

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

Volume II - Annexes

Septembre 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.

Table des matières

**ANNEXE 1 : LISTE DES ORGANISATIONS REPRÉSENTÉES AU COMITÉ DE SUIVI ET
RENCONTRÉES EN PHASE DE CADRAGE**

ANNEXE 2 : ETAT DE RÉFÉRENCES

ANNEXE 3 : ETAT DES LIEUX

**ANNEXE 4 : LOGOS DES MARQUES NATIONALES ET MARQUES DISTRIBUTEURS INDIQUANT
L'ORIGINE**

ANNEXE 5 : IMPORTANCE RELATIVE DES SURCOÛTS LIÉS À L'EMBALLAGE

ANNEXE 6 : ENQUÊTE EN LIGNE AUPRÈS DES INDUSTRIELS CST ET PLATS CUISINÉS

ANNEXE 7 : QUESTIONNAIRES ENQUÊTES CONSOMMATEURS

**ANNEXE 8 : EVOLUTION DES VOLUMES ET PRIX D'ACHAT DES PRODUITS DE
L'ÉCHANTILLON**

**ANNEXE 9 : EVOLUTION COMPARÉE DES IPC AU NIVEAU D'UNE SÉLECTION DE PAYS ET
PRODUITS**

Annexe 1 : Liste des personnes et organisations représentées au comité d'évaluation, au comité de suivi et rencontrées en phase de cadrage

Annexe liée aux chapitres 1 et 2 du rapport

Liste des partenaires représentés au Comité de Suivi :

ORGANISME
MAA/DGPE
MAA/CEP
MAA/DGAL
DGCCRF
FRANCEAGRIMER
FNSEA
Jeunes Agriculteurs
Coordination rurale
Confédération paysanne
ANIA
COOP de France
FNA (<i>Fédération du négoce agricole</i>)
FCD (<i>Fédération des entreprises du commerce et de la distribution</i>)
CGAD (<i>Confédération Générale de l'Alimentation en Détail</i>)
ADEPALE
SYNDIGEL
INTERBEV
FNICGV
INAPORC
FNB
FNP

CNIEL
FICT
FNCL
FNIL
ATLA
FNPL
FNEC
ANICAP
FIA
CIDEF
Confédération française de l'aviculture
Alliance 7
Fedelis
CultureViande
Que Choisir
Familles rurales
CLCV

Liste des personnes rencontrées en phase de cadrage

NOM, Prénom	Structure	Fonction
LITMAN Sonia	ADEPALE	Directrice du Service Réglementation – Qualité – Nutrition de l' ADEPALE
HAUBERT, Audrey	ANIA	Responsable réglementaire
LE PAPE Maryline	ANICAP	Directrice
MILLET Fabienne	Association interprofessionnelle du lait de Brebis des Pyrénées-Atlantiques	Directrice
SIMBELIE Karinne	ATLA	Directrice affaires réglementaires
PERRIN Camille	BEUC	Département alimentation et santé
VILLERS Sophie	CGAAER	Présidente de la section " Gestion publique et réforme de l'Etat "
DESORGE Marine	CLCV	Chargée de mission Alimentation
Le POULTIER	CNIEL	Directrice générale
MARINOV Christian	Confédération de l'aviculture	Directeur
BLAISE Nathale	COOP de France	Responsable Qualité, Nutrition,
DE CASTRO Julia	COOP de France	Chargée de mission productions animales
ROUCHE Paul	Culture Viande	Directeur délégué
MOHRANGE Geneviève	DGCCRF	
LEGENTIL Anne	Familles rurales	Conseiller technique fédération nationale
TAFOURNEL Emilie	FCD	Directrice qualité
BALADIER Henri	FedeLIS	Président

GUYOT Marie	FedeLIS	Déléguée générale
MERCERON Didier	FedeLIS	Administrateur ODG vendée
ELGOSI Véronique	FIA	Déléguée Générale
BAZERGUE David	FICT	Délégué Général
FLEURANCE Sophie	FICT	Assistante de direction
FUIRET Stéphanie	FICT	Economie de la filière
GREGORI Thierry	FICT	Directeur technique et scientifique
CHAPELLE Eric / MERLE Alexandre	FNB	Président / Vice-président
HUMBERT Carole	FNCL	
ESPINOSA Sophie	FNEC	
DE DESERT Hervé	FNICGV	Directeur
MOREAU Jehan	FNIL	Directeur
TAILLEUR Caroline	FNP (FNSEA)	Directrice
LEVRON Solène	FNPL	
AIGRAIN Patrick	FranceAgriMer	Chef du service Analyses et Fonctions Transversales et Multifilières
WEPIERRE Anne- Sophie	FranceAgriMer	Chef de l'unité évaluation
MASSANI Mathieu	ILOCC	Animateur
AMBLARD Mylène	INAPORC	Assistante
DELZESCAUX Didier	INAPORC	Directeur
VERLIAT Fabien	INAPORC	Chargé du suivi Etiquetage
RUFFIEUX Bernard	INRA, laboratoire d'économie appliquée de Grenoble	Professeur et directeur de laboratoire
GARDIEN Justine	INTERBEV	Etiquetage des viandes
VERDAGUER Marie	Interprofession Roquefort	Directrice
SIMON Jérôme	JA	
HUERTEZ Guillaume	MDD Auchan	Responsable Qualité
VINCENT Lionel	MDD Carrefour	Responsable National
RENARD Florence	MDD Casino EMC distribution	Responsable Département Qualité Frais & Surgelés
GERLING Cathy	MDD Lidl	Responsable service packaging
MONNEZ	MDD Lidl	Directeur des achats
MANUEL Laurence	MDD Provera France (Cora et Match)	Responsable Qualité groupe Qualité- Packaging
KNEFEL Marguerite	MDD Système U	Responsable Qualité
GAUVREAU Julie	OQALI	ANSES
FROMANGER Alexia	SYNDIGEL	Secrétaire Générale
PERENNOU Hélène	SYNDILAIT	Secrétaire générale
ANDRAULT Olivier	UFC Que Choisir	Chargé de mission Etudes

Annexe 2 : Etat de références

Annexe liée au chapitre 3, section 3.3.2 du rapport

A2.1 Laites liquides et autres lait

Source : entretiens avec SYNDILAIT

Univers du décret : 90,7% du litrage vendu en GMS. Le lait bénéficiant du SIQO AB représente 9,3% des ventes (230,8 millions de litres / 2 481,4 millions de litres).

Les adhérents de SYNDILAIT représentent 90% du volume de lait embouteillé en France : il y a ensuite une myriade de petits faiseurs dont des groupements d'éleveurs qui se sont constitués récemment (exemple : « En direct des éleveurs » dans l'ouest, lait du massif central, etc.).

SYNDILAIT a démarré une action volontaire « *Lait collecté et conditionné en France* » au début 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 terme d'adhésion est stabilisée.

Tableau 1 Marques nationales et de distributeurs qui n'adhèrent pas à la démarche SYNDILAIT

Marques nationales	Marques distributeurs
Les lait 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

A2.1.1 Etat de référence 2016

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 jusqu'aux éleveurs livreurs.

Selon SYNDILAIT, à fin 2016, 60% des bouteilles sorties des usines des adhérents portent 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.

Mais les logos ont progressivement évolué : Système U est ainsi passé d'un logo carte de France indiquant *Collecté en France* à un logo générique pour tous les produits laitiers (laites liquides et lait en tant qu'ingrédients) indiquant « lait de France » ou même « lait d'une région ».

Figure 1 – Evolution des mentions et logos d'origine du lait liquide et en tant qu'ingrédient. Système U



Etude « L'observatoire de l'origine France »

Sur un parc de 33 magasins visités, pour le lait UHT 1/2 écrémé, l'enquête publiée **en novembre 2015** par les éditions DAUWERS témoigne que fin 2015:

- Les 2 marques nationales leaders du marché annoncent à 100% que le lait embouteillé est d'origine France, mais seulement 60% des références relevés en faisaient une revendication claire.
- Ce ratio tombe respectivement à 76% et 77% pour les MDD et les PP, les deux familles en faisant une revendication claire pour tous leurs produits.

En 2015, dans les régions frontalières Nord Pas de Calais et Alsace, l'enquête identifie pour les premiers prix des laits UHT importés respectivement de Belgique et d'Allemagne.

Il peut aussi y avoir des laits achetés en France, embouteillés en Belgique puis importés en France (cas des hypermarchés Auchan dans le Nord).

Tableau 2 – Mentions d'origine Lait UHT 1/2 écrémé - 2015

En % des produits relevés dans 33 magasins

Mention	MDD	MN	PP	TOTAL
<i>Produit conditionné en France</i>	100%	100%	91%	96%
<i>Dont revendication claire</i>	10%	0%	15%	8%
Lait origine France	76%	100%	77%	79%
Dont revendication claire	76%	60%	77%	71%

Source : l'Observatoire de l'Origine France. Editions Dauwers.

Les deux marques nationales prises en compte sont les deux marques leaders du marché : Lactel et Candia

A2.2 Produits laitiers frais

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 mis en œuvre dans les fabrications **mais la plupart du temps aucune mention ne figurait dans la liste des ingrédients**. « 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).*

Les tableaux suivants ont été constitués à partir de l'étude de l'Observatoire de l'Origine France, publiée en Novembre 2015 : on ne dispose pas de la méthodologie ayant permis de calculer les fréquences publiées dans le rapport, notamment le nombre de références relevés pour chacune des 3 types de marques.

Les trois tableaux qui suivent présentent les résultats pour trois produits : crème fraîche épaisse, beurre et emmenthal râpé.

Tableau 3 – Mentions d'origine pour la crème fraîche épaisse - 2015

En % des produits relevés dans 33 magasins

Mention	MDD	MN*	PP	TOTAL
<i>Produit fabriqué en France</i>	100%	100%	100%	100%
<i>Dont revendication claire</i>	10%	30%	18%	20%
Matière première origine France	50%	54%	9%	38%
<i>Dont revendication claire</i>	50%	24%	9%	27%

Source : l'Observatoire de l'Origine France. Editions Danvers.

*Les deux marques nationales prises en compte sont : Yoplait et Bridélice

Si tous les produits affichent qu'ils sont fabriqués en France, seuls **50% des produits MDD et MN mentionnent que la crème est d'origine France avec une revendication claire pour seulement 24% chez les deux marques nationales**. La situation est par contre très floue pour les produits 1^{er} prix : plus de 90% des références n'indiquent aucune mention quant à l'origine de la crème.

Tableau 4 – Mentions d'origine pour le beurre - 2015

En % des produits relevés dans 33 magasins

Mention	MDD	MN	PP	TOTAL
<i>Produit fabriqué en France</i>	100%	100%	100%	100%
<i>Dont revendication claire</i>	10%	22%	0%	10%
Matière première origine France	20%	17%	0%	14%
<i>Dont revendication claire</i>	20%	0%	0%	8%

Source : l'Observatoire de l'Origine France. Editions Danvers.

Les deux marques nationales prises en compte sont : Président et Bridélice.

Si tous les produits affichent qu'ils sont fabriqués en France, la revendication claire est faible à inexistante.

En ce qui concerne l'origine de la matière première, elle n'est clairement indiquée que dans 8% dont 20% des cas pour les MDD (pas indiqué pour les MN et PP).

A2.3 Fromages

Tableau 5 – Mentions d'origine pour l'emmental râpé - 2015

En % des produits relevés dans 33 magasins

Mention	MDD	MN	PP	TOTAL
<i>Produit fabriqué en France</i>	93%	100%	73%	88%
<i>Dont revendication claire</i>	54%	37%	15%	34%
Matière première origine France	71%	55%	24%	48%
Dont revendication claire	54%	33%	21%	36%

Source : l'Observatoire de l'Origine France. Editions Dauwers.

Les deux marques nationales prises en compte sont : Président et Entremont.

Pour 30% des produits MDD et 45% des produits en MN, l'origine de la matière première n'est pas mentionnée ; ce pourcentage monte à plus de 75% pour les produits premier prix.

Certaines enseignes importent en 2015 de l'emmental d'autres pays de l'UE (Allemagne, Pays Bas), mais, dans la mesure où elles le font râper et emballer en France, le produit a subi « une transformation substantielle » en France et son lieu d'origine peut être indiqué France.

A2.3.1 Données de l'OQALI

La base de données communiquée par OQALI comporte au total 8909 produits / références uniques fabriqués dans 20 pays. Les produits comportant l'origine du pays sont au nombre de 5869, dont 1656 références en Fromages.

Parmi ces 1656 produits, 546 sont exclues car non concernés par le décret (fromages biologiques, AOC/AOP/IGP). **Au total 1110 références en Fromages peuvent être analysées pour l'état de référence.**

Plus de 51% des produits ne comportent aucune mention sur l'origine du lait ayant servi à la fabrication des produits « fromages ». S'y ajoute un petit tiers (32,4%) dont les mentions ne correspondent pas au décret (mentions incomplètes ou portant sur le lieu de fabrication sans mention sur l'origine du lait).

Il reste donc seulement 15,3% de produits comportant une origine France et très marginalement moins de 1% de produits comportant une origine UE (0,6% exactement).

Tableau 6 – Etiquetage des produits éligibles au décret dans le fichier « Fromages » de l'OQALI - 2015

Types de marque	France			UE			Incomplet	Aucune mention	TOTAL
	Allégation et liste	Allégation seule	Liste seule	Allégation et liste	Allégation seule	Liste seule	Lieu de conditionnement ou autre mention	Ni allégation, ni liste	
MDD	3,6%	11,0%	0,5%			0,2%	29,9%	55,0%	100,0%
MN	2,5%	16,9%	0,3%		0,8%		36,8%	42,8%	100,0%
PP	1,3%				2,6%		33,8%	62,3%	100,0%
TOTAL	3,1%	12,2%	0,4%		0,5%	0,1%	32,4%	51,4%	100,0%

Source : retraitement sur base des fichiers reçus de l'OQALI.

A2.4 Ensemble des produits à base de porc

Les bases de données ont été fournies et retraitées gracieusement par INAPORC pour se limiter à l'univers des références éligibles au décret (voir § 2.1).

Dans la démarche mise en place par INAPORC depuis 2011, le champ des observations est différent de celui auquel s'applique le décret. De plus, pour tenir compte de la mise en place du décret et affiner son diagnostic, INAPORC a fait évoluer de façon très significative la famille des plats préparés de l'univers des produits relevés entre 2015 et 2016 : le nombre de références prises en compte dans les relevés magasin a considérablement augmenté en 2016 avec 1450 références produits en plus pour la famille « tous plats préparés ».

Du coup, les deux univers ne sont pas strictement comparables car l'approche de 2016 introduit de nombreux produits en mélange, essentiellement porc et volaille ou porc et viande bovine : pâtés, saucisses, charcuterie pâtissière, plats préparés. 840 références relèvent ainsi de cette catégorie de produits soit 11,4% du total.

Dans la mesure où en 2015, l'univers observé par INAPORC ne correspond pas à celui du décret, une présentation est faite des deux années 2015 et 2016.

Le tableau ci-dessous illustre l'évolution du nombre de références (1 code barre = 1 référence) pour chacune des années 2015 et 2016.

Tableau 7 – Evolution du nombre de références relevés par INAPORC

	Sous-ensemble des produits « pur porc »		Strictement dans le champ d'application du décret	
	2015	2016	2015	2016
a – jambon cuit	746	869	654	755
b - pâtés, mousses, rillettes	1052	918	991	856
c - knack, mortadelles, à l'ail	394	418	339	402
d - saucisses fraîches ou fumées à cuire	655	732	611	678
e - lardons, poitrine	348	422	304	361
f - boudins et andouilles	359	332	336	254
g - jambon sec	452	500	296	318
h - autre sec (saucissons secs, coppa...)	1208	1332	943	999
i - plat préparé & charcuterie pâtissière	422	1880	396	1 649
j - Viandes fraîches transformées ou aromatisées	819	753	240	217
Total	6 455	8 156	5 110	6 489

Source : fichiers INAPORC retraités

A2.4.1 Bilan des mentions d'origine pour l'ensemble des références éligibles au décret 2016 – 1137

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.

Tableau 8 – Types de mentions d'origine. 2015. 5110 références

En %	Le Porc Français	VPF	Origine France	UE	Aucune mention d'origine	Total général
MDD	33,5%	2,2%	17,6%	25,8%	20,9%	100,0%
MN	16,3%	2,5%	19,9%	6,4%	54,9%	100,0%
PP	22,1%	0,0%	9,4%	36,6%	31,9%	100,0%
TOTAL	23,1%	2,3%	18,5%	15,1%	41,1%	100,0%

Source : fichiers INAPORC retraités. 2015.

Pour 2016, l'univers éligible au décret est composé de 7325 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).

La fréquence des différents types de mentions présentée dans le tableau ci-dessous est celle de cet univers : du coup, pour une fréquence certes très marginales, certaines mentions viande bovine française ou *vianades de France* ont été relevées ; A noter qu'aucune mention « Volaille de France » ne figure sur ces produits en mélange porc + volaille.

Les mentions « hors UE » et « UE ou hors UE » sont absentes de l'ensemble des relevés de 2015 (5 110 références) et de 2016 (7 325 références).

Tableau 9 – Types de mentions d'origine. 2016. 7325 références

En nombre de références	Le Porc Français	Ancien logo VPF	Logos viandes de France	Origine France	Origine UE	Aucune mention d'origine	Total général
MDD	27,6%	0,1%	0,00%	20,4%	19,7%	32,3%	100,0%
MN	21,0%	0,3%	0,13%	19,6%	10,1%	48,8%	100,0%
PP	23,0%	0,0%	0,00%	6,1%	36,2%	34,7%	100,0%
TOTAL	24,0%	0,2%	0,07%	19,4%	15,5%	40,9%	100,0%

Source : fichiers INAPORC retraités

Tableau 10 – 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%

Source : fichiers INAPORC retraités

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%

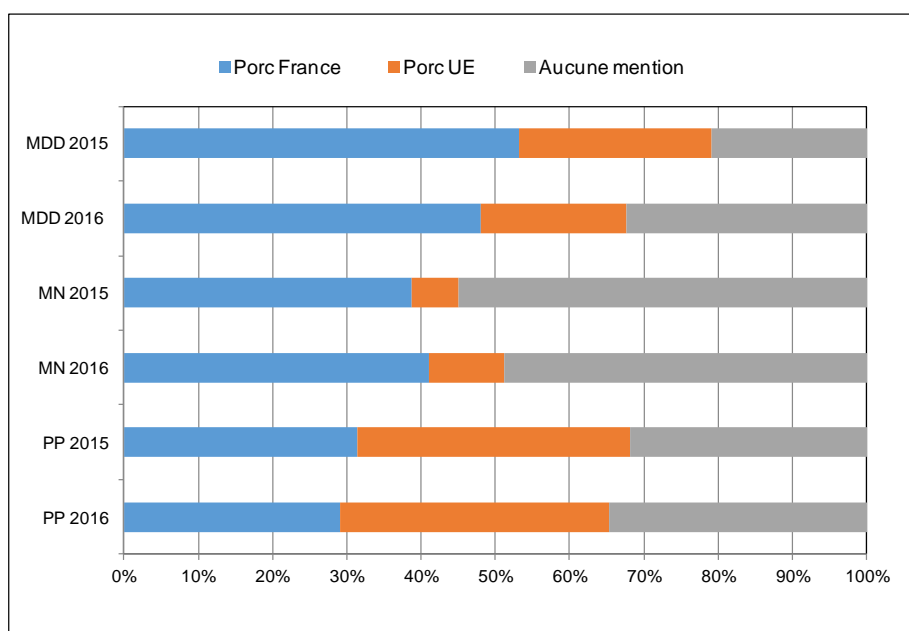
Source : fichiers INAPORC retraités

Le pourcentage de références n'affichant aucune mention de l'origine recule légèrement entre 2015 et 2016 : mais l'univers n'est pas strictement comparable. Notamment, la famille 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.

Tableau 11 – Plats cuisinés comportant du porc

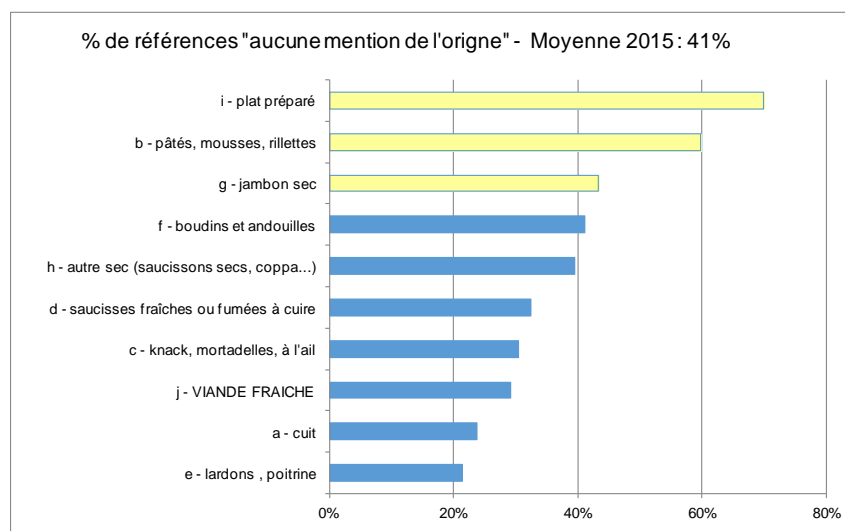
	Nombre total de références de la famille de produits	% de références n'affichant aucune mention de l'origine
2015	396	69,9%
2016	1801	67,3%

Figure 2 – Répartition des mentions d'origine par type de marques. Produits à base de porc - 2015 & 2016



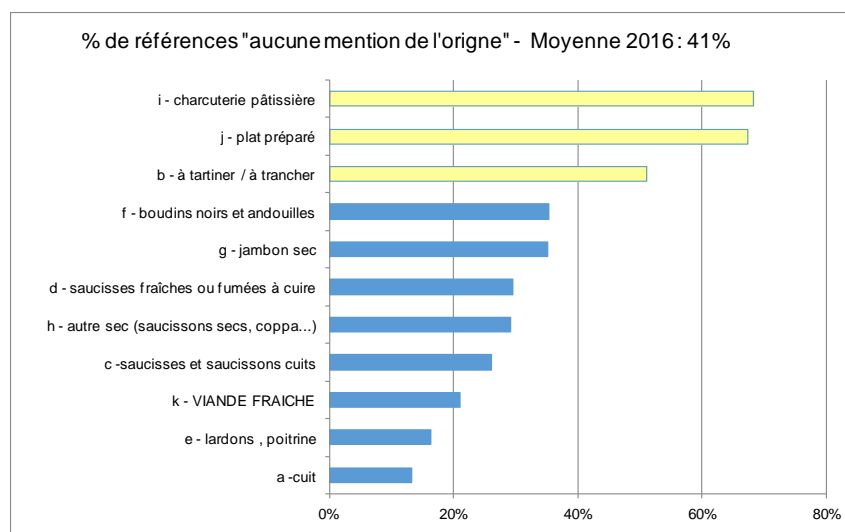
Source : traitement des bases de données INAPORC

Figure 3 – Part des références sans aucune mention de l'origine par catégorie de produits - 2015



Source : traitement des bases de données INAPORC

Figure 4 – Part des références sans aucune mention de l'origine par catégorie de produits - 2016



Source : traitement des bases de données INAPORC

A2.4.2 Ensemble des produits à base de viandes bovine et ovine

Le fichier fourni par Interbev a été retraité pour ne disposer que de l'univers des produits éligibles au décret. Tous les produits cités au § 2.1 ont donc été exclus de la base de données. La base de données retraitée comporte 1 449 références relevées en 2016 dans un échantillon de magasins.

	Viande bovine (de bœuf)	Viande de veau	Viande d'agneau ou viande ovine	Total
Nombre de références	1271	130	48	1 449
En %	87,7%	9,0%	3,3%	100,0%

Source : fichiers INTERBEV retraités

Près de 90% des références concernent la viande de gros bovins (bœuf): 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 » (cad 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 affichent une mention indiquant aux consommateurs que l'ingrédient viande est français.

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% « autres logos ».

Tableau 12 – 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 de 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%

A2.4.3 Etude 2016 de UFC Que Choisir

Les résultats de l'enquête sont présentés en nommant explicitement le nom des enseignes et celui des marques nationales et ce malgré un protocole d'enquêtes relativement limité : le choix est fait de ne pas présenter ces informations dans ce rapport.

Que Choisir tire des conclusions en comparant sa première étude de 2013 avec ces observations du début de l'année 2016 : mais d'une part il n'est pas précisé si l'analyse se fait à univers constant et d'autre part la taille des échantillons de produits apparaît limitée.

Seuls sont présentés ci-dessous les résultats pour chacun des trois types de viande.

