leur alimentation, de :

- Cuisiner à partir de produits bruts pour lesquels l'étiquetage de l'origine est obligatoire ;
- Choisir les labels AOP qui garantissent que la production, la transformation et l'élaboration ont eu lieu dans une aire géographique déterminée. Il y en a environ 70 en France qui concernent des produits d'origine animale (viandes, fromages, charcuterie, beurres et miels) ;
- Choisir les plats préparés portant le logo « Viandes de France » ou les viandes « Origine France » ; pour ceux qui recherchent une origine française
- Dans la mesure du possible, se fournir directement auprès des éleveurs agréés pour une vente à la ferme ;
- Vérifiez l'origine des viandes en restauration collective ou hors foyer ;
- Ne pas hésiter à se faire préciser l'origine des produits auprès des professionnels y compris dans les circuits courts ;

CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Familles Rurales demande :

- Au gouvernement et aux parlementaires européens de continuer à œuvrer au niveau communautaire pour rendre obligatoire l'origine des viandes sur les produits transformés ;
- Aux professionnels du secteur des plats préparés de développer plus largement des gammes s'inscrivant dans la démarche « Viandes de France » afin de permettre aux consommateurs d'avoir un vrai choix ;
- Aux professionnels de compléter le dispositif des logos indiquant l'origine française par une marque unique et uniformisée garantissant l'origine des matières premières et des lieux d'élaboration pour les produits issus d'animaux : lait, œuf, miel... à l'instar des logos « Viandes de France ».

Familles Rurales rappelle que :

- « Transformé » ou « élaboré en France » n'offre pas de garantie concernant l'origine des matières premières mais seulement sur le lieu de fabrication du produit ;
- La marque de salubrité présente sur les produits d'origine animale n'offre pas non plus de garantie sur l'origine des matières premières. Elle indique que le lieu de fabrication est agréé et respecte les règles de production en particulier en matière d'hygiène. Elle permet également de situer l'atelier de fabrication, pays/Europe et département ;
- Les circuits courts sont divers et variés dans leur organisation. Quand ils sont fondés uniquement sur la limitation des intermédiaires, ils ne sont pas toujours une garantie d'approvisionnement local.

Annexes

- 1 Questionnaire mis en ligne
- 2 Signalétique de l'échantillon
- 3 Mémento de l'étiquetage des viandes
- 4 Liste des AOP-IGP-STG françaises

ANNEXE 1

QUESTIONNAIRE MIS EN LIGNE

Introduction à l'étude

En février 2013, les consommateurs apprenaient que des lasagnes contenaient du cheval à la place du bœuf. L'enquête a révélé une fraude impliquant plusieurs pays européens. Cette crise des « lasagnes au cheval » ou « Chevalgate » a conduit l'état et les opérateurs à mettre en place des mesures de façon volontaire ou réglementaire tant au niveau français qu'europpéen. Trois ans plus tard Familles Rurales souhaite faire un état des lieux.

Merci de répondre à cette enquête sur l'origine des viandes. Elle nous permettra de recueillir vos constats et vos habitudes de choix et enfin de déterminer si la situation actuelle s'est améliorée en matière d'information du consommateur notamment.

I. Signalétique de la population des répondants :

Texte introductif : Merci de répondre à ces quelques questions afin de mieux vous connaître.

1. A quelle fréquence consommez-vous habituellement des produits à base de viande ?

1. au moins une fois par jour
2. au moins 3 fois par semaine
3. au moins une fois par semaine
4. moins d'une fois par semaine
5. je ne mange pas de viande

Si Q1= 5 fin du questionnaire

2. Où acheter-vous le plus souvent votre viande ? (une seule réponse)

1. Dans la grande distribution (supermarché, hypermarché, hard discount)
2. Chez un artisan boucher charcutier
3. Sur le marché
4. En circuit court
5. Sur Internet

Si Q2 = 1 alors Q3

3. Est-ce plutôt :

1. Au rayon libre-service
2. A la boucherie du magasin

4. Sexe : H/F ;

5. Âge ;

1. 18 à 24 ans,
2. 25 à 39 ans,
3. 40 à 54 ans,
4. 55 à 64 ans,
5. 65 à 79 ans,
6. 80 ans et plus

ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE MIS EN LIGNE

6. Catégorie socio professionnelle :

1. Agriculteurs exploitants
2. Artisans, commerçants, chefs d'entreprise
3. Cadres et professions intellectuelles supérieures
4. Professions intermédiaires
5. Employés
6. Ouvriers
7. Retraités
8. Autres personnes sans activité professionnelle

7. Dans votre entourage proche, y a-t-il des personnes qui travaillent dans le monde de l'élevage d'animaux destinés à la consommation humaine ? Oui/non

8. Département (menu déroulant des départements)

9. Commune (Champ libre)

II. Depuis la crise, quels sont vos constats en matière de traçabilité ?

11. Depuis la crise des « lasagnes au cheval », avez-vous le sentiment d'être mieux informé(e)s sur l'origine des viandes ? (oui/non/NSP)

12. Dans vos achats, considérez-vous qu'en général vous connaissez l'origine des viandes :

Sur la viande fraîche en libre-service (viande présentée en barquettes filmées)	Oui	Non	NSP
Sur la viande fraîche au rayon boucherie ou chez le boucher	Oui	Non	NSP
Au rayon charcuterie en libre-service	Oui	Non	NSP
Au rayon charcuterie à la coupe	Oui	Non	NSP
Dans les plats préparés	Oui	Non	NSP

