



UFC-QUE CHOISIR
233 bd Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11

Le 28 mars 2024

COMMUNIQUE DE PRESSE

69 % des origines masquées dans les produits transformés

Une obligation d'affichage s'impose

En réponse à la crise du revenu agricole, due notamment aux importations à bas coût, et face à la demande de transparence des consommateurs, Olivia Grégoire annonce la présentation en mai du visuel « l'Origine-info » qui affichera de manière synthétique les différentes origines des ingrédients composant un aliment. Alors que les industriels réclament que ce futur affichage reste volontaire ou ne soit disponible que sur Internet, l'UFC-Que Choisir publie aujourd'hui une étude exclusive révélant que l'opacité concerne plus des deux tiers des ingrédients dans les produits transformés qu'elle a examinés. Face à ce constat, l'Association demande à Madame la Ministre que le futur visuel soit obligatoire et figure sur la face avant des emballages.

Pour les consommateurs, la transparence sur l'origine des aliments qu'ils consomment est une exigence prioritaire, avant même le prix¹, sachant que la qualité sanitaire ou l'impact environnemental d'un ingrédient peut varier considérablement selon l'origine. Si l'indication de provenance est obligatoire pour les produits bruts (viandes, volailles, poissons, légumes et fruits), il n'en est rien pour les produits transformés, alors même que ceux-ci représentent la plus grande part de notre alimentation. Cette opacité explique pourquoi 35 % du bœuf et plus de la moitié du poulet utilisé dans les aliments industriels sont importés², alors qu'au rayon frais les viandes sont quasi exclusivement françaises du fait de l'affichage obligatoire.

Alors que les représentants de l'industrie réclament que le futur visuel reste facultatif, l'UFC-Que Choisir a tenu à vérifier si le volontariat, qui prévaut actuellement, suffit à informer correctement les consommateurs. À cet effet, l'Association a relevé et analysé les mentions figurant sur les emballages d'un échantillon de 243 aliments transformés de grandes marques, couramment trouvés en rayon (conserves, plats tout préparés, salades, sandwich, jambon, charcuteries...) représentant au total 484 ingrédients principaux³ carnés (bœuf, porc, volaille) et végétaux (céréales et légumes).

Le volontariat, c'est jusqu'à 84 % d'opacité sur les ingrédients !

Pour 69 % des ingrédients que nous avons examinés, l'opacité règne sur leur origine : 47 % d'entre eux n'ont aucune origine mentionnée et 22 % une origine purement générique avec des mentions floues du type « origine UE » ou « non UE ». Dans le détail, c'est pour les céréales et les légumes, catégorie d'aliment n'ayant jamais fait l'objet d'une obligation d'étiquetage, que le manque d'information est le plus marqué avec 84 % d'ingrédients sans origine précise mentionnée, suivie par la volaille (64 %), le porc (38 %) et le bœuf (32 %).

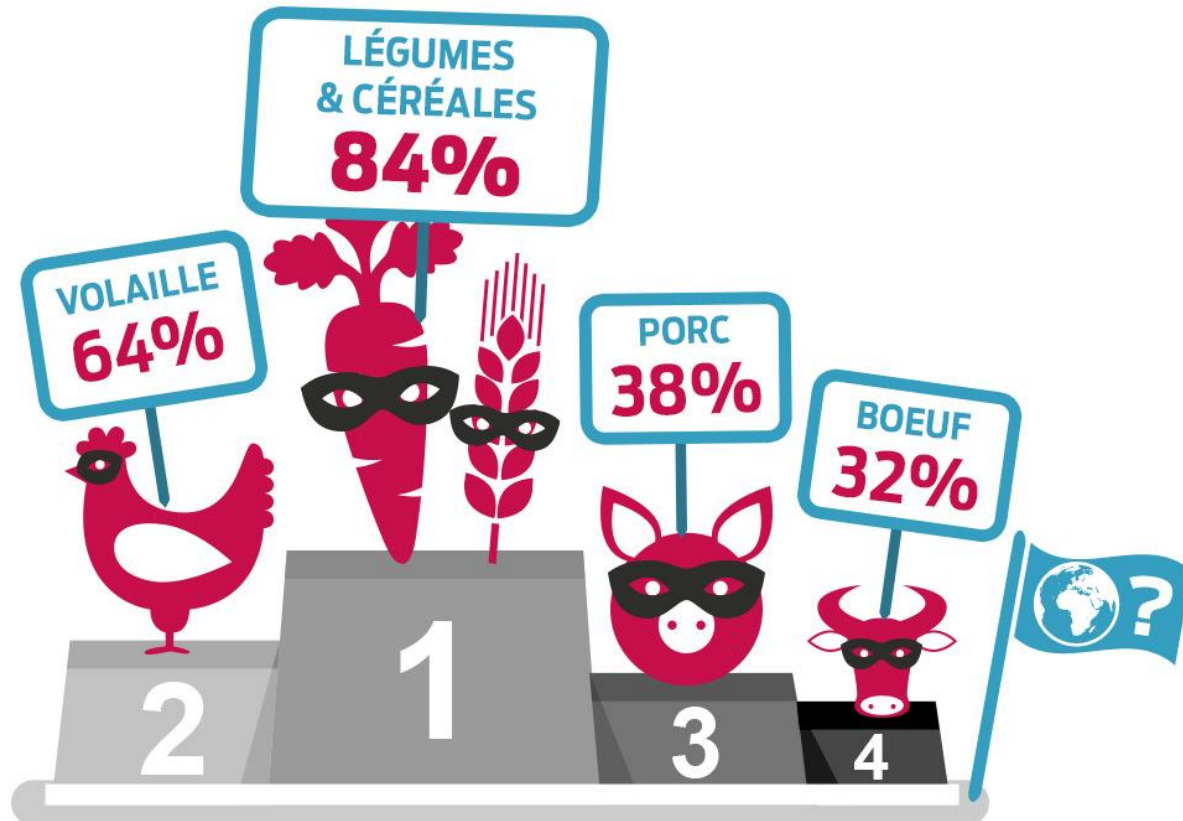
¹ 51 % des Français estiment que l'origine des produits est le facteur le plus important lors des courses alimentaires - Sondage Institut CSA - 31 janvier 2024