Figure 5 – Produits à base de bœuf (81 produits) - Janvier 2016

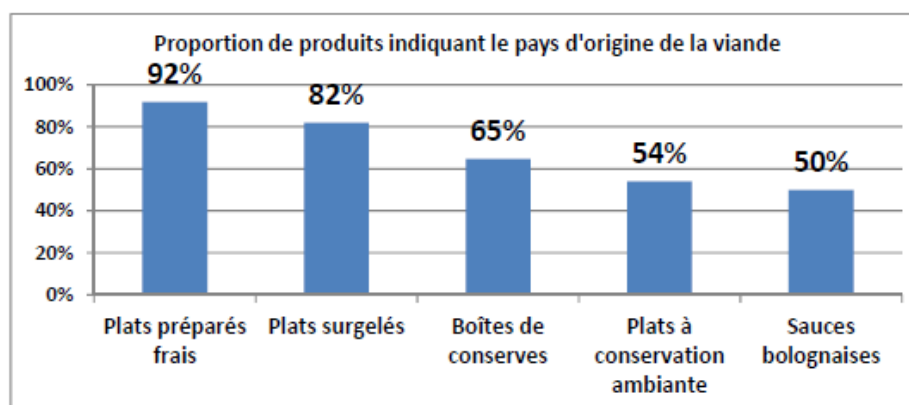


Figure 6 – Produits à base de porc (69 produits) - Janvier 2016

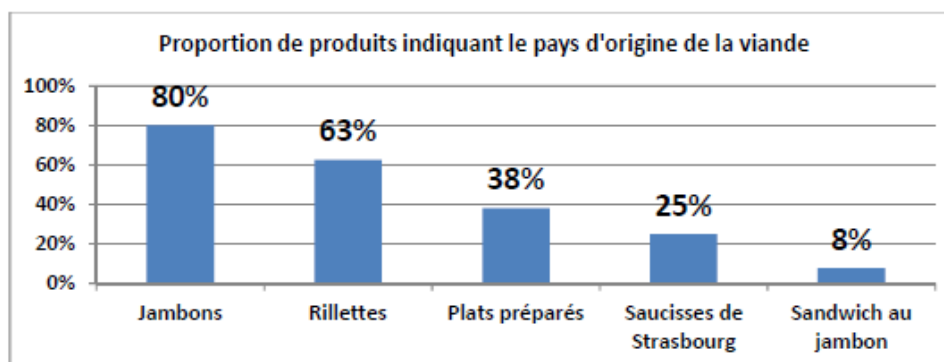
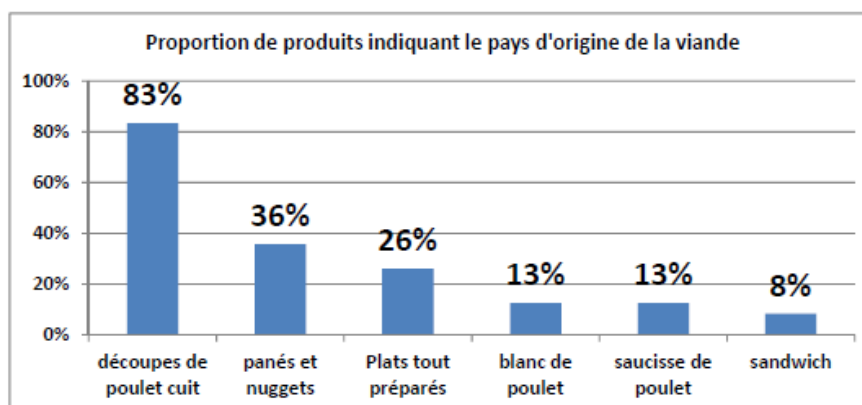


Figure 7 – Produits à base de poulet (95 produits) - Janvier 2016



Annexe 3 : Etat des lieux

Annexe liée au chapitre 3, section 3.3.3 du rapport

A3.1 Vision globale

Nombre de références relevées par produit et par types de marque 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-SALAISSONS-TRAITEUR	22,6%	5,7%	2,4%	30,7%
VIANDES FRAICHES TRANSFORMEES OU AROMATISEES	4,2%	1,8%	0,3%	6,2%
PRODUITS SURGELES	8,6%	1,6%	0,5%	10,6%
PRODUITS APPERTISES	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%

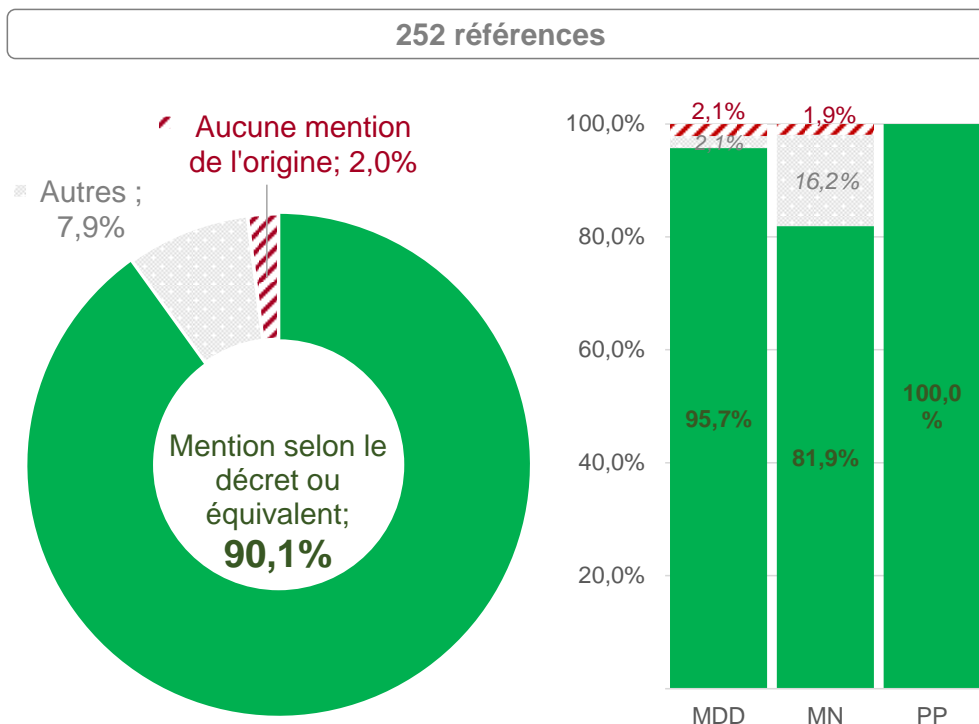
Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

A3.2 Résultats détaillés par familles de produits

Laits liquides et autres laits

Les 252 références relevées dans la catégorie laits liquides et autres laits couvrent les laits de longue conservation et aromatisés (79%), les laits frais et fermentés (14%) et les autres laits (7%) (lait en poudre et concentrés). Les figures et tableaux suivants nous montrent que **90,1% des références sont étiquetées selon le décret ou avec une mention équivalente** (dont 34% avec le logo collectif de Syndilait et 47% d'autres démarches équivalentes). La proportion est plus élevée pour les marques distributeurs (MDD) que pour les marques nationales (MN). En ce qui concerne le lieu d'origine, 92% est collecté et conditionné en France. Le lait en poudre et concentré est la catégorie la moins bien étiquetée en ce qui concerne l'indication de l'origine.

Répartition des références selon les mentions de l'origine et types de marque : *Laits liquides et autres laits*



Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions**	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Syndilait	Autre indication reconnue équivalente	Dans la liste* mais pas en facing			
MDD	47	76	12	3	3	141
MN	36	41	9	17	2	105
PP	3	1	2			6
TOTAL	86	118	23	20	5	252

Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions**	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Syndilait	Autre indication reconnue équivalente	Dans la liste* mais pas en facing			
MDD	33,3%	53,9%	8,5%	2,1%	2,1%	100,0%
MN	34,3%	39,0%	8,6%	16,2%	1,9%	100,0%
PP	50,0%	16,7%	33,3%			100,0%
TOTAL	34,1%	46,8%	9,1%	7,9%	2,0%	100,0%

* Le lait liquide étant mono-produit, il n'y a pas de liste d'ingrédients mais des informations au niveau des caractéristiques nutritionnelles

** Autres mentions : une information sur l'origine est donnée mais pas selon le décret : France (sans toutes les étapes (8), collecté en France (5), fabriqué en France (4), lait 100% de nos producteurs (2) ; mention infranationale (1)

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par types de marque : *Laits liquides et autres laits*

Types de marque	France	Collecté France	Collecté France - Conditionné Autre Etat membre	UE	Aucune origine mentionnée selon le Décret *	TOTAL
MDD	136	1		1	3	141
MN	90	4	1	1	9	105
PP	6					6
TOTAL	232	5	1	2	12	252

Types de marque	France	Collecté France	Collecté France - Conditionné Autre Etat membre	UE	Aucune origine mentionnée selon le Décret *	TOTAL
MDD	96,5%	0,7%		0,7%	2,1%	100,0%
MN	85,7%	3,8%	1,0%	1,0%	8,6%	100,0%
PP	100,0%					100,0%
TOTAL	92,1%	2,0%	0,4%	0,8%	4,8%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

***N.B.** 7 références ont une mention en facing (allégation infra-nationale, « Fabriqué en France », etc.) et ont été classées dans « Autres mentions ». Cette mention n'est pas établie selon le décret et nous ne disposons d'aucune indication de l'origine dans la liste des ingrédients, voilà pourquoi ces références ont été reprises dans « Aucune mention » pour l'origine.

Répartition des références selon les mentions de l'origine par sous-catégorie de produit : *Laits liquides et autres laits*

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions **	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Syndilait	Autre indication reconnue équivalente	Dans la liste* mais pas en facing			
LONGUE CONSERVATION (+ laits aromatisés)	69	104	12	10	3	198
FRAIS & FERMENTE	17	10	5	3	1	36
AUTRE LAIT (poudre, concentré)		4	6	7	1	18
TOTAL	86	118	23	20	5	252

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions **	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Syndilait	Autre indication reconnue équivalente	Dans la liste* mais pas en facing			
LONGUE CONSERVATION (+ laits aromatisés)	34,8%	52,5%	6,1%	5,1%	1,5%	100,0%
FRAIS & FERMENTE	47,2%	27,8%	13,9%	8,3%	2,8%	100,0%
AUTRE LAIT (poudre, concentré)		22,2%	33,3%	38,9%	5,6%	100,0%
TOTAL	34,1%	46,8%	9,1%	7,9%	2,0%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par sous-catégorie de produits : *Laits liquides et autres laits*

Produits	France	Collecté France	Collecté France - Conditionné Autre Etat membre	UE	Aucune origine mentionnée selon le Décret	TOTAL
LONGUE CONSERVATION (+ laits aromatisés)	189	2	1	1	5	198
FRAIS & FERMENTE	32	3			1	36
AUTRE LAIT (poudre, concentré)	11			1	6	18
TOTAL	232	5	1	2	12	252

Produits	France	Collecté France	Collecté France - Conditionné Autre Etat membre	UE	Aucune origine mentionnée selon le Décret	TOTAL
LONGUE CONSERVATION (+ laits aromatisés)	95,5%	1,0%	0,5%	0,5%	2,5%	100,0%
FRAIS & FERMENTE	88,9%	8,3%			2,8%	100,0%
AUTRE LAIT (poudre, concentré)	61,1%			5,6%	33,3%	100,0%
TOTAL	92,1%	2,0%	0,4%	0,8%	4,8%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

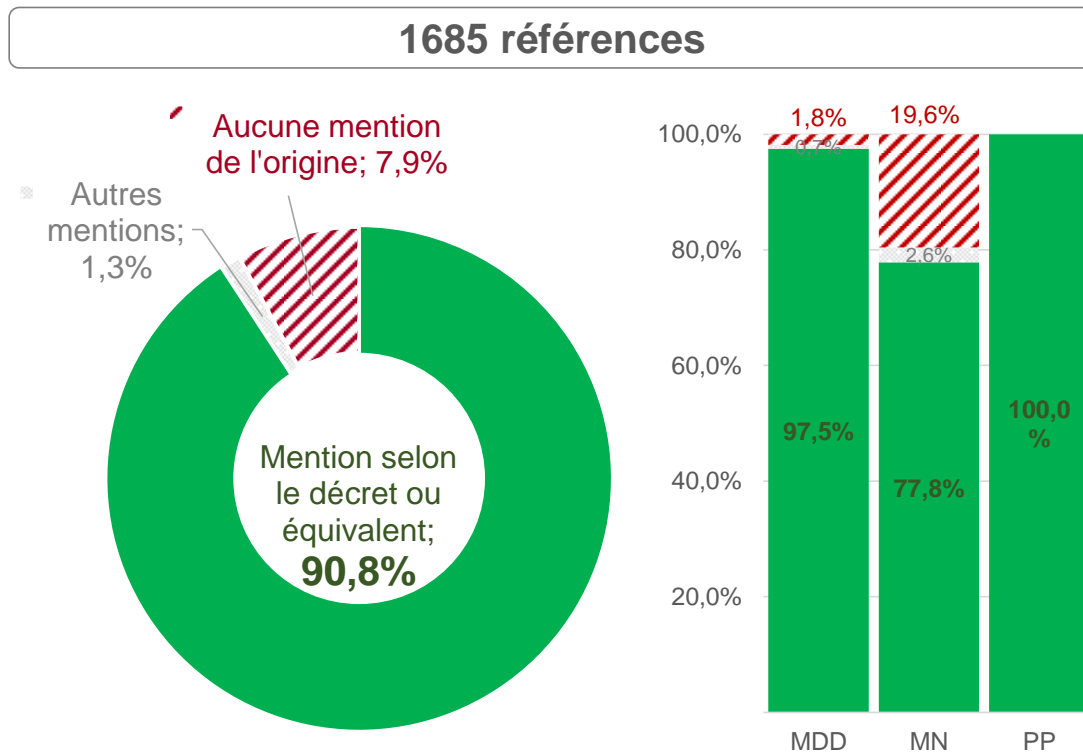
Produits laitiers hors fromages

La catégorie « produits laitiers » avec 1685 références comprend les yaourts (44%), les fromages blancs (26%), les crèmes (16%) et les beurres (14%). Les fromages sont présentés séparément. Les figures et tableaux suivants nous montrent que 91% des références sont étiquetées selon le décret ou avec une mention équivalente. Les MDD et PP sont correctement étiquetés à près de 100%, alors que près de 20% des MN ne comportent aucune mention de l'origine.

En ce qui concerne le lieu d'origine, 78,5% des références proviennent de France, 7,6% de France plus une autre provenance et près de 5% de l'UE. Cette proportion est plus élevée pour le beurre que pour les autres produits (avec 23% d'origine UE et 4,4% UE ou hors UE).

Les formulaires de saisie ont permis de prendre en compte la nature « multi-ingrédients » des produits laitiers en détaillant pour chaque ingrédient la mention de l'origine. Ainsi, près de 1 sur 2 (48%) des produits laitiers relevés sont à composantes 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 France (respectivement 35,4% et 30,1% de toutes les références produits laitiers), tandis que la poudre provient de la France (13%) et de l'UE (8% de toutes les références).

**Répartition des références selon les mentions de l'origine et types de marque :
Produits laitiers**



Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Syndilait en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD	0	537	471	7	19	1034
MN	0	88	365	15	114	582
PP	0	4	65	0	0	69
TOTAL	0	629	901	22	133	1685

Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Syndilait en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD		51,9%	45,6%	0,7%	1,8%	100,0%
MN		15,1%	62,7%	2,6%	19,6%	100,0%
PP		5,8%	94,2%			100,0%
TOTAL		37,3%	53,5%	1,3%	7,9%	100,0%

* Autres mentions : une information sur l'origine est donnée mais pas selon le décret : allégation infranationale, mais sans mention de l'origine des ingrédients ou avec une indication incomplète (19) ; indication imprécise sur la face (au lait des alpes) et sans aucune mention dans la liste des ingrédients (1) ; sans indication en face et avec mention incomplète dans la liste des ingrédients (2).

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par types de marque : *Produits laitiers*

Types de marque	France	France et autres provenances	UE	UE ou Hors UE	Non-précisé ou non complet	Aucune mention	TOTAL
MDD	926	37	43	5	4	19	1034
MN	346	82	25	2	13	114	582
PP	51	9	6	3	0	0	69
TOTAL	1323	128	74	10	17	133	1685

Types de marque	France	France et autres provenances	UE	UE ou Hors UE	Non-précisé ou non complet	Aucune mention	TOTAL
MDD	89,6%	3,6%	4,2%	0,5%	0,4%	1,8%	100,0%
MN	59,5%	14,1%	4,3%	0,3%	2,2%	19,6%	100,0%
PP	73,9%	13,0%	8,7%	4,3%			100,0%
TOTAL	78,5%	7,6%	4,4%	0,6%	1,0%	7,9%	100,0%

« Non-précisé ou non complet » - références avec allégations infranationales (ou autre) sur le facing, mais dont la liste des ingrédients n'informe pas sur l'origine d'aucun des ingrédients utilisés (13) ; références sans mention sur le facing ou avec allégation infranationale, avec des indications incomplètes dans la liste des ingrédients d'au moins un des ingrédients utilisés (4)

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon les mentions de l'origine par sous-catégorie de produit : *Produits laitiers*

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Syndilait en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
YAOURTS (dont yaourts à boire)	0	342	364	4	30	740
FROMAGES BLANCS	0	132	232	4	68	436
CREME (fraîche, longue conservation, aérosol)	0	107	131	13	22	273
BEURRES	0	48	174	1	13	236
TOTAL	0	629	901	22	133	1.685

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Syndilait en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
YAOURTS (dont yaourts à boire)		46,2%	49,2%	0,5%	4,1%	100,0%
FROMAGES BLANCS		30,3%	53,2%	0,9%	15,6%	100,0%
CREME (fraîche, longue conservation, aérosol)		39,2%	48,0%	4,8%	8,1%	100,0%
BEURRES		20,3%	73,7%	0,4%	5,5%	100,0%
TOTAL		37,3%	53,5%	1,3%	7,9%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par sous-catégorie de produits : *Produits laitiers*

Produits	France	France et autres provenances	UE	UE ou Hors UE	Non-précisé ou non complet	Aucune mention	TOTAL
YAOURTS (dont yaourts à boire)	634	63	9	0	4	30	740
FROMAGES BLANCS	301	63	0	0	4	68	436
CREME (fraîche, longue conservation, aérosol)	231	2	10	0	8	22	273
BEURRES	157	0	55	10	1	13	236
TOTAL	1323	128	74	10	17	133	1685

Produits	France	France et autres provenances	UE	UE ou Hors UE	Non-précisé ou non complet	Aucune mention	TOTAL
YAOURTS (dont yaourts à boire)	85,7%	8,5%	1,2%		0,5%	4,1%	100,0%
FROMAGES BLANCS	69,0%	14,4%			0,9%	15,6%	100,0%
CREME (fraîche, longue conservation, aérosol)	84,6%	0,7%	3,7%		2,9%	8,1%	100,0%
BEURRES	66,5%		23,3%	4,2%	0,4%	5,5%	100,0%
TOTAL	78,5%	7,6%	4,4%	0,6%	1,0%	7,9%	100,0%

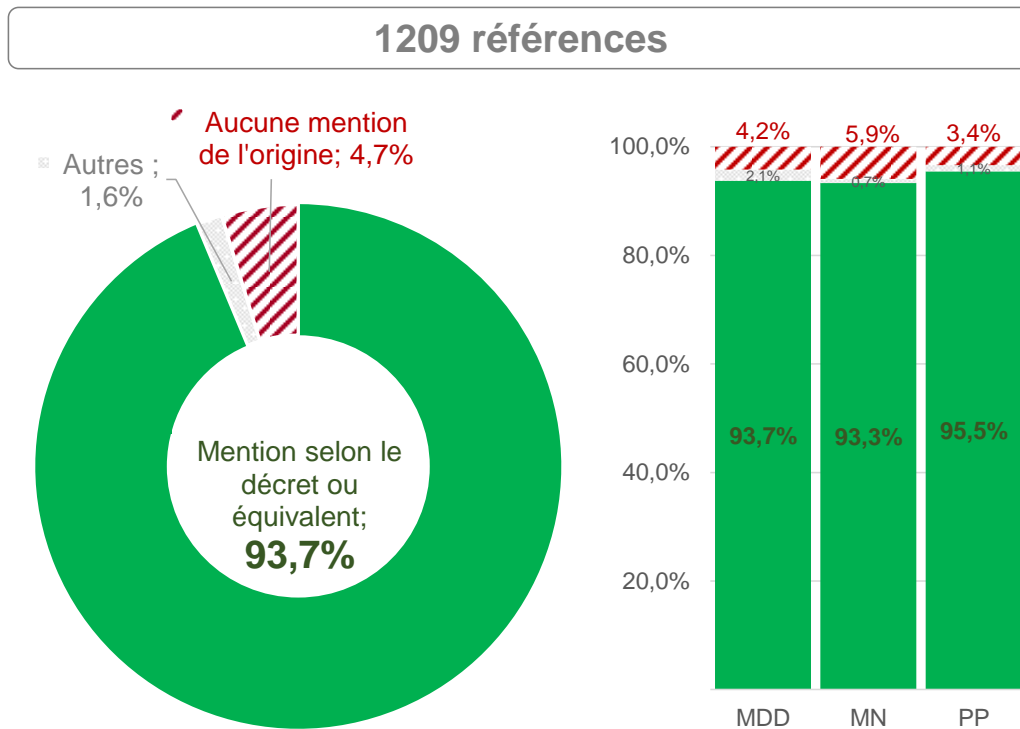
Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Fromages

La catégorie « fromages » avec 1209 références comprend les fromages de vache (70%, dont camembert et emmental qui représentent 19% des références en fromages), les fromages de chèvre (dont la buchette, 5%), les fromages de brebis (4%), les fromages rappés et les fromages fondus (13%). Les figures et tableaux suivants nous montrent que près de 94% des références sont étiquetées selon le décret ou avec une mention équivalente. La proportion est quasi identique entre les MDD, MN et PP.

En ce qui concerne le lieu d'origine du lait (poudre ou crème), 79% provient de France, 12% d'UE. Les fromages fondus, les fromages de brebis et les fromages rappés sont proportionnellement moins bien étiquetés. Pour les fromages fondus, nous formulons une réserve sur le seuil de 50% de lait, ce dernier étant confirmé pour certains produits spécifiques (ex. Bel, Kiri, etc.).

**Répartition des références selon les mentions de l'origine et types de marque :
Fromages**



Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions*	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Syndilait en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD	0	234	438	15	30	717
MN	0	82	295	3	24	404
PP	0	0	84	1	3	88
TOTAL	0	316	817	19	57	1209

Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions*	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Syndilait en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD		32,6%	61,1%	2,1%	4,2%	100,0%
MN		20,3%	73,0%	0,7%	5,9%	100,0%
PP			95,5%	1,1%	3,4%	100,0%
TOTAL		26,1%	67,6%	1,6%	4,7%	100,0%

* Autres mentions : une information sur l'origine est donnée mais pas selon le décret : allégation infranationale sur le facing, mais sans indication ou avec indication incomplète dans la liste des ingrédients (5) ; sans indication sur le facing, avec des mentions partielles / incomplètes dans la liste des ingrédients (6) ; indications non-reconnues comme équivalentes et/ou incomplètes, sans aucune indication / avec une indication incomplète de l'origine dans la liste des ingrédients (6).

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par types de marque : *Fromages*

Types de marque	France	France et UE	UE	UE ou Hors UE	Non-précisé ou non complet	Aucune mention	TOTAL
MDD	536	13	111	15	12	30	717
MN	357	9	10	0	4	24	404
PP	59	1	23	1	1	3	88
TOTAL	952	23	144	16	17	57	1209

Types de marque	France	France et UE	UE	UE ou Hors UE	Non-précisé ou non complet	Aucune mention	TOTAL
MDD	74,8%	1,8%	15,5%	2,1%	1,7%	4,2%	100,0%
MN	88,4%	2,2%	2,5%		1,0%	5,9%	100,0%
PP	67,0%	1,1%	26,1%	1,1%	1,1%	3,4%	100,0%
TOTAL	78,7%	1,9%	11,9%	1,3%	1,4%	4,7%	100,0%

« Non-précisé ou non complet » - allégation infranationale ou autre sans mention de l'origine dans la liste des ingrédients (9) ; aucune indication en facing mais avec des mentions imprécises dans la liste sur un ou plusieurs ingrédients (5) ; aucune indication en facing, avec une mention incomplète du lieu de collecte (1) ou de conditionnement (2).

