



EN QUÊTE D'ÉTIQUETTES

UN DOSSIER RÉALISÉ EN AOÛT 2018 PAR CIWF FRANCE ET SES SYMPATHISANTS

« **Ne pas extraire de visuels de ce dossier.** L'objectif est de démontrer la grande confusion qui règne sur TOUS les produits animaux, et non de stigmatiser une marque ou un produit »



Des étiquettes qui induisent en erreur le consommateur...

Il existe une véritable confusion sur le marché des produits issus de l'élevage, qui met à mal la compétitivité et la transparence de ces productions, ainsi qu'en conséquence, la capacité de valorisation du travail des éleveurs.

Le **consommateur** est susceptible de mal interpréter les informations dont il dispose sur l'emballage. **Entre les images bucoliques qui ne correspondent pas à la réalité et les termes utilisés pour donner l'impression de « ruralité », il est souvent difficile de faire un choix parmi les différents produits mis sur le marché.**

Il en est de même avec la multiplication de « labels » non règlementés, source de confusion supplémentaire, comme le « sans antibiotique » ou encore les labels « bien-être animal. » **En résulte une perte de confiance des consommateurs qui se détournent des productions françaises, dans leur ensemble.**

Cet été, CIWF France a mobilisé ses sympathisants pour aller enquêter sur les étiquettes et emballages des produits issus de l'élevage. Nous leur avons demandé de collecter des photos d'étiquettes qu'ils jugent peu claires, portant à confusion voire trompeuses.

Nous avons sélectionné les plus emblématiques dans ce dossier pour mettre en lumière les confusions existantes et illustrer le besoin d'encadrement urgent par l'étiquetage.

De très nombreuses étiquettes de produits portent à confusion : des paysages bucoliques, des photos d'animaux ou dessins représentant du plein air, des mentions valorisantes, des descriptions, marques ou mots utilisés sur le packaging des produits qui peuvent induire en erreur sur la réalité des conditions d'élevage.



Sur plus d'un million de **chèvres** élevées en France chaque année pour la production laitière, **entre 63% et 73% n'ont aucun accès au pâturage**. Elevées en bâtiment, sans accès extérieur, **la densité est un des paramètres les plus critiques pour cet animal social et grimpeur**.

Malgré les images bucoliques données par leurs emballages, **les produits photographiés ci-dessous**, sans label « Agriculture Biologique (AB) », **sont probablement issus d'élevages standards**.



Avec près de 4 millions de **vaches laitières**, la France est en tête de la production européenne. Si le pâturage est majoritaire en France, **aucune réglementation minimale n'encadre les conditions d'élevage** et il existe une proportion non négligeable de vaches qui n'ont pas accès au pâturage, ou qui sont logées en **stabulations dites « entravées » ou à l'attache**.

Des initiatives volontaires d'affichage du mode d'élevage se développent, comme les laits « de pâturage », et **rencontrent un certain succès**. Néanmoins, sans ces cahiers des charges spécifiques et hors du label AB, **rien ne nous garantit que les vaches aient eu accès au pâturage**.

Les produits laitiers ici photographiés sont-ils réellement « au pâturage » comme le laisse à penser les visuels utilisés ?





Pâturage ?



En France, **80% des poulets** de chair sont en élevage dit « standard », c'est-à-dire des souches sélectionnées génétiquement pour leur croissance rapide, en bâtiment fermé, disposant de moins d'une feuille A4 par poulet, sans accès extérieur.

L'élevage de dinde, dont la France est quatrième producteur mondial, est quasi exclusivement intensif (97%), **sans même de réglementation minimale**, avec 8 dindes par m², sans enrichissement ni accès extérieur. Il en est de même pour les cailles élevées pour leur viande, et celles élevées pour les œufs sont à **99% en cage**.

A moins d'être sous label AB, label rouge ou fermiers, **les produits, tels ceux photographiés ci-dessous, sont issus d'élevages standards**. Pourtant, les images et les mots choisis évoquent un élevage extensif.



Élevage plein air?



En France, **95% des cochons et des truies** sont élevés en **production de type « standard » ou « conventionnel »**, c'est-à-dire dans des bâtiments claustrés en forte densité, sur caillebotis intégral, sans paille ni enrichissement et sans accès extérieur. Les truies sont bloquées dans des stalles durant la moitié de leur gestation et durant toute la mise-bas et l'allaitement.

A moins d'un label AB, « fermier élevé en liberté » ou « fermier élevé en plein air » ou une mention « sur paille » ou « plein air » (des modes de production qui représentent **moins de 5% de la production française**), la viande de porc est issue d'élevages conventionnels. **En dépit des mots employés : « bien élevé », « à l'ancienne », « 100% naturel » et des images de prairies apparaissant sur certains emballages, c'est le cas des produits photographiés ci-dessous :**



Attention! Le cahier des charges de la production Label Rouge simple (non fermier) n'apporte **pas d'avantages significatifs en termes de bien-être animal** et ne garantit pas l'accès extérieur ou même l'apport de paille.

Elevage plein air?



96% des français favorables à l'étiquetage du mode d'élevage ^[1]

L'origine France, une information insuffisante...

En France, 99% des lapins sont élevés en cage et 95% des cochons sont élevés en bâtiments fermés, sur des sols en béton nu, sans enrichissement, souvent soumis à des mutilations douloureuses. Ce type d'élevage est aussi celui de plus de 80% des poulets français, et d'un nombre grandissant d'exploitations laitières sans accès au pâturage.

L'origine géographique ne traduit pas une réelle différenciation qualitative ni ne répond à **la question essentielle que se posent les consommateurs « comment l'animal a-t-il été élevé ? »**

L'étiquetage du mode de production est un moyen efficace pour favoriser des systèmes de production durables et donner confiance au consommateur. Le levier de l'étiquetage est également un outil fondamental pour permettre au consommateur d'orienter ses achats vers les produits plus respectueux du bien-être animal. **Il s'agit donc d'un levier incitatif, progressif, et compatible avec le fonctionnement du marché.**

Le système mis en place depuis 2004 sur l'œuf coquille (code de 0 à 3 – bio, plein air, au sol, cage) est l'illustration de la réussite d'un tel étiquetage. Il a permis au consommateur de faire évoluer ses choix de consommation, de façon progressive.

Rapport de la Commission d'experts indépendants sur le CETA, 7 septembre 2017

« Au-delà du système dérogatoire « Né, élevé, abattu », il est nécessaire de mettre en place **un système d'information pour le consommateur sur les modes de production** (utilisation d'antibiotiques et activateurs de croissance, bien-être animal, environnement, caractère transgénique). Cela permettrait d'éviter que les règles adoptées puissent être attaquées au nom du principe de non-discrimination. »



ciwf.fr

13 rue de Paradis

75010 Paris

01 79 97 70 50

Infofrance@ciwf.fr

www.ciwf.fr

[1] Etude ACCEPT 2014-2017 : acceptabilité des élevages par la société en France