

Contact: Pauline Constant: +32 (0)2 789 24 01
Date: 25/09/2014
Reference: BEUC-PR-2014-021

Les consommateurs à la nouvelle Commission UE : nous voulons connaître l'origine de la viande

Le chef désigné de la politique alimentaire européenne dévoilera le 30 septembre prochain au Parlement européen son programme pour les cinq années à venir. S'attaquer à l'étiquetage d'origine de la viande dans l'UE se doit de figurer en tête de ses priorités, notamment suite au scandale de la viande de cheval.

[Le BEUC fait campagne](#) du 2 au 30 septembre pour que l'étiquetage du pays d'origine (« COOL » en anglais) soit étendu à toutes les viandes incorporées dans les aliments transformés vendus en Europe tels que les lasagnes, le jambon ou encore les nuggets. Tandis que le mystère sur [l'origine de la viande fraîche](#) sera bientôt levé, il n'existe pour le moment aucun projet d'étiquetage pour la viande utilisée comme ingrédient.

La campagne du BEUC a pour intention de renverser la vapeur. Jusqu'à présent, plus de 9 000 consommateurs ont « partagé » ou « aimé » la campagne sur les réseaux sociaux comme Facebook et Twitter.

Le Commissaire désigné à la santé et à la sécurité alimentaire, Vytenis P. Andriukaitis, ne peut faire la sourde oreille. Pas moins de 9 consommateurs sur 10 souhaitent savoir où l'animal est né et a été élevé et abattu, d'après une étude de la Commission européenne¹.

Monique Goyens, Directrice générale du BEUC, a commenté :

« Notre campagne vient confirmer une nouvelle fois que l'origine de la viande compte pour les consommateurs. La Commission européenne doit entendre les 90% d'Européens qui veulent savoir d'où vient leur viande.

« Le scandale de la viande de cheval a ébranlé la confiance des consommateurs dans leur alimentation. Rendre la chaîne d'approvisionnement en viande moins opaque peut contribuer à restaurer cette confiance érodée. Et cela passe notamment par un étiquetage obligatoire de l'origine de la viande. »

Les deux actions de notre campagne :



La campagne a récolté sur les réseaux sociaux plus de 9 000 « j'aime » et « je partage ». Les consommateurs sont appelés à partager et retweeter notre [animation](#) retraçant le voyage typique d'un porc de la ferme à la fourchette.

Certains fabricants affichent volontairement l'origine de leurs produits à base de viande. Nous avons demandé aux consommateurs de contribuer à notre [album](#) photo en partageant leurs propres exemples sur les réseaux sociaux à l'aide du mot clé [#meatorigin](#).



Note :

- ¹ Rapport de la Commission européenne, décembre 2013,
http://ec.europa.eu/food/food/labellingnutrition/foodlabelling/docs/com_2013-755_en.pdf

FIN