

Evaluation de l'application du
décret n°2016-1137 relatif à
l'indication de l'origine du lait et
du lait et des viandes utilisés en
tant qu'ingrédients

Rapport d'évaluation

Janvier 2019

Évaluation réalisée par ADE en collaboration avec Proteis

La présente étude a été réalisée par le groupement « ADE – Proteis » à la demande du Ministère français de l'Agriculture et de l'Alimentation (MAA) et financée dans le cadre du programme 215. Le présent rapport n'engage que ses auteurs et ne saurait être considéré comme la position du MAA.

Remerciements

Nous remercions l'ensemble des parties prenantes qui ont participé à l'évaluation pour leur accueil et disponibilité : les organisations professionnelles, les interprofessions, les syndicats, la grande distribution, les associations de consommateurs et autres acteurs rencontrés. Nous remercions en particulier la FICT, ADEPALE et le CTCPA pour l'appui aux différentes enquêtes menées auprès de leurs adhérents, ainsi que SYNDILAIT, l'ATLA et la FIA, pour nous avoir facilité les contacts auprès des industriels.

Nous remercions tout particulièrement les industriels pour le précieux temps qu'ils nous ont consacré pour les entretiens et pour leur participation à l'enquête en ligne. Enfin, nous remercions également la Fédération du commerce et de la distribution (FCD) pour son assistance pour la prise de contacts avec les enseignes de la grande distribution et les enseignes qui ont bien voulu répondre à nos questions.

Table des matières

REMERCIEMENTS

TABLE DES MATIERES

GLOSSAIRE ET ABREVIATIONS

INTRODUCTION

RESUME

SUMMARY

1.	CONTEXTE ET ANALYSE DE LA LOGIQUE D'ACTION.....	1
1.1	APPROCHE	1
1.2	SYNTHESE DE LA LOGIQUE D'ACTION.....	1
1.3	ANALYSE.....	2
1.3.1	Contexte européen et national.....	2
1.3.2	Le décret n°2016-1137.....	4
1.3.3	Les dates clés de la mise en place du décret.....	5
1.3.4	Reconstitution et analyse de la logique d'action	6
2.	APPROCHE METHODOLOGIQUE.....	9
2.1	LES CATEGORIES ET L'ECHANTILLON DE PRODUITS RETENUS	9
2.2	APPROCHE POUR LE BILAN DE LA MISE EN ŒUVRE (CHAP. 3)	10
2.2.1	Enjeux et limites	10
2.2.2	Approche adoptée.....	10
2.3	APPROCHE RELATIVES AUX QUESTIONS A A G (CHAP. 4 A 10).....	13
2.3.1	Travail documentaire sur les produits	13
2.3.2	Les outils d'enquêtes auprès des entreprises agroalimentaires et des enseignes	15
2.3.3	Déroulement des entretiens et enquêtes.....	17
2.4	ENQUETES AUPRES DES CONSOMMATEURS D ET E (CHAP. 7 ET 8).....	19
2.4.1	Approche générale des enquêtes consommateurs.....	19
2.4.2	Protocole de l'enquête consommateur en ligne.....	19
2.4.3	Protocole de l'enquête en magasin (shopper)	20
3.	BILAN DE LA MISE EN ŒUVRE	23
3.1	APPROCHE	23
3.2	SYNTHESE DU BILAN DE MISE EN ŒUVRE	23
3.3	ANALYSE.....	25
3.3.1	Définition de l'univers des produits éligibles au décret.....	25
3.3.2	Etat dit de référence (avant la publication du décret).....	26
3.3.3	Synthèse de l'état des lieux au troisième trimestre 2017.....	39
4.	DIFFICULTES OPERATIONNELLES (QEB).....	49
4.1	APPROCHE	49
4.2	SYNTHESE DE LA REPONSE A LA QUESTION	50
4.3	ANALYSE.....	51
4.3.1	Difficultés opérationnelles liées à la mise en œuvre du décret	51

4.3.2	Difficultés liées à la gestion courante du décret.....	60
4.3.3	Facteurs ayant aidé à surmonter ces difficultés.....	62
5.	EVOLUTION ET REPARTITION DES COÛTS (QE A).....	65
5.1	APPROCHE	65
5.2	SYNTHESE DE LA REPONSE A LA QUESTION	66
5.3	ANALYSE.....	67
5.3.1	Surcoûts pour les producteurs.....	67
5.3.2	Coûts spécifiques occasionnés par le décret dans les entreprises agroalimentaires.....	68
5.3.3	Coûts de mise en place du décret dans la grande distribution.....	80
5.3.4	Récapitulatifs des surcoûts liés à la mise en œuvre du décret.....	82
5.3.5	Répartition des surcoûts sur la chaîne de valeur.....	83
6.	IMPACT SUR LES RELATIONS ENTRE ACTEURS, REPARTITION DES COÛTS (QE C).....	85
6.1	APPROCHE	85
6.2	SYNTHESE DE LA REPONSE A LA QUESTION	86
6.3	ANALYSE.....	88
6.3.1	Impact sur les relations entre acteurs de la filière.....	88
6.3.2	Répartition des surcoûts éventuels entre acteurs.....	92
6.3.3	Impact sur les ventes des industriels aux enseignes.....	92
7.	PERCEPTION ET COMPREHENSION DU CONSOMMATEUR (QE D).....	95
7.1	APPROCHE	95
7.2	SYNTHESE DE LA REPONSE A LA QUESTION	96
7.3	ANALYSE.....	97
7.3.1	La perception de l'indication de l'origine par le consommateur	97
7.3.2	L'intérêt de l'indication de l'origine pour le consommateur.....	104
7.3.3	La compréhension des mentions de l'origine et les représentations associées.....	112
8.	EVOLUTION DES COMPORTEMENTS D'ACHAT (QE E).....	117
8.1	APPROCHE	117
8.2	SYNTHESE DE LA REPONSE A LA QUESTION	117
8.3	ANALYSE.....	118
9.	IMPACT SUR LES PRIX ET LE POUVOIR D'ACHAT (QE F).....	121
9.1	APPROCHE	121
9.2	SYNTHESE DE LA REPONSE A LA QUESTION	121
9.3	ANALYSE.....	123
9.3.1	Evolution des prix de détail du lait et produits laitiers	123
9.3.2	Evolution des prix de détail des produits à base de viande	126
9.3.3	Comparaison de l'évolution de l'IPC avec les autres pays limitrophes	127
9.3.4	Impact sur le pouvoir d'achat.....	128
10.	IMPACT SUR LES ECHANGES COMMERCIAUX (QE G).....	131
10.1	APPROCHE	131
10.2	SYNTHESE DE LA REPONSE A LA QUESTION	133
10.3	ANALYSE.....	135
10.3.1	Contexte général.....	135
10.3.2	Lait et produits laitiers.....	136
10.3.3	Viande : Importation de viande de porc désossée.....	146
10.3.4	Viande de volaille	150

11. PERENNISATION ET EXTENSION EVENTUELLE DU DECRET (QE H)	155
11.1 APPROCHE	155
11.2 SYNTHÈSE DE LA REPONSE A LA QUESTION	155
11.3 ANALYSE	157
11.3.1 Synthèse des principaux résultats de l'évaluation	157
11.3.2 Discussion qualitative sur base des 4 scénarios	158
12. RECOMMANDATIONS (QEI)	171
12.1 APPROCHE	171
12.2 RECOMMANDATIONS	171

LISTE DES ANNEXES DANS LE VOLUME II :

ANNEXE 1 : LISTE DES ORGANISATIONS REPRESENTÉES AU COMITE DE SUIVI ET RENCONTREES EN PHASE DE CADRAGE	
ANNEXE 2 : ETAT DE REFERENCES	
ANNEXE 3 : ETAT DES LIEUX	
ANNEXE 4 : LOGOS DES MARQUES NATIONALES ET MARQUES DISTRIBUTEURS INDIQUANT L'ORIGINE	
ANNEXE 5 : IMPORTANCE RELATIVE DES SURCOUTS LIES A L'EMBALLAGE	
ANNEXE 6 : ENQUETE EN LIGNE AUPRES DES INDUSTRIELS CST ET PLATS CUISINES	
ANNEXE 7 : QUESTIONNAIRES ENQUETES CONSOMMATEURS	
ANNEXE 8 : EVOLUTION DES VOLUMES ET PRIX D'ACHAT DES PRODUITS DE L'ECHANTILLON	
ANNEXE 9 : EVOLUTION COMPAREE DES IPC AU NIVEAU D'UNE SELECTION DE PAYS ET PRODUITS	

LISTE DES TABLEAUX

Tableau 1	Rappel des dates clés de la mise en place du décret.....	5
Tableau 2	Echantillon de références retenues pour le traitement des questions	9
Tableau 3	Enseignes visitées pour l'état des lieux	11
Tableau 4	Bilan des entretiens et enquêtes de décembre 2017 à avril 2018.....	14
Tableau 5	Nombre d'acheteurs interrogés par catégories de produits	19
Tableau 6	Nombre et distribution suivant les types de GMS	20
Tableau 7	Nombre et distribution suivant les types de GMS	21
Tableau 8	Comparaison indicative de la mention de l'origine entre l'état de référence et l'état des lieux.....	24
Tableau 9	Caractéristiques des principales démarches collectives.....	27
Tableau 10	Bilan des démarches des enseignes de distribution avant le décret.	28
Tableau 11	Caractéristiques des données disponibles pour constituer l'état de référence 2015-2016.....	30
Tableau 12	Caractéristiques des relevés de l'OOALI.....	31
Tableau 13	Les 9 catégories de produits couvertes par la démarche	32
Tableau 14	Marques nationales et de distributeurs qui n'adhèrent pas à la démarche SYNDILAIT en 2015.....	33

Tableau 15	Comparaison entre 2015 & 2016	34
Tableau 16	Mentions d'origine pour les 4 principales catégories de l'univers des produits à base de porc - 2015	36
Tableau 17	Mentions d'origine pour les 4 principales catégories de l'univers des produits à base de porc - 2016	36
Tableau 18	Types de mentions d'origine (2016 ;1 449 références)	37
Tableau 19	Types de mentions d'origine, 2016.....	37
Tableau 20	Etat de référence 2015 ou 2016 par catégorie de produits	38
Tableau 21	Nombre de références relevées par produit et par type de marques et part dans le total	39
Tableau 22	Répartition des références selon les catégories de produits et les types de marques (nombre et part dans le total de toutes les références relevées).....	40
Tableau 23	Types de difficultés liées à la mise en œuvre du décret	49
Tableau 24	Degré d'importance des difficultés de mise en œuvre en fonction des filières.....	52
Tableau 25	Description des étapes de la mise en œuvre du décret	54
Tableau 26	Degré d'importance des difficultés liées à la gestion courantes	60
Tableau 27	Facteurs externes ayant aidés à surmonter les difficultés	64
Tableau 28	Types de coûts liés à la mise en place et à la gestion du décret au sein des entreprises agroalimentaires.....	68
Tableau 29	Bilan synthétique de coûts de mise en place et de gestion du décret pour les entreprises agroalimentaires.....	79
Tableau 30	Types de coûts liés à la mise en place et à la gestion du décret dans la grande distribution	80
Tableau 31	Importance des changements à opérer en fonction des enseignes.....	81
Tableau 32	Personnel mobilisé en fonction des enseignes.....	82
Tableau 33	Motivations principales pour les changements d'origines pays.....	91
Tableau 34	Les critères principaux déterminant l'achat, selon les déclarations des consommateurs dans l'enquête en ligne.....	111
Tableau 35	Prix moyen pondéré annuel au détail en GMS et indices de prix à la consommation (IPC) du lait et des produits laitiers.....	124
Tableau 36	Indices de prix à la consommation (IPC) du lait et des produits laitiers	125
Tableau 37	Prix moyen pondéré annuel au détail en GMS et indices de prix à la consommation (IPC) de la viande et de produits à base de viande	126
Tableau 38	Valeur moyenne 2017 de l'indice de prix à la consommation (<i>Base 2015 = 100</i>) ...	127
Tableau 39	Répartition de la consommation effective des ménages par produit	129
Tableau 40	Ingrédients suivis pour l'analyse des échanges commerciaux.....	132
Tableau 41	Collecte et exportations de lait et crème liquide de la France et de ses principaux partenaires européens vers l'UE (2016)	136
Tableau 42	Importation de lait liquide en vrac en France (en 1000 t)	139
Tableau 43	Evolution des importations françaises de du lait conditionné	143
Tableau 44	Importation de lait crème liquide (>21% de MG) en vrac (en 1000 t)	144
Tableau 45	Importation de viande désossée de porcins domestiques (en 1000 t)	149
Tableau 46	Evolution des importations de viandes désossées de porcins domestiques.....	149
Tableau 47	Evolution des de viandes désossées de porcins domestiques.....	150
Tableau 48	Importation de morceaux désossés de poulets (en 1000 t).....	153

LISTE DES FIGURES

Figure 1	Logique d'action du décret.....	1
Figure 2	Répartition des répondants en fonction de la taille des entreprises.....	18
Figure 3	Séquence temporelle du règlement INCO à la mise en place du décret 2013-2017....	26
Figure 4	Logos des Viandes de France et de Syndilait	32
Figure 5	Part des références sans aucune mention de l'origine par catégorie de produits- 2015	35
Figure 6	Part des références sans aucune mention de l'origine par catégorie de produits- 2016	35
Figure 7	Répartition des relevés en fonction des catégories de produits, 2 136 références, année 2016	37
Figure 8	Répartition des références par type de mentions.....	41
Figure 9	Répartition des références selon les mentions de l'origine pour les catégories de produits « <i>Laits liquides et autres laits</i> ».....	42
Figure 10	Répartition des références selon les mentions de l'origine pour les catégories de produits « <i>Produits laitiers hors fromages et Fromages</i> »	43
Figure 11	Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays pour les catégories de produits « <i>Laits liquides et autres laits, Produits laitiers et Fromages</i> »	44
Figure 12	Répartition des références selon les mentions de l'origine pour les catégories de produits « <i>Charcuterie-Salaisons-Traiteur, Viandes aromatisées, Produits surgelés, Produits appertisés, Sandwiches et Salades, Aliments infantiles</i> ».....	46
Figure 13	Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays pour les catégories de produits « <i>Charcuterie-Salaisons-Traiteur, Viandes aromatisées, Produits surgelés, Produits appertisés, Sandwiches et Salades, Aliments infantiles</i> ».....	47
Figure 14	Fréquence des difficultés qualifiées d'importantes à très importantes dans la mise en œuvre du décret.....	59
Figure 15	Fréquence des difficultés qualifiées d'importantes à très importantes dans la gestion courante du décret.....	62
Figure 16	Origines des surcoûts dans les entreprises du secteur de la charcuterie salaisons (<i>base 36 réponses</i>).....	77
Figure 17	Origines des surcoûts dans les entreprises du secteur des plats cuisinés (<i>base 59 réponses</i>).....	78
Figure 18	Caractéristiques des modifications d'origine des approvisionnements.....	91
Figure 19	Appréciation de l'évolution des ventes en lien direct avec le décret.....	94
Figure 20	Présence d'une mention de l'origine par catégorie de produits	97
Figure 21	Emplacements où la mention de l'origine a été perçue.....	99
Figure 22	Emplacements où le consommateur souhaite voir l'indication de l'origine.....	100
Figure 23	Les trois manières d'indiquer l'origine les plus citées par les consommateurs selon les catégories de produits.....	101
Figure 24	Changement remarqué en lien avec le décret	102
Figure 25	Fréquence de lecture des informations inscrites sur les emballages par catégorie de produits	103
Figure 26	Facilité de trouver les informations recherchées (% très facilement et plutôt facilement cumulés)	103
Figure 27	Lecture des emballages en situation réelle d'achat (shopper).....	104
Figure 28	Intérêt du consommateur de connaître l'origine.....	105
Figure 29	Connaissance de l'origine par le shopper	106
Figure 30	Etapes concernées par l'indication sur l'origine – avis des consommateurs.....	107
Figure 31	Le comportement d'achat observé en rayon.....	107

Figure 32	Susceptibilité d'achat de produits selon leur origine.....	109
Figure 33	Place de l'origine des ingrédients comme critère d'achat. Déclarations de l'enquête en ligne.....	110
Figure 34	Origine des ingrédients comme critère d'achat par catégorie de produits	112
Figure 35	Signification des logos reconnus équivalents selon le décret.....	113
Figure 36	Répartition de la consommation effective des ménages par produit	128
Figure 37	Evolution des importations de lait liquide en vrac (<6%) par provenance de 2007-2017 (en tonnes)	137
Figure 38	Evolution des importations de lait conditionné (<6%) par provenance de 2007-2017 (en tonnes)	138
Figure 39	Importation de lait liquide et de crème en vrac (en kg) en provenance de Belgique.....	140
Figure 40	Ecart de compétitivité – Prix moyen payé au producteurs en France, Belgique et Allemagne.....	142
Figure 41	Importation de crème liquide (plus de 21% de MG) en vrac (en kg)	144
Figure 42	Importation de morceaux désossés de poulets (en 1000 t).....	152
Figure 43	Enquête en ligne auprès des consommateurs sur le seuil de 8%.....	166
Figure 44	Enquête en ligne – Perception de la mention UE ou hors UE	168

Glossaire et abréviations

AB	Agriculture biologique
ADEPALE	Association des entreprises de produits alimentaires élaborés
AGRESTE	Service de la statistique, de l'évaluation et de la prospective agricole du Ministère de l'agriculture et de l'alimentation
ANIA	Association nationale des industries alimentaires
ANICAP	Association nationale interprofessionnelle caprine
AOC	Appellation d'origine contrôlée
AOP	Appellation d'origine protégée
APVF	Association pour la promotion de la volaille française
ATLA	Association de la transformation laitière française
CE	Commission européenne
CNAOL	Conseil national des appellations d'origine laitières
COICOP	<i>Classification of individual consumption according to purpose</i>
COOPERL	Groupe coopératif agricole production porcine
CREDOC	Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie
CSP	Catégorie socio-professionnelle
CST	Charcuterie - salaisons - traiteur
CTCPA	Centre Technique de la Conservation des Produits Agricoles
DDPP	Direction Départementale de la Protection des Populations
DGCCRF	Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes
DLC	Date limite de consommation
EDMP	Enseignes à Dominante Marques Propres
EM	Etat membre
ESANE INSEE	Elaboration des statistiques annuelles d'entreprises - Institut national de la statistique et des études économiques
ESB	Encéphalopathie spongiforme bovine
ETP	Equivalent temps plein
Facing	Le terme anglo-saxon de facing est retenu pour désigner la partie visible de l'emballage du produit quand il est disposé sur les étagères des rayons libre-service. Ce terme est d'un usage courant dans le secteur du merchandising des produits de grande consommation
FAM	FranceAgriMer
FCD	Fédération du commerce et de la distribution
FedeLIS	Fédération label rouge, indication géographique et spécialité traditionnelle garantie
FEVIA	Fédération de l'industrie alimentaire belge
FIA	Fédérations des industriels avicoles
FICT	Fédération professionnelle, représentative des industries charcutières, traiteurs et transformatrices de viandes.
FNICGV	Fédération nationale de l'industrie et du commerce en gros de viandes
FNIL	Fédération nationale des industries laitières
FNCL	Fédération nationale des coopératives laitières

FNP	Fédération nationale porcine
GE, ETI, PME et TPE	Grandes entreprises, entreprises intermédiaires, petites et moyennes entreprises et très petites entreprises
GMS	Grandes et moyennes surfaces
HT	Hors taxe
IAA	Industries agroalimentaires
IGP	Indication géographique protégée
INAO	Institut national de l'origine et de la qualité
INAPORC	Interprofession nationale porcine
INCO	Règlement (UE) n°1169/2011 dit INCO: information consommateur
INRA	Institut national de la recherche agronomique -
CLCV	association Consommation, logement et cadre de vie
INTERBEV	Interprofession bétail et viandes
IPC	Indice des prix à la consommation
IPCH	Taux d'inflation harmonisé France
IRI -France	<i>Information Resources, Incorporated</i> , panel de suivi des achats des consommateurs
ITAVI	Institut technique de filières avicole, cunicole et piscicole
KWP	Kantar World Panel
LS	Libre-service
MAA	Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation
MDD	Marque distributeur
MINEFI	Ministère de l'économie et des finances
MN	Marque nationale
OFPM	Observatoire de formation des prix et des marges
OP	Organisation de producteurs
OPSIO	Cabinet d'études marketing
OQALI	Observatoire de la qualité de l'alimentation
PP	Premier prix
QE	Question d'évaluation
Référence	Une référence correspond à un produit que le consommateur peut acheter. A titre d'exemple, un même produit (jambon à l'os) présenté sous des emballages de volumes différents est comptabilisé pour chaque présentation (exemple : jambon 2 tranches, jambon 4 tranches, jambon 6 tranches, .. etc.).
Shopper	Enquête acheteur
Syndigel	Fédération européenne du commerce et de la distribution des produits sous température dirigée, glaces, surgelés et réfrigérés
Syndilaît	Syndicat national des fabricants de lait de consommation liquide
TF	Tranche ferme
UE	Union européenne
UFC Que Choisir	Union fédérale des consommateurs-que choisir
UHT	Ultra haute température
UVC	Unité de vente consommateur
VPF	Viande porcine française

Introduction

La France a mis en place une expérimentation relative à l'étiquetage obligatoire de l'origine du lait, du lait et des viandes comme ingrédients dans les denrées alimentaires. Cette expérimentation est régie par le décret n°2016-1137 du 19 août 2016. Il est entré en vigueur le 1^{er} janvier 2017 (*avec une période transitoire jusqu'au 31 mars 2017*) et est applicable jusqu'au 31 décembre 2018 (le décret 2018-1239 du 24 décembre 2018 a prorogé l'application des dispositions jusqu'au 31 mars 2020).

Le Ministère de l'Agriculture et de l'Alimentation a lancé un appel d'offres au printemps 2017 pour l'évaluation de l'application de ce décret. L'évaluation a pour objectif de faire un état des lieux de cette expérimentation et plus particulièrement :

- d'étudier la faisabilité de la mise en place de cette information de l'origine dans le secteur laitier et dans les principales filières de la viande ;
- d'apprécier le coût engendré pour les différents acteurs des filières concernées ;
- d'évaluer l'éventuelle répercussion de la mesure sur le prix payé par le consommateur final ;
- de cerner les éventuelles modifications des consommateurs dans leur acte d'achat.

La mission est composée de cinq tranches. La première tranche s'est déroulée de juin à octobre 2017 et portait sur le cadrage et la préparation de l'évaluation. Elle comprenait la reconstitution de la logique d'action ainsi que le bilan de la mise en œuvre du décret, couvrant à la fois l'établissement d'un état de référence « 2015/2016 » et d'un état des lieux de l'application du décret en été (juillet-août) 2017.

Le produit de cette première tranche est repris aux trois premiers chapitres du présent rapport :

- Le contexte dans lequel s'inscrivent ce décret et l'analyse de la logique d'action (*chapitre 1*)
- L'approche méthodologique suivie pour réaliser l'état des lieux et répondre aux questions évaluatives (*chapitre 2*)
- Le bilan de la mise en œuvre au troisième trimestre 2017 (*chapitre 3*)

Les 4 dernières tranches ont été menées entre novembre 2017 et septembre 2018.

Les réponses aux 9 questions évaluatives des tranches 2 à 5 sont reprises sous les chapitres 4 à 12 du présent rapport. L'ordre des deux premières questions a été inversé en vue d'une lecture plus fluide comme suite :

- Quelles sont les **éventuelles difficultés opérationnelles** rencontrées par les opérateurs (producteurs, transformateurs, distributeurs) pour mettre en œuvre le décret ? (*Question B, chapitre 4*)
- Quelle **évolution des coûts des produits** et quelle répercussion éventuelle des surcoûts peut-on observer pour les producteurs agricoles, les industries agroalimentaires et la grande distribution ? Quelle est la **répartition dans la chaîne de valeur** ? (*Question A, chapitre 5*)
- Quels sont les **impacts** du décret **sur 1) la relation entre acteurs** de la filière, **2) sur la répartition des coûts** au sein de la chaîne de valeur et **3) sur les relations de pouvoir** entre les acteurs ? (*Question C, chapitre 6*)

- Comment l'étiquetage de l'origine est-il **perçu et compris par les consommateurs** ? (*Question D, chapitre 7*)
- L'étiquetage obligatoire de l'origine induit-il une **évolution des comportements d'achat** ? (*Question E, chapitre 8*)
- Qu'en est-il de l'**évolution des prix de vente** des produits concernés par le dispositif et avec quels **impacts sur le pouvoir d'achat** des ménages ? (*Question F, chapitre 9*)
- Quel est l'**impact** de la mesure **sur les échanges commerciaux** ? (*Question G, chapitre 10*)
- Compte tenu des résultats de l'évaluation, une **pérennisation et une extension de l'étiquetage obligatoire** de l'origine du lait et des viandes dans les produits transformés sont-elles souhaitables ? (*Question H, chapitre 11*)
- Dans l'affirmative, quelles sont les **recommandations** d'améliorations du dispositif qui pourraient être proposées ? (*Question I, chapitre 12*)

Le rapport reprend pour chaque question évaluative, une brève description de l'approche et une synthèse de la réponse à la question qui précède l'analyse détaillée.

Le rapport comprend également des annexes (*cf. liste des annexes sous*).

En termes de suivi et de pilotage, l'étude a été accompagnée par deux types de comités :

- Le comité d'évaluation composé des services de l'Etat (DGPE, DGAL, CEP, DGCCRF, FranceAgriMer, le CGAAER) ;
- Le comité de suivi qui rassemblait l'ensemble des parties prenantes à savoir les organisations professionnelles représentant les producteurs, les différentes branches de l'industrie agro-alimentaires concernées par le décret (lait et viandes) la grande distribution, les associations de consommateurs.

Ces deux comités se sont réunis à l'occasion de la présentation des différentes tranches de l'évaluation (tranche ferme puis tranches optionnelles).

Tranche ferme	Comité d'évaluation	23 mai 2017
	Comité de suivi	27 juin 2017
	Comité d'évaluation	13 septembre 2017
	Comité de suivi	8 novembre 2017
Tranches 2-5	Comité d'évaluation	15 mai 2018
	Comité de suivi	4 juillet 2018
	Comité d'évaluation	7 septembre 2018
	Comité de suivi	20 septembre 2018

Résumé

La France a mis en place une expérimentation relative à l'étiquetage obligatoire de l'origine du lait, du lait utilisé comme ingrédient dans les produits laitiers et des viandes utilisées comme ingrédients dans les denrées alimentaires. Cette expérimentation est régie par le décret n°2016-1137 du 19 août 2016. Il est entré en vigueur le 1er janvier 2017 (avec une période transitoire jusqu'au 31 mars 2017) et était applicable initialement jusqu'au 31 décembre 2018 (le décret 2018-1239 du 24 décembre 2018 a prorogé l'application des dispositions jusqu'au 31 mars 2020). L'application du décret a été évaluée, en particulier en ce qui concerne :

- la faisabilité de la mise en place de cette information de l'origine dans le secteur laitier et dans les principales filières de la viande ;
- le coût engendré pour les différents acteurs des filières concernées ;
- l'éventuelle répercussion de la mesure sur le prix payé par le consommateur final;
- les éventuelles modifications des consommateurs dans leurs actes d'achat ;
- l'impact éventuel du décret sur les échanges commerciaux des produits concernés.

L'état des lieux réalisé en juillet – août 2017 sur plus de 8600 références dans 24 enseignes dans 7 régions de France a montré que le décret était appliqué.

La mise en place du décret a généré des surcoûts généralement faibles, estimés à 0,1 à 0,5% ramenés à l'unité de produit. Ils consistent principalement en temps passé par les équipes pour gérer les difficultés opérationnelles liées à la mise en place du décret ; ces difficultés ont été accentuées par le délai restreint de six mois pour son application. Ces coûts ont été supportés par les opérateurs (entreprises agro-alimentaires, GMS). L'indication de l'origine sur une base volontaire s'était développée assez largement pour certaines filières avant le décret (lait liquide, porc, bœuf) et les mentions d'origine de ces produits ont été reconnues équivalentes. La gestion courante n'engendre pratiquement pas de surcoûts pérennes, à l'exception de quelques opérateurs des filières charcuterie/salaison et plats cuisinés. Il s'agit de quelques entreprises dont les origines sont multiples ou fluctuent dans le temps, mais qui souhaitent, dans le cadre de leur propre stratégie commerciale indépendante du décret, communiquer sur une origine spécifique.

Les éventuels surcoûts n'ont pas été répercutés dans la chaîne de valeur. Le décret n'a pas eu d'impact sur le prix de vente au détail ou le pouvoir d'achat des consommateurs.

L'indication d'origine répond à une demande réelle des consommateurs et améliore la transparence vis-à-vis des consommateurs; même si cette demande ne se traduit pas en termes de critère d'achat prioritaire.

L'étude ne révèle pas de modification significative en volume de l'origine pays des approvisionnements en lait ou viande en lien avec la mise en œuvre du décret. Il est important de souligner les difficultés d'apprécier un effet net du décret sur les échanges commerciaux en raison (i) des faibles volumes concernés au regard de la production nationale, (ii) de la période d'observation 2013-2017 marquée par de nombreux enjeux contextuels des filières, (iii) des stratégies préexistantes visant à privilégier des approvisionnements locaux et (iv) des décisions ou stratégies individuelles de certains leaders. Les changements éventuels d'origine se situent le plus souvent à la marge ou sont associés à des stratégies propres aux opérateurs ou des démarches des filières antérieures au décret ou encore aux situations de marché.

Enfin, l'éventuelle pérennisation et extension du décret est abordée sous la forme de quatre scénarios. Chacun discute qualitativement de la faisabilité pour les acteurs (entreprises agroalimentaires et GMS) ainsi que des effets pour les consommateurs.

Summary

France has set up an experiment regarding the mandatory labelling of the origin of milk, milk used as an ingredient in dairy products and meat used as an ingredient in foodstuffs. This experiment is governed by Decree no. 2016-1137 of 19 August 2016. It entered into force on 1 January 2017 (with a transitional period until 31 March 2017) and was initially applicable until 31 December 2018 (Decree 2018-1239 of 24 December 2018 extended the application of the provisions until 31 March 2020). The application of the Decree has been evaluated, in particular as regards:

- the feasibility of implementing this origin-related information in the dairy sector and in the main meat sectors;
- the cost incurred for the various actors of the concerned sub-sectors;
- the potential impact of the measure on the price paid by the consumer;
- the possible changes in behavior of consumers in their purchases;
- the possible impact of the Decree on trade in the concerned products.

The state of play established in July - August 2017 on more than 8,600 product references in 24 different supermarkets in 7 regions of France showed that the Decree had been applied.

Overall, the implementation of the Decree has generated very limited additional costs, estimated at an additional 0.1 to 0.5% per product unit. These costs primarily consist of time spent by the teams managing the operational difficulties related to the implementation of the Decree; these difficulties were exacerbated by the limited six-month implementation time. These costs were borne by operators (agri-food companies, supermarkets). Indicating origins on a voluntary basis had become common for certain sectors before the Decree (liquid milk, pork, beef) and the indications of origin of these products were recognised as equivalent. Everyday management generates almost no additional long-term costs, with the exception of a few operators in the processed cold and cured meats, and ready-made meals sectors. This concerned a few companies who wish to inform on the specific origins as part of their own commercial strategy, unrelated to the Decree, and which have ingredients from multiple origins, or fluctuating over time.

Any additional costs were not passed on in the value chain. The Decree had no impact on the retail selling price or the purchasing power of consumers.

The indication of origin responds to real consumer demand and improves transparency vis-à-vis consumers; even if this demand is not reflected in terms of priority purchasing criteria.

The study does not reveal any significant change regarding the country of origin of milk or meat supplies in relation to the implementation of the Decree. It is important to emphasise the difficulties of assessing a net effect of the Decree on trade due to (i) the small volumes concerned in relation to national production, (ii) the period 2013-2017 which faced various contextual issues in the sectors, (iii) pre-existing strategies to favour local supply and (iv) the individual decisions or strategies of certain leaders. Possible changes of origin are generally at the margin, or are associated with operator-specific strategies or the approaches of sectors prior to the Decree, or market situations.

Finally, the possible extension of the Decree and its perpetuation is addressed in the form of four scenarios. Each scenario discusses qualitatively the feasibility for operators (agri-food companies and supermarkets) as well as the effects for consumers.

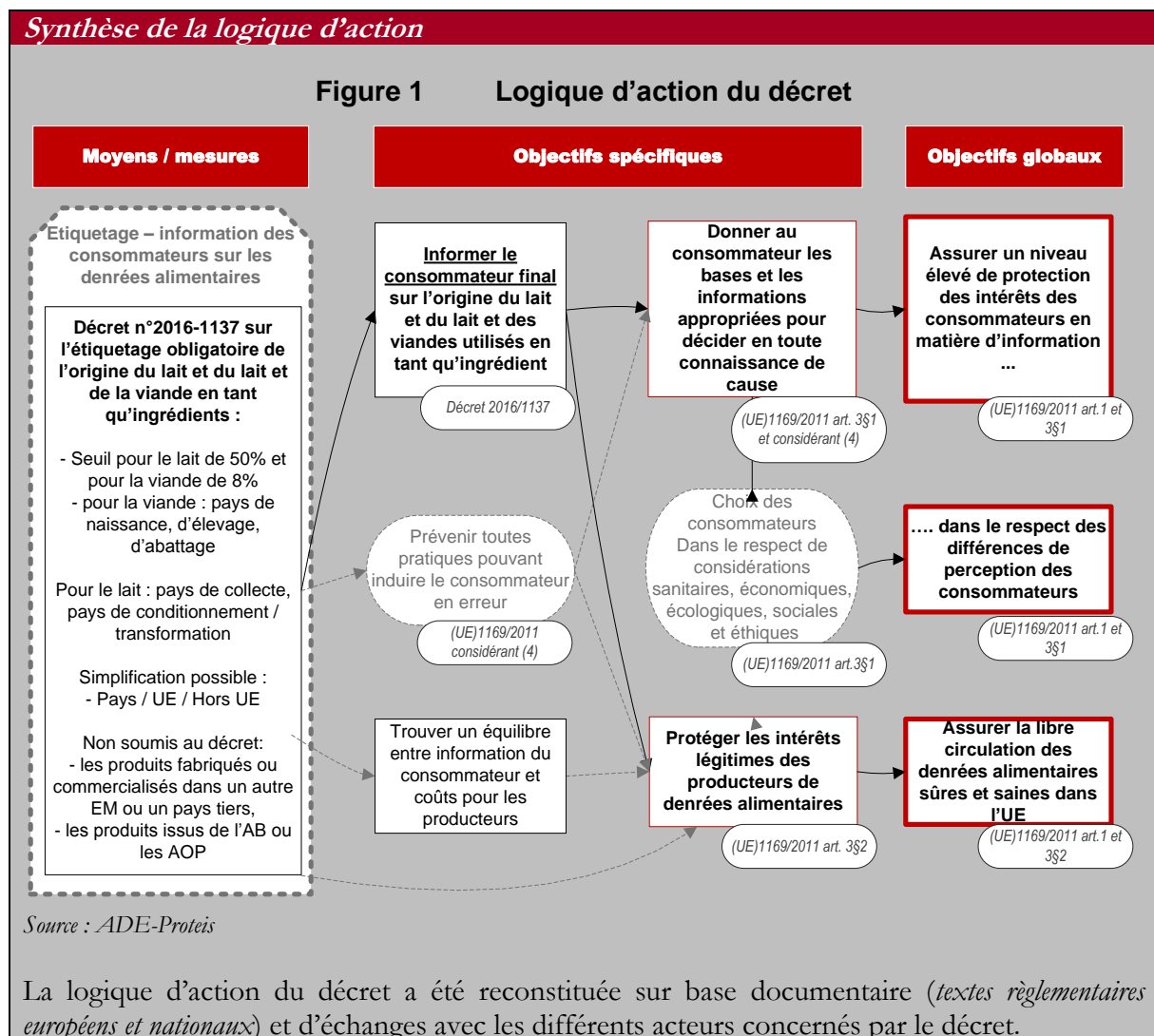
1. Contexte et analyse de la logique d'action

1.1 Approche

La première étape de toute évaluation est de reconstituer et d'analyser la logique d'action de la politique évaluée. La compréhension fine et partagée de la logique d'action constitue en effet un élément essentiel sur lequel se fonde et se structure la démarche d'évaluation. Elle vise plus précisément à expliciter clairement les objectifs et les effets attendus de la mise en œuvre du décret.

Pour ce faire, l'équipe d'évaluation a d'abord reconstitué cette logique d'action sur base des différents documents de référence. La logique d'action a été soumise au Comité de Pilotage et aux différents acteurs rencontrés (45 structures, 67 personnes) en vue de recueillir leurs commentaires et d'en assurer une vision partagée.

1.2 Synthèse de la logique d'action



L'objectif central du décret est l'information des consommateurs, en leur donnant une information factuelle sur l'origine du lait et de la viande utilisés comme ingrédients.

Le décret s'inscrit dans le cadre de la réglementation européenne sur l'étiquetage des denrées alimentaires. Le règlement (UE) n°1169/2011 (dit INCO) définit les objectifs globaux de cette politique d'information des consommateurs. L'objectif de cette réglementation est double :

- Assurer un niveau élevé de protection des consommateurs en donnant au consommateur final les bases à partir desquelles il pourra décider en toute connaissance de cause, dans le respect de ses propres principes ou considérations économiques, écologiques, sociales ou éthiques.
- ... tout en veillant au bon fonctionnement du marché intérieur de l'UE.

A cet égard, dans les motivations du règlement d'exécution n°1337/2013, il est rappelé l'objectif de « **trouver un équilibre entre la nécessité d'informer les consommateurs et les coûts supplémentaires engendrés pour les opérateurs et les autorités nationales, qui se répercutent en bout de chaîne sur le prix final du produit** ». Les dispositions particulières prises par le décret (*produits visés, seuils, simplification - mentions UE, hors UE, UE ou hors UE -, dispenses pays tiers – agriculture biologique – appellation d'origine contrôlée, etc.*) participent à cet équilibre et veillent à ne pas entraver la libre circulation des denrées alimentaires.

1.3 Analyse

1.3.1 Contexte européen et national

1.3.1.1 Contexte européen

La protection des consommateurs et la libre circulation de denrées alimentaires sûres et saines figurent parmi les principes essentiels du marché intérieur. A cet effet, il convient notamment d'informer le consommateur sur les denrées alimentaires et leurs ingrédients. Cette information passe actuellement par l'étiquetage apposé sur les produits. L'indication de l'origine est obligatoire au sein de l'Union européenne (UE) pour les unités de vente consommateur de viande bovine suite à la crise de l'ESB¹. Elle a été étendue à d'autres viandes également (porc, volailles, ovin, caprins), et d'autres produits comme le miel, les fruits et légumes frais, l'huile d'olive ou le poisson.

En effet, ce sont les règles de l'UE qui régissent l'étiquetage de la totalité des denrées alimentaires pour l'ensemble des Etats membres (règlement (UE) 1169/2011²). Elles ont pour objectif d'*assurer un niveau élevé de protection des consommateurs en matière d'information sur les denrées alimentaires [...] tout en veillant au bon fonctionnement du marché intérieur*. Le consommateur final informé **dispose d'éléments pour décider en toute connaissance de cause s'il souhaite consommer des denrées alimentaires en tenant compte de considérations sanitaires, économiques, écologiques, sociales et éthiques**.

Le chapitre VI, article 38 du règlement INCO, précise les latitudes laissées aux Etats membres (EM) en termes d'étiquetage. Pour des aspects qui ont été expressément harmonisés par le règlement, les EM ne peuvent pas adopter des dispositions spécifiques sauf si le droit de l'Union

¹ Encéphalopathie spongiforme bovine.

² Le règlement (UE) 1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires est aussi appelé INCO.

l'autorise. Pour les aspects non expressément harmonisés, des dispositions nationales sont potentiellement possibles. Dans tous les cas, il est bien précisé que **les mesures nationales ne peuvent pas entraver la libre circulation des marchandises et donner lieu à des discriminations entre EM.**

L'article 39 précise les conditions sous lesquelles des mentions obligatoires complémentaires peuvent être apportées. Il s'agit principalement de motifs liés à la protection du consommateur et de la santé publique, à la répression de tromperies et de concurrence déloyale. Si ce type de mention obligatoire complémentaire est proposé par un EM, il doit apporter la preuve que la majorité des consommateurs attachent une importance significative à cette information.

Le règlement stipule dans ses considérants que l'extension de l'indication obligatoire de l'origine à d'autres produits comme le lait, le lait utilisé en tant qu'ingrédient ou la viande utilisée en tant qu'ingrédient sera étudiée par la Commission européenne (CE). Celle-ci a produit deux rapports, l'un datant de 2013 pour la viande utilisée comme ingrédient, l'autre datant de 2015 sur le lait et le lait utilisé comme ingrédient. C'est dans ce contexte que la France a souhaité aller un pas plus loin et mettre en place un dispositif expérimental pour cet étiquetage spécifique du lait, du lait et de la viande comme ingrédients. D'autres EM (*Italie, Finlande, Lituanie, Grèce, Espagne, Portugal*) ont également souhaité s'engager dans des initiatives similaires.

1.3.1.2 Contexte français

Si l'étiquetage des barquettes UVC³ des viandes fraîches et congelées existe depuis le 1^{er} avril 2015 en application du règlement (UE) N°1169/2011, selon des règles bien précises, notamment la localisation des différentes étapes de l'élevage et de la transformation, les événements de l'année 2013 ont montré au niveau européen que, pour les produits transformés à base de viande, un manque crucial d'encadrement pouvait donner lieu, pour certains opérateurs, d'une part, à des tromperies sur la composition des produits vendus aux consommateurs et, d'autre part, à des pratiques délictueuses en termes de gestion de la nature et de la traçabilité des ingrédients carnés utilisés.

Dans le contexte des conséquences des crises sanitaires et pour répondre aux attentes des consommateurs, la France a demandé à la Commission de mettre en place, à partir du 1^{er} janvier 2017, l'étiquetage obligatoire de l'origine du lait et du lait et des viandes utilisés en tant qu'ingrédients dans les produits préemballés. Cette dernière n'a pas émis d'avis défavorable.

L'indication de l'origine est pour le consommateur une assurance d'avoir une meilleure transparence et une meilleure traçabilité des produits alimentaires. Le consommateur bénéficiera ainsi d'une information équivalente à celle déjà obligatoire pour les viandes fraîches, les fruits et légumes frais, le miel ou l'huile d'olive.

Comme il s'agit d'une expérimentation, l'article 9 du décret prévoit qu'un rapport d'évaluation de la mise en œuvre du décret sera réalisé et transmis à la Commission européenne, objet de la présente mission. L'objectif des Autorités françaises au travers de cette expérimentation est d'examiner la possibilité d'une extension à l'échelle européenne.

³ UVC - Unité vente consommateur.

1.3.2 Le décret n°2016-1137

Cette expérimentation a pour base réglementaire le décret n°2016-1137 du 19 août 2016 relatif à l'indication de l'origine du lait et du lait et des viandes utilisés en tant qu'ingrédients. Ce décret est entré en vigueur au 1er janvier 2017 et est applicable jusqu'au 31 décembre 2018. Les denrées alimentaires dont l'étiquetage n'était pas conforme pouvaient être mises en vente jusqu'à l'épuisement des stocks et au plus tard le 31 mars 2017.

Ce texte concerne :

- le lait ;
- le lait utilisé comme ingrédient dans les produits laitiers (crème de lait, beurre, fromages, caillebotte, pâtes à tartiner laitière, yaourt, fromages blancs, ...) ;
- les viandes des espèces bovine, porcine, ovine, caprine et des volailles utilisées comme ingrédients dans des denrées alimentaires (charcuterie, plats préparés,...).

L'approche pour définir l'univers éligible pour le lait et le lait comme ingrédient dans les produits laitiers relève de la **nomenclature européenne des produits laitiers** (cf. annexe du décret – Codes NC 0401-0406). Le lait est défini comme : le lait de collecte, lait partiellement ou totalement écrémé, lait partiellement ou totalement déshydraté, lait en poudre réhydraté incluant la crème. L'approche consiste en une liste positive sur base des codes douaniers, c'est-à-dire couvrant tous les produits figurant sous ces codes douaniers.

Pour la viande, l'approche est différente. Elle repose sur la part des muscles de viande bovine, porcine, ovine, caprine et de volaille qui se trouve comme ingrédient dans un produit transformé préemballé.

Les produits fabriqués ou commercialisés dans un autre Etat membre ou dans un pays tiers ne sont pas soumis aux dispositions. Etant donné qu'ils sont déjà encadrés par des réglementations spécifiques sur l'origine, les produits bénéficiant d'une AOP ou issus de l'agriculture biologique ne sont également pas soumis à ces dispositions.

Le décret précise les mentions à indiquer (art. 2 à 4). Concernant le lait de consommation et les produits laitiers, l'obligation de l'indication de l'origine (pays) du lait mis en œuvre est obligatoire aux stades de la collecte (stade de production au niveau de l'exploitation), du conditionnement et/ou de la transformation. L'obligation de l'indication de l'origine (pays) des viandes utilisées dans les produits transformés est obligatoire aux stades de la naissance, de l'élevage et de l'abattage, en conformité à ce qui se fait au niveau européen pour la viande fraîche.

Si pour l'ensemble des stades, l'origine correspond à un même pays (ou à un même groupe de pays), les mentions « Origine : pays », ou « Origine : UE » (un ou plusieurs EM de l'UE) et « Origine : Hors UE » (un ou plusieurs Etat non membres de l'UE) peuvent être utilisées.

Si la mention des stades nécessite d'indiquer plusieurs pays, les mentions « UE » ou « hors UE » ou « UE ou Hors UE » peuvent être utilisées.

Le décret prévoit que l'étiquetage de l'origine n'est pas obligatoire pour les denrées dont les ingrédients (*lait ou viandes*) représentent un pourcentage inférieur à un seuil. L'arrêté du 28 septembre 2016 a fixé ces seuils à 50 % pour le lait dans les produits laitiers et à 8 % de viandes dans les denrées alimentaires.

En ce qui concerne l'endroit (art.6), les mentions d'origine figurent, au choix (1) dans la liste des ingrédients, immédiatement après le nom de l'ingrédient concerné ; ou (2) dans une note au bas de cette liste.

En outre, le compte rendu du groupe de concertation sur l'étiquetage de l'origine du lait et des viandes dans les produits transformés du 30 août 2016 précise le **principe d'équivalence avec les démarches volontaires**. Le compte rendu dit que « *sous réserve d'adéquation des cahiers des charges de ces dispositifs avec les exigences du décret, les marques collectives « type viandes de France » et les allégations privées, au cas par cas seront reconnues équivalentes* ».

Les échanges avec la DGCCRF ont permis d'identifier une série de démarches équivalentes, dont :

- les marques collectives (Viandes de France) et Syndilait (lait collecté et conditionné en France) (voir logos en annexe) ;
- la mention « origine France » ;
- les logos des marques distributeurs (Système U, Auchan, Lidl, ...).

1.3.3 Les dates clés de la mise en place du décret

Des groupes de travail sont mis en place pour élaborer le décret en concertation avec les parties prenantes s'agissant d'une expérimentation. Le décret est publié en août 2016. La mise en œuvre dure jusqu'au 1^{er} avril 2017. En effet, bien que le décret s'applique depuis janvier 2017, les pouvoirs publics avaient accordé une période dérogatoire de 3 mois au cours de laquelle les produits dont l'étiquetage n'était pas conforme pouvaient encore être mis en vente. **Les industriels bénéficiaient donc d'une période d'environ 7 mois** pour s'approprier et mettre en œuvre le décret pour lequel ils avaient été associés dans l'élaboration.

Tableau 1 Rappel des dates clés de la mise en place du décret

2016	1 ^{er} semestre	Emergence du projet de décret et groupes de travail
	Août	Publication du décret le 21 août 2016
	Septembre-décembre	Publication de l'arrêté du 28 septembre 2016 fixant les seuils prévus par le décret n° 2016-1137 d'exécution à l'article 1 du décret : <ul style="list-style-type: none"> - 50 % pour le lait utilisé en tant qu'ingrédient dans un produit laitier ; - 8 % pour la viande utilisée en tant qu'ingrédient dans un produit transformé. Echanges et précisions sur les champs d'application du décret et mentions équivalents (automne 2016).
2017	Janvier	Date d'entrée en vigueur du décret (1 ^{er} janvier 2017)
	Février	Période de dérogation à l'application effective du décret (31 mars 2017)
	Mars	Tolérance : les produits fabriqués jusqu'au 31 mars sont réputés conformes
	Avril	1 ^{er} avril : fin de la période de dérogation - application du décret
	...	

Source : ADE

1.3.4 Reconstitution et analyse de la logique d'action

La logique d'action a d'abord été élaborée sur base documentaire (*règlement (UE) N°1169/2011 et le règlement d'exécution (UE) N°1337/2013 ainsi que le décret n° 2016/1137*) et elle a ensuite été discutée avec les acteurs dans le cadre des entretiens de cadrage menés en juin – juillet 2017.

La logique d'action reconstituée est présentée sous la figure 1 exposée précédemment (*cf. encadré sous la section 1.2*). Les points suivants sont à considérer à la lecture de cette logique d'action :

1. Le décret s'inscrit dans le cadre de la réglementation européenne sur l'étiquetage des denrées alimentaires

En vue de mieux cerner les objectifs et les principes du décret et de la politique, il faut d'abord remonter aux règles européennes qui régissent l'étiquetage de la totalité des denrées alimentaires pour l'ensemble des Etats membres. Cette politique n'est donc pas spécifique à l'étiquetage d'origine.

Le règlement (UE) n°1169/2011 (dit INCO) définit les objectifs globaux de la politique d'information des consommateurs sur les denrées alimentaires comme suit :

- « Assurer un **niveau élevé de protection des consommateurs** en matière d'information sur les denrées alimentaires **dans le respect des différences de perception desdits consommateurs tout en veillant au bon fonctionnement du marché intérieur.** » (art. 1 – Objet et champ).
- « L'information sur les denrées alimentaires tend à un **niveau élevé de protection** de la santé et **des intérêts des consommateurs en fournissant au consommateur final les bases à partir desquelles il peut décider en toute connaissance de cause** et utiliser les denrées alimentaires en toute sécurité, **dans le respect, notamment, de considérations sanitaires, économiques, écologiques, sociales et éthiques.** » (art.3 – objectifs généraux §1).
- « La législation concernant l'information sur les denrées alimentaires vise à **établir, dans l'Union, la libre circulation des denrées alimentaires** légalement produites et commercialisées, **compte tenu, le cas échéant, de la nécessité de protéger les intérêts légitimes des producteurs** et de promouvoir la fabrication de produits de qualité. » (art.3 – objectifs généraux §2).
- « Fournir aux consommateurs une base pour choisir en connaissance de cause les denrées alimentaires qu'ils consomment et **prévenir toutes pratiques pouvant induire le consommateur en erreur.** » (Considérant (4)).

Ces objectifs montrent bien le double enjeu. La réglementation a en effet pour objectif d'assurer un niveau élevé de protection des consommateurs tout en veillant au bon fonctionnement du marché intérieur de l'UE. A cet égard, dans les motivations du règlement d'exécution n°1337/2013, il est rappelé l'objectif de « **trouver un équilibre entre la nécessité d'informer les consommateurs et les coûts supplémentaires engendrés pour les opérateurs et les autorités nationales, qui se répercutent en bout de chaîne sur le prix final du produit** ». Les dispositions particulières prises par le décret (*produits visés, seuils, simplification, dispenses pays tiers – agriculture biologique – appellation d'origine*) participent à cet équilibre et veillent à ne pas entraver la libre circulation des denrées alimentaires.

2. Finalité centrale du décret: l'information des consommateurs

L'objectif central du décret est l'information des consommateurs, en leur donnant une information factuelle sur l'origine du lait et de la viande utilisés comme ingrédients. Les entretiens

avec tous les acteurs ont clairement confirmé cette vision des objectifs du décret. Il s'agit de donner aux consommateurs les bases qui leur permettront de décider en toute connaissance de cause, dans le respect de leurs propres principes et convictions. En ce sens, le décret s'inscrit donc totalement dans les objectifs et l'esprit du règlement européen sur l'étiquetage des denrées alimentaires.

3. Remarques et précisions apportées suite aux entretiens⁴

D'une manière générale, les acteurs rencontrés partageaient assez largement la proposition initiale de logique d'action. Ils ont néanmoins formulé certaines remarques ou demandes de précisions.

La logique d'action est centrée sur **les objectifs ou effets recherchés** du décret et, non sur les effets ou impacts potentiels.

Pour certains acteurs, certaines mentions de la formulation initiale de la logique d'action issues du règlement européen INCO n'apparaissent pas pertinentes dans le cas particulier du décret qui ne concerne que l'indication de l'origine des ingrédients. Ainsi, **les mentions telles « promotion de la fabrication de produits de qualité », « protection de la santé » ou « sûre et saine » ne sont pas des objectifs du décret** et ont dès lors été retirées de la version revue de la logique d'action. En effet, les denrées alimentaires fabriquées ou commercialisées au sein de l'UE sont déjà soumises à de nombreuses dispositions réglementaires qui en assurent la qualité, la traçabilité et la sécurité pour le consommateur. Dans ce contexte, rien ne permet d'affirmer qu'un ingrédient serait meilleur pour la santé, plus sûr, plus sain ou de meilleure qualité parce qu'il est produit en France plutôt qu'en fonction de son origine pays.

Conformément au règlement européen, l'objectif est bien de donner au consommateur final les bases à partir desquelles il pourra décider en toute connaissance de cause, dans le respect de ses propres principes ou considérations économiques, écologiques, sociales ou éthiques.

Les éventuels changements de comportements des consommateurs, qui restent libres de leurs choix, sont des effets potentiels de la mise en œuvre du décret, mais ne sont pas des objectifs ou des effets recherchés par le décret. Il en va de même pour les éventuels changements de chaînes d'approvisionnement.

Plusieurs interlocuteurs rappellent le **contexte de défiance du consommateur** suite aux crises alimentaires successives qui ont secoué le marché intérieur. Les réglementations européennes et le décret sont vus comme une réponse afin de regagner la confiance des consommateurs. **Le décret contribue à améliorer la transparence tout au long de la chaîne, au profit des consommateurs, mais également des producteurs.**

⁴ La question de la logique d'action a été abordée en détails au cours de 16 entretiens. L'exercice théorique de logique d'action a été abordé de manière plus indirecte avec les autres acteurs moins familiarisés avec cette approche. Deux acteurs, peu familiers avec ce type d'exercice ont préféré ne pas se prononcer. Parmi les 14 acteurs qui se sont prononcés aucun n'a fondamentalement remis en cause cette vision de la logique d'action, tous s'accordant que l'objectif central est l'information des consommateurs. 6 acteurs ont insisté sur un double objectif d'information et de transparence vis-à-vis du consommateur tout au long de la chaîne alimentaire (associations de consommateurs et représentants des producteurs), tout en admettant que les deux sont liés.

⁶ acteurs (association de consommateurs, têtes de réseaux, membre du comité d'évaluation) se sont interrogés sur la place des notions de qualité ou de santé qui figuraient initialement dans la logique d'action en tant qu'objectifs globaux du règlement européen sur l'étiquetage des denrées alimentaires. Certains acteurs ont également évoqué d'autres attentes, mais qui ne peuvent pas être considérés comme des objectifs explicites du décret (ex : raccourcir les chaînes d'approvisionnement, favoriser des liens stables entre fabricants et fournisseurs, reconquérir le marché national, réduire les écarts de compétitivité avec les autres pays).

2. Approche méthodologique

Ce second chapitre vise à présenter les **éléments clés de l'approche méthodologique** sur lesquels se fondent l'évaluation et les réponses aux 9 questions évaluatives :

- La première section **présente les 8 catégories de produits** soumises au décret auxquels a été associé un **échantillon de 8 produits** de référence **qui ont guidé les analyses** (cf. *section 2.1*).
- La seconde section présente **l'approche** suivie **pour réaliser l'état des lieux au cours de l'été 2017** (cf. *chapitre 3*), reposant sur une définition de l'univers éligible et sur un relevé systématique des références soumises au décret lors de visites en magasin (cf. *section 2.2*).
- La troisième section décrit les **principaux outils d'entretiens et d'enquêtes auprès des industriels et des enseignes GMS** mobilisés au cours de la seconde phase sur lesquels s'appuient les réponses aux questions A à C et F à I (cf. *section 2.3*).
- Enfin, la dernière section expose les protocoles des deux **enquêtes auprès des consommateurs** réalisées par le cabinet OPSIO, à savoir une enquête en ligne auprès d'un panel de 1500 consommateurs et une enquête dite « *shopper* » administrée en face à face en point de vente. Les réponses aux questions D (cf. chap. 7) et E (cf. chap. 8) reposent largement sur ces enquêtes (cf. *section 2.4*).

L'évaluation et les réponses aux questions évaluatives reposent sur la triangulation des sources quantitatives et qualitatives mobilisées.

2.1 Les catégories et l'échantillon de produits retenus

Pour réaliser l'état des lieux, les produits soumis au décret ont été classés en 9 catégories correspondant aux univers de leur présentation dans les magasins. La même classification a été retenue pour les réponses aux questions évaluatives.

En fonction des questions, sont prises en compte soit les catégories de produits dans leur ensemble soit seulement certaines références. Les sandwiches ne sont pris en compte que pour les questions relatives aux consommateurs.

Tableau 2 Echantillon de références retenues pour le traitement des questions

Catégories de produits	Echantillon de produits
1. Lait	Lait liquide UTH ½ écrémé
2. Produits laitiers (hors fromages)	Yaourt nature
3. Fromages	Fromage au lait de vache : camembert et emmental
4. Charcuterie – Salaisons – Traiteur (CST)	Jambon cuit (porc)
5. Viandes fraîches transformées ou aromatisées	Nuggets de poulet
6. Produits surgelés	Lasagnes (pur bœuf)
7. Produits appertisés	Cassoulet
8. Sandwiches	Uniquement pour les 2 questions évaluatives consommateurs (questions D et E)

Source : ADE/Proteis

2.2 Approche pour le bilan de la mise en œuvre (chap. 3)

2.2.1 Enjeux et limites

Le bilan de la mise en œuvre repose sur un état de référence en matière d'étiquetage de l'origine avant le décret (2015-2016) et sur un état des lieux établi en juillet/août 2017.

L'état de référence a été reconstitué ex post (en 2017). A ce sujet, la principale limite concerne la diversité des sources et des protocoles qui ont servis de référentiel, avec certains suivis/relevés organisé dans des objectifs différents ; cet état de référence est important mais il doit être considéré de manière indicative.

En ce qui concerne l'état des lieux, pour les produits à DLC longue (appertisés et surgelés), il est possible que certains produits en rayon en été 2017 aient été fabriqués avant l'application du décret. Les figures 12 et 13 sont à lire en considérant cette remarque.

2.2.2 Approche adoptée

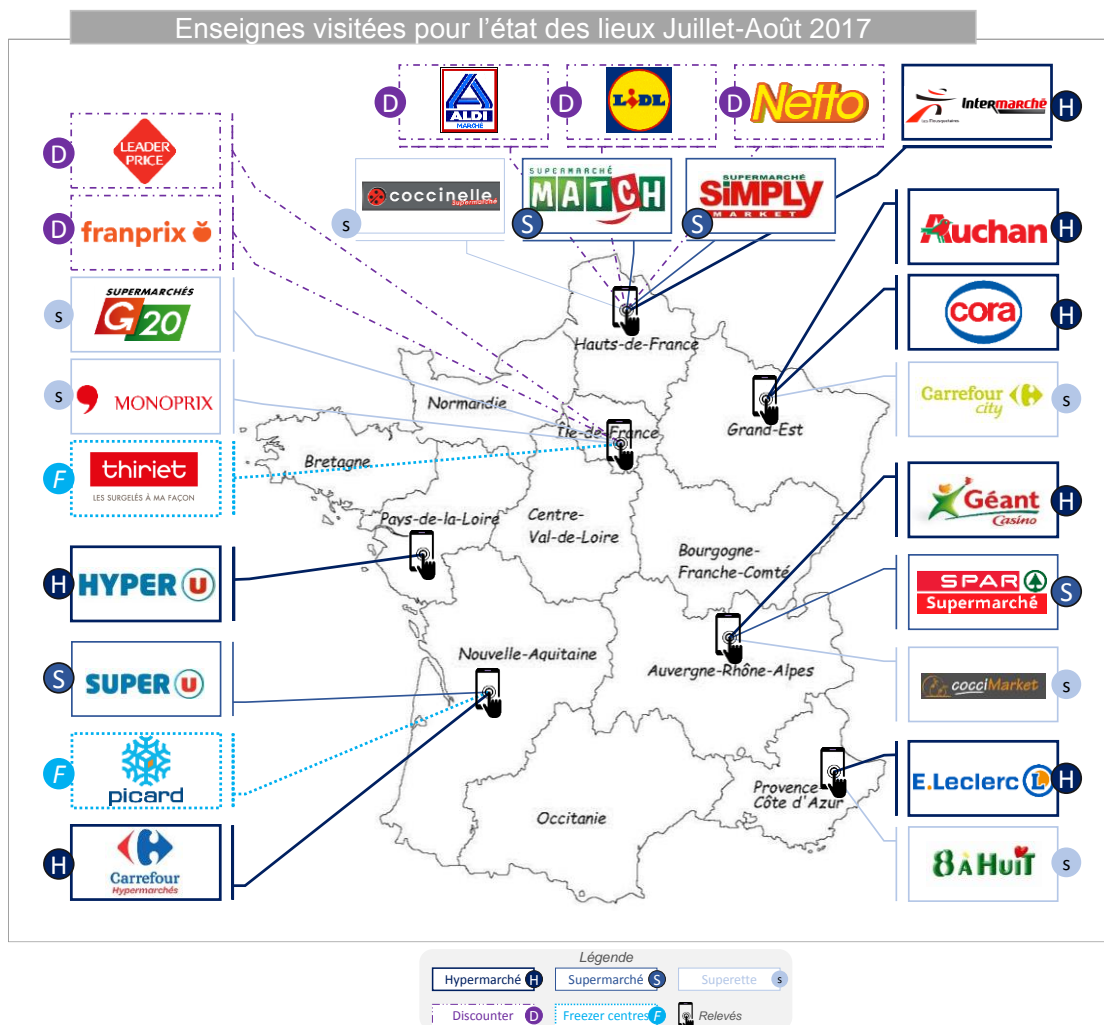
L'approche suivie pour établir l'état des lieux repose, en premier lieu, sur la définition de l'univers éligible développé en section 2.1. Elle repose ensuite sur un relevé de références en GMS, détaillé ci-après.

L'état des lieux est basé sur un relevé de références. Une référence correspond à un produit sous un conditionnement spécifique que le consommateur peut acheter. A titre d'exemple, un même produit présenté sous des emballages de volumes différents est comptabilisé pour chaque présentation (*exemple : jambon 2 tranches, jambon 4 tranches, jambon 6 tranches,...*). L'état des lieux n'établit pas de lien avec les parts de marchés et les volumes de ventes.

Champ et catégories

L'état des lieux de la mise en application du décret repose sur un relevé de références produits lors de visites en magasins. Un nombre total de 24 enseignes a été visité, celles-ci étant réparties dans 7 différentes régions en France (voir carte ci-dessous). La liste des principales enseignes a été établie en discussion avec les représentants de la GMS et du MAA, en veillant à couvrir différents formats (hyper, super, superette).

Tableau 3 Enseignes visitées pour l'état des lieux



Pour l'état des lieux, une plateforme avec une application mobile a été utilisée : *QuickTapSurvey*⁵. Cette application permet de collecter des données simultanément avec plusieurs appareils mobiles sans connexion à Internet ainsi que de synchroniser les informations avec la base de données centralisée une fois l'appareil mobile connecté au réseau. Ainsi, des enquêteurs équipés avec des tablettes se sont rendus en magasin pour procéder au référencement.

L'équipe a développé 9 formulaires de saisie par grande catégorie de produit (*Laits liquides, Produits laitiers, Fromages, Charcuterie-salaisons-traiteur, Viandes fraîches transformées ou aromatisées, Produits surgelés, Produits appertisés, Sandwiches & salades, Aliments infantiles*).

Ces catégories sont ensuite composées de 3 à 13 sous-catégories. La distinction entre marque distributeurs (MDD), marque nationale (MN) et premiers prix (PP) est faite de manière systématique en début de chaque questionnaire (*voir présentation des résultats au chapitre 3*).

Visites en magasins

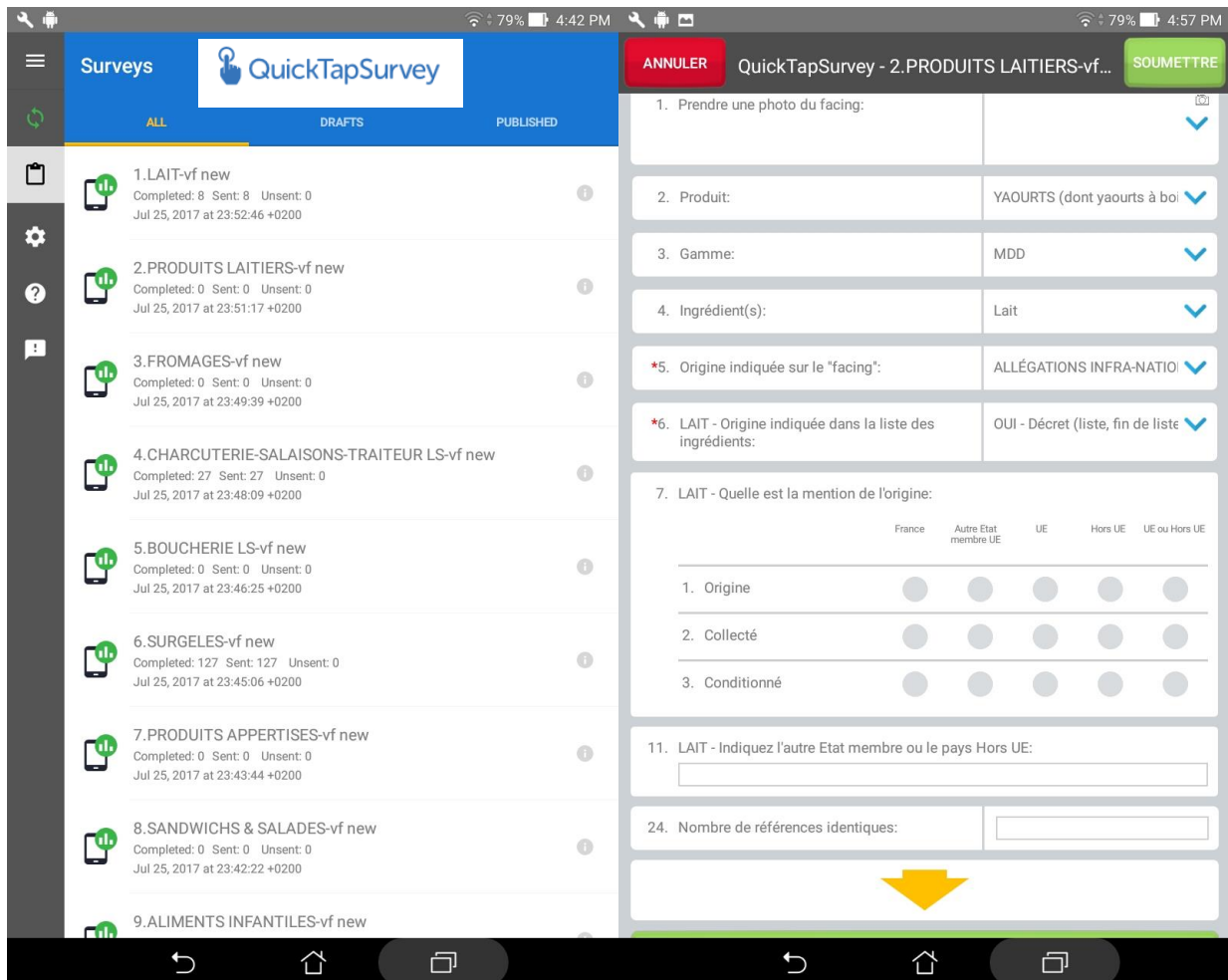
Des tests ont été réalisés dans deux magasins pour ajuster le questionnaire. Les relevés dans les magasins ont été réalisés par une équipe restreinte de deux à trois enquêteurs, appuyés par l'équipe de l'étude. Les visites se sont déroulées entre le 10 juillet et le 25 août 2017. L'autorisation a été demandée aux responsables qualité des enseignes avant les visites. Les relevés ont été synchronisés à l'issue de chaque visite. Les données reçues ont été vérifiées par l'équipe de l'étude.

⁵ <https://www.quicktapsurvey.com>.

En vue de limiter tant que possible les doublons, le choix a été fait de relever les MDD et PP dans les formats « hyper ». Les MDD et PP n'ont plus été relevées dans les autres formats de la même enseigne. Les MN ont été relevées dans différentes enseignes réparties sur le territoire. Des échanges ont eu lieu au sein de l'équipe sur les grandes marques et leur relevé en vue de limiter les doublons.

Formulaires de saisie

Le relevé des produits ne s'est pas basé sur la prise des codes-barres, dans la mesure où il n'était pas possible d'apparier ces codes à un nom / identité du produit (absence de base de données centralisée et/ou d'accès à ces informations). Afin de permettre l'identification du produit, chaque formulaire commençait par la prise d'une photo (voir exemple de l'interface ci-dessous). Ensuite, le questionnaire comprenait une série de questions sur les informations présentes sur le facing du produit ainsi que sur les informations présentes dans la liste des ingrédients (exemple ci-dessous pour la catégorie « Produits laitiers-hors fromages »).



2.3 Approche relatives aux questions A à G (chap. 4 à 10)

Les questions évaluatives A à G présentent des synergies. Le traitement de ce bloc de 7 questions a fait appel à deux étapes communes :

- **Etape 1** : un travail documentaire préliminaire de collecte et d'analyse des données factuelles pour certaines catégories de produits⁶ (voir tableau 3).
- **Etape 2** : les entretiens et/ou enquêtes auprès des entreprises, qui visent à traiter les trois questions. Ce sont principalement les entreprises des industries agro-alimentaires et les enseignes de la grande distribution qui ont été interrogées, ainsi que leurs organisations professionnelles. Des entretiens complémentaires concernant les producteurs ont été réalisés auprès des organisations professionnelles en amont du secteur lait et viande porcine.

Le cahier des charges avait souligné l'importance d'avoir une vision précise de la façon dont les petites entreprises (PME dont TPE) avaient vécu la mise en place du décret. Cette préoccupation a fait l'objet d'une approche spécifique sous forme de deux enquêtes en ligne auprès des deux secteurs industriels dont la structure est relativement atomisée à savoir le secteur « charcuterie salaisons » et « plats cuisinés ou traiteurs ».