13. Trouvez-vous facilement l'information sur l'origine de la viande ? (oui/non/je ne la cherche pas)

14. Pensez-vous que vous pourriez ne manger que de la viande d'origine française aujourd'hui ? oui/non/NSP

Si réponse Q14 = oui ou non alors poser Q15

15. Pourquoi ? réponse libre

16. Selon vous, aujourd'hui, est-il plus facile de trouver pour des produits transformés (saucisses, charcuteries, plats préparés...) des produits fabriqués avec de la viande française ? (oui/non/nsp)

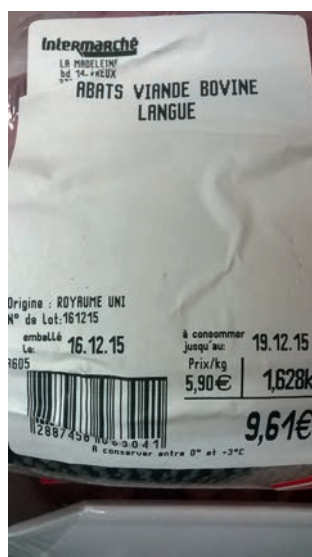
Si réponse Q16 = oui ou non alors poser Q17

17. Pourquoi ? réponse libre

ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE MIS EN LIGNE

III. Connaissance en matière de traçabilité et d'origine :

18. Pensez-vous que les informations indiquées sur ces emballages garantissent :



	Le lieu de fabrication/préparation	L'origine de la viande
Volaille de bresse	Oui/non/nsp	Oui/non/nsp
Langue	Oui/non/nsp	Oui/non/nsp
Rillettes du Mans	Oui/non/nsp	Oui/non/nsp
Jambon serano	Oui/non/nsp	Oui/non/nsp
Lait UHT	Oui/non/nsp	Oui/non/nsp

ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE MIS EN LIGNE

18. Connaissez-vous au moins un de ces logos ? oui/non



20. Avez-vous déjà rencontré au moins l'un d'entre eux sur un emballage de produit alimentaire ?
oui/non/NSP

21. Pour vous ces logos garantissent que :

Les animaux sont nés en France	Oui	Non	NSP
Les animaux ont été élevés en France	Oui	Non	NSP
Les animaux ont été abattus en France	Oui	Non	NSP
Le produit a été fabriqué en France	Oui	Non	NSP

22. Selon vous, pour les morceaux de viandes ou volailles vendus en boucherie ou en libre-service, il est obligatoire de donner leur origine pour :

- Toutes les espèces
- Uniquement la viande bovine
- Aucune espèce
- NSP

23. Selon vous, pour les produits transformés, il est obligatoire de donner l'origine de la viande pour

- Toutes les espèces
- Uniquement la viande bovine
- Aucune espèce
- NSP

Concernant les indications d'origine précisées sur les emballages :

24. Lorsque vous voyez « Origine France » écrit sur un produit, pour vous, cela signifie que ?

Les animaux sont nés en France	Oui	Non	NSP
Les animaux ont été élevés en France	Oui	Non	NSP
Les animaux ont été abattus en France	Oui	Non	NSP
Le produit a été fabriqué en France	Oui	Non	NSP

25. Lorsque vous voyez « Pays d'élevage : nom du pays » écrit sur un produit, pour vous, cela signifie que ?

Les animaux sont nés dans ce pays	Oui	Non	NSP
Ils ont été élevés dans ce pays	Oui	Non	NSP
Ils ont été abattus dans ce pays	Oui	Non	NSP

ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE MIS EN LIGNE

26. Que signifie pour vous la mention « pays tiers » (oui/non + précisez)

Les animaux sont nés dans un pays hors de l'Union européenne	Oui	Non	NSP
L'animal a été élevé dans l'un ou plusieurs pays hors de l'Union européenne	Oui	Non	NSP
L'animal a été abattu dans un pays hors de l'Union européenne	Oui	Non	NSP

27. Que signifie pour vous la mention « origine UE » :

Les animaux sont nés dans un pays de l'Union européenne	Oui	Non	NSP
L'animal a été élevé dans l'un ou plusieurs pays hors de l'Union européenne	Oui	Non	NSP
L'animal a été abattu dans un pays hors de l'Union européenne	Oui	Non	NSP

Il n'est désormais plus obligatoire de préciser le nom des morceaux de viande vendus en libre-service. Le nom des morceaux est remplacé par une classification sous forme d'étoile en fonction de la tendreté et de conseil de cuisson (ex blanquette, à griller...).

28. Connaissez-vous ce système ? oui/non/NSP

29. L'avez-vous déjà rencontré sur un emballage de viande en libre-service ? oui/non/NSP

IV. Critères de choix

30. Lorsque vous choisissez un morceau de viande dans le rayon boucherie à la coupe ou au rayon libre-service, dites-nous si les critères suivants ont de l'importance ?

