



Communiqué de presse

Paris, le 24 mai 2024

## **Origin'Info : les associations de consommateurs déplorent que le logo reste strictement volontaire**

**La ministre Olivia Grégoire annonce aujourd'hui la création d'un nouveau logo visant à informer les consommateurs sur l'origine des ingrédients composant leurs aliments : Origin'Info. Les associations Familles Rurales, foodwatch et UFC-Que choisir ont participé aux négociations. Voici leur réaction.**

Les consommateurs sont de plus en plus demandeurs d'informations sur l'origine des ingrédients utilisés dans les aliments. C'est aussi une demande forte portée par les agriculteurs lors des manifestations de début 2024. Cette transparence sur l'étiquetage est nécessaire à plusieurs titres : les préoccupations des consommateurs en lien avec la qualité sanitaire des ingrédients, la volonté de soutenir des productions plus « locales », les impacts environnementaux et socio-économiques.

Pour les associations Familles Rurales, Foodwatch et UFC-Que Choisir : *« L'initiative proposée par le gouvernement ne peut être qu'un point de départ. Il est nécessaire de porter au niveau européen une obligation d'étiquetage de l'origine des produits transformés, la plus précise possible et sur un support non dématérialisé ».*

Si les trois associations saluent la démarche en faveur de plus de transparence portée par le gouvernement comme un point de départ nécessaire, elles relèvent cependant trois points majeurs de désaccord :

### **1. La démarche est volontaire**

Actuellement dans les rayons, des marques indiquent déjà l'origine des ingrédients pour la plus grande partie de leurs références et à l'inverse d'autres marques ne le font quasiment pas<sup>1</sup>. La transparence ou l'opacité sur l'origine ne sont donc pas dues à des raisons techniques qui seraient subies par les opérateurs, mais bien à des choix opérés par les industriels.

Une démarche basée sur le seul volontariat ne fera donc pas progresser la transparence car les marques ayant une politique d'approvisionnements aux origines multiples, variables ou lointaines ne seront pas incitées à faire preuve de plus de transparence, ni à modifier leurs pratiques.

### **2. Les industriels pourront dématérialiser l'information avec un QR code sur le produit**

Le temps limité dont disposent les consommateurs pour faire leurs achats en magasins (quelques secondes par produit) imposent que l'information soit immédiatement visible et disponible au moment de l'achat. Une information dématérialisée ne permet pas de répondre à cette exigence. En premier lieu une part significative des consommateurs ne possède pas

---

<sup>1</sup> <https://www.quechoisir.org/action-ufc-que-choisir-69-des-origines-masquees-dans-les-produits-transformes-une-obligation-d-affichage-s-impose-n120318/>

de smartphone (23 % de la population – source Insee). De plus, la couverture des réseaux mobiles est notoirement défaillante sur les lieux de vente. Enfin, la nécessité de manipuler un téléphone puis de rechercher une information déportée rend l'obtention de l'information particulièrement fastidieuse et dissuadera les consommateurs d'utiliser les QR codes. **C'est pourquoi nous refusons que les opérateurs puissent ne donner l'information sur les origines qu'uniquement via un QR code.**

### 3. Une précision dans l'information de l'origine qui laisse à désirer

Le logo Origin'Info ne doit pas se contenter d'indiquer l'origine de seulement trois ingrédients primaires<sup>2</sup>, il faut élargir l'obligation à l'origine des autres ingrédients caractérisants d'une denrée, quelles que soient leurs importances pondérales et en particulier s'ils font l'objet d'une mise en avant par le fabricant sur l'emballage du produit.

Il est important de souligner que nous soutenons le principe d'interdiction des mentions supranationales (UE, non UE, UE/non UE) qui ne permettent pas d'informer les consommateurs. **En revanche nous nous opposons à la dérogation accordée aux ingrédients issus de plus de trois provenances différentes.** En effet, aucune justification technique ne peut être donnée à cette dérogation puisque les fabricants peuvent parfaitement indiquer les provenances précises de chaque lot au moyen d'une impression par jet d'encre sur l'emballage comme sont mentionnées actuellement les zones de pêche des produits de la mer.

Finalement, la version actuelle précise que les fabricants sont '*invités*' à préciser l'importance pondérale de chaque ingrédient par le biais d'un pourcentage. Nous refusons que là encore cette modalité d'information précise soit **strictement volontaire et laissée à l'appréciation du fabricant.** C'est pourquoi, nous demandons que l'affichage des ingrédients soit effectué par ordre d'importance pondérale décroissante et que la proportion précise soit systématiquement précisée en pourcentages. En cas de variabilité des proportions selon les lots de fabrication, les pourcentages pourront être indiqués par impression à jet d'encre. Cette condition est nécessaire afin d'éviter d'induire en erreur les consommateurs par un affichage d'une « origine France » qui représenterait en fait une part très résiduelle du produit.

Dans un contexte d'élections législatives européennes, si les associations saluent l'ambition portée par la ministre Olivia Grégoire, nous tenons à rappeler que l'information du consommateur est un droit, et qu'il ne doit pas être laissé au bon vouloir des industriels. L'engagement de la ministre à porter au niveau européen une obligation d'étiquetage de l'origine sur les produits transformés en 2025 est essentiel.

#### Contacts presse :

- foodwatch France : Ingrid Kragl - [ingrid.kragl@foodwatch.fr](mailto:ingrid.kragl@foodwatch.fr) - 06 01 23 12 46
- Familles Rurales: Niki Vouzas- 01 44 91 88 88
- UFC-Que Choisir : Corentin Coppens – 07 87 19 05 16

---

<sup>2</sup> L'ingrédient primaire est défini comme l'ingrédient entrant pour 50 % ou plus dans la composition d'une denrée ou le/les ingrédients qui sont habituellement associés à la dénomination de cette denrée par le consommateur.