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon les mentions de l'origine par sous-catégorie de produit : *Fromages*

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions*	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Syndilait en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
Fromages de VACHE	0	234	570	15	23	842
<i>dont Camembert</i>	0	20	55	1	2	78
<i>dont Emmental</i>	0	86	60	1	6	153
<i>dont Autres</i>	0	128	455	13	15	611
Fromages de CHEVRE	0	52	109	2	1	164
<i>dont Buchette</i>	0	38	24	0	0	62
<i>dont Autres</i>	0	14	85	2	1	102
Fromages de BREBIS	0	7	36	0	4	47
Fromages RAPPES (dont mélanges)	0	21	34	0	5	60
Fromages fondus	0	2	68	2	24	96
TOTAL	0	316	817	19	57	1209

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions*	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Syndilait en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
Fromages de VACHE		27,8%	67,7%	1,8%	2,7%	100,0%
<i>dont Camembert</i>		25,6%	70,5%	1,3%	2,6%	100,0%
<i>dont Emmental</i>		56,2%	39,2%	0,7%	3,9%	100,0%
<i>dont Autres</i>		20,9%	74,5%	2,1%	2,5%	100,0%
Fromages de CHEVRE		31,7%	66,5%	1,2%	0,6%	100,0%
<i>dont Buchette</i>		61,3%	38,7%			100,0%
<i>dont Autres</i>		13,7%	83,3%	2,0%	1,0%	100,0%
Fromages de BREBIS		14,9%	76,6%		8,5%	100,0%
Fromages RAPPES (dont mélanges)		35,0%	56,7%		8,3%	100,0%
Fromages fondus		2,1%	70,8%	2,1%	25,0%	100,0%
TOTAL		26,1%	67,6%	1,6%	4,7%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par sous-catégorie de produits : Fromages

Produits	France	France et UE	UE	UE ou Hors UE	Non-précisé ou non complet	Aucune mention	TOTAL
VACHE	729	10	64	3	13	23	842
<i>dont Camembert</i>	74	0	1	0	1	2	78
<i>dont Emmental</i>	138	0	8	0	1	6	153
<i>dont Autres</i>	517	10	55	3	11	15	611
CHEVRE	93	8	60	0	2	1	164
<i>dont Buchette</i>	43	0	19	0	0	0	62
<i>dont Autres</i>	50	8	41	0	2	1	102
BREBIS	41	0	2	0	0	4	47
RAPPES (dont mélanges)	41	1	13	0	0	5	60
Fondus (si 50% lait)	48	4	5	13	2	24	96
TOTAL	952	23	144	16	17	57	1209

Produits	France	France et UE	UE	UE ou Hors UE	Non-précisé ou non complet	Aucune mention	TOTAL
VACHE	86,6%	1,2%	7,6%	0,4%	1,5%	2,7%	100,0%
<i>dont Camembert</i>	94,9%		1,3%		1,3%	2,6%	100,0%
<i>dont Emmental</i>	90,2%		5,2%		0,7%	3,9%	100,0%
<i>dont Autres</i>	84,6%	1,6%	9,0%	0,5%	1,8%	2,5%	100,0%
CHEVRE	56,7%	4,9%	36,6%		1,2%	0,6%	100,0%
<i>dont Buchette</i>	69,4%		30,6%				100,0%
<i>dont Autres</i>	49,0%	7,8%	40,2%		2,0%	1,0%	100,0%
BREBIS	87,2%		4,3%			8,5%	100,0%
RAPPES (dont mélanges)	68,3%	1,7%	21,7%			8,3%	100,0%
Fondus (si 50% lait)	50,0%	4,2%	5,2%	13,5%	2,1%	25,0%	100,0%
TOTAL	78,7%	1,9%	11,9%	1,3%	1,4%	4,7%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Produits Charcuterie-Salaisons-Traiteur

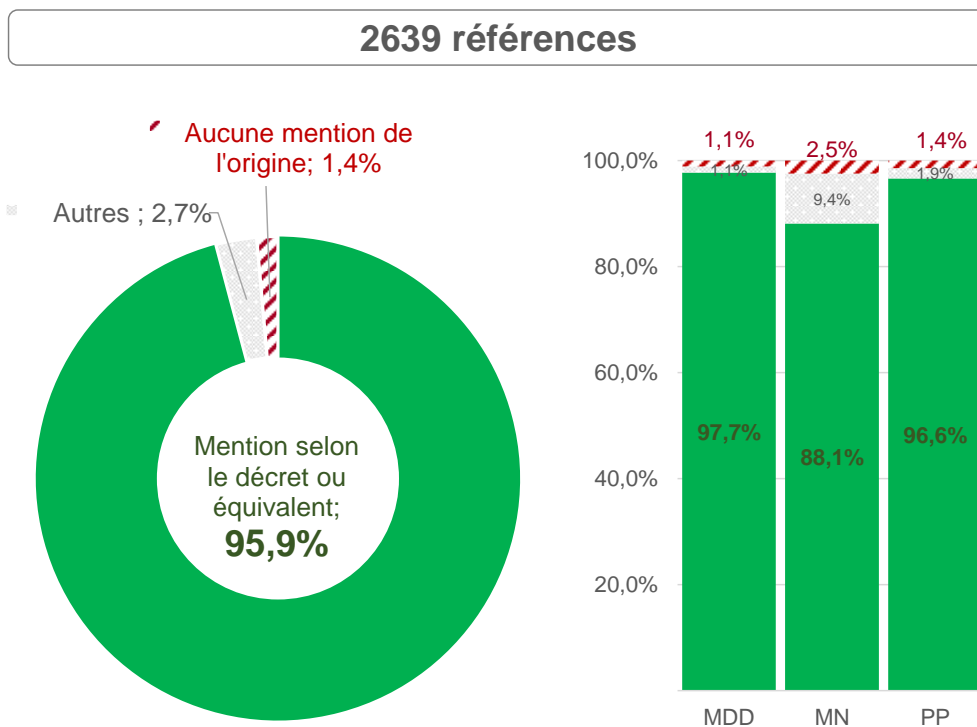
La catégorie « charcuterie – salaisons- traiteurs » comprend au total 13 catégories qui ont été regroupées en 3 principales :

- Porc : Jambons cuits ; Lardons, poitrine & bacon ; Saucissons secs & salami Pates & rillettes porc ; Autres charcuteries de porc
- Volailles : Jambons de volailles ; Panes frais de volailles ; Nuggets de poulet ; Saucisses de volailles ; Autres charcuteries de volailles
- Autres : Autres charcuteries ; Pizzas, quiches, tourtes, flam (estampille & teneur) ; Produits traiteur ou plats cuisinés frais tous types de viandes $\geq 8\%$

Globalement, 96% des références sont étiquetées selon le décret. La proportion est légèrement supérieure pour les MDD et PP que pour les MN. Le logo collectif viande de France (avec ses déclinaisons) représente environ 31%.

Globalement 50% est d'origine France et environ 43% d'origine UE. Les proportions sont similaires pour les viandes de porc et de volaille.

Répartition des références selon les mentions de l'origine et types de marque : Charcuterie-Salaisons-Traiteur



Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD	634	243	1.022	22	22	1.943
MN	125	9	296	46	12	488
PP	57		144	4	3	208
TOTAL	816	252	1.462	72	37	2.639

Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD	32,6%	12,5%	52,6%	1,1%	1,1%	100,0%
MN	25,6%	1,8%	60,7%	9,4%	2,5%	100,0%
PP	27,4%		69,2%	1,9%	1,4%	100,0%
TOTAL	30,9%	9,5%	55,4%	2,7%	1,4%	100,0%

* Autres mentions : allégation infranationale ou autre en facing sans aucune mention ou avec une mention incomplète de l'origine dans la liste des ingrédients (5) ; aucune indication en facing avec une mention incomplète dans la liste des ingrédients (63) ou ailleurs sur l'emballage du produit (4).

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par types de marque : Charcuterie-Salaisons-Traiteur¹

Type de marque	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Non précisé	Aucune mention	TOTAL
MDD	1047	34	775	62	3	22	1943
MN	191	33	226	23	3	12	488
PP	80	4	120	1		3	208
TOTAL	1318	71	1121	86	6	37	2639

Type de marque	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Non précisé	Aucune mention	TOTAL
MDD	53,9%	1,7%	39,9%	3,2%	0,2%	1,1%	100,0%
MN	39,1%	6,8%	46,3%	4,7%	0,6%	2,5%	100,0%
PP	38,5%	1,9%	57,7%	0,5%		1,4%	100,0%
TOTAL	49,9%	2,7%	42,5%	3,3%	0,2%	1,4%	100,0%

« Non-précisé » - allégation infranationale ou autre sur le facing, sans aucune mention (3) ou avec mention incomplète (2) dans la liste des ingrédients ; aucune mention sur le facing avec mention incomplète de l'origine dans la liste des ingrédients (1).

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

¹ UE et/ou Hors UE et Hors UE regroupe les références : Hors UE (17) ; UE ou Hors UE (52) ; UE + Hors UE (12), UE + UE ou hors UE (5) ; le + signifie que deux différentes viandes sont utilisées.

Répartition des références selon les mentions de l'origine par sous-catégorie de produit : Charcuterie-Salaisons-Traiteur

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
PORC	640	80	755	46	19	1.540
VOLAILLES	116	31	214	14	7	382
Autres	60	141	493	12	11	717
TOTAL	816	252	1.462	72	37	2.639

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
PORC	41,6%	5,2%	49,0%	3,0%	1,2%	100,0%
VOLAILLES	30,4%	8,1%	56,0%	3,7%	1,8%	100,0%
Autres	8,4%	19,7%	68,8%	1,7%	1,5%	100,0%
TOTAL	30,9%	9,5%	55,4%	2,7%	1,4%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par sous-catégorie de produits : Charcuterie-Salaisons-Traiteur

Produits	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Non précisé	Aucune mention	TOTAL
PORC	847	32	638	0	4	19	1540
VOLAILLES	160	9	175	31	0	7	382
AUTRES	311	30	308	55	2	11	717
TOTAL	1318	71	1121	86	6	37	2639

Produits	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Non précisé	Aucune mention	TOTAL
PORC	55,0%	2,1%	41,4%		0,3%	1,2%	100,0%
VOLAILLES	41,9%	2,4%	45,8%	8,1%		1,8%	100,0%
AUTRES	43,4%	4,2%	43,0%	7,7%	0,3%	1,5%	100,0%
TOTAL	49,9%	2,7%	42,5%	3,3%	0,2%	1,4%	100,0%

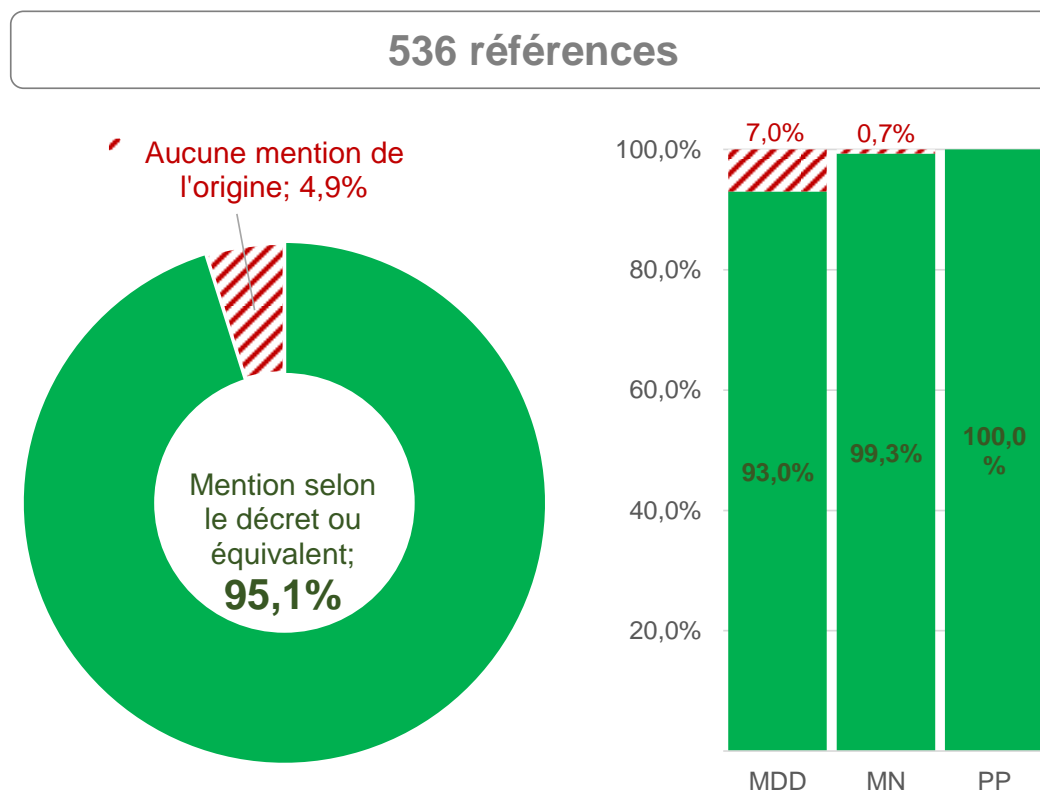
Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Le tableau suivant présente les regroupements utilisés pour la présentation des résultats. Les données ont été collectées au niveau des sous-catégories détaillées :

Sous-catégorie	Sous-catégorie détaillée
PORC	JAMBONS CUITS
	LARDONS, POITRINE & BACON
	SAUCISSONS SECS & SALAMI
	PATES & RILLETES PORC
	Autres charcuteries de porc
VOLAILLES	JAMBONS DE VOLAILLES
	PANES FRAIS DE VOLAILLES
	NUGGETS DE POULET
	SAUCISSES DE VOLAILLES
	Autres charcuteries de volailles
AUTRES	Autres charcuteries
	PIZZAS, QUICHES, TOURTES, FLAM (estampille & teneur)
	Produits traiteur ou plats cuisinés frais tous types de viandes >=8%

Viandes fraîches transformées ou aromatisées

Répartition des références selon les mentions de l'origine et types de marque :
Viandes fraîches transformées ou aromatisées



Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD	233	38	63		25	359
MN	108	2	42		1	153
PP	10	5	9			24
TOTAL	351	45	114	0	26	536

Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD	64,9%	10,6%	17,5%		7,0%	100,0%
MN	70,6%	1,3%	27,5%		0,7%	100,0%
PP	41,7%	20,8%	37,5%			100,0%
TOTAL	65,5%	8,4%	21,3%		4,9%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par types de marque : *Viandes fraîches transformées ou aromatisées*²

Type de marque	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
MDD	298	11	22	3	25	359
MN	111	5	24	12	1	153
PP	16	1	6	1		24
TOTAL	425	17	52	16	26	536

Type de marque	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
MDD	83,0%	3,1%	6,1%	0,8%	7,0%	100,0%
MN	72,5%	3,3%	15,7%	7,8%	0,7%	100,0%
PP	66,7%	4,2%	25,0%	4,2%		100,0%
TOTAL	79,3%	3,2%	9,7%	3,0%	4,9%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

² UE et/ou Hors UE et Hors UE regroupe les références : UE + Hors UE (3)), UE + UE ou hors UE (2) ; UE ou Hors UE (11) ; le + signifie que deux différentes viandes sont utilisées.

Répartition des références selon les mentions de l'origine par sous-catégorie de produit : Viandes fraîches transformées ou aromatisées

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais <i>pas en facing</i>			
VOLAILLES	149	15	59		7	230
AUTRES VIANDES	202	30	55		19	306
TOTAL	351	45	114	0	26	536

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais <i>pas en facing</i>			
VOLAILLES	64,8%	6,5%	25,7%		3,0%	100,0%
AUTRES VIANDES	66,0%	9,8%	18,0%		6,2%	100,0%
TOTAL	65,5%	8,4%	21,3%		4,9%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par sous-catégorie de produits : Viandes fraîches transformées ou aromatisées

Produits	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
VOLAILLES	172	2	37	12	7	230
AUTRES VIANDES	253	15	15	4	19	306
TOTAL	425	17	52	16	26	536

Produits	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
VOLAILLES	74,8%	0,9%	16,1%	5,2%	3,0%	100,0%
AUTRES VIANDES	82,7%	4,9%	4,9%	1,3%	6,2%	100,0%
TOTAL	79,3%	3,2%	9,7%	3,0%	4,9%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Le tableau suivant présente les regroupements utilisés pour la présentation des résultats. Les données ont été collectées au niveau des sous-catégories détaillées :

Sous-catégorie	Sous-catégorie détaillée
VOLAILLES	DECOUPES AROMATISEES DE VOLAILLES
	NUGGETS DE POULET
	PANES FRAIS DE VOLAILLES
	POULETS FUMES, CUIITS
	SAUCISSES DE VOLAILLE
	Autres élaborés de volailles (y.c. magrets séchés)
AUTRES VIANDES	TOUTES VIANDES AROMATISEES, MARINEES, BBQ - HORS SAUCISSES
	SAUCISSERIE FRAICHE (tous; chipolatas, merguez, aromatisées, gros grain)
	PREPARATIONS A BASE DE VIANDES: carpaccio, boulettes, hachées
	Produits traiteur ou plats cuisinés frais tous types de viandes >=8%

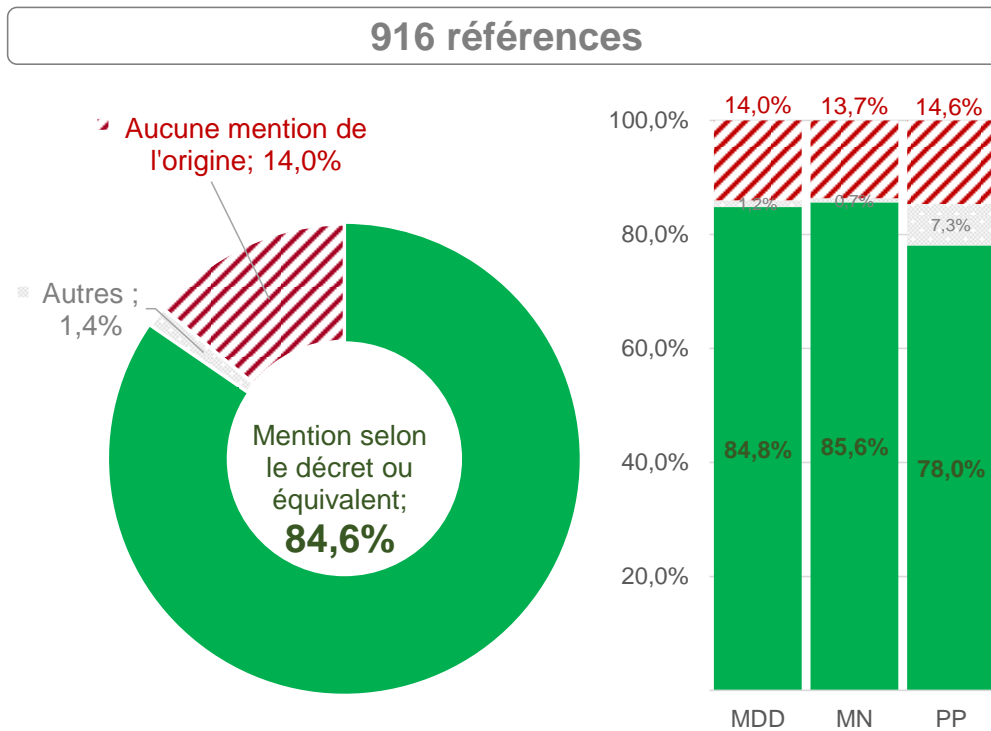
Remarque préliminaire pour les produits surgelés et appertisés. Il est possible qu'une partie des produits présent en rayon en juillet – août 2017 ait été fabriquée avant janvier 2017. Pour le vérifier, il aurait fallu relever les numéros de lots de tous les produits sans aucune mention de l'origine, puis consulter les responsables qualité de chacune des enseignes pour vérifier la date de fabrication du lot dans les bases de données de chacune des enseignes. Le travail d'une telle ampleur n'était pas possible dans les temps impartis pour la tranche ferme de l'étude. Cette réserve nécessite d'être fournie.

Produits surgelés

Le tableau suivant présente les regroupements utilisés pour la présentation des résultats. Les données ont été collectées au niveau des sous-catégories détaillées : Les catégories « Pizzas, quiches, tourtes... » et « Pâtes alimentaires cuisinées » n'ont pas fait l'objet de regroupement.

Sous-catégorie	Sous-catégorie détaillée
VOLAILLES	PANES DE VOLAILLES SURGELES
	NUGGETS DE POULET
PIZZAS, QUICHES, TOURTES, FLAM (estampille & teneur)	
PATES ALIMENTAIRES CUISINES (Cannellonis, Lasagnes, Autres)	
PLATS CUISINES A BASE DE VIANDES	Plats préparés exotiques (Couscous, Paëlla, Chili con Carne, Moussaka, asiatiques, indiennes...)
	Autres plats préparés
	Poêlées de légumes >= 8% de viandes
VIANDES AROMATISEES ET PREPARATIONS DE VIANDES	PREPARATIONS DE VIANDES (boulettes, hachées aromatisées)
	Toutes viandes aromatisées, marinées, BBQ - hors saucisses
	Ensemble de la saucisserie surgelée

**Répartition des références selon les mentions de l'origine et types de marque :
Produits surgelés**



Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD	171	134	319	9	103	736
MN	61	26	32	1	19	139
PP	4	2	26	3	6	41
TOTAL	236	162	377	13	128	916

Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD	23,2%	18,2%	43,3%	1,2%	14,0%	100,0%
MN	43,9%	18,7%	23,0%	0,7%	13,7%	100,0%
PP	9,8%	4,9%	63,4%	7,3%	14,6%	100,0%
TOTAL	25,8%	17,7%	41,2%	1,4%	14,0%	100,0%

* Autres mentions : élément graphique non-reconnu comme équivalent en facing et aucune mention de l'origine dans la liste des ingrédients (1) ; aucune indication en facing, avec des mentions incomplètes dans la liste des ingrédients (12)

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par types de marque : *Produits surgelés*³

Type de marque	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
MDD	394	18	196	34	94	736
MN	91	3	17	8	20	139
PP	8	1	26	0	6	41
TOTAL	493	22	239	42	120	916

Type de marque	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
MDD	53,5%	2,4%	26,6%	4,6%	12,8%	100,0%
MN	65,5%	2,2%	12,2%	5,8%	14,4%	100,0%
PP	19,5%	2,4%	63,4%		14,6%	100,0%
TOTAL	53,8%	2,4%	26,1%	4,6%	13,1%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon les mentions de l'origine par sous-catégorie de produit : *Produits surgelés*

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
VOLAILLES	19		32	1	3	55
PIZZAS, QUICHES, TOURTES, FLAM, etc.	11	34	96	1	53	195
PATES ALIMENTAIRES CUISINEES	26	27	33	1	4	91
PLATS CUISINES A BASE DE VIANDE	89	93	177	9	64	432
VIANDES AROMATISEES ET PREPARATIONS DE VIANDES*	91	8	39	1	4	143
TOTAL	236	162	377	13	128	916

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
VOLAILLES	34,5%		58,2%	1,8%	5,5%	100,0%
PIZZAS, QUICHES, TOURTES, FLAM, etc.	5,6%	17,4%	49,2%	0,5%	27,2%	100,0%
PATES ALIMENTAIRES CUISINEES	28,6%	29,7%	36,3%	1,1%	4,4%	100,0%
PLATS CUISINES A BASE DE VIANDE	20,6%	21,5%	41,0%	2,1%	14,8%	100,0%
VIANDES AROMATISEES ET PREPARATIONS DE VIANDES*	63,6%	5,6%	27,3%	0,7%	2,8%	100,0%
TOTAL	25,8%	17,7%	41,2%	1,4%	14,0%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

³ UE et/ou Hors UE et Hors UE regroupe les références : UE + Hors UE (4) ; UE + UE ou Hors UE (1) ; UE + Hors UE + UE ou Hors UE (2) ; Hors UE (9) ; UE ou Hors UE (26) ; le + signifie que deux différentes viandes sont utilisées.

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par sous-catégorie de produits : *Produits surgelés*

Produits	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
VOLAILLES	22	4	24	2	3	55
PIZZAS, QUICHES, TOURTES, FLAM, etc.	64	3	70	7	51	195
PÂTES ALIMENTAIRES CUISINÉES	62	0	19	7	3	91
PLATS CUISINÉS À BASE DE VIANDE	228	12	110	23	59	432
VIANDES AROMATISÉES ET PRÉPARATIONS DE VIANDES*	117	3	16	3	4	143
TOTAL	493	22	239	42	120	916

Produits	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
VOLAILLES	40,0%	7,3%	43,6%	3,6%	5,5%	100,0%
PIZZAS, QUICHES, TOURTES, FLAM, etc.	32,8%	1,5%	35,9%	3,6%	26,2%	100,0%
PÂTES ALIMENTAIRES CUISINÉES	68,1%	0%	20,9%	7,7%	3,3%	100,0%
PLATS CUISINÉS À BASE DE VIANDE	52,8%	2,8%	25,5%	5,3%	13,7%	100,0%
VIANDES AROMATISÉES ET PRÉPARATIONS DE VIANDES*	81,8%	2,1%	11,2%	2,1%	2,8%	100,0%
TOTAL	53,8%	2,4%	26,1%	4,6%	13,1%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

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

Produits appertisés

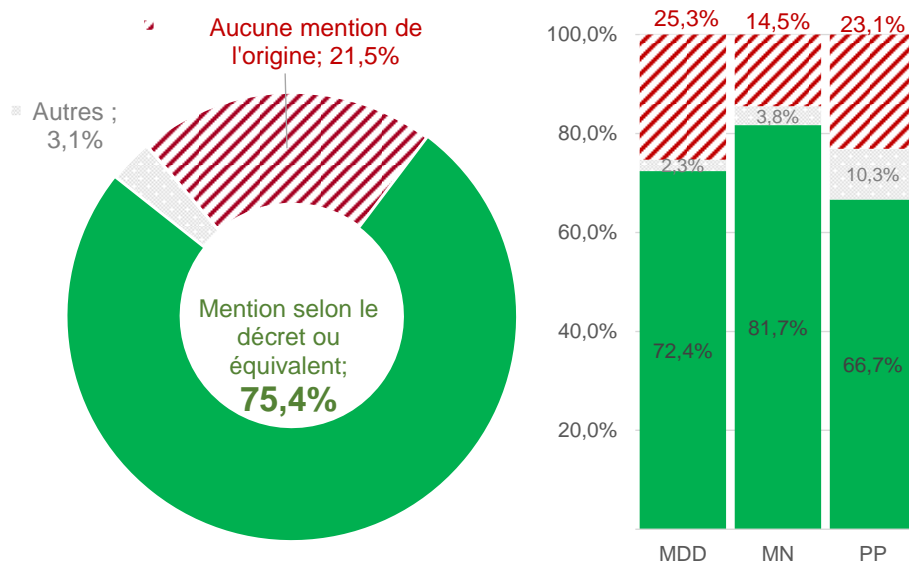
La présentation des produits appertisés n'a pas fait l'objet de regroupements.

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%.

Répartition des références selon les mentions de l'origine et types de marque :

Produits appertisés

987 références



Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD	70	185	186	14	154	609
MN	24	118	135	13	49	339
PP	1		25	4	9	39
TOTAL	95	303	346	31	212	987

Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD	11,5%	30,4%	30,5%	2,3%	25,3%	100,0%
MN	7,1%	34,8%	39,8%	3,8%	14,5%	100,0%
PP	2,6%		64,1%	10,3%	23,1%	100,0%
TOTAL	9,6%	30,7%	35,1%	3,1%	21,5%	100,0%

* Autres mentions : allégation infranationale ou autre en facing sans aucune mention (12) ou avec une mention incomplète (2) dans la liste des ingrédients ; Aucune mention en facing avec une mention incomplète de l'origine dans la liste des ingrédients (17)

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par types de marque : *Produits appertisés*⁴

Type de marque	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
MDD	290	6	142	12	159	609
MN	165	6	101	11	56	339
PP	3	0	27	0	9	39
TOTAL	458	12	270	23	224	987

Type de marque	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
MDD	47,6%	1,0%	23,3%	2,0%	26,1%	100,0%
MN	48,7%	1,8%	29,8%	3,2%	16,5%	100,0%
PP	7,7%		69,2%		23,1%	100,0%
TOTAL	46,4%	1,2%	27,4%	2,3%	22,7%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

⁴ UE et/ou Hors UE et Hors UE regroupe les références : UE + Hors UE (9) ; UE + UE ou Hors UE (9) ; Hors UE (3) ; UE ou Hors UE (2) ; le + signifie que deux différentes viandes sont utilisées.