2.3.1 Travail documentaire sur les produits

Des travaux internes à l'équipe au travers de monographies de produits ont été réalisés en vue de disposer d'une vision du marché du produit, de la structure de l'offre au rayon LS, ainsi que de l'évolution des achats des ménages et des prix des produits. Elles ont été faites pour 5 produits : laits liquides, yaourt nature, emmental, camembert, jambon cuit. Pour les autres produits, des informations plus fragmentaires ont été collectées, le principal obstacle étant l'absence de suivi des prix des produits soit dans les bases de l'INSEE pour le prix « sortie usine » soit au sein des panels pour les prix de vente au détail.

L'objectif de ces monographies était :

- de définir, en fonction du niveau de concentration, le type d'approche soit sous forme d'entretiens auprès des leaders soit sous forme d'une enquête quantitative (*cf. tableau ci-dessous*) ;
- de disposer d'informations précises sur la structure de l'offre au rayon LS pour nourrir le dialogue avec les interlocuteurs, notamment le poids relatif des marques nationales versus celui des MDD et le type d'emballage support des mentions d'origine ;
- de disposer de la conjoncture au rayon LS des GMS qui a prévalu sur la période de 24 mois c'est-à-dire de janvier 2016 à fin 2017 : évolution mensuelle des achats des ménages et des indicateurs prix aux différents stades de la filière.

Les statistiques (2014-2017 *variable selon les produits*) des volumes achetés ou des prix de vente de ces produits ont été discutées avec les organisations professionnelles représentatives des secteurs et les industriels lors des entretiens. Les évolutions observées sont liées à une diversité de facteurs structurels (*ex : baisse régulière de la consommation de certains produits de base, comme le camembert, le yaourt nature ou la viande*) ou conjoncturels (*ex : fluctuation du coût de la matière première, particulièrement importante en lait*) qui sont prépondérants au cours de la période considérée, sans relation de cause à effet avec le décret. Ainsi par exemple, la mise en œuvre du décret correspond très exactement à une remontée forte du prix du lait standard (*matière première*) à partir de l'été 2016 (*augmentation de près de 20% entre juillet 2016 et juillet 2017*), qui n'est pas propre au marché français.

⁶ Les sandwiches et salades et les aliments infantiles ne sont pas pris en compte pour les QE A-C.

Tableau 4 Bilan des entretiens et enquêtes de décembre 2017 à avril 2018

Produits / Catégories	Entretiens	Enquête on-line	Facilitateur
<i>Entretiens complémentaires auprès des organisations professionnelles en amont :</i>			
Lait et viande porcine			
<i>Entretiens complémentaires approfondis auprès des organisations professionnelles des industriels</i>			
FICT et ADEPALE			
<i>Entretiens et enquêtes auprès des industriels :</i> 14 entretiens approfondis et 95 réponses complètes à l'enquête en ligne			
Lait liquide	2 leaders (dont 1 groupe privé et 1 groupe coop.) et 1 embouteilleur lait régionaux / MDD	Non prévue car les monographies ont montré que l'offre au rayon LS est très concentrée sur quelques opérateurs importants qui ont été interrogés	SYNDILAIT ATLA (FNIL et FNCL)
Yaourt	2 entretiens réalisés : 1 leader et 1 entreprise réalisant uniquement des produits sous MDD		
Fromages – Camembert	2 entretiens : 1 coopérative et 1 groupe privé leader européen		
Fromages - Emmental	2 entretiens réalisés : 1 groupe privé leader et 1 groupe coopératif leader		
Charcuterie – Jambon cuit	2 entretiens réalisés auprès de deux groupes leaders	1 enquête lancée le 12/2 et clôturée le 8/3 auprès des adhérents FICT (charcuterie): 36 réponses complètes (parmi environ 200 adhérents concernés) à la clôture après la troisième relance	FICT
Nuggets de poulets	1 entretien réalisé auprès d'1 groupe leader	-	FIA
Lasagnes surgelées à base viande bovine	1 contact auprès d'une filiale d'un grand groupe alimentaire	-	FIA
Cassoulet (conserves appertisées)	1 entretien réalisé auprès d'une filiale du groupe leader en plats cuisinés appertisés	2 enquêtes lancées le 22/2 et clôturées le 16/3 auprès des adhérents ADEPALE et CTCPA potentiellement concernés par le décret : 59 réponses complètes (43 ADEPALE + 16 CTCPA) après la troisième relance	ADEPALE
<i>Entretiens auprès des enseignes de la grande distribution : 5 entretiens approfondis</i>			
Enseignes de la grande distribution	5 entretiens approfondis réalisés auprès des gestionnaires MDD de GMS. Refus de la part d'une enseigne leader		FCD
<i>Entretiens auprès des consommateurs</i>			
Consommateurs	Enquête shopper en magasin en février et mars 2018 : 332 interviews consommateurs et 300 observations seules, soit 632 observations (Réalisée par Opsio)	Enquête en ligne auprès d'un panel en décembre 2017 : 1510 acheteurs , 1/3 produits laitiers et 2/3 produits à base de viandes (Réalisée par Opsio)	

Sources : ADE/Protéis

2.3.2 Les outils d'enquêtes auprès des entreprises agroalimentaires et des enseignes

3 types de d'outils ont été rédigés et utilisés :

- un guide d'entretien pour les industriels, décliné en fonction de la catégorie de produits concernés ;
- un guide d'entretien pour les enseignes de la grande distribution ;
- deux questionnaires d'enquête en ligne avec des questions fermées utilisés auprès des adhérents de la FICT, de l'ADEPALE et du CTCPA (voir résultats annexe 2).

Structure du guide d'entretien pour les industriels

Outre un préambule sur le contexte de l'évaluation et des modalités de réalisation de l'enquête (*engagement de confidentialité notamment*), il abordait 6 thématiques principales en relation directe avec les questions évaluatives :

1. La mise en place et la gestion du décret :
 - a. Les difficultés de mise en place de décret.
 - b. Les difficultés de gestion courante du décret.
 - c. Les facteurs ayant aidé à surmonter ces difficultés.
2. L'évaluation des coûts directs de la mise en place du décret.
3. Les changements éventuels du cahier des charges de l'origine pays des approvisionnements en ingrédients lait ou viandes.
4. Le coût de mise en conformité des emballages en fonction de leur type.
5. Les effets et impacts du décret sur la chaîne de valeur.
6. Les effets et impacts éventuels du décret sur les échanges commerciaux.

Comme cela avait été prévu, les organisations professionnelles ont organisé tant que faire se peut les prises de contacts avec les entreprises de chacun des secteurs. Peu ou prou, la liste des produits de l'échantillon a été couverte mais pour certains produits un seul entretien a été obtenu.

Structure du questionnaire pour les enseignes de la grande distribution

La structure du questionnaire par grande thématique était inchangée. Le questionnaire a été adapté sur plusieurs points :

1. la mise en place et la gestion du décret au sein de l'enseigne en tenant compte de la politique vis-à-vis des filières agricoles qui prévalait avant le décret ;
2. les éventuelles modifications des cahiers des charges des produits sous MDD ;
3. l'éventuelle prise en compte des surcoûts directs ;
4. les exigences vis-à-vis des fournisseurs quant à l'origine « pays » des ingrédients utilisés ;
5. les relations qui ont prévalu durant la période septembre 2016 - mars 2017 avec les principaux fournisseurs des produits de l'échantillon ;
6. les scénarios de report des éventuels hausse de coûts directs imputables au décret sur la chaîne de valeur en amont (fournisseurs / producteurs) et en aval (consommateurs) ;
7. l'impact du décret sur les relations des enseignes avec l'amont des filières agricoles.

Structure du questionnaire pour les enquêtes en ligne auprès des industriels

Les deux enquêtes en ligne ont été adressées aux industriels des filières charcuterie-salaisons (adhérents FICT) et plats cuisinés à base de viande (*adhérents ADEPALE et CTCPA concernés par le décret*).

Ces enquêtes sont complémentaires aux entretiens approfondis auprès des industriels et suivent la même trame de questionnement. Elles permettent de valider ou de mettre en perspectives les constats sur base d'un plus grand nombre d'entreprises, y compris auprès des TPE/PME. Afin de maximiser le taux de retour, la structure du questionnaire est basée sur une vingtaine de questions fermées autour de 5 thèmes liées aux questions évaluatives A/B/C/F/G :

- 1. L'entreprise et les produits concernés par le décret**
 - Taille économique de l'entreprise (Q1)
 - Répartition des ventes en fonction des marques (Q2)
 - Types de produits fabriqués (Q3) et choix d'une catégorie de produits pour répondre au questionnaire (Q4)
 - Supports sur lesquels l'origine de vos ingrédients (viande) est imprimée (visuel ou texte) (Q5)
- 2. Les difficultés rencontrées dans la mise en place et la gestion courante du décret**
 - Avez-vous rencontré des difficultés dans : (1) la mise en place du décret, (2) la gestion courante du décret ? (O/N) (Q6)
 - En quoi ont consisté ces difficultés, ainsi que leur degré d'importance (Q7, Q8, Q9 suivant typologie et autres commentaires)
 - Facteurs externes qui ont aidé à surmonter ces difficultés ? (Q10)
- 3. Les surcoûts liés à la mise en place et la gestion courante du décret**
 - L'application du décret a-t-elle engendré des surcoûts pour l'entreprise (Q11)
 - Causes des surcoûts et leur degré d'importance (Q12)
 - Impact de ces surcoûts en % du prix de revient sortie usine (Q13)
 - En cas de surcoûts, ont-ils été répercutés partiellement ou totalement sur l'amont ou sur l'aval ? (Q14)
- 4. Les éventuels changements d'origines des ingrédients**
 - Origines de vos approvisionnements en viande avant l'annonce du décret en 2016 (Q15)
 - Evolution de l'origine (pays ou zone) des ingrédients viande entre 2016 et 2017 (Q16, Q17)
 - Liens éventuels de ces changements d'approvisionnement avec le décret (Q18)
- 5. Autre impact du décret**
 - Evolution des ventes en lien direct avec l'application du décret (Q19)
 - Autres impacts (Q20)

La structure du questionnaire était la même pour les deux filières, à l'exception de deux questions selon les catégories de produits concernés (Q3 types de produits fabriqués et Q4 choix d'une catégorie de produits pour répondre au questionnaire) :

- Pour la filière Charcuterie salaisons : *jambons cuits de porc, blancs de volaille, autres salaisons cuites (rôtis, épaules, etc.), jambons secs, lardons/poitrines et bacon, saucisses cuites ou à cuire, saucisses et saucissons secs, autres salaisons sèches, saucissons cuits ou à cuire, pâtés, rillettes ou autre.*
- Pour la filière plats cuisinés : *appertisés (Cassoulet, Petit salé / Saucisse-lentilles, Choucroute, Appertisés - Pâtes cuisinées à base de viande (lasagne, ravioli, cannelloni, etc.)) autres plats préparés ou produits appertisés à base de viande, surgelés (Lasagne à base de viande, autres pâtes alimentaires cuisinées à base de viande, Pizze, Quiches, Tourtes, Flam, viandes aromatisées et préparation de viande, autres plats préparés à base de viande), Produits traiteurs frais préemballés à base de viande ou autre.*

2.3.3 Déroutement des entretiens et enquêtes

Les entretiens et enquêtes se sont déroulés en trois séquences successives. Suite à des rencontres de cadrage avec les organisations professionnelles (*FICT, ADEPALE, CNIEL, ATLA*) des entretiens ont été organisés auprès d'un échantillon d'industriels détenant des positions de leadership sur un ou plusieurs produits de l'échantillon. L'enquête en ligne a été préparée à la suite de ces entretiens, pour les opérateurs des secteurs charcuterie salaison et plats cuisinés. Les entretiens auprès des enseignes de la grande distribution ont eu lieu à la fin, en mars avril. Le questionnaire a été envoyé par courriel et il a ensuite été discuté lors d'un entretien téléphonique.

Les entretiens auprès des industriels

Tous les entretiens approfondis ont eu lieu avec des acteurs clés de l'offre en rayon LS, souvent en position de leader en marque nationale ou acteur majeur de la fourniture de MDD. Les industriels interrogés sont présents dans la quasi-totalité du parc des enseignes françaises, tous formats confondus.

La répartition entre MN et MDD au sein de leurs ventes est variable, allant de 0% à 100% en MN (et vice versa) : un unique opérateur ne fait pas de MDD, d'autres au contraire sont spécialisés sur ce type de marque et produisent en totalité sous marque distributeur.

Si sur le principe, les industriels contactés ont accepté les demandes d'entretiens, le planning de ceux-ci s'est étalé sur près de 4 mois (de janvier à avril 2018) compte tenu des contraintes propres aux interlocuteurs à contacter.

L'interlocuteur principal a été le plus souvent le ou la responsable des affaires réglementaires : la diversité des thématiques abordées dans le questionnaire a cependant obligé la plupart des entreprises à préparer les réponses en interne en mobilisant différents services. Mais ce travail de compilation en interne n'a pas toujours pu être réalisé de façon complète.

Dans la typologie des acteurs interrogés, deux groupes laitiers d'envergure européenne sinon mondiale ont été interrogés : compte tenu de l'importance de leurs activités et du nombre de structures (filiales ou sites industriels impliqués), ces entretiens se distinguent des autres. Les éventuelles difficultés de la mise en œuvre du décret, les enjeux d'organisation industrielle au niveau français et européen constituent des thématiques développées au cours de ces entretiens.

Les enquêtes en ligne auprès des secteurs charcuterie salaisons et plats cuisinés/traiteurs.

Les enquêtes en ligne ont été menées auprès des industriels utilisant de la viande comme ingrédients au niveau des filières charcuterie-salaisons (*adhérents FICT*) et plats cuisinés à base de viande (*adhérents ADEPALE et CTCPA concernés par le décret*), avec l'appui et la précieuse collaboration de ces 3 organismes professionnels.

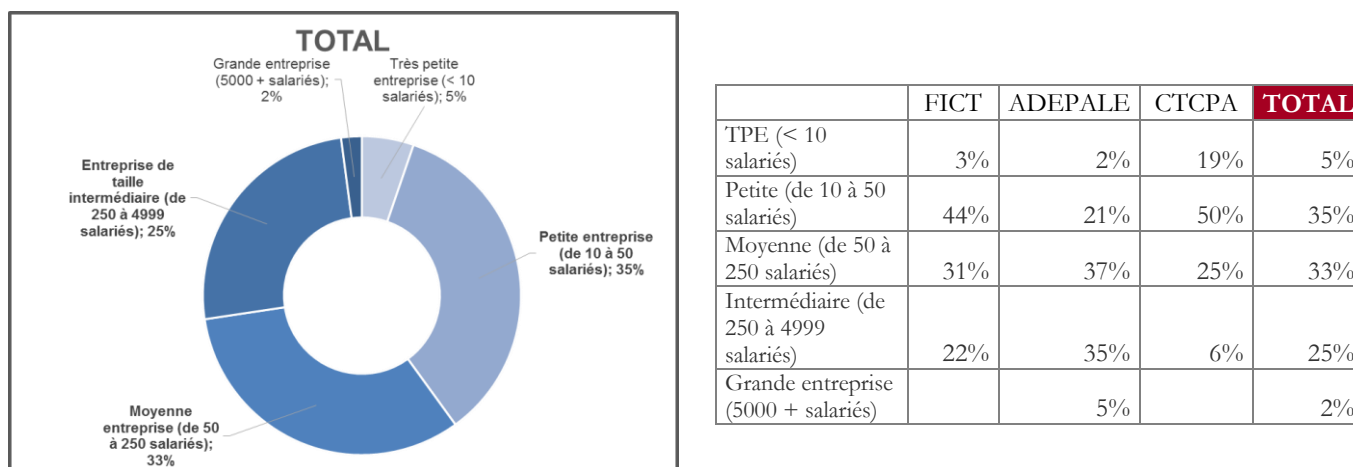
Le protocole d'enquête et les modalités pratiques ont été précisés entre début janvier et mi-février 2018. L'enquête charcuterie salaisons s'est déroulée du 12 février au 7 mars 2018 et l'enquête plats cuisinés du 22 février au 16 mars 2018. Les taux de réponses (*entre 10 et 20% des adhérents concernés*) sont considérés comme satisfaisants pour ce type d'enquête en ligne, compte tenu de la période. Les relances hebdomadaires réalisées par les 3 organismes ont été déterminantes pour atteindre ce résultat.

Au final, 95 questionnaires complets ont été enregistrés, se répartissant comme suit :

- **Filière charcuterie salaisons** : 36 entreprises ont répondu à l'enquête, 78% sont des PME (moins de 250 salariés) dont 47% des petites à très petites entreprises (*c'est-à-dire moins de 50 salariés*).
- **Filière des plats cuisinés** (54% en appertisés, le reste en produits surgelés ou frais traiteur) : 59 entreprises ont répondu à l'enquête (43 ADEPALE et 16 CTCPA), 70% sont des PME (moins de 250 salariés) dont 34% des petites à très petites entreprises (*c'est-à-dire moins de 50 salariés*).

Les enquêtes en ligne permettent une meilleure prise en compte de la situation des PME, majoritairement représentées. Les PME de moins de 250 salariés représentent 73% des répondants, et les petites entreprises (< 50 salariés), 40%.

Figure 2 Répartition des répondants en fonction de la taille des entreprises



Source : Enquête en ligne ADE - filières charcuterie-salaisons et plats préparés- – Q1 Taille économique de votre entreprise

Un extrait des résultats des enquêtes en lignes est repris en annexe 2.

Les entretiens auprès des enseignes de la grande distribution

Un premier échange avait été initié avec les distributeurs au cours de la tranche ferme en vue de préparer les visites en magasin nécessaires à l'état des lieux et contribuer au cadrage préliminaire de certaines questions évaluatives.

Pour cette seconde phase, les entretiens approfondis auprès des gestionnaires de MDD au niveau des distributeurs se sont déroulés entre la mi-mars et début avril 2018. Ils ont volontairement été programmés après ceux auprès des industriels, pour enrichir les échanges sur la base du discours de ces principaux acteurs de la mise en place du décret.

Les entretiens couvrent une large part des enseignes GMS actives en France. La majorité des entretiens ont été menés au niveau de groupes multi format intégrés. Les principaux interlocuteurs ont été les responsables qualité / réglementation au sein des centrales d'achat de ces groupes qui ont coordonné la mise en place du décret au niveau des groupes. Les responsables achats, qui ont dialogué avec les industriels pour mettre en œuvre le décret, ont souvent été consultés en amont ou associés aux entretiens.

2.4 Enquêtes auprès des consommateurs D et E (chap. 7 et 8)

2.4.1 Approche générale des enquêtes consommateurs

Les deux questions évaluatives relatives aux consommateurs (questions évaluatives D et E) reposent sur une approche basée sur les mêmes outils complémentaires :

Le premier outil est une **enquête** quantitative **par internet** (dite en ligne) auprès d'un panel de 1510 consommateurs. Elle a permis de traiter de nombreux sujets sur un large échantillon. Le questionnaire a été conçu pour mettre la personne interrogée en situation d'achat au travers notamment de sa structure et de la présentation de différents visuels (*facing, logos, liste d'ingrédients*).

Le second outil est une **enquête** dite « **shopper** », **réalisée** en magasin en situation d'achat permettant de comparer ce que les consommateurs déclarent avec ce qu'ils font réellement. Cette enquête se déroule en rayon, en face-à-face, avec un enquêteur qui peut relancer et approfondir le sujet par des questions ouvertes. Les objectifs sont donc de compléter l'enquête en ligne par une observation et une interrogation plus spécifique (*car suite à un achat*) assistées par un enquêteur (*dimensions quali/ quanti*) au plus proche de la réalité d'achat. Elle permet donc, d'une part d'identifier les éventuels biais entre le déclaratif issu de l'enquête en ligne (*tendance à sur-déclarer leur attrait pour l'origine par « bonne conscience » ou « bienséance »*) et les situations réelles d'achat, et d'autre part d'apporter des informations clés sur les comportements des consommateurs en situation réelle.

Les protocoles de ces deux enquêtes consommateurs sont repris ci-après de manière synthétique, respectivement sous les sections 2.3.2 et 2.3.3. Les questionnaires d'enquête sont repris en annexe. Les éléments les plus pertinents pour la réponse aux questions sont repris sous les chapitres 6 et 7 du présent rapport. Les résultats complets des deux enquêtes ont été transmis au préalable sous forme d'un diaporama.

2.4.2 Protocole de l'enquête consommateur en ligne

- **Mode de passation** : Enquête par questionnaire électronique, interviews en ligne réalisées sur l'Access Panel Online d'OPSIO-Easy Panel.
- **Période** : mercredi 13 au mercredi 20 décembre 2017.
- **Echantillon** : 1510 acheteurs de produits utilisant du lait et / ou de la viande comme ingrédient, dont :

Tableau 5 Nombre d'acheteurs interrogés par catégories de produits

Filière	Catégories de produits	Acheteurs interrogés
LAIT 508 interviews, parmi lesquels le nombre d'acheteurs par produit ayant répondu*:	Lait liquide	250
	Produits laitiers	283
	Fromage	274
	Desserts lactés	198
VIANDE 1002 interviews, parmi lesquels le nombre d'acheteurs par produit ayant répondu*:	Charcuteries / Salaisons / Traiteur	544
	Viande fraîche transformée	442
	Surgelés	311
	Conserves	354
	Sandwichs	240

*les répondants n'ont vu que les produits qu'ils consomment (achat au cours des 6 derniers mois) et au maximum 2 parmi ceux-ci; Les interviewés consommant au moins un produit lait étaient éligibles aux interviews lait, ceux consommant au moins un produit viande aux interviews viande. En cas de mixité lait / viande, les répondants ont été affectés aléatoirement à l'un ou l'autre scénario de questionnaire (lait ou viande).

Source : Enquête en ligne – Opsio/ADE

- **Profil des répondants** : sollicitation sur la base d'un pool représentatif France en termes de sexe, d'âge, de région, de CSP et de taille du foyer (détails en annexe) :
 - **Hommes - Femmes** - pas de différence entre la cible de l'enquête (*acheteurs de lait / produits laitiers ou viande utilisés comme ingrédient*) et l'ensemble de la population française.
 - **Foyers** - 2,7 personnes au foyer en moyenne, et environ un foyer sur deux comportant au moins un enfant; 14% des foyers comportant au moins un membre suivant un régime spécial (végans exclus de l'échantillon, sans lactose non-éligibles aux interviews lait, végétariens non-éligibles pour viande).
 - **Âge** – une certaine sous-représentation des tranches d'âge « extrêmes » (18-34 ans et plus de 65 ans).
 - **CSP** – une certaine sous-représentation des CSP supérieures dans la cible.
 - **Territoire** - pas d'écart entre l'ensemble de la population française et la cible en termes de région.
 - **Achat en surface alimentaire** (*condition d'éligibilité*) - 100% sont (co)responsables des achats alimentaires du foyer en grande surface ou de proximité.

2.4.3 Protocole de l'enquête en magasin (shopper)

- **Mode de passation** : recueil réalisé en face à face *in situ*, dans chacun des rayons concernés au sein des surfaces alimentaires (grandes ou de proximité).
- **Lieux de passation**: *Auchan, Intermarché, Leclerc, Groupe U*. Les enseignes Carrefour et Géant Casino n'ont pas voulu ou pu donner suite à notre demande dans le temps imparti au déroulement du terrain. Les magasins ont été sélectionnés afin de garantir une représentativité à la fois en termes de surface et de lieu:

Tableau 6 Nombre et distribution suivant les types de GMS

Magasin	Surface	Lieu	Jours d'enquête	Nombre d'interviews
Auchan Bordeaux Lac	Hypermarché + (> 6500 m ²)	Sud	2	27
Auchan City Lyon	Proximité	Sud	1	16
Auchan Strasbourg Hautepierre	Hypermarché + (> 6500 m ²)	Nord	2	37
Auchan Super Rueil	Supermarché	Île de France	1	17
Intermarché Express Bondy	Proximité	Île de France	1	14
Intermarché Lunel	Hypermarché - (< 6500 m ²)	Sud	2	30
Intermarché Super Mons en Baroeul	Supermarché	Nord	2	38
Leclerc Blanc Mesnil	Hypermarché + (> 6500 m ²)	Île de France	2	37
Leclerc Dijon	Hypermarché - (< 6500 m ²)	Nord	2	26
Leclerc Loison sous Lens	Hypermarché - (< 6500 m ²)	Nord	2	37
U Marseille Taddei	Supermarché	Sud	1	24
U Montlouis sur Loire	Hypermarché - (< 6500 m ²)	Nord	1	5
U Pont du Chateau	Supermarché	Sud	2	24
TOTAL			21	332

Source : Enquête Shopper – Opsio/ADE

- **Période**: le vendredi 23 février et le mardi 13 mars 2018.
- **Echantillon**: 332 interviews de personnes de 18 ans et plus, acheteuses d'un des produits rentrant dans le champ de l'étude au jour de l'enquête en Grande Surface Alimentaire, complétées de 300 observations seules, soit un total de 632 relevés pour la partie observation, réparties comme suit selon les produits concernés :

Tableau 7 Nombre et distribution suivant les types de GMS

	Lait	Lait	Viande	Viande	Viande	Viande	Total
	Lait liquide	Yaourts	Charcuterie	Vian­des fraîches tran­formées	Pro­duits sur­gelés	Con­ser­ves	
Questionnaires complets	30	62	60	60	60	60	332
Observations seules	26	63	49	67	39	56	300
Total observations	56	125	109	127	99	116	632

**le protocole d'enquête inclut deux parties – un protocole d'observation et un formulaire avec questions. Pour la phase d'observation l'enquêteur n'interagit pas avec le consommateur, mais enregistre son comportement. Ensuite, l'enquêteur interagit avec le consommateur et lui pose les questions du formulaire, ce dernier ayant été accepté dans un cas sur deux.*

Source : Enquête Shopper – Opsio/ADE

■ Profil des répondants : (détails en annexe)

- **Hommes – Femmes:** (32%-68%) davantage de femmes que d'hommes, en cohérence avec le profil observé sur ce type d'étude in situ à propos des produits de grande consommation.
- **Foyers** - 2,7 personnes au foyer en moyenne, et environ un foyer sur deux comportant au moins un enfant.
- **Âge** – une certaine sous-représentation de la tranche d'âge « extrême » 18-34 ans.
- **CSP** – CSP inférieures et les inactifs représentent une proportion importante de l'ensemble de l'échantillon; certains répondants réfractaires (36%) à l'idée de dévoiler leur revenu.
- **Territoire** - répartition des interviews en termes de lieu couvre l'ensemble des habitants de France métropolitaine (13 magasins). Un profil plutôt urbain, avec près de la moitié des répondants habitant dans une ville de plus de 50 000 habitants.
- **Achat en surface alimentaire** - cette enquête visait à couvrir tous les types de surfaces, y compris les surfaces de proximité dans lesquelles ce type d'enquête (shopper) ne prend actuellement jamais place. Près des trois quarts des personnes interrogées se rendent dans leur magasin au moins une fois par semaine.

3. Bilan de la mise en œuvre

3.1 Approche

L'analyse du bilan de la mise en œuvre du décret n° 2016-1137 constitue un préalable aux travaux d'évaluation. Le décret et ses principes d'équivalences ont été présentés au chapitre portant sur la logique d'action (*cf. chapitre 1*).

Afin de mesurer l'impact du décret applicable depuis le 1^{er} janvier 2017, sur l'indication de l'origine des produits et denrées concernées, la démarche retenue consiste à comparer :

- la situation avant son application : le point zéro étant l'année 2015 si possible, défini comme état de référence ; et
- la situation après la période dérogatoire, c'est-à-dire à partir du 1^{er} avril 2017 - l'état des lieux.

En effet, l'année 2016 est plutôt considérée comme une année de transition, de réflexion et de préparation, puisque le MAA a fait une communication sur le projet de décret dès le premier trimestre 2016⁷.

Le présent chapitre commence par définir l'univers de produits éligibles au décret. Elle présente ensuite les divers éléments (quantitatifs et qualitatifs) qui ont pu être rassemblés pour l'état de référence. Le contexte qui prévalait dans les années précédant le décret est rappelé, suivi d'une synthèse des données qui ont pu être collectées auprès des différentes familles professionnelles. La question de l'utilisation des bases de données issues de sources différentes, de leur compatibilité avec les données issues des relevés en magasins durant les mois de juillet et août 2017 est soulevée.

La seconde partie présente l'état des lieux réalisé sur la base des visites en magasins menées en juillet et août 2017.

3.2 Synthèse du bilan de mise en œuvre

Synthèse de l'état des lieux

Au niveau de **l'état de référence**, l'analyse des impacts de la mise en œuvre du décret **doit prendre en compte la situation « ex ante » ou point zéro qui prévalaient avant la mise en place du décret**. En effet, de très nombreuses initiatives volontaires concernant la mention de l'origine des ingrédients avaient été mises en place par les acteurs de la chaîne alimentaire pour toute une série de produits, et ce bien avant le décret qui l'a transformée en obligation via un texte juridique.

L'état de référence révèle néanmoins des situations contrastées en 2015/2016 selon les produits et les filières. Des mentions d'origine des ingrédients étaient déjà présentes sur une grande partie des produits avec du porc et du bœuf, ainsi que pour le lait liquide. En revanche, d'autres produits (*produits laitiers dont les fromages concernés par le décret, les yaourts, fromages blancs, le beurre etc., les volailles,*

⁷ Les choses se sont accélérées à partir de la publication du décret au JO le 21 août 2016 et de l'arrêté du 28 septembre 2016. Le 4^{ème} trimestre de 2016 a été consacré aux échanges et aux réunions de travail entre les services de l'Etat (MAA et MINEFI) et les différentes organisations professionnelles concernées par la mise en place du décret.

les plats appertisés –les plats cuisinés à base de viandes en conserve, ainsi que les sandwiches et salades) informaient encore peu sur l'origine des ingrédients.

Au niveau de l'état des lieux, le second enseignement est que le décret a bien été mis en œuvre. Cette conclusion repose sur l'état des lieux (été 2017), sa comparaison avec l'état de référence (2015/2016), ainsi que sur l'ensemble des entretiens avec les parties prenantes. Elle est illustrée par le tableau 8 comparatif indicatif présenté en fin de chapitre.

Tableau 8 Comparaison indicative de la mention de l'origine entre l'état de référence et l'état des lieux

CATEGORIE DE PRODUITS	Etat de référence 2015/2016 (sources diverses*)				Etat des lieux T3 2017 (source: ADE / Proteis)	
	Source	Année de relevés	Nbr. Réf.	% avec une mention d'origine	Nbr. Réf.	% mention selon décret ou équivalent
LAITS LIQUIDES	SYNDILAIT	2016	90%	60%	198	93,4%
	Observatoire de l'origine	2015	limité	79%		
PRODUITS LAITIERS	FNIL & FNCL	Déclaratif		50%	1.685	90,8%
FROMAGES	OQALI	2015	1.110	15,9%	1.209	93,7%
CHARCUTERIE-SALAISSONS-TRAITEUR à base de porc	INAPORC	2015	4.474	60,9%	1.540	95,8%
	INAPORC	2016	5.291	67,3%		
VIANDES FRAICHES TRANSFORMEES OU AROMATISEES à base de porc	INAPORC	2015	240	70,8%	nd	nd
	INAPORC	2016	233	71,0%		
CHARCUTERIE DE VOLAILLES	APVF	2016	520	11,0%	300	97,0%
PANES DE VOLAILLES	APVF	2016	369	52,0%	224	94,6%
PRODUITS SURGELES (à base de bœuf / veau / agneau 2015/16) (+ porc 2017)	INTERBEV	2016	510	65,3%	861**	84,1%
PRODUITS APPERTISES (à base de bœuf / veau / agneau)	INTERBEV	2016	292	35,6%	343	81,9%
PRODUITS APPERTISES (porc, volailles et mélanges de viandes)			nd	nd	644	71,9%
SANDWICHES (jambon et poulet)	UFC QUE CHOISIR	2016	25	8%	134	100%

* sous réserve des précautions évoquées dans l'analyse de l'état de référence (protocoles à objectifs propres des différentes bases de données) et des regroupements de produits pas toujours tout à fait identiques avec l'état des lieux; voir Etat de référence, section 2 du Rapport tranche ferme Phase 1 « Cadrage et préparation de l'évaluation »

** toutes références confondues hors volailles (pizzas, quiches, tourtes; pâtes et plats cuisinés à base de viandes; viandes aromatisées et préparations de viande, pouvant comprendre plusieurs viandes, essentiellement du porc)

Source : ADE-Proteis sur base des données transmises par les organisations professionnelles (état de référence) et des relevés en magasin (état des lieux). Voir réserves concernant produits appertisés et produits surgelés.

Une grande majorité des produits (90% ou plus) mentionnait en effet l'origine selon le décret ou de manière équivalente sur la base des 8.606 références relevées durant l'été 2017, auprès de 24 magasins dans 7 régions (Île de France, Hauts-de-France, Grand Est, Pays de la Loire, Nouvelle-Aquitaine, Auvergne-Rhône-Alpes, Provence Côte d'Azur).

L'analyse a montré également que **certaines catégories de produits**, qui affichaient peu l'origine avant le décret, **avaient fortement progressé entre l'état de référence et l'état des lieux**⁸ (*par exemple les produits laitiers et les fromages, certains produits de volailles, les sandwiches*).

Les résultats des catégories « produits appertisés » et « produits surgelés » doivent être considérés comme provisoires dans la mesure où ils se caractérisent par des dates limites de consommation (DLC) longues. Il est dès lors possible qu'une partie des produits présents en rayon en juillet – août 2017 sans mentions d'origine ait été fabriquée avant le 31 mars 2017, et pouvaient donc être considérés comme conformes.

3.3 Analyse

3.3.1 Définition de l'univers des produits éligibles au décret

La définition de l'univers éligible au décret, sous forme d'une liste exhaustive de produits, s'avère impossible dans un délai court et inopérante, compte tenu du nombre extrêmement important de références produits, dont certains justes au-dessus ou en-dessous des seuils fixés par le décret. Ceci a été confirmé par le comité d'évaluation (MAA/DGCCRF/CEP/FAM/CGAAER).

Les notes de travail de l'été 2016 du groupe de référence, ainsi que les guides techniques réalisés par les différentes organisations professionnelles (FCD, ANIA, ATLA, ADEPALE, etc.) permettent de préciser si tel ou tel produit est soumis au décret.

La définition de l'univers éligible est réalisée sur la base d'une liste positive, incluant :

- **le lait** ; *et*
- **le lait dans les produits laitiers (selon la nomenclature douanière européenne) comportant au minimum 50% de lait** ; *et*
- **les produits comportant au moins 8% de muscles de viande (bœuf, porc, volailles, veau, agneau).**

A l'exception des produits suivants⁹ :

- les produits qui ne sont pas fabriqués ou commercialisés en France ;
- les produits issus de l'agriculture biologique (logo AB) ;
- toutes les AOC/AOP : fromages, produits laitiers, charcuterie ;
- les 5 fromages IGP, parce que leur cahier des charges stipule explicitement l'origine (St Marcellin, Crème fluide d'Alsace, Emmental de Savoie, Emmental Est-central, Gruyère). Pour les IGP en charcuterie, cela dépend également du cahier des charges ; ils ont fait l'objet du relevé en magasins ;
- les fromages fermiers¹⁰.

Le décret s'applique aux produits préemballés. Les produits dits « frais emballés en magasin » (fromages, rayon traiteur, sandwiches, salades) ne sont pas soumis au décret, même s'ils bénéficient d'une DLC de quelques jours (emballage sous vide).

⁸ Sous réserve des précautions évoquées sur les sources de données de l'état de référence et des produits couverts.

⁹ les desserts lactés, les crèmes desserts et les laits infantiles à titre d'exemple, qui ne font pas partie de la nomenclature douanière européenne des produits laitiers.

¹⁰ L'appellation « fromage fermier » est réservée aux fromages fabriqués selon les techniques traditionnelles par un producteur agricole ne traitant que les laits de sa propre exploitation sur le lieu même de celle-ci. L'affinage à l'extérieur de l'exploitation est autorisé à condition que l'étiquetage soit complété par une mention obligatoire (décret 2013-1010 du 12/11/2013).

3.3.2 Etat dit de référence (avant la publication du décret)

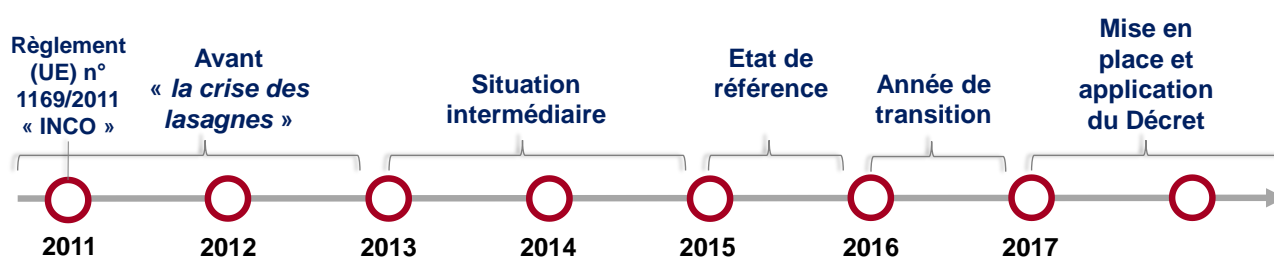
3.3.2.1 Contexte

En fonction des initiateurs et de leur gouvernance, trois types de démarches peuvent être distingués :

- des *démarches individuelles* des opérateurs de l'agro-alimentaire opérant sous leur propre marque et constitutives à part entière de leur marketing produit et de leur stratégie de différenciation (compétitivité hors prix) ;
- des *démarches collectives* des organisations professionnelles de branche pouvant couvrir un seul produit (exemple : laits liquides) ou des catégories complètes de produits (Viandes de France). Elles concernent plus particulièrement le secteur du lait liquide (Syndilait), des produits à base de viandes de porc (Inaporc), à base de viandes bovine et ovine (Interbev), à base de viandes de volailles (Apvf¹¹). Plus largement, la signature « Viandes de France » couvre l'ensemble des produits carnés, y compris ceux qui ne sont pas concernés par le décret (*notamment viande chevaline et lapin*) ;
- des *démarches des enseignes de distribution* dans la gestion des différents segments de leur *marque distributeur* (MDD) : la mise en avant de l'origine France pour les produits sous MDD constitue dans bien des cas un axe fort de la politique de communication des enseignes, tant vis-à-vis de l'amont agricole que des consommateurs. La communication sur les emballages des produits s'est progressivement affinée sur les années 2013-2017, le projet de décret ayant aussi suscité une vaste réflexion pour mettre à jour et très souvent homogénéiser la gestion visuelle des mentions d'origine sur l'ensemble des produits concernés.

Pour rester sur le passé récent, la figure ci-dessous présente une séquence temporelle démarrant à la crise des lasagnes en février 2013 qui a servi, dans bien des cas, de prise de conscience de l'importance de la communication sur l'origine des ingrédients pour se terminer en 2017, année de l'entrée en vigueur du décret.

Figure 3 Séquence temporelle du règlement INCO à la mise en place du décret 2013-2017.



Source : ADE - Proteis

¹¹ APVF : Association pour la promotion de la volaille française.

Dans la quasi-totalité des cas, ces démarches consistaient à s'engager auprès du consommateur sur une origine **France** exclusive du lait liquide ou des ingrédients et à le communiquer sur le facing¹² du produit emballé via différents types de logos, d'images et de mentions sous forme d'encadrés. Le plus souvent, si l'opérateur n'était pas en mesure de s'engager sur cette origine France, il préférait s'abstenir de toute mention (notamment de la mention UE).

En ce qui concerne les démarches collectives de Syndilait et des interprofessions, chacune avait sa propre finalité et sa charte d'engagement : celles-ci ayant été conçues avant l'émergence de la réflexion sur le décret, leurs objectifs recoupent généralement la logique d'action du décret.

Dans les différentes crises alimentaires ayant éclaté sur les années récentes, ce sont plutôt les viandes qui sont concernées : sauf erreur, le lait liquide et les différents produits laitiers issus du lait (crème, beurre, poudre de lait) n'ont fait l'objet ni en France ni en Europe de crises graves mettant en cause leur qualité « sûre et saine », leur traçabilité ou une tromperie sur leur origine.

Le contexte qui prévalait en 2015 concernant l'étiquetage de l'origine du lait ou des ingrédients se caractérise donc par **un foisonnement d'initiatives que ce soit en termes de conception de la démarche que des mentions ou logos apposés sur les emballages par les acteurs pour en informer le consommateur**. Il en découle une très grande hétérogénéité qui peut rendre difficile pour les consommateurs la lisibilité des informations fournies en fonction du type de fournisseurs de l'information¹³.

Le règlement INCO publié fin 2011 avait conduit aussi à revisiter l'ensemble des mentions, notamment celles relatives à l'origine dans la liste des ingrédients.

Cet état de référence 2015 va donc témoigner d'une situation très diverse en fonction des catégories de produits, des stratégies marketing adoptées par les industriels et les distributeurs.

Le tableau ci-dessous présente les caractéristiques des principales démarches collectives.

Tableau 9 Caractéristiques des principales démarches collectives

Pilote de la démarche	Date de lancement	Univers	Marque Logo
INAPORC	Décembre 2010	Produits à base de porc (> 50% puis > 8%)	« Viande porcine française » puis « Le porc français »
INTERBEV	Février 2014	Tous produits à base de viandes bovine et ovine	« Viande bovine française » « Viande de veau française » « Viande ovine française »
FIA	2014	Tous produits à base de volailles	« Volaille française »
SYNDILAIT	2015	Lait collecté et conditionné en France	« Lait collecté et conditionné en France »

Source : ADE-Proteïs

¹² Le terme anglo-saxon de facing est retenu pour désigner la partie visible de l'emballage du produit quand il est disposé sur les étagères des rayons libre-service. Ce terme est d'un usage courant dans le secteur du merchandising des produits de grande consommation.

¹³ Voir Etude INRA CLCV : L'étiquetage au service d'une alimentation durable – février 2017.

Les démarches des marques distributeurs (MDD¹⁴) : mentions volontaires antérieures et sigles

Le bilan des démarches des enseignes témoigne d'une grande variété de situations, tant par opérateur que par catégorie de produits. La plupart des enseignes avait développé, et ce bien avant le décret, des stratégies très explicites qui visaient à mettre en avant l'origine française des produits ou de leurs ingrédients, ce qui illustre la demande forte du consommateur à laquelle les distributeurs ont cherché à répondre. Dans leur logique d'action, les enseignes cherchent à afficher la priorité donnée à un approvisionnement national vis-à-vis des syndicats agricoles mais aussi de le communiquer aux consommateurs : ainsi, ces démarches ont été développées en priorité pour les produits agricoles les plus sensibles, ceux dont les filières affichaient des crises récurrentes (lait de vache, viande porcine, viande bovine, etc.).

Il en est ainsi de l'affichage généralisé de l'origine France des laits liquides depuis les crises du secteur laitier survenues avec la fin des quotas laitiers. Dans ce même état d'esprit, les enseignes ont aussi pour partie adossé leurs démarches aux initiatives collectives de *Viandes de France*, notamment *Viande porcine française*-VPF puis *Le Porc français*.

Tableau 10 Bilan des démarches des enseignes de distribution avant le décret.

MDD	Démarche volontaire antérieure	Produits				Logo/sigle
		Lait liquide	Produits à base de bœuf	Produits à base de porc ¹⁵	Produits à base de volaille	
Auchan	Oui, pour certains produits	Oui et lait comme ingrédient avec seuil de 10% depuis 2016	-	Oui	-	Sigle propre en lien avec INCO (2011) ; sigle réadapté (2016)
Carrefour	Oui, pour certains produits	Oui	Oui, plats cuisinés frais et surgelés, steaks hachés frais et surgelés	Oui, charcuteries avec INAPORC, plats cuisinés frais et surgelés	-	-
Casino	Oui, pour certains produits	Oui	Oui, produits élaborés à base de bœuf	Oui, charcuteries avec INAPORC, plats cuisinés frais et surgelés	-	Sigle propre à Casino
Lidl	Politique de transparence et d'origine France depuis 2012	Oui	Oui	Oui	Oui	Logo des démarches collectives
Système U	Oui, pour certains produits	Oui	-	Charcuterie à base de porc avec INAPORC (2011/12) ; produits élaborés 2013/14	-	Sigle propre au Système U (hexagone puis tracteur)

Source : ADE-Proteïs, entretiens avec les acteurs

¹⁴ Basées sur des entretiens avec les responsables qualité des enseignes suivantes : Auchan, Casino, Carrefour, Lidl, Système U

¹⁵ Le seuil initial d'INAPORC était de 50% de viandes (8% pour le décret). Ce seuil a été appliqué de 2011-2015. Ils couvrent aussi les viandes fraîches (hors décret).

Au niveau des MDD, les démarches volontaires antérieures ne couvrent peu ou pas les produits laitiers, les produits à base de volailles ainsi que les sandwiches et salades.

3.3.2.2 *Expertise des données, bases de données*

La question des informations disponibles pour construire cet état de référence avant décret a été posée systématiquement dans les entretiens réalisés auprès des parties prenantes (voir la liste complète présentée en annexe).

Ces rencontres ont permis de savoir quelles données étaient mobilisables pour nourrir cet état de référence (2015 ou 2016) ainsi que de préciser les protocoles mis en place par les organisations pour répondre à leurs objectifs propres. Les moyens financiers et humains mobilisés ainsi que les délais de saisie, traitement et analyse des résultats ont été renseignés. En revanche, les démarches suivantes n'ont pas été retenues, mises en place ou elles n'ont pas abouti :

- exploitation des données issues des panels de vente ou d'achat : ces bases de données fournissent des données quantitatives sur les sommes dépensées et les quantités achetées mais aucune information relative à l'origine du produit et encore moins des ingrédients, coût prohibitif de l'achat des données ;
- réalisation d'enquêtes spécifiques en ligne pilotées par les organisations professionnelles : doublons avec les bases de données des interprofessions, délai trop court et période estivale, absence de réponses pour la seule enquête mise en place (Syndigel).

Le relevé de l'étiquetage des produits pré-emballés a fait l'objet de plusieurs démarches de la part d'organisations professionnelles, d'associations de consommateurs et d'instituts de recherche de manière à accéder au maximum d'information compte tenu des données disponibles.

Les données recueillies pour nourrir l'état de référence proviennent de trois sources différentes :

- les relevés en GMS réalisés par les interprofessions (INAPORC, INTERBEV) ;
- les bases de données constituées par l'OQALI ;
- les études réalisées par certaines organisations (UFC Que Choisir, Observatoire de l'Origine France).

Les méthodologies mises en place par les opérateurs (dans des objectifs différents) ne sont pas homogènes. Pour chacune des sources de données utilisées, un rappel de la méthodologie et des données disponibles est nécessaire, à savoir :

- univers des produits pris en compte ;
- univers des magasins visités ;
- mentions présentes sur l'étiquette qui ont fait l'objet d'un enregistrement ;
- approche par référence ou seulement par produit.

Dans le cadre de la reconstitution d'un état des mentions d'origine qui existaient avant le décret, les deux enjeux prioritaires par rapport aux données recueillies, étaient de savoir :

- si les champs renseignés permettaient de faire une extraction sur le seul univers éligible au décret (voir la liste des produits exclus suite aux différentes discussions et arbitrages au paragraphe 2.1) ;
- dans quel niveau de détail les mentions relatives à l'origine avaient été relevées : localisation sur l'emballage, type de mentions ou de logo, code barre, photographie, etc.

Tableau 11 Caractéristiques des données disponibles pour constituer l'état de référence 2015-2016

Source	Années couvertes ou date du diagnostic	Univers couverts*
INAPORC	2011 à 2016	2011-2015 : produits > 50% de porc 2016 : produits > 8% de porc
INTERBEV	2015 et 2016	Tous produits à base de viandes bovine et ovine
APFV (Association pour la promotion de la volaille française)	2014 et 2016	Pièces entières et découpes fraîches, puis, à partir de 2015, produits élaborés et transformés à base de volailles
OQALI (Anses & Inra)	Variables en fonction des catégories de produits	Voir le tableau ci-après
SYNDILAIT	2016	Laits liquides UHT ou stérilisés
UFC Que Choisir	Janvier 2016	Produits à base de viande bovine
Observatoire de l'origine France	Novembre 2015	24 produits dont 13 éligibles au décret

* Les univers couverts par les protocoles des relevés des mentions écrites ou visuelles ont évolué au cours du temps, notamment entre 2015 et 2016 et ce, en lien direct avec le projet puis la confirmation de la publication du décret 2016-1137.

Source : ADE-Proteis

Une courte description synthétique des bases de données potentielles pour constituer l'état de référence est nécessaire afin de comprendre leurs spécificités :

- INAPORC fait un bilan annuel du respect de son accord interprofessionnel signé par tous ses membres en décembre 2010. Les moyens mobilisés sont importants. De 2011 à 2015, les produits pris en compte sont ceux comportant plus de 50% de viande de porc ; à partir de 2016, le protocole a pris en compte tous les produits comportant au moins 8% de porc.
- INTERBEV a initié en 2015 une démarche de relevés en magasins de tous les produits comportant des viandes bovine et ovine ; elle a été affinée en 2016 avec la création d'un outil de saisie et un élargissement du nombre de références enregistrées. L'objectif initial était de faire un bilan de la mise en place des marques collectives Viandes de France, déclinées en 4 logos spécifiques (viande bovine, viande ovine, viande de veau, viande d'agneau).
- Pour l'APFV, la couverture des produits a aussi évolué avec la prise en compte, à partir de 2015, des produits transformés et élaborés à base de volailles (initialement uniquement pièces PAC, découpes et produits cuits). Le nombre de produits concernés par le décret est de 2.136 en 2016 et les relevés ont été réalisés au sein d'un échantillon de 16 enseignes sur la ville de Rennes. Seule la nature des logos présents sur le facing des références est enregistrée.
- Les missions assignées à l'OQALI sont (i) d'analyser les évolutions des qualités nutritionnelles des produits mis en vente par les entreprises agroalimentaires et les GMS ; et (ii) de suivre en permanence les informations diffusées sur la nutrition. Le protocole de saisie et de structuration des données est bien spécifique et ne répond que très partiellement à celui de l'état de référence.

Tableau 12 Caractéristiques des relevés de l'OQALI

Catégorie de produits	Année de collecte des données	Couverture estimée de l'échantillon collecté par l'OQALI*
Plats cuisinés surgelés	2012	63%
Charcuterie	2013	64%
Fromages	2015	74%
Snacking surgelé	2015	80%
Produits traiteurs frais	2015	58%

* Indicateur calculé sur la base des codes à barre présents dans la base OQALI et des quantités totales achetées en rayon LS par les ménages dans l'univers des magasins pris en compte fournis par le panel Kantar World Panel (KWP).

Source : ADE-Proteis sur base d' OQALI

- SYNDILAIT dispose des résultats des audits réalisés par bureau Veritas auprès des signataires de son accord collectif. L'indicateur fourni est le pourcentage de bouteilles sortant des usines des adhérents, respectant la charte d'engagement et comportant le logo « Lait collecté et conditionné en France ».
- UFC Que Choisir : après achat de 244 produits transformés à base de 3 viandes (bœuf, porc et volailles) en janvier 2016, analyse des mentions d'origine en fonction des marques des entreprises ou des enseignes.
- L'Observatoire de l'origine France : courant 2015, un relevé des mentions « lieu de fabrication » et « origine de la matière première » a été effectué pour 24 produits dans un échantillon de 33 magasins appartenant à 11 enseignes. Pour chaque produit, des observations ont été faites sur les trois niveaux de gamme (MN, MDD et PP). Sur les 24 catégories de produits, seuls 13 sont concernées par le décret (lait liquide (1), produits laitiers (3), produits avec ingrédient porc (5), produits avec ingrédient viande bovine (4)).

Au niveau des différentes bases de données, il s'agit aussi de :

- vérifier l'unité considérée, c'est-à-dire distinguer si le relevé se fait par produit ou par référence (plusieurs références possibles pour un même produit) ;
- voir, si via le code-barres, les données sont croisées avec celles de panels achetés (Nielsen, KWP) pour fournir une estimation de la couverture des achats des ménages en rayon LS des différents formats et types de magasins. Seuls OQALI et INAPORC réalisent cette dernière étape dans leurs protocoles d'enquêtes.

Les visuels

Les différents visuels (logos et sigles) conçus et utilisés par les démarches volontaires avant le décret et adaptés depuis 2017 seront présentés en annexe. Ci-dessous, à titre d'exemple, sont présentés les logos des Viandes de France et de Syndilait.

Figure 4 Logos des Viandes de France et de Syndilait



3.3.2.3 Résultats pour l'état dit de référence (avant le décret)

Afin de pouvoir comparer l'état de référence en 2015 à l'état des lieux de l'été 2017, les résultats de l'état de référence devraient idéalement être disponibles selon la matrice présentée ci-après :

- 9 catégories de produits : 1 pour les laits liquides, 2 pour le lait en tant qu'ingrédients et 6 pour les ingrédients à base des 4 types de viande (pour rappel le cheval et le lapin sont hors décret) ;
- 3 types de marques : MDD, MN et PP¹⁶.

Tableau 13 Les 9 catégories de produits couvertes par la démarche

	PRODUITS	Types de marque			TOTAL
		MDD	MN	PP	
1	LAITS LIQUIDES ET AUTRES LAITS				
2	PRODUITS LAITIERS				
3	FROMAGES				
4	CHARCUTERIE-SALAISSONS-TRAITEUR				
5	VIANDES FRAICHES TRANSFORMÉES OU AROMATISÉES				
6	PRODUITS SURGÉLÉS				
7	PRODUITS APPERTISÉS				
8	SANDWICHES & SALADES				
9	ALIMENTS INFANTILES				
TOTAL					

Source : ADE-Proteis

Le détail des résultats issus de chacune des 6 sources retenues comme exploitables est présenté en annexe 2 : les résultats obtenus à partir des bases de données fournies par SYNDILAIT, INAPORC et INTERBEV font cependant l'objet d'un bref développement dans les pages qui suivent et ce avant de présenter une synthèse de l'état dit de référence (2015 ou 2016).

¹⁶ A noter, que les produits 1^{er} prix (PP), qui sont gérés par les enseignes, ne font plus l'objet de leur part d'une dénomination comportant leur nom ; ils peuvent aussi ne comporter aucune marque et être communs à plusieurs enseignes (produits blancs de chez Carrefour et Cora).

Laits liquides

SYNDILAIT a démarré une action volontaire « *Lait collecté et conditionné en France* » au début de 2015, reposant sur un cahier des charges. L'adhésion des opérateurs privés et des marques distributeurs s'est faite progressivement. Ainsi, Carrefour, réticent au début, a rejoint la démarche récemment. On peut considérer que, fin 2016, la situation en termes d'adhésion était stabilisée.

Tableau 14 Marques nationales et de distributeurs qui n'adhèrent pas à la démarche SYNDILAIT en 2015

Marques nationales	Marques distributeurs
Les laits embouteillés par Lactalis et vendus sous sa marque Lactel. Lactalis utilise son propre logo « Lait 100% français »	Système U – démarche propre Leclerc Casino – démarche propre

Source : ADE/Proteis

La démarche « *Lait collecté et conditionné en France* » fait l'objet d'un audit annuel réalisé par le bureau Veritas dans les usines des adhérents et les points de vente : l'auditeur vérifie la traçabilité complète du lot depuis les éleveurs livreurs.

Selon SYNDILAIT, fin 2016, 60% des bouteilles sorties des usines des adhérents portaient le logo « Lait collecté et transformé en France ». Cette valeur de 60% ne reflète que le taux de pénétration de la démarche collective au sein de la production des adhérents de SYNDILAIT (14 sociétés, 25 sites industriels).
Le pourcentage de références indiquant l'origine France du lait embouteillé en 2015 ou 2016 est nettement supérieure du fait des démarches adoptées avant le décret au moins par Système U et Casino.

Produits laitiers frais

Pour cette catégorie de produits, on ne dispose pas de données robustes et nombreuses couvrant l'ensemble des sous-catégories de produits :

- informations qualitatives fournies par la FNIL et la FNCL ;
- données 2015 sur un échantillon de 4 produits de l'Observatoire de l'origine France (lait UHT ½ écrémé, crème fraîche, beurre, et emmenthal râpé) ;
- base de données 2015 de l'POQALI sur les fromages (1110 données).

De nombreuses démarches volontaires ont conduit les entreprises à introduire, bien avant la parution du décret, pour leurs propres marques ou pour les marques de distributeurs, des mentions de l'origine du lait utilisé dans les fabrications, mais la plupart du temps aucune mention d'origine ne figurait dans la liste des ingrédients. Selon les entretiens avec ATLA, « On peut estimer à 50% le nombre de références ayant déjà une mention de l'origine sur le packaging ». *Source : Données qualitatives fournies par ATLA (FNIL et FNCL).*

L'étude de l'Observatoire de l'Origine France, publiée en novembre 2015, ne fournit pas la méthodologie ayant permis de calculer les fréquences de présence des mentions d'origine de l'ingrédient lait, notamment le nombre de références relevées pour chacune des 3 types de marques (MDD, MN, PP).

En 2015, ce diagnostic témoigne que contrairement aux laits liquides, la prévalence de la mention de l'origine est :

- fortement corrélée aux types de marques : importante en MDD, elle est par contre nettement moins présente pour les marques nationales leaders et surtout très faible pour les marques premier prix ;
- très variable en fonction des produits : de plus de 50% pour l'emmental râpé, elle baisse à seulement 27% pour la crème fraîche et à 20% ou moins pour le beurre.

L'étude montre aussi qu'en termes de communication, l'accent est également mis sur le pays de fabrication du produit, à savoir la France.

Ensemble des produits à base de porc

Pour 2015, l'univers est celui des produits comportant du porc seul ou en mélange parmi les ingrédients viande et strictement soumis au décret. Le nombre total de références présentes dans la base de données d'INAPORC est de 5.110.

Pour 2016, l'univers éligible au décret est composé de 7.325 références :

- 6.489 références de produits comportant uniquement du porc (soit 89% du total) ;
- 836 produits comportant du porc en mélange avec d'autres viandes : essentiellement de la volaille (63%) ou de la viande bovine (21%) mais aussi plus marginalement de nombreux mélanges (lapin, ovin, équidés, gibier).

Le détail des résultats est présenté en annexes. Le pourcentage de références n'affichant aucune mention d'origine recule légèrement entre 2015 et 2016, mais l'univers n'est pas strictement comparable. Notamment, la catégorie des plats préparés est celle qui, avec les pâtés, mousses et rillettes, affichent le plus fort taux de références sans « aucune mention » de l'origine.

L'équilibre entre Porc France et Porc UE évolue très légèrement entre les deux années. A noter que les mentions « hors UE » ou « UE ou hors UE » sont absentes des relevés.

Tableau 15 Comparaison entre 2015 & 2016

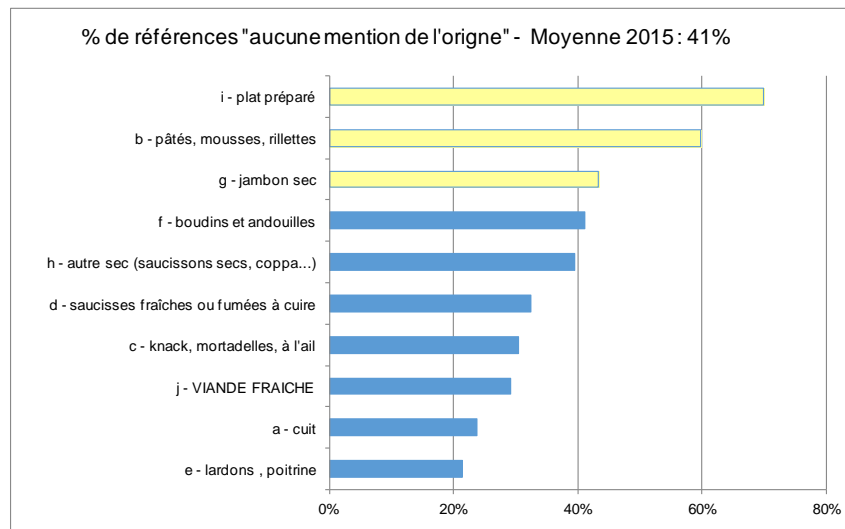
2015	Porc France	Porc UE	Aucune mention
TOTAL	43,9%	15,1%	41,1%
MDD	53,2%	25,8%	20,9%
MN	38,7%	6,4%	54,9%
PP	31,5%	36,6%	31,9%

2016	Porc France	Porc UE	Aucune mention
TOTAL	43,6%	15,5%	40,9%
MDD	48,1%	19,7%	32,3%
MN	41,1%	10,1%	48,8%
PP	29,1%	36,2%	34,7%

Source : Base de données INAPORC – traitement ADE-Protéis

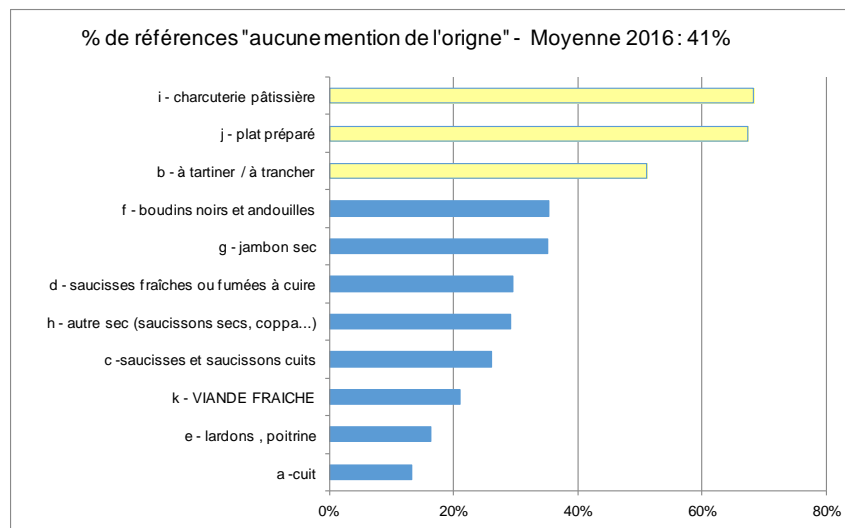
Les figures et tableaux qui suivent illustrent le fait que la moyenne calculée de 41% de références ne présentant aucune mention sur l'origine du porc utilisé en tant qu'ingrédient, est le résultat de taux très différents en fonction des catégories de produits. Alors que les catégories « jambons cuits » et « lardons-poitrine » (qui, en volume, sont très significatives) affichent en 2016 des taux inférieurs à 20%, les produits « plats préparés », « pâtés, mousses et rillettes » et « charcuterie pâtissière » sont, pour leur part, à plus de 50% de références sans aucune mention de l'origine.

Figure 5 Part des références sans aucune mention de l'origine par catégorie de produits- 2015



Source : Base de données INAPORC – traitement ADE-Proteis

Figure 6 Part des références sans aucune mention de l'origine par catégorie de produits- 2016



Source : Base de données INAPORC – traitement ADE-Proteis

Mentions d'origine pour les 4 principales catégories de produits à base de porc.

Tableau 16 Mentions d'origine pour les 4 principales catégories de l'univers des produits à base de porc - 2015

2015	Le Porc Français	Viande porcine française	Origine France	Cumul origine FRANCE	Origine UE	Aucune mention d'origine
Produits cuits tranchés (jambons)	50,8%	2,0%	9,2%	61,9%	14,4%	23,7%
Pâtés, mousses, rillettes	11,9%	0,9%	22,0%	34,8%	5,4%	59,7%
Lardons , poitrine	31,6%	2,3%	7,6%	41,4%	37,2%	21,4%
Saucissons secs, coppa,...	16,4%	3,1%	15,4%	34,9%	25,7%	39,4%
TOTAL tous produits à base de porc	23,1%	2,3%	18,5%	43,9%	15,1%	41,1%

Source : traitement des bases de données INAPORC

Tableau 17 Mentions d'origine pour les 4 principales catégories de l'univers des produits à base de porc - 2016

2016	Le Porc Français	Viande porcine française	Autres logos viandes de France	Origine France	Cumul origine FRANCE	Origine UE	Aucune mention d'origine
Produits cuits tranchés (jambons)	60,2%	0,3%	0,0%	7,8%	68,2%	18,5%	13,3%
Pâtés, mousses, rillettes	17,4%	0,3%	0,0%	24,4%	42,0%	6,9%	51,1%
Lardons , poitrine	35,5%	0,0%	0,0%	10,5%	46,0%	37,7%	16,3%
Saucissons secs, coppa,...	24,7%	0,6%	0,0%	16,7%	41,9%	28,8%	29,2%
TOTAL tous produits à base de porc	24,0%	0,2%	0,0%	19,4%	43,6%	15,5%	40,9%

Source : traitement des bases de données INAPORC

Ensemble des produits à base de viandes bovine et ovine

Les références relevées concernent à près de 90% la viande de bœuf (gros bovins): les références « veau » représentent 9% et celles concernant l'agneau ou le mouton seulement 3,3% du total.

Près de 30% des références comportent un des 4 logos « Viandes de France » (viande bovine, viande de veau, viande ovine ou d'agneau). S'y ajoutent 19% de références comportant une mention « Origine France ».

Soit un total d'un peu moins d'une référence sur deux (48,2%) qui affiche une mention indiquant aux consommateurs que l'ingrédient viande est d'origine française.

Près de 30% des références ne comportent en 2016 aucune mention précisant aux consommateurs l'origine de l'ingrédient viande.

Les mentions « hors UE » et « UE ou hors UE » sont pratiquement absentes du relevé de 2016 réalisé par Interbev : cela s'explique par le fait que pour les 48 produits « agneau ou viande ovine », 60% ne comportent aucune mention et 31% comportent « d'autres logos ».

Tableau 18 Types de mentions d'origine (2016 ;1 449 références)

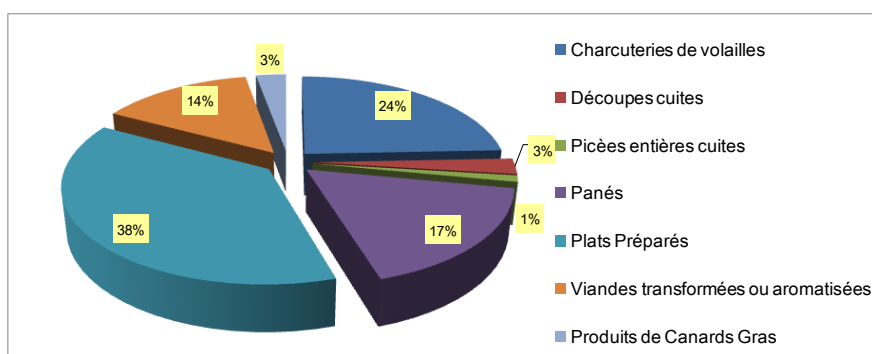
Catégorie de produits avec viande	Logo "Viandes de France"	Mention "Origine France "**	Mention "UE"	Mention "Hors UE"	Mention "UE ou hors UE"	Autre logo France - Mention explicitée l'origine "Autres / Non indiqué"	Aucune mention	TOTAL
Surgelés	48,6%	13,5%	2,9%	0,2%		13,5%	21,2%	100,0%
Cuisinés frais	33,8%	23,3%	0,6%			22,7%	19,6%	100,0%
Cuisinés secs	18,5%	23,1%	6,2%			27,7%	24,6%	100,0%
Conserves	8,6%	23,6%	3,4%			2,4%	62,0%	100,0%
Charcuterie	1,1%	9,2%	11,5%	1,1%		51,7%	25,3%	100,0%
Infantile	21,2%	17,7%				38,9%	22,1%	100,0%
TOTAL	29,6%	18,6%	3,1%	0,1%		18,8%	29,7%	100,0%

Source : ADE/Proteis – Visites en magasin

Ensemble des produits à base de viandes de volailles

La figure 5 présente les catégories de produits faisant l'objet de relevés par l'APVF pour le logo « Volaille française ».

Figure 7 Répartition des relevés en fonction des catégories de produits, 2 136 références, année 2016



Source : ADE-Proteis sur base du fichier 2016 retraité de l'APVF

Tableau 19 Types de mentions d'origine, 2016.

Catégories de produit	Nombre de références relevés	Logo Volaille Française	Autres Logos Origine France	Cumul des références affichant en facing une origine France	Sans aucun Logo en facing
Charcuteries de volailles	520	4%	7%	11%	89%
Découpes cuites	56	7%	13%	20%	80%
Pièces entières cuites	23	65%	9%	74%	26%
Panés	369	44%	8%	52%	48%
Plats Préparés	801	5%	18%	23%	77%
Viandes transformées ou aromatisées	306	33%	14%	47%	53%
Produits Canards Gras	61	15%	67%	82%	18%
Total général	2136	17%	14%	31%	69%

Source : ADE-Proteis sur base du fichier 2016 retraité de l'APVF

L'enregistrement est focalisé sur la nature des logos présents sur le facing des produits car l'objectif central de l'APVF était de mesurer le développement du logo « Volaille française ».

La proportion de produits à base de viande de volaille présentant un logo informant de l'origine France du produit est en moyenne de 31%, avec des variations très fortes en fonction de la catégorie de produits :

- plus de 50% pour les pièces entières cuites, les produits de canards gras et les panés ;
- 47% pour les viandes transformées ou aromatisées (à noter que les saucisses fraîches de volailles ont été classées dans cette catégorie) ;
- de façon très minoritaire les produits de charcuterie, les découpes cuites et les plats préparés.

Le protocole retenu dans l'enregistrement des mentions d'origine ne permet pas de renseigner le pourcentage de références informant le consommateur de l'origine des viandes de volailles selon les différentes mentions du décret.

3.3.2.4 Synthèse sur l'état de référence 2015 (ou 2016)

Le tableau ci-dessous présente une synthèse de différentes sources mobilisées pour caractériser l'état de référence avant décret.

Tableau 20 Etat de référence 2015 ou 2016 par catégorie de produits

CATEGORIES DE PRODUITS	Source	Univers	Année de relevés	% avec une mention d'origine (France ou UE)	% aucune mention d'origine	Autres mentions
LAITS LIQUIDES	SYNDILAIT	90%	2016	60%	nd	nd
	Observatoire de l'origine	limité	2015	79%	nd	nd
PRODUITS LAITIERS	FNIL & FNCL		Déclaratif	« 50% »	nd	nd
FROMAGES	OQALI	1088 produits	2015	15,9%	51,4%	32,7%
CHARCUTERIE-SALAISSONS-TRAITEUR à base de porc	INAPORC	4474 références	2015	60,9%	39,1%	0,0%
	INAPORC	5291 références	2016	67,3%	32,7%	0,0%
VIANDES FRAICHES TRANSFORMEES OU AROMATISEES à base de porc	INAPORC	240 références	2015	70,8%	29,2%	0,0%
	INAPORC	233 références	2016	71,0%	29,0%	0,0%
CHARCUTERIES DE VOLAILLES	APVF	520 références	2016	11%	nd	nd
PANES DE VOLAILLES	APVF	369 références	2016	52%	nd	nd
PRODUITS SURGELES (à base de bœuf/veau/agneau)	INTERBEV	510 références	2016	65,3%	21,2%	13,5%
PRODUITS APPERTISES (à base de bœuf/veau/agneau)	INTERBEV	292 références	2016	35,6%	62,0%	2,4%
SANDWICHES (jambon et poulet)	UFC QUE CHOISIR	25 références	2016	8%	nd	nd

Source : ADE/Proteis

En 2015/2016, avant le décret, 60% ou plus du lait liquide, des CST et viandes aromatisées/transformées à base de porc ainsi que les produits surgelés à base de bœuf (veau/agneau) mentionnent l'origine du lait ou de la viande.