² 35 % de la viande bovine, 70 % de la crème et 61 % du beurre utilisés par l'industrie alimentaire sont importés alors qu'en grande surface la part des produits importés ne représente 7 % de la viande bovine, 6% des crèmes, et 5 % du beurre – Chambre d'agriculture de France – décembre 2023. En termes de consommation 22 % de la viande bovine, 45 % du poulet, 26 % du porc, 30 % des produits laitiers et 28 % des légumes sont importés notamment pour l'industrie agroalimentaire – Rapport d'information n°905 – Sénat septembre 2022. En 2023, 50 % des poulets consommés en France sont importés notamment du fait de l'utilisations par l'industrie alimentaire – Envol Interprofession de la volaille – 2023.

³ Principaux ingrédients représentant une part significative de l'aliment fini (par exemple blé, viande et tomate pour des raviolis bolognaise, ou lentilles et viande de porc pour des saucisses aux lentilles).

Le podium de l'opacité

Proportions de produits sans aucune indication d'origine ou indiquant une origine "UE", "non UE", "UE/non UE".



Source UFC-Que Choisir - mars 2024

(*) Résultats de l'étude réalisée par l'UFC-Que Choisir entre février et mars 2024 sur l'origine des ingrédients d'un échantillon de 243 aliments transformés à base de viandes, de céréales et de légumes de marques nationales et de marques de distributeurs.