Répartition des références selon les mentions de l'origine par sous-catégorie de produit : *Produits appertisés*

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
PATES CUISINES (Raviolis, Canellonis, Lasagnes...)	41	62	13	1	14	131
Plats préparés agneau (navarrin...)		1	2		3	6
Plats préparés boeuf/veau (bourguignons, blanquette, navarrin...)	10	52	67		34	163
Plats préparés exotiques (couscous, paëlla, chili con carne...)		14	57	3	28	102
PLATS PREPARES PORC (Cassoulet, Saucisses-lentilles, Petit salé, Choucroute...)	22	111	121	4	71	329
Plats préparés volailles (coq au vin...)	4	31	63	7	34	139
Produits cuits de charcuterie en conserves porc (jambon, epaule...)	13	6	8	10	12	49
Produits cuits de charcuterie en conserves volailles	1	2	10	4	8	25
SAUCES AVEC VIANDES (> = 8% bœuf et/ou porc)	4	24	5	2	8	43
TOTAL	95	303	346	31	212	987

Produits	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
PATES CUISINES (Raviolis, Canellonis, Lasagnes...)	31,3%	47,3%	9,9%	0,8%	10,7%	100,0%
Plats préparés agneau (navarrin...)		16,7%	33,3%		50,0%	100,0%
Plats préparés boeuf/veau (bourguignons, blanquette, navarrin...)	6,1%	31,9%	41,1%		20,9%	100,0%
Plats préparés exotiques (couscous, paëlla, chili con carne...)		13,7%	55,9%	2,9%	27,5%	100,0%
PLATS PREPARES PORC (Cassoulet, Saucisses-lentilles, Petit salé, Choucroute...)	6,7%	33,7%	36,8%	1,2%	21,6%	100,0%
Plats préparés volailles (coq au vin...)	2,9%	22,3%	45,3%	5,0%	24,5%	100,0%
Produits cuits de charcuterie en conserves porc (jambon, epaule...)	26,5%	12,2%	16,3%	20,4%	24,5%	100,0%
Produits cuits de charcuterie en conserves volailles	4,0%	8,0%	40,0%	16,0%	32,0%	100,0%
SAUCES AVEC VIANDES (> = 8% bœuf et/ou porc)	9,3%	55,8%	11,6%	4,7%	18,6%	100,0%
TOTAL	9,6%	30,7%	35,1%	3,1%	21,5%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par sous-catégorie de produits : *Produits appertisés*

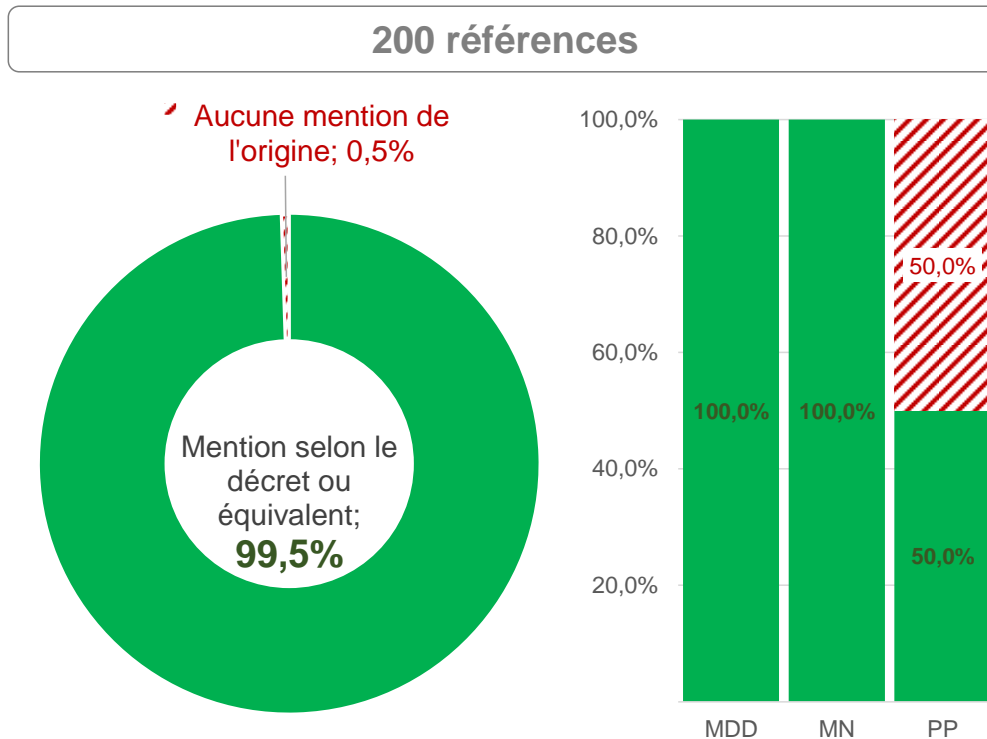
Produits	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
PATES CUISINES (Raviolis, Canellonis, Lasagnes...)	106	1	10	0	14	131
Plats préparés agneau (navarrin...)	1	0	1	1	3	6
Plats préparés boeuf/veau (bourguignons, blanquette, navarrin...)	70	0	54	5	34	163
Plats préparés exotiques (couscous, paëlla, chili con carne...)	19	4	34	17	28	102
PLATS PREPARES PORC (Cassoulet, Saucisses-lentilles, Petit salé, Choucroute...)	156	1	100	0	72	329
Plats préparés volailles (coq au vin...)	41	3	58	0	37	139
Produits cuits de charcuterie en conserves porc (jambon, epaule...)	28	0	3	0	18	49
Produits cuits de charcuterie en conserves volailles	10	0	5	0	10	25
SAUCES AVEC VIANDES (> = 8% bœuf et/ou porc)	27	3	5	0	8	43
TOTAL	458	12	270	23	224	987

Produits	France	France + Autres provenances	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
PATES CUISINES (Raviolis, Canellonis, Lasagnes...)	80,9%	0,8%	7,6%		10,7%	100,0%
Plats préparés agneau (navarrin...)	16,7%		16,7%	16,7%	50,0%	100,0%
Plats préparés boeuf/veau (bourguignons, blanquette, navarrin...)	42,9%		33,1%	3,1%	20,9%	100,0%
Plats préparés exotiques (couscous, paëlla, chili con carne...)	18,6%	3,9%	33,3%	16,7%	27,5%	100,0%
PLATS PREPARES PORC (Cassoulet, Saucisses-lentilles, Petit salé, Choucroute...)	47,4%	0,3%	30,4%		21,9%	100,0%
Plats préparés volailles (coq au vin...)	29,5%	2,2%	41,7%		26,6%	100,0%
Produits cuits de charcuterie en conserves porc (jambon, epaule...)	57,1%		6,1%		36,7%	100,0%
Produits cuits de charcuterie en conserves volailles	40,0%		20,0%		40,0%	100,0%
SAUCES AVEC VIANDES (> = 8% bœuf et/ou porc)	62,8%	7,0%	11,6%		18,6%	100,0%
TOTAL	46,4%	1,2%	27,4%	2,3%	22,7%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Sandwichs et Salades

Répartition des références selon les mentions de l'origine et types de marque : Sandwichs et Salades



Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD	1	15	133			149
MN	4	2	43			49
PP			1		1	2
TOTAL	5	17	177	0	1	200

Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD	0,7%	10,1%	89,3%			100,0%
MN	8,2%	4,1%	87,8%			100,0%
PP			50,0%		50,0%	100,0%
TOTAL	2,5%	8,5%	88,5%		0,5%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par types de marque : Sandwiches et Salades⁵

Type de marque	France	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
MDD	16	90	43		149
MN	6	30	13		49
PP		1	0	1	2
TOTAL	22	121	56	1	200

Type de marque	France	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
MDD	10,7%	60,4%	28,9%		100,0%
MN	12,2%	61,2%	26,5%		100,0%
PP		50,0%		50,0%	100,0%
TOTAL	11,0%	60,5%	28,0%	0,5%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon les mentions de l'origine par sous-catégorie de produit : Sandwiches et Salades

Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
Sandwiches	3	9	122			134
Salades	2	8	55		1	66
TOTAL	5	17	177	0	1	200

Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
Sandwiches	2,2%	6,7%	91,0%			100,0%
Salades	3,0%	12,1%	83,3%		1,5%	100,0%
TOTAL	2,5%	8,5%	88,5%		0,5%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

⁵ UE et/ou Hors UE et Hors UE regroupe les références : Hors UE (34) ; UE + UE ou Hors UE (1) ; UE ou Hors UE (21); le + signifie que deux différentes viandes sont utilisées.

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par sous-catégorie de produits : Sandwiches et Salades

Produits	France	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
Sandwiches	12	85	37		134
Salades	10	36	19	1	66
TOTAL	22	121	56	1	200

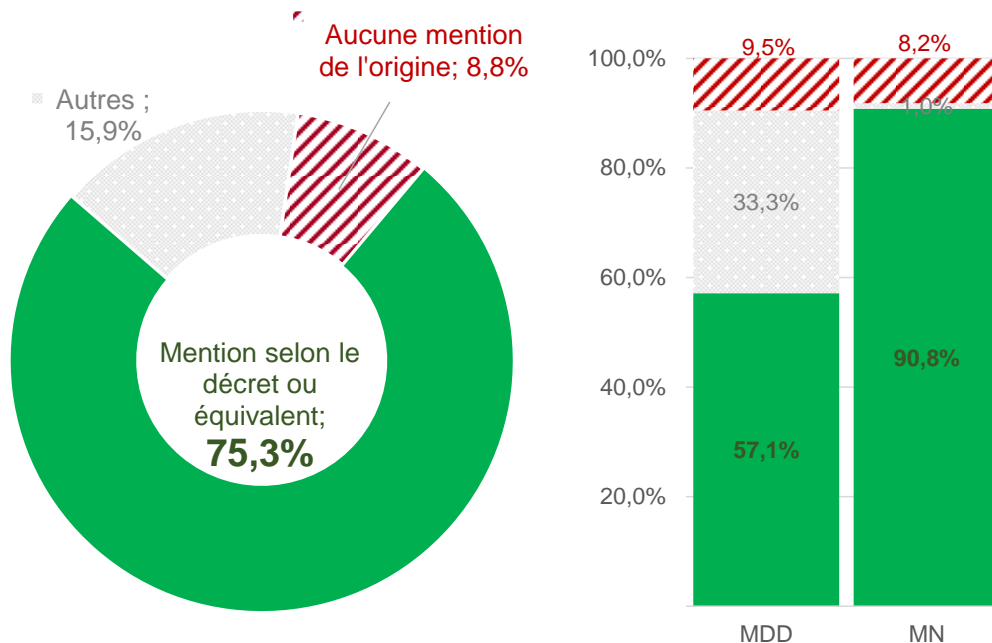
Produits	France	UE	UE et/ou Hors UE et Hors UE	Aucune mention	TOTAL
Sandwiches	9,0%	63,4%	27,6%		100,0%
Salades	15,2%	54,5%	28,8%	1,5%	100,0%
TOTAL	11,0%	60,5%	28,0%	0,5%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Aliments infantiles

Répartition des références selon les mentions de l'origine et types de marque : Aliments infantiles

182 références



Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD		33	15	28	8	84
MN	20	54	15	1	8	98
TOTAL	20	87	30	29	16	182

Types de marque	Mention selon le décret ou équivalent			Autres mentions *	Aucune mention	TOTAL
	Logo collectif Viande de France en facing	Autre indication reconnue équivalente en facing	Dans la liste mais pas en facing			
MDD		39,3%	17,9%	33,3%	9,5%	100,0%
MN	20,4%	55,1%	15,3%	1,0%	8,2%	100,0%
TOTAL	11,0%	47,8%	16,5%	15,9%	8,8%	100,0%

* Autres mentions : autre allégation (« Cuisiné en France ») en facing sans aucune mention de l'origine dans la liste des ingrédients (3) ; aucune mention en facing, avec une mention incomplète (« transformé en France ») dans la liste des ingrédients (26).

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Répartition des références selon la nature des mentions portées sur les pays par types de marque : *Aliments infantiles*

Types de marque	France	Tranformé France	France et autre Etat membre	UE	Hors UE	Aucune mention	TOTAL
MDD	48	28				8	84
MN	80	1	4	2	3	8	98
TOTAL	128	29	4	2	3	16	182

Types de marque	France	Tranformé France	France et autre Etat membre	UE	Hors UE	Aucune mention	TOTAL
MDD	57,1%	33,3%				9,5%	100,0%
MN	81,6%	1,0%	4,1%	2,0%	3,1%	8,2%	100,0%
TOTAL	70,3%	15,9%	2,2%	1,1%	1,6%	8,8%	100,0%

Source: Visites en magasins juillet - août 2017, ADE

Annexe 4 : Logos des marques nationales et marques distributeurs indiquant l'origine

Annexe liée au chapitre 3, section 3.3.3 du rapport

Les logos sont présentés par familles de produits. Ils sont extraits des photos prises lors des visites de magasins de la période juillet-août 2017 par l'équipe d'enquêteurs ADE.

Laits liquides et autres laits

MN



MDD

Auchan



Intermarché - Netto



Système U



Casino



E. Leclerc



Aldi



Produits laitiers (hors fromages)

MN



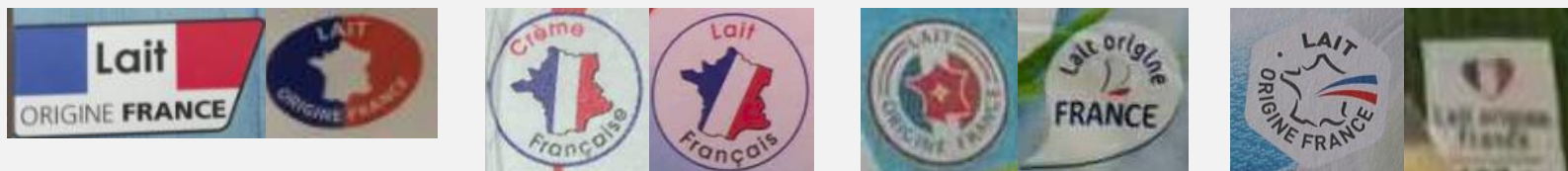
MDD

Auchan

Intermarché - Netto

E. Leclerc

Casino



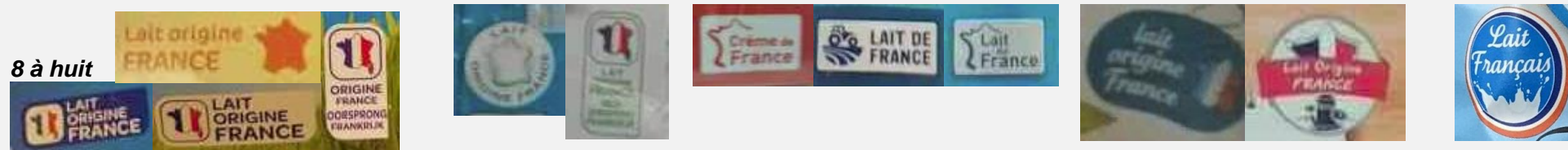
Carrefour

Cora

Système U

Lidl

Aldi



Fromages

MN



MDD

Auchan

Intermarché - Netto

E. Leclerc

Casino

8 à huit



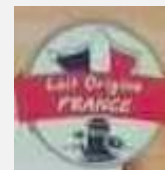
Carrefour

Cora

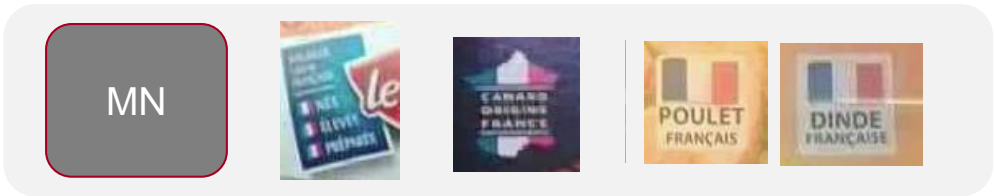
Système U

Lidl

Aldi



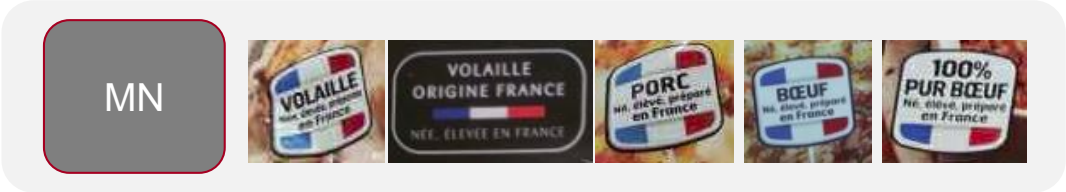
Viandes Charcuteries Salaisons Traites Comptabilisées



MDD Casino Cora Intermarché E. Leclerc Système U Lidl

	Casino	Cora	Intermarché	E. Leclerc	Système U	Lidl
bœuf						
porc						
volailles						
autres						

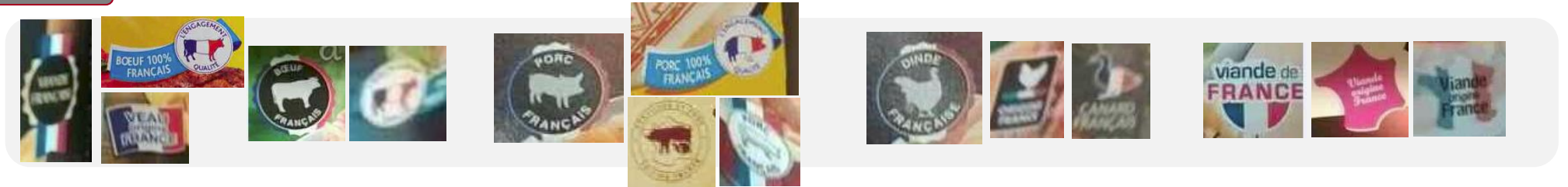
Produits surgelés



MDD	Auchan	Carrefour	Casino	Cora	Intermarché-Netto	Système U	Picard	Thiriet
bœuf		 		 				
porc					 			
volailles								
autres								

Produits appertisés

MN



MDD

Auchan

Carrefour

Casino

Cora

Intermarché-Netto

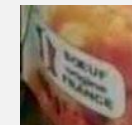
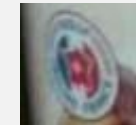
E. Leclerc

Système U

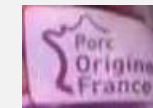
8 à huit

Lidl

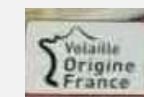
bœuf



porc



volailles



autres



Sandwiches et Salades

MN



MDD

Auchan

Carrefour

Casino

Cora

Intermarché-Netto

E. Leclerc

Système U

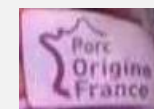
Lidl

Aldi

bœuf



porc



volailles




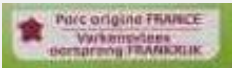

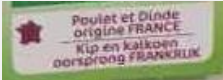


autres

Aliments infantiles



MDD	<i>Auchan</i>	<i>Carrefour</i>	<i>Casino</i>	<i>Cora</i>	<i>Intermarché-Netto</i>	<i>E. Leclerc</i>	<i>Système U</i>	<i>Lidl</i>	<i>Aldi</i>
------------	---------------	------------------	---------------	-------------	--------------------------	-------------------	------------------	-------------	-------------

bœuf									
									
porc									
volailles									
autres									

Annexe 5 : Importance relative des surcoûts liés à l'emballage

Annexe liée au chapitre 5 du rapport

A5.1 Importance relative des surcoûts liés à l'emballage

Au sein de l'échantillon des 8 produits sélectionnés, les deux principaux types de supports des mentions d'origine sont :

- l'étiquette papier ou l'emballage carton ;
- le film multi couche dans le cas des barquettes sous atmosphère modifiée (cas des jambons de porc et volailles, des nuggets dans certains cas).

Pour les yaourts diverses solutions existent : étiquette papier collé sur chaque pot, mention inscrite sur l'opercule en aluminium dans le cas de pack sécable, suremballage carton de 4,6, 8 ou 12 pots.

Jet d'encre

Elle est utilisée pour indiquer la dlc sur les unités de vente consommateur sur la facing de la barquette (de jambon cuit par exemple).

Certains industriels l'ont aussi mobilisé pour indiquer en facing l'origine de l'ingrédient utilisé : cette solution a été adoptée par les industriels dont l'origine de l'ingrédient fluctue dans le temps en fonction des opportunités du marché européen et des capacités d'approvisionnement en viande porcine (France, Espagne, Danemark) ou en viande de poulet (Espagne, Pologne). Elle est très peu onéreuse mais nécessite en fonction des images de recalibrer les imprimantes.

Étiquettes papier ou emballages carton

Le coût de création d'une étiquette bouteille est de l'ordre de 1000 à 1500 €, en fonction du nombre de couleur. L'imprimeur facture 250 € par couleur.

En rajoutant l'ensemble des coûts de personnel affectés au suivi de la création de la nouvelle étiquette que ce soit en marques propres ou pour une MDD, **le surcoût de la nouvelle étiquette est inférieure à 0,1% du prix de la bouteille de lait sortie usine.**

Pour les produits frais en emballages carton, le fait de rajouter une mention « origine France » est facturé pour des montants très faibles par les imprimeurs (50€ à 100 €) et donc le surcoût est insignifiant ramené à l'unité produit.

Films multi couches

Jambons cuits de porc ou de poulet

L'emballage du jambon cuit présenté au rayon LS est constitué d'une coque rigide et d'un film multicouche, les tranches de jambons étant conservées dans une atmosphère modifiée (CO₂ +NO₂).

Compte tenu de cette complexité, et en fonction du poids de jambon dans l'emballage (de 2 à 6 tranches de jambon), le coût de l'emballage d'une barquette de jambon est de l'ordre de 10% à 15% du prix sortie usine.

Le film multicouche est imprimé selon la technique de la flexographie qui consiste à tamponner le film par des rouleaux imprimant successivement chacun des différentes couleurs. La modification du film implique donc de modifier chaque rouleau par couleur : des prix d'un rouleau relativement différents ont été cités par les industriels allant de 700 €- 800 € jusqu'à 1500 – 2000 € sans doute en fonction de la complexité de l'image à imprimer.

Ainsi un film avec 7 couleurs peut nécessiter un investissement en nouveaux rouleaux de l'ordre de 6000 € à 8000 €. Ce coût sera amorti en fonction des surfaces de bobines à imprimer qui peuvent être très importantes : pour les petites références 1000 m² mais jusqu'à 100 000 m² de surfaces de bobines de films pour les principales références. Ainsi chez les leaders du jambon cuit, certaines références sont vendues entre 100 à 300 000 unités par semaine (soit 2,5 millions d'unités sur deux mois).

Compte tenu de ces différents critères, le surcoût d'un changement d'un film est de l'ordre de 1% à 3%. **Ramené au prix sortie usine du produit le surcoût d'une modification liée au décret représente au maximum 0,5% de hausse de coût (hypothèse emballage 15%, changement du film +3%).**

Nuggets

Le type d'emballage pour les nuggets présentés sous barquette en atmosphère modifiée est identique à celle du jambon cuit.

Pour 6 couleurs, un coût fixe de modification du film de 8000 € a été cité. Le fait de rajouter le logo « Volailles de France », nécessite 4 couleurs supplémentaires soit 4 cylindres nouveaux pour un coût de l'ordre de 5000 €.

Le coût fixe à amortir sur les volumes qui sont considérables est donc aux maximum de 13 000 € si le logo « Volailles de France » est apposé. On peut estimer que pour ce type de produit, le surcoût serait compris dans une fourchette entre 0,5% et 1% au maximum du prix sortie usine.

Si le choix est fait de coller un étiquette papier « poulet : origine France » sur le film de la barquette, le coût de la mention est insignifiant.

La hiérarchie des coûts de modification serait la suivante, en allant du moins cher au plus onéreux :

- impression jet d'encre ;
- changement mono couleur en noir sur une étiquette ou un carton ;
- changement d'une étiquette comportant 5 à 7 couleurs ;
- changement d'un film multicouche complexe pour une unité de vente consommateur sous atmosphère modifiée.