Pour les fromages (situation 2015), les produits appertisés (en 2016) et les sandwiches (2016), les taux de présence des mentions d'origine sont en revanche faibles, respectivement 16%, 36% et seulement 8%. Pour la volaille, si 52% des panés présentent une mention d'origine, ce taux tombe à seulement 11% pour les charcuteries de volaille.

En conclusion, la situation est contrastée selon les produits et les filières. Les opérateurs (industriels et distributeurs) avaient déjà mentionné l'origine des ingrédients sur une majorité des **produits avec du porc et du bœuf**, ainsi que pour le **lait liquide**. En revanche, d'autres produits (produits laitiers dont les fromages, volailles, plats appertisés - plats cuisinés à base de viandes en conserve, ainsi que les sandwiches et salades) informent encore peu sur l'origine.

Avant que cela ne devienne obligatoire en 2017 du fait du décret, la fréquence de la mention d'origine est très variable au sein de la matrice « catégories de produits » et « types de marques » (MN, MDD, PP). Ce bilan est le résultat d'un foisonnement de démarches volontaires, individuelles ou collectives émanant des industriels, de leurs organisations professionnelles mais aussi, pour une très large part, des enseignes de la grande distribution.

Il en résulte que l'analyse des impacts de la mise en place du décret devra prendre en compte cette situation « ex ante » : il va s'agir de mesurer des évolutions qui peuvent être très différentes en fonction des catégories de produits et des marques concernées et ce pour chacune des différentes thématiques abordées par les sept questions évaluatives concernées.

3.3.3 Synthèse de l'état des lieux au troisième trimestre 2017

Au total, 8.606 références ont été relevées lors des visites en magasins, réparties dans les 9 catégories de produits susmentionnées (voir tableau ci-dessous).

Tableau 21 Nombre de références relevées par produit et par type de marques et part dans le total

PRODUITS	Types de marque			TOTAL
	MDD	MN	PP	
LAITS LIQUIDES ET AUTRES LAITS	141	105	6	252
PRODUITS LAITIERS	1.034	582	69	1.685
FROMAGES	717	404	88	1.209
CHARCUTERIE-SALAISSONS-TRAITEUR	1.943	488	208	2.639
VIANDES FRAICHES TRANSFORMEES OU AROMATISEES	359	153	24	536
PRODUITS SURGELES	736	139	41	916
PRODUITS APPERTISES	609	339	39	987
SANDWICHES & SALADES	149	49	2	200
ALIMENTS INFANTILES	84	98		182
TOTAL	5.772	2.357	477	8.606

PRODUITS	Types de marque			TOTAL
	MDD	MN	PP	
LAITS LIQUIDES ET AUTRES LAITS	1,6%	1,2%	0,1%	2,9%
PRODUITS LAITIERS	12,0%	6,8%	0,8%	19,6%
FROMAGES	8,3%	4,7%	1,0%	14,0%
CHARCUTERIE-SALAISONS-TRAITEUR	22,6%	5,7%	2,4%	30,7%
VIANDES FRAICHES TRANSFORMÉES OU AROMATISÉES	4,2%	1,8%	0,3%	6,2%
PRODUITS SURGELÉS	8,6%	1,6%	0,5%	10,6%
PRODUITS APPERTISÉS	7,1%	3,9%	0,5%	11,5%
SANDWICHES & SALADES	1,7%	0,6%	0,02%	2,3%
ALIMENTS INFANTILES	1,0%	1,1%		2,1%
TOTAL	67,1%	27,4%	5,5%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE-Proteis

Comme présenté dans le tableau ci-dessous, les références relevées en laits liquides et autres laits sont au nombre de 252 ou 2,9% de l'ensemble des produits concernés par l'état des lieux. Pour le lait dans les produits laitiers (*produits laitiers hors fromages et fromages*), il y a 2.894 références représentant près de 34% du total. Les produits avec viandes (*charcuteries-salaisons traiteurs ; viandes fraîches transformées ou aromatisées ; surgelés ; appertisés, sandwiches et salades ; infantiles*) sont 5.460 (63%). La grande majorité des références, toutes catégories de produits confondues, relève des marques distributeurs (MDD ; 67,1%), les marques nationales (MN) et les premiers prix (PP) représentent respectivement 27,4% et 5,5%.

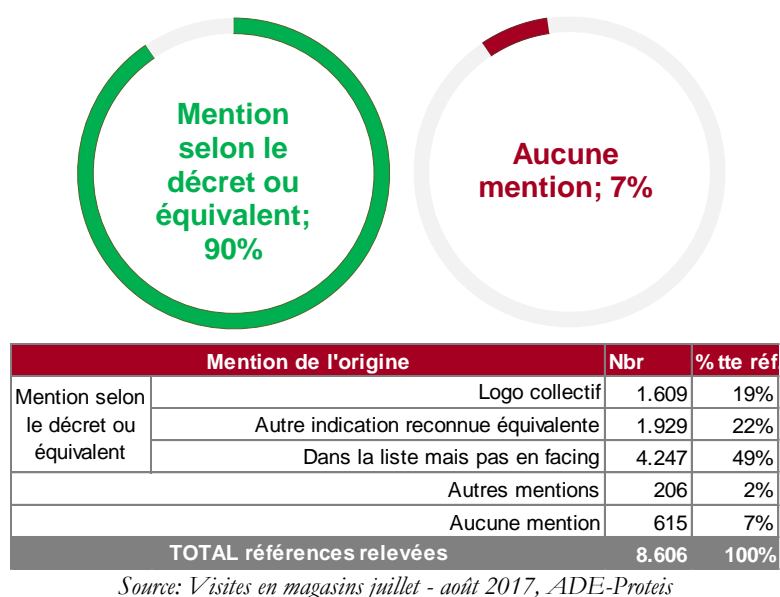
Tableau 22 Répartition des références selon les catégories de produits et les types de marques (nombre et part dans le total de toutes les références relevées)

CATEGORIES DE PRODUITS	Types de marque						TOTAL	
	MDD		MN		PP		Nbr.	% ttes réf.
	Nbr.	% ttes réf.	Nbr.	% ttes réf.	Nbr.	% ttes réf.		
Laits liquides et autres laits	141	1,6%	105	1,2%	6	0,1%	252	2,9%
Produits laitiers	1.034	12,0%	582	6,8%	69	0,8%	1.685	19,6%
Fromages	717	8,3%	404	4,7%	88	1,0%	1.209	14,0%
Charcuterie-salaisons-traiteur	1.943	22,6%	488	5,7%	208	2,4%	2.639	30,7%
Viandes fraîches transformées ou aromatisées	359	4,2%	153	1,8%	24	0,3%	536	6,2%
Produits surgelés	736	8,6%	139	1,6%	41	0,5%	916	10,6%
Produits appertisés	609	7,1%	339	3,9%	39	0,5%	987	11,5%
Sandwiches & salades	149	1,7%	49	0,6%	2	0,0%	200	2,3%
Aliments infantiles	84	1,0%	98	1,1%			182	2,1%
TOTAL	5.772	67,1%	2.357	27,4%	477	5,5%	8.606	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE-Proteis

Au niveau de l'ensemble des 8.606 références cumulées, **90% comportent une mention selon le décret ou reconnue comme équivalente**, dont 41% sur le facing et 49% dans la liste des ingrédients uniquement. **7% des références n'ont aucune indication de l'origine.**

Figure 8 Répartition des références par type de mentions



Les sections qui suivent présentent les résultats par catégorie de produits. Des données détaillées sont présentées en annexe 3.

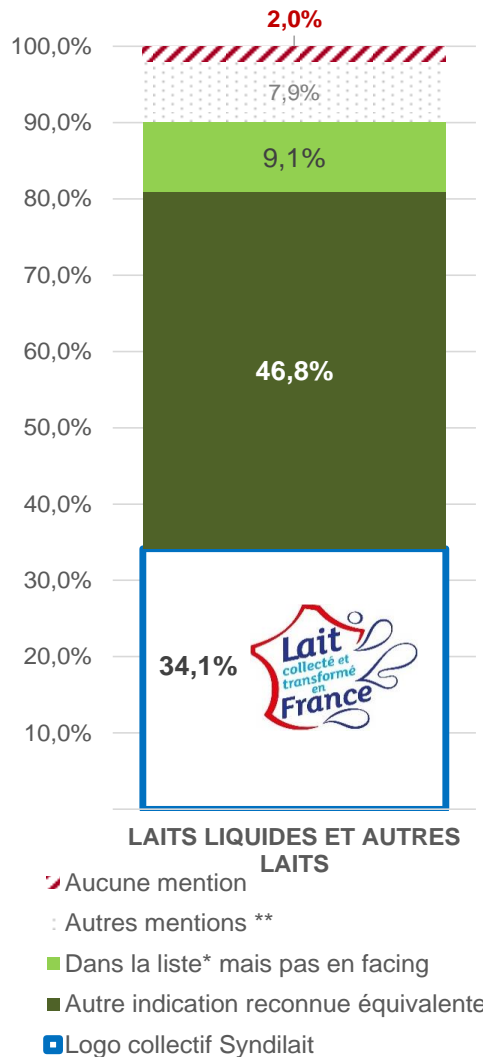
Laits, produits laitiers et fromages

Mention de l'origine

Pour *les laits liquides et autres laits*, **90,1% des références sont étiquetés selon le décret ou avec une mention équivalente** (dont 34% avec le logo collectif de Syndilait et 56% d'autres démarches équivalentes principalement en facing mais également ailleurs sur l'emballage).

La proportion des références étiquetées selon le décret ou de façon équivalente est plus élevée pour les marques distributeurs (MDD, 95,7%) que pour les marques nationales (MN, 81,9%). On constate que 2% des références relevées ne comportent aucune mention de l'origine (3 références en lait aromatisé longue conservation ; 1 référence en lait frais et 1 en lait en poudre & concentré). Le lait en poudre et concentré est la catégorie la moins bien étiquetée en ce qui concerne l'indication de l'origine (une information sur l'origine est donnée mais pas selon le décret ou aucune information pour 8 des 18 références relevées).

Figure 9 Répartition des références selon les mentions de l'origine pour les catégories de produits « Laits liquides et autres laits »

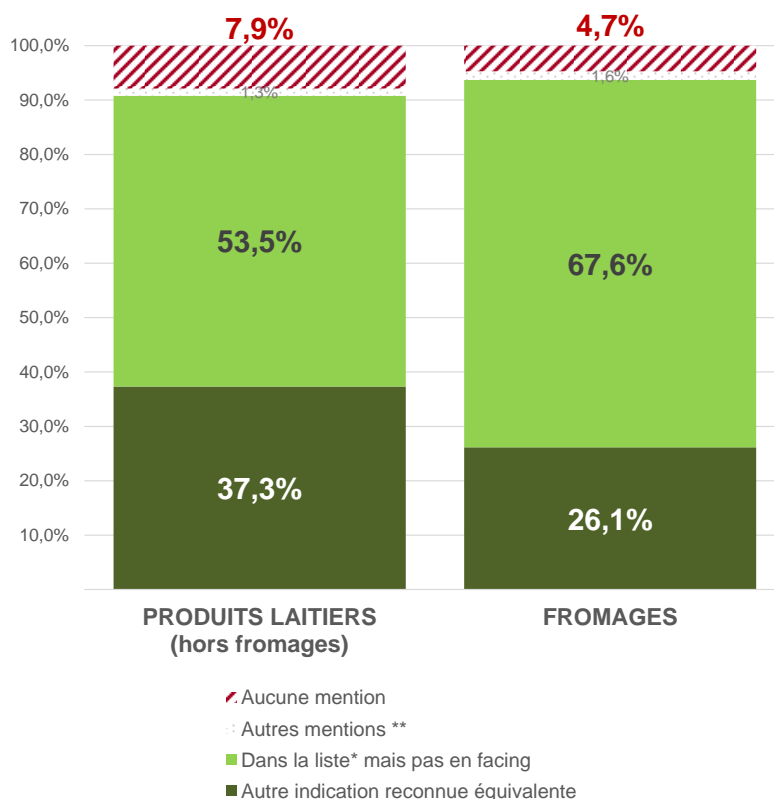


Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE-Proteis

En ce qui concerne les *produits laitiers* (*yaourts, fromages blancs, crème, beurre*), **90,8%** sont étiquetés selon le décret ou avec une mention équivalente, dont **54%** des références sans mention en facing mais dans la liste des ingrédients.

Quant aux *fromages*, **91,9%** des références sont étiquetés selon le décret ou avec une mention équivalente, dont près de **68%** ne comportent pas d'indication sur le facing de l'emballage, mais dans la liste des ingrédients. Les types de marques ont des proportions quasi-équivalentes, tout en remarquant que les fromages PP indiquent l'origine exclusivement dans la liste des ingrédients.

Figure 10 Répartition des références selon les mentions de l'origine pour les catégories de produits « Produits laitiers hors fromages et Fromages »



Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE-Proteïs

Origine mentionnée des produits

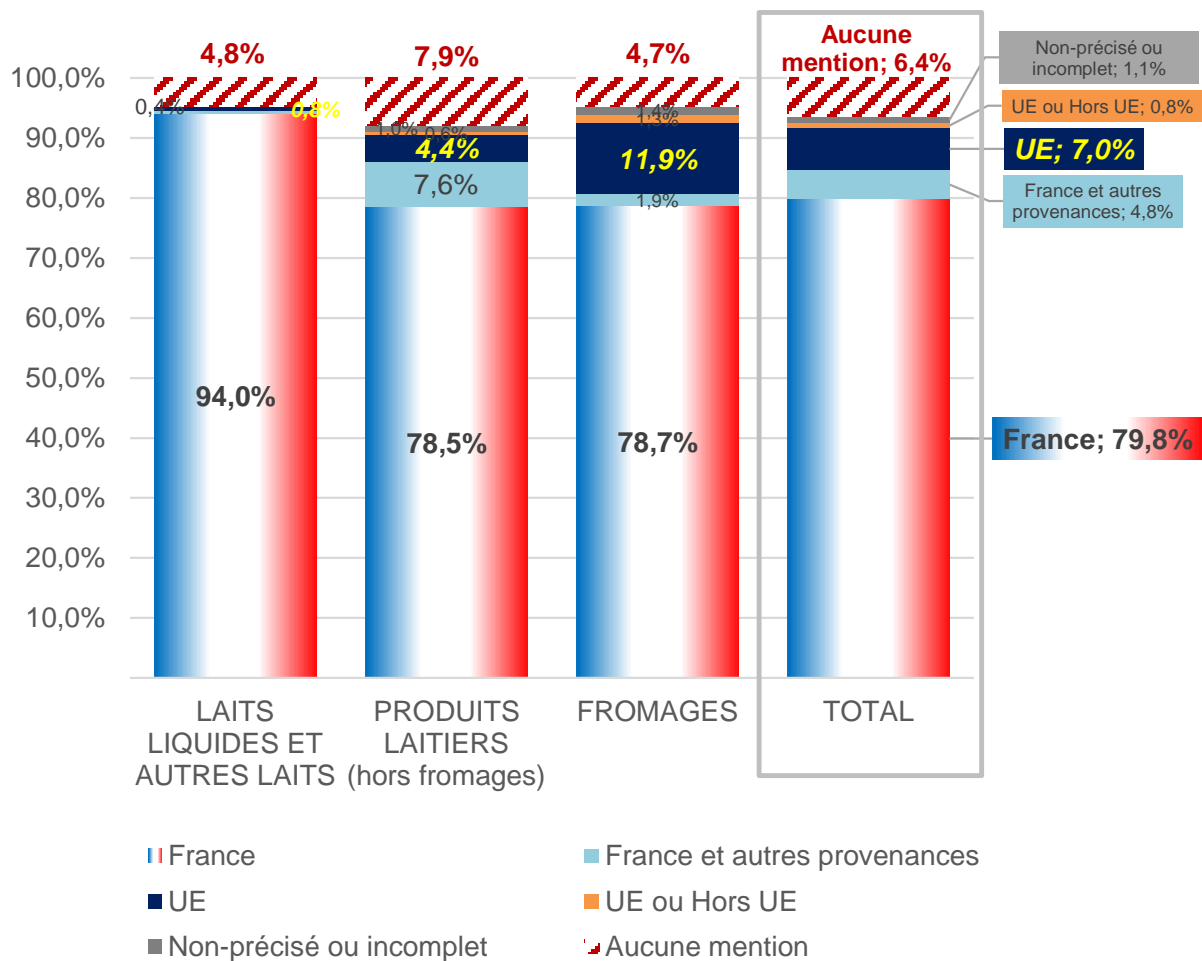
Pour les *laits liquides et autres laits* (mono-produit), 94% des produits relevés ont pour pays d'origine la France¹⁷. Près de 5% ne mentionnent pas du tout ou de manière complète l'origine de la matière première selon le décret.

79% des produits laitiers mentionnent la France comme pays d'origine de leurs ingrédients. Près de la moitié (48%) des produits laitiers relevés sont à composants multiples, c'est-à-dire ils peuvent comporter du lait et de la crème de lait (26%), du lait et de la poudre de lait (11%) ou tous les trois ingrédients (11%). Globalement pour ces produits à deux ou plusieurs ingrédients, on constate que le lait et la crème sont principalement d'origine française (respectivement 35,4% et 30,1% de toutes les références en produits laitiers), tandis que la poudre provient de la France (13%) et de l'UE (8% de toutes les références).

En ce qui concerne *les fromages*, ce sont également **79% des références relevées qui indiquent la France comme pays d'origine** de l'un ou de plusieurs des ingrédients utilisés, tandis que la mention « UE » concerne près de 12% des références.

¹⁷ Dont 92% sont des références qui indiquent que le lait est collecté et conditionné en France et 2% indiquent que la France et le lieu de collecte seulement.

Figure 11 Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays pour les catégories de produits « Laits liquides et autres laits, Produits laitiers et Fromages »



Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE-Proteis

Produits alimentaires avec viandes

Mention de l'origine

Globalement, **près de 90% des produits alimentaires avec viandes** (charcuterie-salaisons-traiteur ; viandes fraîches transformées ou aromatisées ; surgelés ; appertisés ; aliments infantiles) **relevés sont étiquetés selon le décret ou avec une mention reconnue comme équivalente**. Les produits **sans aucune mention de l'origine représentent 7,7%**, le reste des produits donne une certaine information sur l'origine mais qui n'est pas suffisante selon le décret (autres mentions). Comme l'illustre le graphique ci-dessus, cette tendance diverge en fonction des catégories de produits : on remarque que les produits appertisés et les produits surgelés ne comportent aucune mention de l'origine respectivement dans 22% et 14% des cas.

Près de 96% des produits Charcuterie-Salaisons-Traiteurs comportent une mention selon le décret ou équivalente, dont 40% indiquent cela sur leur facing en utilisant principalement le logo collectif « Viande de France » (30%), tandis que 55% des références ne donnent pas d'information sur leur facing mais incluent une mention de l'origine dans la liste des ingrédients. La proportion des MN étiquetées selon le décret ou de manière équivalente est de 88%, inférieure à celle des MDD ou PP (environ 97% chacune).

Les viandes fraîches transformées ou aromatisées, quant à elles, sont étiquetées selon le décret ou de manière équivalente pour 95% des cas. Dans cette catégorie de produits, la proportion du logo collectif « Viandes de France » est la plus importante (66%). Près de 5% des références relevées en viandes transformées ou aromatisées ne comportent aucune mention de l'origine. Dans cette catégorie, on constate que la proportion des MDD étiquetées selon le décret ou équivalent est très légèrement inférieure à celles pour les MN ou PP.

Il est essentiel de souligner que les produits surgelés et les produits appertisés peuvent provenir de lots qui ont été fabriqués avant le 1^{er} janvier 2017. Seule une photo du lot et un échange spécifique avec l'enseigne aurait permis d'identifier ces cas, ce qui n'a pas été possible dans les temps impartis. L'état des lieux est à lire en tenant compte de cette observation.

85% des références en produits surgelés comportent une mention selon le décret ou qui est reconnue comme équivalente et 14% n'ont aucune mention de l'origine. Cette proportion est quasi-identique entre les types de marque (MDD, MN, PP).

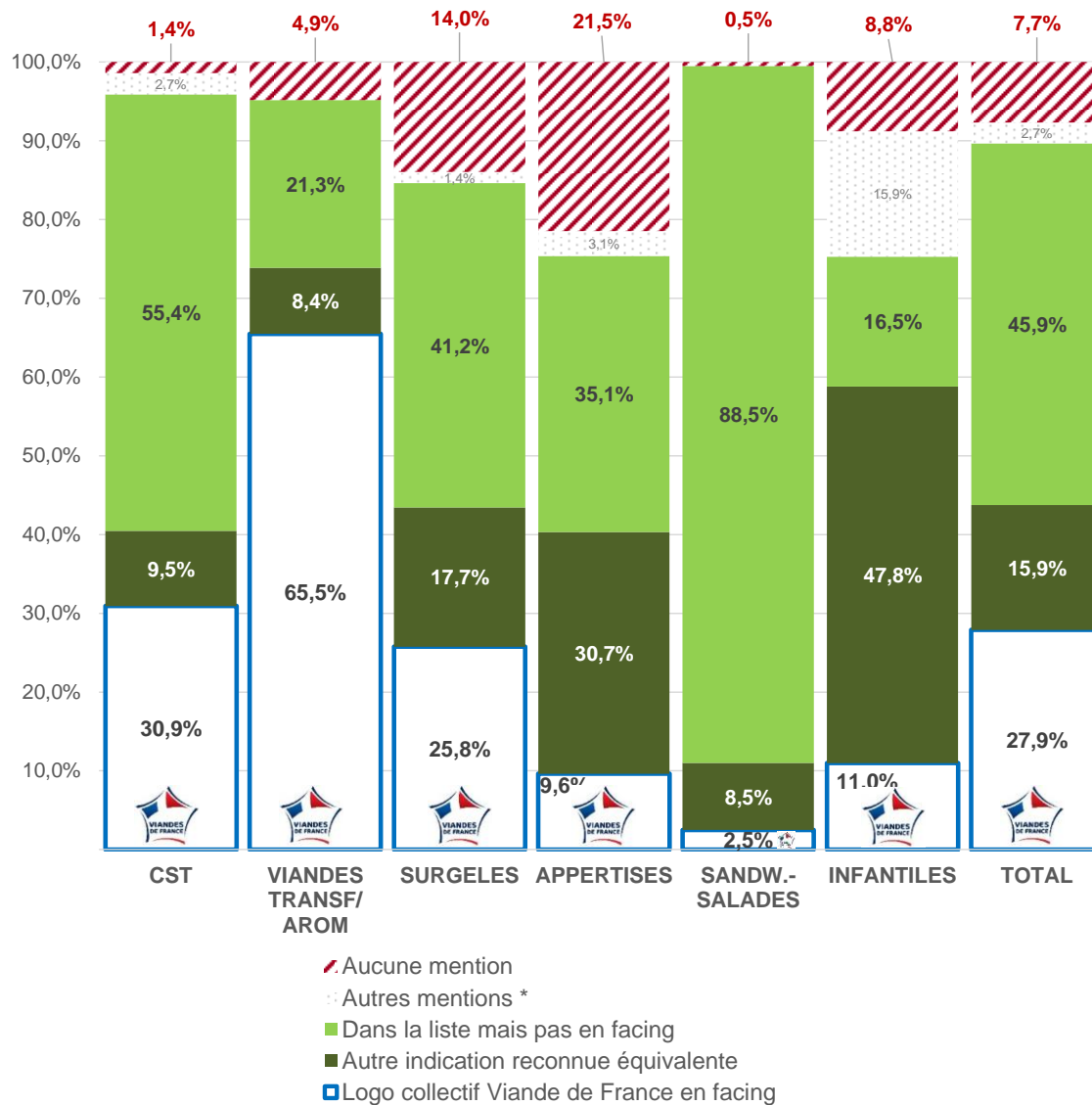
Pour les produits surgelés, la moyenne de 14% sans aucune indication de l'origine cache des différences selon les produits. Plus de 90 à 95% des pâtes alimentaires cuisinées, des viandes aromatisées et préparées ainsi que des produits à base de volailles (nuggets et autres panés) mentionnent l'origine selon le décret ou de manière équivalente. En revanche, cette proportion tombe à 73% pour les pizzas, quiches, tourtes, flammekueche etc.

Les **produits appertisés** dans leur ensemble ont **la proportion la plus faible de produits étiquetés selon le décret ou de manière équivalente : 75% des références.** La proportion de produits sans aucune mention de l'origine est la plus importante pour les MDD (25%) et pour les PP (23%) tandis qu'elle s'établit à 15% pour les MN. La proportion de références sans aucune indication de l'origine varie selon les catégories de produits. Elle est de 10% pour les pâtes cuisinées, aux alentours de 20% pour les autres plats préparés hors agneau et volailles. Pour ces deux dernières catégories qui reposent sur un petit échantillon de références, (respectivement 6 et 25) les proportions sont supérieures à 30%.

Les sandwiches et salades concernés par le relevé en magasins ont tous une indication de l'origine selon le décret ou reconnue comme équivalente, sauf un seul cas de figure (salade sans aucune mention). L'origine est très majoritairement indiquée dans la liste des ingrédients (89% des références), le logo collectif « Viande de France » est très rarement utilisé (2,5%).

Enfin, **75% des aliments infantiles relevés incluent une mention de l'origine selon le décret ou équivalente**, ceux sans aucune mention étant près de 8%. Dans cette catégorie de produits on remarque une proportion importante (16%, uniquement des MDD) de produits avec d'autres mentions qui ne sont pas suffisamment précises ou complètes par référence au décret.

Figure 12 Répartition des références selon les mentions de l'origine pour les catégories de produits « Charcuterie-Salaisons-Traiteur, Viandes aromatisées, Produits surgelés, Produits appertisés, Sandwiches et Salades, Aliments infantiles »



Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE-Proteis

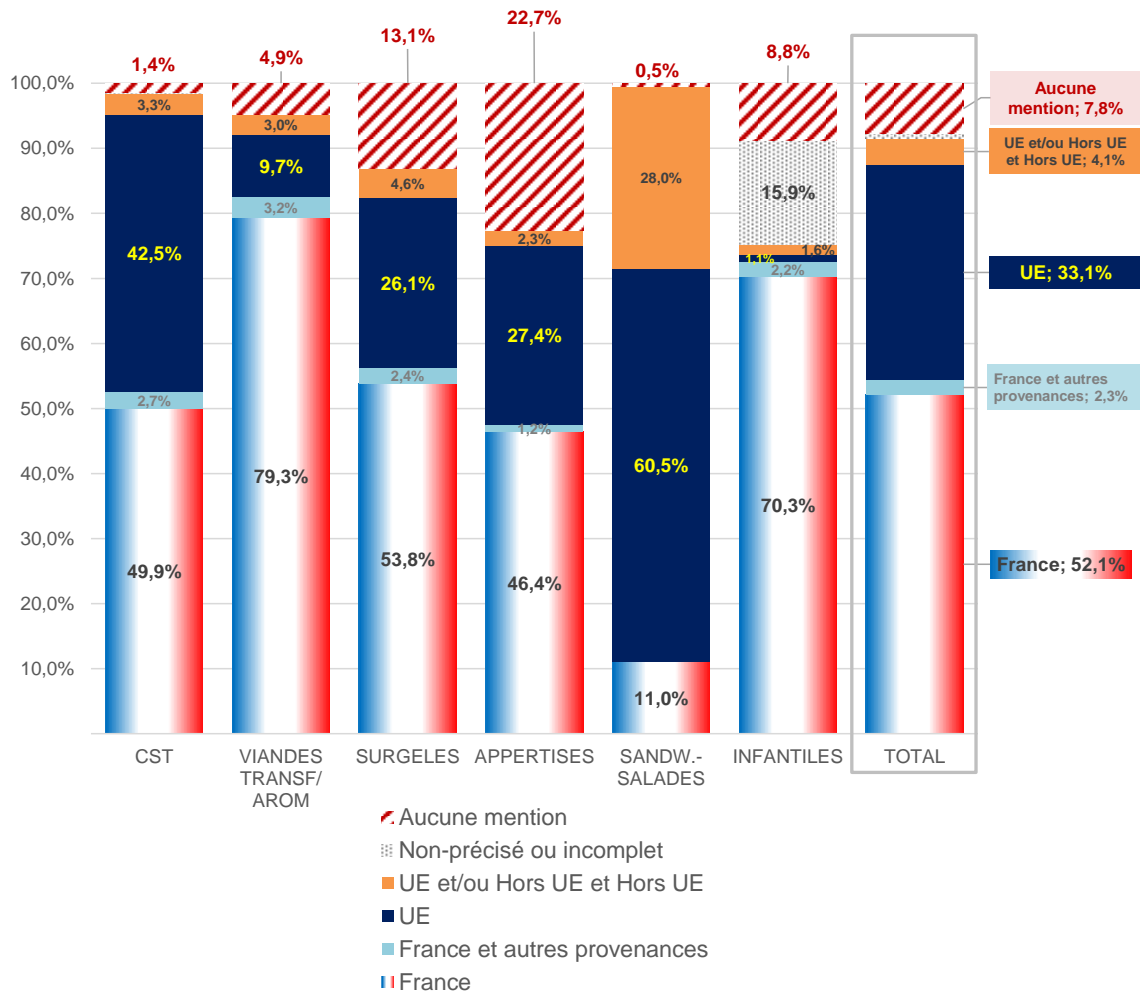
Origine mentionnée des produits

Les viandes utilisées dans un peu plus de la moitié (52%) des produits alimentaires référencés ont pour pays d'origine la France. Les produits dont les ingrédients proviennent uniquement de l'UE représentent un tiers (33%). Près de 7% des références incluent plusieurs viandes à origines différentes dont France et autres provenances ainsi que UE ou Hors UE.

Les produits de charcuterie-salaisons-traiteurs comportent des viandes d'origine France (50%) ou UE (43%) en proportions quasi-égales. Les viandes transformées et aromatisées sont principalement d'origine France (80% des références sous cette catégorie), tandis que l'origine UE représente près de 10%. L'origine France est dominante également dans les produits surgelés (54%) et appertisés (46%), l'origine UE représentant près de 27% de chacune de ces deux catégories de

produits. Une forte proportion des références avec des viandes d'origine UE (61%) ou Hors UE (28%) est observée pour les sandwichs et salades. En ce qui concerne les aliments infantiles, l'origine France représente 70%, tandis que 16% ont une indication incomplète faisant principalement référence à la France comme lieu de fabrication et/ou de transformation, mais ce qui n'est pas suffisant pour informer sur l'origine des matières premières utilisées.

Figure 13 Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays pour les catégories de produits « Charcuterie-Salaisons-Traiteur, Viandes aromatisées, Produits surgelés, Produits appertisés, Sandwiches et Salades, Aliments infantiles »



Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE-Proteis

Les résultats détaillés par catégorie de produits sont présentés en Annexe 3.

4. Difficultés opérationnelles (QE B)

Quelles sont les éventuelles difficultés opérationnelles rencontrées par les opérateurs (producteurs, transformateurs, distributeurs) pour mettre en œuvre le décret ? (Question B)

4.1 Approche

La question vise à identifier et analyser les **principales difficultés opérationnelles rencontrées par les différents opérateurs** pour la mise en œuvre et la gestion courante du décret. Une distinction claire est faite dans la réponse à la question entre ces deux notions :

1. **les difficultés liées à la mise en place du décret** ne sont pas pérennes et sont supposées résolues au 31 mars 2017 (*cf. section 3.3.1*) ;
2. **les difficultés de gestion courante** peuvent être qualifiées de pérennes et relèvent généralement de la stratégie voulue par l'opérateur (*cf. section 3.3.2*).

La question vise à évaluer la fréquence et l'importance de ces difficultés, en distinguant les types d'acteurs, les types de produits ou de filières.

Les entretiens de cadrage réalisés au cours de la phase 1 et en début de phase 2 de l'étude auprès des organisations professionnelles et des distributeurs avaient permis d'avoir un premier aperçu des principales difficultés opérationnelles que les opérateurs ont rencontrées pour mettre en œuvre le décret.

Tableau 23 Types de difficultés liées à la mise en œuvre du décret

	Industriels	GMS – Donneurs d'ordre
Difficultés liées à la mise en place du décret		
1.1	Manque d'information claire <u>sur les produits couverts</u> par le décret	
1.2	Manque d'information claire <u>sur les modalités d'application</u> du décret (<i>ex : mentions équivalentes, etc.</i>)	
1.3	<u>Délais restreints</u> de mise en œuvre du décret	
1.4	Modification conjointe de l'ensemble des emballages en un délai très court	
1.5	Exigences des enseignes de la GMS quant à leurs produits sous MDD (délai, modalités, changement de cahier des charges, etc.)	Modification des exigences envers les industriels pour les produits sous MDD (<i>délai, modalités, changement de cahier des charges, etc.</i>)
1.6	Manque de personnel ou de compétence pour gérer en interne	
1.7	Adaptation des emballages et des étiquettes	
1.8	Gestion des stocks d'étiquettes et de produits non conformes	
Difficultés liées à la gestion courante		
2.1	Gestion des mentions poly-origines, complexes ou fluctuantes	
2.2	Difficultés de s'approvisionner en matière première d'origine française	
2.3	Relations donneurs d'ordre / industrie pour les MDD et les marques 1er prix	
2.4	Relations donneurs d'ordre / industrie pour les MN	
2.5	Relations avec les fournisseurs d'ingrédients	
2.6	Adaptation des procédés de fabrication	
2.7	Gestion des mentions poly-origines, complexes ou fluctuantes	

Source : ADE/PROTEIS

Les industriels et distributeurs ont ensuite été sollicités dans le cadre des entretiens et des enquêtes en ligne pour préciser et apprécier l'importance et la fréquence de chacune de ces difficultés sur la base d'un gradient de 5 niveaux (*de absent à très important*) accompagné du commentaire justifiant sa réponse. Enfin, ils ont également été interrogés sur les éventuels facteurs externes les ayant aidés à surmonter ces difficultés.

4.2 Synthèse de la réponse à la question

Quelles sont les éventuelles difficultés opérationnelles rencontrées par les opérateurs (producteurs, transformateurs, distributeurs) pour mettre en œuvre le décret ?

La mise en œuvre du décret a généré certaines difficultés opérationnelles, mais temporaires lors de sa mise en place sur la période septembre 2016 à mars 2017, essentiellement au sein du binôme entreprises agroalimentaires et GMS. **Une fois en place, la gestion courante du décret ne pose généralement plus de difficulté.**

L'évaluation n'a **pas** identifié de **difficulté particulière** liée au décret **au niveau des producteurs primaires**. Ceux-ci **sont peu concernés** par la mise en œuvre du décret, à l'exception des agriculteurs réalisant des produits transformés préemballés pour de la vente directe, en complétant leur propre production par des achats extérieurs d'ingrédients. Mais ces cas restent rares. Les producteurs qui n'utilisent que leur propre production ne sont pas soumis au décret.

Les principales difficultés rencontrées par les opérateurs lors de la phase de mise en place **sont liées aux :**

1. **Délais restreint de mise en œuvre alliés au nombre de références :** Le délai d'environ 6 mois (*après dérogation*) pour s'approprier et mettre en œuvre le décret **a clairement été identifié** par les opérateurs **comme la principale contrainte**, en particulier lorsque le nombre de référence à vérifier et/ou à modifier est important. Ce délai est souvent à l'origine des autres difficultés ou les a amplifiées. Les GMS, les grandes entreprises ou les industriels ayant un grand nombre de références MDD sont plus particulièrement concernés.
2. **Difficultés technico-économiques pour mettre en œuvre le décret dans ce délai restreint :** En ce qui concerne la **conception ou l'adaptation des emballages et étiquettes** la principale contrainte vient du nombre de produits différents à modifier dans un temps très restreint. La **gestion des stocks d'étiquettes et d'emballages** non conformes a également constitué un défi important pour les industriels, amplifié par le délai restreint de mise en œuvre (*éviter une rupture d'approvisionnement tout en limitant les pertes liées à la destruction d'emballages non conformes ou aux commandes de petites séries*).
3. **Certaines difficultés liées au dialogue entre les donneurs d'ordre (enseignes de distribution) et les industriels :** Elles **sont qualifiées d'importantes** pour les gammes de produits sous MDD. Globalement, la mise en place du décret a été vécue par les entreprises comme une période de fortes tensions avec leurs principaux clients, principalement liées à l'urgence et l'ampleur des tâches à accomplir.

Des situations contrastées existent cependant entre les entreprises en fonction des secteurs ou des produits concernés, du nombre de références à gérer, de l'importance des démarches de mention volontaire préalable au décret, du nombre de références sous MDD ou de la taille des entreprises.

Le lancement du décret a été marqué par **quelques difficultés liées à la définition exacte du périmètre de l'univers éligible ainsi que des modalités d'application**, notamment la reconnaissance des mentions équivalentes. Elles ont été précisées au fur et à mesure de l'automne 2016, réduisant pour certains opérateurs les délais de mise en œuvre.

Le **manque de personnel ou de compétence pour gérer en interne** a constitué une difficulté importante pour les enseignes de la grande distribution et certaines entreprises du secteur lait et produits laitiers, en lien avec le nombre de références.

Les trois **principaux facteurs ayant aidé les opérateurs à surmonter ces difficultés** sont :

1. L'assistance rapprochée des organisations professionnelles des filières concernées qui ont aidé les opérateurs dans l'interprétation du décret et relayé les informations.
2. La souplesse pour reconnaître les mentions équivalentes qui a permis pour certains opérateurs de réduire, parfois drastiquement, le nombre de références à modifier.
3. La dérogation octroyant un délai de 3 mois pour l'application effective du décret. Sans ce délai, il aurait été difficile à bon nombre d'opérateurs d'être conformes et les coûts liés à la destruction d'emballages non conformes auraient été plus importants.

Une fois les changements effectués et les procédures en place, **la gestion courante du décret pose peu de difficultés**, celles-ci étant plus spécifiques à certains secteurs ou acteurs. Elles concernent principalement deux points :

- **La gestion des circuits d'approvisionnement et des mentions d'étiquetage des produits qui intègrent** de façon permanente **plusieurs origines (FR, UE ou hors UE) ou** quand les origines du ou des ingrédients **fluctuent dans le temps** en liaison avec la politique d'achat lorsque l'opérateur a fait le choix de communiquer sur des origines spécifiques.
- **L'assurance à moyen terme de pouvoir disposer d'approvisionnements réguliers et suffisants et à un coût raisonnable lorsque les industriels communiquent sur une origine pays spécifique.** Ce point concerne en particulier les industriels laitiers pour les produits gras type beurre ou crème, le lait de petits ruminants ou certaines pièces de porc pour l'industrie de la charcuterie salaisons ou plats cuisinés. Il concerne également les risques en cas de crises sanitaires par exemple, telles que la grippe aviaire pour la volaille, ou de pressions sur les marchés intérieurs ou extérieurs.

4.3 Analyse

4.3.1 Difficultés opérationnelles liées à la mise en œuvre du décret

Cette première partie de l'analyse **concerne les difficultés** opérationnelles **rencontrées** par les opérateurs **pour la mise en œuvre du décret**.

Calendrier et étapes clés de mise en place du décret

La période de mise en œuvre du décret débute en août 2016 par la publication du décret et se termine le 1^{er} avril 2017, date d'application effective du décret, suite à la dérogation de 3 mois accordée par les pouvoirs publics. S'ils ne l'avaient pas anticipé, **les industriels bénéficiaient donc** en théorie au minimum **d'une période d'environ 6 mois** pour s'approprier et mettre en œuvre le décret. (*cf. calendrier détaillé sous la section 1.3.1*)

Cette période de mise en œuvre s'est schématiquement déroulée en **3 phases** :

- La première phase a permis aux différentes parties prenantes de **s'approprier et de préciser les champs exacts d'application du décret**. De nombreuses réunions de travail ont eu lieu durant l'automne aboutissant aux notes de travail et permettant aux organisations professionnelles de l'agro-alimentaire et de la grande distribution de rédiger des guides précis pour définir exactement le champ et les modalités d'application du décret.

Ces échanges ont permis de préciser et définir les produits (et références) concernés par le décret et les dérogations octroyées, notamment concernant les mentions déjà présentes avant le décret (*de août 2016 à octobre 2016, voire décembre 2016 dans certains cas*).

- Dans une deuxième phase, une fois les champs, les seuils et les premières dérogations connues, les entreprises **ont passé en revue l'ensemble de leurs références** en marques propres et en MDD pour faire un diagnostic des changements à opérer et se mettre en conformité avec le décret et définir les priorités.

Pour les produits sous MDD, le dialogue avec les responsables « produit » au sein de chaque enseigne s'est engagé sur d'une part les références bénéficiant de mentions équivalentes et d'autre part celles nécessitant des modifications.

Les entreprises étaient dans leur majorité prêtes en décembre 2016 pour leurs produits sous marque propre et que le 1^{er} trimestre 2017 a surtout été consacré aux produits sous MDD.

- Enfin, la troisième phase porte sur **l'exécution des différentes tâches nécessaires au processus de modification des étiquetages et emballages** des produits concernés pour assurer la conformité de l'ensemble à la date du 31 mars 2017.

Importance relative des difficultés de mise en place du décret

Le tableau suivant donne un aperçu synthétique **des difficultés liées à la mise en place du décret** par ordre décroissant d'importance en fonction des filières, des types d'acteurs et des outils mobilisés. Ces difficultés sont ensuite développées.

Tableau 24 Degré d'importance des difficultés de mise en œuvre en fonction des filières

% important ou très important <i>Filières / types d'acteurs</i>	Lait et produits laitiers	Viandes utilisées en tant qu'ingrédients		GMS
	<i>Outils mobilisés</i>	<i>entretiens</i>	<i>entretiens</i>	<i>enquêtes en ligne</i>
Modification conjointe de l'ensemble des emballages en un délai très court	+++	+++	+++	+++
Délais restreints de mise en œuvre du décret	+++	++	+++	+++
Adaptation des emballages et des étiquettes	+++	++	+++	+
Gestion des stocks d'étiquettes et de produits non conformes	+++	+	+++	+++
Exigences des enseignes de la GMS quant à leurs produits sous MDD / Modification des exigences envers les industriels pour les produits sous MDD	+++	+	++	+++
Manque d'information claire sur les modalités d'application du décret	++	+	++	++
Manque d'information claire sur les produits couverts par le décret	+	+	+	++
Manque de personnel ou de compétence pour gérer en interne	++	+	+	+++
<i>Nombre de répondant</i>	8	5	95	5

Source : ADE/Proteis : « +++ » Majorité >= 4 (important/ très important), « ++ » Majorité >= « 3 » (peu important)

Les entretiens menés auprès d'un échantillon d'industriels confirment globalement les résultats de l'enquête en ligne quant à l'ordre d'importance des difficultés rencontrées pour la mise en œuvre du décret. **Les difficultés les plus importantes sont liées aux délais, au nombre de références et aux difficultés technico-économiques** (*adaptation et gestion des stocks des emballages et étiquettes*) pour mettre en œuvre le décret dans ce délai restreint ainsi que **d'un dialogue parfois tendu entre les GMS et les industriels**.

L'enquête quantitative montre que le décret a posé des difficultés de mise en œuvre pour près de 40% des entreprises interrogées dans les secteurs charcuterie-salaisons et plats cuisinés, principalement des PME. Ceci signifie aussi que plus de 60% des entreprises interrogées n'ont pas rencontré de difficultés particulières de mise en place du décret.

L'enquête montre également que les niveaux de difficultés (fréquence) ne sont pas clairement corrélés à la taille des entreprises, mais la nature des difficultés rencontrées peut différer suivant leur taille. Contrairement aux PME, les grandes entreprises disposent d'équipes spécialisées rôdées à ces types de changements et bien informées, mais sont confrontées au changement d'un plus grand nombre de références dans un délai court. Les petites entreprises y sont moins exposées.

Des situations très contrastées existent cependant entre les entreprises en fonction :

- Des secteurs ou des produits concernés : les secteurs lait (hors lait liquide), charcuterie salaisons et plats cuisinés traités ont connu le plus de difficultés.
- De la largeur et de la profondeur de gamme (nombre de références à gérer).
- De l'importance des démarches de mention volontaire préalable au décret.
- Du nombre de références gérées sous marques distributeurs.
- De la taille de l'entreprise, l'ensemble des acteurs vendant en rayon LS des GMS étant concerné, de la TPE au groupe d'envergure mondiale.

Ainsi, pour les industriels des produits transformés à base de viande de l'échantillon (*jambons cuits, produits transformés de volaille, plats cuisinés surgelés ou appertisés*), compte tenu des gammes relativement courte, les deux premiers types de difficultés sont moins importantes.

Le délai restreint de mise en œuvre est à l'origine ou a amplifié les difficultés

Délai restreint de mise en œuvre et modification conjointe des emballages dans ce délai

Le **délai restreint prévu allié au nombre de références à modifier** (*plusieurs centaines notamment en lait ou les plats cuisinés*) pour la mise en œuvre du décret est **clairement identifié comme la principale source des difficultés rencontrées** par les industriels et les distributeurs. Plus exactement, la plupart d'entre eux soulignent que **la principale contrainte** a été la **vérification systématique des cahiers des charges et la modification conjointe des emballages d'un grand nombre** de références dans un délai relativement court. Ce délai est souvent à l'origine de certaines difficultés ou les a sensiblement amplifiées.

Comme rappelé plus haut, **les industriels bénéficiaient d'une période d'environ 6 mois** entre la publication des arrêtés d'exécution fixant les seuils (*septembre 2016*) et la date d'application effective du décret fixée au 31 mars 2017. Le délai de 3 mois supplémentaire accordé par dérogation a été capital pour permettre à tous les opérateurs de se mettre en conformité. Plusieurs opérateurs estiment à un an le délai minimum pour réaliser un changement d'étiquetage dans des conditions acceptables.

Rappelons que la période entre 2011 et 2016 avait déjà été marquée par une série d'adaptations réglementaires impactant les emballages de très nombreux produits alimentaires, notamment en lien avec la mise en œuvre du règlement (CE) n° 1169/2011 concernant l'information du consommateur sur les denrées alimentaires (dit INCO). Ces adaptations avaient fortement mobilisé les différentes équipes concernées au niveau des industriels, de la distribution ou des organisations professionnelles. Les opérateurs font remarquer que les deniers ajustements liés à INCO ont eu lieu jusque fin 2016, soit 5 ans après la publication du règlement CE.

Ce nouveau décret et le délai restreint pour sa mise en œuvre **ont dès lors été abordés avec une certaine appréhension** par bon nombre d'opérateurs interrogés qui venaient de finaliser une révision complète de leur étiquetage.

Ce jugement s'appuie sur le fait qu'il faut compter de 4 à 6 mois pour effectuer le processus complet de changement d'un seul emballage (*entre la décision et la réception des nouveaux emballages*) dans des conditions normales. Ce délai peut être ramené à 2 mois dans certaines circonstances ou pour un changement et un emballage simple (*ex : mention ou étiquette noir & blanc simple*).

Le changement de quelques emballages (*ou même quelques dizaines*) dans ce délai ne pose pas de problème particulier pour des équipes généralement rodées à cet exercice. Mais **le nombre de références à passer en revue** (*jusqu'à plus de 2000 références pour les plus importants opérateurs*) et le nombre d'emballages à adapter simultanément dans un délai restreint a représenté une contrainte très forte.

Rappelons également que **différentes initiatives avaient été prises** par des filières, des industriels ou des enseignes de distribution pour **indiquer l'origine des ingrédients sur une base volontaire**, tel que l'avait montré l'état de référence. **La reconnaissance de ces mentions d'origines France antérieures comme équivalentes au décret a considérablement facilité sa mise en œuvre**, réduisant parfois de manière drastique le nombre d'emballages à modifier. Ce point explique les écarts d'appréciation, parfois importants, observés entre les opérateurs en ce qui concerne les niveaux de difficultés ou des coûts associés à la mise en place au décret. Dans certains cas, plus de 90% des produits de l'opérateur bénéficiaient déjà de mentions d'origine équivalentes, et ne nécessitaient donc pas d'adaptation de l'emballage¹⁸.

Tableau 25 Description des étapes de la mise en œuvre du décret

Etape 1 : Appropriation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Appropriation du décret par les services concernés. ▪ Dialogue avec les organisations professionnelles et les autorités compétentes (DGPE, DGCCRF) pour apporter les précisions nécessaires (<i>champs et modalités d'application</i>), (voir point suivant).
Etape 2 : Revue des références à modifier	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Au niveau des opérateurs (<i>industriels, distributeurs</i>), passage en revue de toutes les références entrant potentiellement dans le champ du décret (<i>plus de 1000 pour certains opérateurs</i>) : <i>Entre-t-il dans les champs du décret ? Dispose-t-il d'une mention d'origine (lait/viande) ? Cette mention est-elle conforme au décret ou réputée équivalente ?</i> ▪ Prioriser sur cette base, ainsi qu'en fonction des stocks d'emballages et autres contraintes techniques liées au type d'emballage. ▪ Vérification auprès des organisations professionnelles ou de la DGCCRF de la validité des mentions équivalentes.
Etape 3 : Mise en conformité	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Coordination interne entre les différents services, ainsi qu'avec les donneurs d'ordres (<i>souvent chronophage : 3 types de produits pour 12 MDD représentent déjà près de 40 personnes à aller voir</i>) : <i>pour les MDD, ouvrir le CDC, rechercher le fichier natif, modifier des textes ou logo, concevoir et valider les épreuves, valider au niveau réglementaire, mobilisation de l'agence de communication, finalisation et validation du BAT, etc.</i> ▪ Tant pour les MN que pour les MDD, assurer une cohérence de l'affichage au niveau de la gamme. Difficulté supplémentaire si exigence de changement d'approvisionnement. ▪ Lancement de la production des nouveaux emballages ou étiquettes et réception de ceux-ci (<i>en moyenne 8 semaines, mais peut-être plus long pour les emballages complexes</i>).

¹⁸ L'état de référence témoigne que dès 2015-2016, les produits des familles laits liquides, charcuterie salaisons à base de porc, viandes transformés à base de porc présentaient une mention d'origine pour plus de 60% des références (voir rapport de la tranche ferme et éléments repris sous la section 1.4 du présent rapport).

Certaines difficultés d'appropriation et de compréhension du champ d'application du décret

Toute nouvelle réglementation nécessite au départ un certain temps d'interprétation et de précision, tant au niveau des produits couverts que de ses modalités d'application. Les acteurs interrogés estiment que celui-ci n'a pas été suffisamment anticipé lors de la définition du délai de mise en œuvre.

Certaines précisions ont été apportées au fur et à mesure au travers de « notes blanches ». D'une manière générale, plusieurs opérateurs ont regretté les incertitudes ou le manque d'informations officielles fiables ayant prévalu au cours du second semestre 2016, y compris dans la diffusion auprès des industriels des informations décisives quant à la mise en place du nouvel étiquetage.

Néanmoins, l'investissement, l'esprit constructif et la réactivité des parties concernées ont été soulignés.

Le manque d'information claire sur les produits couverts par le décret pour certaines gammes de produits transformés ou en marge des seuils fixés

Le lancement du décret a été **marqué par quelques difficultés de définition du périmètre exact de l'univers éligible**. L'appréciation des industriels et des distributeurs est très variable en fonction des gammes de produits couverts. Une fois les seuils fixés en septembre 2016, une large majorité de produits ne posait en effet aucun problème d'interprétation (*ex : lait liquide, yaourt nature, fromage, jambons, viandes transformées, etc.*). Par contre, **les cas de certains produits plus élaborés ont nécessité de multiples échanges** entre la DGCCRF, les organisations professionnelles, les industriels et les distributeurs. L'identification par la nomenclature douanière n'était pas toujours opérationnelle pour les produits plus élaborés. Les derniers cas ont été tranchés en décembre 2016, ramenant dès lors à 3 mois les délais de mise en conformité pour ces produits.

Certaines gammes de produits transformés ont ainsi donné lieu à des discussions très techniques, notamment les produits transformés (frais ou surgelés) comportant des viandes pour définir exactement comment calculer le seuil des 8% sur la seule base du taux de muscles (pizzas, tourtes à la viande, etc.). Les fromages fondus ou fabriqués avec du « rétantat » (séparation des protéines de lactose) ont aussi donné lieu à des débats techniques entre les industriels et les enseignes sur le fait qu'ils étaient ou pas éligibles au décret. D'autres cas ont également été cités : les laits infantiles, desserts lactés, les crèmes desserts, les beurres remalaxés, le gibier, certaines parties des viandes concernées (*ex : joue de porc*), les IGP, etc.

Un manque d'informations claires sur certaines modalités d'application du décret

La clarté des modalités d'application et des informations relatives aux mentions équivalentes a été diversement appréciée par les opérateurs. Elles ont été précisées au fur et à mesure dans le courant de l'automne 2016 par la DGCCRF au travers de la publication de notes blanches, des échanges avec les organisations professionnelles et des cas soumis à validation. Les logos des interprofessions (*Syndilait et l'ensemble des logos Viandes de France*) ont été reconnus assez rapidement. Par contre, la reconnaissance des logos ou mentions propres des industriels ou des enseignes est arrivée tardivement selon certains interlocuteurs.

Plusieurs opérateurs font état de difficultés de communication. Sur base de la communication du Ministère, les journalistes avaient interprété qu'à partir du 1^{er} avril 2017, l'ensemble des produits en rayons seraient étiquetés conformément au décret, alors que cette date portait sur la production.

Certaines enseignes ont également refusé à partir du 1^{er} avril certains produits fabriqués avant cette date et donc conformes au décret.

Au sein de chacune des entreprises contactées, le poids relatif des MN/MDD en nombre de références peut varier de 0% à 100% pour chacune des deux types de marques : chaque référence sous MDD a nécessité de revisiter les cahiers des charges (qui comporte une rubrique sur l'emballage) et de valider si les mentions pouvaient être considérées ou non comme équivalentes. Ce travail considérable a cependant permis à certaines entreprises de réduire drastiquement le nombre d'emballages à modifier compte tenu de la fréquence des « mentions reconnues équivalentes ». A titre d'exemple, dans un groupe laitier, 54% des références MDD ont bénéficié de la reconnaissance « mention équivalente » diminuant ainsi les emballages à modifier de moitié.

Les difficultés technico-économiques pour réaliser les modifications dans les délais

Adaptation des emballages et des étiquettes

La conception ou l'adaptation des emballages et étiquettes font partie des principales difficultés opérationnelles rencontrées par les opérateurs. **Adapter un emballage ou ajouter une mention sur une étiquette ne pose pas de problème en soi**, tant au niveau des industriels qu'au niveau des distributeurs ou des prestataires externes (*agences, imprimeurs, etc.*). Leurs équipes techniques sont rompues à cet exercice qui est parfaitement maîtrisé. En revanche, **la principale contrainte vient du nombre de produits différents à modifier dans un temps très restreint.**

Dans cette perspective, **le niveau de difficulté est fonction :**

- 1) **du nombre de références dont le packaging doit être adapté** au niveau de chacun des opérateurs : celui-ci est très variable en fonction de (1) la taille économique de l'opérateur et l'étendue de la gamme entrant dans le champ du décret (2) l'importance ou non des mentions volontaires équivalentes préalables qui peuvent faire baisser ce nombre et (3) l'importance relative des MDD dans la gamme de produit ;
- 2) **des décisions prises quant à la conception du nouvel étiquetage d'origine** (*choisi ou imposé par chaque donneur d'ordre*) : redéfinition complète de la présentation du produit (relifing) logos en facing, mentions équivalentes, origines dans la liste des ingrédients, jet d'encre, autres mentions, etc.
- 3) **du nombre d'intervenants** : la modification d'un emballage nécessite un échange permanent entre différents intervenants : graphistes, services règlementaires, donneurs d'ordre, agences de communication, imprimeurs, etc. avant d'aboutir au bon à tirer ;
- 4) **des types d'emballage ou de support de la mention d'origine** : Une fois les maquettes validées, un délai minimum est nécessaire entre la signature du bon à tirer et la réception des nouveaux emballages ou étiquettes en usine. Ce délai, souvent incompressible, est directement fonction de la complexité des types de supports considérés. Ainsi, il faut compter 2 à 3 semaines pour une modification simple sur des étiquettes papier en noir et blanc et environ 8 semaines pour la couleur ou pour un emballage carton. Pour le bloc d'emmental par exemple, il faudra compter minimum 3 mois pour modifier l'emballage constitué d'un film multicouche complexe avec atmosphère modifiée.

Les **imprimeurs et fabricants d'emballages** ont été **fortement sollicités en toute fin de période**. Ceci a posé des difficultés (*goulot d'étranglement*) à certains opérateurs spécialisés et rallongé les délais de livraison des nouveaux emballages. Un cas de rupture d'un produit pour cette raison nous a été rapporté. Les entretiens n'ont pas fait remonter de cas de hausse de prix des prestations des imprimeurs liée à cette forte demande (effets d'aubaine).

Au niveau des distributeurs, les équipes ont également été fortement mobilisées en amont en vue de récupérer tous les fichiers « natifs » (*c.-à-d. relatifs à la dernière étiquette*) dans un délai court auprès des industriels ou des imprimeurs.

Gestion des stocks d'étiquettes et des produits non-conformes.

La **gestion minutieuse des stocks d'étiquettes et d'emballages** a également constitué **un défi important** pour les industriels au vu du délai très restreint. Les entretiens montrent quelques cas de destruction d'étiquettes ou d'emballages non conformes. Mais au final, les pertes de stocks d'étiquettes et d'emballages ont été relativement limitées. Ce résultat n'a toutefois été obtenu que par une **gestion qualifiée de chronophage par les opérateurs** durant les 6 mois de mise en œuvre du décret.

Le délai restreint de mise en œuvre a amplifié ce défi. En effet, les coûts marginaux des étiquettes et emballages baissent fortement en fonction des quantités commandées. Les industriels les commandent donc en grande quantité et disposent généralement de stocks de 3, voire 6 mois ou 1 an. **L'enjeu est double** : (1) S'assurer que les stocks soient suffisants jusqu'à la livraison des nouveaux emballages en fin de période afin d'éviter une rupture de la chaîne de production ou des surcoûts liés à la commande de petits lots qui pèseront sur leurs marges pour assurer la jonction, (2) mais pas trop en vue d'éviter les pertes liées à la destruction d'emballages non conformes, qui peuvent être importantes. Le déstockage des étiquettes a constitué un réel défi logistique pour beaucoup. A titre d'illustration, cette gestion rigoureuse a permis à une filiale de groupe laitier de limiter ses pertes à 37.000€ alors que le risque avait été initialement estimé à plus de 250.000€.

Pour assurer la transition en limitant les pertes, certains industriels ont adopté des mesures transitoires telles que l'impression par jet d'encre (*avec la DLC*) ou l'apposition d'un autocollant (*avec un logo par exemple, parfois manuellement*).

Sur la base des entretiens, dans le secteur lait et produits laitiers et dans deux départements, les DDPP¹⁹ ont accordé des dérogations aux industriels pour leur permettre d'écouler des emballages non conformes et ce jusqu'au mois de juin 2017 pour l'une d'entre elle, réduisant d'autant le stock d'emballages à détruire.

In fine, grâce aux différentes dérogations ou souplesses accordées, **les cas de destruction de produits non conformes restent rares**, voire anecdotiques. Les produits détruits cités sont du beurre et des produits laitiers ultra-frais (*les volumes ou valeurs ne sont pas connus*).

Manque de personnel ou de compétences pour gérer en interne

Comme nous l'avons montré, **la mise en place du décret a requis un investissement important en temps au sein des services concernés**, en particulier lorsque le nombre de changements étaient importants. Le manque de personnel a été une forte contrainte, tant au niveau des industriels que des distributeurs.

¹⁹ DDPP : Direction Départementale de la Protection des Populations ; elle regroupe les anciens services des DSV, notamment sécurité des consommateurs et veille sur la qualité de l'alimentation

Étant réglementaire, les tâches liées au décret ont été considérées comme prioritaires par tous les opérateurs. La plupart de ces tâches nécessitaient une expérience pointue et une bonne connaissance de la gamme des produits. Les possibilités de mobiliser du personnel intérimaire qualifié sur une si courte période constituait un réel défi ; cependant plusieurs entreprises, notamment dans le secteur lait et produits laitiers, ont adopté cette solution.

L'essentiel de ce surcroît de travail a donc été assumé par les équipes en place au niveau des différents services concernés, au détriment de la gestion courante ou des autres projets qui ont été reportés. Certains industriels et distributeurs ont néanmoins recrutés un ou deux intérimaires/CDD pour 4 à 6 mois, soit pour des tâches précises (*ex : assurer la coordination avec les imprimeurs*) soit pour libérer du temps à des permanents plus aguerris pour venir renforcer les équipes concernées par la mise en œuvre du décret.

A l'exception de deux entreprises (un leader en fromages et une PME du secteur charcuterie), **les industriels et distributeurs n'ont pas mobilisés de prestataires externes spécifiques** pour la mise en place du décret. Pour l'entreprise du secteur lait et produits laitiers, compte tenu de l'importance des modifications à opérer, ce prestataire externe a géré avec un intérimaire toutes les mentions graphiques non seulement pour leurs marques propres mais aussi pour les MDD qui normalement le prennent en charge via leur agence.

Les difficultés relatives aux dialogues entre donneurs d'ordre et industriels

Modifications d'exigences des enseignes GMS envers les industriels

Ce point porte sur les **difficultés relatives au dialogue entre les donneurs d'ordre** (*enseigne de distribution*) **et les industriels** dans le cadre de la mise en place du décret pour les gammes de produits sous MDD, et plus particulièrement des exigences des GMS envers les industriels pour leur produit sous MDD. L'impact plus général du décret sur les relations entre acteurs est développé sous la QE C (*cf. chapitre 5*).

Ces difficultés sont qualifiées d'importantes, tant du point de vue des industriels que du point de vue des donneurs d'ordre. Globalement, la mise en place du décret a été vécue par les entreprises comme une période de fortes tensions avec leurs principaux clients, principalement liées à l'urgence et l'ampleur des tâches à accomplir. Plusieurs industriels regrettent que certaines enseignes se soient décidées ou positionnées assez tardivement sur la manière d'appliquer le décret.

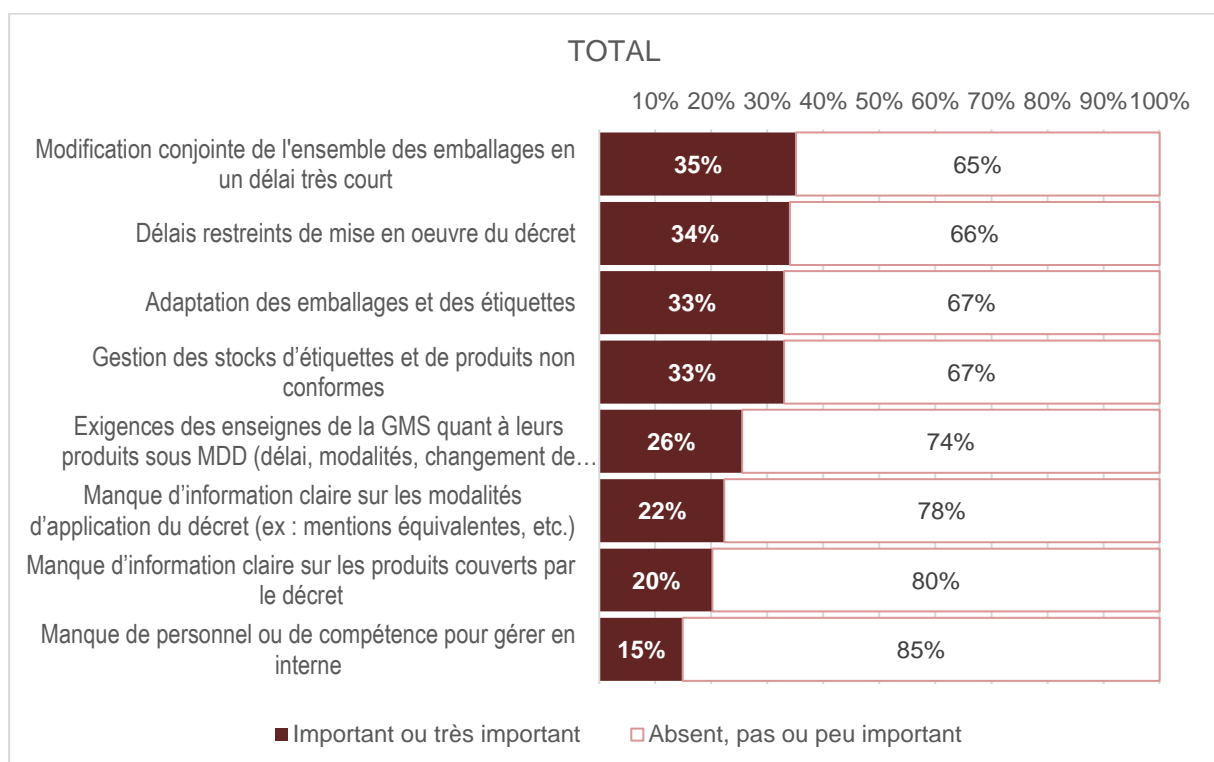
Ces tensions sont principalement liées à :

- L'importance du nombre de références à modifier et à la nécessité d'une relecture puis d'une révision de tous les cahiers des charges qui font mention des emballages.
- L'exigence des enseignes d'un respect total de la date d'échéance du 31 mars 2017 :
 - Intérêts divergents autour de cette date entre les industriels qui souhaitent écouler leurs emballages non conformes avant cette date pour minimiser leurs pertes et certaines enseignes souhaitant que les nouveaux soit en rayon le plus tôt possible.
- L'opportunité saisie par certains donneurs d'ordre pour induire des changements plus profonds :
 - Exigences pour demander des ingrédients 100% français dans certains produits. (*crème et beurre, viandes de porc et de volailles*) mais de la part d'un nombre limité d'enseignes et pour un nombre limité de références.
 - Refonte complète des emballages (*image, message*) de certaines gammes de produits sous MDD ou volonté d'assurer la cohérence des gammes.

Résultat de l'enquête en ligne (filières charcuterie-salaisons et plats cuisinés)

Les résultats de l'enquête quantitative confirment l'ordre d'importance des difficultés rencontrées par les industriels. Le délai court de mise en œuvre du décret, et surtout la modification conjointe des emballages dans ce délai restreint ont constitué les principales difficultés rencontrées, qualifiées *de important* ou *très important* par près de 35% des répondants. Les difficultés technico-économiques liées à l'adaptation des emballages et la gestion des stocks d'étiquettes et de produits non conformes sont également perçues comme importantes ou très importantes par une entreprise sur trois. Viennent ensuite les exigences des enseignes de la GMS quant à leur produit MDD (26%), le manque d'information claire sur les modalités d'application et les produits couverts par le décret (22% et 20%) et enfin le manque de personnel ou de compétence pour gérer la mise en œuvre du décret en interne (15%).

Figure 14 Fréquence des difficultés qualifiées d'importantes à très importantes dans la mise en œuvre du décret.



Q7 - Précisez en quoi ont consisté les difficultés dans la mise en place du décret, ainsi que leur degré d'importance:

Les entreprises ayant répondu « non » à la Q6 ont été repris ici sous « absent, pas ou peu important »

Source : Enquête en ligne ADE –Proteis - filières charcuterie-salaisons et plats préparés

Les difficultés liées aux exigences des GMS et au manque d'information sur les modalités d'application du décret sont un peu plus présentes dans la filière des plats cuisinés que dans la filière charcuterie.

4.3.2 Difficultés liées à la gestion courante du décret

La seconde partie de la question s'intéresse aux **difficultés de gestion courante**, c'est-à-dire les **difficultés permanentes** qui perdurent au-delà du 31 mars 2017.

Tableau 26 Degré d'importance des difficultés liées à la gestion courantes

% important ou très important <i>Filières / types d'acteurs</i>	Lait et produits laitiers	Viandes utilisées en tant qu'ingrédients		GMS
	<i>Outils mobilisés</i> <i>entretiens</i>	<i>entretiens</i>	<i>enquêtes en ligne</i>	<i>entretiens</i>
Gestion des mentions poly-origines, complexes ou fluctuantes	+	+	++	++
Difficultés de s'approvisionner en matière première d'origine française	++	+	++	++
Relations donneurs d'ordre / industrie pour les MDD et les marques 1er prix	-	+	+	+
Relations donneurs d'ordre / industrie pour les MN	-	-	+	-
Relations avec les fournisseurs d'ingrédients	+	-	+	+
Adaptation des procédés de fabrication	-	-	-	-

Source : ADE/Proteïs nb : « +++ » Majorité ≥ 4 (important/ très important), « ++ » Majorité ≥ 3 « peu important »

Les difficultés liées à la gestion courante concernent avant tout les industriels : elles sont très limitées pour les enseignes de grande distribution, sauf les éventuelles modifications de présentations des produits qui restent peu fréquentes.

Les principales difficultés sont liées à la **gestion des circuits d'approvisionnement et des mentions d'étiquetage des produits qui intègrent** de façon permanente **plusieurs origines (FR, UE ou hors UE) ou** dont les origines du ou des ingrédients **fluctuent dans le temps** en liaison avec la politique d'achat. Ces difficultés relèvent le plus souvent du choix des opérateurs de communiquer sur une origine spécifique, puisque le décret autorise les mentions « UE », « Hors UE » « UE ou Hors UE » dans ces cas d'origines multiples ou fluctuantes.

Au niveau de la filière lait, ceci concerne essentiellement les approvisionnements complémentaires en matière grasse (*beurre/ crème*) pour lesquels la France est structurellement déficitaire et le lait de petits ruminants (*brebis, chèvre*) afin d'assurer un approvisionnement constant tout au long de l'année. Pour les viandes, sont concernés les produits transformés à base de porc, notamment le jambon cuit et les produits transformés à base de volaille avec des approvisionnements fluctuant entre origine France et origine UE.

La gestion de ces mentions poly-origines ou fluctuantes est **variable suivant les stratégies des industriels ou des donneurs d'ordre, ainsi que des contraintes technico-économiques** :

- **Utilisation permanente des mentions UE** (ou hors UE) afin de limiter toute contrainte liée à l'origine et faciliter la gestion poly-origine. Au moins deux industriels de la viande déclarent étiqueter « UE », même si son approvisionnement est 100% d'origine française, en vue de garder la souplesse nécessaire.
- **Passage à un approvisionnement 100% français** s'il ne l'était pas encore. Dans ce cas plusieurs situations peuvent se présenter : si l'industriel avait recours de façon importante au marché européen spot, il peut rencontrer des difficultés à répondre à la demande du donneur d'ordre. A l'inverse les groupes qui disposent d'un amont captif (groupes coopératifs) ou

intégrés (filière volaille) n'ont pas eu de difficultés particulières. L'exception reste la gestion des matières grasses laitières dont la France est déficitaire.