L'alimentation de l'animal	Pas important	Peu important	Important	Très important
L'aspect du produit (couleur, taille, présence de gras ...)	Pas important	Peu important	Important	Très important
La méthode d'élevage	Pas important	Peu important	Important	Très important
L'origine de la viande	Pas important	Peu important	Important	Très important
La présence d'un label officiel	Pas important	Peu important	Important	Très important
La présence d'une marque	Pas important	Peu important	Important	Très important
Le prix	Pas important	Peu important	Important	Très important
Tendreté de la viande (nombre d'étoiles)	Pas important	Peu important	Important	Très important
Autre > précisez	Pas important	Peu important	Important	Très important

31. Parmi ceux que vous jugez au moins importants, quel est celui qui guide en premier votre choix ? (1 case à cocher parmi l'extraction des propositions si possible techniquement sinon question ouverte).

32. En est-il de même quand vous achetez des plats préparés (lasagnes, pâtés, cassoulet...) ? Indiquez-nous l'importance de ces critères.

L'alimentation de l'animal	Pas important	Peu important	Important	Très important
La méthode d'élevage	Pas important	Peu important	Important	Très important
L'origine de la viande	Pas important	Peu important	Important	Très important
La présence d'un label officiel	Pas important	Peu important	Important	Très important
La présence d'une marque	Pas important	Peu important	Important	Très important
Le prix	Pas important	Peu important	Important	Très important
Autre > précisez	Pas important	Peu important	Important	Très important

ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE MIS EN LIGNE

33. Parmi ceux que vous jugez au moins importants, quel est celui qui guide en premier votre choix ? (1 case à cocher parmi l'extraction des propositions si possible techniquement. Sinon question ouverte).

34. Accordez-vous la même importance entre les lieux de naissance d'élevage ou d'abattage ?

Lieux de naissance	Pas important	Peu important	Important	Très important
Lieux d'élevage	Pas important	Peu important	Important	Très important
Lieux d'abattage	Pas important	Peu important	Important	Très important

En matière d'origine,

35. Pourquoi choisissez-vous une viande française ? Classez par ordre d'importance 1 étant le plus important et 4 le moins important.

	1	2	3	4
L'assurance de sa qualité sanitaire				
Sa qualité gustative				
Un mode d'élevage que je considère de meilleure qualité				
La volonté de soutenir une production locale				

36. Si vous choisissez une viande française pour une autre raison, précisez : réponse libre

37. Ces différents éléments justifient-ils selon vous qu'une viande d'origine française puisse être plus chère qu'une autre ? (oui/non/NSP) + Pourquoi ?

V. Sentiment vis-à-vis de l'ouverture dans le cadre du TTIP

Dans le cadre des transactions menées actuellement entre les Américains et les Européens, il est possible que les barrières douanières soient levées concernant les viandes. Les viandes américaines arriveront plus facilement sur notre continent.

38. Considérez-vous cette éventualité comme une bonne chose ? (oui/non/NSP)

39. Si cela se réalisait, changeriez-vous vos critères d'achat de produits contenant de la viande ? (oui/non/NSP)

Si Q39 = oui alors Q40 à Q43

40. Accordez-vous la même importance entre les lieux de naissance d'élevage ou d'abattage ?

L'alimentation de l'animal	Pas important	Peu important	Important	Très important
L'aspect du produit (couleur, taille, présence de gras ...)	Pas important	Peu important	Important	Très important
La méthode d'élevage	Pas important	Peu important	Important	Très important
L'origine de la viande	Pas important	Peu important	Important	Très important
La présence d'un label officiel	Pas important	Peu important	Important	Très important
La présence d'une marque	Pas important	Peu important	Important	Très important
Le prix	Pas important	Peu important	Important	Très important
Tendreté de la viande (nombre d'étoiles)	Pas important	Peu important	Important	Très important
Autre > précisez	Pas important	Peu important	Important	Très important

ANNEXE 1 : QUESTIONNAIRE MIS EN LIGNE

41. Pour les plats préparés quels seraient alors l'importance des différents critères ?

L'alimentation de l'animal	Pas important	Peu important	Important	Très important
La méthode d'élevage	Pas important	Peu important	Important	Très important
L'origine de la viande	Pas important	Peu important	Important	Très important
La présence d'un label officiel	Pas important	Peu important	Important	Très important
La présence d'une marque	Pas important	Peu important	Important	Très important
Le prix	Pas important	Peu important	Important	Très important
Autre > précisez	Pas important	Peu important	Important	Très important

42. Considèreriez-vous qu'une viande d'origine européenne serait préférable à une viande américaine ?
[oui/non/NSP]

Si Q42 =oui alors Q43

43. Pourquoi ? [réponse libre]

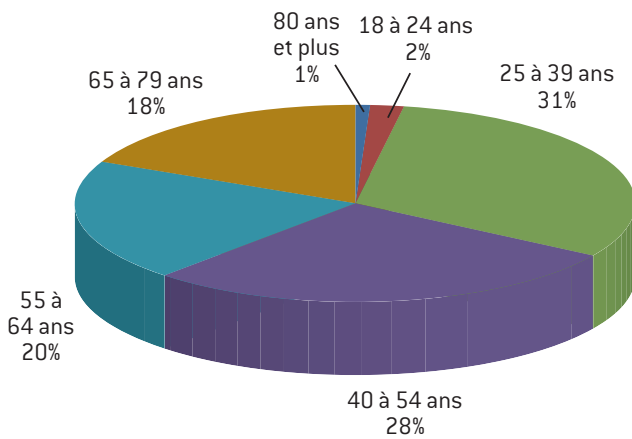
44. Quels commentaires vous inspire l'ensemble de ces questions ?

