

**Contact: Jonathan La Morte: +32 (0)2 789 24 01**  
**Date: 24/01/2013**  
**Reference: PR 2013/001**

## **La soif de savoir: les Européens souhaitent l'étiquetage d'origine des aliments**

L'origine est l'un des critères-clés pour les consommateurs quand ils achètent des produits alimentaires. C'est le résultat d'une enquête portant sur l'étiquetage d'origine des aliments présentée aujourd'hui à Bruxelles par le Bureau Européen des Unions de Consommateurs (BEUC). Réalisée en Suède, en France, en Pologne et en Autriche, l'enquête représentative a sondé des consommateurs sur leurs attentes en matière d'étiquetage d'origine des denrées alimentaires.

Venant confirmer les statistiques européennes de l'Eurobaromètre<sup>1</sup> et les recherches des membres du BEUC<sup>2</sup> en moyenne 70% des personnes interrogées déclarent que l'origine est un facteur important lors de leurs achats alimentaires<sup>3</sup>.

Les résultats de l'enquête révèlent également qu'une nette majorité d'acheteurs<sup>4</sup> souhaitent connaître précisément le pays d'où proviennent leurs aliments. Seules environ 10% des personnes interrogées ont indiqué préférer la mention « UE » ou « non UE ».

6 répondants sur 10 veulent connaître à la fois le pays dont est issu l'ingrédient principal d'un aliment transformé (pays d'élevage ou de récolte) et le pays où cet aliment a lui-même été fabriqué<sup>5</sup>. Une telle demande permettrait d'éviter des pratiques telles que celle d'étiqueter des saucisses comme « britanniques » alors que le porc vient du Danemark.

Monique Goyens, Directeur Général du BEUC, a déclaré:

"En 2013, l'UE doit décider de règles essentielles en matière d'étiquetage d'origine. Notre enquête montre clairement que cette information figure en bonne place lorsque les personnes effectuent leurs achats alimentaires. C'est pourquoi le législateur doit se fixer pour objectif de permettre au consommateur d'avoir accès facilement à une information significative sur l'origine des denrées alimentaires."

"Les fabricants redoublent d'efforts pour faire croire aux consommateurs que leurs produits ont un caractère régional particulier. Du fromage de feta allemand étiqueté en lettres grecques ou de la sauce tomate de Chine avec des drapeaux italiens sont de piètres astuces promotionnelles qui induisent les consommateurs en erreur. De telles pratiques abusives sont inacceptables et doivent cesser."

"Les règles actuelles sur l'étiquetage d'origine sont insuffisantes. Toutes les viandes, le lait, les produits alimentaires non transformés ainsi que les aliments à ingrédient unique devraient obligatoirement révéler leur pays d'origine. Se contenter d'indiquer que les denrées alimentaires proviennent ou non de l'UE n'est pas une option pour les consommateurs."

FIN

## Note pour les journalistes:

<sup>1</sup> L'Eurobaromètre No 389 sur le comportement des Européens à l'égard de la sécurité alimentaire, la qualité des aliments et la campagne a constaté que, en moyenne, «une forte majorité (71%) [des citoyens européens] disent que l'origine des aliments est importante».

<sup>2</sup> Des recherches similaires menées par les organisations de consommateurs Test-Achats (Belgique), DTEST (République Tchèque), The Danish Consumer Council (Danemark), KEPKA (Grèce), Altroconsumo (Italie), OCU (Espagne) and DECO Proteste (Portugal) ont conclu à des résultats équivalents.

<sup>3</sup> 77% en Autriche, 71% en France, 66% en Pologne et 61% en Suède.

<sup>4</sup> 59% en Autriche, 50% en France, 64% en Pologne et 78% en Suède. 34% des Autrichiens et 36% des consommateurs français désirent même connaître la *région*.

<sup>5</sup> 68% en Autriche, 53% en France, 57% en Pologne et 61% en Suède pour les produits à base de viande.

68% en Autriche, 53% en France, 57% en Pologne et 56% en Suède pour les produits à base de fruits/légumes.

<sup>6</sup> Vous trouverez [ici](#) un lien direct vers une fiche d'information sur l'enquête. [Ici](#) vous pouvez consulter le rapport complet (uniquement disponible en anglais).