- **Etiquetage différencié d'un même produit** en fonction des origines des ingrédients. Dans ce cas, l'industriel doit gérer la traçabilité et les mentions en fonction des lots de produits, ce qui représente un défi logistique : la gestion d'étiquettes différentes en fonction des origines, application de mentions au jet d'encre sur le facing, ou l'apposition d'un logo sous forme d'autocollants.
- **Restructuration de la logistique d'approvisionnements** en vue de concentrer les approvisionnements complémentaires UE exclusivement sur certains sites, lignes de production ou références pour lesquelles les consommateurs ou donneurs d'ordre sont moins sensibles à l'origine (*ex : export, etc.*). Cette solution permet d'éviter les coûts liés à la séparation des approvisionnements en fonction de leurs origines mais nécessite de repenser ses circuits d'approvisionnement.

Les entretiens ne relèvent **aucun cas d'adaptation des recettes ou des procédés de fabrication**, mais seulement quelques cas d'adaptation des circuits d'approvisionnement et de la logistique, à l'exception notable des grands groupes laitiers notamment du leader.

L'un des enjeux est également de s'assurer à moyen terme de pouvoir disposer d'approvisionnements réguliers et suffisants et à coût raisonnable lorsque les industriels communiquent sur une origine pays spécifique. Un industriel viande a par exemple été confronté à un changement d'origine d'un de ses fournisseurs sans avoir été prévenu au préalable. Un autre souligne les risques en cas de crises sanitaires par exemple, telle que la grippe aviaire.

Pour le reste, l'essentiel des difficultés sont intervenues au cours de la phase de mise en œuvre. **Une fois le décret** et les nouvelles procédures **mis en place**, les opérateurs ne relèvent plus d'autres difficultés significatives après le 31 mars 2017.

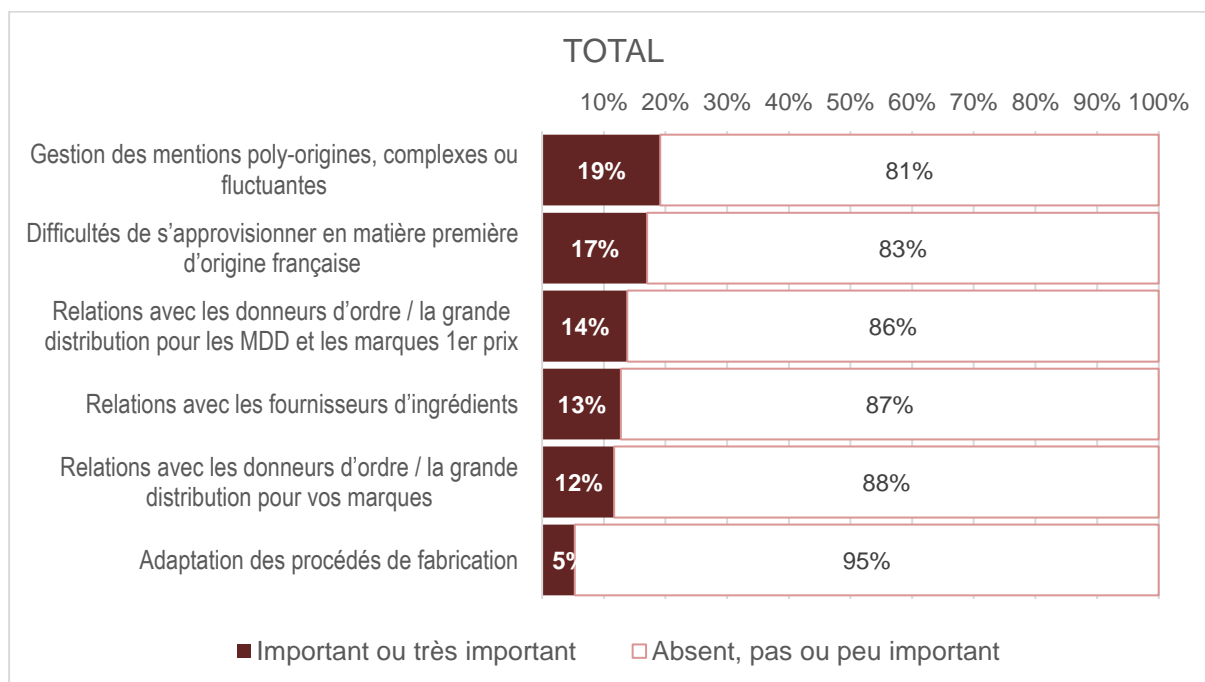
Les relations entre les industriels et les distributeurs se sont stabilisées. Les distributeurs n'ont pas eu de nouvelles exigences liées au décret et les demandes de modifications sont limitées.

La plupart des enseignes interrogées ont également demandé à certains de leurs fournisseurs étrangers en MDD d'étiqueter l'origine des ingrédients lait/viande de produits fabriqués hors France, bien que le décret ne s'applique pas dans ces cas-là. L'objectif était d'assurer une cohérence au sein des gammes de produits et d'éviter tout problème de compréhension des consommateurs.

Résultat de l'enquête en ligne - filières charcuterie-salaisons et plats préparés.

Les difficultés liées à la gestion courante du décret sont moins fréquemment citées dans l'enquête quantitative. **7 entreprises sur 10 déclarent ne plus rencontrer de difficultés liées au décret.** Il n'y a pas de différence significative en fonction des catégories de taille de l'entreprise.

Figure 15 Fréquence des difficultés qualifiées d'importantes à très importantes dans la gestion courante du décret



Q8- Précisez en quoi ont consisté les difficultés dans la gestion courante du décret, ainsi que leur degré d'importance:

Les entreprises ayant répondu « non » à la Q6 ont été repris ici sous « absent, pas ou peu important »

Source : Enquête en ligne ADE –Proteis - filières charcuterie-salaisons et plats préparés

La gestion des mentions poly-origines, complexes ou fluctuantes est la première difficulté, citée par un cinquième des répondants (19% en moyenne, 17% en charcuterie, 21% en plats cuisinés). La difficulté de s'approvisionner en matière première d'origine française, qui n'est pas nécessairement lié au décret, est la deuxième contrainte mentionnée (17%). Cette difficulté est plus présente au niveau de la filière des plats cuisinés (21%) qu'en charcuterie-salaison (14%). Viennent ensuite les difficultés liées aux relations avec les donneurs d'ordre ou les fournisseurs d'ingrédients (12 à 14%). Enfin, peu d'entreprises déclarent avoir été amenées à adapter leurs procédés de fabrication suite au décret.

4.3.3 Facteurs ayant aidé à surmonter ces difficultés

Industries agro-alimentaires

Compte tenu de l'importance des difficultés rencontrées, c'est logiquement dans la filière laitière que la mobilisation de plusieurs facteurs a largement contribué à résoudre ces difficultés.

L'assistance des deux organisations professionnelles des filières charcuterie salaisons (FICT) et plats cuisinés (ADEPALE) a aussi été très précieuse pour les entreprises.

L'ANIA a aussi bien sûr joué un rôle important dans l'interprétation du décret et l'assistance aux différentes filières adhérentes : elle a assuré un dialogue avec la FCD pour assurer une interprétation commune et cohérente entre entreprises agroalimentaires et GMS du décret.

Pour tous les acteurs (entreprises agroalimentaires et GMS), l'autorisation d'utilisation de la technologie du jet d'encre pour apposer les mentions obligatoires complémentaires sans modifier l'emballage a constitué une aide précieuse et peu coûteuse.

Secteur lait et produits laitiers

- Assistance rapprochée de l'organisation professionnelle ATLA, regroupant la FNIL et la FNCL. Réponse unanime des 8 entreprises interrogées sur l'importance d'avoir pu disposer du guide réalisé par l'ATLA et échanger très régulièrement avec l'équipe d'ATLA. Les entreprises du lait de consommation, adhérentes à SYNDILAIT ont aussi bénéficié de l'appui de cette structure mais leur démarche est antérieure au décret.
- Souplesse pour reconnaître les mentions équivalentes : 5 des 7 entreprises interrogées reconnaissent l'importance clé des mentions équivalentes, permettant de diminuer parfois de façon très importante le nombre de références à modifier. Il peut s'agir soit du logo de SYNDILAIT soit de toutes les mentions des MN et MDD qui ont été acceptées comme « mentions équivalentes ».
- Souplesse accordée par le délai du 1er avril 2017 et même au-delà par les DDPP de deux départements : réponse unanime sur la nécessité d'avoir pu bénéficier d'une période de 6 mois entre l'arrêté du 28 septembre 2016 et la date du 1er avril 2017 se substituant à celle du 1er janvier. Si certaines entreprises étaient pratiquement prêtes pour leurs marques propres en décembre 2016, il a bien fallu 3 mois supplémentaires pour gérer l'ensemble des références et notamment le dialogue avec les enseignes pour les produits sous MDD. Ce délai a aussi permis d'écouler le stock d'emballages non conformes et donc de réduire de façon considérable ce poste de coût.
- Assistance prestataire externe : une seule entreprise de la filière lait a fait appel à un prestataire externe pour gérer l'ensemble des modifications graphiques qui étaient trop nombreuses pour être prises en charge en interne.

Secteur viandes utilisées en tant qu'ingrédient

Pour les deux entreprises produisant du « jambon cuit », le facteur principal ayant permis de résoudre certaines difficultés est la mention équivalente « *Le Porc français* » apposée en facing, même si pour l'un d'entre eux la mention « Porc : origine France » était aussi inscrite au dos de l'emballage.

En ce qui concerne les produits transformés de volaille ou les plats cuisinés, le délai accordé et la référence à la date de fabrication ont été très utiles pour écouler le stock de produits dont les emballages étaient non conformes, notamment les produits surgelés ou en conserve à DLC longue ou les stocks à faible rotation.

Pour la référence lasagnes surgelées à base de viande bovine, le logo « viande bovine française » et le délai accordé pour écouler les stocks ont constitué les deux facteurs clés ayant permis de surmonter les difficultés.

Pour le produit Cassoulet, l'opérateur a largement bénéficié de l'aide de son organisation professionnelle l'ADEPALE, du délai (même s'il reste perçu comme encore trop court) et enfin de la dérogation du décret permettant d'utiliser la mention UE.

Résultat de l'enquête en ligne - filières charcuterie-salaisons et plats préparés.

L'assistance rapprochée des organisations professionnelles a joué un rôle important, puisqu'il est cité par plus de 50% des adhérents de la FICT (60%) et d'ADEPALE (58%) comme le principal

facteur qui a permis de surmonter les difficultés liées au décret. Les souplesses accordées par le décret pour reconnaître les mentions équivalentes (*ex : logo interpro*) ou autres (*ex : délai, pas de destruction d'emballage ou de produits non conformes*) sont également citées, mais dans une moindre mesure (20% et 15%). Seul un répondant déclare avoir eu recours à un prestataire externe pour l'aider à mettre en œuvre le décret.

Tableau 27 Facteurs externes ayant aidés à surmonter les difficultés

Q10 - Y a-t-il des facteurs externes qui vous ont aidé à surmonter ces difficultés ?	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL
Aucun facteur externe	33%	27%	70%	40%
Assistance rapprochée de votre organisation professionnelle (guide, hot line)	60%	53%	30%	50%
Souplesse pour reconnaître les mentions équivalentes (<i>ex : logos interpro, etc.</i>)	27%	7%	10%	15%
Autre souplesse accordée (délai, pas de destruction d'emballage ou de produits non conformes)		33%	30%	20%
Assistance d'un prestataire externe	7%			3%
Autre (veuillez préciser)				
	100%	100%	100%	100%

Source : Enquête en ligne ADE – Proteis - filières charcuterie-salaisons et plats préparés – Q10

Enseignes de la grande distribution

Seules des enseignes adhérentes à la FCD ont été interrogées : c'est bien sûr leur organisation, la FCD, qui les a le plus aidés à résoudre leurs difficultés d'une part via le guide complet rédigé et d'autre part par le dialogue permanent avec l'équipe des experts.

Les différents accords obtenus sur les mentions équivalentes sont aussi unanimement reconnus comme ayant permis de diminuer de façon sensible le travail à accomplir. Seules 2 enseignes citent explicitement la dérogation du 1^{er} avril 2017 comme ayant permis de mieux gérer les emballages non conformes.

5. Evolution et répartition des coûts (QE A)

Quelle évolution des coûts des produits et quelle répercussion éventuelle des surcoûts peut-on observer pour les producteurs agricoles, les industries agroalimentaires et la grande distribution ? Quelle est la répartition dans la chaîne de valeur ? (Question A)

5.1 Approche

La question porte sur les effets économiques de la mise en conformité des produits sur le coût de production ou le prix de revient chez l'industriel qui réalise l'emballage final pour son compte ou pour le compte d'un distributeur (produits sous MDD). Elle porte aussi sur la répartition éventuelle de ce coût dans la chaîne de valeur. Cela concerne l'évolution éventuelle des marges au stade de la transformation, de la distribution, de l'amont agricole, et *in fine*, sur l'impact sur le prix de vente aux consommateurs.

La question a été traitée au niveau des 4 outils mobilisés :

- les monographies comprenaient un descriptif du type d'emballage du produit, une collecte et une analyse des séries mensuelles de prix aux 3 stades de la filière ;
- les entretiens approfondis auprès des industriels incluaient une approche globale des coûts de mise en place et de gestion du décret à laquelle s'ajoute une analyse plus fine pour les produits sélectionnés au sein de l'échantillon ;
- les enquêtes quantitatives réalisées auprès des adhérents de la FICT, d'ADEPALE et du CTCPA portaient également sur les coûts de mise en place du décret ;
- les entretiens avec les enseignes de la grande distribution abordaient aussi ce point des coûts de mise en place du décret.

Les thématiques abordées dans les questionnaires concernant cette question A étaient formulées comme suit :

- **Une première partie** qui concerne l'ensemble du processus, tous produits confondus, portant sur l'évaluation globale des coûts directs de mise en place et de gestion courante du décret, les coûts de conception des nouveaux emballages et les coûts éventuels générés par la destruction de produits ou d'emballages non conformes. L'industriel était sollicité pour fournir une estimation selon une grille en 5 gradients (*de absent à très important*).
- **Dans un second temps**, les questions étaient focalisées sur le produit de l'échantillon : type de support des mentions d'origine, modalités de changements de l'étiquetage, estimation des coûts globaux de ces modifications et niveau d'impact sur le prix de revient sortie usine. Sur base d'une présentation de l'évolution en indice INSEE du prix de vente sortie usine, jugement qualitatif sur les liens de causalité directe avec la mise en place du décret.
- **Dans un troisième temps**, les effets et impacts du décret sur la chaîne de valeur étaient abordés: L'objectif de reconstituer pour l'année 2017 un schéma complet du partage de la valeur comme le présente l'observatoire de la formation des prix et des marges de FranceAgriMer n'a pu être réalisé compte tenu de l'absence de certaines données pour le dernier trimestre de 2017.

Des questions portant sur le cycle de vie des produits ont aussi été posées aux industriels : dans quelle mesure les changements opérés à l'occasion de la mise en place du décret étaient-ils spécifiques ou rentraient-ils dans le cycle classique de la vie des produits dont les présentations changent selon une certaine fréquence ?

Limites / difficultés et enjeux

Pour la question A, la principale difficulté a été de recueillir des informations factuelles et précises concernant les données économiques sur le produit de l'échantillon, notamment le poids relatif de l'emballage dans le prix de revient sortie usine et le poids relatif du support modifié (*étiquette papier ou film multicouche*). On ne dispose pas de la structure complète du prix de revient des produits sortie usine, les interlocuteurs considérant ces informations comme strictement confidentielles.

L'hypothèse émise initialement d'une analyse complète de la structure des coûts via la comptabilité analytique par produit dont disposent les entreprises n'a pu être mise en œuvre. Les questions relevant des services achat, marketing ou commerciaux ont aussi parfois manqué de précisions.

Les éventuels changements d'origine des produits, notamment le choix d'un approvisionnement en ingrédients uniquement français font partie des coûts indirects qui ne sont pas pris en compte comme cela a été acté en début d'évaluation car relevant du choix stratégique de l'opérateur.

5.2 Synthèse de la réponse à la question

Quelle évolution des coûts des produits et quelle répercussion éventuelle des surcoûts peut-on observer pour les producteurs agricoles, les industries agroalimentaires et la grande distribution ? Quelle est la répartition dans la chaîne de valeur ?

Sur la base des entretiens auprès des organisations professionnelles et des entreprises agroalimentaires, **le décret n'a généré aucun surcoût spécifique au niveau de la production** tant dans la filière lait que dans celle des viandes pour les producteurs livrant un produit de base non transformé.

Les produits couverts par le décret **ont connu des surcoûts spécifiques liés d'abord au temps passé pour la mise en place du décret** par les personnels des entreprises agro-alimentaires et dans une moindre mesure ceux des enseignes de la grande distribution.

Ramené à l'unité produit, **l'estimation** de l'augmentation du prix sortie usine du produit modifié pour être étiqueté selon le décret **se situe dans une fourchette de 0,1% à 0,5%** (maximum 1%). **L'ensemble de ces coûts peut être qualifiés de non pérenne**, ils ont été engagés sur la période de l'été 2016 au printemps 2017. Seulement un tiers des entreprises généralistes des secteurs charcuterie salaisons et de celles des plats cuisinés déclarent que la gestion courante du décret constitue pour elles un coût pérenne au-delà du printemps 2017 (gestion des mentions poly origines des ingrédients, relations avec les donneurs d'ordre pour les MDD et leurs propres marques).

Certains univers de produits qui disposaient avant le décret de mentions d'origine reconnues **équivalentes ne sont concernés par ces surcoûts** que pour une minorité de leurs références (de 30% à 40%).

Le décret a eu un impact :

- Stricto sensu sur la marge brute des produits dont l'emballage a été modifié, se traduisant par une très légère réduction. Mais, cet aspect de la mise en œuvre du décret ne constituait qu'une

partie des thématiques abordées dans le dialogue entreprises agroalimentaires - GMS pour fixer les niveaux de marge brute des produits en 2017.

- sur l'Excédent Brut d'Exploitation (EBE) des entreprises puisque la mise en place du décret a mobilisé des coûts salariaux significatifs d'abord des équipes d'encadrement mais aussi pour certains groupes des équipes de production en usine. Ces coûts salariaux ont été supportés par les entreprises elles-mêmes et n'ont pas été répercutés en aval sur le prix de vente sortie usine des produits modifiés.

Le décret a généré des charges exceptionnelles liées à la destruction dans de très rares cas de produits alimentaires et voire de destruction d'emballages non conformes.

Les surcoûts des prix de vente sortie usine **n'ont pas été répercutés dans la chaîne de valeur**. Si on ne considère que les coûts directs, le décret ne génère en tant que tel aucune augmentation des prix de détail au stade consommateur.

5.3 Analyse

5.3.1 Surcoûts pour les producteurs

Sur la base des entretiens auprès des organisations professionnelles et des entreprises agroalimentaires, le décret n'a généré **aucun surcoût spécifique** au niveau de la production tant dans la filière lait que dans celle des viandes pour les producteurs livrant un produit de base non transformé.

Dans la filière porcine française, les porcelets sont en quasi-totalité nés en France et le décret n'a pas modifié les importations de porcelets moins chers pour respecter « né, élevé et abattu en France ». Il n'y a donc pas eu de surcoût lié au décret au niveau du prix à la production.

Pour les producteurs transformant tout ou partie de leur production et vendant en circuits courts :

- **En lait**, les producteurs de fromages fermiers n'étant pas concernés par le décret, seuls sont concernés ceux qui produisent au sein de leur exploitation des produits transformés ultra-frais de type yaourts et qui y incorporent de la poudre de lait achetée à l'extérieur. La note du 30 août 2016 (page 1) laisse entendre qu'ils sont soumis au décret. La gestion des stocks d'étiquettes peut générer des surcoûts pour ces producteurs du fait des changements de réglementation. Interrogée en avril 2018 sur ce point, la profession indique n'avoir eu aucun retour d'expérience à ce sujet de la part de ces producteurs de yaourts nature depuis un an que le décret est applicable. La poudre de lait serait essentiellement utilisée dans les yaourts fermiers au lait de vache pour améliorer leur fermeté.
- **En viande porcine**, la transformation à la ferme est moins fréquente que dans les filières laitières et les produits pré-emballés susceptibles d'être soumis au décret sont peu nombreux (pâtés, conserves). Interrogée sur ce point, la FNP déclare n'avoir eu depuis un an aucun retour d'expérience sur des difficultés ou des surcoûts (changement d'étiquettes) en provenance de ses adhérents.

5.3.2 Coûts spécifiques occasionnés par le décret dans les entreprises agroalimentaires

Le tableau suivant présente les coûts identifiés en lien avec la mise en place et la gestion du décret : ils sont regroupés en cinq principaux types.

Tableau 28 Types de coûts liés à la mise en place et à la gestion du décret au sein des entreprises agroalimentaires

Typologie	Type de coûts
Type 1 – temps et ressources	Temps passé pour la mise en place du décret
	Temps passé pour la gestion courante du décret
	Embauche de personnel supplémentaire
	Recours à des conseils ou prestataires externes
Type 2 - conception	Conception et production de nouveaux emballages pour marques propres (MN)
	Conception et production de nouveaux emballages pour MDD suite aux exigences GMS
Type 3 lots et origines multiples	Traçabilité des origines multiples
	Gestion des lots d'ingrédients en usine
Type 4 - destruction	Destruction de produits et/ou d'emballages non conformes
Type 5 - autres	Autres coûts identifiés par l'interlocuteur

Source : ADE/Proteïs

Dans les réponses, on distinguera les spécificités liées aux filières ou aux types d'acteurs :

- la filière laitière (*lait liquide, yaourts, emmental et camembert*) ;
- filières viandes blanches (*porc, poulet*) pour les deux produits clés de l'échantillon (jambons cuits et nuggets) ;
- les entreprises généralistes du secteur de la charcuterie salaisons ;
- les entreprises du secteur des plats cuisinés (cassoulet, lasagnes surgelés à base de viande bovine).

De manière plus détaillée, les cinq principaux types de coûts liés au décret couvrent les aspects suivants :

- 1 Les coûts sous forme de **temps passé** par l'ensemble des personnes qui se sont mobilisées au sein des entreprises pour s'approprier le décret, en définir le champ exact en fonction de leurs activités puis l'appliquer d'une part sur leurs marques propres et d'autre part sur les marques des distributeurs. S'y ajoutent éventuellement l'embauche de personnel supplémentaire et le recours à des prestataires externes : cette solution est cependant restée exceptionnelle : elle concerne quelques groupes du secteur laitier du fait du grand nombre de références à traiter) et de PME du secteur charcuterie ou plats cuisinés / traiteurs.
- 2 Les coûts d'application du décret qui consistent à **concevoir** si nécessaire les changements à opérer sur les emballages présentés en rayon LS pour que les mentions concernant l'origine des ingrédients soient conformes au décret, à celui de l'arrêté et aux éventuelles dérogations accordées lors des discussions entre les familles professionnelles et l'administration (DGPE/DGCCRF). Une fois la nouvelle maquette validée, le « bon à tirer » (BAT) est envoyé chez l'imprimeur ou le fabricant de films.
- 3 Les coûts éventuellement générés à la production au sein des outils industriels par la gestion de la **traçabilité d'origines multiples** et par la gestion en lots différenciés du fait d'origines différentes des ingrédients (a minima France, UE, Hors UE).

- 4 Enfin, s'y ajoutent les coûts induits par la **destruction de produits ou d'emballages** non conformes encore disponibles à la date d'échéance du 31 mars 2017, c'est-à-dire à la fin de la période dérogatoire.

S'y ajoutent d'autres coûts plus spécifiques mis en évidence lors des entretiens :

- Ceux propres aux entreprises de taille très importante, européenne sinon mondiale dans le secteur du lait qui ont été obligé de réorganiser le fonctionnement de leur parc industriel traitant des laits de plusieurs pays de l'UE. (Voir plus loin le § autres coûts)
- Des coûts indirectement liés au décret ayant modifié les plans stratégiques prévus sur 2017 au sein des entreprises du fait du report dans le temps de certains projets.

Le temps passé par les équipes au sein des entreprises a été important mais les entreprises n'ont pas pu chiffrer en équivalent temps plein et encore moins en valeur : l'essentiel de ce temps est celui de l'encadrement au sein de différents services mobilisés avec des niveaux de rémunérations élevés des salariés concernés.

Ce temps de mobilisation des personnels s'est en plus étalé de l'été 2016 jusqu'en avril 2017 pour la mise en place et un peu au-delà pour la gestion courante du décret lié au dialogue avec les enseignes. Trois entreprises (leaders du secteur laitier) ont cependant fourni des éléments chiffrés soit en ETP, nombre d'heures ou estimation de coûts : à titre indicatif dans le secteur lait, l'estimation donnée varie de 0,5 ETP à 2 ETP.

Certains surcoûts liés aux modifications opérées sur les supports des mentions d'origine ont été obtenus de la part des industriels sous forme de pourcentage. Mais la structure des coûts complets n'a pu être collectée : malgré notre insistance, les entreprises déclarent que ces informations sont confidentielles.

Coûts de type 1 : temps passé pour la mise en place et la gestion du décret

Temps passé pour la mise en place

Le temps passé à la mise en place du décret a constitué une des principales causes de coûts : il a été important à très important dans le secteur des produits laitiers et dans celui des entreprises généralistes du secteur de la charcuterie salaisons. L'embauche de personnel supplémentaire en CDD est venue augmenter ce coût interne mais de façon limitée, essentiellement au sein d'entreprises du secteur laitier.

Le vocable « temps passé pour la mise en place du décret » recouvre :

- Le temps passé par les organisations professionnelles notamment pour réaliser leurs guides spécifiques et le temps passé à dialoguer avec leurs adhérents.
- L'ensemble des réunions et discussions préalables permettant aux entreprises de connaître exactement les références concernées par le décret : période allant de la date de parution du décret jusqu'au mois d'octobre 2016 pour certains secteurs.
- Une fois le champ, les seuils, les dérogations connues, les entreprises ont passé en revue l'ensemble de leurs références pour faire le diagnostic des changements à opérer afin de se mettre en conformité avec le décret.

Secteur lait et produits laitiers

Le temps passé à la mise en place du décret a été jugé dans tous les groupes laitiers important à très important : il s'est agi en effet de faire le diagnostic puis de modifier, pour les marques propres et surtout les produits sous MDD, plusieurs centaines de références en suivant les différentes étapes décrites précédemment. Dans les entreprises ne produisant que sous MDD, la reconnaissance des mentions équivalentes au sein des gammes de produits sous MDD a pu être source d'un temps significatif.

Seules, quatre entreprises ont fourni des estimations du temps passé dans des contextes relativement différents :

- dans une situation assez simple, pour une entreprise spécialisée en laits liquides adhérant à SYNDILAIT l'estimation est de 1 ETP réparti sur 5 personnes pendant 6 mois ;
- dans un grand groupe, le temps passé pour modifier les 180 références est estimé à plus de 1500 heures soit un coût d'environ 41 000 € auquel s'ajoute le travail du maquettiste facturé 21 000 €, soit par référence un coût moyen de 340 €.
- pour une gamme complète d'un type de fromage (camemberts, 10 références), le temps passé a été de deux mois (1 mois pour le technicien achat emballage et 1 mois pour le graphiste) pour un coût estimé à 15 000 €. Dans ce cas, le coût de modification est jugé insignifiant.

Secteur de produits à base viandes

La situation est contrastée entre les leaders des produits de l'échantillon (jambons et nuggets) et les PME généralistes du secteur.

Dans les entreprises de produits transformés de viande avec des gammes plus courtes (jambons cuits, produits transformés de volaille, plats cuisinés surgelés ou appertisés), le temps passé à la mise en place du décret pour chacun de ces produits est qualifié de **insignifiant à peu important**. Ainsi, dans le secteur des produits appertisés utilisant pratiquement exclusivement des étiquettes papier collées, la modification de 250 références (150 MN et 100 MDD) n'a mobilisé que 0.25 ETP.

Secteur des entreprises de charcuterie salaisons et de plats cuisinés

- Seule une minorité (44%) des entreprises de charcuterie salaisons jugent que le temps passé à la mise en place du décret a été important à très important.
- Par contre, plus des deux tiers (67%) de leurs collègues du secteur des plats cuisinés jugent que cette mise en place du décret a mobilisé un temps important à très important.

Temps passé pour la gestion courante

Le temps passé pour la gestion courante correspond à celui passé après le 1^{er} avril 2017.

Dans le secteur lait et produits laitiers, après cette date, le temps de gestion du décret a été soit absent soit insignifiant. Il a été qualifié par certains de « peu important » : cela concerne des enseignes qui changent en cours d'année de logos génériques correspondant à la mention équivalente et qui demandent donc en cours d'année de refaire certains emballages, la conception des maquettes restant à la charge des enseignes.

Pour les entreprises des deux produits de l'échantillon (jambons et nuggets) et pour la référence « lasagnes surgelées », le décret n'a nécessité aucune mobilisation une fois les choses stabilisées à la fin mars 2017. Ce critère est jugé peu important pour la référence Cassoulet.

Par contre, ce temps de « gestion courante du décret » reste significatif dans les entreprises des deux secteurs ayant fait l'objet de l'enquête quantitative (charcuterie salaisons et plats cuisinés, traiteurs): pour chacun d'entre eux, près d'un tiers des répondants (31%) le qualifie d'important à très important, sans pour autant préciser l'importance de son impact sur le prix sortie usine de chacun des produits.

Embauche de personnel en CDD

Pour réaliser l'ensemble de ces tâches, quelques entreprises, essentiellement du secteur laitier ont embauché une ou plusieurs personnes et ce pour des contrats en CDD d'une durée de 5 à 6 mois : ces personnes étaient chargées de la gestion de tous les changements de supports, des relations avec les graphistes et les imprimeurs. Il s'agissait assez logiquement de personnes ayant une expérience dans ces secteurs. En ETP, ces embauches représentent de 0,5 à 1 ETP.. A l'échelle des filières agro-alimentaires concernées par le décret, ce phénomène peut être qualifié de marginal.

Quatre entreprises laitières ont embauché des personnes en intérim (CDD de 5 à 6 mois) pour prendre en charge l'ensemble de la révision de l'étiquetage des gammes, notamment quand elles pouvaient comporter plusieurs centaines de références. Ainsi un grand groupe laitier a embauché en CDD une personne pour gérer l'ensemble de la mise en place du décret pour tous les produits (lait, crème, beurre) soit au total plus de 200 références.

Lorsque la mise en place a été gérée en interne, des reports de projets programmés à l'automne 2016 ou début 2017 ont été décidés pour prioriser la mise en place du décret compte tenu des délais restreints, même en tenant compte de la dérogation de 3 mois.

Recours à des prestataires externes

Seules deux entreprises ont déclaré avoir eu recours à des prestataires externes pour gérer l'interface entre les agences de conception des visuels et les clients dans le cadre d'une mission à durée déterminée. Le prestataire externe travaille sur toutes les modifications des maquettes aussi bien pour les produits à marque propre mais aussi dans certains cas pour celles des MDD.

Cette situation n'a guère été plus fréquente dans le secteur des PME. Seule une entreprise de la FICT déclare avoir eu recours à du conseil ou à des prestataires externes. Coté ADEPALE-CTCPA, seules 3 entreprises sur les 33 répondants ont eu recours à des prestataires externes pour les aider à la mise en place du décret dont une seule de façon significative.

Coûts de type 2 : coûts de modification des emballages

Les données chiffrées obtenues font apparaître que le surcoût du décret sur le prix moyen sortie usine est en général de l'ordre de 0,1% à 0,5% pour les secteurs du lait. Pour les emballages les plus complexes comme les UVC de jambons cuits, le coût de modification de l'emballage a pu atteindre 1,0%.

Une seconde phase a alors débuté : celle de la modification des supports d'emballages qui peuvent être très divers mais se concentrent sur trois types pour les produits frais de l'échantillon:

- étiquette papier ;
- film multicouche complexe pour les emballages sous atmosphère modifiée avec un opercule (charcuterie, fromages) ;
- emballage carton contenant un sachet plastique le plus souvent lui aussi sous atmosphère modifiée. (Voir informations complémentaires en annexe 1).

Ces modifications des supports d'étiquetage peuvent prendre des formes d'organisations là aussi diverses et plus ou moins complexes ou onéreuses :

- Simple changement dans l'atelier graphique de l'entreprise (exemple une mention en noir avec origine : pays) puis envoi du « bon à tirer » (BAT) à l'imprimeur ou même changement par l'imprimeur lui-même (par exemple une simple mention en une couleur).
- Changement complet du graphisme par l'atelier graphique soit au sein de l'entreprise s'il en dispose soit à l'extérieur, intervention d'une agence, des services juridiques vérifiant la conformité puis « bon à tirer » envoyé à l'imprimeur.

Une fois ces maquettes prêtes, les entreprises ont dû négocier avec les imprimeurs pour obtenir dans les délais soit leurs lots d'étiquettes soit leurs bobines de film : le secteur des prestataires, notamment en films complexes multicouches étant relativement concentré, il a y eu à l'automne 2016 et début 2017 un effet d'étranglement et de surcharge de travail chez les prestataires. Pour autant, les industriels n'ont pas fait mention d'effet d'aubaine sur les tarifs pratiqués par ces prestataires.

Les coûts à prendre en compte sont logiquement ceux de la production de nouvelles bobines d'étiquettes, de films multicouches ou de cartons d'emballages.

Des situations très contrastées existent entre les entreprises en fonction :

- des secteurs ou du produit concerné ;
- de la largeur et de la profondeur des gammes (nombre de références à gérer) ;
- de la fréquence des « petites » références dont les coûts fixes de modification sont identiques mais à amortir sur des volumes restreints ;
- de l'importance des marques propres (MN) et du nombre de références gérées sous marques distributeurs.

Conception et production de nouveaux emballages pour marques propres.

A l'exception de deux groupes leaders laitiers ayant plusieurs centaines de références à modifier qui qualifient ces coûts de très importants, l'ensemble des autres entreprises ayant des gammes plus courtes les jugent peu importants.

Un montant de 250 € de coût salarial direct par référence modifiée a été cité par un groupe leader, ayant un peu moins de 200 références à modifier (soit un coût fixe total de l'ordre de 40 à 45 000 €). Ce jugement s'explique aussi par l'importance des volumes sur lesquels les coûts fixes de changement ont été amortis : il en résulte qu'au niveau du prix de revient sortie usine de l'unité produite le surcoût lié à l'adaptation de l'emballage au décret reste mineur.

La reconnaissance des mentions équivalentes, les modalités techniques choisies par certains (mention jet d'encre, étiquettes collées) ou la situation qui prévalait avant le décret, ont aussi contribué à largement limiter les coûts d'adaptation des emballages au décret.

Les données chiffrées obtenues font apparaître que le surcoût du décret sur le prix moyen sortie usine est en général de l'ordre de 0,1% à 0,5% pour les secteurs du lait.

Pour certains produits en suremballages carton (nuggets) ou une seule mention en noir a été modifiée le coût de changement peut être considéré comme nul. Pour la référence « plats cuisinés surgelés », l'entreprise déclare l'absence de coûts liés au décret pour les produits sous sa marque et des coûts insignifiants pour les produits sous MDD.

Jambons cuits en unité de vente consommateur

On peut rappeler ici que pour les « produits cuits » du sous-ensemble des produits « pur porc » entrant strictement dans le champ d'application du décret, seulement 13% des références ne portaient aucune mention en 2016 (source : enquête INAPORC 2016).

Les hausses de coût les plus importantes concernent les emballages les plus sophistiqués, sous atmosphère modifiée avec un film multicouche présentant plusieurs couleurs.

Le rouleau du film est tamponné par un cylindre mono couleur : le changement d'un cylindre est facturé entre 1500 € et 2000 € HT. Le film peut comporter de 5 à 7 couleurs. Il peut en résulter une hausse de 5% à 10% du coût du film du fait des changements demandés et ce en fonction de leur complexité et du nombre de couleurs. C'est sans doute le secteur où le coût de l'emballage dans le prix de vente sortie usine du produit est le plus élevé : de 10% à 15% du prix de revient en fonction du grammage de jambons au sein de l'emballage.

Mais, in fine, la faiblesse de ces coûts s'explique par l'amortissement sur des volumes très importants des coûts fixes générés par la conception des étiquettes ou des nouveaux films : les entreprises interrogées sont toutes des grandes entreprises (de 500 millions à plusieurs milliard € de CA) et détenant des positions de leadership dans leurs secteurs et des parts de marché très significatives au sein du rayon libre-service des GMS, synonymes de la vente de plusieurs dizaines de milliers d'unités par semaine.

Les deux enquêtes quantitatives témoignent que, comme pour les difficultés, les surcoûts sont plus fréquents dans les entreprises de moindre taille mais leur niveau reste là aussi relativement limité bien que logiquement plus élevé.

Conception et production de nouveaux emballages pour MDD

C'est sur ce point que les coûts ont été les plus importants : **la moitié des entreprises interrogées dans notre échantillon déclare que les coûts de modifications ont été importants à très importants. Ce sont toutes des entreprises de la filière laitière.** A l'inverse, les acteurs des filières utilisant la viande comme ingrédient jugent eux les coûts engendrés par l'adaptation des emballages des MDD sont peu importants (l'un d'entre eux n'étant pas concerné).

Le dialogue a été qualifié **de difficile et très long** notamment avec certaines enseignes qui n'adhèrent pas à la FCD. A l'exception d'un acteur du secteur jambon, tous les autres produisent des produits sous MDD et sont présents dans la plupart des enseignes soit au minimum 12 à 14 enseignes.

L'importance des coûts de conception de ces emballages sous MDD est aussi liée au fait que plusieurs interlocuteurs (manager produit) sont à rencontrer au sein de chacune des enseignes : à

titre d'exemple, une entreprise témoigne avoir fait près de 40 rendez-vous avec les enseignes pour discuter des changements à opérer du fait du décret.

Laits liquides : si pour les adhérents de SYNDILAIT et leurs marques propres, le travail de mise en place et de gestion courante du décret a été relativement simple dans la mesure où le logo de SYNDILAIT était reconnu « mention équivalente », ces mêmes entreprises ont eu un travail important de gestion des références MDD des enseignes n'adhérant pas à la démarche (par exemples SYSTEME U, LECLERC, CASINO, INTERMARCHE). Pour y faire face, une de ces entreprises a ainsi embauché une personne en CDD pendant 5 mois.

Un débat a eu lieu sur les fromages fondus qui ne sont pas concernés par le décret car ne comportant pas plus de 50% de lait : pourtant une enseigne indépendante qui n'adhère pas à la FCD a exigé pendant un certain temps une modification complète et inutile de tous les emballages de ces produits.

Le panorama est sensiblement équivalent dans les entreprises de taille plus modeste des deux familles professionnelles enquêtées :

- 31% des entreprises de la FICT ayant eu des surcoûts jugent *importants à très importants* ceux générés par la conception des emballages sous MDD.
- Cette proportion est de 45% pour les entreprises du secteur des plats cuisinés ou traiteurs.

Coûts de type 3 : coûts liés à la gestion de la production en usine

Ce type de coûts n'a concerné qu'une minorité d'acteurs dans le secteur de la charcuterie salaisons.

Traçabilité des origines multiples et gestion des lots d'ingrédients en usine.

Pour le secteur lait et produits laitiers, à l'exception de deux entreprises leaders européennes, la totalité du lait de vache ou de la crème collectée sont français et ces entreprises ne sont pas concernées par ce type de coûts.

Les deux leaders européens du secteur lait sont cependant concernés sur ce point en dehors des produits de l'échantillon :

- Par les modifications générées dans l'organisation du parc industriel pour spécialiser certains sites en lait français.
- Par la gestion des lots de lait de brebis ou de chèvre provenant soit d'Espagne, soit des Pays-Bas.

Ces coûts de type 3 concernent essentiellement les secteurs de la charcuterie salaisons et des plats cuisinés. Dans le secteur des PME de la charcuterie : 10% du total des répondants estiment que la traçabilité des origines multiples a généré des surcoûts, ce taux se limitant à 6% en ce qui concerne la gestion des lots en usine. Dans le secteur des plats cuisinés ou traiteurs, un quart des entreprises déclarant des surcoûts en impute une partie à ces deux facteurs : ce pourcentage nettement plus élevé qu'en charcuterie peut s'expliquer par les multiples composantes de produit carnés que constituent certaines références du secteur des plats cuisinés appertisés, surgelés ou frais.

Coûts de type 4 : destruction de produits et/ou d'emballages non conformes

Stricto sensu, les destructions d'emballages non conformes ont atteint dans certains secteurs des montants significatifs. Ils restent cependant faibles à l'échelle économique des opérateurs concernés.

Sur la base de nos entretiens et pour l'échantillon des produits sélectionnés, il n'y a eu aucune destruction de produits non conformes.

Des destructions d'autres produits ont bien eu lieu : du beurre, des produits ultra-frais à DLC courte même si ces montants (maximum 10 000 €) restent minimes à l'échelle de la taille de ces entreprises.

Par contre, notamment dans le secteur lait et produits laitiers, 6 entreprises sur les 9 interrogées ont procédé à des destructions d'emballages (étiquettes papier de bouteilles de lait ou de camembert et bobines de film) : les valeurs ou les volumes ne sont pas connus exactement. Si en valeur absolue certains chiffres cités sont significatifs (de 30 K€ à 40 K€), ces montants restent limités à l'échelle économique des entreprises concernées (moins de 0,05% du CA).

Dans le secteur des PME, la fréquence des coûts engendrés par ces destructions est nettement plus élevée :

- Pour les adhérents de la FICT, 50% des acteurs déclarant des surcoûts importants à la destruction des emballages non conformes ;
- Au sein de l'échantillon ADEPALE-CTCPA, ce pourcentage est de un tiers des entreprises.

Coûts de type 5 : autres coûts

Il s'agit de coûts spécifiques aux groupes laitiers de taille européenne sinon mondiale.

Le leader du secteur lait qui déclare disposer en France de 65 sites industriels a dû revoir une partie significative de la logistique des produits entrants en usine (lait vrac en majorité) et des produits finis. Selon ses représentants, ces adaptations logistiques sont directement liées à l'application du décret et ont cassé l'optimisation de son organisation qui prévalait avant le décret.

Ainsi sont cités en termes de surcoûts :

- Modification de l'organisation des flux entrants de lait vrac entre les usines du groupe, y compris entre 3 pays (France, Belgique et Italie).
- Séparation des flux logistiques entre le lait français et le lait européen : certains sites fabricant du beurre ne pouvaient plus être approvisionnés que par du lait français, d'où un surcoût de type indirect car lié à un choix de l'entreprise et non de l'application direct du décret.
- L'ensemble de la « logistique produits entrants et produits finis » a été impacté, générant des coûts supplémentaires.

Dans un grand groupe, certains sites de fabrication de fromages ont été spécialisés sur des produits portant la mention UE, l'achat de crème française ne se faisant sur le marché spot qu'en fonction de l'attractivité de son prix.

Un autre coût évoqué est celui de l'harmonisation des packs export et de l'explication des spécificités de la réglementation française au niveau des différentes filiales européennes d'un leader.

Enfin, le décret a généré un coût indirect difficilement chiffrable. La mobilisation des équipes dirigeantes sur la mise en place et la gestion du décret a engendré le report de certains autres projets stratégiques prévus en 2017.

Enquête en ligne auprès des adhérents de la FICT

Univers : 36 entreprises ont répondu à l'enquête, 78% sont des PME dont 47% des petites à très petites entreprises (c'est-à-dire moins de 50 salariés).

Cette enquête permet donc d'avoir une vision complémentaire des effets et impacts du décret sur le secteur des PME de la filière charcuterie-salaisons, les deux entretiens approfondis concernant deux leaders au niveau national.

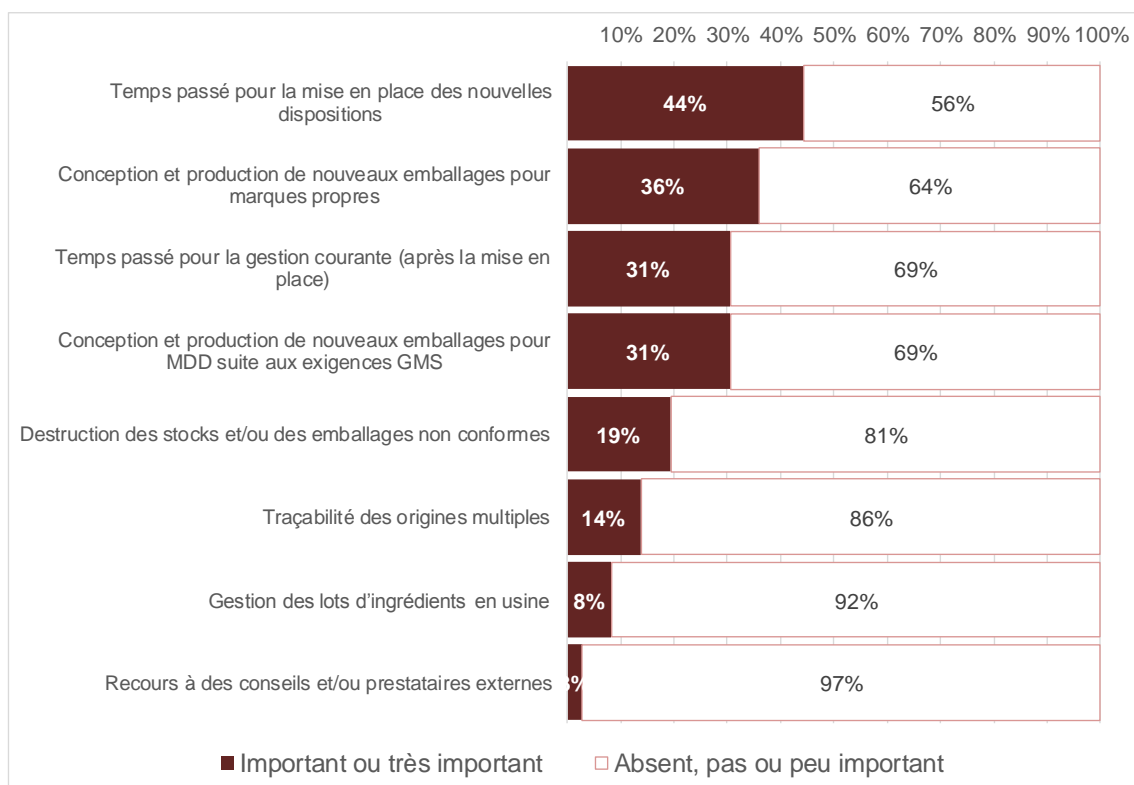
Fréquence des surcoûts engendrés par le décret : Plus de la moitié des entreprises (53%) déclare avoir subi des surcoûts liés directement à la mise en place du décret. Pour 9% d'entre elles, l'origine des ingrédients (viande de porc) était soit déjà mentionnée soit elles utilisaient la mention équivalente « Le porc français ». Enfin, 22% n'ont pas subi de surcoûts liés au décret.

Origines des surcoûts : Par ordre hiérarchique, c'est d'abord le temps passé pour la mise en place des nouvelles dispositions qui domine (44% le qualifient de *important à très important*). A noter, que contrairement aux autres entreprises enquêtées, le temps passé **pour la gestion courante** constitue lui aussi un surcoût pérenne au sein de ces PME (près d'un tiers le qualifie de *important à très important* sans pour autant en donner une estimation).

Sans surprise, les deux autres types de surcoûts significatifs sont la conception et la production de nouveaux emballages d'une part pour les marques propres et d'autre part pour les produits vendus sous MDD.

Enfin, pour près de 20% des répondants, la destruction des emballages non conformes a constitué un surcoût important à très important : cette proportion est nettement supérieure à ce qui a été constaté par ailleurs.

Figure 16 Origines des surcoûts dans les entreprises du secteur de la charcuterie salaisons (base 36 réponses)



Source : Enquête en ligne ADE – Proteis - filières charcuterie-salaisons

L'impact de ces surcoûts sur le prix de revient sortie usine

Une trentaine d'entreprises a émis un jugement sur l'importance de ces surcoûts. Ils sont jugés *significatifs à très significatifs* par 40% d'entre elles. Même si le niveau de ces surcoûts reste limité à moins de 1%, il faut les considérer à l'aune des faibles marges réalisées par ces PME vendant en GMS. Ces résultats sont aussi à rapprocher des types de support utilisés pour indiquer les mentions d'origine :

- 71% utilisent principalement des étiquettes papier dont les coûts de modification sont faibles.
- Par contre, 32% utilisent des films multicouches dont les modifications sont plus onéreuses en fonction de la complexité et du nombre de couleurs utilisées.

En ce qui concerne la question de la répercussion en aval de ces surcoûts, 50% des entreprises ayant répondu à cette question ne les ont pas répercutés en aval, à l'exception de 3 d'entre elles.

Ainsi une entreprise cite « *Le principal surcoût est le coût supplémentaire des viandes mises en œuvre. Forte poussée des prix de la viande de porc française* ». Mais il s'agit là d'un coût indirect non lié au décret du à la stratégie propre à l'entreprise. De même, les exigences des MDD de n'utiliser comme ingrédient que du porc français n'ont fait l'objet d'aucune répercussion significative sur le prix de cession de l'industriel.

Enquête en ligne auprès des adhérents de l'ADEPALE et du CTCPA

Univers : 59 entreprises ont répondu à l'enquête (43 ADEPALE et 16 CTCPA), 60% des entreprises de l'ADEPALE sont des PME et 94% pour celles du CTCPA (dont 70% sont des petites à très petites entreprises).

Cette enquête permet donc d'avoir une vision complémentaire des effets et impacts du décret sur le secteur des PME de la filière des plats cuisinés (54% en appertisés, le reste en produits surgelés ou frais traiteur).

Fréquence des surcoûts engendrés par le décret

Près de 80% des entreprises de cet univers déclarent avoir subi des surcoûts liés directement à la mise en place du décret (respectivement 88% pour CTCPA et 76% pour ADEPALE). Seulement 5% déclare ne pas en avoir subi car l'origine des ingrédients était déjà indiquée et/ou ils avaient adopté les mentions équivalentes (logo viandes de France).

Origines des surcoûts

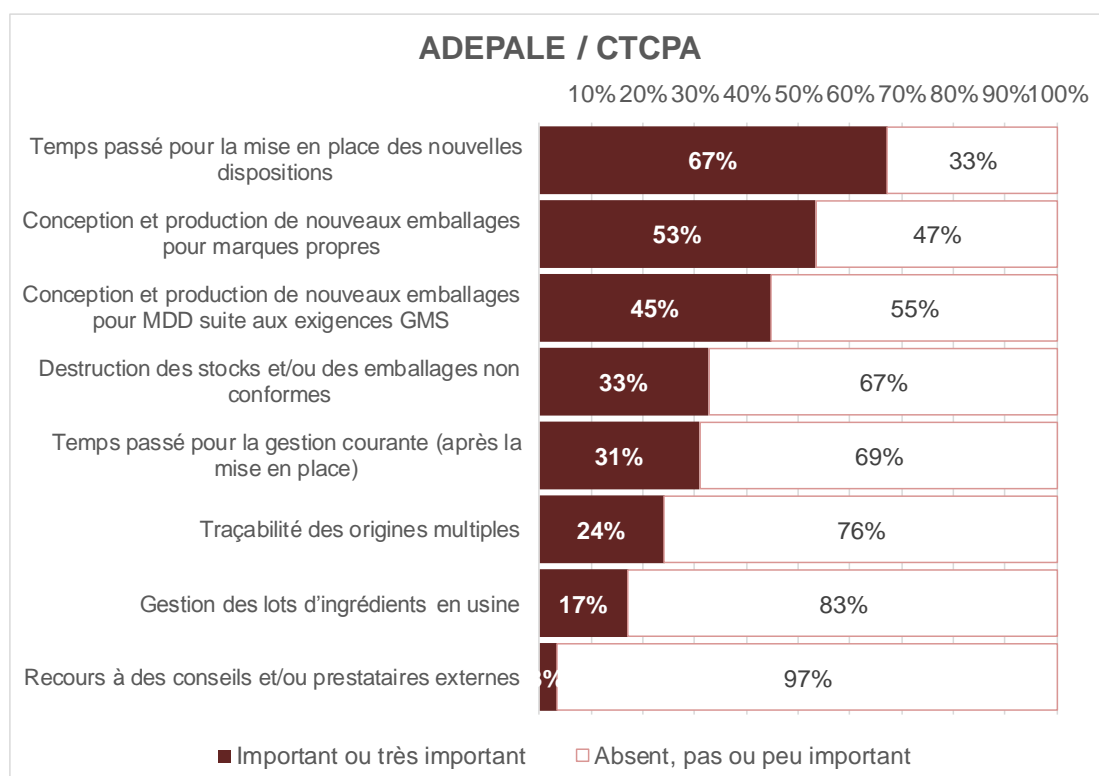
Le temps passé pour la mise en place des nouvelles dispositions est qualifié de *important* à *très important* par les deux tiers des entreprises. Pour plus de la moitié des répondants, la conception et la production des nouveaux emballages pour leurs marques propres constituent la deuxième source de surcoût. Ce taux est un peu moins important en ce qui concerne les emballages pour les MDD.

Ces entreprises utilisent soit des étiquettes papier soit des cartons comme support des mentions d'origine : pour un tiers d'entre elles, la destruction de ces emballages non conformes a constitué un surcoût *important* à *très important*.

Comme chez leurs collègues du secteur de la charcuterie, le temps passé **pour la gestion courante** constitue lui aussi un surcoût pérenne au sein de ces PME (près d'un tiers le qualifie de *important* à *très important*).

Enfin, pour un quart des répondants, la traçabilité des origines multiples dans des produits pouvant comporter plusieurs types de viandes d'origines différentes est qualifiée de surcoût important.

Figure 17 Origines des surcoûts dans les entreprises du secteur des plats cuisinés (base 59 réponses)



Source : Enquête en ligne ADE – Proteis – filière plats préparés – Q12 - Quelles sont les causes des surcoûts et leur degré d'importance ?

L'impact de ces surcoûts sur le prix de revient sortie usine

44% des entreprises de l'ADEPALE ayant déclaré des surcoûts les jugent significatifs, un taux équivalent à leurs collègues du secteur de la charcuterie.

En ce qui concerne la répercussion de ces surcoûts en aval, aucune entreprise ayant répondu à la question (seulement 56%) ne l'a fait. L'éventuel surcoût d'un passage à des viandes bovines ou porcines françaises n'a pas non plus été pris en compte dans la négociation du prix.

Tableau 29 Bilan synthétique de coûts de mise en place et de gestion du décret pour les entreprises agroalimentaires

	Type de coûts	Commentaires
1	Temps passé pour la mise en place du décret	Très important sous forme de temps passé par l'encadrement, notamment dans le secteur lait et produits laitiers et les grands groupes avec plusieurs centaines de références à modifier
	Temps passé pour la gestion courante	Peu important après le 1 ^{er} avril 2017 sauf pour les PME
	Embauche de personnel supplémentaire (CDD ou CDI)	Peu important en terme de coût mais fréquent dans la filière lait Jusqu'à 2 personnes embauchées pour 5 à 6 mois soit 0,5 à 1 ETP
	Recours à des conseils ou prestataires externes	Surtout PME et 2 entreprises laitières
2	Conception et production de nouveaux emballages pour marques propres	Complexe, long et difficile à mettre en œuvre du fait des délais très courts et de l'engorgement chez les prestataires
	Conception et production de nouveaux emballages pour MDD suite aux exigences des GMS	Même contexte que pour les MN pour la fourniture des supports Important dans le secteur lait et pour les entreprises petites et moyennes Significatif pour certaines enseignes dont les exigences sont importantes ou changeantes Jugées difficiles avec les enseignes non adhérentes à la FCD
3	Traçabilité des origines multiples	Ne concerne que certains produits du secteur charcuterie et des plats cuisinés A la marge, pour produits transformés de volailles Filière lait non concernée à l'exception des deux leaders européens
	Gestion des lots d'ingrédients en usine	Secteurs Charcuterie et plats cuisinés Filière lait non concernée à l'exception du leader et des laits de petits ruminants
4	Destruction de produits et/ou d'emballages non conformes	Sont concernés beurre, produits ultra-frais et laits liquides pour des volumes limités Significatif pour emballages (bobines de film et étiquettes)

Source : ADE/Proteis

La grille de jugement utilisée lors des entretiens en 5 gradients fait ressortir des coûts qualifiés d'importants à très importants au niveau global des entreprises. Cependant d'une part ces coûts restent limités à l'échelle de la taille économique de ces acteurs et d'autre part ramenés à l'unité produit, ils sont amortis sur des milliers voir des centaines de milliers d'unités produites.

5.3.3 Coûts de mise en place du décret dans la grande distribution

L'approche des coûts se fait selon la même approche que pour les entreprises agroalimentaires, en l'adaptant logiquement à leurs positions en aval de la filière (achats de produits en MN et conception des produits sous MDD).

Tableau 30 Types de coûts liés à la mise en place et à la gestion du décret dans la grande distribution

	Type de coûts	Commentaires
1	Temps passé pour la mise en place du décret	Très important sous forme de temps passé par l'encadrement mais très variable en fonction des enseignes
	Temps passé pour la gestion courante	Absent
	Embauche de personnel supplémentaire	Important pour certaines enseignes
	Recours à des conseils ou prestataires externes	Important pour certaines enseignes
2	Conception et production de nouveaux emballages pour MDD	Très important mais à la charge des fournisseurs
4	Destruction de produits et/ou d'emballages non conformes	Sans objet pour les GMS

Source : ADE/Proteis

Temps passé à la mise en place du décret et à sa gestion courante

Le temps passé à la mise en place du décret

Les situations sont relativement différentes en fonction des groupes : bien avant le décret, certaines enseignes avaient mis en place des politiques assez poussées sur l'origine des produits vendus (exemple : lait) ou adoptés des logos qui ont été reconnus « mentions équivalentes » en 2016.

D'autres enseignes avaient leurs propres politiques de filières d'approvisionnement pour des produits frais emblématiques (lait, viandes, fruits et légumes) ou fait des choix systématiques de mentionner l'origine de la viande notamment de porc.

Le travail engagé pour respecter le décret est directement proportionnel au nombre de références qui ont été retravaillées pour une mise en conformité : il varie ainsi en fonction des enseignes de l'échantillon du simple à plus du double.

Tableau 31 Importance des changements à opérer en fonction des enseignes

	Nombre de références concernées par le décret	Nombre de références à modifier	En %
Enseigne 1	660	470	71%
Enseigne 2	1000	180	18%
Enseigne 3	799	320	40%
Enseigne 4	nd	30	nd
Enseigne 5	1200	nd	nd

Source : ADE/Proteis

Pour trois enseignes, le temps passé est jugé *important à très important* du fait du nombre de références à réviser dans un délai très court : les interlocuteurs insistent sur le fait que, même avec la dérogation, le délai était extrêmement court compte tenu de l'importance de l'univers des produits à couvrir.

Le temps passé par les équipes opérationnelles et les managers « produits » varie de 0,5 à 0,75ETP pris en charge à temps partiel pendant 6 mois par plusieurs personnes. Certains employés ont dû prioriser les tâches liées à l'application du décret aux dépends de leurs tâches habituelles. Par contre, pour l'enseigne EDMP²⁰ interrogée, le temps passé a été insignifiant compte tenu du nombre très limité de références à modifier.

Le temps passé pour la gestion courante

Il est absent ou insignifiant pour toutes les enseignes. Aujourd'hui, l'ensemble du décret est totalement intégré dans les relations avec les fournisseurs de produits sous MN ou MDD et dans la gestion des rayons LS des magasins.

Embauche de personnel supplémentaire

La complexité de la vérification des cahiers des charges de plusieurs centaines de références a obligé ces acteurs à renforcer leurs équipes internes pour faire face à l'échéance du 30 mars 2017.

Les enseignes ont embauché du personnel en CDD pour s'assurer de la mise en place du décret :

- Un CDD de 4 mois qui a assisté l'équipe habituelle, qui estime y avoir elle-même consacré 2,5 mois soit un équivalent de l'ordre de 0,55 ETP.
- Pour l'enseigne la plus importante, deux embauches ont été nécessaires : deux personnes au service Qualité (8 mois en ETP) et une autre au service Packaging (5 mois ETP). La dépense occasionnée est évaluée à 88 000 €. S'y ajoute le coût des prestations spécifiques de l'agence qui réalise les maquettes et dont le coût sur ce projet est de 150.000 € (modifications des supports textes et images). Ces dépenses importantes sont directement liées au délai de mise en place du décret perçu comme extrêmement court.
- La troisième enseigne dont la taille économique est plus limitée a réalisé l'ensemble de la mise en place du décret avec son personnel propre sans faire appel à des embauches externes. Une équipe de 6 personnes pendant 6 mois à 25% de son temps soit 0,75 ETP.
- Une enseigne a embauché 2 CDD pendant 7 mois soit 1,20 ETP.
- L'enseigne EDMP a géré l'ensemble avec une équipe restreinte en interne.

²⁰ EDMP : acronyme de Enseigne de Distribution à Marques Propres remplaçant le terme Hard Discount

Synthèse

Tableau 32 Personnel mobilisé en fonction des enseignes.

	dont personnel interne	dont personnel intérimaire	dont prestataire externe (habituel ou exceptionnel)	Estimation du temps total
Enseigne 1	2,5 mois	4 mois	nd	0,6 ETP
Enseigne 2	Très important	13 mois	Très important	nd
Enseigne 3	Important	aucun	aucun	0,75ETP
Enseigne 4	Insignifiant	aucun	aucun	nd
Enseigne 5	Très important	14 mois	aucun	1,2 ETP

Source : ADE/Proteis

Conception et production de nouveaux emballages pour les produits sous MDD

Une approche exhaustive des coûts par enseigne n'a pas été possible pour la simple raison que ces coûts n'ont pas été relevés et qu'il s'agit d'estimation.

Le groupe 2 estime que le coût global de modifications des emballages à la charge des fournisseurs varie de 870 € à 2000 € par référence.

En ce qui concerne la conception par l'agence marketing de l'ensemble des nouveaux packagings pour les mettre en conformité, deux enseignes citent un même montant total d'honoraires de 150 000 €. Pour l'une d'entre elle, ces honoraires concernent 320 références (soit 470 € par référence). Enfin, une enseigne estime que le décret lui a coûté entre 0,5% et 1% des frais de fonctionnement de sa centrale d'achat soit une fourchette comprise entre 55 K€ et 99 K€.

Destruction d'emballages non conformes

Ce point concerne les fournisseurs. Une enseigne souligne que la perte de stocks d'étiquettes a été marginale mais pour obtenir ce résultat il a fallu mettre en place une gestion stricte et très chronophage durant ces 6 mois, et ce tant au niveau des équipes du distributeur que de ceux des fournisseurs.

Dans la grande distribution, les coûts engagés pour la mise en place du décret sont très variables d'une enseigne à l'autre : ce sont essentiellement des coûts de personnel (entre 0,5 et 1,2 ETP) auxquels s'ajoutent les coûts de conception des visuels des packaging MDD réalisés par les agences marketing. Ramenés à la taille économique de ces acteurs, ces coûts peuvent être qualifiés de très limités.

Une majorité d'enseignes estime que le décret a généré un surcoût de 0,1% à 0,5% du prix de revient sortie usine aux industriels.

5.3.4 Récapitulatifs des surcoûts liés à la mise en œuvre du décret

Les produits couverts par le décret ont connu des surcoûts spécifiques du fait :

- Des coûts fixes liés au temps passé par les personnels des différents services des entreprises à la mise en place du décret ; c'est dans l'industrie laitière, notamment pour les grands groupes européens que le décret a posé le plus de problèmes.

- Dans une moindre mesure, des coûts fixes liés au temps passé par les équipes des groupes de distribution pour suivre, coordonner et concevoir l'ensemble de la mise en place du décret.
- De la modification des supports des mentions d'origine tant en marques propres qu'en marques distributeurs, ce coût étant limité quand il est ramené à l'unité produit.

Dans les trois cas, il s'agit de coûts non pérennes engagés sur la période de l'été 2016 au printemps 2017.

Il faut souligner que le nombre de références concernées par ces changements est très variable en fonction des catégories de produits et en liaison avec : l'état de référence 2015-2016 et les démarches antérieures et/ou volontaires reconnues équivalentes (voir tableau n°2).

Notamment, l'état de référence 2015/2016 témoigne que les laits liquides, les produits de charcuterie salaisons à base de porc et les viandes fraîches transformées ou aromatisées à base de porc, comportaient déjà en 2015/2016 pour 60% à 70% des références une mention d'origine, le coût de mise en conformité des produits vis-à-vis du décret a donc été soit absent soit très marginal.

Les éventuels surcoûts liés au décret sur le prix sortie usine des produits sont :

- Pour les produits de l'échantillon, absents à insignifiants ramenés au prix sortie usine de l'unité produite (de 0% à < 0,1%) en ne tenant compte que des coûts de modifications (conception, imprimeurs, fabricants de film) et ce du fait des quantités produites. Pour les emballages les plus sophistiqués (barquette de jambon de porc ou poulet sous atmosphère modifiée comportant un film multicouche), le surcoût lié à la modification est estimé à +0,5% du prix de revient sortie usine.
- Ces estimations ne tiennent pas compte de l'imputation des coûts salariaux globaux (personnel permanent et temporaire) liées au temps passé à la mise en place et à la gestion courante du décret qui est significatif mais pour autant l'ensemble de ces coûts salariaux n'a pas été chiffré par les entreprises.
- Dans les PME des secteurs charcuterie et plats cuisinés frais ou appertisés, 44% des entreprises interrogées considèrent que le décret a généré des surcoûts significatifs, ce jugement étant à rapprocher des niveaux de marges réalisés par ces entreprises dans la grande distribution.

Le décret a aussi eu un effet indirect dans la mesure où certains projets prévus dans le plan stratégique 2016-2017 ont dû être reportés du fait de la priorisation de la mise en place du décret.

5.3.5 Répartition des surcoûts sur la chaîne de valeur

Les différentes branches des entreprises agroalimentaires et des enseignes de la grande distribution ont une réponse unanime à la répartition des surcoûts. Les surcoûts n'ont pas été répercutés dans la chaîne de valeur pour les raisons suivantes :

- les enseignes ont déclaré que le respect du décret 2016-1137 était un prérequis obligatoire pour pouvoir mettre en rayon les produits et donc qu'il n'y avait pas lieu d'imputer les éventuels coûts de mise en place et de gestion du décret sur le prix négocié ;
- les négociations entre les entreprises agroalimentaires et les enseignes du printemps 2017 n'ont pas porté sur ce sujet ;
- du côté des entreprises agroalimentaires, le niveau des surcoûts de mise en place du décret était trop faible pour en faire un vrai sujet de négociation avec les enseignes de la grande distribution ;

- du côté de la grande distribution, les coûts de mise en place et de gestion du décret n'ont pas non plus été répercutés au niveau du prix de détail HT des produits concernés.

Pour certains produits de base, le prix de vente des MDD est indexé sur celui du produit agricole de base : il en est ainsi pour le lait liquide et le jambon cuit. Les variations observées du prix « sortie usine » dépendent donc de ceux-ci et le décret n'a eu aucun impact sur cet indicateur.

Les seuls reports de coûts acceptés par la grande distribution sont **des coûts indirects** quand le fournisseur s'engage à la demande de l'enseigne à fournir un produit à base de viandes françaises.

Ainsi les enseignes qui ont demandé des nuggets de poulet à base de poulet exclusivement français ont accepté des hausses des tarifs de l'ordre de 10%. Il en est de même pour certains fournisseurs de jambons cuits qui passaient de viande de porc origine UE à viande de porc française avec le logo « Le porc français ». Dans ce cas, des hausses de tarifs de 10% ont été évoquées. Quand l'industriel décide de passer en viande française à 100% de son propre chef pour des raisons de politique marketing et commerciale, il ne peut imputer ce surcoût dans son prix de vente à la GMS.

Pour les industriels rencontrés, les fluctuations observées sur la période 2016-2017 des prix de vente sortie usine et des prix de vente au détail des différents produits ne sont en aucun cas liées à la mise en place du décret.

Dans la mesure où aucun des coûts liés directement au décret n'a été répercuté sur le prix de vente en GMS, **celui-ci ne génère en tant que telle** aucune augmentation des prix de détail au stade consommateur.

L'instauration d'un éventuel premium de prix par les enseignes sur des produits portant des mentions équivalentes ou une origine France n'est pas le fait du décret en tant que tel mais bien un choix purement commercial de la part des enseignes de la grande distribution.

6. Impact sur les relations entre acteurs, répartition des coûts (QE C)

Quels sont les impacts du décret sur 1) la relation entre acteurs de la filière, 2) sur la répartition des coûts au sein de la chaîne de valeur et 3) sur les relations de pouvoir entre les acteurs ? (Question C)

6.1 Approche

La question porte sur les impacts éventuels du décret sur les relations entre acteurs de la filière et la répartition des éventuels surcoûts.

L'impact du décret correspond ici aux effets induits par le décret, directement ou non, entre l'état de référence (*point zéro*) en 2015/2016 et l'application du décret (*à partir du second semestre 2017*). Les acteurs de la filière sont les opérateurs concernés par le décret : les producteurs de lait et de viandes, les industriels fabriquant des produits pré-emballés éligibles au décret et les enseignes de la grande distribution. Les relations de pouvoir sont interprétées ici principalement comme les relations contractuelles de fournisseurs pour les entreprises agroalimentaires et d'acheteurs ou de donneurs d'ordre pour les enseignes de la GMS.

Sur base des éléments recueillis, la réponse à la question est structurée autour de 3 principaux thèmes :

1. L'impact du décret sur les relations, de pouvoir notamment, entre acteurs de la filière (*cf. section 5.3.1*) : producteurs primaires (lait, viande), industriels, enseignes de la grande distribution.
2. La répartition des éventuels surcoûts engendrés par la mise en œuvre du décret vers l'amont ou l'aval de la chaîne de valeur (*cf. section 5.3.2*).
3. L'impact éventuel du décret sur les ventes des industriels aux enseignes (*cf. section 5.3.3*) : volume et prix.

Ces points ont été traités tout au long des questionnaires d'entretien et d'enquête, les interlocuteurs témoignant au travers de la description sur tous les aspects de la mise en place et de la gestion du décret des relations mutuelles avec leurs clients ou leurs fournisseurs.

- Dans quelle mesure le décret, dont la principale contrainte intrinsèque est le court laps de temps, a-t-il donné lieu de la part des enseignes à de nouvelles exigences vis-à-vis des entreprises agroalimentaires ? Comment peut-on qualifier sur cette période les relations entre les GMS et les opérateurs des entreprises agroalimentaires ? Il s'agit aussi d'évoquer comment s'est structuré le dialogue entre les équipes gestionnaires au sein des entreprises agroalimentaires et des GMS.
- Les enseignes de GMS pour leurs marques MDD ou bien les entreprises agroalimentaires vis-à-vis de leurs fournisseurs d'ingrédients de base (*viandes ou produits laitiers*) ont-elles formulé de nouvelles exigences vis-à-vis de ces fournisseurs respectifs en ce qui concerne l'origine des ingrédients ?
- Le décret a-t-il donné lieu à des évolutions dans les relations commerciales entre les opérateurs d'une même filière ?