Nous vous remercions pour votre participation. Pour en savoir plus, vous pouvez consulter la fiche consacrée à l'origine des produits alimentaires sur le site de Familles Rurales. Les réponses aux premières questions y seront publiées après la clôture du questionnaire.

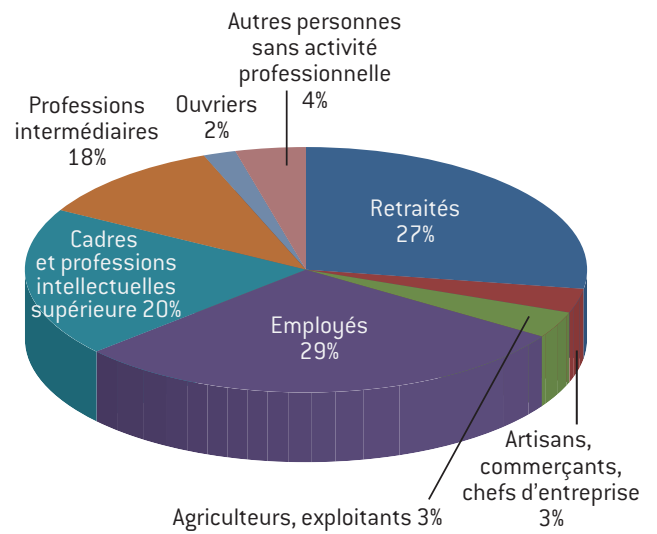
ANNEXE 2

SIGNALÉTIQUE DES PERSONNES AYANT RÉPONDU

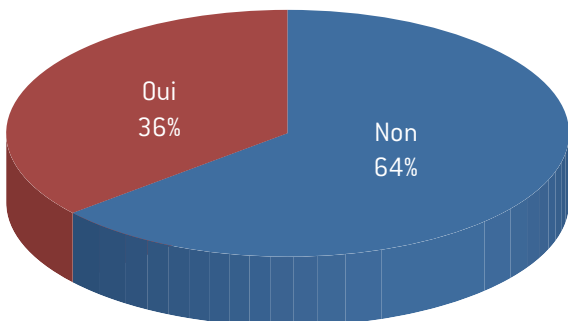
Age des répondants



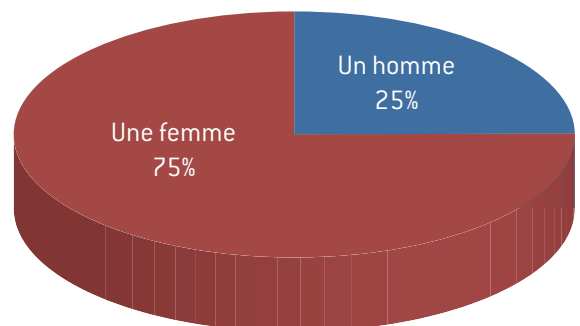
Répartition selon la CSP



Dans votre entourage proche, y a-t-il des personnes qui travaillent dans le monde de l'élevage d'animaux destinés à la consommation humaine ?



Sexe des répondants



ANNEXE 3 : MÉMENTO DE L'ÉTIQUETAGE DES VIANDES

Depuis la crise sanitaire de la « vache folle » et la tromperie du « Chevalgate », diverses mentions concernant la traçabilité et en particulier l'origine des viandes doivent obligatoirement figurer sur les étiquettes des viandes ou produits à base de viande. Malheureusement, les mentions d'origine des viandes ne sont pas assurées pour tous les produits, et dans certains cas, elles ne sont que volontaires.

Pour bien s'y retrouver, il faut distinguer les différents types de produits :

1. Produit brut/produit transformé :

La réglementation distingue deux types de produits les produits : bruts ou non transformés et ceux ayant subi une transformation. Ils ne sont pas soumis aux mêmes obligations.

« Produits non transformés » : les denrées alimentaires n'ayant pas subi de transformation et qui comprennent les produits qui ont été divisés, séparés, tranchés, découpés, désossés, hachés, dépouillés, broyés, coupés, nettoyés, taillés, décortiqués, moulus, réfrigérés, congelés, surgelés ou décongelés.

« Transformation » : toute action entraînant une modification importante du produit initial, y compris par chauffage, fumaison, salaison, maturation, dessiccation, marinage, extraction, extrusion, ou une combinaison de ces procédés.

Ainsi des produits comme les chipolatas, farces, viandes panées, épicées même si elles se trouvent dans le même présentoir que des viandes brutes sont des produits transformés. Les plats préparés font également partie des produits transformés.

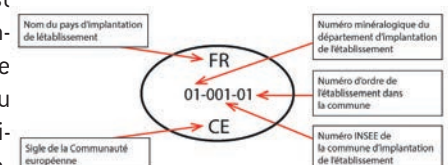
2. Les espèces :

- La viande bovine dont la réglementation a été mise en place suite à la crise de la vache folle. C'est la plus complète ;
- Les espèces ovine, caprine, porcine, volaille ont vu la réglementation évoluer suite à la fraude « Chevalgate » ;
- Les autres espèces : gibiers, kangourou...