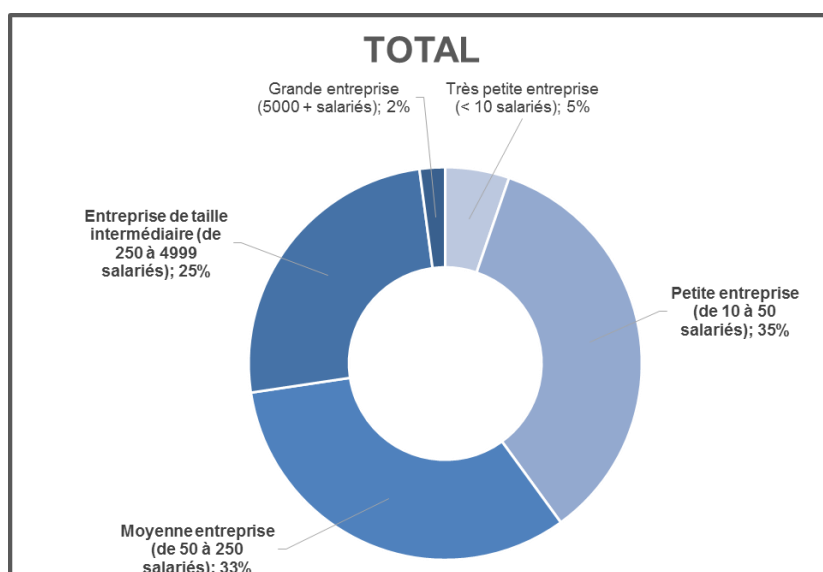
Annexe 6 : Enquête en ligne auprès des industriels CST et plats cuisinés

Annexe liée aux chapitres 4 à 10 du rapport

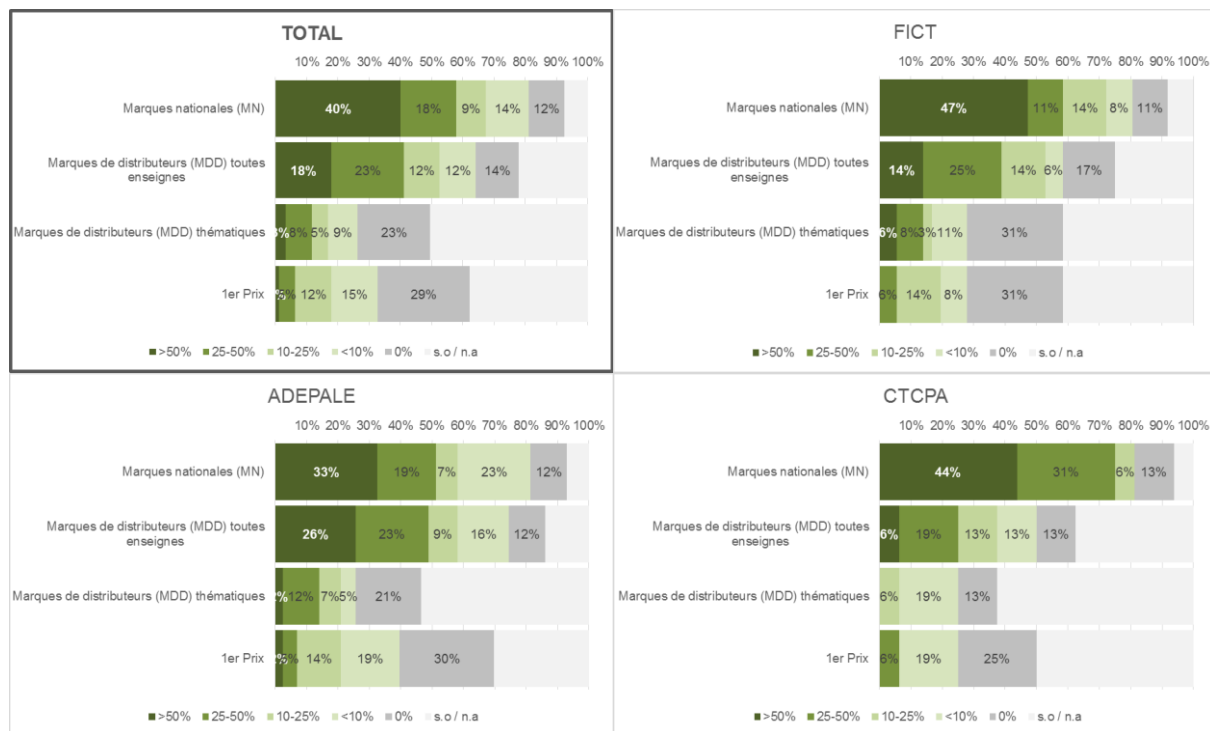
Q1 - Taille économique de votre entreprise:

	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL
Très petite entreprise (< 10 salariés)	1	1	3	5
Petite entreprise (de 10 à 50 salariés)	16	9	8	33
Moyenne entreprise (de 50 à 250 salariés)	11	16	4	31
Entreprise de taille intermédiaire (de 250 à 4999 salariés)	8	15	1	24
Grande entreprise (5000 + salariés)	-	2	-	2
Answered	36	43	16	95
Skipped	0	0	0	0

	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL
Très petite entreprise (< 10 salariés)	3%	2%	19%	5%
Petite entreprise (de 10 à 50 salariés)	44%	21%	50%	35%
Moyenne entreprise (de 50 à 250 salariés)	31%	37%	25%	33%
Entreprise de taille intermédiaire (de 250 à 4999 salariés)	22%	35%	6%	25%
Grande entreprise (5000 + salariés)		5%		2%



Q2 - Pour les produits concernés par le décret, quelle est la répartition approximative de vos ventes en fonction des marques ? Indiquez le % du CA des ventes en moyenne pour la période 2016-2017



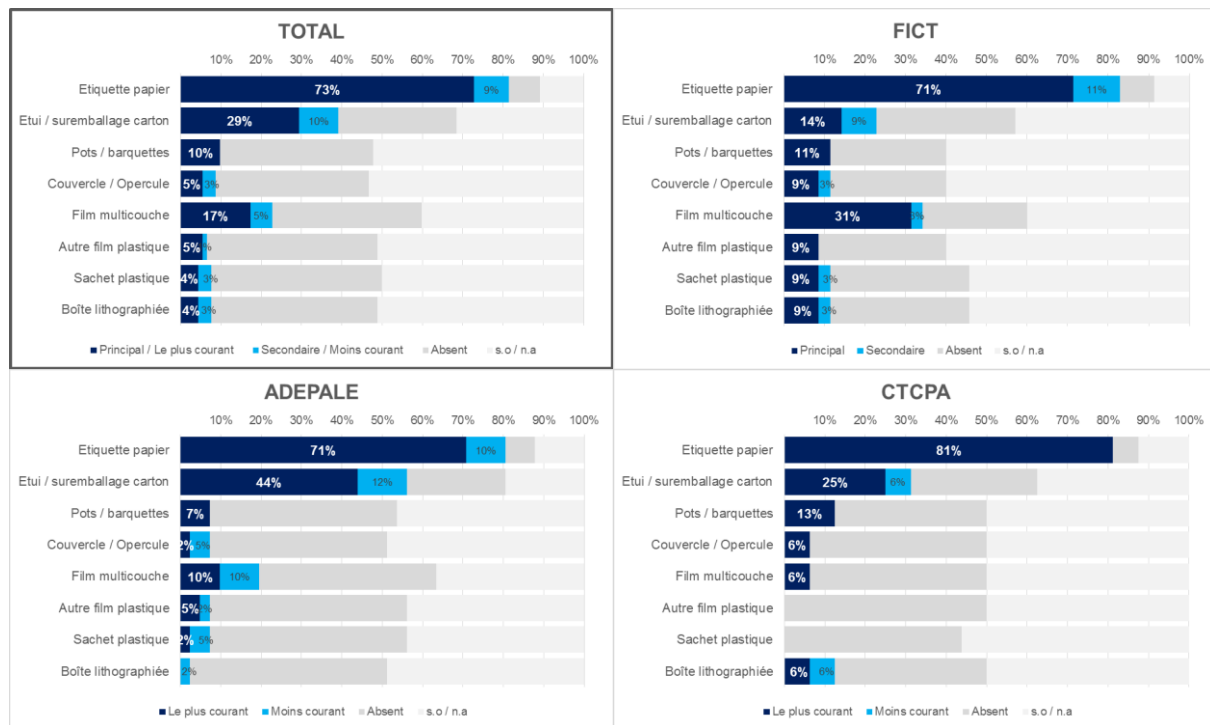
Q3 – Q4 - Types de produits fabriqués par votre entreprise :

FICT		Nbr	%
Produit auquel s'applique le questionnaire:			
Jambons cuits		14	19%
Saucisses et saucissons secs		7	11%
Saucisses cuites ou à cuire		4	8%
Jambons secs		3	11%
Pâtés		4	6%
[Insert text from Other]		2	3%
Autres salaisons cuites (rotis, épaules, etc.)		1	3%
Lardons/Poitrines et bacon		1	0%

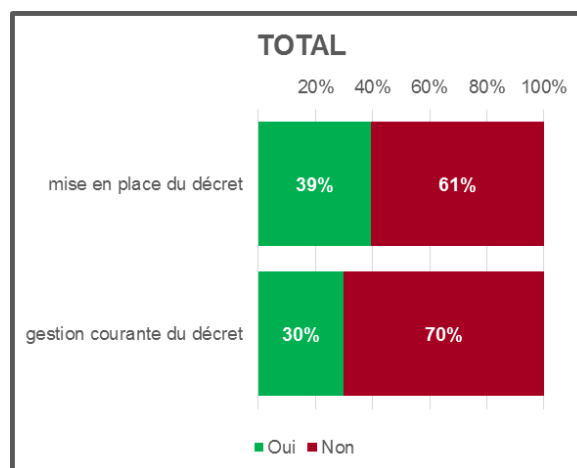
ADEPALE-CTCPA		Nbr	%
Produit auquel s'applique le questionnaire:			
Appertisés - Cassoulet		17	29%
Surgelés - Lasagne à base de viande		4	7%
Autres plats préparés ou produits appertisés à base de viande		14	24%
Produits traiteurs frais préemballés à base de viande		11	19%
Appertisés - Pâtes cuisinées à base de viande (lasagne, ravioli, cannelloni, etc.)		2	3%
Surgelés - Autres plats préparés à base de viande		2	3%
Appertisés - Choucroute		1	2%
Surgelés - Pizza, Quiches, Tourtes, Flam		1	2%
Autres		5	8%
produits cocktail apéritifs		1	2%

Sous « Autres » :
 Salades ensaucées pouvant contenir de la viande
 Produits Traiteurs frais pouvant contenir de la viande
 Salades traiteur
 Produits cocktail apéritifs
 Plats cuisinés - plats en gelée et terrines stérilisés

Q5 - Quels sont les supports sur lesquels l'origine de vos ingrédients (viande) est imprimée (visuel ou texte) ?



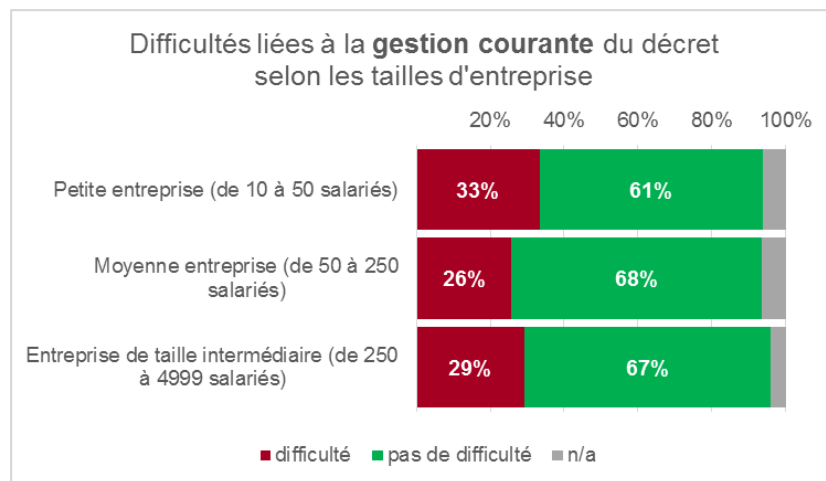
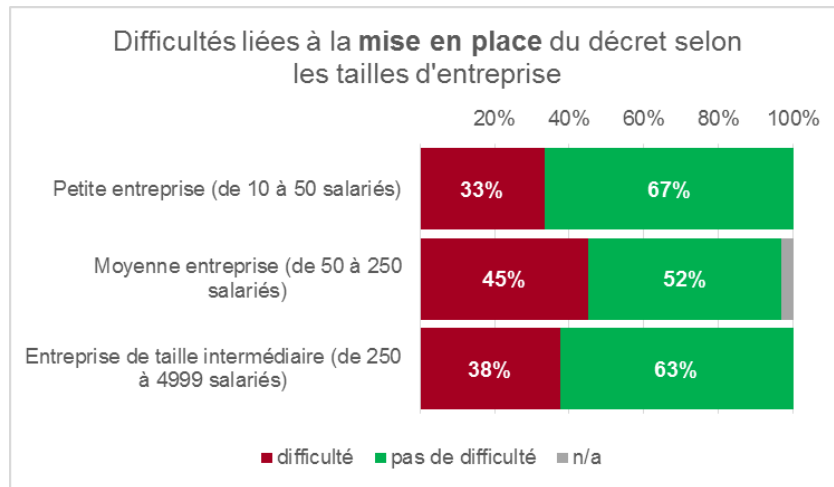
Q6 - Avez-vous rencontré des difficultés dans la mise en place ou la gestion courante du décret



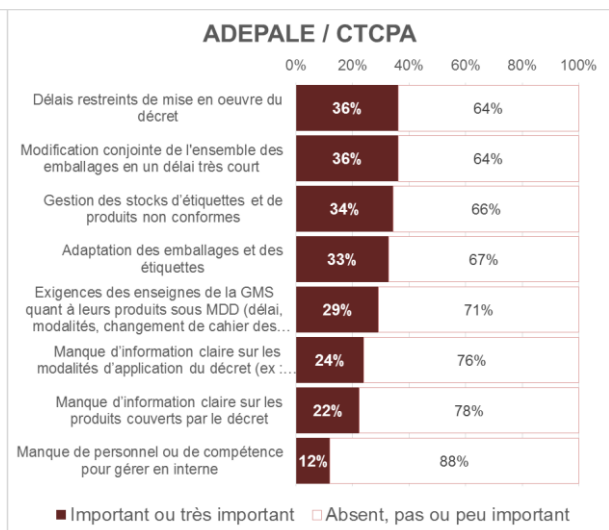
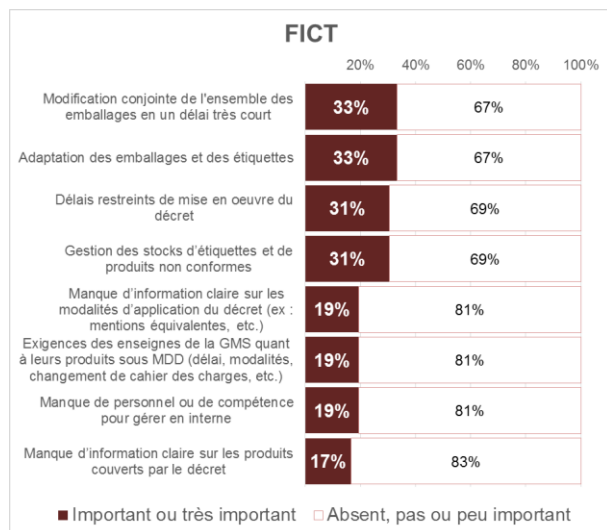
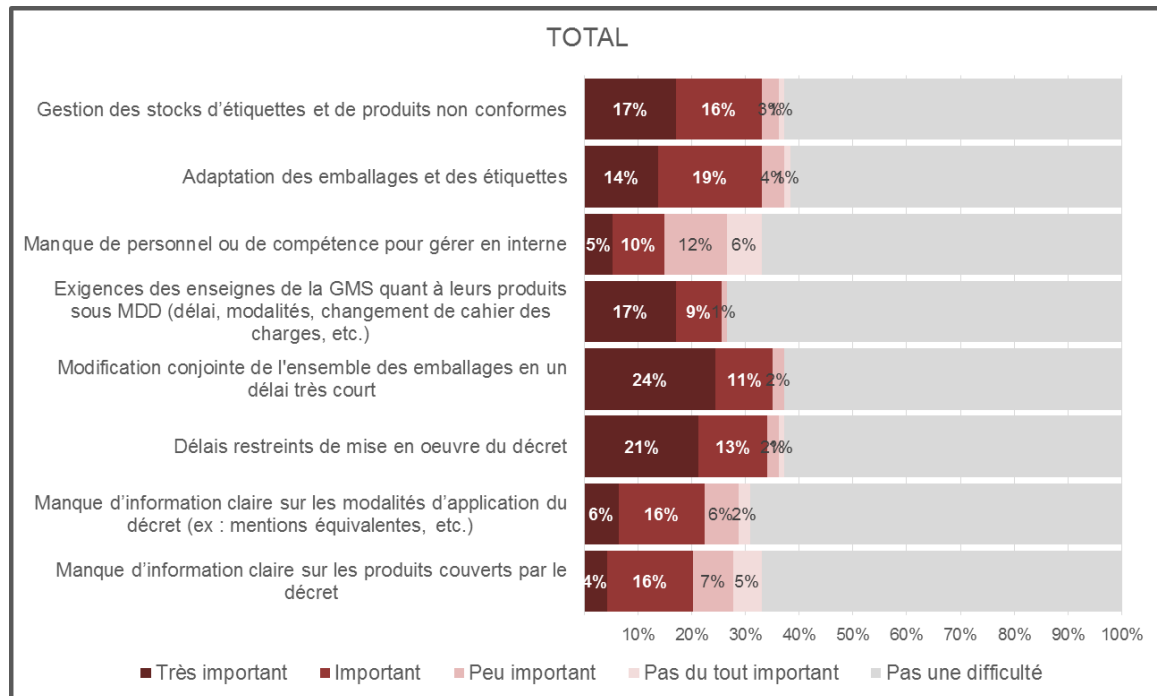
Difficultés dans:	FICT		ADEPALE		CTCPA		TOTAL	
	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
la mise en place du décret?	14	22	14	28	9	7	37	57
la gestion courante du décret?	9	25	11	30	7	8	27	63
	Answeré 36		Answeré 42		Answeré 16		94	
	Skipped 0		Skipped 1		Skipped 0		1	

Difficultés dans:	FICT		ADEPALE		CTCPA		TOTAL	
	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non	Oui	Non
la mise en place du décret	39%	61%	33%	67%	56%	44%	39%	61%
la gestion courante du décret	26%	74%	27%	73%	47%	53%	30%	70%

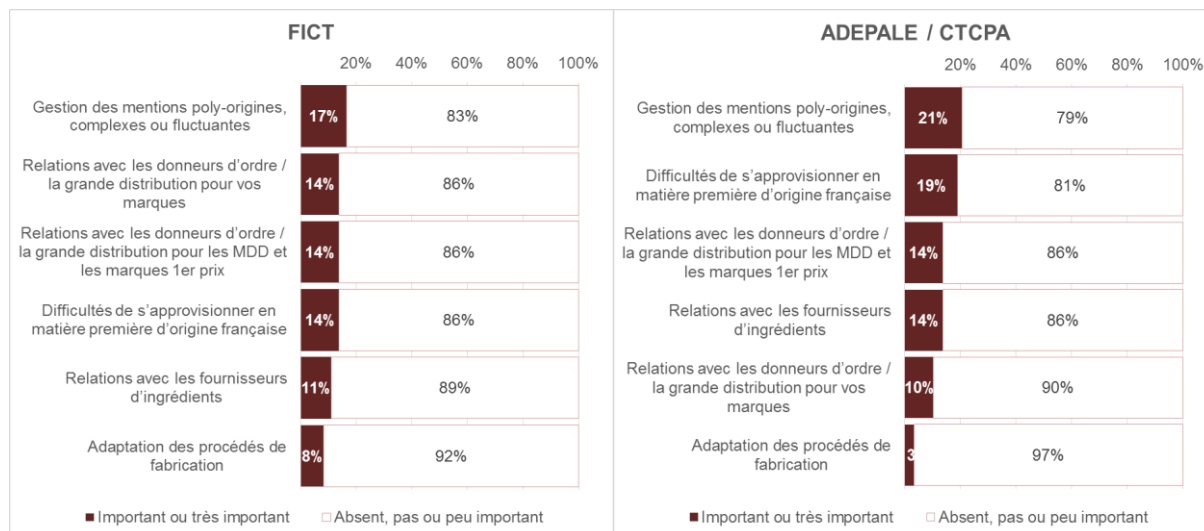
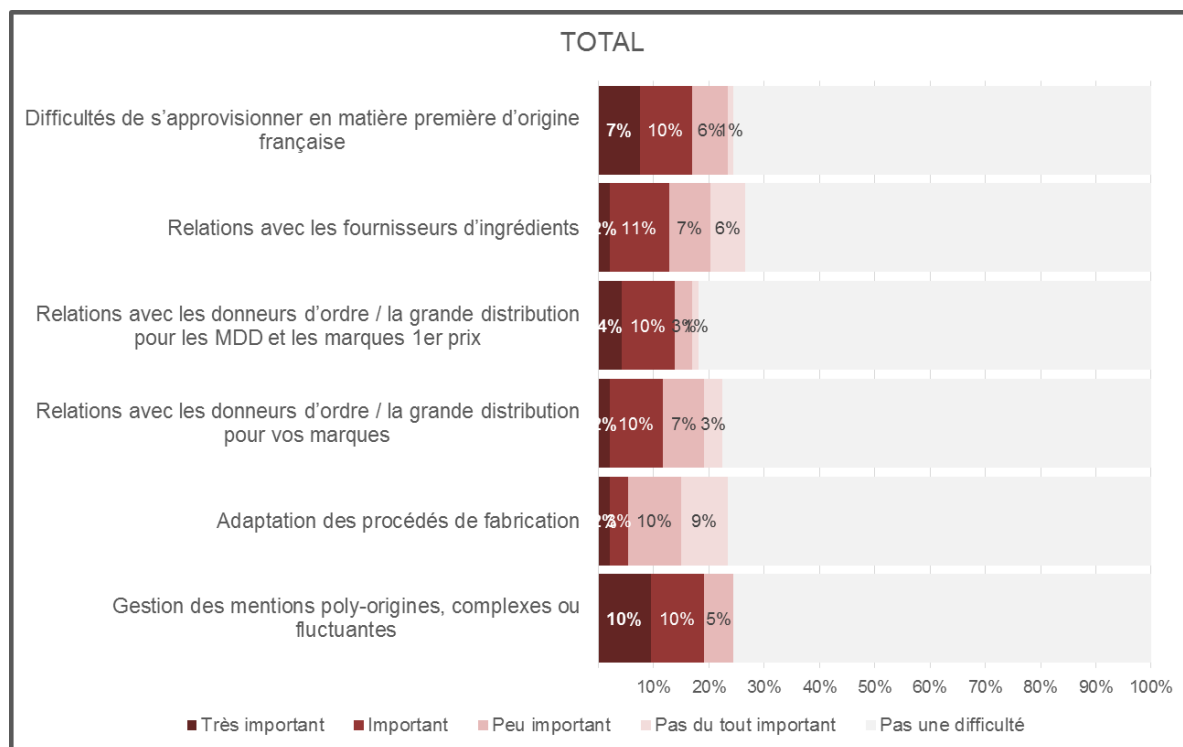
Q7 - Difficultés dans la mise en place ou la gestion courante du décret en fonction de la taille des entreprises



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



Q9 - Précisez en quoi ont consisté les difficultés dans la gestion courante du décret, ainsi que leur degré d'importance :



Q10 - Commentaires sur les difficultés

- *La difficulté d'accepter que les Mdd ne soient pas obligées d'indiquer l'adresse du salaisonnier.*
- *Etre sûrs d'avoir des approvisionnements réguliers et suffisants lorsqu'on souhaite communiquer sur l'origine spécifique d'un pays à un coût économiquement acceptable.*
- *La majorité de nos clients s'y sont pris au dernier moment et nos imprimeurs étaient déjà surchargés de travail car nous avions aussi nos étiquettes à notre marque à mettre à jour.*
- *étiquetage en mention "UE" pour un approvisionnement 100% "FR" afin de limiter les contraintes.*
- *variation d'origine des MP pour un même fournisseur dans le temps sans nous prévenir.*
- *coût de destruction des étiquettes non conformes dont l'impact est très important.*

Q11 - Y a-t-il des facteurs externes qui vous ont aidé à surmonter ces difficultés ?