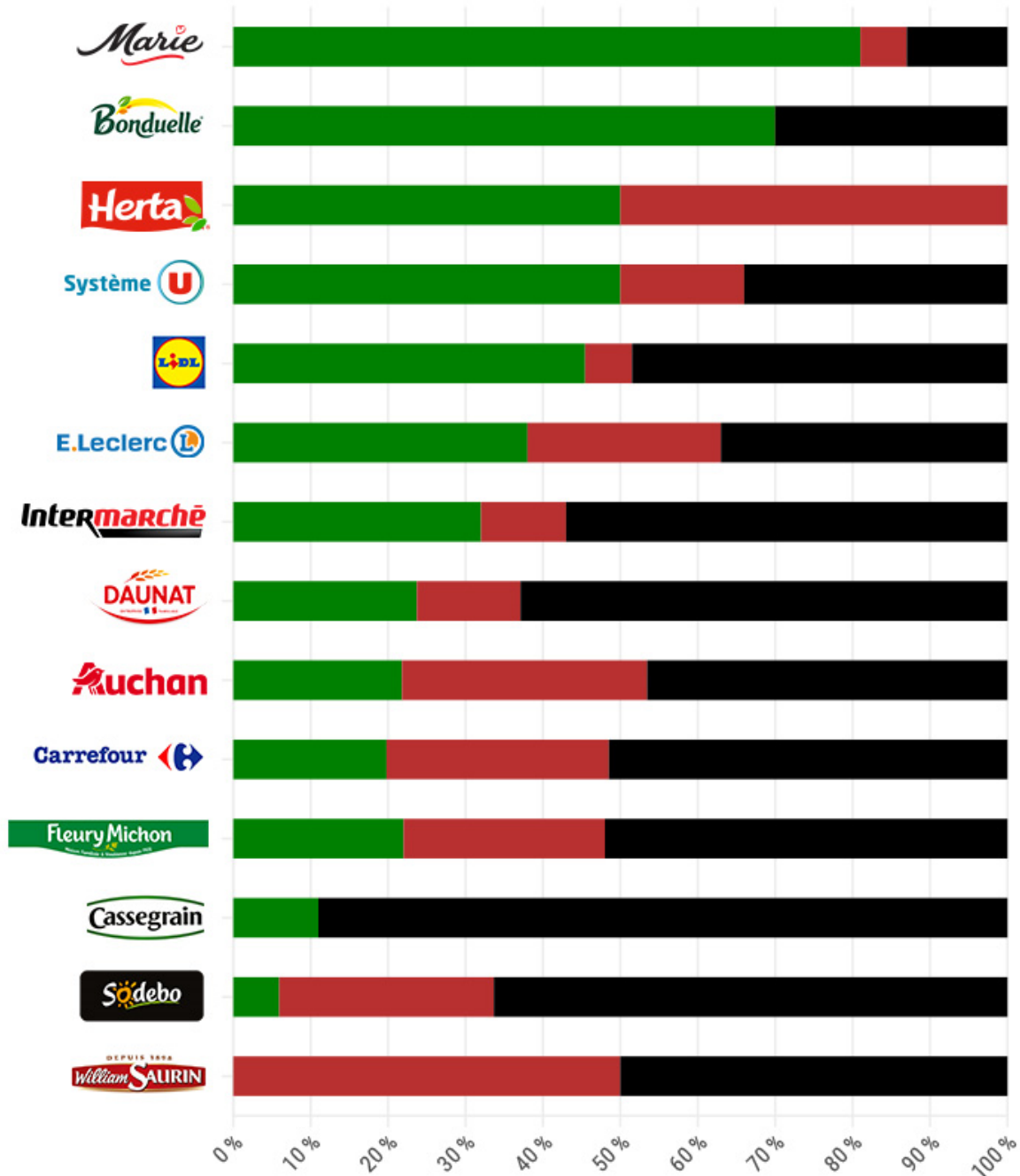



La transparence ou l'opacité au bon vouloir des marques !

Parmi les 14 marques alimentaires ou de distribution analysées, on observe des différences considérables en termes de transparence pour des produits de mêmes gammes et de compositions comparables. Au rayon frais par exemple, Marie donne l'origine précise de plus de 8 ingrédients sur 10 pour les plats préparés de notre échantillon, là où Fleury Michon ne le fait que pour près d'un ingrédient sur 5. De la même manière, si Bonduelle communique la provenance précise pour 7 légumes sur dix, Cassegrain ne le fait que pour près d'un légume sur 10⁴. Ceci démontre que l'opacité n'est pas due, comme le prétendent certains industriels, à une variabilité inévitable des provenances d'ingrédients mais bien à des politiques d'approvisionnement propres à chaque marque.


⁴ Calculé sur un échantillon de 6 plats préparés de marque Marie, 13 plats préparés de marque Sodebo, 7 conserves de légumes de marque Cassegrain et 8 conserves de légumes de marque Bonduelle.

Mentions d'origine par marque



 Indication précise du/des pays d'origine

 Indication d'origine générique (UE ou non UE)

 Aucune origine indiquée

Source UFC-Que Choisir - mars 2024

(*) Résultats de l'étude réalisée par l'UFC-Que Choisir entre février et mars 2024 sur l'origine des ingrédients d'un échantillon de 243 aliments transformés à base de viandes, de céréales et de légumes de marques nationales et de marques de distributeurs.

Pire, quelques marques n'hésitent pas à pratiquer ce qui pourrait être qualifié de « french washing » pour certains produits, comme Fleury Michon qui met en avant son caractère familial et vendéen depuis 1905 ou



UFC-QUE CHOISIR
233 bd Voltaire
75555 PARIS CEDEX 11

Le 28 mars 2024

Sodebo qui se targue d'être une entreprise française sur un fond tricolore et qui vante ses ateliers situés dans une commune à consonance champêtre, alors même qu'aucune indication n'est donnée sur l'origine française des ingrédients utilisés pour ces produits⁵.

L'« origine-info » d'Olivia Grégoire doit être obligatoire et figurer sur l'emballage

Le futur affichage sera sans effet s'il reste volontaire, comme le prouve l'exemple de la viande de bœuf : l'obligation d'étiqueter les ingrédients carnés appliquée en 2017 avait alors fortement contribué à la transparence, mais l'abandon de cette mesure en 2021 a malheureusement fait progresser l'opacité sur les produits à base de bœuf qui est remontée de 25 % en 2018 à 32 % aujourd'hui. Faut-il rappeler que l'opacité participe à l'extrême variabilité des approvisionnements qui met en danger la traçabilité des produits et la qualité sanitaire, comme l'a montré le scandale des lasagnes à la viande de cheval ?

Au regard de l'impact sanitaire et environnemental de l'origine des ingrédients et afin de permettre aux consommateurs de comparer les produits et de les acheter en toute connaissance de cause, l'UFC-Que Choisir demande à Olivia Grégoire de rendre obligatoire « l'Origine-info », comme le permet le règlement européen encadrant l'étiquetage des aliments, et de le faire figurer sur la face avant des emballages alimentaires.

⁵ Fleury Michon - Poulet origine UE sans information sur l'origine des autres ingrédients : *'Filet de poulet pommes de terre à la sarladaise', 'Kebab de poulet et semoule à l'orientale', 'Poulet rôti potatoes et sauce blanche', 'Risotto poulet et cèpes'*. Sodebo - Porc origine UE sans information sur l'origine des autres ingrédients : *'Xtrembox carbo', 'Pastabox pâtes fraîches carbonara'* - Poulet origine UE sans information sur l'origine des autres ingrédients : *'Cremiobox poulet emmental rapé'*.