A. Les mentions obligatoires pour tous :

Des éléments de traçabilité :

- Le numéro de lot : un numéro assurant le lien entre le produit et l'animal ou le groupe d'animaux dont il est issu et les autres matières premières pour les produits transformés.
- L'estampille sanitaire, qui correspond au numéro d'agrément, est présente sur les produits issus d'animaux ou les denrées alimentaires en contenant destinés à la consommation humaine. Elle atteste que l'entreprise respecte les règles d'hygiène édictées au niveau européen. Chaque atelier différent (abattage, découpe, fabrication de fromage, de conserve de viande...) au sein de chaque établissement doit obtenir l'agrément délivré par les services de l'état.



Des éléments de durabilité du produit :

- Les dates de consommation soit DLC pour les produits bruts, soit DDM ou DLC pour les produits transformés.
- Les conditions de conservation et/ou de préparation pour les produits sensibles comme les viandes hachées où il est recommandé de cuire à cœur la préparation par exemple.

ANNEXE 3 : MÉMENTO DE L'ÉTIQUETAGE DES VIANDES

Des éléments d'information générale comme pour tout autre produit : le prix au kilo ou à la pièce, la quantité (poids/volume), la liste des ingrédients dans l'ordre décroissant, la composition nutritionnelle, la présence d'allergènes, les références du fabricant.

B. Mentions obligatoires pour la viande de bœuf vendue non transformée :



- La traçabilité est garantie en plus du n° de lot par :
 - le numéro d'agrément de l'abattoir ;
 - le numéro d'agrément de l'atelier de découpe ;
- L'origine : l'étiquette doit préciser **où l'animal est né, où il a été élevé et abattu** ;
- La catégorie de l'animal (bœuf, génisse, vache, veau) ;
- Le type d'animal : race à viande ou laitier voire mixte ;
- La dénomination des morceaux ;
- La tendreté et la destination culinaire (cf ci-dessous).



Depuis décembre 2014, un nouvel étiquetage des viandes vendues en libre-service a été mis en place à la demande des professionnels :

- Le nom des morceaux méconnus est remplacé par **le type de morceau** plus connu (ex : steak, rôti, pot-au-feu, escalope, côte, gigot...)
- **Le potentiel de tendreté** ou de moelleux est désormais indiqué sur l'étiquette au moyen d'étoiles (jusqu'à 3 étoiles).
- **Le mode de cuisson** est précisé (à griller, à rôtir, à mijoter...)

A noter : depuis 2002 l'origine des viandes bovines est également obligatoire en restauration c'est-à-dire les lieux où sont servis des repas (cantines, restaurants...)

ANNEXE 3 : MÉMENTO DE L'ÉTIQUETAGE DES VIANDES

C. Les mentions obligatoires pour les viandes ovines, caprines, porcines et volailles vendues non transformées :



- Le pays d'élevage : la notion de pays d'élevage est complexe car elle prend en compte l'âge et le poids de l'animal. Le tableau ci-dessous indique les seuils pris en considération.
- Le pays d'abattage.



Le lieu de naissance de l'animal n'est pas obligatoire ! Mais, si le professionnel utilise « Origine », cela sous-entend toujours que l'animal est né, élevé et abattu dans un même pays.

Tableau : Qu'entend-t-on par "pays d'élevage" pour chaque espèce ?

Pour les ovins et caprins	De 6 mois et plus	Dernier pays où l'animal a été élevé pendant au moins 6 mois d'affilé
	De moins de 6 mois	Pays dans lequel il a été entièrement élevé
Pour les porcs	De 6 mois et plus	Dernier pays où l'animal a été élevé pendant au moins 4 mois d'affilé
	De moins de 6 mois, avec un poids vif de 80 kg et plus	Pays où l'animal a été élevé après l'atteinte de 30 kg de poids vif
	De moins de 6 mois, avec un poids vif de moins de 80 kg	Pays dans lequel il a été entièrement élevé
Pour les volailles	Pour les volailles de 1 mois et plus	Dernier pays où l'animal a été élevé pendant au moins 1 mois d'affilé
	De moins de 1 mois	Pays dans lequel il a été entièrement élevé
Pour toutes ces espèces	Viandes provenant de pays tiers et pour lesquelles les informations ne sont pas disponibles	Dérogation prévue : mention « hors UE » pour le pays d'élevage et mention du pays d'abattage
	Viandes hachées et chutes de parage	Dérogations prévues pour les animaux dont l'élevage et l'abattage s'est fait dans différents pays

D. Les mentions volontaires pour tous les produits issus de toutes les espèces qu'ils soient bruts ou transformés :

Elles concernent des pratiques ou des contraintes supplémentaires que se sont imposées les éleveurs ou fabricants pour répondre à des demandes des consommateurs.

Elles sont définies :

1. Dans le cadre de cahiers des charges validés par l'état : les Signes Officiels de la Qualité et de l'Origine (SIQO) : AOP, IGP, STG, Label Rouge et Agriculture Biologique ;
2. Des réglementations spécifiques comme par exemple « nourri sans OGM < à 0,9 % > » ; produit de montagne ;
3. Des cahiers des charges établis entre professionnels.

Seules les deux premières catégories apportent de vraies garanties aux consommateurs.