	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL
Aucun facteur externe	5	4	7	16
Assistance rapprochée de votre organisation professionnelle (guide, hot	9	8	3	20
Souplesse pour reconnaître les mentions équivalentes (ex : logos interpro, etc.)	4	1	1	6
Autre souplesse accordée (délai, pas de destruction d'emballage ou de produits non	-	5	3	8
Assistance d'un prestataire externe	1	-	-	1
Autre (veuillez préciser)	-	-	-	-
Answered	15	15	10	40
Skipped	21	28	6	55

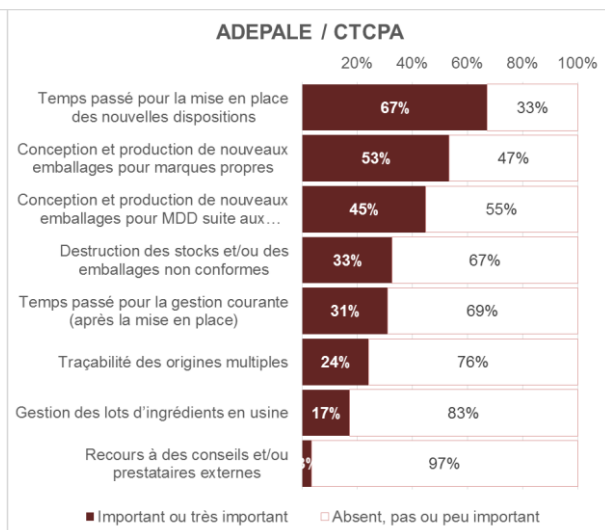
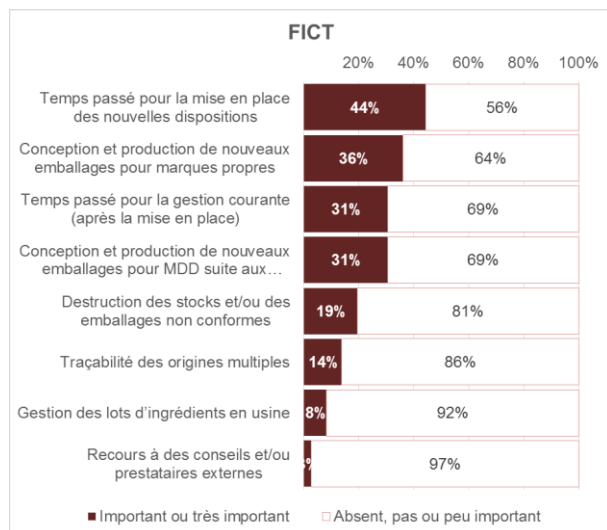
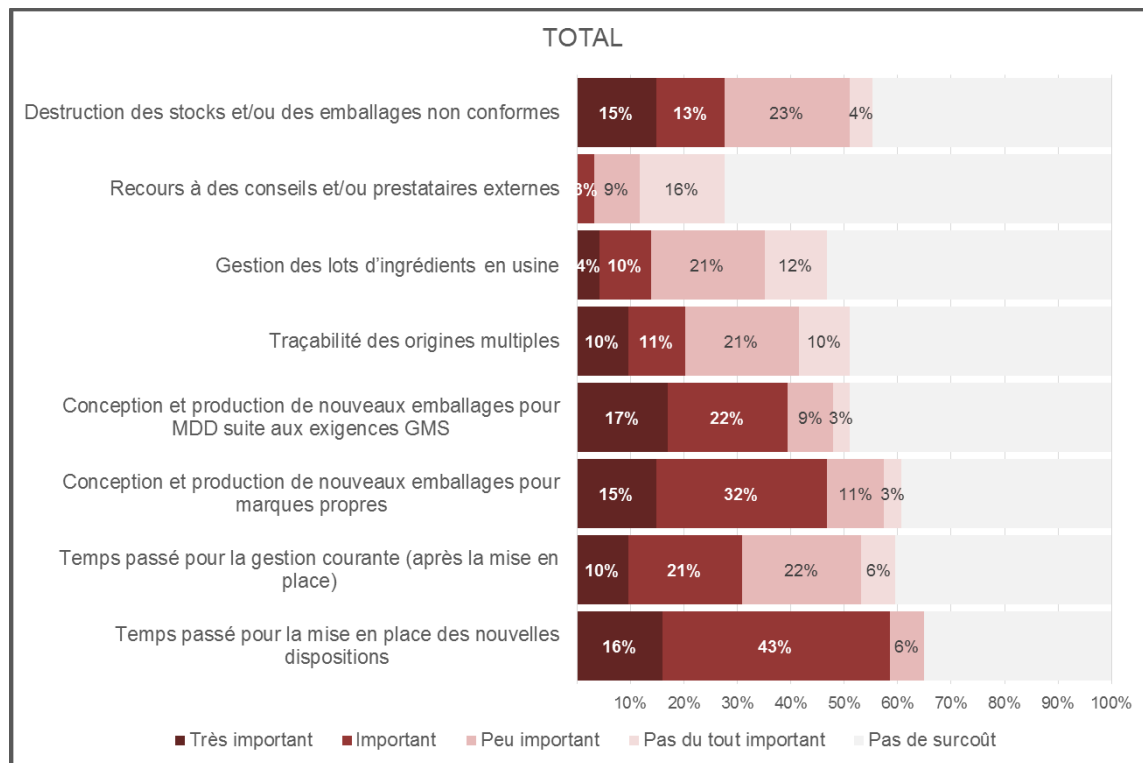
FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL
33%	27%	70%	40%
60%	53%	30%	50%
27%	7%	10%	15%
	33%	30%	20%
7%			3%
100%	100%	100%	100%

Q12 - L'application du décret de 2016 sur l'étiquetage de l'origine de la viande a-t-elle engendré des surcoûts pour votre entreprise ?

Réponses	TOTAL	% total
Oui	65	69%
Non, car l'étiquetage de nos produits mentionnait déjà l'origine des ingrédients ou nous adhérons à une démarche collective reconnue équivalente (ex : logo interpro)	8	9%
Non, l'application du décret n'a pas véritablement engendré de surcoûts	21	22%
Answered	94	
Skipped	1	

FICT	ADEPALE/CTCPA
53%	79%
14%	5%
33%	16%

Q13 - Quelles sont les causes des surcoûts et leur degré d'importance ?



Q14 - Sur cette base, quel est l'impact de ces surcoûts sur le prix de revient sortie usine (en % du prix de revient sortie usine) ?

Ici, la réponse ne pouvait être rendue obligatoire, étant donné différenciation MN/MDD, 1er prix. Elle n'est apparue qu'aux entreprises ayant mentionné des coûts sous Q11.

Estimation de l'impact en % du prix de revient sortie usine	FICT							ADEPALE							TOTAL						
	s.o / n.a	0-aucun impact	<0,1%	0,1 à 0,5%	0,5 à 1%	>1%	>5%	s.o / n.a	0-aucun impact	<0,1%	0,1 à 0,5%	0,5 à 1%	>1%	>5%	s.o / n.a	0-aucun impact	<0,1%	0,1 à 0,5%	0,5 à 1%	>1%	>5%
Marques nationales (MN)	5	-	3	4	1	1	1	5	3	5	3	2	6	3	10	3	8	7	3	7	4
Marques de distributeurs (MDD)	7	2	1	3	-	1	1	9	1	2	6	4	4	1	16	3	3	9	4	5	2
1er Prix	12	2	-	-	-	-	1	15	3	2	3	2	2	-	27	5	2	3	2	2	1
Answered	15							27							42						
Skipped	21							32							53						

Appréciation qualitative de l'impact	FICT						ADEPALE						TOTAL					
	s.o / n.a	aucun impact	Insignifiant	Faible	Significatif	Très significatif	s.o / n.a	aucun impact	Insignifiant	Faible	Significatif	Très significatif	s.o / n.a	aucun impact	Insignifiant	Faible	Significatif	Très significatif
Marques nationales (MN)	1	-	2	7	5	-	3	2	2	6	12	2	4	2	4	13	17	2
Marques de distributeurs (MDD)	5	2	-	3	4	1	8	1	1	7	9	1	13	3	1	10	13	2
1er Prix	11	2	-	1	-	1	15	3	1	6	2	-	26	5	1	7	2	1
Answered	15						27						42					
Skipped	21						32						53					

Q15 - S'il y a eu des surcoûts, les avez-vous répercutés partiellement ou totalement sur l'amont ou sur l'aval ?

Remarque : ici, seuls ceux qui ont déclaré avoir eu des surcoûts à la Q6 ont répondu à la question

Réponse(s)	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL
Aucune répercussion du surcoût	80%	100%	86%	90%
Répercussion partielle du surcoût sur l'aval (clients)	20%			7%
Répercussion totale sur l'aval (clients)				
Répercussion partielle du surcoût sur l'amont (fournisseurs)			14%	2%
Répercussion totale sur l'amont (fournisseurs)				

FICT	Le principal surcoût est le coût supplémentaire des viandes mises en œuvre . Forte poussée des prix de la viande de porc française
FICT	en MDD, l'origine française entraîne une répercussion de surcoût difficile à valoriser (offre globale)
ADEPALE	Les réseaux de distribution étant sur une politique "déflationniste", impossibilité d'augmenter nos prix sous risque de perdre le marché , après la crise aviaire nous n'avons vraiment pas besoin de cela
ADEPALE	Peu de surcoût sur l'emballage lié à son support peu couteux: étiquette papier
ADEPALE	en MDD et 1er Px cette mesure a conduit les distributeurs à exiger de la VBF sans accepter de surcoût . En MN nous pratiquons déjà étiquetage volontaire France
ADEPALE	cout entièrement à notre charge

Q16 - Quelles étaient les origines de vos approvisionnements en viande avant l'annonce du décret en 2016 (c.-à-d. au cours des années 2014 et 2015) pour les produits couverts par le décret ?

Origines	FICT	ADEPALE / CTCPA	TOTAL	% total
France	100%	93%	89	96%
Autres pays de l'Union européenne	86%	84%	79	85%
Pays hors l'Union européenne	63%	33%	41	44%
Answered	35	58	93	
Skipped	1	1	2	

Q17 - Dans la rédaction de vos cahiers des charges vis-à-vis de vos fournisseurs, avez-vous fait évoluer l'origine (pays ou zone) des ingrédients viande entre 2016 et 2017 suite au décret ?

Réponse	FICT	ADEPALE	CTCPA	ADEPALE / CTCPA	TOTAL
Oui	53%	40%	31%	38%	44%
Non	47%	60%	69%	62%	56%
Answered	36	42	16	58	94
Skipped	0	1	0	1	1

Q18 - Quel est l'impact du décret sur vos approvisionnements pour les matières premières suivantes ?

Origine France	Bovin				Porc				Volaille				Ovin, caprin			
	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL
Non pertinent	11	3	3	17	4	3	3	10	13	3		16	19	14	4	37
Baisse significative				-				-				-				-
Légère baisse				-	1			1				1				-
Pas de changements	6	7		13	5	5	1	11	3	5		8		2		2
Légère progression	1	3	1	5	4	4		8	1	7	1	9		1	1	2
Progression significative	1	4	1	6	5	5	1	11	2	2	4	8				-

25%
50%
####
46%
60%
64%
50%
61%
50%
64%
####
68%
####
33%
####
50%

Origine UE	Bovin				Porc				Volaille				Ovin, caprin			
	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL
Non pertinent	13	8	3	24	4	8	3	15	13	5	1	19	19	13	5	37
Baisse significative	1	1	1	3	6	3	1	10	3	1	2	6				-
Légère baisse				-	4	3	1	8	4	2	6		1			1
Pas de changements	3	4		7	3	3		6	3	6		9		3		3
Légère progression	2	4	1	7	1			1				-				-
Progression significative				-	1			1		1		1				-

17%
11%
50%
18%
40%
33%
50%
38%
50%
8%
50%
27%
####
0%
####
0%

Origine hors UE	Volaille				Ovin, caprin			
	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL	FICT	ADEPALE	CTCPA	TOTAL
Non pertinent	16	9	3	28	19	13	4	36
Baisse significative	1	1	2	4			1	1
Légère baisse		2		2		1		1
Pas de changements	2	5		7		3		3
Légère progression				-				-
Progression significative				-				-

Q19 - Quelles en sont les principales raisons ?

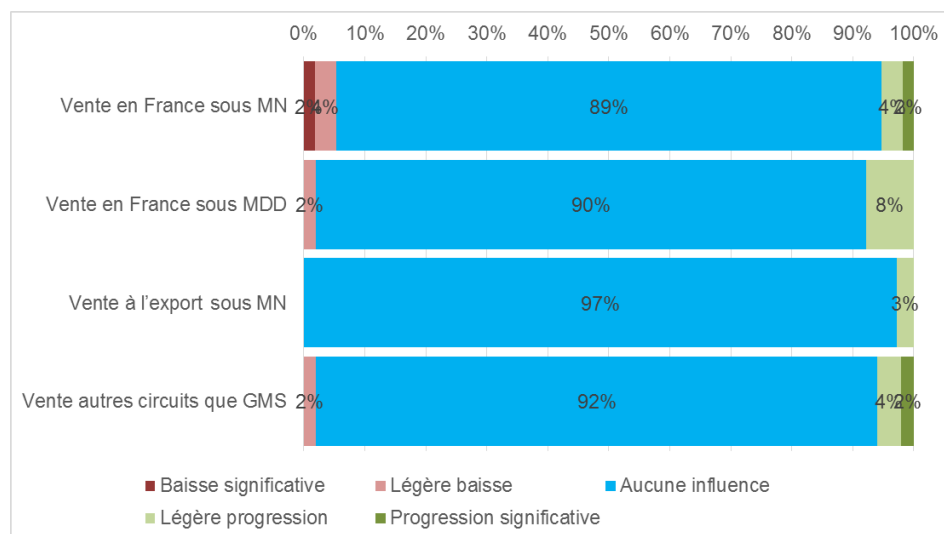
% des répondants ayant fait évoluer l'origine des ingrédients	FICT	ADEPALE / CTCPA	TOTAL
une stratégie de mentions volontaires antérieure au décret de 2016	36%	25%	30%
des facteurs extérieurs au décret (précisez-les dans le champ commentaires)	32%	22%	26%
une décision en partie liée à l'annonce du décret,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

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

Facteurs extérieurs au décret :

Pression des agriculteurs	FICT
En MDD, augmentation des appels d'offre origine France	FICT
approvisionnement local inchangé	FICT
application des directives de nos clients vis à vis des origines entrant dans leurs produits MDD	FICT
Augmentation du volume suite à de nouveaux référencements	
Volonté de favoriser l'origine France suite à la crise de la filière porcine de l'été 2015	FICT
Pression des acheteurs, des médias et donc de certains consommateurs	FICT
les exigences de certains de nos clients sur l'origine de certaines denrées animales	ADEPALE
demande des clients	ADEPALE
volonté de travailler au maximum des produits français	ADEPALE
Demande exigées par certains clients	ADEPALE
Impact MDD et 1er Prix	ADEPALE

Q20 - Quelles en sont les principales raisons ?



Annexe 7 : Questionnaires enquêtes consommateurs

Annexe liée aux chapitres 7 à 8 du rapport

A7.1 Questionnaire enquête consommateur en ligne

Volet quantitatif étiquetage de l'origine

CRITERES D'ELIGIBILITE & QUOTAS

Cible & Quotas :

Echantillon de 1500 personnes acheteurs de lait / produits laitiers ou viande comme ingrédient, dont :
- 500 acheteurs de lait comme ingrédient.
- 1000 acheteurs de viande comme ingrédient.

Sollicitation sur la base d'un pool représentatif France en termes de sexe, d'âge, de région, de CSP et de taille du foyer.

RAPPEL Recode interview

Interview lait.....1
Interview viande2

Si interview lait : trois produits au maximum que le répondant a consommé au cours des six derniers mois sélectionnés en S14. Limiter le nombre de passages sur le bloc desserts lactés à N=200.

Lait liquide (en bouteille ou en brique) 1
Produits laitiers (yaourts, beurre...) 2
Fromages 3
Desserts ou crèmes lactés (type Danette, chocolat liégeois...) 4

Si interview viande : sélectionner aléatoirement trois produits parmi les cinq suivants que le répondant a consommé au cours des six derniers mois en S14 :

Charcuterie, salaisons, produits traiteur contenant de la volaille, du porc ou du bœuf 5
Viandes fraîches transformées ou aromatisées contenant de la volaille, du porc ou du bœuf (steaks hachés, brochettes...) 6
Produits surgelés contenant de la volaille, du porc ou du bœuf hors viande crue (nuggets ou panés de volaille, lasagnes, pizzas avec viande...) 7
Conserves contenant de la volaille, du porc ou du bœuf (cassoulet, raviolis...) 8
Sandwichs pré-emballés disponibles au rayon libre-service contenant de la volaille du porc ou du bœuf 9

PARTIE I : PERCEPTION DE L'ÉTIQUETAGE DE L'ORIGINE

Nous allons tout d'abord vous poser quelques questions concernant l'étiquetage de l'origine sur certains produits utilisant du lait ou de la viande (selon cellule) comme ingrédient.

Q1 Selon vous, le pays / la région d'origine du lait utilisé / de la viande utilisée (selon cellule) comme ingrédient est-elle mentionnée dans les produits suivants ?

Affichage de tous les produits sélectionnés à S14 y compris desserts lactés et compotes / confitures (produits benchmark). Une seule réponse possible par colonne.

	PROD 1	PROD 2	PROD 3	PROD X
Oui	1	1	1	1
Non	2	2	2	2
Vous ne savez pas	3	3	3	3

Poser Q2 pour le ou les produit(s) pour lesquels le répondant a remarqué la mention de l'origine (Q1=1).

Q2 A quel(s) endroit(s) avez-vous remarqué cette mention de l'origine du lait utilisé / de la viande utilisée (selon cellule) comme ingrédient dans les produits suivants ?

Affichage des trois types de produits selon cellule en page 1. Plusieurs réponses possibles par colonne.

	PROD 1	PROD 2	PROD 3
Sur la face avant de l'emballage	1	1	1
Sur la face arrière de l'emballage, dans la liste des ingrédients	2	2	2
Sur la face arrière de l'emballage, en dehors de la liste des ingrédients	3	3	3
Ailleurs (en clair)	4	4	4
Vous ne savez pas ou ne savez plus	5	5	5

Poser Q3 pour le ou les produit(s) pour lesquels le répondant a remarqué la mention de l'origine (Q1=1).

Q3 Pour chacun des produits suivants, comment cette origine était-elle mentionnée ?

Affichage des trois types de produits selon cellule en page 1. Plusieurs réponses possibles par colonne.

	PROD 1	PROD 2	PROD 3
Par une mention d'un seul pays	1	1	1
Par une mention de plusieurs pays	2	2	2
Par un drapeau	3	3	3
Par un logo spécifique	4	4	4
Par la mention d'une région française	5	5	5
Par la mention « Union Européenne »	6	6	6
Par la mention « Hors Union Européenne »	7	7	7
Par la mention « Union Européenne et Hors Union Européenne »	8	8	8
Par l'indication « Né, élevé et abattu » + mention origine (si inter viande)	9	9	9
Par l'indication « Collecté et conditionné » + mention origine (si inter lait)	10	10	10
Autres (en clair)	11	11	11
Vous ne savez plus	12	12	12

PARTIE II : INTERÊT POUR L'ORIGINE ET COMPORTEMENT

Les questions suivantes vont désormais concerner plus précisément les / le / la <...>

Reprise des trois catégories de produits de la page 1. Laisser la catégorie de produits affichée en haut de l'écran pour les questions de cette partie. Répéter trois fois les questions de cette partie pour chacune des trois catégories de produits.

(Comportement et intérêt) Q4 Lorsque vous êtes dans votre hypermarché ou supermarché habituel, à quels critères faites-vous attention lors de l'achat de ce type de produit ? En 1^{er} ? En 2^{ème} ? En 3^{ème} ? Ensuite ?

Une seule réponse possible par colonne, puis plusieurs. Rotation des items

	En 1er	En 2ème	En 3ème	Ensuite
La marque	1	1	1	1
Le prix	2	2	2	2
L'aspect visuel, la couleur	3	3	3	3
L'origine des ingrédients	4	4	4	4
La date limite de consommation	5	5	5	5
Les promotions	6	6	6	6
L'originalité de la recette	7	7	7	7
La présence de labels ou de certifications de qualité	8	8	8	8
La composition nutritionnelle (calories, % de matières grasses...)	9	9	9	9
Le lieu de fabrication des produits	10	10	10	10
La présence d'allergènes	11	11	11	11
La liste des ingrédients	12	12	12	12
Le poids, la contenance	13	13	13	13
Autres (en clair...)	14	14	14	14

(Intérêt) Q5 Une fois en rayon dans votre hypermarché ou supermarché habituel, lorsque vous achetez ce type de produit, vous lisez les informations inscrites sur l'emballage (en dehors de la marque et du prix) :

Une seule réponse possible

- Systématiquement 1
- Souvent..... 2
- De temps à autre..... 3
- Rarement..... 4
- Jamais 5

Si Q5 = 1 à 4, poser Q6

Q6 Lorsque vous lisez les informations inscrites sur l'emballage (en dehors de la marque et du prix) de ce type de produit, vous avez l'impression de...

Une seule réponse possible

- Trouver très facilement les informations que vous recherchez 1
- Trouver plutôt facilement les informations que vous recherchez..... 2
- Trouver plutôt difficilement les informations que vous recherchez..... 3
- Trouver très difficilement les informations que vous recherchez 4

(Intérêt) Q7 Pour cette catégorie de produits souhaitez-vous connaître l'origine du lait utilisé / ou de la viande utilisée (selon cellule) comme ingrédient ?

Une seule réponse possible

Oui 1
Non 2

Q8 Vous êtes attentif ou attentive à l'origine lors de l'achat de ce type de produits. Seriez-vous susceptible d'acheter ce produit (par exemple... fromage, cassoulet, ...) dont l'origine du lait / de la viande (selon cellule) est :

Une seule réponse possible par ligne. Rotation aléatoire des origines.

	Certainement	Probablement	Probablement pas	Certainement pas
Non-indiquée	1	2	3	4
Locale/ régionale	1	2	3	4
France	1	2	3	4
Autre pays de l'Union européenne (Espagne, Allemagne...)	1	2	3	4
Union Européenne dans son ensemble	1	2	3	4
Un pays en dehors de l'Union Européenne (Chine, Brésil...)	1	2	3	4
Hors Union Européenne	1	2	3	4
Union Européenne ou Hors Union Européenne	1	2	3	4
Un pays membre de l'Union Européenne	1	2	3	4

Q9 Seriez-vous prêt(e) à payer un peu plus cher ce type de produit si demain l'indication de l'origine du lait utilisé / de la viande utilisée (selon cellule) comme ingrédient était précise et explicitement indiquée ?

Une seule réponse possible

Oui, certainement 1
Oui, probablement 2
Non, probablement pas..... 3
Non, certainement pas..... 4

Q9bis A l'inverse, trouveriez-vous justifié que ce type de produit soit proposé à un prix moindre si l'indication de l'origine du lait utilisé / de la viande utilisée (selon cellule) comme ingrédient n'était pas indiquée ?

Une seule réponse possible

Oui, certainement 1
Oui, probablement 2
Non, probablement pas..... 3
Non, certainement pas..... 4

Répéter Q4 à Q9bis de une à trois fois selon les types de produits consommés.

Q10 Pour ces types de produits, à quelle(s) origine(s) associez-vous chacun des éléments ci-dessous ?
Vous pouvez associer l'ensemble de ces origines si vous le souhaitez, ou aucune le cas échéant.

Plusieurs réponses possibles. Affichage de la ou des catégorie(s) de produits évaluée(s) entre Q4 et Q9bis.

	Locale / régionale	France	Autre pays de l'Union européenne (Espagne, Allemagne...)	Union Européenne (sans autre indication)	Un pays en dehors de l'UE (Chine, Brésil...)	Hors Union Européenne (sans autre indication)
Le respect des animaux	1	2	3	4	5	6
Une ferme à taille humaine	1	2	3	4	5	6
Le respect de la tradition	1	2	3	4	5	6
Un modèle durable, écologique	1	2	3	4	5	6
La passion des éleveurs pour leur métier	1	2	3	4	5	6
Garanties sur la traçabilité de la fourche à la fourchette	1	2	3	4	5	6
Des prix élevés	1	2	3	4	5	6
Une bonne qualité gustative	1	2	3	4	5	6
Le sentiment de soutenir l'économie, les éleveurs	1	2	3	4	5	6
Des prix plus bas	1	2	3	4	5	6
Une garantie d'hygiène et de qualité sanitaire	1	2	3	4	5	6
La transparence	1	2	3	4	5	6
Le risque de perte d'emplois locaux	1	2	3	4	5	6

PARTIE III : COMPREHENSION - MISE EN PLACE DU DECRET

Cette dernière série de questions va concerner de manière plus générale un décret mis en place récemment concernant l'indication de l'origine pour les produits utilisant de la viande / du lait comme ingrédient.

Q11 Dans un souci de transparence et afin de mieux informer le consommateur, depuis le début de 2017, un décret oblige les fabricants de produits alimentaires en France à indiquer les origines du lait utilisé / de la viande utilisée comme ingrédient (selon cellule) (l'obligation est appliquée lorsque la proportion de cet ingrédient dépasse un certain seuil). Le saviez-vous ?

Une seule réponse possible

Oui 1
Non 2

Q12 Lors de vos achats dans votre magasin habituel, aviez-vous remarqué ce changement depuis le début de l'année ?

Une seule réponse possible

Oui 1
Non 2

Si Q12=1, poser Q13

Q13 Vous avez remarqué ces changements...

Plusieurs réponses possibles

Sur la face avant de l'emballage..... 1
Sur la face arrière de l'emballage, dans la liste des ingrédients 2
Sur la face arrière de l'emballage, en dehors de la liste des ingrédients..... 3
Ailleurs..... 4

Q14 Lorsque vous cherchez l'indication de l'origine de la viande utilisée / du lait utilisé (selon cellule) comme ingrédient dans la liste des ingrédients ou en face arrière, vous avez l'impression de trouver cette indication...

Une seule réponse possible

Très facilement.....1
Plutôt facilement.....2
Plutôt difficilement.....3
Très difficilement.....4
Vous ne recherchez jamais cette indication dans la liste des ingrédients ou en face arrière5

Q14bis Idéalement, si vous aviez le choix, à quel endroit de l'emballage souhaiteriez-vous voir cette indication de l'origine de la viande utilisée / du lait utilisé (selon cellule) comme ingrédient ?

Une seule réponse possible

Sur la face avant de l'emballage..... 1
Sur la face arrière de l'emballage, dans la liste des ingrédients 2
Sur la face arrière de l'emballage, en dehors de la liste des ingrédients..... 3
Ailleurs..... 4
Cela vous est égal, vous importe peu..... 5

Si RECINT=1 (interview lait), poser Q15 à Q21bis

Q15 Veuillez à présent observer attentivement l'emballage du produit ci-dessous. D'après vous, que signifie ce logo ?

Rotation des items. Une seule réponse possible.

- Ce produit utilise du lait français...1
- Ce produit est fabriqué en France...2
- Ce produit français utilise du lait de l'Union européenne...3
- Ce produit utilise du lait collecté auprès d'élevages français...4
- Ce produit utilise du lait collecté et transformé en France...5
- Aucune de ces propositions...6

Q16 Que signifie pour vous l'indication « origine UE » à propos du lait utilisé comme ingrédient dans les produits évoqués un peu plus tôt au cours de cette enquête ?

Rotation des items. Une seule réponse possible

- Le lait est collecté et transformé en France 1
- Le lait est collecté et transformé dans un seul pays appartenant à l'Union Européenne 2
- Le lait est collecté et transformé dans plusieurs pays appartenant à l'Union Européenne 3
- Je ne sais pas...4

Q17 Cette indication « origine UE » à propos du lait utilisé comme ingrédient vous semble...

Une seule réponse possible

- Tout à fait suffisante 1
- Plutôt suffisante 2
- Plutôt pas suffisante..... 3
- Pas du tout suffisante..... 4

Q18 De la même manière, que signifie pour vous l'indication « origine hors UE » à propos du lait utilisé comme ingrédient dans les produits évoqués un peu plus tôt au cours de cette enquête ?