- Dans quelle mesure les éventuels surcoûts identifiés en question évaluative A ont été répercutés au sein de la chaîne de valeur ? Sont-ils pris en charge seulement par les entreprises agroalimentaires dans leur prix de revient sortie usine ou bien répartis entre les entreprises agroalimentaires et les GMS ? Existe-il des différences en fonction des produits de l'échantillon ?
- Le décret a-t-il eu un impact sur les volumes achetés par les GMS aux entreprises agroalimentaires françaises ? Les enseignes ont-elles fait le choix de s'approvisionner avec des produits non soumis au décret (*produits fabriqués hors de France par exemple*) ?

En ce qui concerne l'impact du décret sur **la répartition des coûts** au sein de la chaîne de valeur, la question précédente a montré que s'il y avait des surcoûts liés à la mise en place du décret, ils sont limités et ils n'ont pas été répercutés sur le prix de vente au consommateur.

En outre, les séries de prix aux 3 stades de la filière ont été reconstituées sur une base mensuelle pour une période variable (2014-2017) (voir annexe 4) et ont été discutés avec un nombre limité d'interlocuteurs pour avoir leur opinion de l'impact éventuel du décret sur les évolutions et les écarts constatés sur la période de 24 mois allant de janvier 2016 à décembre 2017.

6.2 Synthèse de la réponse à la question

Quels sont les impacts du décret sur 1) la relation entre acteurs de la filière, 2) sur la répartition des coûts au sein de la chaîne de valeur et 3) sur les relations de pouvoir entre les acteurs ?

Impacts sur les relations entre acteurs de la filière

Globalement, **la mise en œuvre du décret a peu modifié les relations entre les acteurs** des filières concernées par rapport à la situation qui prévalait avant le décret, à quelques exceptions près.

Les relations entre les entreprises agroalimentaires et les enseignes ont changé, mais de manière temporaire. Les principales sources de ces tensions restent la gestion du changement d'un nombre très important de références dans un délai très restreint, ainsi que des niveaux d'information et des interprétations parfois différentes du décret entre industriels et distributeurs, souvent par manque d'information précise et officielle.

Une fois le décret en place, les relations entre les entreprises agroalimentaires et les distributeurs **se sont stabilisées.**

Le décret n'a pas eu pour effet de renforcer l'amont de la filière ou de **modifier de manière directe ou significative les relations entre les producteurs et les enseignes.** Les démarches de valorisation des productions nationales au sein des filières et le discours des enseignes sur leur soutien et leur proximité vis-à-vis du monde de l'élevage sont souvent antérieurs au décret. Le décret a participé à cette tendance de fond déjà présente en assurant une plus grande transparence sur l'origine des ingrédients.

Le décret a pu avoir dans certains cas un **impact indirect dans les relations entre les entreprises agro-alimentaire**, en particulier au niveau des leaders du secteur lait et produits laitiers pour sécuriser ou réorganiser les flux d'approvisionnement lorsqu'une entreprise décide de communiquer sur une origine pays spécifique. Ceci concerne principalement la matière grasse laitière pour laquelle la France est structurellement déficitaire, le lait des petits ruminants (*chèvre/brebis*) dont la production fluctue au cours de l'année.

Si les entretiens auprès des leaders ne révèlent pas de modification significative de l'origine pays des approvisionnements en lait ou viande lié à la mise en œuvre du décret, les enquêtes en ligne réalisées auprès de PME montrent des changements d'approvisionnement en origine de la viande (*pour 41 des 95 entreprises interrogées*), qui sont en partie (*pour 14 entreprises*) ou exclusivement (*pour 10 entreprises*) liés au décret.

Répartition des éventuels surcoûts au sein de la chaîne de valeur

La question liée aux coûts a montré que **les éventuels surcoûts directs liés au décret restent limités et temporaires**. Ces coûts **n'ont pas fait l'objet d'une répartition entre les acteurs** et ont été pris en charge principalement par les industriels. Les producteurs primaires n'ont pas été concernés.

Les enseignes sont parties du principe que le décret est une obligation réglementaire, et donc un prérequis pour que les produits puissent être mis en rayon. Les éventuels surcoûts directs n'ont pas été répercutés sur les prix négociés ou fait l'objet de la négociation entre entreprises agroalimentaires et enseignes au printemps 2017.

Les surcoûts que nous savons limités et temporaires, ont donc été **principalement pris en charge par les industriels**. Les coûts directs assumés par les GMS se limitent aux charges de personnels correspondant à la mobilisation des équipes internes en charge de la gestion des assortiments MN et MDD et aux changements de maquette de leurs produits sous MDD qui sont réalisés par leurs agences marketing.

Les seuls reports de coûts éventuellement acceptés par la grande distribution sont ceux **des coûts indirects** quand le fournisseur s'engage à la demande de l'enseigne à fournir un produit à base de lait ou de viandes d'origine française. Ces cas restent néanmoins limités et ne sont pas directement liés à la mise en œuvre du décret. Ils relèvent souvent d'initiatives antérieures au décret.

Pour les industriels et enseignes interrogés, les fluctuations observées sur la période 2016-2017 des prix de vente sortie usine et des prix de vente au détail des différents produits ne sont en aucun cas directement liées à la mise en place du décret, mais relèvent de facteurs extérieurs.

Impacts sur les ventes des industriels et des enseignes

Les industriels et les enseignes interrogées s'accordent sur le fait que **la mise en œuvre du décret n'a pas eu d'impact significatif sur leurs ventes (volume ou prix) de produits étiquetés**, quel qu'en soit l'origine, ou leurs parts de marché.

Les **stratégies de valorisation** et les initiatives prises **vers des approvisionnements plus locaux ou d'une origine spécifique étaient déjà largement engagées avant le décret**. Le décret a surtout permis d'améliorer la transparence de l'origine des ingrédients et de renforcer la visibilité pour le consommateur de la production française au sein des rayons libre-service de la grande distribution.

Certains opérateurs évoquent néanmoins une **consolidation des positions des industriels livrant des produits dont les ingrédients sont à 100% français** pour l'ensemble de la filière laitière.

A l'inverse, pour les catégories de produits emblématiques de l'échantillon, la grande distribution n'a pas modifié son approvisionnement en substituant des produits fabriqués en France et soumis au décret par des produits importés qui ne l'étaient pas.

6.3 Analyse

6.3.1 Impact sur les relations entre acteurs de la filière

Ce sont d'abord les relations entre les fournisseurs de produits concernés par le décret et l'ensemble des enseignes de la grande distribution qui sont concernées.

Compte-tenu du nombre très important de discussions entamées par filière et par enseigne, les entretiens réalisés ne rendent compte que du climat général qui a prévalu sur la période.

Un fait marquant reste la diversité du ressenti des acteurs industriels interrogés sur ce thème avec des appréciations qui peuvent être diamétralement opposées (*voir la réponse à la question évaluative sur les difficultés rencontrées*). Elles s'expliquent bien entendu par la taille des entreprises, la catégorie de produits concernés, le nombre de références à modifier et l'identité de l'enseigne.

Seul un certain nombre d'entreprises ont cité nommément des difficultés relationnelles spécifiques pour assurer l'application du décret (*calendrier, désaccord sur l'interprétation du champ du décret, enseignes non adhérentes à la FCD, etc.*) en dehors du contexte général qui prévalait. La filière laitière est sans doute celle où les discussions ont été les plus complexes et au sein de laquelle de fortes tensions ont pu voir le jour sur la période.

Pour décrire l'impact du décret au niveau des relations au sein du binôme entreprises agroalimentaires-GMS, il faut distinguer la période de mise en place du décret de celle de la gestion courante et les éventuelles conséquences sur les positions commerciales des fournisseurs au sein du rayon LS.

Relations entreprises agroalimentaires-GMS lors de la mise en place du décret

Lors de la phase initiale d'appropriation du décret, **certaines tensions sont apparues en raison de niveaux d'information et des interprétations parfois différentes** du décret entre industriels et distributeurs, principalement par manque d'information précise et officielle. L'essentiel de ces difficultés se sont toutefois estompées au fur et à mesure que le champ d'application du décret et des dérogations s'est clarifié. Le travail réalisé par la FCD pour assurer une interprétation commune du décret au sein de ses membres a permis de faciliter progressivement le dialogue avec les industriels en homogénéisant les demandes des distributeurs.

Les principales sources de tensions restent néanmoins la gestion du changement d'un nombre très important de références, dans un délai restreint. La réaction des enseignes a été variable. Certaines sont très rapidement venues vers les industriels. D'autres au contraire ont attendu d'obtenir une information complète et définir leurs positions avant d'aller vers les industriels.

Secteurs lait et produits laitiers

Les relations entre l'industrie laitière et la grande distribution ont connu une période particulièrement difficile de l'été 2016 au printemps 2017 liée :

- A l'importance du nombre de références à modifier.
- A l'exigence des enseignes d'un respect total de la date d'échéance du 30 mars 2017.
- A l'exigence pour certains opérateurs d'un approvisionnement à 100% en produits de base d'origine française (*plus spécifiquement le beurre et la crème*) ce qui a posé des difficultés considérables à certaines entreprises.

- A des ambiguïtés sur la reconnaissance des logos des MDD en tant que mentions équivalentes.
- A un niveau différent d'information sur le champ exact d'éligibilité du décret, notamment au sein d'enseignes qui n'ont pas bénéficié de l'expertise de la FCD.

Cette mise en place a ainsi été qualifiée par tous les acteurs de difficile à très difficile. Le temps consacré par le personnel des entreprises à la gestion des gammes de produits en MDD a été sans commune mesure avec celui consacré à leur marque propre du fait de la nécessité d'un dialogue permanent avec une quinzaine d'enseignes au sein desquelles chaque « manager produit » devait être rencontré.

En ce qui concerne le champ et l'interprétation du décret, les distributeurs ne disposaient pas tous d'une information complète, en particulier ceux qui n'adhèrent pas à la FCD. Il en a résulté des tensions et des difficultés entre industriels et certaines enseignes.

Le calendrier de mise en place a aussi été source de tension avec une enseigne de type EDMP qui, selon les interlocuteurs, aurait attendu le mois de janvier 2017 pour se préoccuper de ce dossier.

Globalement, sur la base des entretiens, la mise en place du décret a été vécue par les entreprises comme une période de fortes tensions avec leurs principaux clients de la grande distribution, principalement liées à l'urgence et l'ampleur des tâches à accomplir. La relation de pouvoir des enseignes vis-à-vis de leurs fournisseurs s'est sur cette période renforcée.

Secteurs viandes utilisées en tant qu'ingrédient

Les leaders du secteur n'ont pas fait mention de tensions aussi importantes que dans le secteur lait et des produits laitiers. A noter que certaines enseignes leaders dans le grand ouest français qui concentre la majorité de la production porcine et de volailles exigent de privilégier dans ces zones des produits portant la mention « origine : France », ce qui implique pour les industriels une gestion bien spécifique des flux logistiques.

Par contre, en ce qui concerne les PME, le rapport de sujétion a été vécu comme difficile par ces entreprises des secteurs viandes utilisées en tant qu'ingrédient (*Charcuterie salaisons et plats cuisinés*). L'enquête auprès du secteur PME témoigne de difficultés à répondre aux exigences de leurs clients GMS et de surcoûts jugés importants générés par le décret : la grande distribution ne semble pas avoir pris spécialement en compte la situation spécifique des petites et moyennes entreprises.

Les éventuelles modifications dans les relations commerciales d'une même filière concerneraient des achats complémentaires de jambons frais français de la part de certains leaders pour assurer le niveau de production en jambons cuits français vendus en GMS sous leurs marques ou en MDD.

Enfin, il faut aussi noter que quelques enseignes ont demandé à ce que certaines références non soumises au décret du fait d'un pourcentage de viandes inférieur à 8% (ex : raviolis appertisés) soient étiquetées conformément au décret par souci de cohérence de gamme.

Relations entreprises agroalimentaires-GMS pour la gestion courante du décret

Les relations entre les entreprises agroalimentaires et les distributeurs se sont ensuite stabilisées, à l'exception de rares produits, où la grande distribution en forte concurrence modifie les bases de son marketing et donc des emballages en fonction de l'évolution de ses performances de ventes.

Si en marques nationales, le cycle de vie des produits est le plus souvent de plus d'un an, les MDD peuvent demander de faire évoluer les présentations en cours d'année.

Relations entre entreprises de l'agroalimentaire

Le décret a aussi eu un impact indirect dans les relations entre les entreprises agro-alimentaires elles-mêmes, en particulier au sein de l'oligopole des leaders de la filière laitière :

- Certains accords de partenariat ont été conclus, en lien plus ou moins direct avec le décret et concernant la gestion du marché national de la matière grasse laitière (crème, beurre). Le décret a eu pour conséquences de modifier les relations de pouvoir entre les 3 leaders français, l'un d'entre eux qualifiant la nouvelle situation créée de dépendance vis à vis des deux autres pour son approvisionnement sur certains produits à certaines périodes.
- Les relations entre les industriels de la filière lait de brebis : les acteurs du secteur ultra-frais (regroupés sous le terme « hors professionnels ») ont noué des relations commerciales nouvelles avec le bassin de Roquefort excédentaire pour s'approvisionner en lait français de brebis à la place du lait espagnol. Certains acteurs ont cessé d'importer des laits de brebis d'Espagne.

Les industriels laitiers dont la collecte de lait (vache, brebis, chèvre) est supérieure à leurs besoins de transformation et à leurs ventes (*le marché de détail étant en déclin sur nombre de produits laitiers*) ont acquis vis-à-vis des autres entreprises laitières une position de pouvoir : ils sont sollicités par les entreprises en déficit de lait français pour leur vendre des volumes à certaines périodes de l'année.

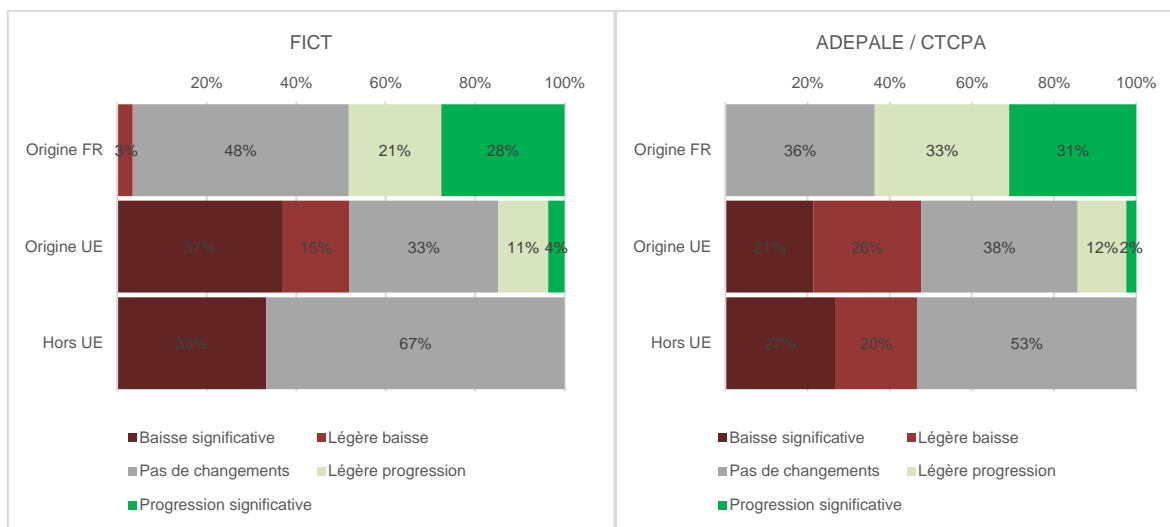
Modification de l'origine pays des approvisionnements

Au-delà des quelques exceptions déjà citées, les entretiens auprès des leaders ne révèlent pas, au niveau des 8 produits à l'étude, de modifications significatives de l'origine pays des approvisionnements en lait ou viande liées à la mise en œuvre du décret. Les éventuels changements d'origine des approvisionnements sont le plus souvent liés à des stratégies propres aux opérateurs ou des démarches filières antérieures au décret ou des facteurs extérieurs au décret (*situation de marché, etc.*).

Les enquêtes quantitatives réalisées principalement auprès de PME des secteurs charcuterie-salaisons et plats cuisinés nuancent ce constat. Les changements d'approvisionnement en viande ont pu être plus fréquents au niveau de ces deux filières, même s'ils restent majoritairement guidés par d'autres raisons que le décret.

En effet, 44% des entreprises interrogées (53% CST et 38% en plats cuisinés) déclarent avoir fait évoluer entre 2016 et 2017 l'origine (pays ou zone) des ingrédients viande dans les cahiers des charges de leurs fournisseurs. Ces changements d'origine peuvent concerner tous les types de viandes, mais sont plus fréquents au niveau des du porc et de la volaille.

Figure 18 Caractéristiques des modifications d'origine des approvisionnements



Source : Enquête en ligne ADE - filières charcuterie-salaisons et plats préparés - Q17 - Quel est l'impact du décret sur vos approvisionnements pour les matières premières suivantes ? –

Notes : les % sont calculés sur base uniquement des entreprises ayant déclaré avoir modifié entre 2016 et 2017 l'origine (pays ou zone) des ingrédients pour au moins une viande dans les cahiers des charges de leurs fournisseurs (Q16)

Sur les 95 entreprises interrogées, 41 disent avoir modifié l'origine pays de leurs approvisionnements en viande, et pour 10 cette décision est directement et exclusivement motivée par l'application du décret afin de répondre aux attentes des consommateurs. Ces éventuels changements d'origines des approvisionnements au niveau des PME n'apparaissent toutefois pas dans l'évolution des importations des pièces de viande utilisées comme ingrédient (cf. chapitre 10 échanges commerciaux). Les principales raisons pour la majorité des entreprises ayant modifié leurs approvisionnements restent la continuité d'une stratégie propre ou de filière antérieure au décret de 2016 (30%) ou une décision liée à d'autres facteurs extérieurs au décret (26%). Un lien entre cette décision et le décret est fait par un peu moins d'une entreprise sur deux, soit en partie (26%) soit exclusivement (19%) liée à l'application du décret. Ce lien au décret est plus marqué au niveau du secteur des plats cuisinés qu'au niveau du secteur CST.

Tableau 33 Motivations principales pour les changements d'origines pays

% des répondants ayant fait évoluer l'origine des ingrédients	FICT	ADEPALE	CTCPA	ADEPALE / CTCPA	TOTAL
une stratégie de mentions volontaires antérieure au décret de 2016	36%	30%		25%	30%
des facteurs extérieurs au décret (précisez-les dans le champ commentaires)	32%	26%		22%	26%
une décision en partie liée à l'annonce du décret, mais pas exclusivement	18%	26%	60%	31%	26%
une décision directement et exclusivement motivée par l'application du décret	14%	19%	40%	22%	19%

% de tous les répondants	FICT	ADEPALE	CTCPA	ADEPALE / CTCPA	TOTAL
une stratégie de mentions volontaires antérieure au décret de 2016	22%	19%		14%	17%
des facteurs extérieurs au décret (précisez-les dans le champ commentaires)	19%	16%		12%	15%
une décision en partie liée à l'annonce du décret, mais pas exclusivement	11%	16%	19%	17%	15%
une décision directement et exclusivement motivée par l'application du décret	8%	12%	13%	12%	11%

Source : Enquête en ligne ADE - filières charcuterie-salaisons et plats préparés - Q18 - Quelles sont les principales raisons [des changements d'origine des approvisionnements pour les matières premières viande] ? –

Plusieurs industriels évoquent une réponse aux demandes de leurs clients pour une origine France. Cette tendance se traduit également par une augmentation des appels d'offres en origine France au niveau des MDD. Certaines GMS nuancent ce constat, ces demandes ne concernant qu'un petit nombre de références ou s'inscrivent dans une politique de l'enseigne initiée bien avant le décret. Les entretiens montrent également que ces demandes de la grande distribution n'ont pas nécessairement été rencontrées, au vu des délais et d'un éventuel surcoût d'une origine pays spécifique.

6.3.2 Répartition des surcoûts éventuels entre acteurs

La réponse à cette question lors des entretiens approfondis auprès des différentes branches des entreprises agroalimentaires et des enseignes de la grande distribution est unanime :

- les négociations entre les entreprises agroalimentaires et les enseignes du printemps 2017 n'ont pas porté sur ce sujet ;
- les enseignes ont déclaré que le respect du décret 2016-1137 était un prérequis obligatoire pour pouvoir mettre en rayon les produits et donc qu'il n'y avait pas lieu d'imputer les éventuels coûts de mise en place et de gestion du décret sur le prix négocié ;
- le niveau des surcoûts de mise en place du décret était trop faible pour en faire un vrai sujet de négociation avec les enseignes de la grande distribution.

Les seuls reports de coûts acceptés par la grande distribution sont ceux **des coûts indirects** quand le fournisseur s'engage à la demande de l'enseigne à fournir un produit à base de viandes françaises. Le fabricant de lasagnes surgelées annonce par contre une revalorisation de ses prix de vente liée à un choix exclusif de viande bovine française accompagné systématiquement du logo « viande bovine française ».

Ainsi les 2 enseignes qui ont demandé des nuggets de poulet à base de poulet exclusivement français ont accepté des hausses des tarifs de l'ordre de 10%. Il en est de même pour certains fournisseurs de jambons cuits qui passaient de viande de porc origine UE à viande de porc française avec le logo « Le porc français ». Dans ce cas, des hausses de tarifs de 10% ont été évoquées.

Quand l'industriel décide de passer en viande française à 100% de son propre chef pour des raisons de politique marketing et commerciale, il ne peut imputer ce surcoût dans son prix de vente à la GMS.

Pour les industriels rencontrés, les fluctuations observées sur la période 2016-2017 des prix de vente sortie usine et des prix de vente au détail des différents produits ne sont en aucun cas liées à la mise en place du décret.

6.3.3 Impact sur les ventes des industriels aux enseignes

Il s'agit en priorité de l'éventuel impact du décret sur les ventes des industriels aux enseignes. Les industriels et les enseignes interrogées s'accordent sur le constat que **la mise en œuvre du décret n'a pas eu d'impact significatif**, tant à la hausse qu'à la baisse, **sur leurs ventes de produits (volume ou prix) étiquetés selon le décret**, quel qu'en soit l'origine.

Laits liquides : Le décret n'a pas eu d'impact sur les ventes car le rayon est déjà pratiquement à 100% en origine France sauf dans certaines régions frontalières. De plus la démarche SYNDILAIT était antérieure au décret. Mais pour les adhérents de SYNDILAIT, leur démarche consolide leur position en rayon : elle permet une uniformisation et de disposer d'une vraie logique de gamme.

A l'inverse, pour d'autres industriels, il existe une stratégie de mise en place de marques régionales ou locales : la grande distribution accepte de mieux rémunérer certains laits fournis localement. Ainsi, au-delà du logo ombrelle « SYNDILAIT », certains acteurs des secteurs jouent la différenciation avec des approvisionnements locaux ou régionaux.

Pour les marques nationales n'adhérant pas à SYNDILAIT, le décret n'a eu aucun impact sur l'évolution relative des ventes (*parts de marché dans un marché en déclin*).

Camembert : sur la base des entretiens, le décret n'a pas eu d'impact sur les ventes au rayon LS des GMS.

Emmental : Le décret ne génère aucun impact sur les ventes en valeur puisqu'il n'y a pas de prise en compte des surcoûts. Par contre, cela a eu un effet indirect de protection de l'emmental français des concurrents étrangers puisque le terme n'est pas protégé à l'échelle européenne. Les enseignes ont privilégié l'affichage *Emmental français* car elles ne voulaient pas afficher des produits avec la mention UE. Pour les groupes coopératifs de l'ouest français, les MDD sont logiquement venues vers eux en validant un état de fait, à savoir que le lait servant à fabriquer l'emmental était à 100% produit localement. Le décret, tel que les enseignes l'ont géré, a conforté des positions acquises vis-à-vis de concurrents mais il n'y a pas eu pour autant de répercussion sur le prix de vente.

Jambons : Le décret n'a eu aucun impact sur les positions des deux industriels leaders interrogés. L'un d'entre eux estime que l'origine n'est qu'une variable marginale pour le consommateur qui s'attache plutôt à la marque, au taux de sel, au prix, au nombre de tranches, à la présence d'antibiotiques, etc.

Le principal concurrent (groupe suisse) a fait le choix d'une politique d'approvisionnement différente des leaders français et selon lui, l'origine France du porc n'est pas assez valorisée. L'écart de prix entre France et Espagne est de 0,40 €/kg alors que le prix de vente est identique. Pourtant les méthodes d'élevage sont plus exigeantes en France.

Dans le cadre du nouveau Plan de filière porcine publié fin 2017 à l'occasion des Etats généraux de l'Alimentation, INAPORC propose de faire évoluer le cahier des charges « Le Porc français » et d'augmenter la production sous SIQO :

- Etoffer le porc standard : adosser une démarche de RSE²¹ au logo « Le Porc Français ».
- Créer une nouvelle segmentation : critères qualitatifs supérieurs au socle de base Le Porc Français.
- Développer des filières sous signes officiels de qualité : Agriculture Biologique, Label Rouge, IGP et AOP.
- Développer des filières régionales : approche territoriale.

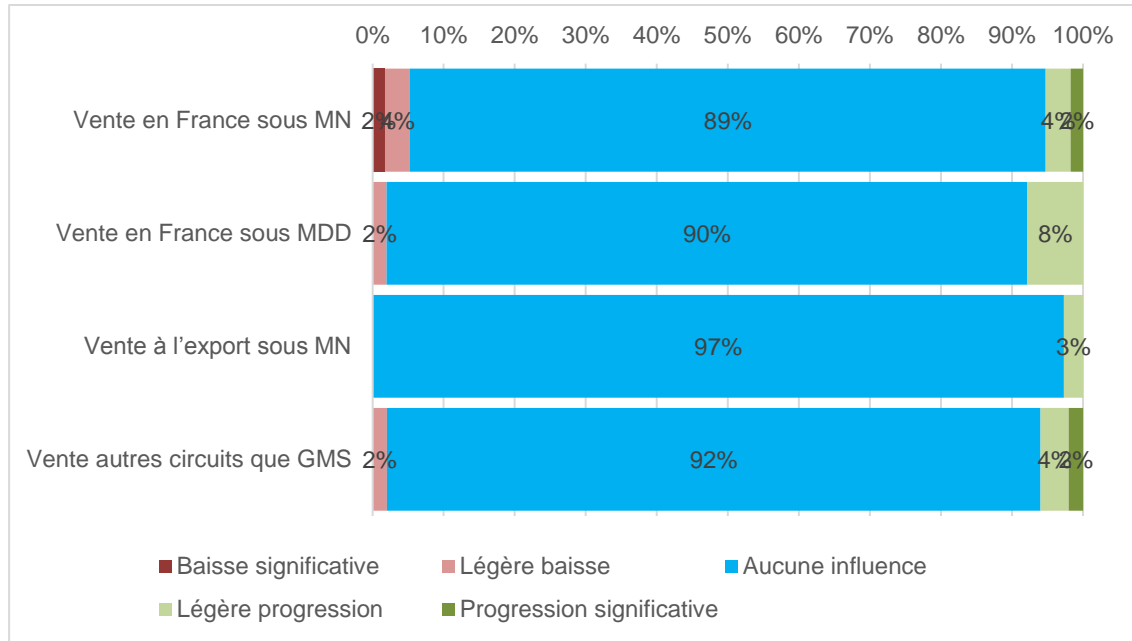
Lasagnes surgelées à base de viande bovine : la démarche volontaire du choix d'une viande bovine française était antérieure au décret mais la généralisation à 100% de ce choix et le logo « viande bovine française » ont généré, selon l'interlocuteur, une croissance soutenue des ventes, répondant à une forte attente de réassurance de la part des consommateurs.

²¹ RSE : responsabilité sociétale des entreprises

Cassoulet : la mise en place du décret n'a eu aucun impact sur les ventes en GMS.

L'enquête quantitative auprès des entreprises des secteurs charcuteries/ salaisons et plats cuisinés **confirment très largement ce constat**, tant en MN qu'en MDD. Plus de 90% des entreprises concernées estiment que la mise en place décret n'a eu aucune influence sur leurs ventes en France ou à l'export.

Figure 19 Appréciation de l'évolution des ventes en lien direct avec le décret



Source : Enquête en ligne ADE – Proteis - filières charcuterie-salaisons et plats préparés

Q19 - Estimez-vous que vos ventes ont évolué en lien direct avec l'application du décret ? Veuillez préciser l'impact direct sur vos ventes:

7. Perception et compréhension du consommateur (QE D)

Question D : Comment l'étiquetage de l'origine est-il perçu et compris par les consommateurs ?

Cette question devra notamment aborder l'intérêt du consommateur en fonction du type de produits concernés, en particulier selon le pourcentage de viande ou de lait présent dans la denrée alimentaire.

7.1 Approche

Cette question évaluative s'intéresse au consommateur qui est le principal bénéficiaire du décret. Ce dernier vise à fournir au consommateur toutes les informations dont il a besoin, pour pouvoir choisir en connaissance de cause les denrées alimentaires qu'il souhaite consommer. Le contexte de 2015/2016 se caractérise déjà par un foisonnement d'initiatives volontaires informant sur l'origine des ingrédients de certains produits (lait liquide, porc, bœuf). Le décret a rendu obligatoire l'étiquetage de l'origine, à titre expérimental pour les produits alimentaires de l'univers éligible (lait, lait utilisé comme ingrédient et viande utilisée comme ingrédient) produits en France.

Il s'agit d'évaluer directement auprès du consommateur :

- si celui-ci a perçu l'étiquetage de l'origine depuis le décret entré en vigueur en 2017 ;
- s'il comprend la seule composante « origine » au sein du système d'étiquetage devenu de plus en plus abondant et complexe²².

La réponse à cette question est basée sur les critères de jugement suivants :

- CJ1 : Le consommateur **pense** que l'origine des ingrédients est mentionnée, il **connaît** et **a remarqué** l'application du décret ;
- CJ2 : La mention de l'origine présente un **intérêt** pour le consommateur ;
- CJ3 : Le consommateur **comprend les mentions** d'origine figurant sur l'étiquetage.

La réponse aux questions D et E est basée principalement sur les résultats de l'enquête en ligne (projectif) auprès d'un échantillon représentatif de la population française et les résultats de l'enquête shopper (in situ). Ces deux sources sont mises en perspective, quand jugées utiles, avec les enseignements principaux de l'état des lieux conduit lors de la première phase.

²² La marque et les labels ; le prix ; le lieu de fabrication ou de conditionnement ; les informations nutritionnelles ; les informations sur l'impact environnemental ; la responsabilité sociétale de l'entreprise fabricante.

7.2 Synthèse de la réponse à la question

Comment l'étiquetage de l'origine est-il perçu et compris par les consommateurs ?

Un tiers des consommateurs déclare connaître le décret de l'étiquetage de l'origine

L'enquête en ligne a montré que le décret est connu par un tiers des consommateurs interrogés. Toutefois, son application a été peu remarquée tant en projectif (enquête en ligne) qu'en situation réelle d'achat (*enquête shopper*). Peu de consommateurs ont constaté un changement dans leurs magasins habituels depuis le début de l'année 2017. Les consommateurs déclarent consulter régulièrement les informations sur les emballages, mais en situation d'achat (*enquête shopper*) peu lisent véritablement les étiquettes.

Les consommateurs ont surtout perçu l'étiquetage de l'origine sur la face avant des produits et principalement par la mention d'une région française (surtout pour le lait et les produits laitiers)

Les consommateurs déclarent avoir perçu comme principales manières d'indiquer l'origine des ingrédients surtout la mention d'une région française, ainsi que les logos spécifiques, le drapeau français ou l'indication des étapes de fabrication (surtout pour les CST et viandes transformées). Cette perception est souvent en décalage avec les enseignements de l'état des lieux, surtout pour le lait liquide, les produits laitiers et les fromages.

Les consommateurs auraient remarqué les indications d'origine plutôt sur la face avant pour les viandes aromatisées, les CST et le lait liquide. Pour les autres catégories de produits – fromages, conserves, sandwichs - l'indication de l'origine aurait été remarquée sur la face arrière de l'emballage et surtout dans la liste des ingrédients.

Les consommateurs souhaitent connaître l'origine des ingrédients

Une grande majorité de consommateur souhaite connaître l'origine des ingrédients et ce pour toutes les catégories de produits (70-86%). La proportion est supérieure pour les produits avec de la viande comme ingrédient.

Les consommateurs projettent des représentations positives sur les origines de proximité (locale, régionale et nationale), se disant fortement susceptibles d'acheter ces produits. Les autres origines géographiques sont principalement associées aux prix plus bas.

Plus de la moitié des consommateurs sont susceptibles d'acheter un produit dont les ingrédients sont d'origine UE. Cette proportion chute fortement si l'origine est UE ou hors UE (22-33%), voir autour de 10% pour hors UE ou pas d'origine indiquée. Cette dernière indication est considérée insuffisante par les consommateurs.

Les consommateurs ne comprennent pas toutes les informations fournies sur les emballages au sujet de l'indication de l'origine

Le consommateur comprend peu la signification des logos et mentions en facing. Pour le lait et les produits laitiers, 22% des 501 consommateurs ont répondu correctement ainsi que 17% des 1002 consommateurs de produits avec de la viande comme ingrédient.

Le consommateur ne saisit pas toutes les subtilités et différences dans la manière d'indiquer l'origine, ni celle qui sont en conformité avec le décret.

L'origine est un critère d'achat secondaire qui oriente très peu le choix des consommateurs (voir QE suivante)

7.3 Analyse

7.3.1 La perception de l'indication de l'origine par le consommateur

Le décret est connu par un tiers des consommateurs bien que son application ait été peu remarquée

Un tiers des consommateurs déclarent connaître l'existence du décret.

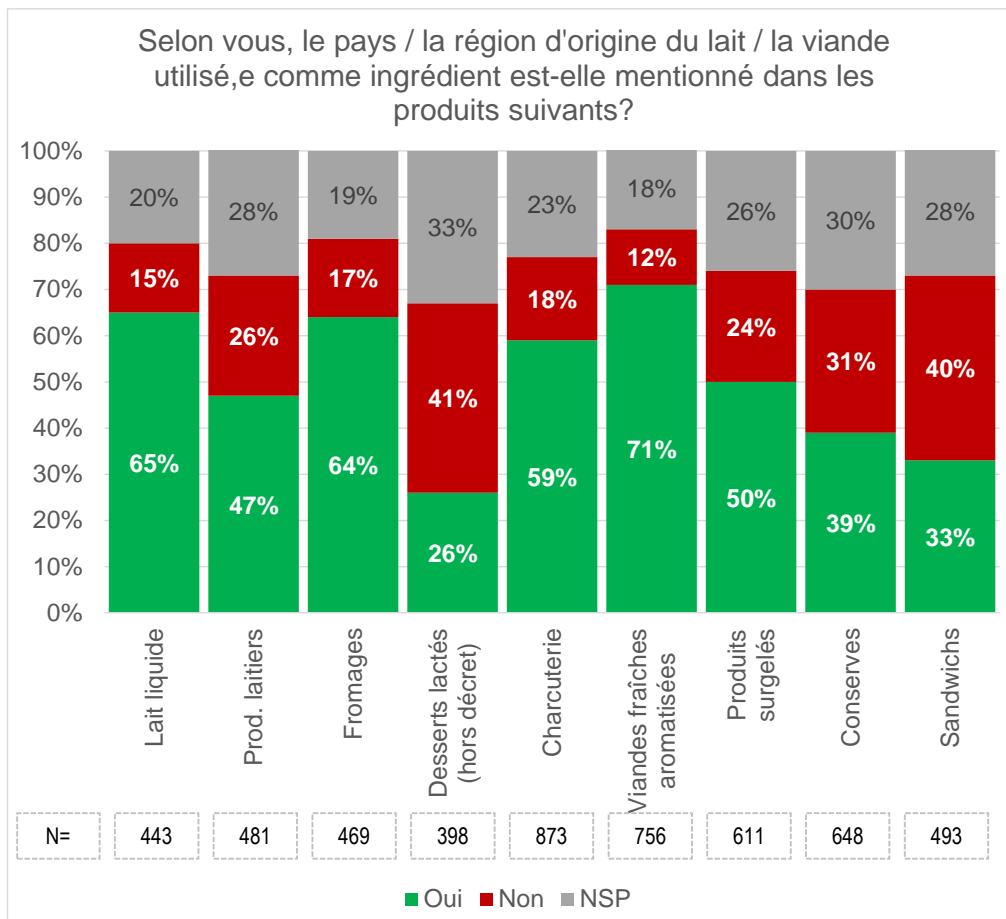
Un tiers des consommateurs déclarent savoir qu'un décret relatif à l'indication de l'origine du lait, du lait et des viandes en tant qu'ingrédient existe en France *pour les produits alimentaires fabriqués en France* (548 sur 1510 consommateurs); cette proportion est de 41% consommateurs de produits à base de viande et de 27% des consommateurs de lait et de produits laitiers.

Pour une majorité de produits, le consommateur pense que l'origine est indiquée sans forcément connaître le décret

Pour une majorité de produits, le consommateur pense **que l'origine des ingrédients est indiquée** (figure 9) (et ceci sans forcément connaître le décret).

Ainsi, une majorité de consommateurs - courte pour produits laitiers et surgelés et plutôt forte pour viandes transformées, lait liquide, fromages et charcuterie - pense que l'origine des ingrédients est mentionnée. Pour les conserves et les sandwiches, cette proportion est moindre, étant environ d'un consommateur sur trois. Comme le montre le graphique ci-dessous :

Figure 20 Présence d'une mention de l'origine par catégorie de produits



Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

- une majorité de répondants pense que l'origine est indiquée sur les viandes fraîches et transformées (71%), ainsi que pour le lait liquide (65%), les fromages (64%) et les charcuteries (59%) ;
- environ la moitié des répondants pense que le pays / la région d'origine de la matière première mobilisée est indiqué sur les produits surgelés (50%) et les produits laitiers (47%) ;
- pour les conserves et les sandwichs, les *avis des consommateurs sont plutôt partagés*, avec une proportion non-négligeable qui pense que l'origine n'est pas indiquée (respectivement 31% et 40%) ;
- pour les produits hors décret comme les desserts lactés, qui ont été introduits dans le questionnaire à des fins de comparaison, dans la plupart des cas le consommateur pense que l'origine n'est pas indiquée (41%) ou ne sait pas (33%).

Dans la mesure où ces produits n'entrent pas dans le champ du décret, c'est un constat confortant la validité des avis exprimés sur les catégories de produits concernées par le décret.

L'indication de l'origine des ingrédients a plutôt été remarquée sur la face avant, en particulier pour les viandes aromatisées, la CST et le lait liquide

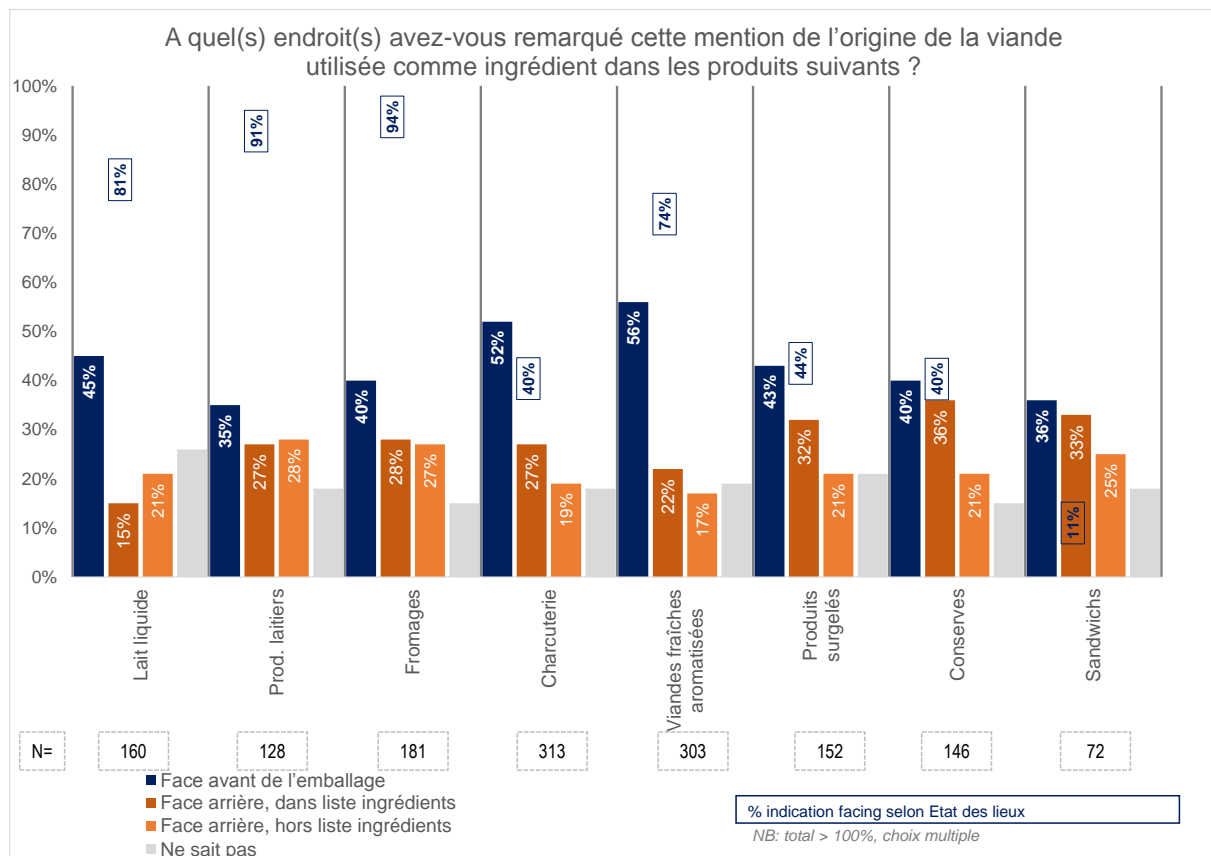
Le principal endroit de l'emballage où l'indication de l'origine a été remarquée par les consommateurs interrogés varie selon les catégories de produits.

Comme le montre le graphique suivant, l'indication de l'origine a été perçue plutôt en facing de l'emballage pour les viandes transformées et aromatisées (56%), les charcuteries-salaisons-traiteur (52%) et le lait liquide (45%).

Pour les produits pour lesquels l'indication de l'origine a plutôt été remarquée sur la face arrière, environ entre 27-33% l'ont perçu dans la liste des ingrédients

En ce qui concerne les fromages, les conserves et les sandwichs, les consommateurs de ces produits déclarent avoir perçu l'indication de l'origine plutôt sur la face arrière de l'emballage. Des avis partagés et des doutes sur l'endroit exact où l'indication de l'origine a été remarquée ont été donnés pour les produits laitiers et les surgelés.

Figure 21 Emplacements où la mention de l'origine a été perçue

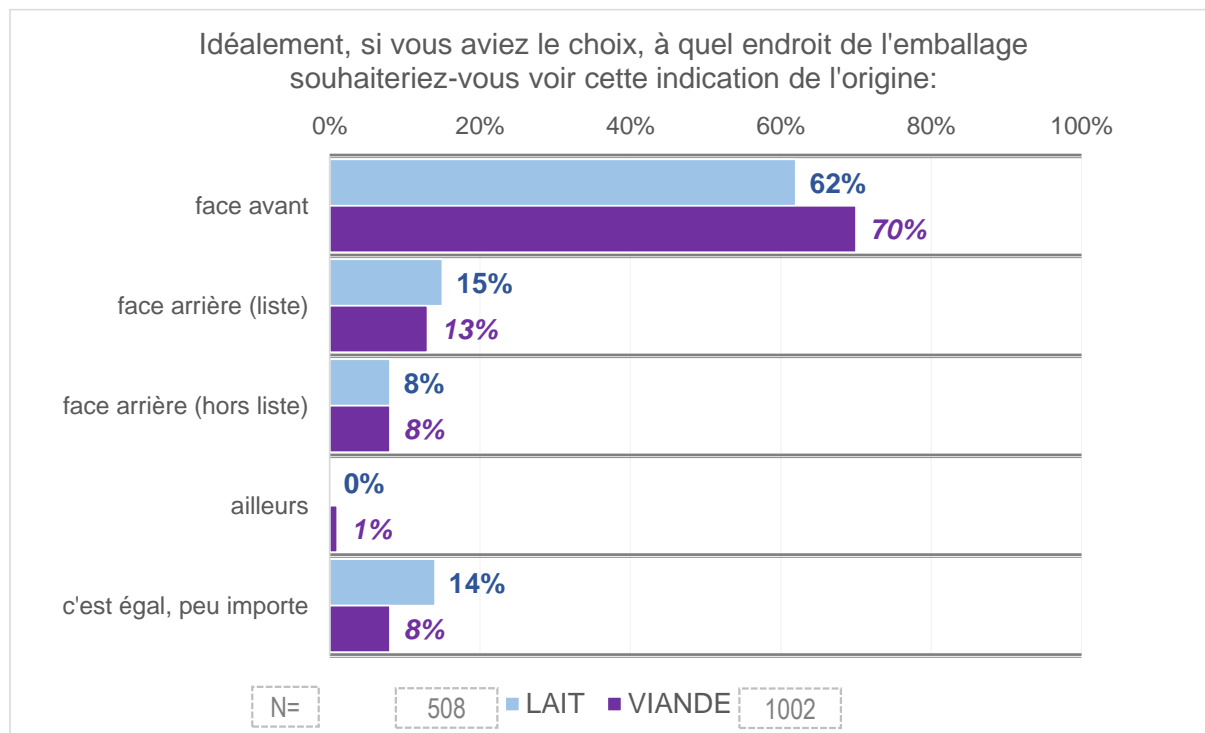


Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

Les consommateurs expriment une préférence très claire pour voir l'origine indiquée sur la face avant de l'emballage.

S'ils avaient le choix, 62% des consommateurs pour les produits à base de lait et 70% pour les produits utilisant de la viande souhaiteraient voir l'indication de l'origine sur la face avant de l'emballage. La préférence pour retrouver cette indication sur la face arrière est exprimée par un consommateur sur cinq, avec un pourcentage plus important en faveur de la liste des ingrédients. Pour environ un consommateur sur dix de lait ou de viande, il importe peu à quel endroit l'origine sera indiquée.

Figure 22 Emplacements où le consommateur souhaite voir l'indication de l'origine



Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

L'origine des ingrédients serait principalement indiquée par la mention d'une région française

Selon les déclarations des consommateurs, la manière principale d'indiquer l'origine qu'ils auraient remarquée est la mention d'une région française. Les indications visuelles (logo spécifique et drapeau) font également partie des manières citées comme principales pour indiquer l'origine.

En se référant aux manières d'indication de l'origine les plus citées (top 3) par les répondants à l'enquête en ligne, celle qui revient le plus est la référence à une région française. C'est valable pour toutes les catégories de produits, avec un accent particulier sur les fromages (45%, probablement en lien avec les AOP qui sont hors champ)²³.

Les autres manières d'indiquer l'origine qui ont été le plus citées par les consommateurs sont les éléments visuels comme le logo (produits à base de lait et CST) ou le drapeau (surtout pour les produits à base de viande).

²³ Néanmoins, l'allégation infra-nationale ne constitue pas une garantie d'indication de l'origine des ingrédients selon le décret, dans la mesure où la référence à une région peut signifier l'endroit de fabrication ou le type de recette et non forcément la provenance des matières premières mobilisées.

La référence à l'UE a également été remarquée par les consommateurs, surtout en ce qui concerne les produits laitiers, les surgelés et les sandwiches. Quant aux produits laitiers, cette mention se retrouve logiquement dans les observations du consommateur, essentiellement en lien avec les yaourts et la poudre de lait dont l'origine est souvent UE (selon les constats de l'état des lieux). Egalement, la référence à l'UE pour ce qui concerne les surgelés et les sandwiches est en cohérence avec les constats de l'état des lieux selon lequel la mention UE était respectivement pour 26% et 61% des références relevées dans ces deux catégories.

Comme le montre le tableau ci-dessous, les indications explicites selon le décret « collecté et conditionné » et « né, élevé, abattu » se retrouvent parmi les manières les plus citées d'indiquer l'origine surtout pour le lait liquide (en lien avec la présence du logo Syndilait), les viandes fraîches aromatisées, ainsi que pour les conserves.

Figure 23 Les trois manières d'indiquer l'origine les plus citées par les consommateurs selon les catégories de produits

Façons dont l'origine est indiquée	Lait liquide	Prod. laitiers	Fromages	Desserts lactés	Charcuterie	Vianes fraîches aromatisées	Produits surgelés	Conserves	Sandwichs
	%	%	%	%	%	%	%	%	%
Région française	32%	30%	45%	21%	29%	26%	21%	25%	21%
Logo spécifique	16%	12%	17%	19%	19%				18%
Drapeau			13%	19%	19%	24%	18%	19%	
« Union Européenne »		12%					20%		19%
« Collecté et conditionné » / « Né, élevé et abattu » +	19%					23%		18%	
N=	160	128	181	53	313	303	152	146	72

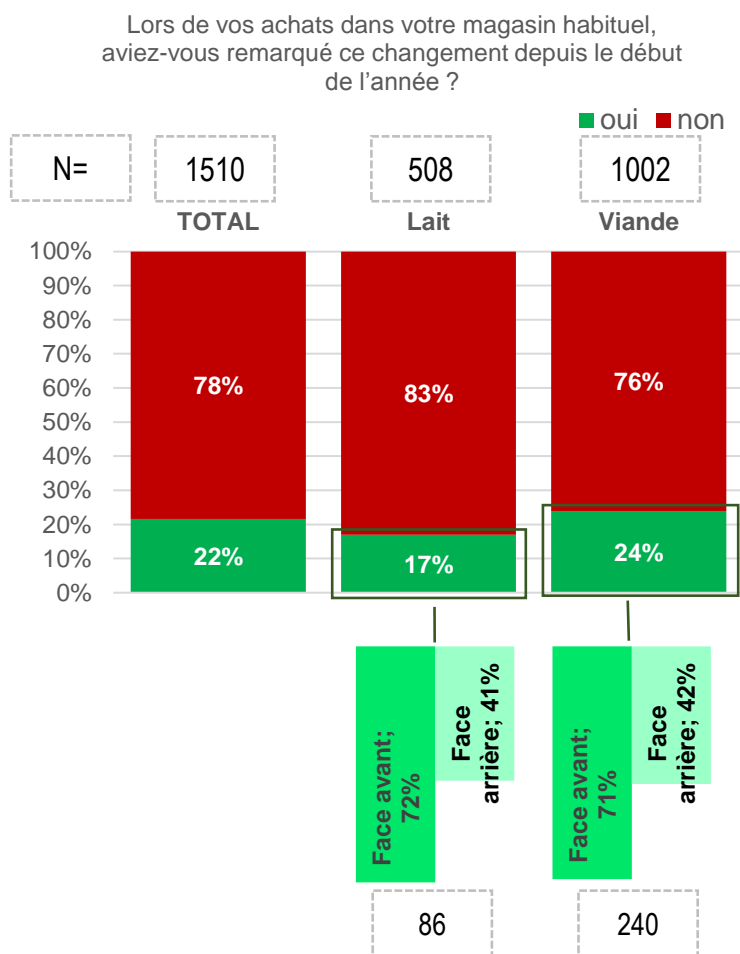
Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

Le changement sur les étiquettes n'a pas été remarqué par les consommateurs qui pour autant déclarent consulter souvent les informations sur les emballages. Par contre, en situation d'achat (enquête shopper) ils se réfèrent très peu aux étiquettes (sauf pour viandes fraîches transformées et CST)

Peu de consommateurs déclarent avoir remarqué de changement sur les emballages des produits (22% tous produits confondus).

Comme indiqué dans le graphique ci-dessous, respectivement seuls 17% et 24% des consommateurs lait et viande ont remarqué ce changement sur les emballages depuis la publication du décret. Même connaissant le décret, un de ces consommateurs « avertis » sur deux n'a pas remarqué de changement sur les emballages des produits achetés dans leurs magasins habituels (51% si nous considérons seulement les consommateurs connaissant l'existence du décret).

Figure 24 Changement remarqué en lien avec le décret



Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

Les changements ont principalement été remarqués sur la face avant de l'emballage, tant pour les produits à base de lait (72% vs changement face arrière 41%²⁴) que pour les produits utilisant de la viande (71% vs changement face arrière 42%²⁵). Pour rappel, selon l'état des lieux conduit en été 2017, les CST, les surgelés et surtout les plats appertisés indiquent majoritairement l'origine dans la liste des ingrédients. Notons également que le souhait exprimé par les consommateurs de voir les informations relatives à l'origine indiquées en face avant peut cautionner dans une certaine mesure ce décalage avec l'état des lieux.

Pour autant, ce sont des consommateurs qui affirment lire fréquemment les informations sur les emballages et qui ont l'impression d'y trouver facilement l'information recherchée.

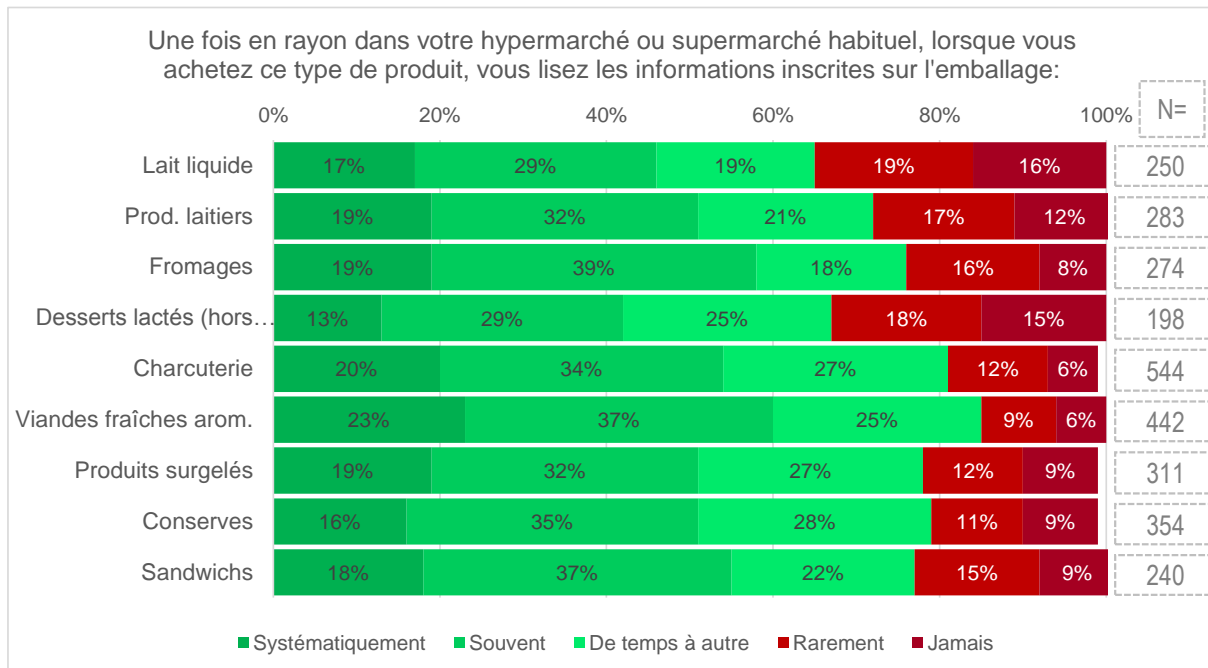
Une grande majorité de consommateurs déclare lire les informations inscrites sur l'emballage en situation d'achat théorique (enquête en ligne). En effet, comme le montre le graphique ci-dessous (cf. figure 14), entre 65% et 85% des consommateurs selon les catégories de produits testés lisent les informations sur l'emballage, tous types d'information confondus.

Egalement, la plupart de ces consommateurs qui lisent les informations inscrites sur les emballages, n'éprouve pas de difficultés pour retrouver les informations recherchées (tout type d'information), avec des écarts peu significatifs entre les catégories de produits testés (voir figure 15).

²⁴ N=86 répondants ; Total > 100% dans la mesure où la question posée offrait un choix multiple.

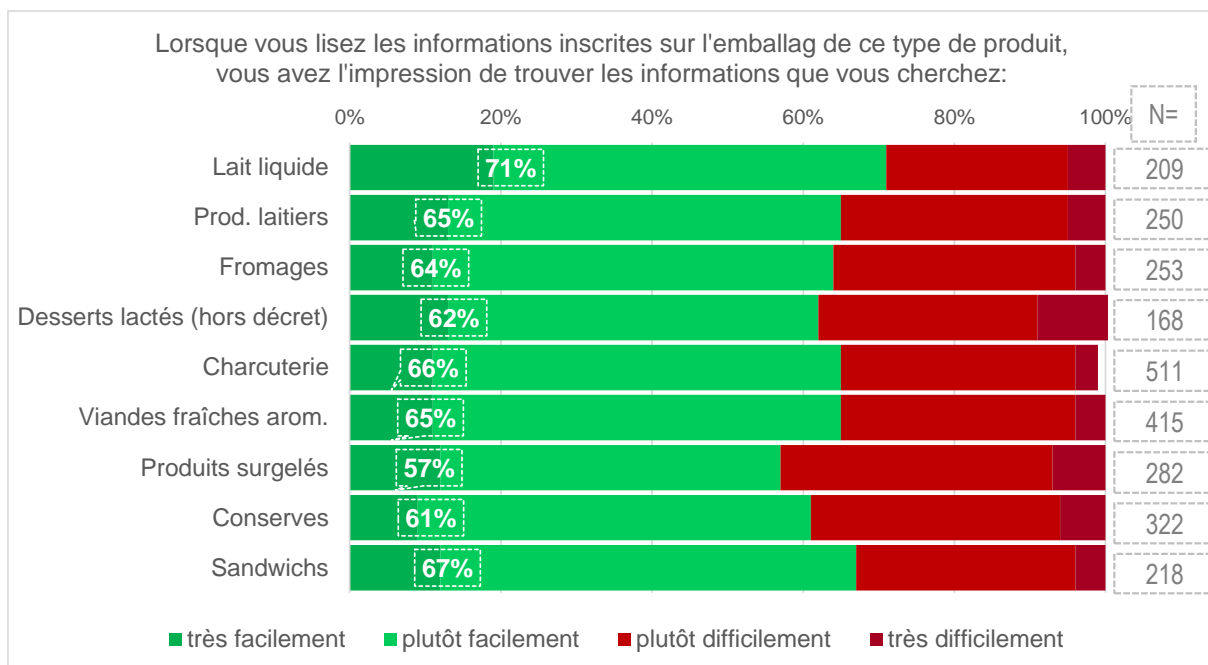
²⁵ N=236 répondants, Total > 100% dans la mesure où la question posée offrait un choix multiple.

Figure 25 Fréquence de lecture des informations inscrites sur les emballages par catégorie de produits



Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

Figure 26 Facilité de trouver les informations recherchées (% très facilement et plutôt facilement cumulés)



Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

En revanche, les avis exprimés par les consommateurs dans le cadre de l'enquête en ligne sont plutôt partagés quand il s'agit spécifiquement de la facilité de rechercher l'indication de l'origine. La part de ceux qui ont l'impression de trouver facilement l'information relative à l'indication de l'origine est respectivement de 43% pour les produits avec du lait et de 46% pour les produits avec de la viande (toutes catégories de produits confondues par famille lait/viande). La part des consommateurs qui éprouvent des difficultés en la matière est respectivement de 39% lait et 44% viande, s'agissant d'une impression de trouver l'indication de l'origine plutôt difficilement (la part de très difficilement étant de l'ordre de 7-8%).

On constate un important décalage entre les déclarations faites lors de l'enquête en ligne et les observations en situation réelle d'achat concernant la consultation des informations inscrites sur les emballages.

La déclaration d'une lecture régulière ne se vérifie pas pleinement par l'enquête shopper - les étiquettes des produits manipulés sont loin d'être lues systématiquement – pour moins d'un arrêt sur deux effectués par les consommateurs observés (40% tous rayons confondus) l'étiquette du produit a été lue. Et quand l'étiquette est lue, elle l'est surtout sur sa face avant (facing). Ainsi, pour le lait, les produits laitiers et les conserves, environ la moitié des répondants de l'enquête en ligne déclaraient lire systématiquement ou souvent les étiquettes, mais en rayon, ils sont moins d'un quart à les lire réellement. Pour la charcuterie, les viandes fraîches transformées et les surgelés, la lecture régulière est dans des proportions quasi-similaires si nous comparons les résultats de l'enquête en ligne avec ceux de l'enquête shopper (voir figure 16 ci-dessous).

Figure 27 Lecture des emballages en situation réelle d'achat (shopper)

	Ensemble	Lait liquide	Produits laitiers	Charcuterie	Viandes fraîches aromatisées	Produits surgelés	Conserves
Base	N=802	N=57	N=63	N=58	N=87	N=106	N=141
Lecture face avant ou face arrière	40%	16%	18%	53%	59%	51%	26%
dont lecture face avant	38%	16%	18%	52%	55%	48%	26%
dont lecture face arrière	15%	2%	3%	30%	11%	20%	16%

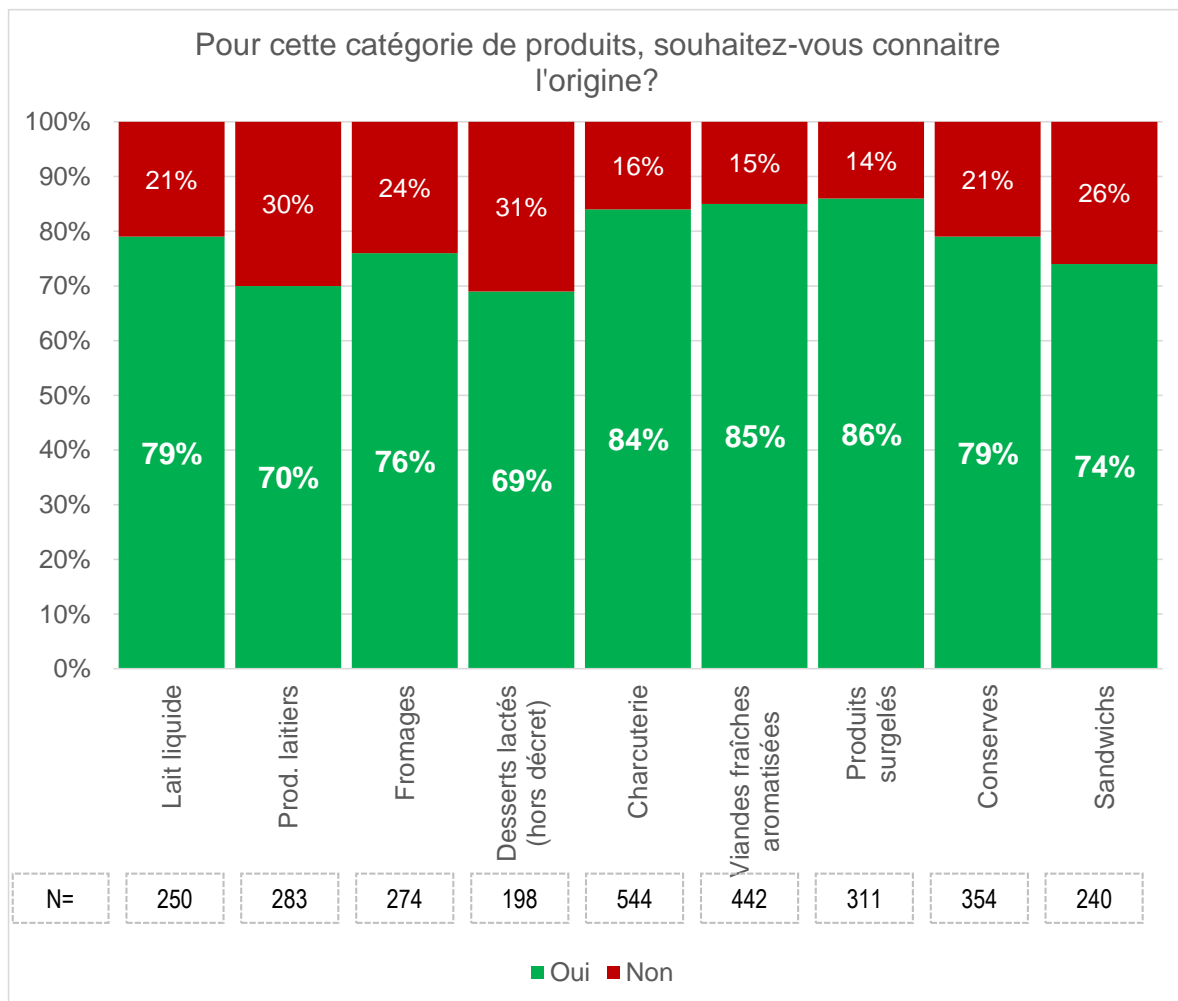
Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête shopper avec 632 observations et 332 questionnaires complétés février-mars 2018

7.3.2 L'intérêt de l'indication de l'origine pour le consommateur

L'intérêt de connaître l'origine est fort, mais peu mis en pratique

Les consommateurs déclarent un fort souhait de connaître l'origine du lait / de la viande qui sont utilisés dans les produits qu'ils achètent. Comme illustré par le graphique ci-dessous, 70% à 79% des consommateurs, selon les produits utilisant du lait, souhaitent connaître l'origine de ceux-ci. Pour les produits à base de viande, cette proportion est encore plus importante : plus de 80%, surtout en ce qui concerne les produits surgelés (86%), les viandes fraîches transformées (85%) et les CST (84%).

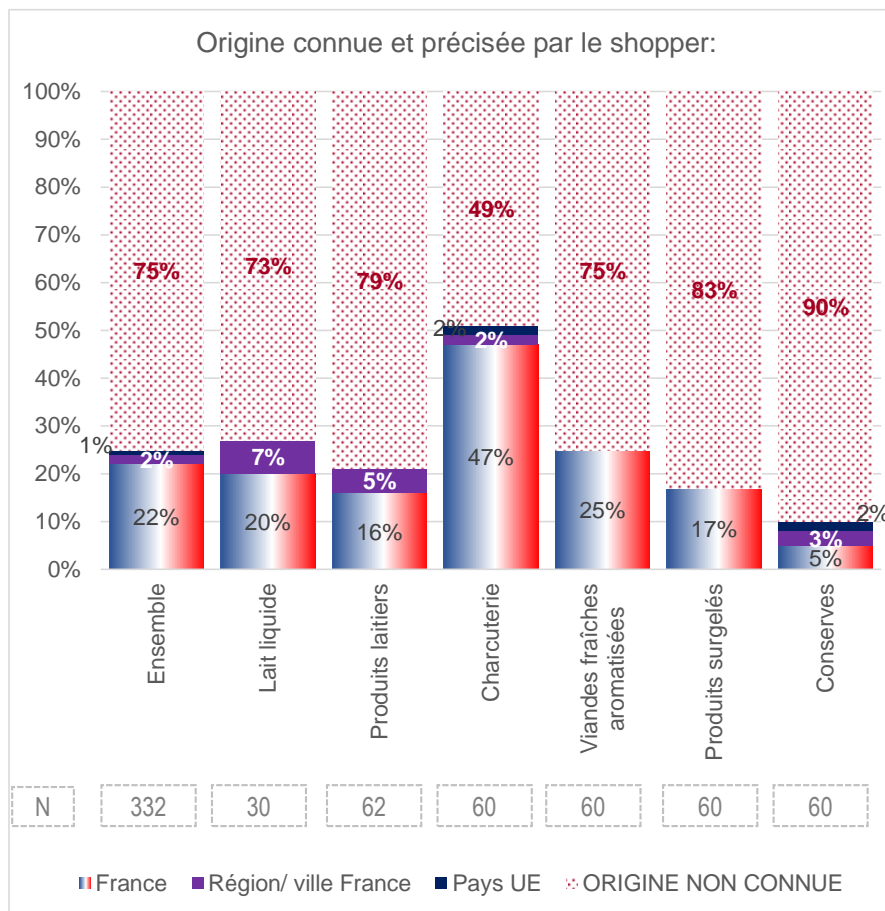
Figure 28 Intérêt du consommateur de connaître l'origine



Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

Par contre, en situation réelle d'achat, seul un quart des personnes interrogées affirme connaître l'origine du lait ou de la viande utilisé(e) comme ingrédient dans ces catégories de produits et peut la préciser. Une exception notable est à remarquer pour la charcuterie, catégorie pour laquelle cette proportion monte à une personne interrogée sur deux. La proportion des consommateurs qui connaissent l'origine est la plus faible pour les produits surgelés et surtout les conserves.

Figure 29 Connaissance de l'origine par le shopper



Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête shopper avec 632 observations et 332 questionnaires complétés février-mars 2018

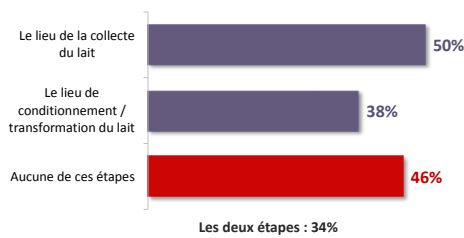
Notons néanmoins que quand le consommateur affirme connaître l'origine, sa connaissance est exacte - il est souvent dans le vrai (95% cumulé de (i) l'origine correcte 88% et (ii) partielle 7%). Avec un bémol quand il y a plusieurs viandes, le consommateur témoigne d'une connaissance partielle dans la mesure où il pense que l'origine est française uniquement, mais elle peut être également UE.

En revanche, le consommateur n'est pas forcément intéressé par les différentes stades (collecté, conditionné pour le lait, né, élevé, abattu pour la viande). En effet, lorsque l'on détaille les composantes de l'origine, environ la moitié des répondants ne souhaite connaître aucune des étapes.

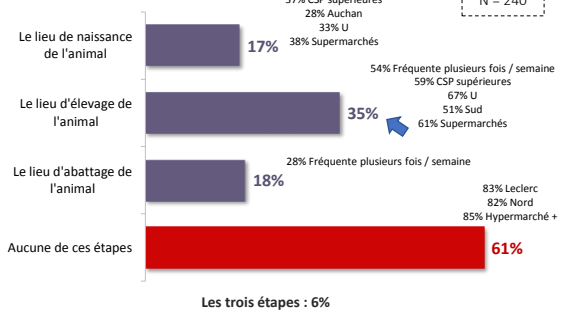
Comme illustré dans le schéma suivant, la charcuterie se démarque encore avec 70% de répondants qui s'intéressent au lieu d'élevage. Lors de la première phase, ils n'étaient que 18% (lait) ou 10% (viande) à ne pas rechercher cette indication, on retrouve du sur-déclaratif lorsque que le shopper n'est pas en situation (hors CST).

Figure 30 Etapes concernées par l'indication sur l'origine – avis des consommateurs

Q13. « Pour ce type de produit utilisant du lait comme ingrédient, souhaitez-vous connaître... » Uniquement pour les produits utilisant du lait comme ingrédient.