ANNEXE 3 : MÉMENTO DE L'ÉTIQUETAGE DES VIANDES

Ces mentions concernent :

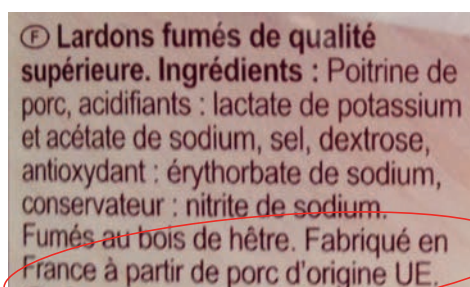
- Les méthodes particulières d'élevage ou d'alimentation : par exemple élevées en plein air, sans OGM ...
- Les SIQO faisant référence à des signes de qualité ou des modes de production.
- Les conditions d'abattage selon certaines pratiques religieuses (abattages rituels casher et halal)

Pour les produits transformés, l'affichage de l'origine peut se faire de manière volontaire.

On distingue alors ce qui concerne l'animal de ce qui concerne la transformation.



- « Origine + Pays » sans autre précision, indique que toutes les étapes ont été faites dans le même pays depuis la naissance de l'animal jusqu'à l'élaboration du produit.
- Si « Origine + Pays » est précédé de l'espèce (ex « porc d'origine France ») cela indique que seules les étapes depuis la naissance jusqu'à l'abattage ont été effectuées en France.
- « Transformé » ou « élaboré en France » n'offre pas de garantie concernant l'origine des matières premières mais seulement sur le lieu de fabrication du produit. L'information est également donnée par la marque de salubrité.



E. Concernant les signes officiels de la qualité et d'indentification de l'origine :

Les règles concernant les AOP et IGP sont définies au niveau communautaire, ce qui leur assure une protection juridique dans l'Union européenne.



L'AOP (Appellation d'origine protégée) : désigne la dénomination d'un produit dont **la production, la transformation et l'élaboration doivent avoir lieu dans une aire géographique déterminée** avec un savoir-faire reconnu et constaté. Il s'agit de la déclinaison au niveau communautaire de l'AOC.



L'IGP (Indication géographique protégée) : désigne des produits agricoles et des denrées alimentaires dont les caractéristiques sont étroitement liées à **une zone géographique, dans laquelle se déroule au moins leur production, leur transformation OU leur élaboration.**



Spécialité traditionnelle garantie (STG) met en valeur la composition traditionnelle d'un produit ou son mode de production traditionnel. **Il n'y a pas d'obligation qu'une étape se déroule dans la zone géographique de cette tradition.**



Agriculture biologique (logo européen) garantit un mode de production respectueux de l'environnement.



Label Rouge est un signe national qui désigne des produits qui, par leurs conditions de production ou de fabrication, ont un niveau de qualité supérieur par rapport aux autres produits similaires habituellement commercialisés.

ANNEXE 3 : MÉMENTO DE L'ÉTIQUETAGE DES VIANDES

F. Concernant les logos « Viandes de France »



Fiche d'identité express³

Origine : viande provenant d'animaux nés, élevés, abattus, découpés et transformés en France.

Espèces concernées : bœuf, agneau, chèvre, cheval, porc, lapin et volaille.

Produits concernés : produits entiers, découpes, hachés, produits élaborés et plats cuisinés.

Logo : un logo facilement reconnaissable à sa forme qui rappelle la silhouette de la France et aux couleurs bleu-blanc-rouge.



3. Source ministère de l'Agriculture

ANNEXE 4 : LISTE DES AOP-IGP-STG FRANÇAISES



Ces informations ont été extraites de la base de données publique et européenne DOOR. Elle répertorie l'ensemble des AOP-IGP-STG accordées dans l'ensemble des pays européens et les demandes en cours (début février 2016).

Si vous recherchez des informations sur l'un de ces signes d'identification de l'origine, consultez la base à l'adresse :

<http://ec.europa.eu/agriculture/quality/door/list.html>

A titre d'exemple, ci-dessous, sont listées les AOP, IGP, STG Françaises des produits d'origine animale. A la base, on en répertorie plus de 1.500, tous signes origine animale/végétale et pays confondus.

AOP : appellation d'origine protégée

Viandes et produits à base de viande

Jambon noir de Bigorre	AOP	14/01/2016	Demande introduite
Porc noir de Bigorre	AOP	14/01/2016	Demande introduite
🍷 Bœuf de Charolles	AOP	10/07/2014	Enregistrée
🍷 Prés-salés du Mont-Saint-Michel	AOP	22/11/2013	Enregistrée
🍷 Prés-salés de la baie de Somme	AOP	09/07/2013	Enregistrée
🍷 Fin Gras/ Fin Gras du Mézenc	AOP	09/05/2013	Enregistrée
🍷 Maine - Anjou	AOP	17/12/2010	Enregistrée
🍷 Barèges-Gavarnie	AOP	01/03/2008	Enregistrée
🍷 Dinde de Bresse	AOP	15/05/2003	Enregistrée
🍷 Taureau de Camargue	AOP	26/02/2002	Enregistrée
🍷 Volaille de Bresse/Poulet de Bresse/Poularde de Bresse/Cha [...]	AOP	13/07/2000	Enregistrée
🍷 Coppa de Corse / Coppa de Corse - Coppa di Corsica	AOP	29/05/2014	Enregistrée
🍷 Jambon sec de Corse / Jambon sec de Corse - Prisuttu	AOP	29/05/2014	Enregistrée
🍷 Lonzo de Corse / Lonzo de Corse - Lonzu	AOP	29/05/2014	Enregistrée