Rotation des items. Une seule réponse possible

- Le lait est collecté et transformé dans un seul pays n'appartenant pas à l'Union Européenne..... 1
- Le lait est collecté et transformé dans plusieurs pays n'appartenant pas à l'Union Européenne..... 2
- Le lait est collecté et transformé dans plusieurs pays, certains appartenant à l'Union Européenne et d'autres non 3
- Je ne sais pas 4

Q19 Cette indication « origine hors UE » à propos du lait utilisé comme ingrédient vous semble...

Une seule réponse possible

- Tout à fait suffisante 1
- Plutôt suffisante 2
- Plutôt pas suffisante..... 3
- Pas du tout suffisante..... 4

Q20 L'indication de l'origine ne doit apparaître que si le poids du lait utilisé comme ingrédient dépasse 50% du poids total du produit. Ce seuil de 50% vous paraît...

Une seule réponse possible. Afficher l'exemple.

- Trop faible : cette mention de l'origine ne serait utile que pour des produits contenant une plus grande quantité de lait, plus de 50%..... 1
 Juste, correct 2
 Trop élevé : cette mention devrait apparaître même lorsque le produit contient moins que 50% de lait 3

Voici à titre d'exemple quelques produits dont le lait...

...est un ingrédient majoritaire	Lait liquide
	Yaourt
	Desserts lactés
	Fromage au lait de vache : camembert et emmental
...peut être important mais non majoritaire	Fromages fondus type Vache qui Rit, Apéricubes...

Q21 Pour conclure, diriez-vous que la mise en place de cette loi concernant le lait utilisé en tant qu'ingrédient est pour vous un gage supplémentaire en termes de...

Une seule réponse possible par ligne

	Oui, tout à fait	Oui, plutôt	Non, plutôt pas	Non, pas du tout
Transparence	1	2	3	4
Traçabilité	1	2	3	4
Qualité sanitaire et hygiène	1	2	3	4

Q21bis Cette mesure obligeant les professionnels à indiquer l'origine du lait et de la viande utilisés dans leurs produits, est temporaire et limitée à deux ans. Souhaitez-vous que cette obligation d'information soit prolongée au-delà du 31 décembre 2018 ?

Une seule réponse possible

- Oui, je trouve ça tout à fait important 1
 Oui, je trouve ça assez important 2
 Non, je trouve ça peu important 3
 Non, je trouve ça pas du tout important..... 4

Si RECINT=2 (interview viande), poser Q22 à Q30bis

Q22 Veuillez à présent observer attentivement l'emballage du produit ci-dessous. D'après vous, que signifie ce logo ?

Rotation des items. Une seule réponse possible.

- Ce produit utilise de la viande française... 1
 Ce produit est fabriqué en France... 2
 Ce produit utilise de la viande d'élevages français... 3
 Ce produit utilise de la viande d'animaux nés et élevés en France..... 4
 Ce produit utilise de la viande d'animaux nés, élevés et abattus en France... 5
 Aucune de ces propositions..... 6

Q23 Que signifie pour vous l'indication « origine UE » à propos de la viande utilisée comme ingrédient dans les produits évoqués un peu plus tôt au cours de cette enquête ?

Rotation des items. Une seule réponse possible

- L'animal est né, élevé et abattu en France 1
- L'animal est né, élevé et abattu dans un seul pays appartenant à l'Union Européenne..... 2
- L'animal est né, élevé et abattu dans plusieurs pays appartenant à l'Union Européenne..... 3
- Je ne sais pas..... 4

Q24 Cette indication « origine UE » à propos de la viande utilisée comme ingrédient vous semble...
Une seule réponse possible

- Tout à fait suffisante 1
- Plutôt suffisante 2
- Plutôt pas suffisante..... 3
- Pas du tout suffisante..... 4

Q25 De la même manière, que signifie pour vous l'indication « origine hors UE » à propos de la viande utilisée comme ingrédient dans les produits évoqués un peu plus tôt au cours de cette enquête ?

Rotation des items. Une seule réponse possible

- L'animal est né, élevé et abattu dans un seul pays n'appartenant pas à l'Union Européenne..... 1
- L'animal est né, élevé et abattu dans plusieurs pays n'appartenant pas à l'Union Européenne..... 2
- L'animal est né, élevé et abattu dans plusieurs pays, certains appartenant à l'Union Européenne et d'autres non 3
- Je ne sais pas..... 4

Q26 Cette indication « origine hors UE » à propos de la viande utilisée comme ingrédient vous semble...
Une seule réponse possible

- Tout à fait suffisante 1
- Plutôt suffisante 2
- Plutôt pas suffisante..... 3
- Pas du tout suffisante..... 4

Q27 De la même manière, que signifie pour vous l'indication « origine UE ou hors UE » à propos de la viande utilisée comme ingrédient dans les produits évoqués un peu plus tôt au cours de cette enquête ?

Rotation des items. Une seule réponse possible

- L'animal est né, élevé et abattu dans un seul pays n'appartenant pas à l'Union Européenne..... 1
- L'animal est né, élevé et abattu dans un seul pays appartenant à l'Union Européenne..... 2
- L'animal est né, élevé et abattu dans un ou plusieurs pays, certains appartenant à l'Union Européenne ou d'autres non ou lorsque cette origine n'est pas déterminée 3
- Je ne sais pas..... 4

Q28 Cette indication « origine UE et hors UE » à propos de la viande utilisée comme ingrédient vous semble...

Une seule réponse possible

- Tout à fait suffisante 1
- Plutôt suffisante 2
- Plutôt pas suffisante..... 3
- Pas du tout suffisante..... 4

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...

Une seule réponse possible. Afficher l'exemple.

- Trop faible : cette mention de l'origine ne serait utile que pour des produits contenant une plus grande quantité de viande, plus de 8%..... 1
- Juste, correct 2
- Trop élevé : cette mention devrait apparaître même lorsque le produit contient moins que 8% de viande 3

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

Q30 Pour conclure, diriez-vous que la mise en place de cette loi concernant la viande utilisée en tant qu'ingrédient est pour vous un gage supplémentaire en termes de...

Une seule réponse possible par ligne

	Oui, tout à fait	Oui, plutôt	Non, plutôt pas	Non, pas du tout
Transparence	1	2	3	4
Traçabilité	1	2	3	4
Qualité sanitaire et hygiène	1	2	3	4

Q31 Cette mesure obligeant les professionnels à indiquer l'origine du lait et de la viande utilisés dans leurs produits, est temporaire et limitée à deux ans. Souhaitez-vous que cette obligation d'information soit prolongée au-delà du 31 décembre 2018 ?

Une seule réponse possible

- Oui, je trouve ça tout à fait important 1
- Oui, je trouve ça assez important 2
- Non, je trouve ça peu important..... 3
- Non, je trouve ça pas du tout important..... 4

Nous vous remercions pour le temps que vous nous avez accordé et vous souhaitons une bonne fin de journée.

A7.2 Questionnaire enquête consommateur en magasin (shopper)

Questionnaire étude Shopper Etiquetage

N° de Questionnaire :

N° de Magasin :

(Ceux-ci doivent être obligatoirement identiques aux numéros inscrits sur la phase d'observation)

Bonjour Madame, Monsieur, je suis ... de la société OPSIO. Je réalise actuellement une étude très importante concernant certains produits présents dans ce rayon sur la demande du Ministère de l'Agriculture. Accepteriez-vous de répondre à quelques questions ? Cela n'a aucun but commercial, nous souhaitons simplement recueillir votre avis. Je vous remercie.

Q0 Tout d'abord, pouvez-vous me dire à quels critères vous faites attention lors de l'achat de ce type de produit ? *Spontané. Bien relancer et recoder dans le tableau ci-dessous dans les colonnes Q0. Une seule réponse possible dans les trois premières colonnes, puis plusieurs. Montrer le produit acheté présent dans le caddie (premier produit acheté si plusieurs achats).*

--	--

Q1 Je vais à présent vous poser la même question, mais en vous montrant une liste de critères. Parmi ceux-ci, pouvez-vous me dire quels sont ceux auxquels vous faites attention lors de l'achat de ce type de produit ? En 1er ? En 2ème ? En 3ème ? Ensuite ? *Sur board. Un, deux, trois ou plusieurs choix possibles. Une seule réponse possible dans les trois premières colonnes, puis plusieurs dans les colonnes Q1. Montrer le produit acheté présent dans le caddie (premier produit acheté si plusieurs achats).*

	Q0 SPONTANEE			
	En 1er	En 2ème	En 3ème	Ensuite
La marque	1	1	1	1
Le prix	2	2	2	2
L'aspect visuel, la couleur	3	3	3	3
L'origine des ingrédients	4	4	4	4
La date limite de consommation	5	5	5	5
Les promotions	6	6	6	6
L'originalité de la recette	7	7	7	7
La présence de labels ou de certifications de qualité	8	8	8	8
La composition nutritionnelle (calories, % de matières grasses...)	9	9	9	9
Le lieu de fabrication des produits	10	10	10	10

	Q1 SUR BOARD			
	En 1er	En 2ème	En 3ème	Ensuite
	1	1	1	1
	2	2	2	2
	3	3	3	3
	4	4	4	4
	5	5	5	5
	6	6	6	6
	7	7	7	7
	8	8	8	8
	9	9	9	9
	10	10	10	10

La présence d'allergènes	11	11	11	11
La liste des ingrédients	12	12	12	12
Le poids, la contenance	13	13	13	13
Autres (en clair : _____)	14	14	14	14

11	11	11	11
12	12	12	12
13	13	13	13
14	14	14	14

Q2 Connaissez-vous l'origine géographique du lait / de la viande (**SELON UNIVERS**) utilisé(e) comme ingrédient dans ce produit que vous venez d'acheter ?

Citer. Montrer le produit acheté présent dans le caddie (premier produit acheté si plusieurs achats).

Oui.....1 -> **POSER Q3**

Non.....2 -> **PASSER EN Q4**

Q3 Pouvez-vous me préciser, sans la regarder ou la regarder à nouveau, l'origine du lait / de la viande (**SELON UNIVERS**) utilisé(e) comme ingrédient dans ce produit ?

Spontané.

Ne sait plus

Je vous propose de regarder ensemble si l'origine du lait / de la viande (SELON UNIVERS**) utilisé(e) comme ingrédient dans ce produit que vous venez d'acheter est indiquée ou non.**

Q4 Recode indication du lait / de la viande utilisé(e) comme ingrédient :

Oui, origine indiquée1

*Non, origine non indiquée2 -> **PASSER EN Q8***

Q5 Origine du lait / de la viande utilisé(e) comme ingrédient indiqué(e) sur :

Plusieurs réponses possibles.

La face avant Logo collectif (cf. board) 1

La face avant Logo équivalent (MN ou MDD cf. board)..... 2

La face arrière (hors liste d'ingrédients)..... 3

La face arrière (dans la liste d'ingrédients) 4

Q6 Mention de l'origine du lait / de la viande utilisé(e) comme ingrédient :

Plusieurs réponses possibles.

France..... 1

UE..... 2

Hors UE..... 3

UE ou Hors UE 4

Autres pays (pays en clair : _____) 5

Autres (en clair : _____) 6

SI NE SAIT PLUS EN Q3, PASSER EN Q8

Q7 Recode origine du lait / de la viande utilisé(e) comme ingrédient indiquée par le répondant en Q3

Oui, origine correcte.....1

Oui, origine partielle2

Non, origine incorrecte.....3

Q8 Avez-vous remarqué la présence d'indication de l'origine du lait / de la viande (**SELON UNIVERS**) utilisé(e) en tant qu'ingrédient sur cette catégorie de produits ?

Citer. Une seule réponse possible.

Oui, il y a longtemps (plus d'un an).....1
Oui, récemment (moins d'un an)2
Non.....3 -> **PASSER EN Q13**

Q9 Cette indication de l'origine du lait / de la viande (**SELON UNIVERS**) utilisé(e) en tant qu'ingrédient a-t-elle eu un rôle dans votre choix du produit ?

Citer.

Oui.....1
Non.....2

Q10 Plus précisément, avez-vous modifié votre achat en faveur de ce produit ?
Citer.

J'achetais déjà ce produit je continue de le faire aujourd'hui 1
J'achète désormais ce produit parce que l'origine est mentionnée, je ne l'achetais pas auparavant ... 2

Q11 Quelle origine du lait / de la viande (**SELON UNIVERS**) utilisé(e) comme ingrédient choisissez-vous habituellement pour ce type de produit ?

Citer. Une seule réponse possible.

Régionale / Locale1
France.....2
Autres pays européens : lesquels ?3
Autres origines : lesquelles ?4
Vous ne savez pas / cela vous est égal.....5

Q12 Si l'origine du lait / de la viande (**SELON UNIVERS**) utilisé(e) comme ingrédient dans ce produit n'était pas indiquée, auriez-vous tout de même acheté ce produit ?

Citer.

Oui.....1
Non.....2

SI UNIVERS LAIT, POSER Q13

Q13 Pour ce type de produit utilisant du lait comme ingrédient, souhaitez-vous connaître...

Citer. Une seule réponse possible.

Le lieu de la collecte du lait 1
Le lieu de conditionnement/transformation du lait 2
Ces deux étapes 3
Aucune de ces deux étapes..... 4
Ne comprend pas la question (NE PAS CITER) 5

SI UNIVERS VIANDE, POSER Q14

Q14 Pour ce type de produit utilisant de la viande comme ingrédient, souhaitez-vous connaître...
Citer. Plusieurs réponses possibles.

- Le lieu de naissance de l'animal 1
- Le lieu d'élevage de l'animal 2
- Le lieu d'abattage de l'animal 3
- Aucune de ces étapes 4
- Ne comprend pas la question (NE PAS CITER) 5

Q15 Pour vous, que signifie l'inscription « UE » sur un produit de ce rayon ?
Spontané.

Ne sait pas -> **PASSER EN S1**

SI « UNION EUROPEENNE » EVOQUEE EN Q13, POSER Q14 & 15, SINON PASSER EN S1

Q16 Je vais vous citer trois mentions de l'origine géographique du lait / de la viande (**SELON UNIVERS**) utilisé(e) comme ingrédient dans ce type de produits. Pouvez-vous m'indiquer si vous trouvez chacune de ces mentions tout à fait, plutôt, plutôt pas ou pas du tout suffisantes ?

Citer. Rotation des items

	Tout à fait suffisante	Plutôt suffisante	Plutôt pas suffisante	Pas du tout suffisante
UE	1	2	3	4
Hors UE	1	2	3	4
UE ou Hors UE	1	2	3	4

Il ne me reste plus que quelques questions vous concernant à poser pour terminer cette interview.

S1 En moyenne, à quelle fréquence vous rendez-vous dans ce magasin pour effectuer vos achats alimentaires ?

Citer.

- Plusieurs fois par semaine 1
- Une fois par semaine 2
- Une fois toutes les deux à trois semaines 3
- Une fois par mois 4
- Une fois tous les deux à trois mois 5
- Moins souvent 6
- C'est la première fois 7

S2 *Recode*

- Homme 1
- Femme 2

S3 Quel est votre âge ? / ___ / ___ / Ans

Spontané, puis recoder.

Recode :

- 18-34 ans 1
- 35-49 ans 2
- 50-64 ans 3
- Plus de 65 ans 4

S4 Quelle est la profession du chef de famille, c'est-à-dire la personne qui a le revenu le plus élevé au sein du foyer ? **Noter en clair**.....

Spontané, puis recoder.

ENQ : Si la personne est actuellement au chômage, indiquez l'ancienne profession. **Recoder** Pour les artisans tels que plombiers, coiffeurs, garagistes, demander si la personne est à son compte = code 2 - ou salariée = code 6. Pour les fonctionnaires, demander le statut : supérieur = code 3, intermédiaire = code 4 – ou employés = code 5

Agriculteurs, exploitants	1
Artisans, commerçants, chefs d'entreprise	2
Professions libérales, cadres supérieurs, Ingénieurs, Professeurs	3
Instituteurs, cadres moyens, infirmiers, éducateurs, techniciens	4
Employés, aides-soignants, policiers, militaires, secrétaires	5
Personnel de service, opérateurs, vendeurs, hôtesse, barman, ouvriers industriels, ouvriers agricoles, ouvriers artisans, chauffeurs	6
Retraités	7
Autres personnes sans activité professionnelle (femme au foyer, chômeur, étudiants...)	8

S5 Quel est le revenu net annuel moyen de votre foyer ?

Citer.

- Moins de 20 000€.....1
- 20 000 - 29 999€2
- 30 000 - 39 999€3
- 40 000 - 49 999€4
- 50 000 - 70 000€5
- Plus de 70 000€6
- Ne préfère pas répondre.....7

S6 Dans quel type d'agglomération habitez-vous ?

Citer.

- Moins de 2 000 habitants1
- De 2 000 à 10 000 habitants2
- De 10 000 à 50 000 habitants3
- De 50 000 à 200 000 habitants4
- 200 000 habitants et plus.....5

S7 De combien de personnes se compose votre foyer (y compris vous-même) ? / ____/ *Spontané.*

S8 Combien d'enfants encore au foyer avez-vous ? / ____/ *Spontané, si S7 ≠ 1*

NOM de l'interviewé.....
PRENOM
Adresse
Code postal ville
N° Téléphone

Nous vous remercions pour le temps que vous nous avez accordé pour répondre à ces quelques questions.

Annexe 8 : Evolution des volumes et prix d'achat des produits de l'échantillon

Annexe liée au chapitre 9 du rapport

A8.1 Secteur lait et produit laitier

1. Lait liquide

Les achats en GMS

Les achats en GMS 2015-2017 (panel IRI)

	Variation 2017/2016 12 périodes	Poids relatif
MDD	-8%	57%
MN	-3%	25%

	2015 13 périodes	2016 13 périodes	2016 12 périodes	2017 12 périodes	Variation 2017/2016	Poids relatif 2017
Lait standard demi-écrémé	1 699 920	1 592 439	1 472 873	1 398 879	-5%	100%
Lait standard demi-écrémé brique	951 445	846 391	783 342	717 751	-8%	51%
Lait standard demi-écrémé brique marques nationales	89 416	99 345	94 670	83 876	-11%	6%
Lait standard demi-écrémé brique total MDD	565 773	492 509	455 975	401 504	-12%	29%
Lait standard demi-écrémé brique autres marques	296 257	254 537	232 697	232 370	0%	17%
Lait standard demi-écrémé bouteille	748 474	745 233	689 033	676 453	-2%	48%
Lait standard demi-écrémé bouteille marques nationales	257 250	272 714	257 526	259 164	1%	19%
Lait standard demi-écrémé bouteille total MDD	464 523	449 440	410 547	398 735	-3%	29%
Lait standard demi-écrémé bouteille autres marques	26 701	23 080	20 960	18 555	-11%	1%

Source : Panel IRI – Calcul ADE/Proteïs

Selon IRI :

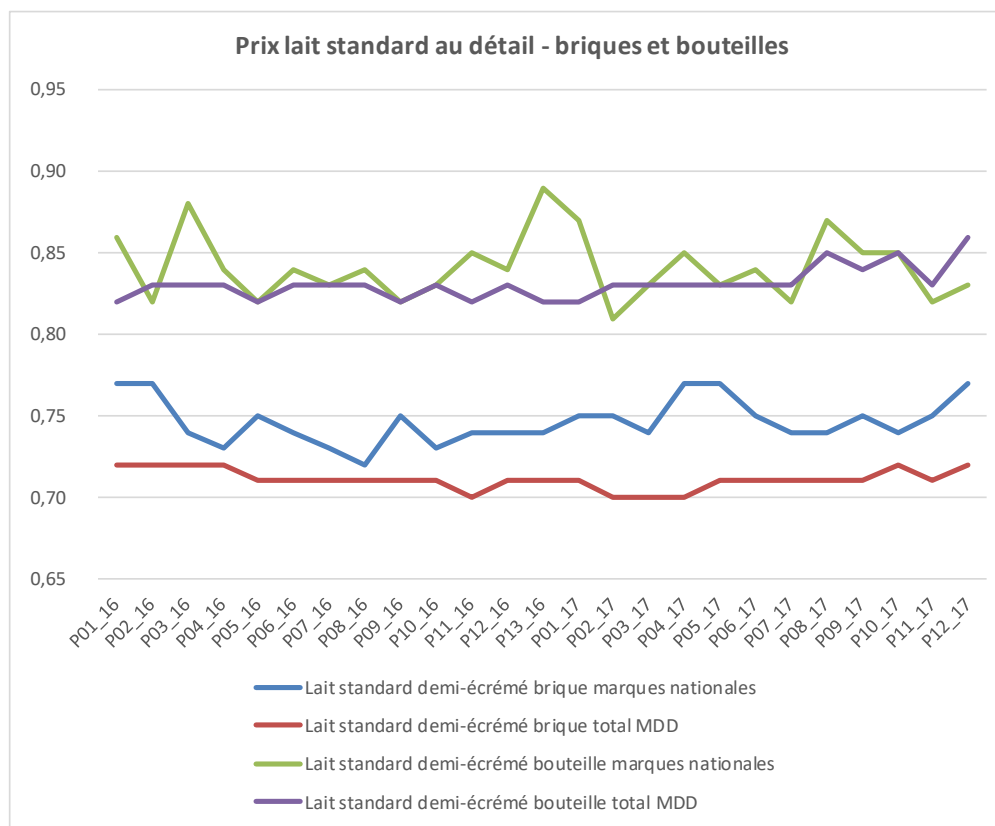
- Répartition des ventes en volume : 57%MDD : 25% MN, 18% autres marques.
- Types d'emballages (2016) : 46.7% Brique carton, 53.2% Bouteille, 0,1% Poches souples.

Entre 2016 et 2017, les ventes reculent globalement de 5% : c'est le segment brique qui est le plus touché avec des baisses équivalentes entre MN et MDD (-11% à -12%). Le segment « bouteilles » recule de -2%, synthèse d'un recul de -3% des MDD et de +1% des MN.

Tendance structurelle à la baisse de la demande : modes de consommation.

Le prix de vente en GMS

Les prix au détail lait standard demi-écrémé – briques et bouteilles (panel IRI)



Source : Panel IRI – Calcul ADE/Proteis

Evolution des prix au détail

	2016		2017		Variation	
	Moyenne P1 à P6	Moyenne P7 à P13	Moyenne P1 à P6	Moyenne P7 à P12	Période 1	Période 2
Lait standard demi-écrémé brique marques nationales	0,747	0,736	0,755	0,748	1,1%	1,7%
Lait standard demi-écrémé brique total MDD	0,717	0,709	0,705	0,713	-1,6%	0,7%
Lait standard demi-écrémé bouteille marques nationales	0,843	0,843	0,838	0,840	-0,6%	-0,3%
Lait standard demi-écrémé bouteille total MDD	0,827	0,826	0,828	0,843	0,2%	2,1%

Les prix évoluent très légèrement entre les semestres de 2016 et 2017 :

- Hausse de prix pour les briques MN sur l'ensemble de l'année 2017.
- Baisse pour les bouteilles MN en 2017 mais de moins d'un centime d'euros.
- Légère hausse des prix es bouteilles en MDD.

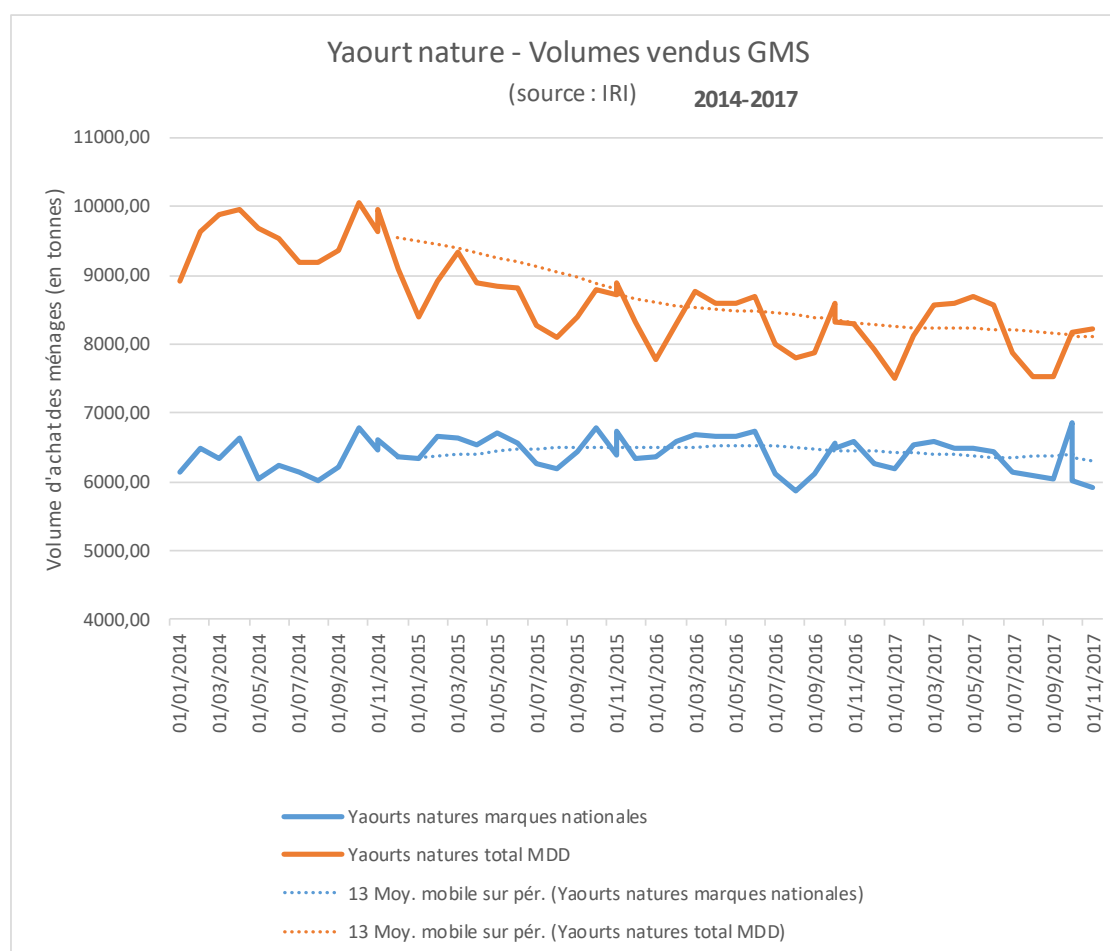
A mettre en relation avec la hausse du prix du lait au producteur.