Q14. « Pour ce type de produit utilisant de la viande comme ingrédient, souhaitez-vous connaître... » Uniquement pour les produits utilisant de la viande comme ingrédient. N = 240



Source: OPSIO-ADE-Proteis, enquête shopper avec 632 observations et 332 questionnaires complétés février-mars 2018

En magasin, les consommateurs observés passent généralement peu de temps en rayon pour effectuer leurs courses. Dans l'ensemble, les 632 consommateurs observés se sont révélés bien orientés dans leurs achats, ne rencontrant pas de difficultés à trouver les produits, amenant à une importante fluidité en rayons²⁶. En lien avec cette bonne orientation et importante fluidité en rayon, le taux de produits achetés (80% en moyenne toutes catégories confondues) et notamment de l'achat direct (65%) est important, avec certaines différences selon les catégories de produits, les viandes fraîches aromatisées et les produits surgelés se démarquant avec de moindres taux d'achat direct (cf. figure ci-dessous).

Nonobstant, le comportement observé en rayon peut être variable selon les catégories de produits. Les produits ne sont manipulés qu'une fois sur deux (tous produits confondus, voir figure 17), mais les écarts sont très importants entre les catégories de produits :

- on constate un achat « quasi-mécanique » dans le rayon lait - les produits laitiers sont peu manipulés (1 sur 3), le lait liquide encore moins (1 sur 7) ;
- pour les viandes fraîches aromatisées, la charcuterie et les surgelés, les produits sont manipulés et les étiquettes lues dans la moitié des cas, voire plus.

Figure 31 Le comportement d'achat observé en rayon

	Ensemble	Lait liquide	Produits laitiers	Charcuterie	Viandes fraîches aromatisées	Produits surgelés	Conserves
Base	N=802	N=57	N=163	N=168	N=187	N=106	N=141
Manipulation du produit	48%	14%	33%	62%	65%	50%	39%
Arrêts en moyenne	1,27	1,02	1,22	1,45	1,47	1,07	1,22
Lecture face avant ou face arrière	40%	16%	18%	53%	59%	51%	26%
dont lecture face avant	38%	16%	18%	52%	55%	48%	26%
dont lecture face arrière	15%	2%	3%	30%	11%	20%	16%
Produits achetés	80%	93%	92%	87%	64%	71%	82%
dont achat direct	65%	86%	77%	69%	44%	59%	69%
dont achat hésitant	15%	7%	15%	18%	20%	11%	13%
Marques nationales	▲ 59%	▼ 12%	▬ 54%	▬ 56%	▲ 73%	▬ 53%	▲ 71%
Marques distributeurs	▼ 41%	▲ 88%	▬ 46%	▬ 44%	▼ 27%	▬ 47%	▼ 29%

Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête shopper avec 632 observations et 332 questionnaires complétés février-mars 2018

²⁶ 30 secondes en moyenne) avec une variation selon les produits à noter – ce temps est plus court pour lait (12 sec) et produits laitiers (19 sec) et plus long surtout en charcuterie (52 sec), mais également pour les viandes fraîches transformées (37 sec).

Les consommateurs attentifs à l'origine font surtout confiance à la proximité

Les répondants à l'enquête en ligne expriment une confiance sans réserve en l'origine locale, régionale et nationale (France)

On constate que de 96% à 99% des consommateurs sont susceptibles d'acheter les produits repris dans les 8 catégories testées dont l'origine est France. Cette proportion est quasiment identique pour les produits avec une origine locale ou régionale (de 95% à 98%) Même les mentions « hybrides » telles que « fabriqué en France » ou encore « transformé en France » que certains industriels prennent la liberté d'inclure mais qui sont hors décret suffisent souvent à gagner la confiance du consommateur.

Cette forte susceptibilité d'acheter les produits de ces origines est à mettre en lien avec les représentations positives que les consommateurs attachent à ces origines (cf. section suivante), pour rappel surtout l'hygiène-santé, la passion des éleveurs, la tradition, la qualité et le soutien à l'économie.

Selon les déclarations des répondants à l'enquête en ligne, l'origine serait un facteur agissant fortement sur la susceptibilité d'acheter un produit – comme le montre la figure 15 on remarque systématiquement des écarts importants en termes d'intention d'achat selon la répartition France - Union européenne - Hors Union européenne.

Mais plus l'indication géographique devient étendue, moins les consommateurs se disent susceptibles d'acheter ce produit

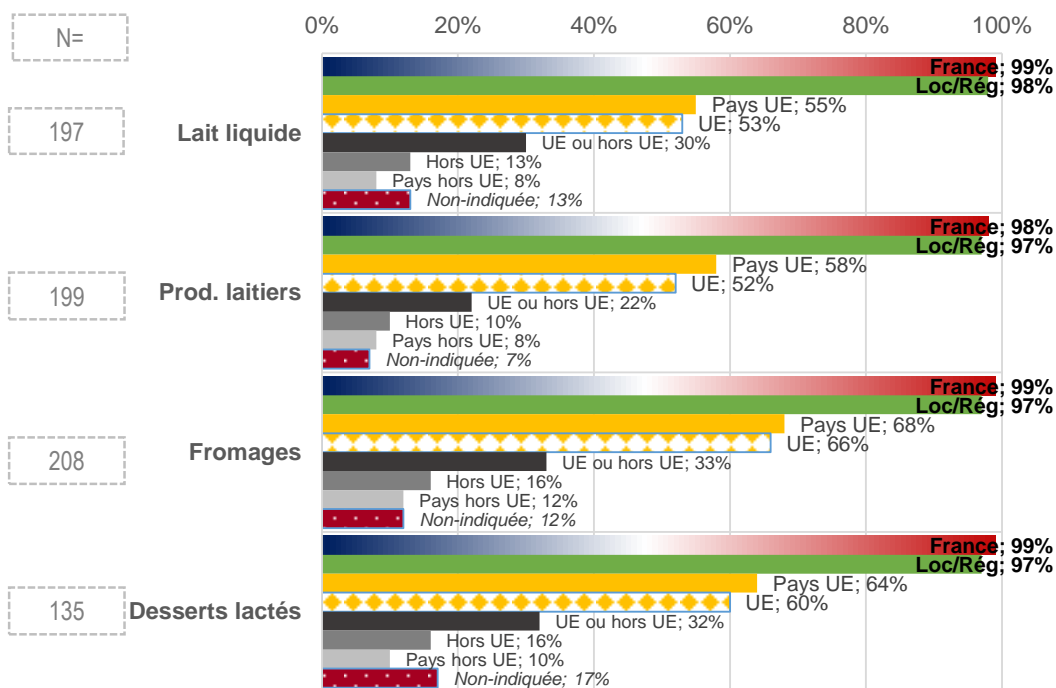
Les consommateurs attestent d'une confiance relativement importante envers les produits dont l'origine est d'un pays de l'UE ou de l'UE dans son ensemble, avec une susceptibilité d'achat légèrement supérieure (qui peut varier de 2% à 9% selon les produits) quand un pays concret (Etat membre) de l'UE est explicitement indiqué. Ce constat s'applique pleinement aux produits avec viandes pour lesquels la susceptibilité d'achat est très significative : entre 71% CST - 78% Surgelés des consommateurs si l'origine est d'un pays UE explicitement indiqué et entre 62% CST - 73% Surgelés si l'origine est UE dans son ensemble. Mais ce constat est à relativiser pour le lait et les produits laitiers pour lesquels on observe un peu moins de confiance à l'UE (un pays ou dans son ensemble).

La mention « hors UE » n'inspire pas beaucoup la confiance auprès du consommateur, dans la mesure où la susceptibilité d'achat pour ces produits est similaire à celle en absence d'indication de l'origine.

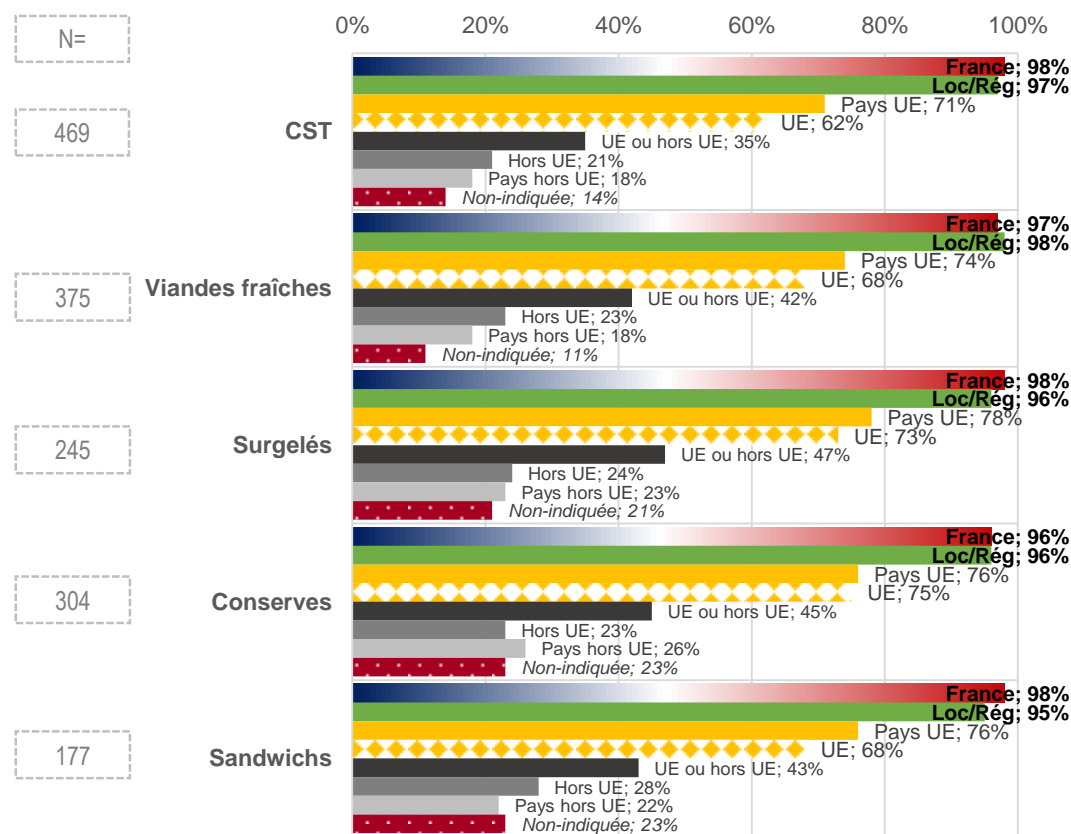
Notons que la référence à l'UE dans l'indication « UE ou hors UE » semble augmenter la confiance et la probabilité d'achat de tous les produits testés, mais surtout des produits avec du lait, les surgelés et les conserves. Cette indication peut constituer une source de confusion pour le consommateur.

Figure 32 Susceptibilité d'achat de produits selon leur origine

% des consommateurs susceptibles* d'acheter ce produit... dont l'origine est:



% des consommateurs susceptibles* d'acheter ce produit... dont l'origine est:



* Question posée aux consommateurs qui souhaitent connaître l'origine : "Vous êtes attentif ou attentive à l'origine lors de vos achats de ce type de produits. seriez-vous susceptible d'acheter ce produit dont l'origine du lait / de la viande est...". Le score affiché en % est le cumul des parts de consommateurs qui ont répondu "oui, certainement" ou "oui, probablement"

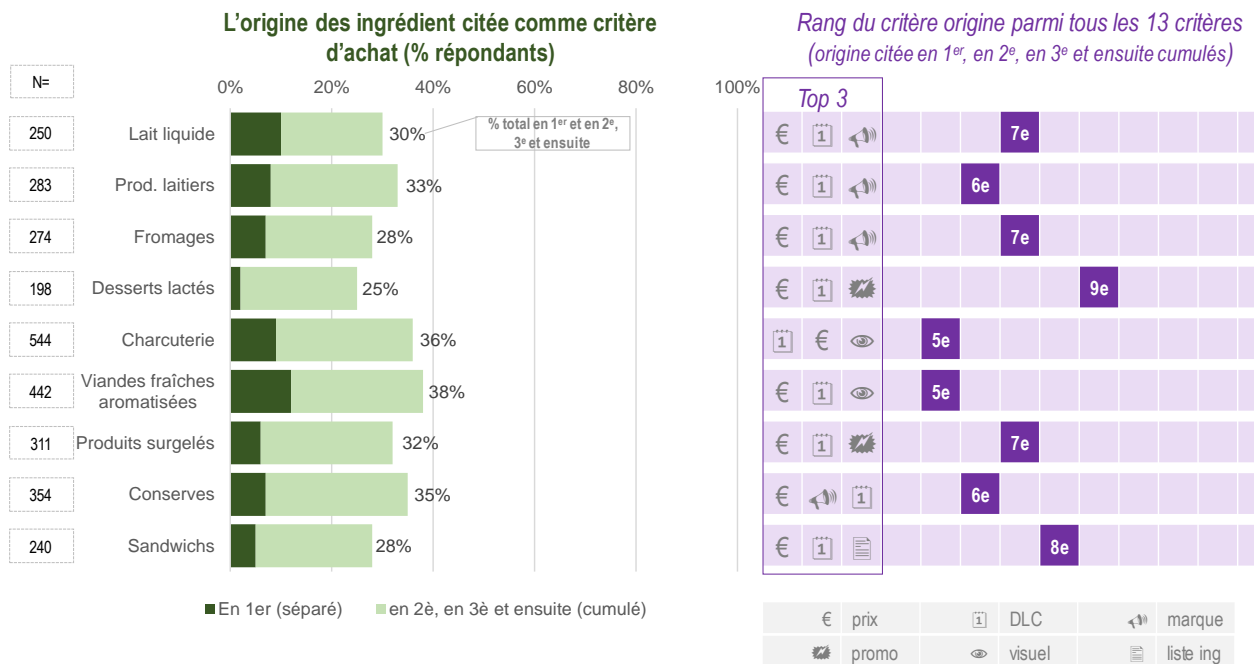
Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

L'origine des ingrédients est loin d'être un critère d'achat décisif

L'origine reste un critère d'achat secondaire parmi d'autres, dans la mesure où ce sont surtout le prix, la date limite de consommation (DLC), la marque²⁷ ou les promotions qui sont les critères les plus décisifs pour l'achat selon les déclarations des répondants à l'enquête en ligne.

L'origine des ingrédients en tant que « premier critère » d'achat n'est retenu que par moins d'un consommateur sur dix, avec certaines différences selon les catégories de produits testés. Ainsi, 12% des consommateurs ont cité l'origine en premier critère pour les viandes fraîches aromatisées, 10% pour le lait et 9% pour les CST. Le critère d'origine ne se retrouve pas parmi les 3 premiers critères d'achat pour tous les produits, sauf pour la viande fraîche transformée. Ce critère est considéré par les consommateurs comme secondaire - il est cité davantage en 2^{ème}, 3^{ème} et 4^{ème} places selon les habitudes d'achat. En comparant les scores en pourcentage de chacun des 13 critères présentés aux répondants (voir partie droite de la figure 19), l'origine des ingrédients n'arrive qu'en 5^{ème} sur 13 critères (CST et viandes fraîches aromatisées), en 6^{ème} sur 13 (conserves et produits laitiers), et en 7^{ème} sur 13 pour les autres catégories de produits rentrant dans le champ du décret. Pour les desserts lactés qui ont été introduits dans l'enquête à titre de comparaison, l'origine des ingrédients est le critère parmi les moins significatifs intervenant dans l'acte d'achat.

Figure 33 Place de l'origine des ingrédients comme critère d'achat. Déclarations de l'enquête en ligne



Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

De loin, les critères d'achat principaux sont le prix et la date limite de consommation qui reçoivent les scores cumulés (en 1^{er}, en 2^{ème}, en 3^{ème} et ensuite) systématiquement les plus importants, toutes catégories de produits confondues. Le 3^{ème} critère le plus cité varie quelque peu selon les produits – c'est surtout la marque (lait, produits laitiers, fromages et conserve), l'aspect visuel (charcuterie et viandes fraîches transformées) ou les promotions (produits laitiers, surgelés), etc.

²⁷ Pour les CST et les viandes, la couleur vient en 3^{ème} position, tandis que la marque est citée en 4^{ème}.

Tableau 34 Les critères principaux déterminant l'achat, selon les déclarations des consommateurs dans l'enquête en ligne

Critères d'achat (souligné top 3 par catégorie de produit)	Lait liquide	Prod. laitiers	Fromages	Desserts lactés	Charcuterie	Vianes fraîches aromatisées	Produits surgelés	Conserves	Sandwichs
Prix	71%	70%	66%	69%	61%	64%	66%	63%	64%
Date limite de consommation	67%	62%	62%	66%	63%	60%	49%	45%	59%
Marque	47%	46%	47%	47%	33%	33%	38%	47%	36%
Promotions	40%	46%	42%	48%	38%	38%	39%	39%	31%
Aspect visuel, couleur	16%	20%	25%	23%	40%	41%	36%	23%	47%
Liste des ingrédients	25%	32%	27%	28%	33%	31%	35%	36%	50%
Lieu de fabrication des produits	39%	34%	43%	26%	31%	36%	32%	34%	24%
Origine des ingrédients	30%	33%	28%	25%	36%	38%	29%	35%	28%
Poids, contenance	31%	26%	23%	17%	26%	28%	27%	24%	22%
Présence de labels, ou de certifications de qualité	28%	20%	33%	19%	34%	34%	32%	28%	28%
Composition nutritionnelle	23%	25%	24%	26%	23%	26%	26%	25%	22%
Originalité de la recette	13%	22%	21%	31%	18%	18%	27%	23%	40%
Présence d'allergènes	9%	8%	11%	9%	12%	12%	10%	14%	11%
	N= 250	283	274	198	544	442	311	354	240

Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

Notons que l'origine en tant que critère d'achat semble ne pas avoir beaucoup progressé. Une étude Ipsos de 2014 investiguant sur une autre thématique²⁸ avait posé une question similaire sur les critères d'achat en incluant « la provenance » ce qui peut être apparenté à l'origine des ingrédients dans notre cas. On constate ici aussi que seuls 9% des enquêtés portent attention en premier à la provenance des produits qu'ils achètent. Le prix se révèle de loin le critère le plus décisif, suivi par la composition des produits alimentaires.

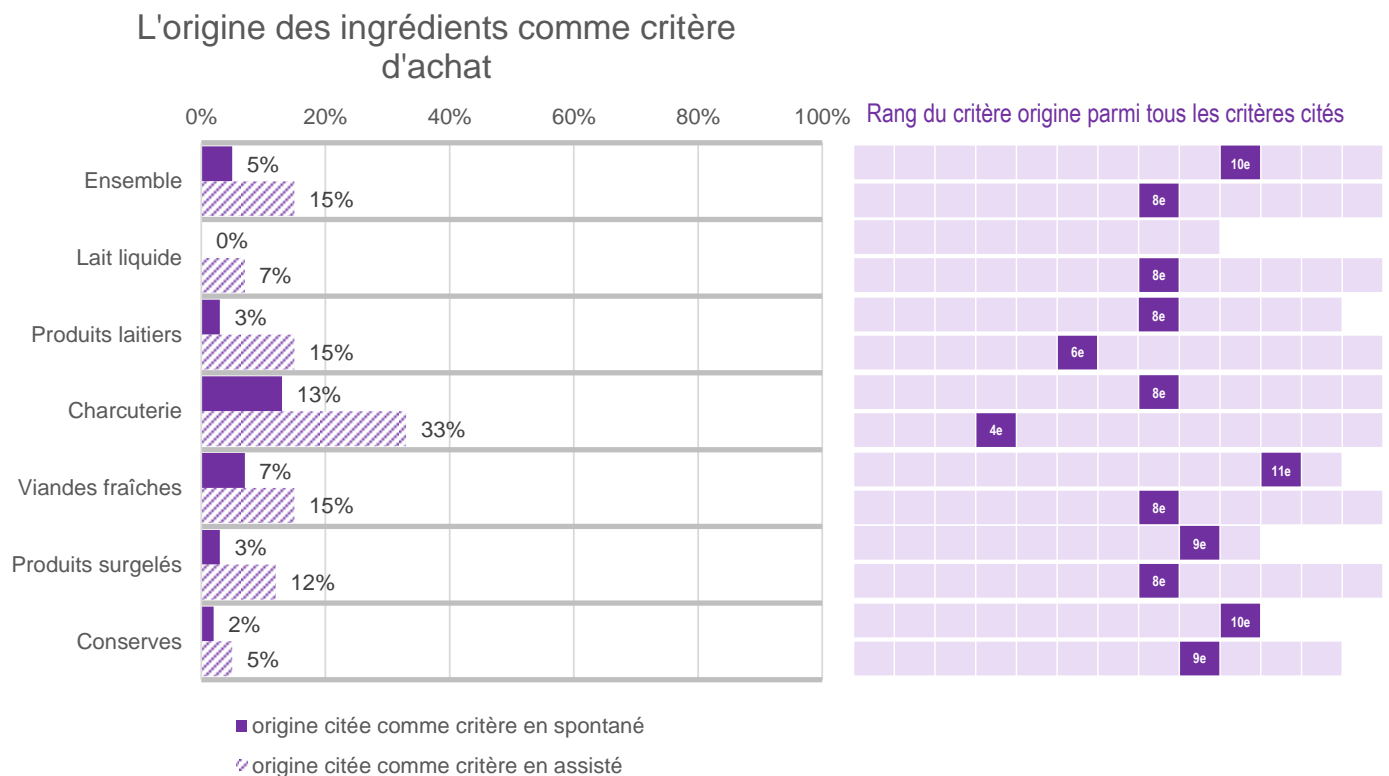
Malgré l'intérêt déclaré pour l'origine, celle-ci n'est pas un critère d'achat prioritaire comme confirmé par l'enquête shopper en situation d'achat.

En situation réelle d'achat, c'est-à-dire après avoir mis un produit alimentaire concerné par le décret dans son panier, le consommateur fait encore moins référence et porte un intérêt encore moindre à l'origine des ingrédients pour effectuer son choix.

En spontané, les critères de choix principaux sont le prix et la marque, cités par la moitié des répondants. L'origine des ingrédients n'arrive que très tardivement dans les critères cités spontanément, avec seulement 5%. Seule la charcuterie s'écarte sensiblement de cette tendance – pour cette catégorie près de 1 consommateur sur 8 cite spontanément l'origine comme critère déterminant son choix. Ce critère n'a pas été évoqué une seule fois pour le lait liquide et a été très peu cité en spontané pour les conserves, les produits surgelés et les viandes fraîches transformées. En assisté, le critère de l'origine remonte légèrement, étant cité par 15% des shoppers, mais le prix et la marque restent toujours retenus par plus de la moitié des répondants.

²⁸ ADEME-Eco emballages, « Etude de perception de l'emballage et d'image du recyclé », dont une enquête réalisée par Ipsos auprès d'un échantillon représentatif de la population (2013 répondants) en 2014.

Figure 34 Origine des ingrédients comme critère d'achat par catégorie de produits



Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête shopper avec 632 observations et 332 questionnaires complétés février-mars 2018

7.3.3 La compréhension des mentions de l'origine et les représentations associées

Les origines locale, régionale et France auxquelles les consommateurs font le plus confiance appellent des représentations positives

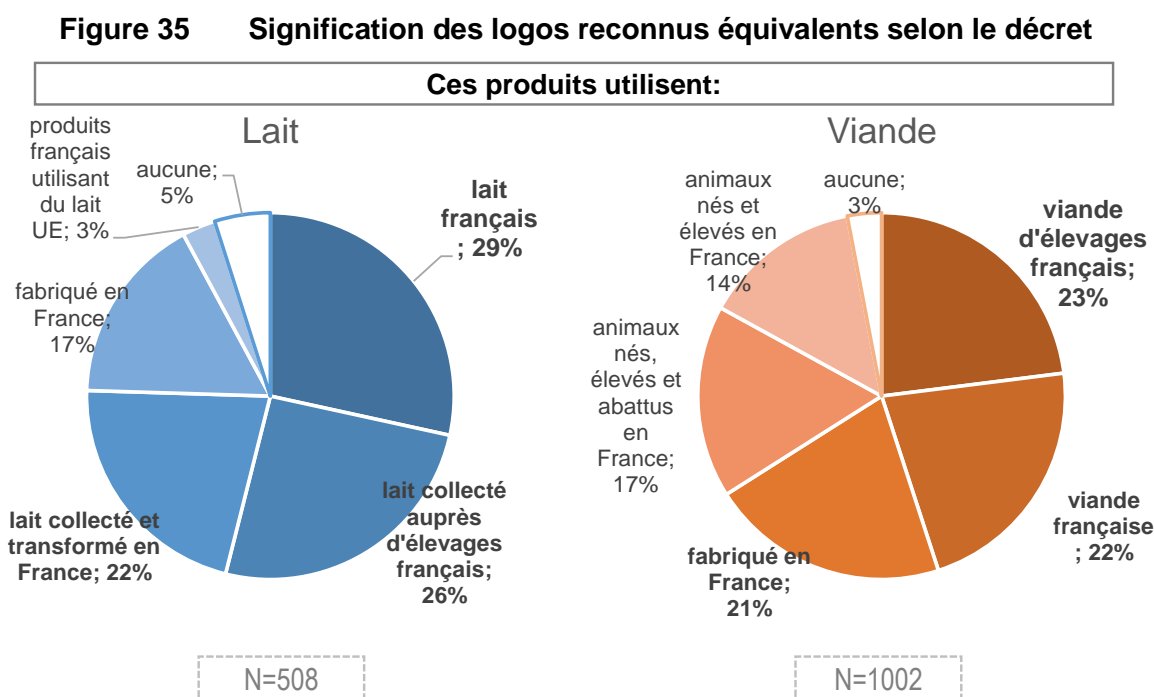
L'enquête en ligne a permis de tester les représentations que les consommateurs associent aux origines géographiques selon les produits entrant dans le champ du décret (voir plus de détail en Annexe).

Ces représentations montrent l'attachement fort des consommateurs français à la notion et aux valeurs de proximité et aux produits locaux, régionaux et nationaux que ceux-ci véhiculent. Un certain consensus transparait en arrière fond que même si les prix de ces produits de proximité peuvent être élevés, les consommateurs sont fortement attachés aux aspects qualitatifs et à un modèle d'agriculture familiale impliquée et porteur de valeurs, telles que la tradition, la durabilité écologique, le goût, le soutien à l'économie nationale, les garanties de bien-être animal, de traçabilité et d'hygiène. On remarque que plus la référence géographique devient lointaine (autre pays UE, UE dans son ensemble, pays hors UE) et/ou moins concrète (hors UE), plus les consommateurs doutent que ces produits peuvent leur offrir une qualité suffisante à la hauteur de leurs attentes. Ces autres origines sont principalement associées à des prix plus bas.

Les consommateurs ne comprennent pas entièrement toutes les subtilités et différences dans la manière d'indiquer l'origine en toute conformité avec le décret

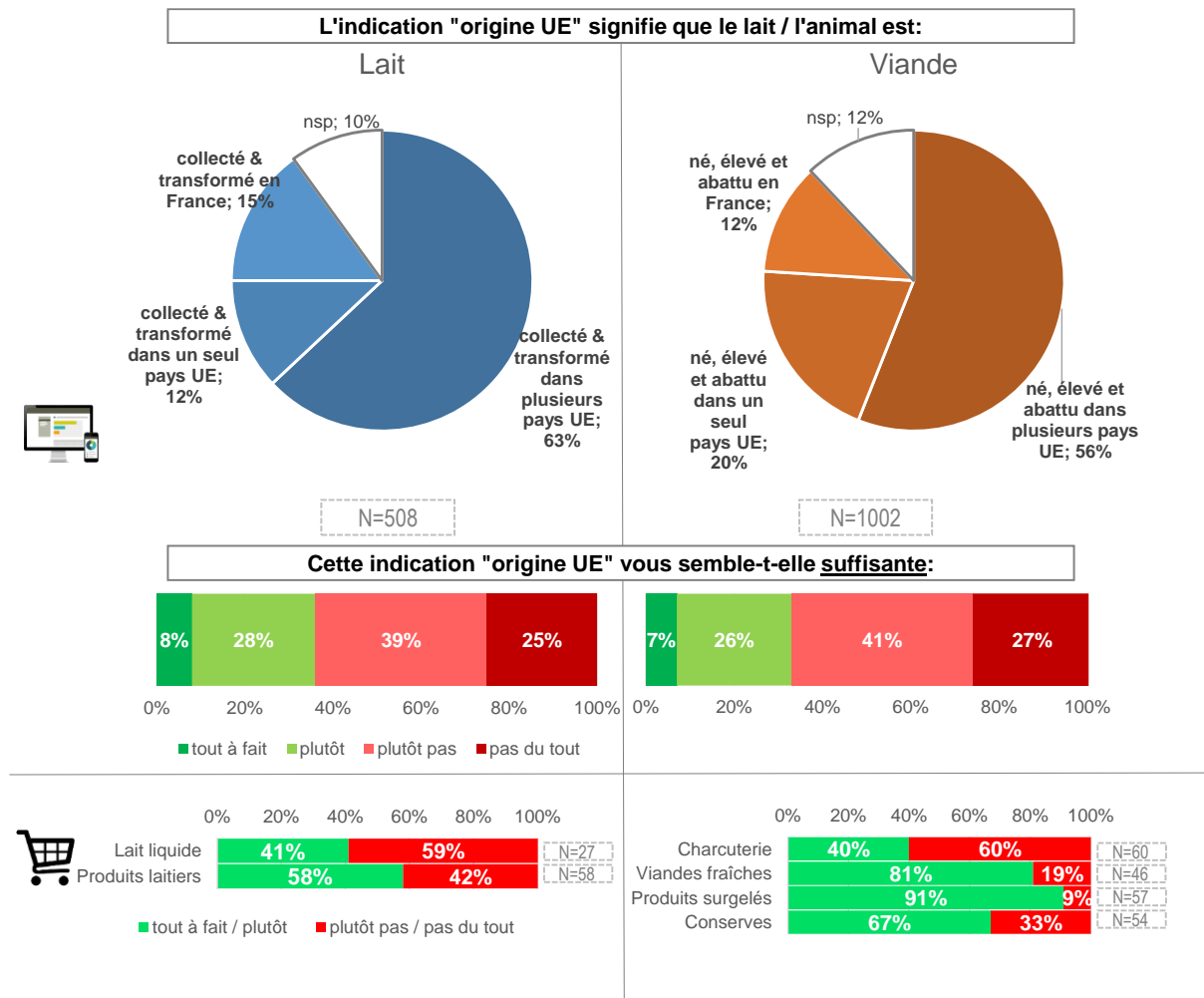
La mention de l'origine France au travers d'éléments visuels (logos) ne fait pas l'objet d'interprétation univoque de la part des consommateurs.

Un test visuel a été conduit auprès des consommateurs pour les produits à base de lait, d'une part, et pour les produits à base de viande, d'autre part. Des logos reconnus équivalents aux prescriptions du décret ont été montrés (cf. annexe) en combinant des visuels des interprofessions avec des visuels propres à certaines MDD. **Ces logos laissent place à toutes les interprétations possibles tant pour le lait que pour la viande.** Comme le montre la figure ci-dessous, quasiment toutes les interprétations sont indiquées dans des proportions similaires.



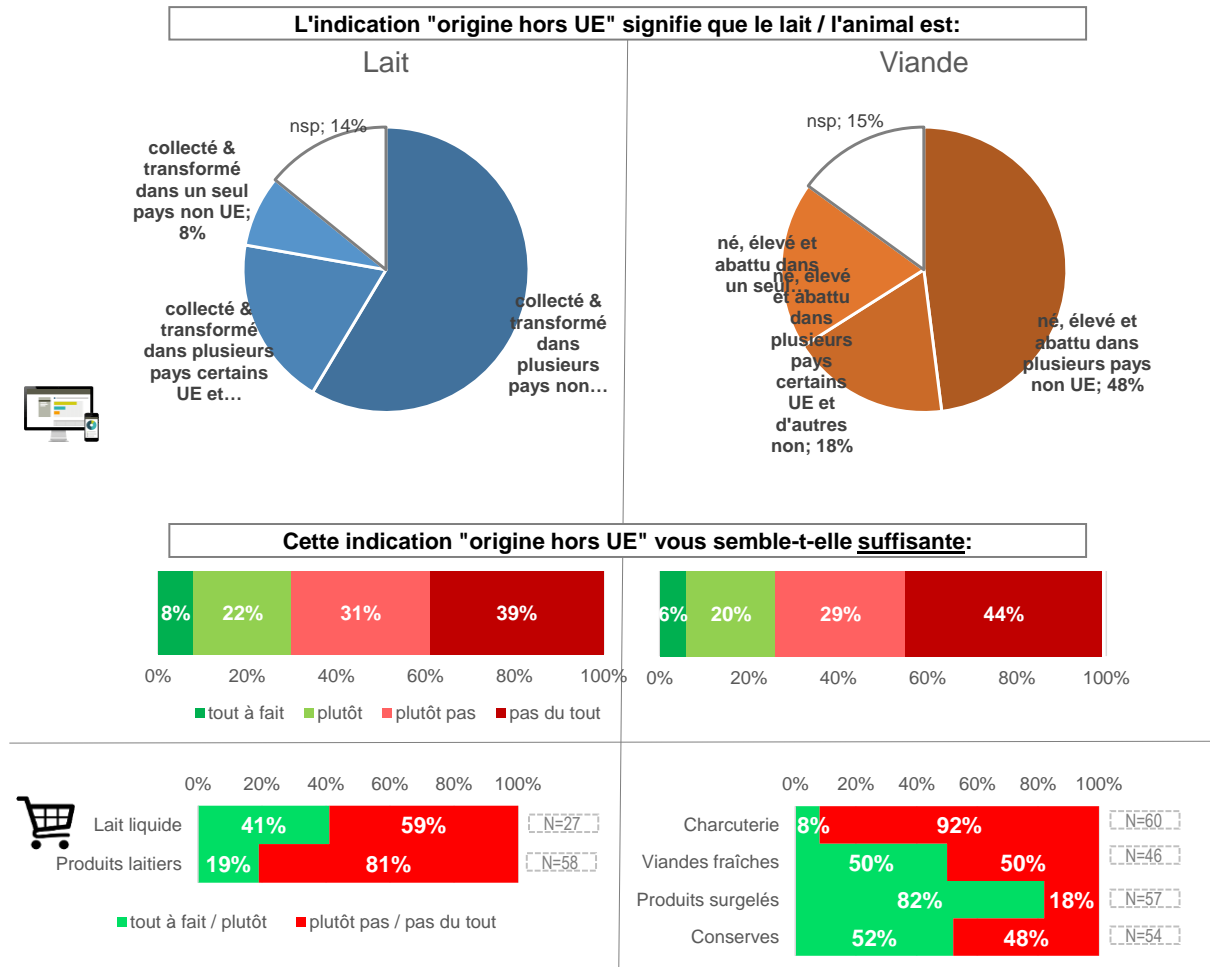
Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

L'indication « origine UE » induit majoritairement dans l'esprit du consommateur l'implication de plusieurs pays appartenant à l'Union européenne lors du processus de collecte du lait (63%) ou d'élevage des animaux (56%) ainsi que de leur transformation finale. Par contre, il est important de remarquer que cette indication n'est pas systématiquement clairement comprise par environ un quart des consommateurs interrogés – environ 25% que ce soit pour le lait ou pour la viande ne savent pas ce que cela signifie (10% lait ; 12% viande) ou pense que cela indique une provenance de la matière première et sa transformation liées à la France (15% pour lait ; 12% pour viandes). De plus, les avis exprimés par environ deux tiers des consommateurs indiquent leur insatisfaction quant à la précision de l'indication « origine UE ». Il faut nuancer ce constat avec les résultats de l'enquête shopper : dans l'ensemble cette indication serait insatisfaisante seulement pour un tiers des consommateurs en situation réelle d'achat. Elle est surtout satisfaisante pour les surgelés, les viandes fraîches ainsi que pour les conserves, tandis que les avis pour les autres produits testés dans l'enquête shopper (lait, produits laitiers et charcuterie) restent plutôt partagés.



Sources : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017 & enquête shopper avec 632 observations et 332 questionnaires complétés février-mars 2018

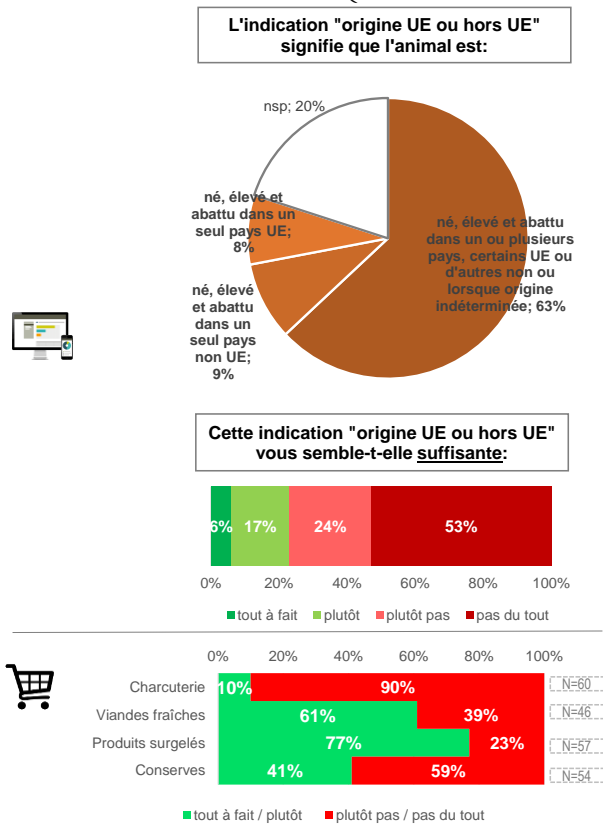
L'indication « origine hors UE » induit également dans l'esprit du consommateur l'implication de plusieurs pays n'appartenant pas à l'Union européenne lors du processus de collecte du lait (58%) ou d'élevage des animaux (48%) ainsi que de leur transformation finale. Cette indication peut également donner lieu à une non-compréhension ou confusion pour près d'un tiers des consommateurs interrogés – environ 33% des répondants, que ce soit pour le lait ou pour la viande, ne savent pas ce que « origine hors UE » signifie (pourcentages légèrement supérieurs à ceux pour l'indication « origine UE » : 14% lait ; 15% viande) ou pensent que cela indique une provenance de la matière première et sa transformation qui peuvent être également liées à des pays appartenant à l'UE (19% pour lait ; 18% pour viandes). Cette indication est encore moins suffisante que l'indication « origine UE ». Selon l'enquête en ligne, les avis exprimés par environ deux tiers pour le lait et trois quart pour la viande indiquent leur insatisfaction quant à la précision de la mention « origine hors UE ». Selon l'enquête shopper, cette mention ne satisfait que 2 consommateurs sur 5, étant la plus insatisfaisante pour les charcuteries (92%) et les produits laitiers (81%), mais plutôt satisfaisante pour les surgelés.



Sources : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017 & enquête shopper avec 632 observations et 332 questionnaires complétés février-mars 2018

Pour la majorité des consommateurs de viande interrogés, l'indication « origine UE ou hors UE » est interprétée de façon cohérente avec le décret, mais elle est considérée comme nettement insuffisante.

63% des consommateurs de viande comprennent le sens de la mention, mais cette dernière reste floue ou incompréhensible pour le 1/3 restant, avec un taux de « ne sait pas » le plus significatif (20%) comparé aux autres mentions (« UE » ; « hors UE »). Les consommateurs sont très clairement d'avis que cette manière d'indiquer l'origine n'est pas satisfaisante (77%, dont 53% pas du tout satisfaisante). En situation d'achat le degré d'insatisfaction est similaire (globalement 60%), étant le plus fort ici aussi pour la charcuterie, mais également important pour les conserves.

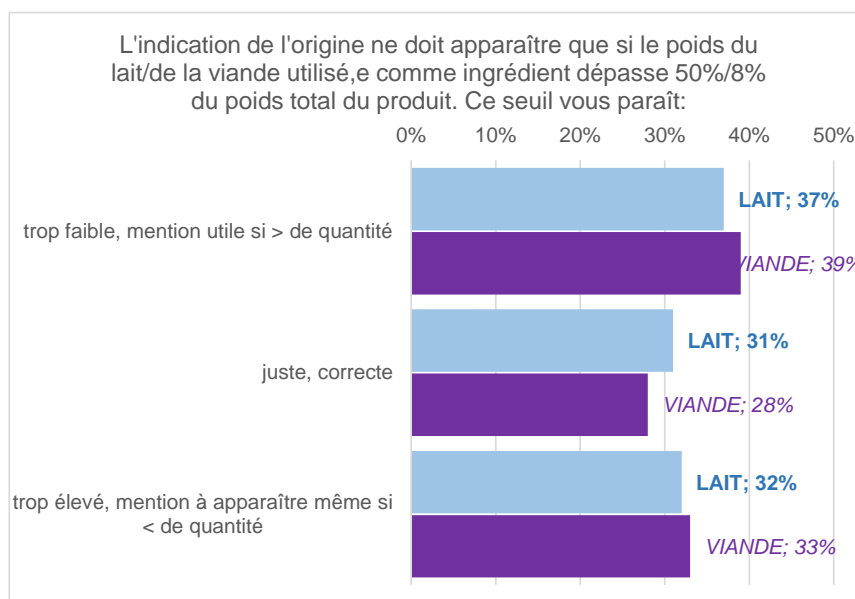


Sources : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017 & enquête shopper avec 632 observations et 332 questionnaires complétés février-mars 2018

Les consommateurs ne comprennent pas forcément les enjeux liés à la définition des seuils pour l'étiquetage obligatoire

Les avis des consommateurs quant aux seuils définis pour l'étiquetage obligatoire des produits à base de lait (50%) et de viande (8%) peuvent donner lieu à plusieurs interprétations, dont certaines divergentes.

Comme le montre le schéma ci-dessous, les avis des consommateurs sont quasiment également répartis entre les options « trop faible » ; « juste » et « trop élevé » et aucune d'entre elles ne se démarque véritablement pour dégager une tendance.



Source : OPSIO-ADE-Proteis, enquête en ligne auprès d'un échantillon représentatif décembre 2017

8. Evolution des comportements d'achat (QE E)

L'étiquetage obligatoire de l'origine induit-il une évolution des comportements d'achat ? (question E)

8.1 Approche

La question E couvre explicitement l'étiquetage obligatoire et donc celui en place depuis l'application du décret. Elle va un pas plus loin que la seule perception et compréhension par le consommateur. Elle concerne la période depuis le décret.

La question s'intéresse aux actes d'achat effectifs en lien avec l'information véhiculée par l'étiquetage obligatoire de l'origine. Les études récentes font en effet apparaître un paradoxe entre le souhait des consommateurs d'être informés sur l'origine et le faible consentement de payer pour ces informations, voire tout simplement de modifier un comportement ancré dans l'habitude.

Le critère de jugement selon lequel cette question sera abordée s'intéresse si le **consommateur en situation d'achat adapte ses choix selon l'origine des ingrédients.**

8.2 Synthèse de la réponse à la question

L'étiquetage obligatoire de l'origine induit-il une évolution des comportements d'achat ?

Une majorité de consommateurs souhaite connaître l'origine des ingrédients des produits (enquête en ligne), mais l'origine n'apparaît qu'en 6^{ième} à 9^{ième} position lors des critères d'achat.

Les consommateurs accordent une confiance très importante à l'origine régionale et française, presque tous sont susceptibles d'acheter des produits de ces origines. Plus de la moitié des consommateurs sont susceptibles d'acheter des produits dont les ingrédients sont d'origine UE.

Mais l'origine n'oriente que très peu le choix des consommateurs en acte d'achat.

L'intérêt réellement porté à l'origine en situation d'achat est faible. L'origine des ingrédients ne constitue pas un critère d'achat décisif. Selon les déclarations des consommateurs, elle reste un critère secondaire loin après le prix, la date limite de consommation, la marque ou les promotions. L'enquête shopper a permis de révéler que l'importance donnée à l'origine est encore moindre en situation réelle d'achat – en magasin, le consommateur y fait encore moins référence, excepté pour la charcuterie.

L'introduction de **l'étiquetage obligatoire de l'origine a peu influencé et modifié les comportements de consommation**²⁹.

La présence de l'indication de l'origine du lait / de la viande utilisé(e) comme ingrédient n'a quasiment pas modifié le comportement des acheteurs de toutes les catégories de produits rentrant dans le champ de l'enquête. En cas d'absence de l'indication de l'origine du lait ou de la viande utilisé(e) comme ingrédient, très peu de consommateurs renonceraient à l'achat (*sauf pour les produits de charcuterie avec un renoncement dans un cas sur deux*).

²⁹ Ces constats sont assez cohérents avec les enquêtes et entretiens réalisés auprès des industriels et des distributeurs qui déclarent que la mise en œuvre du décret n'a pas eu d'impact sur leurs ventes (*volume et valeur*) au niveau des produits de référence à l'étude.

8.3 Analyse

En situation réelle d'achat, le consommateur ne porte pas le même intérêt à l'origine que ce qu'il déclare en projectif

Ce n'est qu'un peu plus d'un quart des consommateurs (28%) qui a remarqué l'indication de l'origine du lait ou de la viande utilisé(e) comme ingrédient sur les emballages (voir figure ci-dessous). Ce constat aurait surtout été fait il y a longtemps (plus d'un an 20%).

Il y a tout de même des différences notables selon les catégories de produits :

- l'attention portée est bien plus grande pour la charcuterie pour laquelle près de 2 consommateurs sur 3 (68%) ont remarqué l'indication de l'origine ;
- cette attention est moins grande pour les produits surgelés et les conserves pour lesquels environ un consommateur sur dix a remarqué la présence d'indication de l'origine (respectivement 13% et 10%).

L'origine ne constitue pas un critère d'achat décisif, son rôle dans le choix des produits reste globalement limité mais avec des différences selon les catégories de produits

Près d'un quart des shoppers interrogés affirment que l'indication de l'origine joue un rôle dans le choix des produits alimentaires testés, toutes catégories confondues. Ce rôle est le plus important pour la charcuterie (63%), produit pour lequel le consommateur est le plus attentif à l'origine selon l'enquête shopper. Par contre, ce rôle reste très marginal pour les surgelés (13%) et les conserves (5%). (cf figure ci-dessous).

Selon l'enquête shopper, le comportement des consommateurs n'a pas été sensiblement modifié par le décret

La présence de l'indication de l'origine du lait / de la viande utilisé(e) comme ingrédient a peu modifié le comportement des acheteurs des différentes catégories de produits rentrant dans le champ de l'enquête³⁰.

L'inertie dans l'achat des produits est de mise : 89% des consommateurs qui ont remarqué l'indication de l'origine ont continué à acheter un produit qu'ils prenaient déjà indépendamment de cette indication de l'origine. La part de ceux qui ont remarqué l'indication de l'origine et qui achètent désormais un produit parce que l'origine est mentionnée est de 11% (et de 3% si on considère l'ensemble de l'échantillon). De nouveau, un changement de comportement plus important est observé pour la charcuterie (un peu moins de 1 cas sur 10).

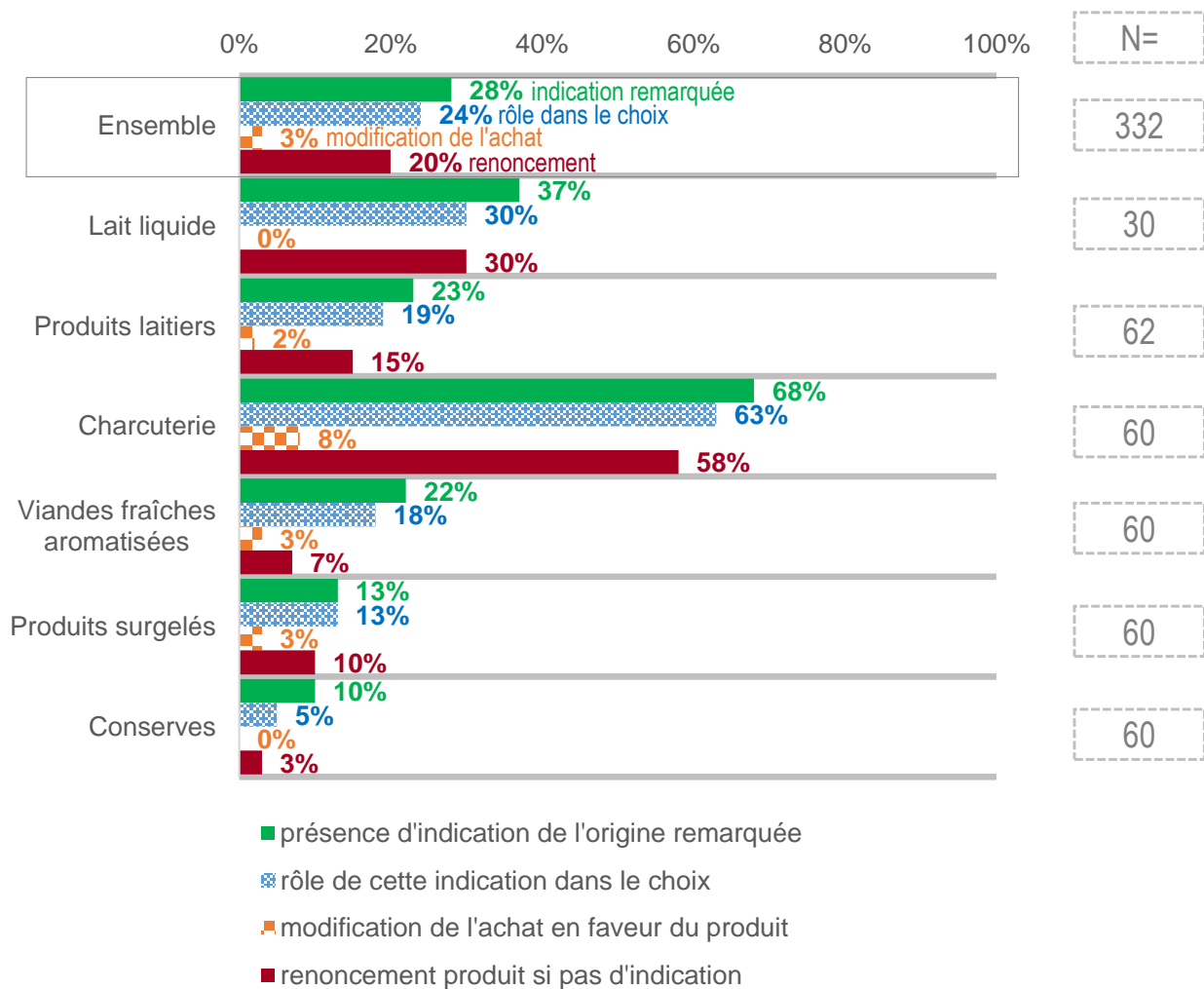
En termes contextuels, il est important de rappeler que l'information sur l'origine des produits couverts par le décret s'était développée progressivement selon les produits depuis 2012 impactant sans doute déjà le comportement du consommateur.

Selon l'enquête *shopper*, en situation réelle d'achat en magasin (produit posé dans le caddy), le consommateur (N=332) fait peu attention à l'origine lors de l'acte d'achat, excepté pour la

³⁰ Il faut rappeler que selon les produits, des informations volontaires étaient disponibles avant le décret en 2017 notamment pour les charcuteries à base de porc.

charcuterie.³¹ Près des trois quart (72%) n'ont pas remarqué la présence de l'indication de l'origine du lait / de la viande utilisé(e) sur les produits. Parmi les 28% (93) qui ont remarqué cette indication d'origine, 82 achetaient déjà ce produit et 10 sont de nouveaux acheteurs parce que l'origine est mentionnée. Parmi ce sous-ensemble de 93 consommateurs ayant remarqué l'indication de l'origine, 70% renonceraient à l'achat en cas d'absence de l'indication de l'origine.

Présence de l'indication de l'origine remarquée, son rôle dans le choix et modification de l'achat



Sources : OPSIO-ADE-Proteis, enquête shopper avec 632 observations et 332 questionnaires complétés février-mars 2018

³¹ Les achats de ces produits alimentaires se font de manière très rapide pour la plupart et quasi mécanique pour le lait et les produits laitiers. Les consommateurs passent très peu de temps dans les rayons (30 secondes en moyenne et moins de 20 secondes pour le lait, les produits laitiers et les conserves). L'enquête shopper n'a pas pu investiguer sur l'imaginaire collectif en termes d'origine du lait et des produits laitiers.

9. Impact sur les prix et le pouvoir d'achat (QE F)

Qu'en est-il de l'évolution des prix de vente des produits concernés par le dispositif et avec quels impacts sur le pouvoir d'achat des consommateurs ? (Question F)

9.1 Approche

La question porte sur l'impact éventuel du décret sur (1) les prix de vente au détail des produits concernés par le décret (2) ses éventuelles répercussions sur le pouvoir d'achat des consommateurs. L'impact est défini comme les effets induits par le décret, directement ou indirectement, intentionnellement ou non entre l'état de référence (2015-2016) et l'application du décret (2017).

L'approche est structurée autour de la déclinaison des deux critères de jugement suivants et des 8 catégories de produits de l'étude.

N°	Critères de jugement	Sous-critères	Commentaires et sources
CJ1	La mise en œuvre du dispositif a eu un impact sur les prix de ventes	1.1 Le décret a généralisé des coûts additionnels aux différents maillons de la chaîne	QEA – Surcoûts Entretiens et enquête
		1.2 Les éventuels surcoûts ont partiellement ou totalement été répercutés dans la chaîne de valeur jusqu'au consommateur final (prix de vente au détail)	QEC – Chaîne de valeur OFPM ³² – Rapport 2018 Entretiens et enquête
		1.3 Des variations de prix de vente sont observées pour l'échantillon de produits autour de la période de mise en œuvre du décret	Panel KWP INSEE - IPC OFPM – Rapport 2018
		1.4 Ces variations sont supérieures à l'évolution générale des prix et celle observée dans d'autres pays pour les mêmes catégories de produits	INSEE - IPC Eurostat - IPC
		1.5 Une partie des variations de prix ne peut pas être expliquée par d'autres facteurs et est potentiellement liée à la mise en place du dispositif	Analyse qualitative OFPM – Rapport 2018 Entretiens et enquête
CJ2	La variation du prix a un effet sur le pouvoir d'achat du consommateur	2.1 Des variations de prix de vente liées à la mise en œuvre du décret sont observées	Lien CJ1
		2.2 Les produits concernés représentent un poids significatif dans le panier du consommateur moyen	INSEE – Consommation effective des ménages

9.2 Synthèse de la réponse à la question

Qu'en est-il de l'évolution des prix de vente des produits concernés par le dispositif et avec quels impacts sur le pouvoir d'achat des consommateurs ?

Le décret n'a pas eu d'impact sur le prix de vente au détail de l'échantillon de produits (lait liquide demi-écrémé UHT, yaourt nature, camembert, emmental, jambon cuit de porc, jambon de volaille, poulet pané frais et nuggets & beignets panés frais de volaille).

³² Observatoire de la formation des prix et des marges.

Les réponses aux questions précédentes (*cf. questions A et C*) ont montré que **les éventuels surcoûts directs** liés au décret étaient très **limités et temporaires**. Ils n'ont **pas été répercutés dans la chaîne de valeur**. Les surcoûts temporaires liés à la mise en place du décret ont principalement été supportés par les entreprises agro-alimentaires. Dans le cadre de l'enquête en ligne auprès des industriels (*CST et plats cuisinés*), seules 3 entreprises sur les 95 répondants disent avoir répercuté en partie leurs éventuels surcoûts à leurs clients (*GMS*).

Les négociations 2017 et 2018 entre industriels et enseignes *GMS* **n'ont pas porté sur ce sujet, les niveaux de surcoûts ayant été considérés comme trop faibles** par la plupart des entreprises **pour en faire un véritable objet de négociation**.

Au niveau du secteur **lait et produits laitiers**, les **variations moyennes des prix de vente au détail** en 2017 sont toutes **inférieures ou égales à l'indice général des prix (+1%)** pour les quatre produits (*lait liquide, yaourt nature, camembert, emmental*). Au niveau du **jambon cuit de porc vendu en libre-service**, l'**augmentation** de +3,0% des prix de détail en 2017 **est très largement expliquée par l'augmentation** en 2016 puis en 2017 **du prix des découpes de porc utilisées comme ingrédient par** les entreprises de transformation comme le montre les derniers travaux de l'Observatoire de la formation des prix et des marges des produits alimentaires (OFPM). Cette augmentation n'aurait donc pas de lien direct avec la mise en place du décret. Au niveau de la volaille, l'augmentation de +3,3% de 2016/2017 des nuggets et beignets doit être relativisée, car (1) elle suit deux années de baisse et (2) le segment plus large des panés frais de volaille auquel il appartient ne progresse lui que de +1,3%, proche du niveau d'inflation.

A titre de comparaison, sur base des indices de prix à la consommation, **le prix des catégories de produits concernés par le décret ont généralement eu tendance à augmenter plus rapidement entre 2015 et 2017 en Allemagne, en Belgique ou au Luxembourg**, qu'en France.

Les transformateurs et les enseignes interrogés confirment que les fluctuations des prix de vente au détail des différents produits **ne sont pas liées à la mise en place du décret**, mais dépendent de facteurs extérieurs au décret. Comme le montre les travaux de l'OFPM, les éventuelles variations de coûts d'approvisionnement ne sont généralement pas directement répercutées sur le prix de vente au détail des produits transformés. Elles sont dans un premier temps intégrées aux marges des transformateurs et distributeurs pour permettre de lisser les prix au détail.

Le décret n'a pas généré d'augmentation de prix de détail dans la mesure où aucun coût direct n'a été répercuté. L'éventuel premium de prix par les enseignes sur les produits portant sur des origines spécifiques n'est pas le fait du décret en tant que tel, mais bien de choix commerciaux de la part des opérateurs. Les éventuels changements restent néanmoins marginaux, ils ne concernent que certaines enseignes et un nombre très limité de références dont les approvisionnements étaient déjà majoritairement d'une origine spécifique. De plus, les éventuelles stratégies des opérateurs de valorisation d'une origine spécifiques sont souvent antérieures au décret.

Le décret n'a pas eu d'impact sur le pouvoir d'achat des consommateurs

D'une part, la mise en œuvre du décret n'a pas eu d'impact sur les prix de vente au détail des produits en *GMS* et d'autre part, le poids relatif de ces produits reste relativement faible dans la consommation des ménages.

9.3 Analyse

Avant d'aborder l'analyse proprement dite de l'évolution des prix de détail, rappelons que :

1. Les évolutions des prix au détail doivent être rapportées à l'augmentation générale des prix qui était de +1,0% entre 2016 et 2017 suivant l'indice des prix à la consommation. (IPC, source *INSEE* ou *Eurostat*).
2. La période est marquée par de nombreux chocs externes qui ont pu affecter fortement les prix de ventes. Au niveau du secteur du lait, après plusieurs années de baisse, les prix moyens payés aux producteurs sont repartis à la hausse à partir de l'été 2016. Comme le montrent les travaux de l'Observatoire de Formation des Prix et des Marges (OFPM), cette remontée n'a toutefois pas eu de réel impact sur les coûts moyen d'approvisionnement des industriels pour les quatre produits suivis (*lait liquide demi-écrémé UHT, yaourt nature, camembert, emmental*), grâce notamment à la valorisation des coproduits.
3. En France, les modalités de négociation entre industriels et enseignes sont institutionnalisées et annuelles. Pour les MN, les négociations se clôturent fin février avec des prix en théorie fixés pour un an ou plus. Pour les MDD, elles se déroulent en mars-avril sur base des appels d'offres des enseignes et les prix d'achat de la grande distribution peuvent être corrélés sur les cotations des produits agricoles de base. Dans cette perspective, l'analyse est centrée sur l'évolution des prix de détail entre 2016 et 2017 en distinguant les MN et MDD.
4. Les deux sources mobilisées pour l'analyse sont complémentaires (IPC - INSEE ou Eurostat - et KWP). Elles reposent sur des méthodologies différentes, ce qui peut expliquer certaines différences. L'indice des prix à la consommation (IPC, source *INSEE* ou *Eurostat*) se base sur un panier constant et porte généralement sur une catégorie de produits. Les prix d'achat moyens pondéré du Kantar World Panel (KWP) permettent de cibler des produits spécifiques en distinguant également les types de marques (*marques nationales, MDD classiques ou thématiques, MDD économiques ou 1^{er} prix*). Son panier est variable car il est pondéré par les volumes d'achat (*en LS ou à la coupe*) des différents types de marques et intègre donc directement les éventuelles évolutions qualitatives suivant l'évolution des comportements d'achat des consommateurs. De légers écarts avec les chiffres présentés par l'OFPM peuvent exister. Ils s'expliquent en grande partie par le ciblage précis des produits de notre échantillon. A titre d'exemple, l'évaluation a ciblé le jambon cuit vendu en LS, seul soumis au décret, tandis que l'OFPM intègre également les produits à la coupe qui ne sont pas soumis au décret. Il en va de même pour les fromages par exemple. Ces éventuels écarts restent mineurs et ne remettent en aucun cas en cause les tendances observées ou les conclusions.

9.3.1 Evolution des prix de détail du lait et produits laitiers

Le tableau suivant reprend les évolutions du prix moyen pondéré au détail et des indices de prix à la consommation depuis 2014 pour les quatre produits suivis (*lait liquide demi-écrémé UHT, yaourt nature, camembert, emmental*).

Tableau 35 Prix moyen pondéré annuel au détail en GMS et indices de prix à la consommation (IPC) du lait et des produits laitiers

	2014	2015	2016	2017	2015 /2014	2016 /2015	2017 /2016	2017 /2015
Prix de détail moyen pondéré (Source : Kantar World Panel)								
LAIT LIQUIDE demi écrémé UHT Standard (€/l)	0,74	0,75	0,77	0,78	1,7%	2,3%	0,5%	2,8%
Marques nationales	0,72	0,73	0,74	0,76	2,0%	1,4%	1,7%	3,1%
MDD classiques ou thématiques	0,78	0,79	0,81	0,80	0,8%	2,8%	-1,7%	1,1%
MDD économiques	0,64	0,66	0,68	0,76	3,3%	3,9%	11,0%	15,3%
Yaourt nature (moyenne pondérée - €/kg)	1,64	1,64	1,63	1,65	-0,3%	-0,4%	1,1%	0,6%
Marques nationales	2,12	2,06	2,02	2,04	-2,8%	-2,0%	1,2%	-0,9%
MDD classiques ou thématiques	1,29	1,30	1,30	1,32	1,2%	-0,1%	1,2%	1,0%
MDD économiques	0,85	0,82	0,81	0,82	-3,6%	-1,1%	1,6%	0,5%
CAMEMBERT (moyenne pondérée €/kg)	6,70	6,64	6,52	6,55	-0,9%	-1,8%	0,5%	-1,3%
Marques nationales	7,16	7,02	6,80	6,79	-2,0%	-3,1%	-0,1%	-3,2%
MDD classiques ou thématiques	6,20	6,18	6,19	6,25	-0,4%	0,2%	1,0%	1,1%
MDD économiques	4,34	4,35	4,31	4,33	0,2%	-0,9%	0,5%	-0,4%
EMMENTAL (moyenne pondérée €/kg)	7,32	7,29	7,26	7,21	-0,4%	-0,5%	-0,7%	-1,2%
Marques nationales	8,82	8,71	8,37	8,41	-1,2%	-3,9%	0,5%	-3,5%
MDD classiques ou thématiques	7,25	7,13	7,06	6,97	-1,7%	-1,0%	-1,3%	-2,3%
MDD économiques	5,94	6,11	6,28	6,23	2,8%	2,8%	-0,7%	2,0%
Indices de prix à la consommation (IPC) (INSEE)								
IPC - Ensemble (base 2015=100)	99,96	100,00	100,18	101,22	0,0%	0,2%	1,0%	1,2%
IPC - Alimentation	99,55	100,00	100,58	101,62	0,5%	0,6%	1,0%	1,6%
IPC - 01.1.4.1 - Lait entier	100,54	100,00	100,03	100,92	-0,5%	0,0%	0,9%	0,9%
IPC - 01.1.4.2 - Lait demi écrémé	99,60	100,00	101,83	102,96	0,4%	1,8%	1,1%	3,0%
IPC - 01.1.4.4 - Yaourt	101,21	100,00	97,66	98,05	-1,2%	-2,3%	0,4%	-1,9%
IPC - 01.1.4.5 - Fromages et laits caillés	101,17	100,00	98,38	98,27	-1,2%	-1,6%	-0,1%	-1,7%
IPC - 01.1.4.6 - Autres produits laitiers	103,06	100,00	99,40	99,44	-3,0%	-0,6%	0,0%	-0,6%

Sources : Kantar World Panel. (*) Pour 2017, moyenne sur 12 premières périodes au lieu de 13, calcul du prix moyen annuel sur base de la somme des valeurs mensuelles sur la somme des quantités mensuelles (valeurs/quantités). IPC en base 2015 = 100 sur base de INSEE, Indice de Prix à la consommation selon nomenclatures Coicop.

Lait liquide : Le lait demi-écrémé standard UHT représente 73% des volumes de lait conditionnés achetés en France en 2017³³. Le prix de vente au détail progresse régulièrement depuis 2014. En 2017, le prix moyen pondéré par type de marque a augmenté de +0,5% (+1,1% sur base d l'IPC). Cette augmentation est principalement liée aux marques nationales (+1,7%) et aux MDD économiques (c.-à-d. premiers prix +11%), alors que les MDD classiques ou thématiques sont en léger repli (-1,7%). L'augmentation du prix moyen pondéré en 2017 reste inférieure à celle des années précédentes et à l'inflation (1,0%). Les industriels confirment que le décret n'a eu aucun impact sur le prix de vente au détail. Ce rayon était pratiquement à 100% en origine France, sauf dans certaines régions frontalières. Des mentions d'origine sur base volontaire du lait étaient déjà présentes à plus de 60%. Les éventuelles stratégies de valorisation des opérateurs sont antérieures au décret et portent plutôt sur les mentions locales ou régionales.

Yaourt nature : Les achats de yaourts nature sont en repli structurel depuis plusieurs années. Leur poids relatif dans le rayon a diminué (en termes de volumes vendus) au profit de produits plus élaborés à plus forte valeur ajoutée. Le prix moyen pondéré du yaourt nature est assez stable depuis 2010 (entre 1,63 et 1,65€/kg, à l'exception de 2013), malgré l'augmentation du coût de la vie. Les marges

³³ Source : Observatoire des Prix et des Marges.

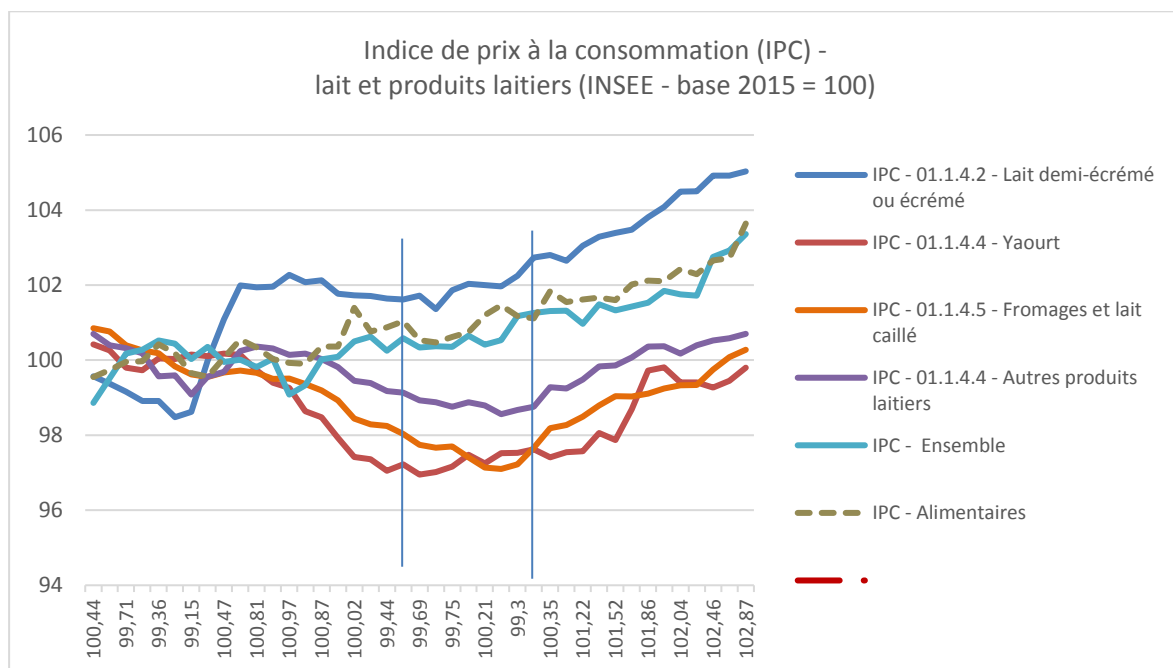
des transformateurs n'évoluant pas, les fluctuations des coûts des matières premières ont été assumées par les GMS sur leurs marges pour maintenir la stabilité du prix de vente au détail. L'augmentation en 2017 du prix de détail de **+1,1%** (+0,4% sur base de l'IPC) fait suite à 2 années de baisse successives et ne dépasse pas celle de l'indice général des prix (+1,0%). Malgré la remontée du prix du lait collecté à partir de l'été 2016, le coût de la matière première diminue grâce à la meilleure valorisation des coproduits.

Fromages - Camembert : Le camembert représente 7,5% des achats de fromages au lait de vache, en repli structurel depuis plusieurs années. Après deux années de baisse, le prix moyen pondéré reprend légèrement en 2017 (+0,5%) sans pour autant atteindre le niveau des prix d'avant 2016. Cette augmentation reste en deçà de l'indice général des prix à la consommation (+1,0%). Elle peut en partie être liée à la part croissante qu'occupent les marques nationales dans les achats des ménages. En effet, les achats en valeur sous MN restent stables en 2017 (+0,0%), alors que les MDD standards (-3%) et surtout les marques économiques (-19%) poursuivent leur repli et ne représentent ensemble plus qu'un tiers des achats de camembert.

Fromages - Emmental : L'emmental, sous toutes ses formes, représente près d'un quart des volumes du rayon fromage de vache. Depuis plusieurs années, ses ventes progressent plus rapidement en volume qu'en valeur en raison d'une baisse des prix et d'un report des achats au profit des MDD. En 2017, les prix moyens pondérés ont baissé de -0,7%, s'inscrivant dans la trajectoire des deux années précédentes. Après avoir atteint un plus bas en janvier 2017 (7,09€/kg), son prix est remonté progressivement en 2017 pour atteindre 7,35€/kg en novembre 2017. Cette croissance suit, avec un léger retard et dans une autre mesure, celle de la remontée à partir de l'été 2016 du prix moyen du lait standard payé au producteur.

Au cours de la période étudiée, les **indices de prix à la consommation du lait et des produits à base de lait** de notre échantillon ont évolué entre 2016 et 2017 de manière similaire (*lait conditionné*) ou moins rapide (*yaourt, fromages et autres produits laitiers*) que l'évolution générale des prix (*voir graphique*).