Fromages

Tome des Bauges	AOP	23/12/2015	Publiée
Bleu du Vercors-Sassenage	AOP	20/11/2015	Demande introduite
Laguiole	AOP	20/11/2015	Demande introduite
Ossau-Iraty	AOP	21/10/2015	Demande introduite
Maroilles / Marolles	AOP	28/09/2015	Demande introduite
🍷 Charolais	AOP	20/06/2014	Enregistrée
🍷 Rigotte de Condrieu	AOP	19/11/2013	Enregistrée
🍷 Fourme de Montbrison	AOP	13/10/2010	Enregistrée
🍷 Mâconnais	AOP	05/08/2010	Enregistrée
🍷 Picodon	AOP	27/11/2009	Enregistrée
🍷 Morbier	AOP	30/10/2009	Enregistrée
🍷 Pouligny-Saint-Pierre	AOP	29/10/2009	Enregistrée
🍷 Roquefort	AOP	25/09/2008	Enregistrée
🍷 Banon	AOP	12/06/2007	Enregistrée
🍷 Tome des Bauges	AOP	09/05/2007	Enregistrée
🍷 Chevrotin	AOP	19/08/2005	Enregistrée




ANNEXE 4 : LISTE DES AOP-IGP-STG FRANÇAISES

 Valençay	AOP	12/08/2004	Enregistrée
 Beaufort	AOP	15/05/2003	Enregistrée
 Sainte-Maure de Touraine	AOP	15/05/2003	Enregistrée
 Salers	AOP	15/05/2003	Enregistrée
 Pélardon	AOP	05/12/2001	Enregistrée
 Bleu du Vercors-Sassenage	AOP	16/03/2001	Enregistrée
 Rocamadour	AOP	09/01/1999	Enregistrée
 Maroilles / Marolles	AOP	13/11/1996	Enregistrée
 Munster ; Munster-Géromé	AOP	13/11/1996	Enregistrée
 Fourme d'Ambert	AOP	02/07/1996	Enregistrée
 Abondance	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Bleu d'Auvergne	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Bleu des Causses	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Brie de Meaux	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Brie de Melun	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Camembert de Normandie	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Cantal ; fourme de Cantal ; cantalet	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Chabichou du Poitou	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Crottin de Chavignol / Chavignol	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Langres	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Livarot	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Neufchâtel	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Pont-l'Évêque	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Saint-Nectaire	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Selles-sur-Cher	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Bleu de Gex Haut-Jura ; Bleu de Septmoncel	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Chaource	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Comté	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Mont d'Or ; Vacherin du Haut-Doubs	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Reblochon / Reblochon de Savoie	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Brocciu Corse / Brocciu	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Époisses	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Laguiole	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Ossau-Iraty			
Autres produits issus d'animaux			
 Crème de Bresse	AOP	15/04/2014	Enregistrée
 Crème d'Isigny	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Beurre de Bresse	AOP	15/04/2014	Enregistrée
 Beurre Charentes-Poitou ; Beurre des Charentes ; Beurre de (...)	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Beurre d'Isigny	AOP	21/06/1996	Enregistrée
 Miel de sapin des Vosges	AOP	24/12/2005	Enregistrée
 Miel de Corse ; Mele di Corsica	AOP	06/06/2000	Enregistrée





































ANNEXE 4 : LISTE DES AOP-IGP-STG FRANÇAISES

IGP : indication géographique protégée

Viandes et produits à base de viande

Charolais de Bourgogne	IGP	08/12/2015	Demande introduite
Rosée des Pyrénées Catalanes	IGP	20/10/2015	Publiée
Poularde du Périgord	IGP	24/09/2015	Demande introduite
Poulet du Périgord	IGP	24/09/2015	Demande introduite
Chapon du Périgord	IGP	24/09/2015	Demande introduite
Agneau de Pauillac	IGP	23/02/2015	Demande introduite
Poulet de l'Ardèche/Chapon de l'Ardèche	IGP	29/12/2014	Demande introduite
 Pintade de l'Ardèche	IGP	29/12/2014	Demande introduite
 Poulet des Cévennes / Chapon des Cévennes	IGP	06/11/2013	Enregistrée
 Porc du Sud-Ouest	IGP	09/05/2013	Enregistrée
 Agneau de lait des Pyrénées	IGP	03/10/2012	Enregistrée
 Boeuf de Vendée	IGP	03/08/2011	Enregistrée
 Porc d'Auvergne	IGP	03/08/2011	Enregistrée
 Oie d'Anjou	IGP	12/02/2011	Enregistrée
 Agneau du Périgord	IGP	10/12/2010	Enregistrée
 Porc de Franche-Comté	IGP	30/10/2010	Enregistrée
 Génisse Fleur d'Aubrac	IGP	03/09/2010	Enregistrée
 Pintadeau de la Drôme	IGP	11/05/2010	Enregistrée
 Bœuf de Bazas	IGP	12/11/2008	Enregistrée
 Veau d'Aveyron et du Ségala	IGP	31/10/2008	Enregistrée
 Agneau de Lozère	IGP	26/07/2008	Enregistrée
 Volailles de Loué	IGP	11/06/2008	Enregistrée
 Agneau de Sisteron	IGP	16/02/2007	Enregistrée
 Agneau du Poitou-Charentes	IGP	06/04/2004	Enregistrée
 Agneau de Pauillac	IGP	06/04/2004	Enregistrée
 Agneau du Limousin	IGP	27/07/2000	Enregistrée
 Porc de la Sarthe	IGP	25/11/1997	Enregistrée
 Porc du Limousin	IGP	25/11/1997	Enregistrée
 Porc de Vendée	IGP	25/11/1997	Enregistrée
 Porc de Normandie	IGP	25/11/1997	Enregistrée
 Volailles de l'Ain	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles du Gers	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles du Maine	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles de l'Orléanais	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles de Bourgogne	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles du plateau de Langres	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles du Charolais	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles de Normandie	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles de Bretagne	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles de Houdan	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles de Challans	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles d'Alsace	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles du Forez	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles du Béarn	IGP	21/06/1996	Enregistrée

ANNEXE 4 : LISTE DES AOP-IGP-STG FRANÇAISES

 Volailles de Cholet	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles de Licques	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles des Landes	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles d'Auvergne	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles du Velay	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles du Val de Sèvres	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles d'Ancenis	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles de Janzé	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles de Vendée	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles du Gatinais	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles du Berry	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles de la Champagne	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles du Languedoc	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles du Lauragais	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles de Gascogne	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Bœuf charolais du Bourbonnais	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Agneau du Bourbonnais	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Bœuf du Maine	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Agneau du Quercy	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Agneau de l'Aveyron	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Veau du Limousin	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Bœuf de Chalosse	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Volailles de la Drôme	IGP	21/06/1996	Enregistrée
Jambon sec des Ardennes / Noix de Jambon sec des Ardennes	IGP	01/02/2016	Demande introduite
Saucisson de l'Ardèche	IGP	29/12/2015	Publiée
 Saucisson de Lacaune / Saucisse de Lacaune	IGP	26/11/2015	Enregistrée
Saucisson sec d'Auvergne / Saucisse sèche d'Auvergne	IGP	23/11/2015	Demande introduite
Jambon d'Auvergne	IGP	08/10/2015	Publiée
Jambon de l'Ardèche	IGP	07/10/2015	Publiée
 Jambon de Lacaune	IGP	27/08/2015	Enregistrée
Knack d'Alsace	IGP	07/07/2015	Publiée
 Jambon de Vendée	IGP	08/10/2014	Enregistrée
 Pâté de Campagne Breton	IGP	22/11/2013	Enregistrée
 Rillettes de Tours	IGP	15/11/2013	Enregistrée
 Saucisse de Montbéliard	IGP	21/06/2013	Enregistrée
 Saucisson de l'Ardèche	IGP	23/07/2011	Enregistrée
 Jambon de l'Ardèche	IGP	13/11/2010	Enregistrée
 Saucisse de Morteau / Jésus de Morteau	IGP	21/08/2010	Enregistrée
 Boudin blanc de Rethel	IGP	26/02/2002	Enregistrée
 Jambon sec des Ardennes / Noix de Jambon sec des Ardennes	IGP	18/10/2001	Enregistrée
 Canard à foie gras du Sud-Ouest (Chalosse, Gascogne, Gers, [...])	IGP	27/06/2000	Enregistrée
 Jambon de Bayonne	IGP	07/10/1998	Enregistrée

ANNEXE 4 : LISTE DES AOP-IGP-STG FRANÇAISES

Fromages

Brillat-Savarin	IGP	23/12/2015	Demande introduite
Raclette de Savoie	IGP	23/11/2015	Demande introduite
Emmental de Savoie	IGP	23/11/2015	Demande introduite
Tomme de Savoie	IGP	23/11/2015	Demande introduite
Soumaintrain	IGP	29/12/2014	Demande introduite
 Saint-Marcellin	IGP	29/11/2013	Enregistrée
 Gruyère	IGP	07/02/2013	Enregistrée
 Tomme des Pyrénées	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Tomme de Savoie	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Emmental de Savoie	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Emmental français est-central	IGP	21/06/1996	Enregistrée
 Miel des Cévennes	IGP	08/04/2015	Enregistrée
 Œufs de Loué	IGP	05/08/2008	Enregistrée
 Miel de Provence	IGP	15/11/2005	Enregistrée
 Miel d'Alsace	IGP	14/05/2005	Enregistrée
 Crème fraîche fluide d'Alsace	IGP	21/06/1996	Enregistrée

STG : spécialité traditionnelle garantie

 Moules de Bouchot	STG	06/05/2013	Enregistrée
---	-----	------------	-------------

Familles Rurales en chiffres :

170 000	familles adhérentes vivant dans 10 000 communes
2 200	associations locales
40 000	bénévoles
20 000	salariés
100	Relais Familles
145	permanences d'information et de défense des consommateurs
2 100	accueils collectifs de mineurs
400	lieux d'accueil de la petite enfance
500	groupes de jeunes
5 000	stagiaires BAFA/BAFD
1 800	associations proposant des activités culturelles, récréatives et sportives
3 500 000	heures de services à domicile

www.famillesrurales.org

Toute l'actualité du Mouvement



Fédération nationale

Familles Rurales Fédération nationale

7, Cité d'Antin
75009 Paris
Tél. : 01 44 91 88 88
Fax : 01 44 91 88 89
www.famillesrurales.org
infos@famillesrurales.org

Association loi 1901, reconnue
d'utilité publique, agréée et habilitée pour son action :

- famille
- consommation
- éducation
- jeunesse
- loisirs
- tourisme
- environnement
- vie associative
- formation
- santé