Tableau 36 Indices de prix à la consommation (IPC) du lait et des produits laitiers



Source INSEE – Indice de prix à la consommation Base 2015 = 100

9.3.2 Evolution des prix de détail des produits à base de viande

Tableau 37 Prix moyen pondéré annuel au détail en GMS et indices de prix à la consommation (IPC) de la viande et de produits à base de viande

Prix moyen (panel KWP)	2014	2015	2016	2017*	2015 /2014	2016 /2015	2017 /2016	2017 /2015
Prix moyen de détail en GMS (Source : Kantar World Panel)								
Jambon cuit en libre-service	11,12	11,08	11,27	11,60	-0,4%	1,8%	3,0%	4,8%
Marques nationales	13,17	12,84	13,21	13,56	-2,5%	2,8%	2,7%	5,6%
MDD classiques ou thématiques	10,96	10,83	10,71	11,04	-1,1%	-1,2%	3,1%	1,9%
MDD économiques	6,02	5,97	6,05	5,97	-0,8%	1,3%	-1,4%	0,0%
Jambon de volaille	11,56	12,00	12,10	12,52	3,9%	0,8%	3,5%	4,3%
Poulet pané frais de volaille	8,21	8,24	8,11	8,22	0,3%	-1,6%	1,3%	-0,3%
Nuggets et beignets panés frais de volaille	7,73	7,55	7,45	7,70	-2,4%	-1,3%	3,3%	2,0%
Indice de Prix à la Consommation (INSEE)								
IPC - Ensemble (base 2015=100)	99,96	100,00	100,18	101,22	0,0%	0,2%	1,0%	1,2%
IPC - Alimentation	99,55	100,00	100,58	101,62	0,5%	0,6%	1,0%	1,6%
01.1.2.1 - Viande de bœuf et veau	99,03	100,00	100,86	102,05	1,0%	0,9%	1,2%	2,0%
01.1.2.2 - Viande de porc	100,18	100,00	99,85	101,43	-0,2%	-0,1%	1,6%	1,4%
01.1.2.4 - Viande de volaille	100,67	100,00	99,98	100,59	-0,7%	0,0%	0,6%	0,6%
01.1.2.7 - Viandes séchées, salées ou fumées	99,63	100,00	100,31	101,20	0,4%	0,3%	0,9%	1,2%
01.1.2.8 - Autres préparations à base de viande	99,59	100,00	100,15	101,16	0,4%	0,1%	1,0%	1,2%

Sources : Kantar World Panel. (*) Pour 2017, calcul du prix moyen annuel sur base de la somme des valeurs mensuelles sur la somme des quantités mensuelles (valeurs/quantités). IPC en base 2015 = 100 sur base de INSEE, Indice de Prix à la consommation selon nomenclatures Coicop.

Jambon cuit : Les GMS représentent 72% des ventes de jambons cuits en valeurs des industriels. Les achats de jambons cuits s'érodent de manière régulière.

Le prix au détail du jambon cuit vendu en libre-service a augmenté de +1,8% en 2016 (de 11,08 à 11,27 €/kg, soit + 19 ct) et de +3,0% en 2017 (de 11,27 à 11,60€/kg, soit +33 ct/kg). Les travaux de l'OFPM montrent clairement que cette augmentation de prix est liée à l'augmentation des coûts d'approvisionnement en matière première. Cette augmentation n'aurait pas de lien avec le décret. En effet, le prix du porc a connu une remontée en 2016 et 2017, surtout au niveau des découpes, tiré par la demande chinoise en 2016 et un rattrapage du maillon abattage découpe après deux années de baisses. Pour le jambon cuit, le coût que représente l'ingrédient principal (découpes de porc) a augmenté de +6,2% en 2016 (soit +27ct/kg) et de +4,3% en 2017 (+20ct/kg). Les évolutions des prix de vente au détail (+52 ct/kg entre 2015 et 2017) sont donc parfaitement en ligne avec celles du prix des découpes de porcs utilisées comme ingrédient (+47ct/kg). La part des approvisionnements dans le prix de vente au détail du jambon cuit est ainsi passée de 41,5% en 2015 à 43,9% en 2017.

L'augmentation du prix de détail du jambon cuit en 2016 et 2017 repose sur ces conditions du marché et n'est pas liée à la mise en place du décret, ce que confirment les entretiens.

Nuggets et pané de volaille : Contrairement aux autres viandes, les achats de volaille sont en croissance, avec un report des achats des consommateurs vers des produits plus élaborés. Le prix de détail des panés frais de volaille (+1,3%), et plus particulièrement des nuggets et beignets panés frais de volaille (+3,3%) sont remontés en 2017. Cette hausse des nuggets doit néanmoins être relativisée car (1) elle suit deux années de baisse successives, pour revenir en 2017 à des niveaux de prix proches de ceux de 2014 et (2) les beignets et les nuggets appartiennent au segment plus large des panés frais de volaille qui lui ne progresse que de +1,3%, soit une progression proche de l'inflation.

L'évaluateur ne dispose pas de série de prix de détail pour la lasagne surgelée à base de viande bovine et le cassoulet.

9.3.3 Comparaison de l'évolution de l'IPC avec les autres pays limitrophes

A titre purement informatif, l'évolution de l'indice des prix pour les produits couverts par le décret est comparée entre la France et les pays voisins. Le tableau suivant permet de comparer l'évolution moyenne entre 2015 et 2017 des indices des prix à la consommation (IPC, base 2015 = 100) entre la France et les principaux pays voisins au niveau des catégories de produits couverts par le décret.

Tableau 38 Valeur moyenne 2017 de l'indice de prix à la consommation (Base 2015 = 100)

IPC 2017 en Base 2015 = 100	France	UE	Belgique	Allemagne	Espagne	Italie	Luxembourg
Lait écrémé et demi écrémé	102,96	101,92	106,85	109,7	96,09	99,6	102,30
Yaourt	98,05	102,10	102,22	103,0	99,73	99,8	100,22
Fromage et lait caillé	98,27	102,11	100,66	102,8	100,65	100,9	99,55
Autres produits laitiers	99,44	103,13	101,22	107,3	96,97	100,2	102,83
Viande	101,48	101,14	101,75	102,4	100,38	101,4	105,28
Bœuf et veau	102,05	100,98	100,85	101,7	100,78	101,8	108,61
Porc	101,43	102,38	102,57	104,3	100,49	100,3	108,52
Volaille	100,59	100,75	100,16	101,1	99,31	101,3	102,03
Viandes séchés, salés ou fumés	101,20	101,55	101,61	102,4	100,46	101,5	105,03
Autres préparations à base de viande	101,16	100,31	102,83	101,8	99,24	100,0	103,05

Source EUROSTAT Indice de Prix à la Consommation Harmonisé (IPCH) - Valeur moyenne 2017 (base 2015 = 100) [prc_hicp_aind]. Catégorie produits COICOP

A quelques exceptions près, **les prix des produits à base de lait ou de viande ont eu tendance à augmenter plus rapidement entre 2015 et 2017 dans les pays situés au nord** et qui n'ont pas mis en place ce type d'initiative, tels que l'**Allemagne**, la **Belgique** ou le **Luxembourg**, qu'en France.

Lait et produits laitiers : En moyenne, la croissance des prix des yaourts et des fromages a été plus importante dans les 5 pays étudiés qu'en France. Le prix du lait liquide conditionné est en hausse sensible en Belgique et en Allemagne, contrairement à l'Espagne ou l'Italie.

Viandes en tant qu'ingrédient : Les prix au détail des produits à base de viande (*viandes séchées, salées ou fumées et autres préparations à base de viande*) ont évolué de manière plus soutenue en Allemagne, en Belgique ou au Grand-Duché de Luxembourg, à l'exception de la viande de bœuf (BE/DE) et de volaille (BE). L'évolution des prix de la viande est légèrement plus favorable pour le consommateur en Espagne ou en Italie.

En annexes, les évolutions détaillées par trimestre des IPC sont reprises sous forme de graphiques pour quelques familles de produits.

9.3.4 Impact sur le pouvoir d'achat

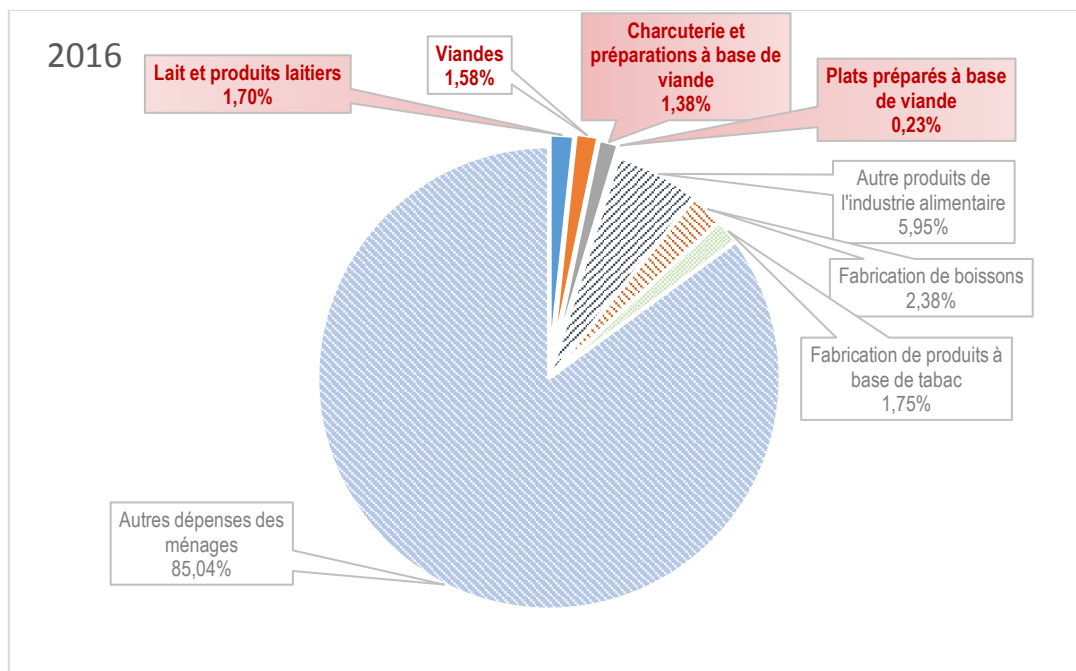
Le pouvoir d'achat est défini par la quantité de biens et de services que l'on peut acheter pour un revenu donné. Il dépend de l'évolution du revenu, des indices de prix et de la structure de la consommation. Seules ces deux dernières dimensions sont considérées ici.

L'impact éventuel sur le pouvoir d'achat dépend donc (1) **du niveau d'augmentation des prix de détail** lié à la mise œuvre du décret et (2) du poids relatif du produit concerné par le décret dans le panier du consommateur.

En ce qui concerne l'augmentation du prix de détail, l'analyse qui précède a conclu que le décret n'a pas pratiquement pas eu d'impact sur le prix de vente au détail des catégories de produits étudiés (*cf. sections précédentes*).

En ce qui concerne le poids des produits dans le panier du consommateur, il convient d'abord de situer la place des produits alimentaires. En 2016, les produits de l'industrie alimentaire (hors boisson et tabac) représentaient 10,8% de la consommation effective des ménages, qui comprenait le lait et les produits laitiers (1,70%), les viandes (1,58%), les charcuteries et préparations à base de viande (1,38%) et les plats préparés à base de viande (0,23%). Le graphique et le tableau permettent d'illustrer le poids des grandes familles de produits dans la consommation effective des ménages français.

Figure 36 Répartition de la consommation effective des ménages par produit



Source : ADE sur base des données INSEE sur la consommation effective 2016 des ménages par produits à prix courant

Tableau 39 Répartition de la consommation effective des ménages par produit

1,70%	Lait et produits laitiers	Laits liquides	0,22%
		Crème de lait	0,08%
		Yaourts et desserts lactés frais	0,34%
		Beurre	0,12%
		Fromages	0,94%
1,58%	Viandes	Viandes de boucherie et d'abattages (bovin, porcin)	0,87%
		Viandes de volailles sauf lapins et gibiers	0,49%
		Autres viandes	0,22%
1,38%	Charcuterie et préparations à base de viande		
0,23%	Plats préparés à base de viande		
5,95%	Autre produits de l'industrie alimentaire		
2,38%	Fabrication de boissons		
1,75%	Fabrication de produits à base de tabac		
85,04%	Autres dépenses des ménages		

Source : ADE sur base des données INSEE sur la consommation effective 2016 des ménages par produits à prix courant

Le lait et les produits laitiers, les charcuteries et préparations à base de viande et les plats préparés à base de viande représentent ensemble 3,31% de la consommation des ménages. Les produits touchés par le décret ne représentent qu'une part de ces 3,31% car l'univers éligible est plus restrictif (*seuils, produits bio, AOP/AOC, produits fabriqués à l'étranger, etc.*).

10. Impact sur les échanges commerciaux (QE G)

Quel est l'impact de la mesure sur les échanges commerciaux ?

Les effets du dispositif en matière de libre échange et l'impact sur les importations des produits seront à étudier. Pour ce qui concerne les questions d'approvisionnement, l'évaluation expertisera les éventuelles difficultés à s'approvisionner en matières premières d'origine française (*Question G*)

10.1 Approche

L'analyse de la logique d'action montre que les dispositions réglementaires européennes visent à **protéger les consommateurs** et à **garantir la libre circulation** des denrées alimentaires au sein de l'UE. L'article 38 (*règlement (UE)1169/2011*) permet aux Etats membres d'adopter des dispositions nationales pour ce qui n'est pas expressément harmonisé tout en précisant que ces **mesures nationales ne peuvent pas entraver la libre circulation des denrées alimentaires au sein de l'UE ou donner lieu à des discriminations entre Etats membres.**

La question s'inscrit dans ce cadre. Elle porte sur trois dimensions :

- L'impact éventuel du dispositif sur les importations des produits.
- Les effets du dispositif en matière de libre échange.
- Les éventuelles difficultés à s'approvisionner en matières premières d'origine française.

Pour rappel, l'impact est défini comme les effets induits par le décret, directement ou indirectement, intentionnellement ou non, entre l'état de référence (2015/2016) et l'application du décret (2017). Dans le cadre de cette question, l'analyse porte sur l'impact éventuel du décret sur les importations des produits. En effet, suite à l'introduction du décret, certains opérateurs peuvent avoir décidé de changer de comportements en termes de sources d'approvisionnement. C'est un effet potentiel indirect (et non intentionnel suivant la logique d'action) de la mise en œuvre du décret.

Les **produits couverts** par cette question sont le **lait et les viandes entrant dans la fabrication des denrées alimentaires en tant qu'ingrédients**. Le point de départ est constitué par les huit catégories de produits ; les codes douaniers des matières premières « lait » ou « viande » utilisées par les industriels ont été identifiés. Les travaux préparatoires avaient permis de confirmer les couples produits-pays qui nécessitaient d'être analysés plus en détail.

Ces éléments sont repris dans le tableau 40 ci-dessous. Au final, les produits retenus pour l'analyse sont les importations de **lait et la crème en vrac** pour le lait et le lait en tant qu'ingrédient, et les importations de **vianDES désossées de porc et de poulet** pour la viande en tant qu'ingrédient.

La viande bovine utilisée comme ingrédient (*viande transformée*) est d'origine française à 70%, le complément étant assuré par des importations en provenance de l'UE (*source : INTERBEV*). Ce complément est constitué pour l'essentiel (27%) d'avants de vaches laitières de réforme qui proviennent de trois pays de l'UE (*Allemagne, Pays Bas, Danemark*). Après désossage et découpe, ces viandes importées sont utilisées de façon très majoritaire pour la fabrication de steaks hachés surgelés dont la restauration collective et commerciale constitue le principal débouché. Ce secteur n'est pas concerné par le décret.

Toujours pour la viande bovine, les importations françaises provenant des pays tiers (*dites hors UE*) représentent des volumes limités ; elles sont dominées par les achats de viandes d'Amérique du Sud (*Hilton beef*) qui sont destinées à la restauration commerciale (*notamment celles des chaînes de grillades et d'hôtels*); ces produits ne sont pas non plus concernés par le décret n°2016-1137. La viande bovine utilisée comme ingrédient dans les différentes préparations représente une niche à l'échelle des volumes importés et du marché des viandes transformées : constitués de minerais issus du processus de désossage et de découpe dans les ateliers de découpes, il n'est pas possible de réaliser un suivi via les statistiques douanières disponibles du fait de l'absence de codes douaniers spécifiques.

Tableau 40 Ingrédients suivis pour l'analyse des échanges commerciaux

Catégories de produits	Produits	Ingrédients retenus	Pays d'origine	Commentaires
Lait	Lait liquide UTH ½ écrémé	Lait liquide en vrac (<6%MG)	BE, NL, DE, (ES)	Ces 4 pays concentraient en 2015 95% des importations de lait (<6%) en vrac ou conditionné
Produits laitiers (hors fromages)	Yaourt nature			
Fromages	Camembert (pâtes molles) Emmental (pâte pressée cuite)	Crème en vrac (> 21% de MG)	BE, NL, DE, (ES)	Ces 4 pays concentrent 87% des importations de crème (>21%) en vrac ou conditionné
Charcuterie – Salaisons – Traiteur (CST)	Jambon cuit porc	Viandes désossées de porc domestique	ES, (DE, DK, BE)	L'Espagne est le principal fournisseur de pièces pour la fabrication de jambon cuit
	Jambon cuit poulet			
Viandes fraîches transformées ou aromatisées	Nuggets de poulet	Morceaux désossés de poulets	NL, BE, DE, PL	
Produits surgelés	Lasagnes (pur bœuf)	-		Non repris dans le focus, l'essentiel étant d'origine France, peu de bœuf importé comme ingrédient des entreprises agroalimentaires, enjeux limités
Produits appertisés	Cassoulet	-		Multi-viande (voir porc-poulet)

Note : En gras, les Pays pour lesquels les échanges sont les plus importants

Seront aussi évoqués :

- Les flux de lait de vache embouteillés (*conditionnement en emballages de moins de 2 litres*).
- L'impact du décret sur les importations de lait de brebis, l'approche restant qualitative dans la mesure où il n'existe pas de code douanier spécifique à ce produit.

L'analyse est structurée autour de 4 critères de jugement :

- **CJ1 : Les entreprises agroalimentaires ont modifié l'origine pays de leurs approvisionnements** en lait ou viande utilisés comme ingrédient en lien direct ou indirect avec la mise en place du décret.
- **CJ2 : Les importations françaises ont évolué en volume pour le lait et la viande en tant qu'ingrédients depuis l'annonce du décret.**
- **CJ3 : Les évolutions observées attestent un lien possible, direct ou indirect, avec la mise en œuvre du dispositif.**

- **CJ4 : Des opérateurs rencontrent des difficultés à s'approvisionner en matières premières d'origine française** au niveau de chaque catégorie de produits.

L'analyse des données statistiques sur les importations est réalisée dans une perspective temporelle et a été systématiquement mis en perspective sur base des facteurs liés au contexte et les éléments plus qualitatifs recueillis au cours des entretiens et des enquêtes.

Mentionnons enfin que l'évaluateur avait sollicité en juin 2018 la FEVIA (*équivalent belge de l'ANLA*) pour l'éclairer sur les échanges commerciaux belges dans le secteur du lait sur base des premiers constats de posés par l'évaluation. Sur cette base, la CBL (*Confédération Belge de l'Industrie Laitière*) a réalisé une enquête auprès de ses membres à laquelle 6 entreprises ont répondu (*représentant 3/4 de la transformation belge du lait*) et a communiqué sa position sur le décret le 12 septembre. Certains éléments factuels ont été repris dans l'analyse.

10.2 Synthèse de la réponse à la question

Quel est l'impact de la mesure sur les échanges commerciaux ?

La question porte sur **l'impact de la mise en œuvre du décret sur les échanges commerciaux**, et plus particulièrement la question de son impact sur le libre-échange et l'importation de produits. Pour répondre à cette question, l'analyse a porté principalement sur l'importation de lait et de crème en vrac, de viandes de porc et de volaille désossées utilisés en tant qu'ingrédient en lien avec les 8 catégories de produits. Les cas plus spécifiques du lait embouteillé et du lait de brebis et de chèvre sont également évoqués.

Au préalable, il est important de **souligner la difficulté d'apprécier un effet net du décret sur les échanges commerciaux** et ce, pour plusieurs raisons : (1) les **faibles volumes** concernés au regard de la production nationale, (2) de la **période** d'observation 2015-2017 **marquée par de nombreux éléments de contexte** des filières et (3) des **stratégies préexistantes visant à privilégier des approvisionnements locaux** dans certains secteurs et (4) un contexte oligopolistique, où les **décisions ou stratégies individuelles de certains leaders peuvent avoir un impact important** sur les variables observées.

Changement des origines des approvisionnements en lait et viande (cf. rappel QE C)

Les entretiens avec les entreprises agroalimentaires leaders des 8 produits à l'étude **ne révèlent pas de modification significative en volume de l'origine pays de leurs approvisionnements** en lait ou viande en lien avec la mise en œuvre du décret.

Les **changements** d'origine se situent le plus souvent **à la marge** ou sont **associés** par les interlocuteurs **à des stratégies** propres aux opérateurs ou des démarches filières **antérieures au décret** ou encore aux **situations de marché** (écart de prix, saisonnalité, etc.). Les quelques cas de changement d'origine cités au niveau des groupes laitiers leaders, résultent d'une réorganisation des flux d'approvisionnement vers les produits pour lesquels l'entreprise a décidé de communiquer sur une origine spécifique sans nécessairement changer les volumes importés.

Les enquêtes auprès des PME (*filière CST et plats cuisinés*) ont montré que des changements d'origine des approvisionnements en viande ont pu intervenir sur la période principalement en vue de répondre aux demandes de leurs clients (*GMS pour leurs MDD*). Les enseignes concernées relativisent ce constat, ces demandes s'inscrivent le plus souvent dans une politique antérieure au décret ou ne portent que sur un nombre restreint de références, pour lesquelles les ingrédients provenaient déjà majoritairement d'une origine spécifique.

Evolution des importations de lait

Les importations de lait en vrac et embouteillées varient et ce depuis plus de dix ans, dans un contexte très mouvementé du marché du lait, avec notamment la fin des régulations publiques, la crise du lait de 2008/2009 et de mi-2014, la fin des quotas laitiers (2015). Les évolutions des importations doivent être lues face à ce contexte particulier.

Les importations françaises de lait en vrac et conditionné (<6%) varient au cours des 10 dernières années. Alors que les mouvements se compensaient globalement entre le lait en vrac et le lait conditionné jusqu'en 2015 (pourtant le fait d'opérateurs différents), tous deux diminuent en 2016 et 2017. Les montants sont faibles à l'échelle française, ils représentent moins de 2% de la collecte française. Ils passent d'environ 360k-400 k tonnes sur la période 2010-2015 à 290 et 236 k tonnes respectivement en 2016 et 2017.

Le lait en vrac provenait principalement de Belgique. Les évolutions montrent une forte diminution de 2007-2010, suivi d'une reprise (2011-2013) pour rechuter à nouveau de 2014-2017.

Même si les autorités belges ont fait un lien explicite entre une anticipation par les opérateurs du décret et la baisse des importations, plusieurs éléments permettent de **relativiser fortement le rôle éventuel du décret dans ce repli** : (1) les exportations belges de lait en vrac vers l'Allemagne diminuent dans les mêmes proportions, montrant bien la multitude de facteurs qui interviennent en dehors du décret (2) ; l'écart de compétitivité (*prix moyen payé aux producteurs*) s'est inversé à partir du second semestre 2016, les importations de lait en vrac ou conditionné en provenance de Belgique ou d'Allemagne devenant moins intéressantes car plus chères.

Les laits de petits ruminants (brebis et chèvre) ne sont pas identifiés dans la nomenclature douanière par des codes spécifiques, limitant de fait l'analyse des importations et des exportations. Néanmoins, l'enquête mensuelle laitière fournit cependant des informations sur les importations de lait de chèvre. Pour la filière lait de brebis les données reposent sur les entretiens avec les acteurs des bassins de production.

Au sein de la filière **lait de brebis**, le décret a accentué une tendance qui pré-existait déjà dans le secteur des produits ultra-frais à base de lait de brebis d'indiquer en facing une provenance française de l'ingrédient principal. Certains acteurs du bassin de Roquefort ont bénéficié d'une revalorisation de leurs excédents trouvant auprès des acteurs « hors interprofessions » un débouché plus rémunérateur que ceux offerts par les produits de diversification ou de dégageant (*poudre de lait de brebis*). Pour cette filière, le décret a donc eu des effets relativement limités et indirects en accentuant un recentrage des achats sur une origine France du lait de brebis par les acteurs « hors interprofessions ».

En ce qui concerne le **lait de chèvre**, la période 2015-2017 est marquée par une hausse de près de 30% en volume des importations françaises. L'évaluation ne permet pas d'identifier un lien de causalité entre la mise en place du décret et l'évolution des importations qui obéissent à d'autres logiques : stratégie des opérateurs, trading, opportunités liées à des offres compétitives d'autres pays (notamment des Pays-Bas où le prix du lait de chèvre est en net recul en 2017)), exportations de produits à base de lait UE de la part des transformateurs français, etc.).

Evolution des importations du lait et de la viande utilisée comme ingrédient

En ce qui concerne **les 3 autres ingrédients** à l'étude, crème en vrac, viande de porc et viande désossée de poulet, **les évolutions des importations** entre 2015 et 2017 restent **guidées par des facteurs externes** ou antérieurs au décret : Les **importations de crème en vrac progressent de manière importante (+58%)** entre 2015 et 2017 à la faveur d'une demande intérieure forte. La

baisse en 2016 des importations de viande de porc désossée liée au contexte particulier d'une demande chinoise forte, mais temporaire, a été **compensée en 2017** de manière à s'inscrire parfaitement dans les tendances des années précédentes (-7,6% entre 2015 et 2017). La **croissance des importations de viandes désossées de poulet se poursuit** entre 2015 et 2017 et se renforce même.

Difficulté d'approvisionnement en matière première d'origine française

Les difficultés d'approvisionnement en matière première d'origine française concernent essentiellement : la matière grasse laitière pour laquelle la France est structurellement déficitaire, le lait de petits ruminants dont la production fluctue au cours de l'année (saisonnalité - ultrafrais) ou certaines pièces de porc (ex : jambon).

10.3 Analyse

Au regard de la question du libre-échange, il est important de rappeler que l'objectif du décret est d'informer le consommateur sur l'origine des ingrédients, tels qu'illustré dans la logique d'action. L'obligation d'indication de l'origine des ingrédients ne s'applique qu'aux produits fabriqués et vendus en France, il ne s'applique pas aux produits fabriqués à l'étranger et vendus en France. Le décret impose de mentionner l'origine des ingrédients lait/viande. La possibilité des mentions telles « UE », « non UE » ou « UE ou non UE » laisse aux entreprises qui le souhaitent toute latitude pour optimiser leurs sources d'approvisionnement en fonction du contexte ou des marchés.

10.3.1 Contexte général

Un éventuel impact du décret sur les échanges commerciaux reste délicat à déterminer/isoler pour les raisons suivantes :

- 1) Les flux commerciaux se sont intensifiés au cours de la dernière décennie et sont devenus de plus en plus complexes. De plus, une tendance à la concentration est observée au niveau de la plupart des secteurs, avec quelques groupes qui détiennent l'essentiel des parts de marché en LS. Dans ce contexte oligopolistique, les décisions ou les stratégies individuelles de certains leaders peuvent avoir un impact important sur les variables observées, sans lien avec la mise en œuvre du décret ou les fondamentaux du marché.
- 2) La période d'observation 2015-2017 a été particulièrement marquée par des facteurs/chocs externes importants dans un contexte de libéralisation des marchés et de mondialisation des échanges : la fin des quotas laitiers (avril 2015), la demande asiatique fluctuante (lait et viande de porc), l'embargo russe de mi-2014, les crises laitières de 2008 et 2016, les crises sanitaires (*volaille/grippe aviaire influenza*), etc. Ces chocs exogènes sont bien plus puissants que les effets potentiels du décret sur les échanges commerciaux.
- 3) Une tendance de fonds préexistait avant le décret visant à privilégier des approvisionnements locaux dans certains secteurs, en réponse notamment aux différentes crises (*cf. état de référence*). Il est dès lors difficile de discerner les effets propres de la mise en œuvre du décret par rapport aux effets des initiatives et stratégies spécifiques des opérateurs ou des filières antérieures au décret.

10.3.2 Lait et produits laitiers

Au niveau du secteur lait, les deux principaux ingrédients entrant dans la fabrication du lait et du lait comme ingrédient ont été analysés (lait liquide de vache, yaourts, fromages) :

- L'importation de lait liquide en vrac d'une teneur en matière grasse de 0 à 6%³⁴.
- L'importation de crème liquide en vrac d'une teneur de matière grasse de plus 21%³⁵ pouvant entrer dans la fabrication du fromage.

Un contexte particulièrement mouvementé pour les marchés du lait

Pour rappel, la période étudiée (2007-2013-2017) s'inscrit dans un contexte particulièrement mouvementé au niveau du secteur lait, avec la fin des quotas laitiers et la libéralisation des marchés du lait, l'accroissement des volumes collectés au niveau européen, avec une première crise du lait en 2008/2009 qui s'est répétée depuis. Un autre effondrement des prix du lait et une crise du lait a eu lieu mi-2014, un plan de réduction volontaire de la production (au niveau français et européen) et les conséquences de la sécheresse de 2016, l'impact de la fluctuation de la demande chinoise, le déficit de matière grasse en 2017, etc. Ces différents éléments de contexte ont créé des fluctuations bien plus importantes que par le passé dans les échanges commerciaux ou les effets éventuels de la mise en œuvre du décret.

Tableau 41 Collecte et exportations de lait et crème liquide de la France et de ses principaux partenaires européens vers l'UE (2016)³⁶

En 2016 (en 1000 de t)	Collecte annuelle	Produits	Exportations vers l'UE	En % de la Collecte	dont vers la FR	En % de la Collecte
France	24.453	Lait en vrac	485	1,98%	-	-
		Lait conditionné	365	1,49%	-	-
		Crème	177	0,72%	-	-
Belgique	3.882	Lait en vrac	274	7,06%	84	2,16%
		Lait conditionné	353	9,11%	109	2,81%
		Crème	164	4,22%	49	1,26%
Allemagne	31.973	Lait en vrac	1.433	4,48%	10	0,03%
		Lait conditionné	918	2,87%	48	0,15%
		Crème	183	0,57%	16	0,05%
Pays-Bas	14.324	Lait en vrac	605	4,23%	16	0,11%
		Lait conditionné	67	0,47%	2	0,02%
		Crème	146	1,02%	13	0,09%
Espagne	6.864	Lait en vrac	79	1,15%	23	0,33%
		Lait conditionné	90	1,31%	1	0,02%
		Crème	185	2,70%	33	0,48%

Source : Eurostat. Quantité en millier de tonnes. Lait liquide <10% de MG et crème liquide = crème et lait liquide non concentré > 10%

³⁴ Codes NC8 : 04011090, 04012019, 04012099 - Lait et crème de lait, non-concentrés ni additionnés de sucre ou d'autres édulcorants, d'une teneur en poids de matières grasses ≤ 6 % (à l'excl. en emballages immédiats d'un contenu net ≤ 2 l). Limite à 6% de MG pour cibler le lait de vache.

³⁵ Codes NC8 : 04015039, 04015099 - Lait et crème de lait, non concentrés ni additionnés de sucre ou d'autres édulcorants, d'une teneur en poids de matières grasses > 21%, autres qu'en emballages immédiats d'un contenu net ≤ 2 l.

³⁶ Il est intéressant de remettre en perspective l'importance relative des échanges commerciaux, notamment avec la France, pour les principaux partenaires dans le secteur du lait. Ainsi, si les exportations belge et française de lait et crème liquide vers leurs partenaires européens sont assez similaires en volume, rapporté à la collecte par contre elles représentent moins de 4,2% en France et plus de 20% pour la Belgique. En 2016, respectivement 31% des exportations belges de lait en vrac et 30% de lait conditionné sont destinés à la France. A contrario, les exportations allemandes de lait et crème liquide vers la France s'élève à 0,2% de la collecte.

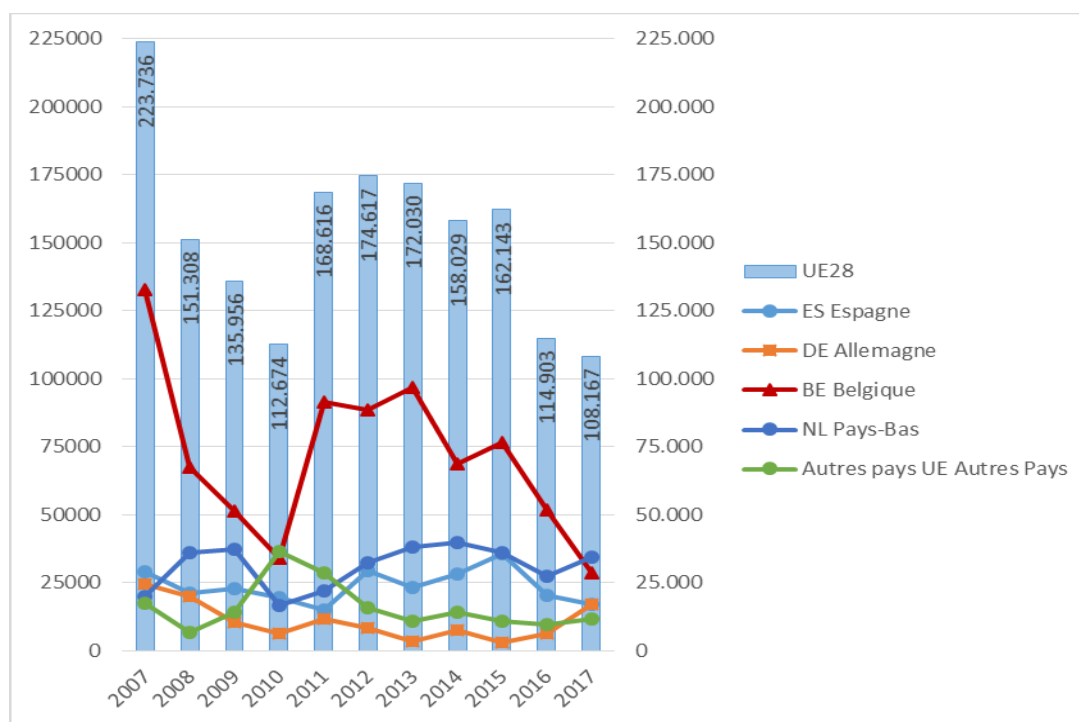
Les évolutions des importations françaises sont à lire face à ce contexte.

Au niveau des importations en lait liquide, il faut distinguer les laits conditionnés (= ou <2l), qui sont amenés des pays limitrophes par les distributeurs, généralement si le prix est inférieur et, d'autre part, le lait cru en vrac collecté auprès de producteurs situés à l'étranger et livré sur des sites situés en France et/ou qui servent à compléter la production en période creuse. Les laiteries françaises n'importent en général pas de lait UHT.

Les évolutions de ces importations sont comparées globalement, ensuite elles sont commentées individuellement, pour le lait liquide en vrac et pour le lait embouteillé.

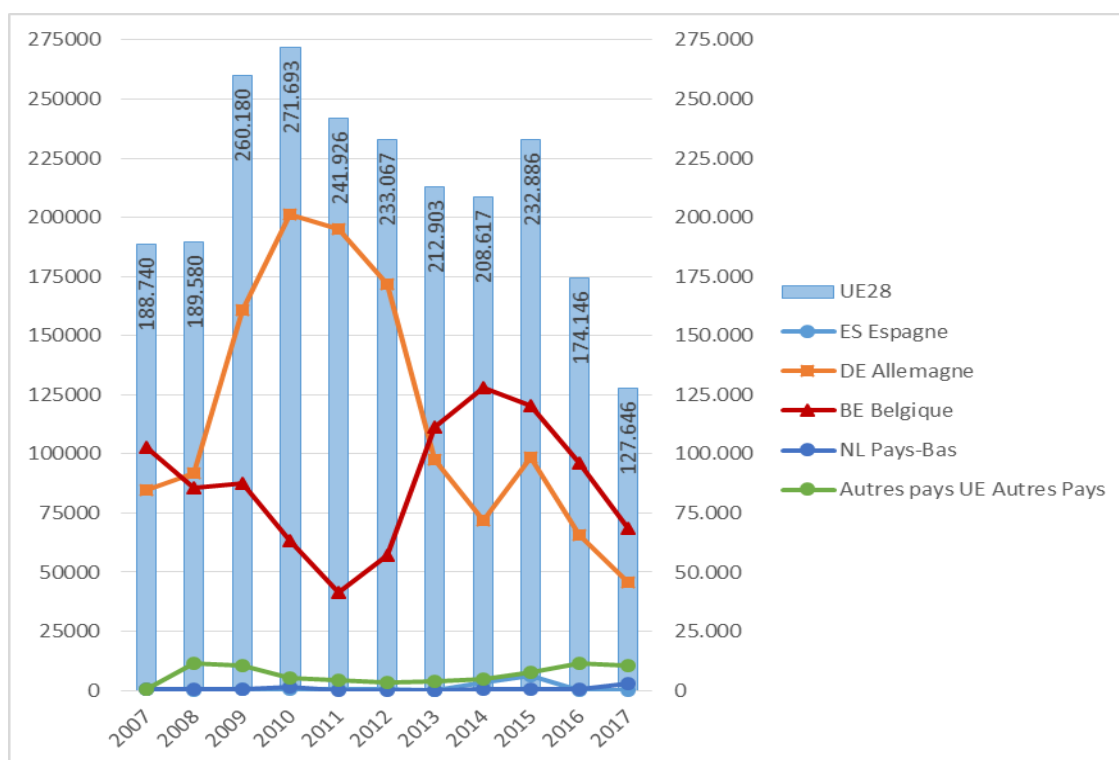
L'évolution des importations françaises de lait en vrac (<6%MG) et de lait conditionné (<6%MG) au cours des 10 dernières années (depuis 2007) montre des variations parfois importantes et pas toujours parallèles comme l'illustrent les figures 37 et 38. Alors que les importations de lait en vrac chutent de 2007-2010 (de 223 à 112 k tonnes), le lait conditionné affiche une tendance inverse (de 189-271 k tonnes). La période 2011-2015 est plus relativement stable avec un petit repli en 2014. Les volumes diminuent en 2016 et 2017, pour s'établir au niveau de 2010 pour le lait en vrac, et à un niveau inférieur pour le lait liquide (128k tonnes).

Figure 37 Evolution des importations de lait liquide en vrac (<6%) par provenance de 2007-2017 (en tonnes)



Source : Eurostat (extraction, série [DS-016890]). En tonnes. Codes NC8 [04011090, 04012019, 04012099]

Figure 38 Evolution des importations de lait conditionné (<6%) par provenance de 2007-2017 (en tonnes)



Source : Eurostat (extraction, série [DS-016890]). En tonnes. Codes NC8 [04011090, 04012019, 04012099]

Importation de lait liquide en vrac

L'importance des importations de lait en vrac comme ingrédient en France doit être relativisée

La France est excédentaire en lait. Contrairement à d'autres pays européens, le marché du lait est organisé en France autour de la contractualisation des volumes produits par les éleveurs avec les laiteries.

Les importations de lait liquide en provenance de l'UE sont limitées au regard de la production nationale. Ainsi, l'importation de lait liquide représentait 289.000 tonnes en 2016 (soit 1,17% de la collecte), dont **115.000 t de lait en vrac (0,47% de la collecte)**³⁷. Les exportations de lait liquide s'élevaient à 962.000 tonnes (soit 3,91% de la collecte), dont 599.000 tonnes en vrac et 364.000 tonnes conditionnées. La France est donc exportateur net (solde) de lait.

Les entreprises de transformation recourent relativement peu en volume à l'importation de lait en vrac comme ingrédient. Les importations de lait en vrac concernent notamment le lait collecté auprès de producteurs situés à l'étranger et livrés sur des sites de transformation situés en France, en général à proximité de la frontière, notamment en vue d'optimiser les circuits de collecte. Elles servent aussi d'approvisionnements aux périodes de creux de collecte (été-automne) et de hausse de la demande (à la rentrée de septembre), alors que ce creux est décalé dans le temps dans d'autres pays (en novembre pour les pays du nord ou ceux qui pratiquent davantage l'élevage hors-sol). La France est par contre déficitaire historiquement en beurre et depuis l'année 2017 en crème.

³⁷ France Agrimer « Les marchés des produits laitiers, carnés et avicoles, Bilan 2017 et Perspectives 2018 », février 2018.

Les importations de lait en vrac accusent un net repli en 2016 qui se prolonge en 2017 pour la Belgique, contrairement aux deux autres principaux fournisseurs en lait de vache. Plusieurs éléments d'analyse relativisent fortement le rôle éventuel du décret dans ce repli.

L'analyse qui suit porte sur l'évolution des importations de lait en vrac en provenance des autres Etats membres, avec une attention particulière sur les 3 principaux fournisseurs de la France en lait de vache (*Belgique, Pays-Bas, Allemagne*). L'Espagne sera traitée comme un cas à part puisque les importations en provenance de ce pays concernent essentiellement du lait de brebis et de chèvre.

Tableau 42 Importation de lait liquide en vrac en France (en 1000 t)

Codes NC8	Produits	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 2015/2013	évol. 2017/2015
Importation de lait liquide en vrac (en millier de tonnes, intra UE-28)								
Lait liquide en vrac d'une teneur en MG égale ou inférieure à 6%								
		172,03	158,03	162,14	114,90	108,17	-5,7%	-33,3%
4011090	Lait liquide en vrac, <= 1% de MG	12,01	14,18	27,22	11,02	9,33	126,5%	-65,7%
4012019	Lait liquide en vrac, de 1 à 3% de MG	14,45	24,35	17,64	16,10	19,36	22,1%	9,8%
4012099	Lait liquide en vrac, de 3 à 6% de MG	145,57	119,50	117,29	87,78	79,48	-19,4%	-32,2%
Détail pays - Lait liquide en vrac d'une teneur en MG égale ou inférieure à 6%								
BE	Belgique	96,81	68,60	76,74	51,80	28,38	-20,7%	-63,0%
NL	Pays-Bas	37,89	39,73	36,18	27,20	34,40	-4,5%	-4,9%
ES	Espagne	23,17	28,34	35,57	20,29	16,86	53,5%	-52,6%
DE	Allemagne	3,27	7,32	2,99	6,11	16,98	-8,5%	468,1%
	Autres pays	10,89	14,04	10,66	9,50	11,55	-2,1%	8,4%

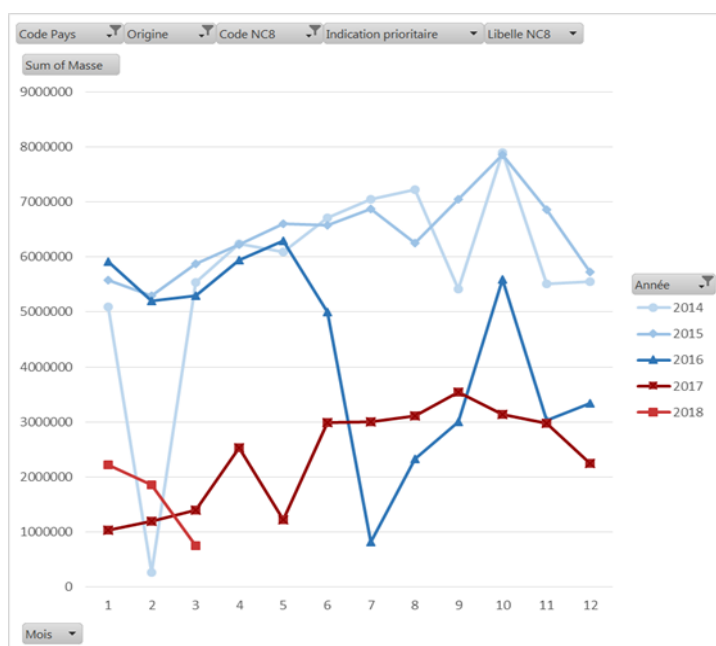
Source : Eurostat (extraction, série [DS-016890], mise à jour 18 mai 2018). En millier de tonnes.

Les importations de lait en vrac ont accusé un net repli (-33% en volume) entre 2015 et 2017. Cette baisse est plus marquée en 2016 (-29%) qu'en 2017 (-6%). Des **trajectoires différentes** sont observées **en fonction des pays partenaires. Le repli concerne essentiellement la Belgique** (-63%), partenaire historique, qui accuse deux années de baisse successive (-33% en 2016 et -45% en 2017). Dans le cas des Pays-Bas, les volumes perdus en 2016 (-25%) ont quasi intégralement été regagnés en 2017 de manière à revenir à des niveaux comparables à 2015 (-4,9%) pour devenir en 2017 le premier pays d'approvisionnement devant la Belgique. Bien que se situant à une autre échelle, les importations en provenance d'Allemagne ont par contre été multipliées par 4 entre 2015 et 2017, faisant passer la part de l'Allemagne de 1,8% à 15,7% des importations françaises de lait en vrac.

Une perspective historique montre que les importations françaises de lait en vrac sont variables dans le temps, en particulier en provenance de Belgique avec une forte chute en 2007-2010, une remontée en 2011 suivie d'une stabilisation entre 2012-2013, puis une rechute à partir de 2014. Les niveaux atteints en 2017 sont comparables à ceux de 2010.

Les données mensuelles montrent que le premier point de rupture est observé au niveau des importations en provenance de la Belgique entre mai et juillet 2016. Elles sont ainsi passées en 2 mois de 6.300 tonnes à 820 tonnes, avant de repartir à la hausse entre juillet et octobre 2016 à la faveur de la saison creuse, sans jamais plus revenir aux niveaux des quatre années précédentes.

Figure 39 Importation de lait liquide et de crème en vrac (en kg) en provenance de Belgique



Source : Douanes françaises – en Kg Codes NC8 [04011090, 04012019, 04012099] – Lait liquide 0-6% de MG.

Même si les autorités belges ont fait un lien explicite entre une anticipation par les opérateurs du décret et la baisse des importations, les éléments développés ci-dessous permettent **de relativiser fortement le rôle éventuel du décret dans ce repli**.

Les entretiens auprès des leaders ne révèlent pas de modifications significatives en volume de l'origine pays de leurs approvisionnements en lait lié à la mise en œuvre du décret. Les importations de lait restent marginales au regard des volumes collectés et les initiatives d'étiquetage volontaire de l'origine étaient déjà bien présentes avant le décret au niveau du lait liquide.

L'un des leaders interrogé rappelle néanmoins que certaines implantations frontalières optimisaient à la marge leur circuit de collecte auprès de producteurs situés à proximité de la frontière. L'annonce du décret sur l'étiquetage d'origine a pu conduire certaines de leurs usines à abandonner cette pratique. Dans le cas de la France, les volumes considérés restent toutefois limités au regard de la collecte.

La CBL explique sur base des enquêtes auprès de ses membres que « *jusque fin 2016, un collecteur belge livrait son lait dans ses usines dans le nord de la France. Mais depuis 2017, les gestionnaires de ces usines françaises ont conclu des accords d'échange de lait. Par conséquent le lait belge qui quittait auparavant la Belgique pour la France est dorénavant livré et transformé en Belgique* ». Ils concernent donc une réorganisation des flux d'approvisionnement au niveau d'un groupe, montrant l'impact que peuvent avoir des décisions individuelles des leaders. De plus, l'accord porte sur un échange de lait, c.-à-d. une réorganisation des flux d'approvisionnement et non une diminution de l'activité de part et d'autre de la frontière.

Dans le cas des importations de lait en vrac en provenance des Belgique, plusieurs autres éléments permettent de **nuancer le rôle éventuel du décret dans ce repli** :

1. **Accroissement des capacités de transformation en Belgique** : Au cours des dernières années, l'industrie laitière belge a effectué de gros investissements pour anticiper la hausse prévue de livraison de lait suite à la fin des quotas. Ses capacités de transformation ont donc fortement augmenté ouvrant de nouveaux débouchés aux producteurs belges. Entre 2013 et

2017³⁸, la collecte de lait a augmenté de 16% passant de 3,37 à 3,90 Millions de litres. Si la production de lait liquide de consommation a légèrement baissé en Belgique (-9%), la production d'autres produits a connu une forte hausse en volume au cours de cette même période : fromages +96% (de 77 à 150.000 t), beurre +84% (de 50 à 91.000 t), crème +19% (de 195.000 l à 231.000 l), et yaourt et lait fermenté +17% (de 221.000 l à 251.000 l). Les exportations françaises de lait en vrac vers la Belgique ont augmenté de +68% entre 2015 et 2017 (de 81.000 à 136.000 t) parallèlement à la réduction des importations.

2. **Les exportations belges de lait en vrac baissent également vers d'autres pays :** en se plaçant du point de vue des exportations belges de lait en vrac, on observe que les exportations belges vers les pays de l'UE28 sont en repli net. La chute des exportations vers l'Allemagne, par exemple, (-76%) est similaire à celle observée en France (-80%) entre 2015 et 2017, alors que l'Allemagne n'a pas adopté de décret.

Pays de destination des exportations belges de lait en vrac (<6%)						évol.	évol.	évol.	évol.	évol.
	2013	2014	2015	2016	2017	2014/2013	2015/2014	2016/2015	2017/2016	2017/2015
EU28_INTRA	294.513	505.843	543.537	293.502	209.070	71,8%	7,5%	-46,0%	-28,8%	-61,5%
ALLEMAGNE (et DD de 1991)	34.996	327.268	357.263	126.572	83.271	835,2%	9,2%	-64,6%	-34,2%	-76,7%
FRANCE	129.858	111.103	113.397	83.817	22.483	-14,4%	2,1%	-26,1%	-73,2%	-80,2%
LUXEMBOURG	893	1.453	4.212	1.957	9.352	62,7%	189,8%	-53,5%	377,8%	122,0%
PAYS-BAS	32.392	19.516	16.937	35.832	34.138	-39,7%	-13,2%	111,6%	-4,7%	101,6%

Source : Eurostat (extraction, série [DS-016890], mise à jour 18 mai 2018). En millier de tonnes.

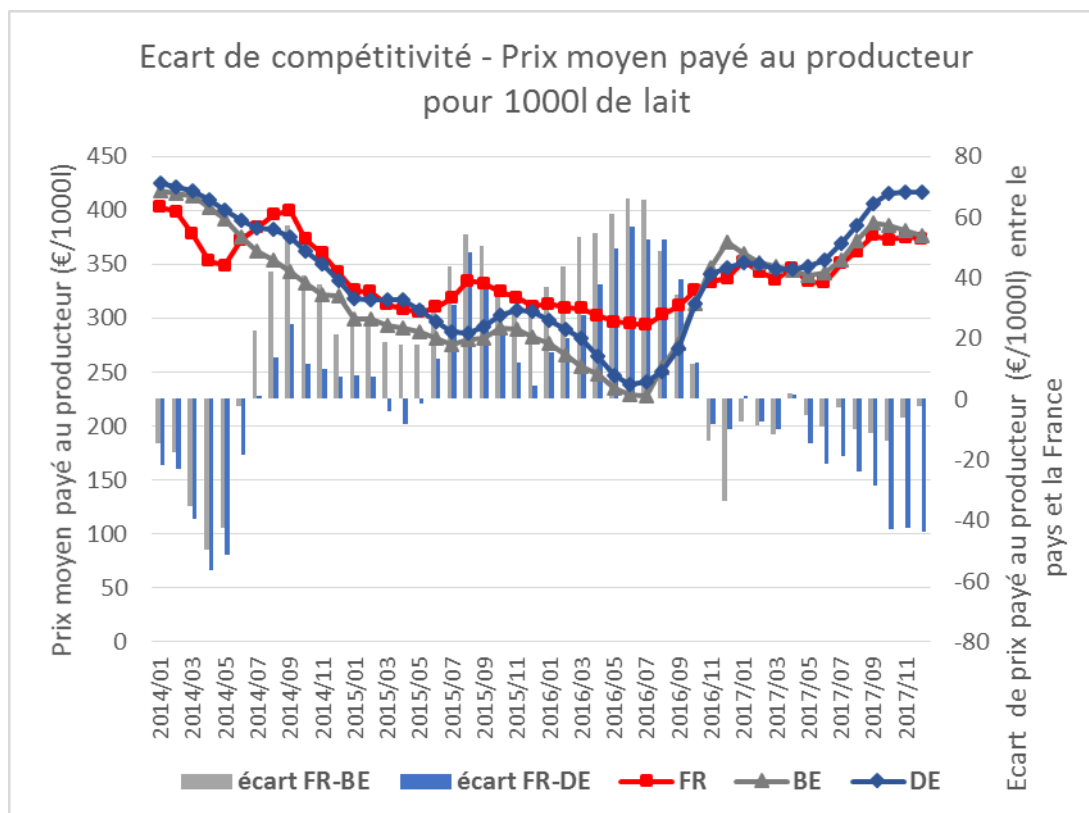
Codes NC8 [04011090, 04012019, 04012099]

Sur base de l'enquête auprès de ses membres, la CBL explique qu'un *groupe multinational qui livrait auparavant son lait cru en Allemagne a conclu un accord important avec un transformateur belge. Ce lait cru n'est de ce fait plus livré en Allemagne.* La CBL évoque également d'autres facteurs pour la diminution des exportations, cette fois-ci plus généralement des produits finis vers l'Allemagne : *augmentation des quantités disponibles en Allemagne, un marché de produits de grande consommation en retrait, l'exigence stricte pour le lait d'étiquette VLOG [sans OGM], des outils de transformations saturés et un marché des ingrédients peu valorisant.* Ces différents éléments illustrent que le contexte du lait est très particulier au cours de la période d'observation, qu'une multitude de facteurs jouent et que les décisions d'un leader peuvent impacter fortement les flux observés. Il est dès lors difficile sur cette base d'isoler un éventuel impact du décret.

3. **Ecart de compétitivité :** l'organisation de la filière lait en France permet d'atténuer les fluctuations de prix payés aux producteurs. En période de surproduction, le prix moyen payé aux producteurs était supérieur en France qu'en Belgique ou en Allemagne (*de juillet 2014 à novembre 2016*), avec un écart maximum en juin 2016. A l'inverse, lorsque la demande reprend et que les prix remontent à partir à l'été 2016, les prix payés aux producteurs augmentent plus rapidement au niveau des partenaires qu'en France. L'écart de compétitivité se réduit et puis s'inverse en novembre 2016 : le lait belge ou allemand devient donc plus cher que le lait français.

³⁸ Source : STATBEL, Statistiques annuelles sur la collecte et la production de lait sur base de l'enquête mensuelle sur la livraison de lait et de crème aux laïteries, ainsi que sur la production et l'utilisation de produits laitiers.

Figure 40 Ecart de compétitivité – Prix moyen payé au producteurs en France, Belgique et Allemagne



Source : ADE sur base des données CE (Milk Market Observatory) - extraction le 31/01/18 - Raw cow's milk at real fat content, paid to milk producers. Reg. EU 479/2010, taux de conversion appliqué : €/100kg -> €/1000l = $\times 10,3$

Au niveau des produits finis, on observe une croissance des importations de lait conditionné entre 2013 et 2015, les distributeurs pouvaient être tentés de s'approvisionner en Belgique ou en Allemagne à des prix plus compétitifs. Une fois que l'écart de compétitivité s'inverse, l'intérêt de s'approvisionner dans ces pays diminue et les importations baissent (voir les constats ci-avant).

Importation de laits liquides embouteillés

L'importation de laits liquides embouteillés varie au cours des 10 dernières années comme l'illustre le graphique ci-avant. Autour de 190 000 t en 2007-2008, elle augmente à plus de 220 000 t de 2009 à 2015 (avec 2012 et 2013 un peu plus faibles), pour diminuer en 2016 et 2017.

En 2016, la fabrication de laits liquides embouteillés s'élevait à 3,37 millions de litres en France, soit 14,1% de la collecte de lait (23 862 millions de litres). Les importations françaises de laits liquides embouteillés (*conditionnement inférieur à 2 litres, 174 000t soit 169 millions de litres*) ne représentent en 2016 que 5,0% de la production française de lait conditionnés ou 0,7% du lait collecté. Les importations de lait conditionné (= ou <2l) sont le fait des distributeurs qui les amènent des pays limitrophes, généralement si le prix est inférieur.

Les importations françaises de ce type de produits sont en forte baisse entre 2015 et 2017 (-42,9%). Deux pays représentent 99% des importations françaises de laits embouteillés : la Belgique et l'Allemagne.

Tableau 43 Evolution des importations françaises de du lait conditionné

Codes NC8	Produits	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 2015/2013	évol. 2017/2015
Importation de lait liquide conditionné (en millier de tonnes, intra UE-28)								
Lait liquide conditionné (<=2l) d'une teneur en MG égale ou inférieure à 6%								
		212,90	208,62	232,89	174,15	127,65	9,4%	-45,2%
4011010	Lait liquide conditionné, <= 1% de MG	46,84	33,49	26,84	23,83	18,80	-42,7%	-29,9%
4012011	Lait liquide conditionné, de 1 à 3% de MG	149,62	158,74	187,53	132,54	91,52	25,3%	-51,2%
4012091	Lait liquide conditionné, de 3 à 6% de MG	16,44	16,39	18,52	17,78	17,32	12,6%	-6,5%
Détail pays - Lait liquide conditionné d'une teneur en MG égale ou inférieure à 6%								
BE	Belgique	111,45	127,77	120,17	96,05	68,56	7,8%	-42,9%
DE	Allemagne	97,56	71,77	98,58	65,71	45,53	1,1%	-53,8%
	Autres pays UE	3,90	9,08	14,13	12,38	13,55	262,5%	-4,1%

Source : Eurostat (extraction, série [DS-016890], mise à jour 18 mai 2018). En millier de tonnes.

La tendance à la baisse se poursuit au début 2018 : sur les 4 premiers mois de 2018 la baisse des importations françaises de lait embouteillé de Belgique et d'Allemagne s'accélère avec un recul de 38% : **les volumes sont devenus marginaux à l'échelle du marché français (> 0,3% de la collecte ou 2% de la production de lait embouteillé).**

On peut supposer que les enseignes de distribution ont fait le choix d'un approvisionnement en lait 100% français, sous l'effet combiné d'une réduction de l'écart de compétitivité (*c.-à-d. l'écart du prix payé aux producteurs*) et l'annonce du décret. Il faut néanmoins souligner que cette tendance préexistait déjà avant l'annonce du décret, comme le montre l'état des lieux et les entretiens. La CBL confirme également que *dès avant la publication du décret, l'origine française est systématiquement demandée par les clients français de la distribution* même pour les produits les plus innovants, les labels privés ou les 1^{er} prix.

Importation de crème en vrac

La matière grasse liquide du lait peut être vendue sous forme de crèmes conditionnées ou entrer dans la fabrication de fromages. Contrairement à d'autres produits laitiers en repli, la crème montre une croissance soutenue et régulière de 2 à 5 % par an depuis 2013. La fabrication française de crème liquide conditionnée est ainsi passée de 404.000 t en 2013 à 463.000 t en 2017 (+14,6% en 4 ans)³⁹. La fabrication de crème conditionnée mobilise une part croissante de la matière grasse du lait disponible, réduisant les volumes pour les autres usages (fromage, beurre).

Le fromage absorbe 37% du lait de vache collecté en France. Les groupes leaders interrogés recourent peu aux importations de lait ou de crème pour la fabrication de fromage à base de lait de vache. Ils valorisent exclusivement ou prioritairement la matière première de leur pool de producteurs. Lorsque cela ne suffit pas ou en période creuse, certains fabricants peuvent compléter leurs approvisionnements sur le marché national ou européen. Ces importations restent limitées et ne dépassent généralement pas 5% du lait ou de la crème mise en œuvre au niveau des groupes interrogés.

Les éventuels changements de politiques d'approvisionnement ont davantage porté sur la réorganisation des circuits que sur les volumes (cf. QE B et C). Certains accords de partenariat entre les grands groupes français ont ainsi été conclus en vue de sécuriser les approvisionnements

³⁹ Source : France Agrimer.

des produits mentionnant une origine spécifique. Les flux logistiques ont été réorganisés au niveau de certains groupes complétant leurs approvisionnements à l'extérieur en vue d'orienter les matières premières importées vers certains sites ou certaines références moins sensibles à une origine spécifique (*ex : à l'export ou restauration hors foyer*).

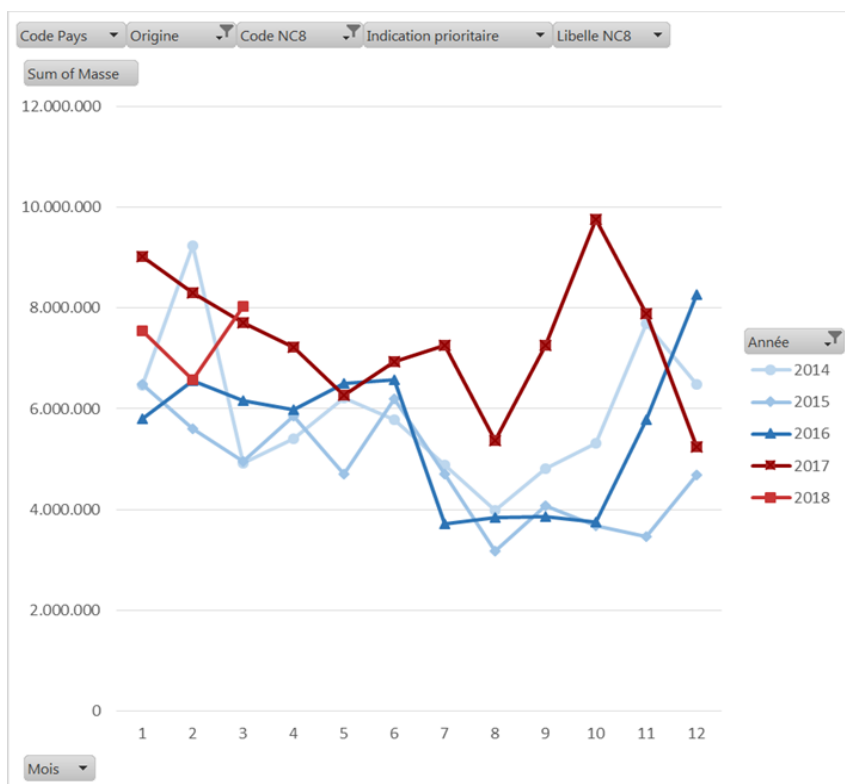
Dans le contexte d'une demande croissante au niveau national sans disponibilités nouvelles, ces changements n'ont pas eu d'impact sur les niveaux d'importations de crème en vrac qui ont progressées en 2016 (+19%) et en 2017 (+30%).

Tableau 44 Importation de lait crème liquide (>21% de MG) en vrac (en 1000 t)

Codes NC8	Produits	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 2015/2013	évol. 2017/2015
Importation de crème liquide en vrac (en millier de tonnes, intra UE-28)								
Crèmes liquide en vrac d'une teneur en MG de 21% et plus		70,77	71,18	57,70	67,92	88,67	-18,5%	53,7%
4015039	Crèmes liquide en vrac, 21% à 45% de MG	69,80	64,94	55,46	66,48	87,95	-20,5%	58,6%
4015099	Crèmes liquide en vrac, > 45% de MG	0,97	6,24	2,24	1,45	0,72	130,8%	-67,9%
Détail pays - Crème liquide en vrac >21% MG								
BE	Belgique	18,34	27,07	20,60	26,48	29,90	12,3%	45,1%
NL	Pays-Bas	12,45	9,10	8,28	9,80	18,71	-33,4%	125,8%
ES	Espagne	25,74	25,47	19,09	16,37	19,52	-25,8%	2,2%
DE	Allemagne	2,59	2,28	1,92	3,85	5,05	-26,1%	163,6%
	Autres pays	11,66	7,26	7,81	11,42	15,50	-33,0%	98,5%

Source : Eurostat (extraction, série [DS-016890], mise à jour 18 mai 2018. En millier de tonnes.

Figure 41 Importation de crème liquide (plus de 21% de MG) en vrac (en kg)



Source : Douanes françaises – valeurs mensuelles en Kg - Codes NC8 [04015039, 04015099] – crème liquide en vrac >21% de MG.

Lait petits ruminants

Le lait de petits ruminants n'est pas identifiable par un code douanier spécifique. Il n'a pas fait l'objet d'une analyse similaire à celui du lait de vache. Néanmoins, des éléments qualitatifs ont été fournis pour le lait de brebis lors des entretiens, complétés par des données chiffrées pour le lait de chèvre.

Lait de brebis

Traditionnellement organisée en trois principaux bassins de production (*rayon de Roquefort, Pyrénées Atlantiques et Corse*), le secteur du lait de brebis a vu émerger ces dernières années un bassin « hors interprofessions » regroupant les opérateurs centrés sur le segment des produits ultra-frais à base de lait de brebis (*yaourts de tous types, laits fermentés, etc.*), et non affiliés aux interprofessions des trois autres bassins. Ils bénéficient de la forte croissance du segment de ces produits ultra frais, une partie majoritaire de l'offre étant basée sur des laits biologiques de brebis dont la collecte augmente de façon exponentielle (+46% entre 2015 et 2016 – source Agreste).

Les tendances enregistrées au sein des achats des ménages au rayon LS des GMS sur la période récente sont les suivantes :

- Léger recul des achats de Roquefort ;
- Dynamique des achats de pâtes pressées non cuites (PPNC) : fromages AOP (*Ossau Iraty*) et fromages non AOP ;
- Forte dynamique des achats de produits ultra frais dont le taux de croissance est supérieur à 10%. 55% des 12 800 tonnes sont des produits à base de lait biologique de brebis.

L'analyse reste basée sur une approche qualitative (6 entretiens réalisés dont deux auprès des industriels) dans la mesure où ni FranceAgriMer ni Agreste qui gèrent ensemble l'enquête mensuelle laitière ne publient :

- Un prix moyen pondéré du lait de brebis payé aux producteurs. Cet indicateur n'est pas disponible en France.
- Les chiffres des importations de lait de brebis en volumes et en valeur en fonction des pays d'origine (*absence de code douanier spécifique*).

Les informations collectées témoignent :

- que les opérateurs du secteur des produits ultra-frais « hors interprofessions » ont accentué leurs achats de lait français auprès des opérateurs excédentaires du bassin de Roquefort (*selon les entretiens auprès des industriels*)
- que les importations de laits espagnols ont baissé de façon sensible au sein des Pyrénées Atlantiques mais pour des volumes qui restent marginaux à l'échelle d'une part de la structure de son approvisionnement (7% d'importations) et de la totalité de la production française (283 millions de litres en 2017 – source Agreste). Les données fournies par ce bassin sont soumises au secret statistique.

Conclusions

- le décret a accentué une tendance qui préexistait dans le secteur des produits ultra-frais à base de lait de brebis d'indiquer en facing une provenance française de l'ingrédient principal et ce aussi bien pour les produits biologiques non soumis au décret que pour les produits conventionnels.

- certains acteurs du bassin de Roquefort ont bénéficié d'une revalorisation de leurs excédents trouvant auprès des acteurs « hors interprofessions » un débouché plus rémunérateur que ceux offerts par les produits de diversification ou de dégagement (*poudre de lait de brebis*).

Pour cette filière, le décret a donc eu des effets relativement limités et indirects en accentuant un recentrage des achats sur une origine France du lait de brebis par les acteurs « hors interprofessions ».

Lait de chèvre

Après le niveau record atteint en 2011 avec 520 millions de litres collectées, la production française de lait de chèvre a fortement chuté pour connaître un point bas en 2013 avec seulement 454 millions de litres collectés. Elle a depuis entamé une lente remontée pour atteindre en 2017 467 millions de litres. Mais ces volumes sont loin de répondre aux besoins des industriels transformateurs : le marché français est structurellement déficitaire et importe chaque année des volumes significatifs essentiellement d'Espagne et des Pays Bas.

Les importations en 2015 (94,4 millions de litres) représentaient 20,5% de collecte française (460 millions de litres). Elles augmentent en 2016 (99,9 millions de litre soit +6%) mais surtout en 2017 avec un bond de +22% à 122,3 millions de litres. Cette tendance haussière semble se poursuivre en 2018.

L'évaluation ne permet pas d'identifier un lien de causalité entre la mise en place du décret et l'évolution des importations qui obéissent à d'autres logiques : stratégie des opérateurs, trading, opportunités liées à des offres compétitives d'autres pays (notamment des Pays-Bas où le prix du lait de chèvre est en net recul en 2017), exportations de produits à base de lait UE de la part des transformateurs français, etc.).

Il n'en reste pas moins que l'origine du lait a une certaine importance dans les relations entre transformateurs et distributeurs, notamment du fait que les transformateurs français ne sont en mesure d'apporter des garanties relatives aux conditions d'élevage des chèvres que sur la part qu'ils collectent en France. En effet, si les liens étroits établis en France entre l'amont et l'aval (notamment au sein des groupes coopératifs) permettent de connaître précisément les conditions d'élevage et les cahiers des charges des producteurs, ce n'est pas le cas pour la grande majorité des produits importés d'Espagne ou des Pays-Bas qui passent pas différents intermédiaires (collecteurs, traders, opérateurs de la 1^{ère} transformation, etc.) et font l'objet d'origines diverses en amont.

10.3.3 Viande : Importation de viande de porc désossée

Contexte général

Le décret intervient en août 2016 dans un contexte particulier dont certains éléments méritent d'être rappelés.

- La filière porcine fait face depuis le début des années 2000 à une **baisse structurelle de la demande**. Entre 2010 et 2015, les achats déclarés des ménages ont baissé de -6,4%⁴⁰, la production indigène brute a poursuivi sa baisse (-3,2% *en tec*, -6,4% *en nombre d'animaux abattus*), malgré une légère reprise des volumes en 2014 et 2015. Au cours de la même période 2010-2015, les importations de viandes fraîches ou congelées ont diminué de -7,1% *en tec*. Les achats de jambon cuit ont par contre eu tendance à augmenter (+4,7% *en tec*) grâce à une montée en gamme.

⁴⁰ Source : France Agrimer d'après KWP viandes de porc fraîches (hors abats et hors gros achats)

- Dans ce contexte, les importations baissent également car l'origine France reste valorisée dans les cahiers des charges au cours de cette période. En effet, fin 2010, un **accord** était intervenu **au niveau de l'interprofession en vue d'afficher de manière cohérente volontaire l'origine de la viande** et d'identifier la production française (*logo VPF - Viande de Porc Française*). **L'étiquetage de l'origine des produits à base de porc s'est donc faite de manière progressive depuis 2011, lissant les éventuels changements d'approvisionnement des opérateurs.** En se basant sur les relevés d'INAPORC, l'état de référence montre que dès 2015, plus de 60% des produits charcuterie-salaison-traiteur et plus de 70% des viandes transformées ou aromatisées à base de porc disposaient déjà d'une mention d'origine.
- L'année **2016** est une **année exceptionnelle** pour la filière porcine européenne, avec un **accroissement important, mais temporaire, de la demande chinoise**. Les exportations françaises vers la Chine, y compris des pièces nobles, ont plus que doublé (*+42.000 en tec, soit +110%*)⁴¹ en 2016 et les prix sont donc partis à la hausse. Dans ce cadre, certains négociants ont privilégié l'export plus rémunérateur ou plus stratégique, aux dépens des échanges intra-européens. Les exportations françaises vers les partenaires européens ont ainsi baissé de -34.000 tec et la baisse des importations françaises s'est amplifiée en 2016 (*-6,5% en 2016, contre -3% en 2015*). Cette situation n'a été que temporaire. Après avoir **atteint un pic à l'été 2016, c.-à-d. au moment de la publication du décret**, les importations chinoises ont ralenti au cours de l'automne 2016 pour revenir en 2017 à leur niveau de 2015. Après cette parenthèse de 2016, la correction opérée en 2017 marque le retour aux tendances structurelles antérieures : recul de la production indigène (*-2,5% en tec, lié à la baisse de la demande qui se poursuit, baisse du cheptel et exploitations non reprises*), reprise des importations de viandes fraîches ou congelées en provenance de l'UE (+1,3%) et reprise des exportations vers l'UE28 (+3,3%), la baisse de la demande chinoise ayant entraîné un report sur le marché intra UE en 2017.
- **La France reste globalement excédentaire en porc** (*104,5% de taux d'auto-approvisionnement en 2017*). Les échanges commerciaux varient selon les pièces. Les importations en provenance d'Espagne portent essentiellement sur des jambons désossés et de la poitrine, tandis que les importations en provenance d'Allemagne s'appuient sur des produits finis ou des produits à plus haute valeur ajoutée dans le cas de l'Italie (jambon sec et autres salaisons haut de gamme). A l'inverse, la France exporte en frais des jambons lourds ou trop gras qui sont mieux valorisés en Italie ou en Espagne, certains revenant sous formes de jambon sec. La balance commerciale est positive en volume, mais déficitaire en valeur car la France exporte des matières brutes et importe des produits transformés ou semi-transformés avec très souvent un positionnement haut de gamme (jambons secs notamment).

La plupart des opérateurs s'accordent pour dire que la France est déficitaire en jambon, d'autant qu'environ 15% de la viande n'est pas apte à faire du jambon en raison de leur PH. Pour combler ce déficit structurel, la France importe 20% de jambon à cuire essentiellement d'Espagne (74%). Les importations portent essentiellement sur des découpes de jambons frais désossés afin de gagner sur le différentiel de coût de la main-d'œuvre.

Les deux entreprises leaders en jambon cuit n'ont pas modifié leurs politiques d'approvisionnement en lien avec le décret.

En ce qui concerne le jambon cuit, les deux entreprises leaders interrogées (représentant ensemble la majorité des ventes de jambon cuit en LS sous marque nationale) déclarent ne pas avoir modifié leur politique d'approvisionnement en lien avec la mise en œuvre du décret. La réorientation vers des approvisionnements plus locaux était déjà bien engagée depuis l'initiative INAPORC de

⁴¹ Source : Agreste conjoncture Porcins - Mai 2017 - n° 2017/303

2011 dans la cadre d'une logique de consolidation de la filière. La publication du décret n'a pas induit de changement de comportement en termes d'origine approvisionnement. Mais 2016 marque une rupture historique avec une baisse des achats des ménages enregistrée par le panel KWP. En 2016, les achats en volume se contractent : premier signal d'une rupture historique sur ce produit phare du rayon LS. Les MDD résistent. En 2017, le recul des achats se confirme avec des baisses significatives en MN, moindre en MDD, les achats totaux reculent de plus de 4%.

Au-delà du jambon cuit, les enquêtes en ligne réalisées auprès des PME du secteur charcuterie-salaisons-traiteur (*CST, adhérents FICT*) nuancent ce constat. Les changements d'approvisionnement en viande ont pu être plus fréquents, même s'ils restent majoritairement guidés par d'autres raisons que le décret:

En effet, 53% des entreprises interrogées déclarent avoir fait évoluer entre 2016 et 2017 l'origine (pays ou zone) des ingrédients viande dans les cahiers des charges de leurs fournisseurs. Deux tiers d'entre elles (68%) disent que ces changements sont liés à des stratégies volontaires antérieures au décret (36%) ou d'autres facteurs extérieurs au décret (32%). Un lien entre cette décision et le décret est fait par un peu moins d'une entreprise sur trois, soit en partie (11%) soit exclusivement (8%) liée à l'application du décret.

Plusieurs industriels évoquent une réponse aux demandes de leurs clients pour une origine France. Cette tendance se traduit également par une augmentation des appels d'offres en origine France au niveau des MDD. Certaines GMS nuancent ce constat, ces demandes ne concernant qu'un petit nombre de références ou s'inscrivant dans une politique de l'enseigne initiée bien avant le décret. Les entretiens montrent également que ces demandes de la grande distribution n'ont pas nécessairement été rencontrées, au vu des délais et d'un éventuel surcoût d'une origine pays spécifique.

Au final, la baisse des importations entre 2015 et 2017 est parfaitement comparable au rythme des baisses enregistrées au cours des années précédentes

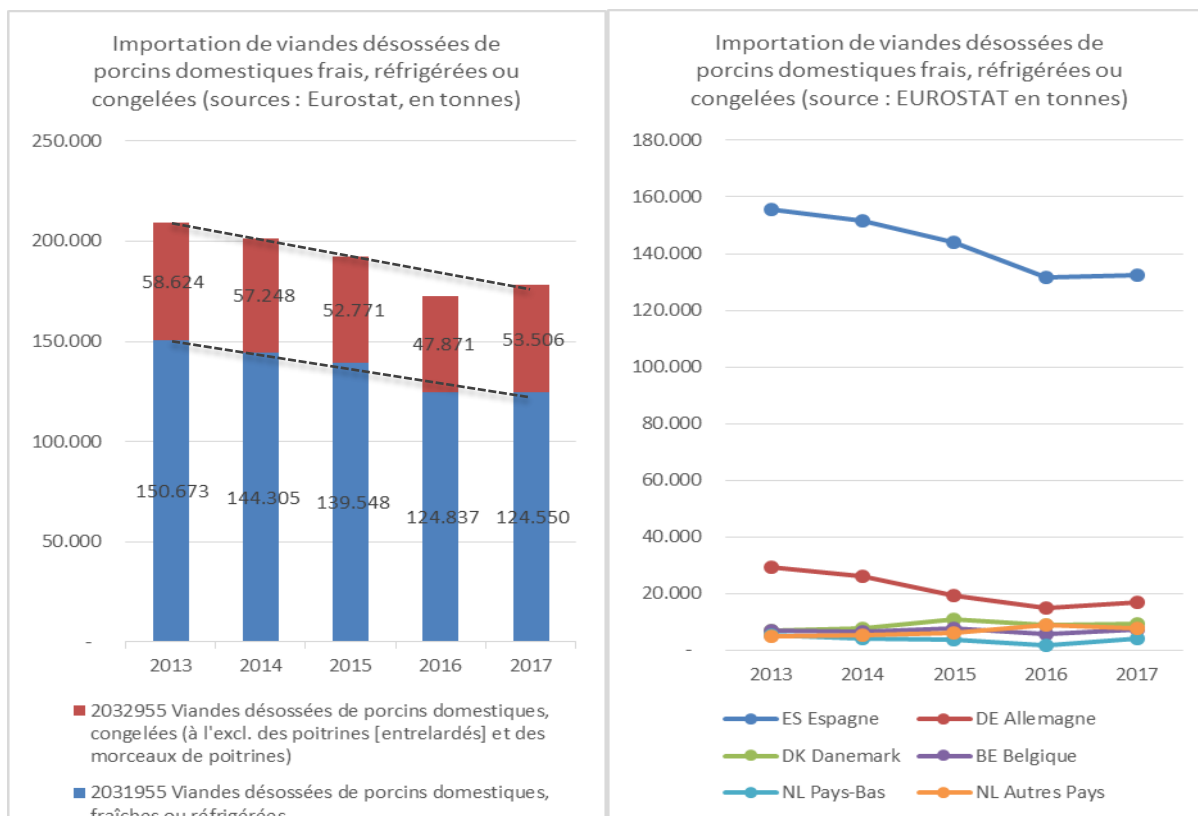
Les importations de viandes de porc désossées étaient en baisse régulière de 3 à 5% par an depuis 2013 (2014 : -3,7%, 2015 : -4,6%) pour les raisons évoquées plus haut (*baisse de la demande et accord de l'interprofession*). La baisse significative des importations en 2016 (-10,2%) attribuée à l'accroissement temporaire de la demande chinoise a été compensée par une reprise des importations en 2017 (+3,1%).

Tableau 45 Importation de viande désossée de porcins domestiques (en 1000 t)

Codes NC8	Produits	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 2015/2013	évol. 2017/2015
Importation de viande de porc (quantité en 1000 tonnes)								
Viandes désossées de porcins domestiques		209,3	201,6	192,3	172,7	178,1	-8,1%	-7,4%
2031955	Viandes désossées de porcins domestiques, fraîches ou réfrigérées	150,7	144,3	139,5	124,8	124,5	-7,4%	-10,7%
2032955	Viandes désossées de porcins domestiques, congelées (à l'excl. des poitrines [entrelardés] et des morceaux de poitrines)	58,6	57,2	52,8	47,9	53,5	-10,0%	1,4%
Détail pays - Viandes désossées de porcins		-						
ES	Espagne	155,4	151,5	144,1	131,8	132,3	-7,3%	-8,1%
DE	Allemagne	29,4	26,2	19,4	15,0	17,0	-34,1%	-12,2%
DK	Danemark	7,1	7,8	11,0	9,0	9,5	53,9%	-13,9%
BE	Belgique	7,1	6,7	7,8	5,8	7,3	9,4%	-7,0%
	Autres Pays UE	10,2	9,4	10,1	11,1	12,0	-0,9%	18,8%
Jambons et morceaux de jambons non désossés		58,2	53,4	41,4	33,3	40,4	-28,8%	-2,6%
2031211	Jambons et morceaux de jambons, non-désossés, frais ou réfrigérés	50,9	46,2	33,2	24,7	32,4	-34,7%	-2,4%
2032211	Jambons et morceaux de jambons, non-désossés, congelés	1,5	1,5	1,8	1,4	1,3	23,5%	-29,2%
2101111	Jambons et morceaux de jambons, non-désossés, salés ou en saumure	0,9	1,2	1,5	1,3	0,9	61,8%	-37,2%
2101131	Jambons et morceaux de jambons, non-désossés, séchés ou fumés	4,9	4,5	4,9	6,0	5,7	-0,4%	16,4%

Source : Eurostat (extraction, série [DS-016890], mise à jour 18 mai 2018). Quantité en millier de tonnes.

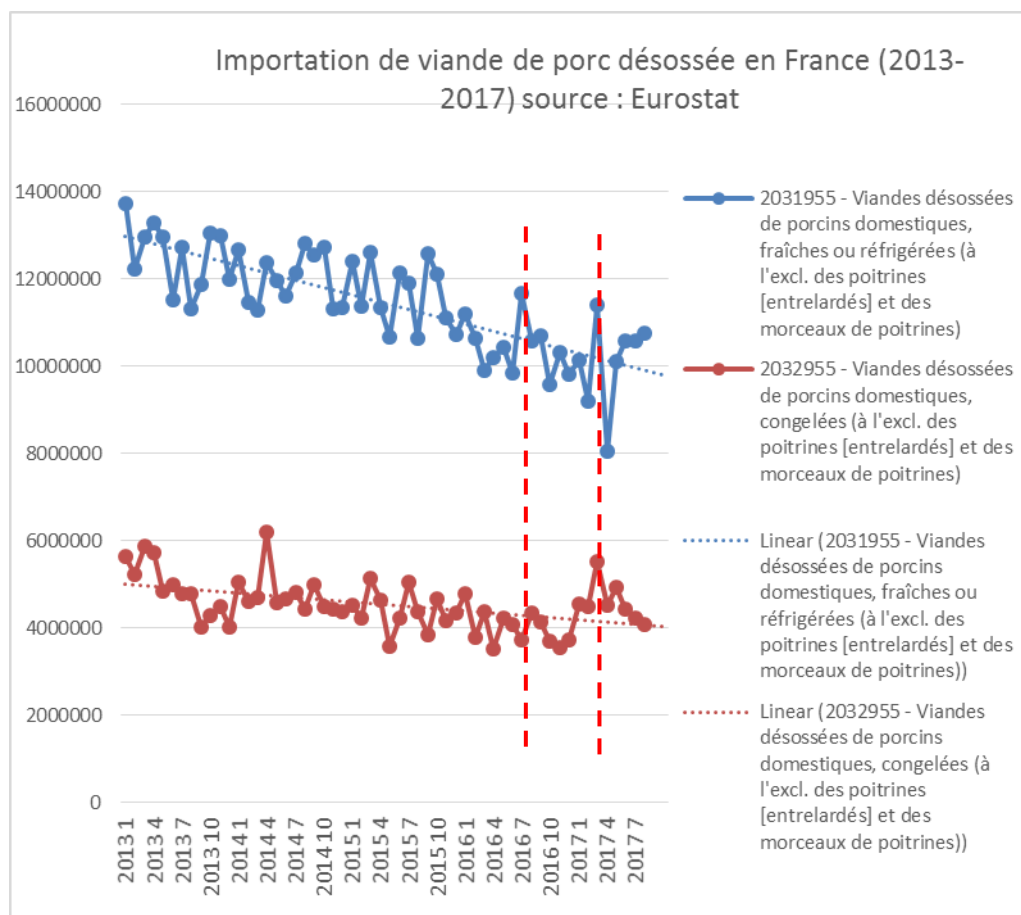
Tableau 46 Evolution des importations de viandes désossées de porcins domestiques



Source : Eurostat (extraction, série [DS-016890], mise à jour 18 mai 2018). Quantité en tonnes.

L'analyse des données mensuelles de l'IFIP ou d'Eurostat confirme ce constat. La reprise des importations se situe en septembre 2016, soit juste après la publication du décret. Au final, la baisse annuelle moyenne des importations enregistrées entre l'année de référence 2015 et 2017 (-3,2%) est parfaitement comparable au rythme des baisses enregistrées au cours des années précédentes. **L'analyse ne met donc pas en évidence de changement significatif ou de choc qui pourrait être liés au décret.**

Tableau 47 Evolution des de viandes désossées de porcins domestiques



Source : Eurostat extraction, série [DS-016890], mise à jour 18 mai 2018)

10.3.4 Viande de volaille

Contexte général : Importations en hausse régulière de viande de poulet pour répondre à la consommation intérieure croissante et épisodes de grippe aviaire

- **La consommation intérieure** de viande de volaille, et de poulet en particulier, **progresses régulièrement** en France, et plus rapidement que celle de la viande de boucherie. Elle **a connu une croissance de +4,2% sur la période 2013 à 2015** qui **s'est encore renforcée entre 2015 et 2017 (+11,3% en tec)**. En termes de consommation, l'autre fait marquant est la tendance structurelle à la **baisse des ventes de poulets entiers au profit des préparations et produits élaborés de volaille**.
- En dépit de la croissance de la consommation intérieure, la filière française de volaille de chair a subi au cours des 15 dernières années une perte de compétitivité vis-à-vis des pays du nord de l'UE. La filière a, de plus, été confrontée à plusieurs épisodes sanitaires depuis 2006, dont une **épidémie d'influenza aviaire qui a débuté en décembre 2015 entraînant une**

réduction des abattages au cours de la période considérée (-2,8% en 2016 et -1,2% en 2017 en tec). Les abattages de poulets ont toutefois été moins impactés (-1,6% en 2016 et orientés à la hausse en 2017).

- **Les importations de viande de poulet en provenance de l'UE augmentent** par contre **régulièrement de près de 5% par an** pour répondre à la demande intérieure croissante. Les importations de poulet en provenance de la Belgique (112.400 tec en 2015, soit 23,7% des importations de poulet en provenance de l'UE), des Pays-Bas (117.100 tec, soit 24,7%) ou de l'Allemagne (117.100 tec, soit 24,7%) sont restées globalement stables en volume depuis 2011. **La croissance des importations est surtout tirée par** l'augmentation des importations de découpes fraîches de poulet en provenance de **Pologne et d'Espagne** qui ont plus que doublé entre 2013 et 2017 (passant respectives de 46.700 tec à 105.200 tec et de 16.400 à 32.700 tec).
- **Pour la viande de poulet, la période 2015-2017 est marquée** par rapport à 2013-2015 **par une hausse de la production de viande pour le marché intérieur** (+2,2%, alors qu'en baisse -1,5% précédemment), liée à la baisse des exportations et la volonté de reconquête du marché national. Cette hausse n'affecte pas **la croissance des importations qui reste à un niveau élevé** (+9,4% en 2015-2017 au lieu de +10,9% en 2013-2015). Les importations de volaille de pays tiers (représentant moins de 5% des importations de viandes de volaille) ont accusé un repli en 2017 (-10,7%, 26.000 tec) après une croissance en 2016, mais restent à des niveaux comparables à 2015 (26.500 tec) ou 2013 (27.700 tec). Cette baisse est principalement liée au repli des importations de découpes de poulets congelés en provenance du Brésil (-60%), en lien notamment avec les scandales des contrôles en Amérique Latine, tandis que les importations en provenance de Thaïlande sont reparties à la hausse en 2017.

L'entreprise leader interrogée a accéléré certains ajustements dans l'origine de ses approvisionnements de poulet, en lien notamment à une stratégie préexistante pour leur marque propre ou la demande de certaines enseignes pour leur MDD.

Les nuggets sont fabriqués à partir de filet, de viandes de cuisses ou de petites viandes de découpe en fonction des cahiers des charges et des niveaux qualitatifs de gamme. Le poulet représente actuellement 90% du marché, la viande de dinde étant devenue en France marginale dans l'élaboration des nuggets.

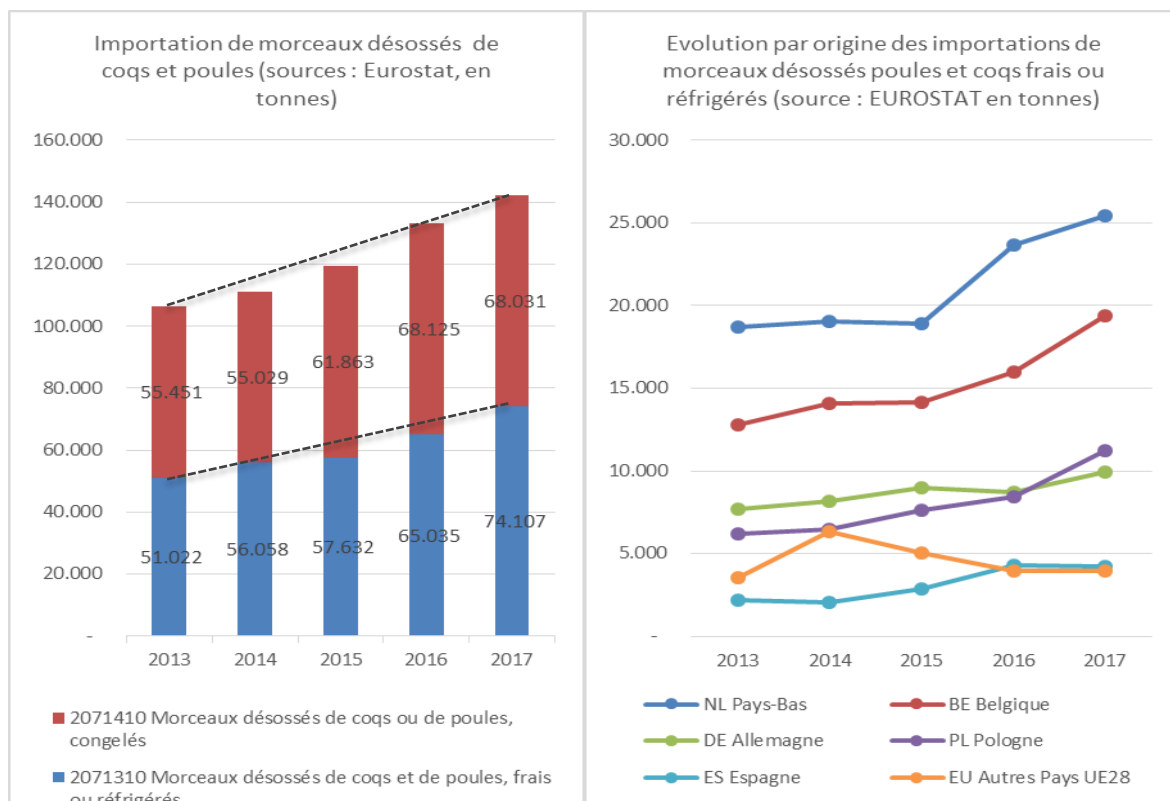
L'entreprise s'inscrit dans une stratégie préexistante visant à consolider sa propre filière (*allant de l'accoupage jusqu'au produit final*), privilégiant donc leur propre filière d'approvisionnement. L'une des marques propres était ainsi déjà à 100% d'origine nationale depuis le début de l'année 2000. Pour l'autre marque, l'annonce du décret a accéléré le passage à la viande de poulet 100% d'origine nationale. La décision n'est donc pas exclusivement liée au décret, mais s'inscrit dans une stratégie antérieure au décret.

Au niveau des MDD, les exigences en termes des cahiers des charges varient en fonction des enseignes et des niveaux de gamme des produits (*UE15, UE28 ou même pays tiers*). L'entreprise rapporte que seules deux enseignes (*représentant 15 à 20% du marché*) ont demandé depuis l'annonce du décret de passer les origines des viandes en 100% français. La différence de prix à l'import traditionnel est considérée par l'opérateur comme minimale (*de 1 à 5%*) pour la Belgique, l'Allemagne ou les Pays-Bas. De plus, il reste compliqué d'importer des produits frais avec des DLC courtes en provenance de pays non limitrophes.

La croissance des importations de morceaux désossés de viandes de poulet se poursuit et se renforce même en frais et réfrigérés sur la période 2015-2017.

En ce qui concerne les nuggets de poulet, les ingrédients retenus pour l'analyse des importations sont les morceaux désossés de poulets (coqs et de poules) frais ou réfrigérés (code NC8 : 02071310) ou congelés (code NC8 : 02071410). Les graphiques suivants présentent l'évolution des importations entre 2013 et 2017 à partir des données Eurostat.

Figure 42 Importation de morceaux désossés de poulets (en 1000 t)



Source : Eurostat (extraction, série [DS-016890], mise à jour 18 mai 2018). Quantité en tonnes.

L'analyse de l'évolution des importations de viande désossées de poulets **ne met pas en évidence de changement significatif ou de chocs qui pourraient être liés au décret**. Entre 2015 et 2017, **la croissance des importations se poursuit et se renforce (+18,9%, au lieu de +12,2% pour la période 2013-2015), en particulier pour les morceaux de poulet frais ou réfrigérés (+28,6%, contre +13%)**. Cette croissance s'observe au niveau de tous les principaux partenaires commerciaux, en particulier les Pays-Bas, la Belgique et la Pologne qui affichent une croissance de plus de 30%. Après deux années de forte croissance (+12% en 2015 et +10,3% en 2016), l'importation de morceaux **congelés** s'est stabilisée en 2017 (-0,9%), avec un report des importations en provenance des Pays-Bas et de l'Allemagne vers l'Espagne et la Pologne.

Ces tendances sont parfaitement en ligne avec les éléments de contexte développés plus haut : croissance des importations en lien avec la consommation intérieure et le report sur des viandes transformées (pièces désossées), croissance marquée en 2016 en lien avec les épisodes d'influenza aviaire, montée en puissance de la Pologne sur la viande désossée congelée et fraîche.

Tableau 48 Importation de morceaux désossés de poulets (en 1000 t)

Codes NC8		Produits	2013	2014	2015	2016	2017	évol. 2015/2013	évol. 2017/2015
Importation de viande de volaille désossée (en millier de tonnes)									
Morceaux désossés de poulets			106,5	111,1	119,5	133,2	142,1	12,2%	18,9%
2071310		Morceaux désossés de poulets, frais ou réfrigérés	51,0	56,1	57,6	65,0	74,1	13,0%	28,6%
2071410		Morceaux désossés de poulets, congelés	55,5	55,0	61,9	68,1	68,0	11,6%	10,0%
Détail pays - Morceaux désossés poulets, frais ou réfrigérés			51,0	56,1	57,6	65,0	74,1	13,0%	28,6%
NL		Pays-Bas	18,7	19,0	18,9	23,7	25,4	0,8%	34,8%
BE		Belgique	12,8	14,1	14,2	16,0	19,4	10,9%	37,2%
DE		Allemagne	7,7	8,1	9,0	8,7	9,9	17,5%	9,9%
PL		Pologne	6,2	6,4	7,6	8,4	11,2	23,6%	47,0%
ES		Espagne	2,2	2,0	2,9	4,3	4,2	34,0%	45,5%
		Autres Pays UE28	3,5	6,4	5,1	3,9	3,9	43,3%	-22,7%
Détail pays - Morceaux désossés de poulets, congelés			56,0	55,7	62,4	68,8	68,2	11,5%	9,3%
PL		Pologne	9,9	13,2	18,3	22,0	26,2	85,3%	43,4%
NL		Pays-Bas	23,4	18,2	18,5	19,5	15,7	-21,1%	-15,1%
DE		Allemagne	7,4	9,1	9,6	9,4	7,8	30,1%	-19,0%
		ES	3,0	2,7	3,0	3,7	4,5	-0,1%	47,7%
		Autres Pays UE-28	12,3	12,6	13,1	14,2	14,1	6,0%	7,8%
		Pays_tiers	0,6	0,7	0,6	0,7	0,2	1,2%	-60,7%

Source : Eurostat (extraction, série [DS-016890], mise à jour 18 mai 2018). Les quantités en millier de tonnes de produits. Pour ces deux codes douaniers, les tonnes doivent être multipliés par 1,60 pour les convertir en tonnes équivalent carcasses. Note, les données « Pays-tiers » au niveau d'Eurostat sont très en deçà de ceux des douanes françaises.

Les importations en provenance des pays tiers ne représentent que 5% des importations de morceaux de poulet désossés (10% du congelé). Elles ont reculé de -10% sur la période 2015-2017 suivant les données des douanes françaises, en particulier au cours de l'année 2017. Cette baisse n'est pas propre à la France, mais s'observe au niveau de l'UE, avec un repli net des importations de viande de volaille en 2017 en provenance des deux principaux fournisseurs de l'UE : Brésil (-16,1% entre 2015 et 2017) suite au scandale des contrôles et la Thaïlande qui a perdu ses acquis de 2016 (-0,5% entre 2015 et 2017).

11. Pérennisation et extension éventuelle du décret (QE H)

Question H : Compte tenu des résultats de l'évaluation, une pérennisation et une extension de l'étiquetage obligatoire de l'origine du lait et des viandes dans les produits transformés sont-elles souhaitables ?

L'opportunité d'étendre le champ des produits concernés par l'obligation d'étiquetage de l'origine devra par exemple être abordée.

11.1 Approche

Le point de départ de la question évaluative repose sur une synthèse des résultats de l'évaluation. Ceux-ci sont résumés par rapport aux objectifs de l'étude (voir 11.3.1). Partant de ces résultats, la question H aborde l'éventuelle pérennisation et extension du décret sous la forme de scénarios. Quatre scénarios sont présentés, à savoir (1) le maintien du décret, (2) son abandon, (3) une extension du champ des produits et (4) une précision des informations pour les consommateurs (voir tableau ci-dessous).

La présentation des scénarios commence par une description succincte de celui-ci et du cadre réglementaire. Ensuite, le scénario est discuté du point de vue des acteurs : entreprises agro-alimentaires, GMS et consommateurs. Les éléments de coûts, de faisabilité technique et d'approvisionnement sont évoqués. En ce qui concerne les consommateurs, la réponse à leurs attentes, l'effet potentiel du scénario sur le prix des produits et sur l'acte d'achat sont discutés. Pour les deux derniers scénarios cette discussion est faite sous la forme d'une discussion de points forts et de points faibles par catégorie d'acteurs.

Scénario	Cadre réglementaire	Entreprises agro-alimentaires	GMS	Consommateurs
		Coûts/ faisabilité/ approvisionnement		Attentes/ effets prix/ acte d'achat
Maintien				
Abandon				
Extension				
Renfort consommateur				

11.2 Synthèse de la réponse à la question

Compte tenu des résultats de l'évaluation, une pérennisation et une extension de l'étiquetage obligatoire de l'origine du lait et des viandes dans les produits transformés sont-elles souhaitables ? (Question H)

Sur base des résultats de l'évaluation, la réponse à cette question repose sur une discussion qualitative de quatre scénarios, à savoir : la pérennisation du décret au-delà de la période d'expérimentation, son abandon, l'extension du champ des produits et enfin le renforcement de l'information pour les consommateurs en termes de mention d'origine.

L'ensemble des entretiens et des enquêtes réalisées auprès des parties prenantes au cours de l'évaluation vient nourrir cette discussion.

Pérennisation

Ce scénario consiste à maintenir le caractère obligatoire de l'indication de l'origine du lait, du lait et des viandes utilisés en tant qu'ingrédients selon le décret au-delà de 2018.

Il implique l'accord de la Commission européenne (CE) sur base d'une notification de la mesure nationale à la Commission et aux autres Etats membres 3 mois avant son application tel que précisé dans le règlement INCO.

La pérennisation du décret ne comporte que très peu de coûts spécifiques pour les opérateurs. L'évaluation a montré qu'une fois le décret mis en place, les coûts de gestion du décret étaient très faibles, à l'exception des filières charcuterie/salaison et plats cuisinés en ce qui concerne la traçabilité d'origines multiples sur laquelle ils souhaitent communiquer et la gestion de ces lots. La pérennisation ne comporte aucun obstacle technique. Ce scénario ne devrait pas générer de changement de l'origine des approvisionnements. Les éventuelles modifications d'approvisionnement, impacts indirects, sont principalement associées à des stratégies propres des acteurs ou antérieurs au décret.

Le maintien du décret répond aux attentes des consommateurs qui se sont exprimés à 95% en faveur de la poursuite de l'obligation de l'indication de l'origine (selon le décret) (enquête en ligne auprès de 1510 consommateurs) à l'issue de la période d'expérimentation. Les consommateurs tiennent à cette information, même si l'origine n'est pas un critère d'achat prioritaire.

Abandon

Le caractère obligatoire de l'indication de l'origine selon le décret est abandonné à la fin de la période d'expérimentation (décembre 2018). Chaque entreprise a la liberté d'indiquer l'origine sur une base volontaire. L'abandon du décret ne pose aucune condition réglementaire particulière autre que celle du règlement « INCO » (reg (UE) N° 1169/2011). Elle n'entraîne pas de coûts directs ni de difficultés techniques.

Il est peu probable que les avancées en termes d'information sur l'origine des ingrédients soient globalement remises en cause par les opérateurs (entreprises agroalimentaires et GMS). Au regard des résultats de l'enquête, une absence d'indication de l'origine ne répond pas aux attentes des consommateurs.

En termes relationnels et dans un premier temps, l'annonce de l'abandon du décret serait non comprise par le consommateur et vécue de manière négative par la plupart des opérateurs au vu de l'investissement important consenti et de la perception d'un manque de stabilité réglementaire.

Extension du champ des produits

Ce scénario repose en premier lieu sur une pérennisation de l'indication obligatoire de l'origine selon le décret, et sur une extension du champ des produits concernés. Les catégories de produits résultent des données collectées au cours de l'évaluation, en particulier auprès des consommateurs et de leurs associations. Ce sont principalement les catégories de produits suivants qui ont été évoqués: desserts lactés, viandes (muscles) en tant qu'ingrédient pour un seuil de 5% au lieu de 8% et les abats. En outre, le concept d'ingrédient principal a été évoqué, ouvrant le champ à d'autres catégories de produits.

Les conditions réglementaires sont identiques à celles de la pérennisation (voir scénario 1).

Les **desserts lactés** sont des produits laitiers au sens commun du terme, contenant plus de 50% de lait. Ils ne sont pas couverts par le décret en raison de la nomenclature douanière européenne selon laquelle ils relèvent d'une autre catégorie. Ces produits sont cohérents avec les autres produits laitiers et offrent une réponse aux attentes des consommateurs.

La **réduction du seuil** du pourcentage de muscles **de viandes à 5%** au lieu de 8% élargirait l'univers soumis au décret notamment à des produits 1er prix au sein de l'univers des pâtes farcies et des sauces à base de viandes, à certains plats cuisinés, aux pizzas etc.

L'**extension aux abats** (foie, cœur, langue, tripes etc.), donnerait une information complète aux consommateurs pour tous les produits utilisant des abats (notamment du foie de porc et de volaille) et le cas échéant de la viande (pâtés, etc.).

La **notion d'ingrédient principal** évoqué par les associations de consommateurs doit être précisée – en particulier en cohérence avec la notion d'ingrédient primaire (ingrédient d'une denrée qui compose plus de 50% de celle-ci ou qui est habituellement associé à la dénomination de cette denrée par les consommateurs et pour lesquels, dans la plupart des cas, une indication quantitative est requise) au niveau d'INCO. Ce concept ouvre potentiellement le champ à de nombreux produits.

Renforcement de l'information pour les consommateurs

La mention « UE ou hors UE » est considérée comme insatisfaisante par les consommateurs puisqu'elle n'apporte pas d'information (enquête et associations de consommateurs). Ce scénario vise à fournir une information plus précise sur l'origine communiquée au consommateur, en abandonnant la mention « UE ou hors UE ».

La mention « UE ou hors UE » est autorisée par la réglementation européenne pour désigner l'origine d'un ingrédient.

Ce scénario entraînerait une obligation de citer l'origine du pays tiers ou des pays tiers. Si les origines du ou des pays tiers varient l'utilisation du jet d'encre serait nécessaire pour renseigner l'origine selon les lots. La question de la gestion de la traçabilité et de la mention en fonction des lots se pose, avec les éventuels surcoûts qu'elle pourrait engendrer, essentiellement pour les produits comprenant des viandes importées de pays tiers.

11.3 Analyse

11.3.1 Synthèse des principaux résultats de l'évaluation

Les résultats de l'évaluation sont présentés par rapport aux objectifs de l'étude, tels que décrits dans le cahier des charges, à savoir :

- *d'étudier la faisabilité de la mise en place de cette information de l'origine dans le secteur laitier et dans les principales filières de la viande ;*
- *d'apprécier le coût engendré pour les différents acteurs des filières concernées ;*
- *d'évaluer l'éventuelle répercussion de la mesure sur le prix payé par le consommateur final ;*
- *de cerner les éventuelles modifications des consommateurs dans leur acte d'achat.*

L'étiquetage obligatoire de l'origine du lait et du lait et des viandes dans les denrées alimentaires est faisable pour les opérateurs (entreprises agro-alimentaires et GMS) **sous la forme du décret, avec toutes les mentions possibles** (dont « UE », « hors UE » ou « UE ou hors UE »). L'état des lieux réalisé en juillet – août 2017 sur plus de 8000 références dans 24 enseignes dans 7 régions de France a montré que le décret était appliqué.

La mise en place du décret a généré des surcoûts principalement en termes de temps passé par les équipes, accentués par le délai restreint de six mois pour son application. Ces coûts ont été supportés par les opérateurs (entreprises agro-alimentaires, GMS). L'indication de l'origine sur une base volontaire s'était développée assez largement pour certaines filières avant le décret (lait liquide, porc, bœuf) et les mentions d'origine de ces produits ont été reconnues équivalentes. La gestion courante n'engendre pratiquement pas de surcoûts pérennes, à l'exception de quelques opérateurs des filières charcuterie/salaison et plats cuisinés qui souhaitent communiquer sur une origine spécifique et dont les origines sont multiples ou fluctuent dans le temps.

Les éventuels surcoûts n'ont pas été répercutés dans la chaîne de valeur. Le décret n'a **pas** eu d'impact **sur le prix de vente au détail ou le pouvoir d'achat des consommateurs**.

L'indication d'origine répond à une **demande réelle des consommateurs** et améliore la transparence vis-à-vis des consommateurs; **même si cette demande ne se traduit pas en termes de critère d'achat prioritaire**.

L'étude ne révèle **pas de modification significative en volume de l'origine pays des approvisionnements** en lait ou viande **en lien avec la mise en œuvre du décret**. Les changements éventuels d'origine se situent le plus souvent à la marge ou sont associés à des stratégies propres aux opérateurs ou des démarches filières antérieures au décret ou encore aux situations de marché.

Les importations de lait (en vrac et embouteillé) varient dans un contexte très mouvementé du marché du lait libéralisé depuis 2015. Il n'a pas été possible d'établir un lien de causalité direct entre le décret et les évolutions observées. Les évolutions des importations de viande (porc et poulet) (respectivement en tendance baissière et haussière) s'expliquent par des facteurs externes au décret.

11.3.2 Discussion qualitative sur base des 4 scénarios

Scénario 1 - Pérennisation du décret au niveau français

Description du scénario

Ce scénario consiste à **maintenir le caractère obligatoire de l'indication de l'origine du lait, du lait et des viandes utilisés en tant qu'ingrédients selon le décret au-delà de la période d'expérimentation** se terminant fin 2018.

Conditions réglementaires

La pérennisation de l'indication de l'origine selon le décret au-delà de la période d'expérimentation (*31 décembre 2018*) **implique la notification à la CE et aux autres Etats membres d'une mesure nationale 3 mois avant son application** sur base des procédures prévues aux articles 38, 39 et 45 du règlement (UE) n°1169/2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaire (INCO).

L'article 38 prévoit en effet que « *les États membres peuvent adopter des dispositions nationales concernant des questions qui ne sont pas expressément harmonisées par le présent règlement, pour autant que ces mesures n'aient pas pour effet d'interdire, d'entraver ou de restreindre la libre circulation des marchandises* ».

L'article 39.1 précise les **conditions** sous lesquelles **des mentions obligatoires complémentaires** peuvent être apportées. Il s'agit principalement de motifs liés à la **protection du consommateur** et de la santé publique, à la **répression de tromperies et de concurrence déloyale**. Si ce type de mention obligatoire complémentaire est proposé par un Etat membre, **il doit notamment apporter la preuve que la majorité des consommateurs attachent une importance significative à cette information**.

L'article 45 précise la procédure de notification des mesures nationales. *L'État membre notifie au préalable à la CE et aux autres États membres les mesures envisagées, en précisant les motifs qui les justifient. La CE consulte le comité permanent de la chaîne alimentaire et de la santé animale lorsqu'elle juge cette consultation utile ou lorsqu'un État membre en fait la demande.* La mesure ne peut être arrêtée que 3 mois après sa notification. Si le comité émet un avis défavorable, la CE n'adopte pas le projet d'acte d'exécution. Si nécessaire, elle peut soit soumettre une version modifiée du projet d'acte d'exécution au même comité, dans un délai de deux mois à partir de l'émission de l'avis défavorable, ou le soumettre au comité d'appel pour une nouvelle délibération.

En conclusion, la pérennisation du décret devrait passer par la notification à la CE et aux Etats membres d'une mesure nationale en la justifiant et en obtenant l'accord de la CE.

Entreprises agro-alimentaires

Coûts

La pérennisation du décret ne devrait pas engendrer de coûts spécifiques pour les entreprises agroalimentaires. En effet, le rapport a conclu qu'une fois mis en place, les **coûts de gestion courante du décret étaient très faibles**. Les seuls coûts éventuels liés à ce scénario sont ceux supportés par certains acteurs des filières charcuterie/salaisons et plats cuisinés. 30% des PME de la charcuterie/salaison et plats cuisinés avaient déclaré dans l'enquête en ligne des coûts pérennes pour la gestion de la traçabilité des lots et la gestion des poly-origines sur lesquelles ils communiquent.

Faisabilité technique

L'étude a démontré la faisabilité de la mise en place du décret.

Toutes choses égales par ailleurs (*univers éligible, seuils, types d'emballages*), **la pérennisation du décret ne soulève aucun obstacle technique** par rapport à ce qui a été réalisé sur la période 2016-2017.

Approvisionnement

La pérennisation du décret ne devrait pas engendrer de changement de l'origine des approvisionnements par rapport à la situation actuelle (2018).

La conclusion de l'étude est que **le décret n'a pas modifié** de manière significative l'**origine des approvisionnements en termes d'origine pays** (voir la réponse à la question G au chapitre 11). Les éventuels changements d'origine ont été opérés avant le décret.

La gestion des composantes des achats (volume, période, qualité, origine) va dépendre de la stratégie propre de chaque opérateur et de la conjoncture de chacun des marchés au niveau français et européen. **Le contexte de la demande et la compétition sur le prix vont jouer en permanence sur ce choix des origines.** Les entretiens ont montré que les différentiels de prix entre la France et les pays limitrophes (B, NL, D) sont souvent tenus (*par exemple de 1% à 5% pour les découpes de poulet*). Le différentiel est beaucoup plus accentué avec des origines comme Pologne ou celle des pays tiers (*Ukraine, Brésil, Thaïlande*).

A noter que les entretiens ont mis en avant certains risques encourus par les opérateurs lorsqu'ils décident de communiquer sur une origine pays spécifique. Par exemple, le cas d'une crise sanitaire (type grippe aviaire) ou médiatique ou de fluctuations importantes de prix de certains ingrédients sur le marché français ou européen obligerait les opérateurs à revoir leur politique d'approvisionnement en terme d'origines pays et donc à modifier les mentions d'étiquetage s'ils n'ont pas choisi les mentions « ombrelles » type UE, UE et hors UE. Des solutions techniques simples et peu coûteuses existent cependant pour pallier à ce type de situation (mention jet d'encre ou autocollants).

GMS

Coûts

La pérennisation du décret ne devrait pas générer de coûts spécifiques au niveau des enseignes de la GMS.

En effet, l'essentiel des surcoûts supportés par les enseignes portent sur des coûts de personnel lié à la mise en œuvre du décret : passage en revue de l'ensemble des références, ouverture et éventuelle adaptation des cahiers des charges en MDD, décisions et suivi des éventuelles modifications d'étiquetage. Une fois le décret en place, les coûts de gestion du décret peuvent être considérés comme nuls ou insignifiants pour les GMS dans l'hypothèse où le décret est reconduit à l'identique (*y compris la reconnaissance de mentions équivalentes*).

Faisabilité

Toutes choses égales par ailleurs, la pérennisation du décret ne soulève pas d'obstacle technique.

Approvisionnement

La pérennisation ne devrait pas générer de modification de l'origine des approvisionnements. L'évaluation a montré qu'à quelques exceptions près (*cf. ci-dessus*), le décret n'a pas modifié l'origine des approvisionnements. Les quelques demandes de certaines enseignes répondent généralement à des stratégies propres antérieures au décret.

Consommateurs

Le décret répond aux attentes des consommateurs. Les consommateurs souhaitent connaître l'origine du lait et de la viande utilisés comme ingrédient. **Cette information est importante pour eux** (*voir enquête en ligne OPSIO et entretiens associations de consommateurs*). En effet, **95%** des 1510 consommateurs interrogés par OPSIO **souhaitent une poursuite de l'obligation de l'indication de l'origine** (*selon le décret*) à l'issue de la période d'expérimentation. L'enquête montre également que les consommateurs préfèrent une information en « facing ». En ce sens, les mentions reconnues

équivalentes sont importantes pour eux, même si la multitude peut aussi générer une certaine confusion.

En revanche, l'origine est un critère d'achat très secondaire (5-9^{ième} position), largement derrière le prix, la marque, la DLC, etc. L'étude n'a pas pu déterminer de modification de l'acte d'achat des consommateurs. Enfin, soulignons que la mise en place du décret n'a **pas eu de répercussion sur le prix de vente** au détail des produits concernés.

Scénario 2 - Abandon du décret à la fin de l'expérimentation

Description du scénario

Le décret, et donc le caractère obligatoire de l'étiquetage d'origine du lait et de la viande, **sont abandonnés** à la fin du décret (*décembre 2018*). L'étiquetage de l'origine est toujours possible sur base de mentions volontaires suivant le règlement INCO.

Le principal changement de ce scénario consiste à **redonner à chaque entreprise la liberté d'indiquer l'origine** des ingrédients du lait ou des viandes utilisées comme ingrédients. Le caractère obligatoire de la mention d'origine de l'ingrédient est donc supprimé.

Conditions réglementaires

Toute chose égale par ailleurs, l'abandon du décret ne pose aucune difficulté ou condition réglementaire particulière. Le décret se termine le 31 décembre 2018. Les opérateurs n'auront plus d'obligation de mentionner l'origine du lait ou du lait et de la viande utilisés comme ingrédient, à l'exception des cas prévus par le règlement INCO⁴².

Considérations générales

Il est très peu probable que les avancées des entreprises agroalimentaires et de la distribution **sur l'information des consommateurs concernant l'origine** des ingrédients **soient globalement remises en cause** : il y aura des ajustements soit en fonction des acteurs soit en fonction des produits mais globalement un retour à la situation de 2016 est fort peu probable.

L'annonce du retour à la situation avant décret serait vécue par une majorité d'acteurs de façon négative, en premier lieu par les consommateurs. En outre, la plupart des industriels interrogés ont déclaré **souhaiter une stabilisation de la réglementation** concernant l'étiquetage et notamment celle des ingrédients relatifs au lait et à la viande comme définie par le décret 2016-1137. L'abrogation pure et simple du décret signifierait que l'ensemble des efforts et des coûts engagés de l'été 2016- au printemps 2017 auront été consentis à perte.

Chaque entreprise retrouve une liberté complète en termes de gestion marketing de sa gamme de produits : le maintien ou non de la mention de l'origine de l'ingrédient dépendra de la politique produit adoptée par l'entreprise et de l'importance qu'elle accorde à cette dimension.

⁴² Il s'agit des cas où l'omission serait susceptible d'induire en erreur les consommateurs sur le pays d'origine ou le lieu de provenance réel de la denrée alimentaire ou lorsque le pays d'origine ou le lieu de provenance de la denrée alimentaire est indiqué et qu'il n'est pas celui de son ingrédient primaire (cf. art 26 §2 et 3 du règlement (UE) N°1169/2011 et règlement d'exécution (UE) N°2018/775)).

Entreprises agro-alimentaires

Coûts

L'abandon de l'indication obligatoire de l'origine à la fin du décret ne devrait pas générer de coût pour les entreprises agroalimentaires.

La fin du décret n'oblige en rien à modifier l'étiquetage.

Il existe **a priori deux options** pour les opérateurs :

- **Option 1 – Le choix du statu quo** : Il est très probable que, même si le décret était abandonné fin 2018, l'indication de l'origine soit poursuivie. En effet, l'étiquetage de l'origine sur base volontaire était déjà bien présente avant 2016 au niveau certaines filières ou des stratégies de certains opérateurs et ne devrait pas être remis en cause. D'autre part, la pression des autres parties prenantes des filières (*syndicats de producteurs, associations de consommateurs, enseignes de distribution*) sera très forte pour un maintien du statu quo. Les coûts du statu quo peuvent être considérés comme nuls ou insignifiants.
- **Option 2 – Retour à la situation de 2016** : La probabilité d'un retour à la situation de 2016 est faible au niveau des entreprises leaders, mais pourrait rester une option pour certaines PME des secteurs CST et plats cuisinés ayant rencontré le plus de difficultés et des coûts pérennes.

Faisabilité technique

Il n'y a aucun obstacle technique à l'abandon de l'indication obligatoire de l'origine.

Approvisionnement

L'abandon du décret ne devrait pas induire de changements des origines des approvisionnements en lait et viande. Les éventuels changements se situeraient à la marge, sur de petits volumes pour seulement certains ingrédients et certains acteurs.

En effet, l'abandon du décret permet aux acteurs ayant décidé de communiquer sur une origine spécifique et modifié l'origine de leurs approvisionnements lors de la mise en place du décret (une de retrouver **potentiellement** des marges de manœuvre pour diversifier leurs approvisionnements en fonction des éventuelles opportunités offertes au sein du marché de l'UE ou des pays tiers sur les différentes composantes de leur politique d'achat (*prix, volume disponible, période, qualité*)).

Néanmoins, ce qui se dégage à l'issue des travaux est que **le décret a généré des effets cliquets** en termes de définition des origines des ingrédients **sur lesquels il est peu probable que les acteurs reviennent**, en priorité pour les produits sous MDD mais aussi pour ceux en marque propre (MN). Les stratégies d'approvisionnement dépendent de multiples autres facteurs, notamment des stratégies propres des opérateurs et de la conjoncture au sein du marché européen.

GMS

Coûts

Il n'y a pas de coûts liés à l'abandon du décret pour les opérateurs, puisqu'ils sont libres de maintenir l'indication d'origine actuelle.

Faisabilité technique

Les enseignes sont libres de maintenir l'indication ou de l'abandonner, il n'y a pas d'obstacle technique lié à l'abandon du décret.

Approvisionnement

Globalement, l'abandon du décret ne devrait **pas modifier sensiblement l'origine des approvisionnements des GMS** pour leurs MDD. L'abandon du décret **résulterait probablement en une certaine inertie au niveau des GMS :**

- Les enseignes maintiendront vraisemblablement les mentions d'origine de la plupart de leurs références MDD dans la crainte de créer la suspicion auprès des consommateurs ou d'être moins disant en abandonnant/modifiant l'étiquetage de l'origine. Les changements éventuels ne porteront donc a priori que sur un nombre limité de références (ex : 1^{er} prix).
- D'autre part, les enseignes attendront probablement les cycles normaux de renégociation des cahiers des charges ou de changements d'étiquettes ou d'emballages pour poser la question et effectuer les éventuels changements.

Consommateurs

Une absence d'indication de l'origine pour les produits du décret ne répond pas aux attentes des consommateurs. Ils se sont clairement exprimés en ce sens dans l'enquête en ligne d'OPSIO. Les associations de consommateurs étaient également déterminantes dans la genèse du décret. Aucune modification de prix de détail n'est à prévoir.

En revanche, il n'est pas possible de se prononcer sur une potentielle modification des actes d'achat. A la fois, l'évolution de la politique d'affichage de l'origine des entreprises agro-alimentaires et des enseignes ne sont pas connues. Et l'origine n'est pas un critère d'achat prioritaire, il apparaît au mieux en 5^{ème} position voir en 9^{ème} position parmi un ensemble de critères d'achat (*cf. scénario 1 et QE D/E*).

Scénario 3 - Pérennisation avec extension à d'autres produits

Description du scénario

Ce scénario consiste à **maintenir l'indication obligatoire de l'origine à l'identique** à la fin du décret, selon les mêmes modalités **et à étendre le champ des produits concernés.**

Les catégories de produits évoqués au sujet d'une potentielle extension reposent sur les données collectées tout au long de l'évaluation, en particulier auprès des consommateurs et de leurs associations. En outre, le règlement INCO a été considéré ainsi que les expérimentations menées dans d'autres Etats membres.

Les trois associations de consommateurs ont spontanément mentionné les **desserts lactés**, un **abaissement du seuil de 8% pour les viandes à 5%** lors des entretiens. Ensuite ils ont également évoqué la notion d'ingrédient principal, ainsi que la question des abats et notamment du foie gras.

L'article 26§5 du règlement (UE) N°1169/2011 INCO invite la CE à étudier la possibilité d'étendre à d'autres denrées alimentaires que celles concernées par ce règlement, l'indication obligatoire de l'origine. Outre le lait et le lait utilisé comme ingrédient, l'article 26 du règlement cite **les denrées alimentaires non transformées, les produits comprenant un seul ingrédient, les ingrédients constituant plus de 50% d'une denrée alimentaire et les autres types de viandes** que celles déjà mentionnée. Ces différentes définitions sont **proches de la notion d'ingrédient primaire**.

Les produits pour lesquelles des **expérimentations** sont **menées par d'autres Etats Membres** : Les expérimentations menées ou envisagées dans 6 Etats membres (*Italie, Finlande, Lituanie, Grèce, Espagne, Portugal*) seraient similaires au décret français, mais limitées au lait et aux produits laitiers.

Le cas de l'Italie est très spécifique car outre le lait, elle a lancé une expérimentation sur le blé dur entrant dans la fabrication des pâtes et les tomates en conserves.

Les mesures prises au niveau des pays tiers sont difficilement transposables en France. A titre illustratif, le visuel utilisé en Australie pour identifier la part des ingrédients d'origine australienne est intéressant car lisible. Sa transposition reste néanmoins difficilement envisageable dans le contexte du marché unique européen, hormis pour indiquer la part des ingrédients d'origine UE.

En conclusion, ce scénario discute les points forts et points faibles d'une extension aux produits suivants : les desserts lactés ; la réduction du seuil du pourcentage de muscles de viandes à 5% au lieu de 8% ; les abats ; la notion d'ingrédient principal.

Conditions réglementaires

Les conditions réglementaires sont les mêmes que pour le scénario 1 – pérennisation du décret.

L'extension du champ des produits soumis au décret implique la notification à la CE et aux autres Etats membres d'une mesure nationale 3 mois avant son application en vertu des articles 38, 39 et 45 du règlement INCO, en la justifiant et en obtenant l'accord de la CE. Elle ne peut pas porter sur les questions qui sont expressément harmonisées, notamment les produits pour lesquelles une mention est déjà obligatoire⁴³, ou avoir pour effet de restreindre la libre circulation des marchandises.

La mesure devra être justifiée par la **protection du consommateur** ou de la santé publique, la répression de tromperies ou de concurrence déloyale et la France devra **apporter la preuve que la majorité des consommateurs attachent une importance significative à cette information** (*cf. art.39*).

Au niveau français, ce scénario implique un **amendement au décret existant** (*extension de la période de validité et extension du champ des produits*) **ou la publication d'un nouveau décret.**

⁴³ Exemple suivant INCO le miel (Directive 2001/110/CE), les fruits et légumes (Règlement (CE) no 1580/2007), le poisson (Règlement (CE) no 104/2000), la viande bovine et les produits à base de viande bovine (Règlement (CE) no 1760/2000), l'huile d'olive (Règlement (CE) no 1019/2002) auxquels s'ajoutent les viandes porcines, ovines, caprines ou de volaille fraîches ou congelée (Règlement (UE) 1169/2011).

Desserts lactés contenant plus de 50% de lait

Produits/marché/acteurs

Les desserts lactés sont des produits laitiers élaborés à partir de lait. Il existe une multitude de desserts lactés, ils sont cependant composés d'au moins 50% de lait⁴⁴. En effet, le lait est le premier ingrédient des desserts lactés frais. Il représente en moyenne entre 60% et 75 % des ingrédients sous forme de lait liquide, de poudre de lait ou parfois de protéines de lait. Les autres ingrédients majeurs sont: le sucre, les œufs qui interviennent dans la texture et le goût et d'autres ingrédients qui varient selon la spécialité. Puis viennent les ingrédients propres à chaque spécialité : riz, semoule, caramel, chocolat, arômes variés... Enfin, les additifs, souvent issus de denrées naturelles végétales, permettent d'améliorer la consistance.

Leur grande variété et déclinaison a pour conséquences un nombre très important de références en rayon LS, qui en plus des catégories, se déclinent en fonction des parfums : cette catégorie de produits regroupe de 550 à 600 références.

La consommation individuelle est en augmentation constante : elle a triplé depuis les années 1980 et affiche une augmentation de plus de 10% sur la période 2010-2016 (*22 kg par habitant et par an*). Le taux de pénétration dans les ménages est très important avec une prédominance très nette des foyers avec enfants.

Le marché est dominé en marques propres par 3 grands groupes laitiers qui ensemble représentent plus de 50% de part de marché. Les MDD suivent avec environ 28% à 30% de part de marché. Les suiveurs ou nouveaux entrants doivent se limiter à 20% de part de marché mais ils sont souvent à la pointe de l'innovation.

Le rayon est le plus souvent disposé dans la même allée que les produits laitiers frais classiques et fait donc partie pour le consommateur du même univers qu'il parcourt en allant de l'un à l'autre. Dans ce contexte, les attentes des consommateurs en termes d'informations sur l'origine du lait sont équivalentes à ceux de l'univers des produits laitiers classiques.

Points forts : cohérence et opportunités

- Un souhait des consommateurs : l'enquête en ligne montre que 69% des consommateurs souhaitent connaître l'origine du lait pour les desserts lactés (*contre 70% pour les yaourts, 76% pour les fromages et 79% pour le lait liquide*).
- Une gamme de produits cohérente avec les produits laitiers couverts par le décret (50% de lait).
- Des catégories de produits devenus stratégiques avec un linéaire développé en GMS, de la même importance (*sinon plus dans certains hypermarchés*) que celui des produits frais laitiers classiques.
- Un rayon qui, du fait de sa disposition en face de celui des produits laitiers frais, fait partie pour le consommateur du même univers produits (*rôle de substituts*) : une gamme de produits « gourmands » qui a tendance à s'imposer face aux produits laitiers classiques dont la consommation baisse.
- Un nombre important de référence : de 500 à 600 références disponibles sur le marché.
- Une consommation en développement et un taux de pénétration au sein des ménages très significatif.

⁴⁴ Les fabricants français ont eux-mêmes institué cette règle simple dans leur code de déontologie : les desserts lactés frais doivent contenir au moins 50 % de lait. En outre, ces desserts sont sucrés ou parfumés et ils ne contiennent généralement pas de ferments lactiques, car la préparation est souvent cuite, ce qui détruit tout ferment encore présent (source : économie laitière).

- Une offre oligopolistique avec 3 leaders (*grands groupes laitiers*) détenant plus de 50% de part de marché suivi à environ 30% par les MDD : seul un nombre limité d'acteurs sera donc concernée par l'extension éventuelle.

Points faibles et interrogations

- Un nombre important de références (500 à 600) synonyme d'un coût de mise en place significatif en terme d'hommes /jour des équipes (*coût passé par l'encadrement pour chacune des références*).
- La mise en place du décret générera des difficultés et coûts similaires à ceux identifiés pour les produits laitiers classiques avec toutefois une certaine expérience acquise par les opérateurs (*voir les résultats de l'étude concernant les difficultés et les coûts de mise en place*).

Viandes : abaissement du seuil à 5% au lieu de 8%

Produits/marchés/acteurs

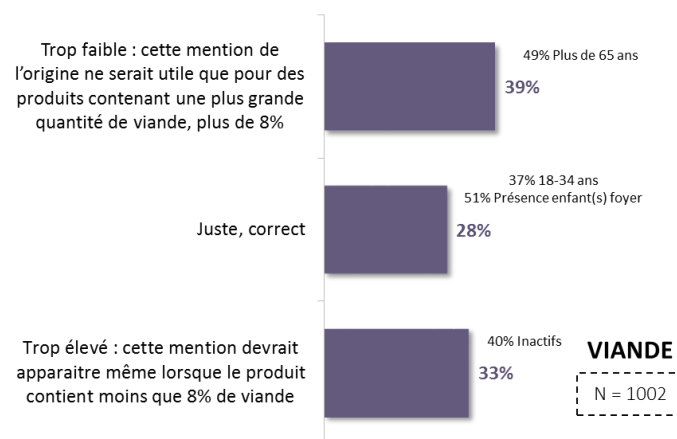
Les produits couverts a priori en abaissant le seuil de muscles de viande de 8% à 5% relèvent du même marché et des mêmes acteurs que ceux déjà concernés par le décret, à l'exception éventuellement des pizzas avec de la viande. Il concerne principalement les produits 1er prix de l'univers des pâtes farcies à faible teneur en viandes, les pizzas avec de la viande et les produits traiteurs. Il s'agit principalement des acteurs des plats cuisinés. Il est très difficile d'estimer le nombre de références supplémentaires que cet abaissement du seuil est susceptible de générer mais, compte tenu du nombre de catégories concernées, il est sans doute significatif car il élargit le champ du décret à une multitude de produits nouveaux du secteur des produits traiteurs et des produits surgelés (exemple : pizzas, pâtes farcies, sauces, etc...)

Points forts

- Répond à une demande d'une partie des consommateurs : selon l'enquête en ligne, un tiers des consommateurs jugent le seuil de 8% comme trop élevé.

Figure 43 Enquête en ligne auprès des consommateurs sur le seuil de 8%

Q20. / Q29. « L'indication de l'origine ne doit apparaître que si le poids de la viande utilisée comme ingrédient dépasse 8% du poids total du produit. Ce seuil de 8% vous paraît... »



Voici à titre d'exemple quelques produits dont la viande...

...est un ingrédient majoritaire	Jambon (porc) Nuggets de poulet
...peut être importante mais non majoritaire	Cassoulet, sandwiches pré-emballés,
...est souvent un ingrédient mineur mais généralement couvert par le seuil de 8%	Raviolis, lasagnes, pâtes cuisinées

Source : ADE – Proteis - OPSIO –enquête en ligne

- Couverture complète du décret sur des segments de marché particulièrement dynamiques.
- Elargissement de l'univers soumis au décret, information complète des consommateurs sur des produits 1er prix de l'univers des pâtes farcies à faible teneur en viandes, pizzas, des produits traiteurs.

Points faibles

- Sauf certains produits emblématiques (ex raviolis ou pizzas), question de la pertinence vis-à-vis des attentes et de la prise en compte de ce niveau de seuil par les consommateurs ?
- Multiplicité des univers concernés, grand nombre d'opérateurs concernés (y compris des PME), coût de mise en place (*temps en homme/jour*).

Abats des viandes de boucheries ou de la volaille

Produits/marchés/acteurs

Les « abats » ou produits tripiers font partie du 5ème quartier qui comprend tous les produits qui ne sont pas rattachés à la carcasse de l'animal. Les produits tripiers proviennent de quatre espèces animales, le bœuf, le veau, l'agneau et le porc. Ils constituent un ensemble de produits alimentaires tels que les glandes et les organes internes (le foie, les reins, le cœur, le thymus et l'intestin). Il faut également ajouter d'autres organes comme la tête, le pied, la queue.

L'extension aux abats ne concerne que les abats servant d'ingrédients à des préparations alimentaires pré-emballés :

- Plats cuisinés à base d'abats (référence classique type rognons en sauce ou les nombreuses spécialités régionales qui constituent des marchés de niche)
- L'ensemble des préparations comportant au moins 8% d'abats, le principal ingrédient étant les foies de porc et de volaille

Les acteurs qui utilisent des abats comme ingrédients s'approvisionnent en abats soit auprès des industriels abatteurs soit de grossistes dont certains sont spécialisés sur ce type de produits. Les acteurs sont les fabricants de plats cuisinés (leaders nationaux et PME régionales) et l'ensemble des acteurs des secteurs CST et les fabricants de produits transformés à base de volailles. Ces produits couvrent notamment toute la gamme des pâtes, rillettes, terrines, le foie gras, dont certains comme le pâté est un produit de mélange par nature.

Points forts

- Nombre limité de plats cuisinés à base d'abats de viandes de boucherie (tripes, rognons cuisinés, etc.) et consommation a priori limitée de ce type de produits (un segment de marché marginal et peu dynamique) ce qui limite le nombre de références à couvrir
- Univers important du secteur de la charcuterie et des produits transformés à base de volaille, qui améliorent l'information pour le consommateur
- Pour les produits de mélange (pâtés, autres préparations), amélioration de l'information du consommateur

Point faibles

- Nombre important de références comportant comme ingrédient du foie de porc ou de volailles (univers de la charcuterie et des produits transformés à base de volaille).
- Coût de mise en place en terme d'encadrement (homme /jour) compte tenu du nombre de références.

- Nombre important d'acteurs de type PME des filières charcuterie/salaison/traiteur, avec les mêmes difficultés de mise en œuvre et plus particulièrement des coûts de gestion de la traçabilité.
- Les produits appertisés (conserves) sont ceux pour lesquels l'intérêt du consommateur sur l'origine de ce type d'ingrédients est la plus faible (voir enquêtes Opsio)

Scénario 4 - Renforcement de l'information au consommateur

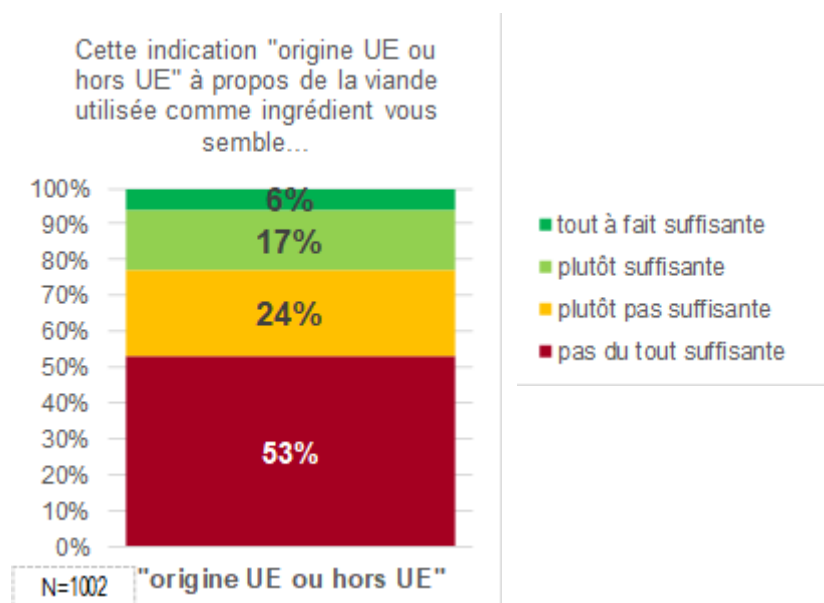
Description du scénario

Ce scénario vise à fournir une information plus précise sur l'origine communiquée au consommateur, en abandonnant la mention « UE ou hors UE ». L'information serait donnée par un ou des pays, UE, ou hors UE. Si l'origine vient de pays de l'UE et hors UE, les pays hors UE seraient mentionnés explicitement.

Consommateurs

Ce scénario répond en partie au souhait des consommateurs. L'enquête avait en effet montré que la mention « UE ou hors UE » était considérée insuffisante par les consommateurs. Les associations de consommateurs se sont exprimées en faveur de ce scénario.

Figure 44 Enquête en ligne – Perception de la mention UE ou hors UE



Source : ADE – Proteis - OPSIO –enquête en ligne

Conditions réglementaires

Ce scénario est peu probable dans le cadre réglementaire d'INCO. L'article 38 prévoit que « les États membres peuvent adopter des dispositions nationales concernant des questions qui ne sont pas expressément harmonisées » par ce règlement. Or, les mentions «UE», «non-UE» ou «UE et non-UE» sont explicitement autorisées par le règlement⁴⁵ pour désigner le lieu de provenance d'un ingrédient et est présente dans de multiples directives (*miel, huile d'olive, etc.*).

⁴⁵ Article 2 §a)1) du Règlement d'exécution (INCO) (UE) 2018/775.

Entreprises agro-alimentaires

Coûts

La possibilité d'étiqueter « UE ou hors UE » rend l'indication de l'origine possible pour tous les opérateurs sans engendrer de coût (hormis la mise en place).

En revanche, obliger les opérateurs à communiquer sur une origine pays spécifique engendrera des coûts de gestion permanents (*gestion de la traçabilité et mentions en fonction des lots, étiquetage ajustable selon les origines*).

Faisabilité technique

La principale contrainte pour ces entreprises sera le renforcement des procédures de traçabilité des origines (né, élevé et abattu) et l'éventuelle séparation des lots. Une autre contrainte sera la taille de l'énoncé des pays si l'entreprise utilise plusieurs viandes dont les approvisionnements varient.

Approvisionnement

En fonction de la sensibilité des consommateurs ou des stratégies des entreprises, certaines pourraient avoir tendance à abandonner leurs approvisionnements extérieurs à l'UE ou les concentrer sur un nombre plus limité de pays.

GMS

Coûts

Les éventuels surcoûts pour les GMS sont des coûts de personnel liés à la mise en œuvre des nouvelles dispositions : passage en revue des références concernées par des approvisionnements hors UE, passage en revue de tous les cahiers des charges (hors origine unique), accord avec les fournisseurs sur les types d'origines à mentionner.

Faisabilité technique

Ce scénario risque de donner une perception négative des équipes des entreprises concernées sur la stabilité réglementaire. Il ne pose pas en soi de difficultés techniques particulières. Il nécessite un délai suffisant (*de 12 à 24 mois*) pour entrer dans les cycles normaux d'adaptation des emballages.

Approvisionnement

Ce scénario pourrait conduire à des modifications d'approvisionnement, en particulier si les GMS ne souhaitent pas communiquer sur certaines origines pays.

12. Recommandations (QEI)

Question I : Dans l'affirmative, quelles sont les recommandations d'améliorations du dispositif qui pourraient être proposées ? (Question I)

Recommandations / préconisations

La partie conclusive du rapport d'évaluation sera consacrée à la formulation de **recommandations sur les conditions de la faisabilité d'une prolongation et d'une extension** de la mesure aux échelles nationale et européenne.

12.1 Approche

La question I relative aux recommandations est liée à la question précédente sur une éventuelle pérennisation. Elle se place dans la situation d'un maintien de l'indication obligatoire de l'origine, à savoir une pérennisation du décret.

Différents scénarios de pérennisation ou d'extension du décret ont été discutés sous la question précédente sur base des résultats de l'étude. Les recommandations sont basées sur les résultats de l'étude dans un contexte de pérennisation.

12.2 Recommandations

Les recommandations concernent les améliorations du dispositif qui pourraient être proposées en cas de poursuite de l'indication obligatoire de l'origine. Elles concernent également les conditions de faisabilité d'une prolongation et extension aux échelles nationales et européenne.

1. Information des consommateurs

L'enquête a révélé une certaine confusion au niveau du consommateur sur la signification exacte de la notion d'origine dans le sens du décret (origine X signifie que tous les stades - *collecte et conditionnement ; naissance, élevage, abattage* - correspondent à un pays ou une région). Cette confusion est accentuée par le foisonnement d'initiatives de marketing prises dans tous les secteurs, y compris non alimentaires.

Une information claire sur le décret et les mentions reconnues équivalentes envers le grand public est recommandée.

L'enquête a montré également que le consommateur a une préférence pour une information en facing.

2. Le délai de mise en œuvre

Le délai restreint pour la mise en œuvre du décret a été à l'origine de difficultés et de certains coûts.

En cas d'adaptation ou d'extension du dispositif à d'autres produits voir à l'échelle européenne, il est indispensable de **prévoir un délai suffisant** pour :

- prendre en compte le temps d'interprétation du décret et l'identification des références concernées ;

- permettre d'intégrer ces changements aux cycles normaux de gestion des emballages afin d'en limiter les coûts pour les opérateurs.

Un délai de minimum 12 à 24 mois est requis.

3. Maintien de toutes les mentions d'origine du décret

Le décret a pour objectif d'informer le consommateur sur l'origine, tout en essayant de **trouver un équilibre entre cette information et le coût pour les opérateurs**. Il doit également s'assurer de **ne pas entraver la libre circulation** des denrées **au sein de l'UE** (*voir logique d'action*).

La possibilité des **mentions « UE » et « hors UE »** participent à cet équilibre qui rend l'application du décret faisable pour tous les opérateurs sans engendrer de surcoûts, aussi dans le cadre d'une extension à l'échelle européenne. Il en va de même pour la mention « UE ou hors UE », bien que celle-ci n'apporte pas d'information au consommateur et qu'elle soit insatisfaisante de ce point de vue.