2. Yaourt nature

- L'univers yaourt et dessert lacté représente les yaourts environ 8% (de la matière sèche utile) du lait mis en œuvre, dont yaourt et lait fermenté (4,6%) et desserts lactés (3%).
- Fabrication (2016) Yaourt et desserts lactés 2,21 Miot, dont :
 - 1,52 Miot (69%) en yaourt et lait fermenté, dont yaourts nature : 0,52 Miot ;
 - en baisse depuis 2014 (-6%), contrairement aux desserts lactés en nette hausse (+2,2%). Mais volume reste légèrement supérieur par rapport à une vision historique ;
 - dont environ 50.000t en Bio (2,3%).
- Le yaourt représente 57% de la production de l'ultra-frais.

Les achats en GMS des ménages

Evolution des ventes en GMS de yaourt nature en volume (source IRI)



Source: Panel IRI (HM+SM+EDMP+Drive) – Calcul ADE/Proteis

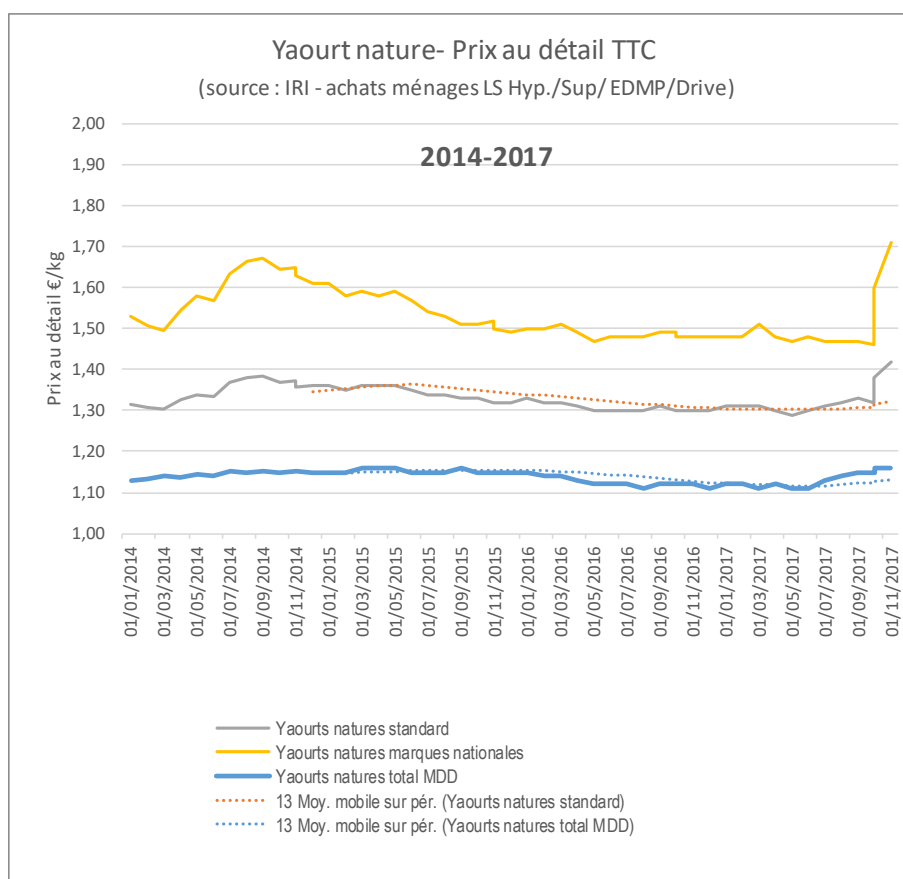
Les achats des ménages de yaourts nature ne cessent de s'éroder en volume. Selon le CNIEL: baisse structurelle des achats des ménages de yaourt (laits fermenté) en volume (-10% depuis 2012 et -5% depuis 2014, au profit en partie d'autres desserts lactés (+5%)), et en valeur (-9% en valeur / stable en coût unitaire).

Volumen vendus	2014 - 2017 12 p							
	Total		MN		MDD		Autres	
2014	209 732		82 433		124 017		3 283	
2015	199 354	-4,9%	84 598	2,6%	112 587	-9,2%	2 169	-33,9%
2016	193 601	-2,9%	83 695	-1,1%	107 536	-4,5%	2 370	9,3%
2017 12 p	175 756	-1,9%	75 743	-2,2%	97 504	-2,1%	2 509	15,2%
	778 444		326 470		441 643		10 331	

Source : Panel IRI – Calcul ADE/Proteis

Sur les deux années 2016-2017, les ventes baissent aussi bien en MN qu'en MDD et de façon plus prononcée pour ces dernières. Le segment « Autres » regroupe les produits bios qui sur 2016 et 2017 connaissent une forte croissance.

Les prix au détail



Source : IRI – Calcul ADE/Proteis

Prix	2014 - 2017 12 p							
	Total		MN		MDD		Autres	
2014	1,35		1,59		1,14		2,80	
2015	1,34	-0,5%	1,55	-2,9%	1,15	0,7%	3,02	7,9%
2016	1,31	-2,5%	1,49	-3,9%	1,13	-2,4%	3,24	7,5%
2017 12 p	1,33	1,3%	1,51	1,3%	1,13	0,5%	3,45	6,4%

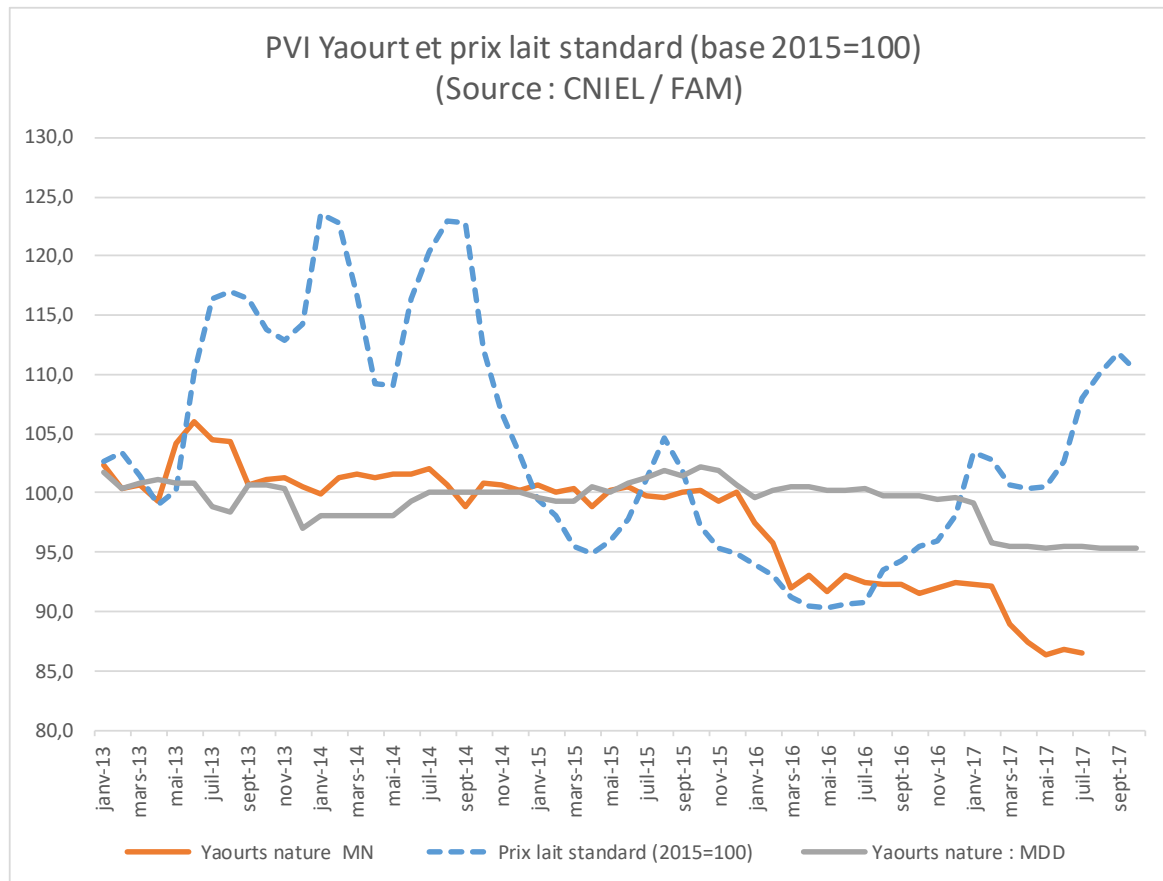
Source : Panel IRI – Calcul ADE/Proteis

Sur les années 2015-2016, les prix de vente sont en baisse, de façon sensible sur les MN. Par contre, les prix remontent légèrement à partir du mois de juillet 2017, en particulier sur les MN. Le panel enregistre des hausses importantes sur la fin d'année pour les MN.

A mettre en relation avec évolution des prix du lait au producteur.

Indice prix de vente industrie (PVI)

Indices prix de vente industrie yaourt MN et MDD comparé indice prix du lait standard (base 2015 = 100)



Source : CNIEL-FAM – Calcul ADE/Proteis

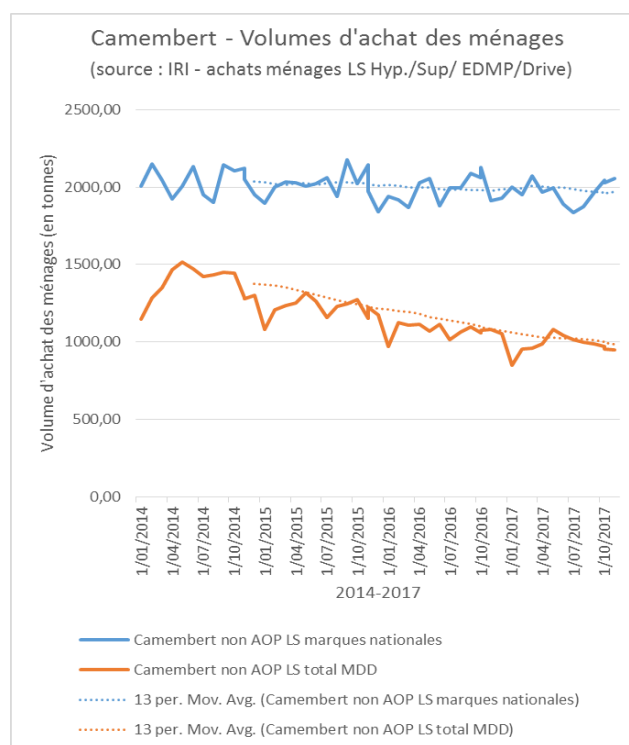
3. Camembert

Le camembert (ou format camembert) représente environ 90.000t en 2016, soit 22% des pâtes molles ou 7,7% des volumes de fromages, issus de lait de vache, achetés par les ménages français en 2016.

Les achats en GMS

Les achats de camembert sont en baisse structurelles depuis 10 ans (-16,2%). Les pâtes molles et les pâtes pressées cuites, ont tendance à être délaissés par les ménages.

Camembert non AOP - Volume de vente en GMS (en tonnes)



Source : Panel IRI – Calcul ADE/Proteis

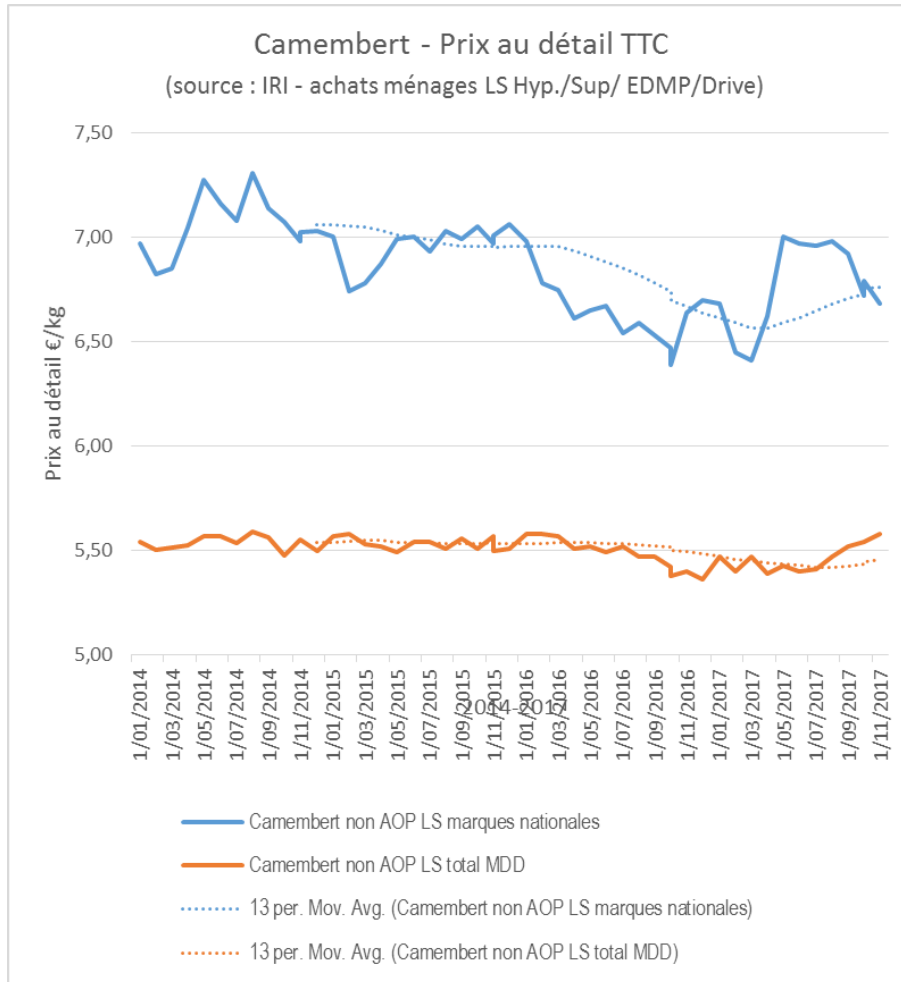
Camembert non AOP – Bilan des achats

Camembert non AOP Volume achats ménages (en tonnes) Source : IRI		Camembert non AOP LS	Camembert non AOP LS marques nationales	Camembert non AOP LS total MDD	Camembert non AOP LS autres marques
		Total	MN	MDD	Autres
2015	13 périodes	46.601,44	26.153,48	15.813,37	4.634,58
2016	13 périodes	44.302,59	25.798,59	13.948,83	4.555,22
2015	12 périodes	43.192,84	24.310,10	14.638,81	4.243,93
2016	12 périodes	40.982,57	23.871,17	12.895,59	4.215,86
2017	12 périodes	39.524,66	23.688,25	11.738,56	4.097,86
Variation	2016/2015	-5,1%	-1,8%	-11,9%	-0,7%
Variation	2017/2016	-3,6%	-0,8%	-9,0%	-2,8%

Source : Panel IRI – Calcul ADE/Proteis

Suivant IRI (sortie caisse), les volumes de camembert non AOP (LS) poursuit sa baisse (-2,2% sur 2017/2016), mais les **achats des ménages de camemberts de marques nationales ont diminué moins rapidement que pour l'ensemble de ce segment**. Ainsi on observe une baisse très nette au niveau des MDD (-10%/an) depuis 2015, alors que les MN résistent nettement mieux (-1 à -2%/an).

Le prix de vente en GMS



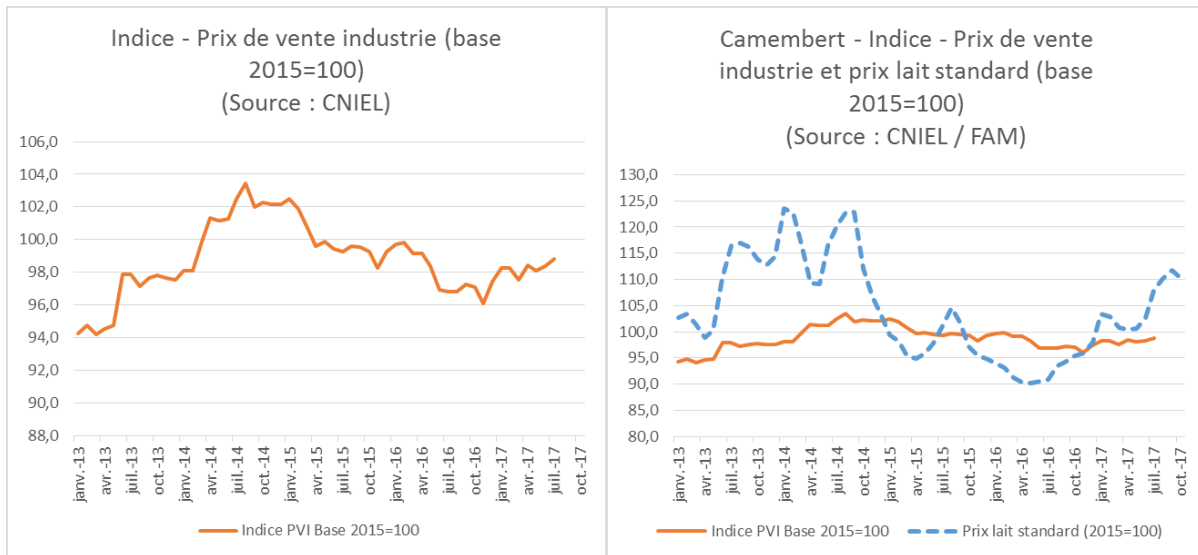
Source : Panel IRI – Calcul ADE/Proteis

Camembert non AOP Prix de vente moyen en €/kg Source : IRI		Camembert non AOP LS	Camembert non AOP LS marques nationales	Camembert non AOP LS total MDD	Camembert non AOP LS autres marques
		Total	MN	MDD	Autres
2015	13 périodes	6,50	6,96	5,53	7,21
2016	13 périodes	6,32	6,64	5,48	7,13
2015	12 périodes	6,49	6,95	5,54	7,23
2016	12 périodes	6,33	6,63	5,49	7,13
2017	12 périodes	6,43	6,77	5,47	7,24
Variation	2016/2015	-2,6%	-4,5%	-0,8%	-1,4%
Variation	2017/2016	1,6%	2,0%	-0,4%	1,5%

Source : Panel IRI – Calcul ADE/Proteis

Suivant IRI, baisse régulière des prix entre 2015 et 2016, surtout en MN, accompagnant notamment la baisse du prix du lait et de manière générale la demande (le coût d'achat de matière première lait représente près de 50% du prix de détail). Baisse plus nette au niveau des MN qui réduit l'écart avec MDD, avec un minimum en en octobre 2016 et en mars 2016. Globalement, écarts plus importants pour les MN à la baisse (2016, -4,5%) et puis à la hausse (2017 +2%).

Indice prix de vente industrie (PVI)



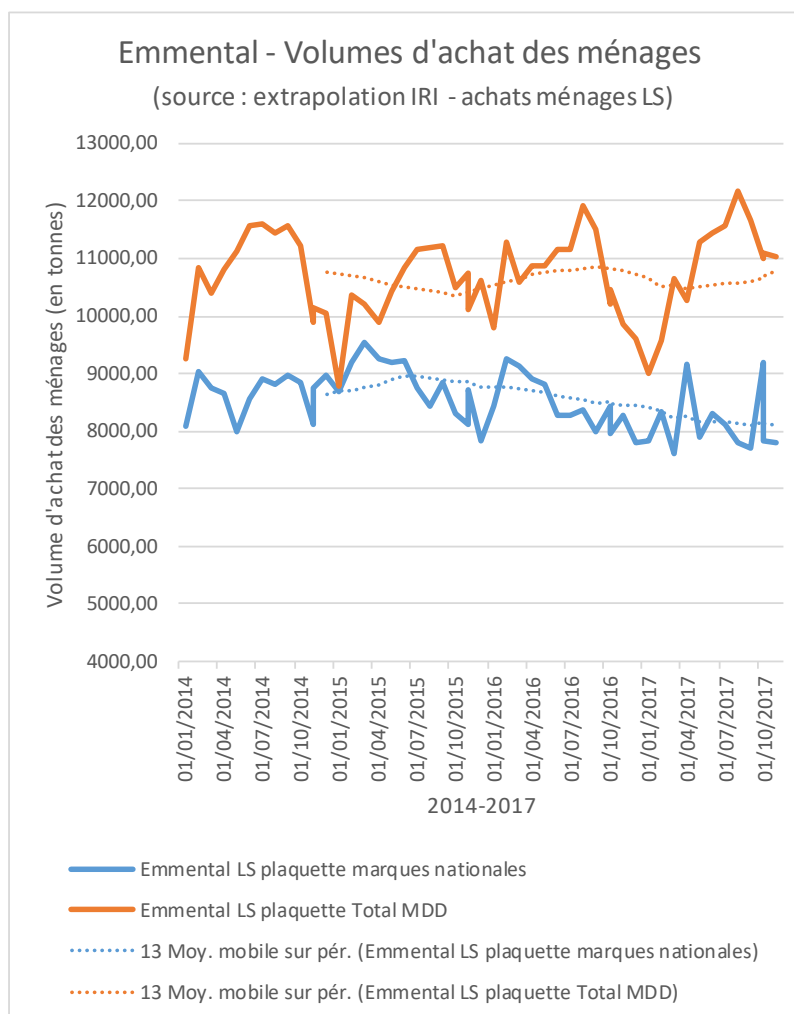
Source : CNIEL-FAM – Calcul ADE/Proteis

Baisse sensible de l'indice PVI (base 2015) pour le camembert qui passe de 102,5 en janvier 2015 à 97,5 en décembre 2016, mais nettement moins importante que l'Emmental. Il repart à la hausse ensuite. Le graphique ci-dessous montre que les évolutions du PVI peuvent être très largement expliquées par les fluctuations du prix du lait, avec un léger effet retard (qui représente près de 50% du prix au détail).

4. L'emmental

Les achats en GMS

Achats des ménages panel IRI



Source : Panel IRI – Calcul ADE/Proteis

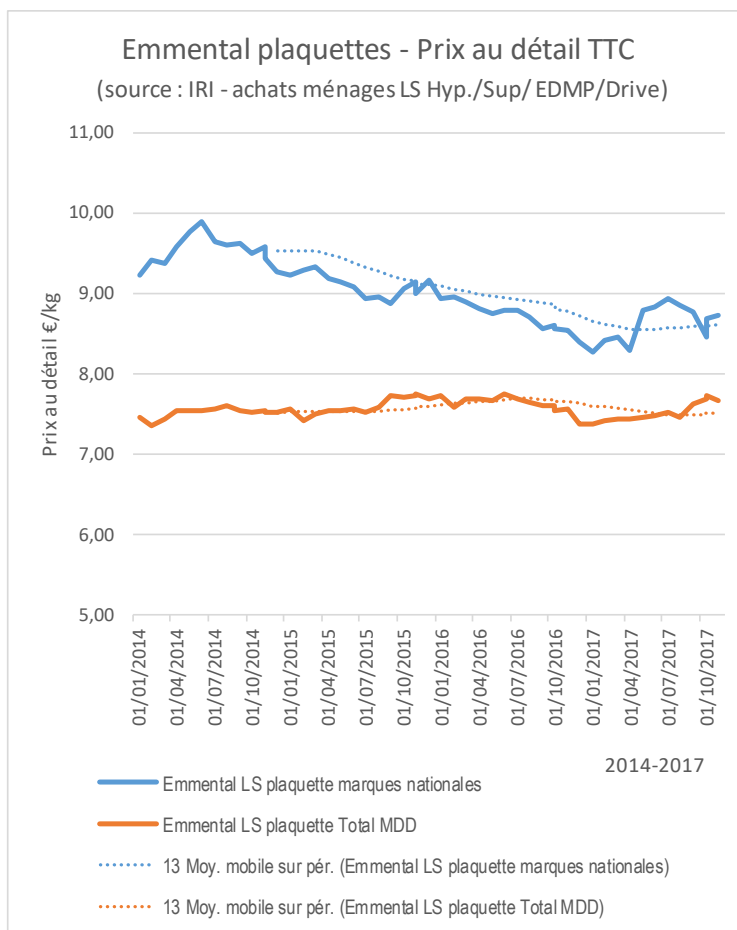
Bilan en volume sur 2016 et 2017

Emmental LS Plaquette Volume achats ménages (en tonnes) Source : IRI		Emmental LS plaquette	Emmental LS plaquette marques nationales	Emmental LS plaquette Total MDD	Emmental LS plaquette autres marques
		Total	MN	MDD	Autres
2015	13 périodes	255.395,10	114.034,03	136.063,19	5.297,90
2016	13 périodes	255.618,84	109.912,44	139.271,85	6.434,57
2015	12 périodes	236.529,34	106.209,34	125.458,69	4.861,34
2016	12 périodes	237.696,74	102.100,08	129.682,89	5.913,78
2017	12 périodes	232.551,27	97.621,67	130.768,89	4.160,76
Variation	2016/2015	0,5%	-3,9%	3,4%	21,6%
Variation	2017/2016	-2,2%	-4,4%	0,8%	-29,6%

Source : Panel IRI – Calcul ADE/Proteis

Suivant IRI (sortie caisse), les volumes d'emmental « plaquette » (LS) est globalement en baisse (-2,2% sur 2017/2016), surtout baisse très nette au niveau MN (-4,4%) depuis 2015, pas totalement compensée par la légère progression des MDD (+0,5%). A noter, variation saisonnières assez marquées, en particulier pour MDD (au plus bas en janvier).

Le prix de vente en GMS



Source : Panel IRI – Calcul ADE/Proteis

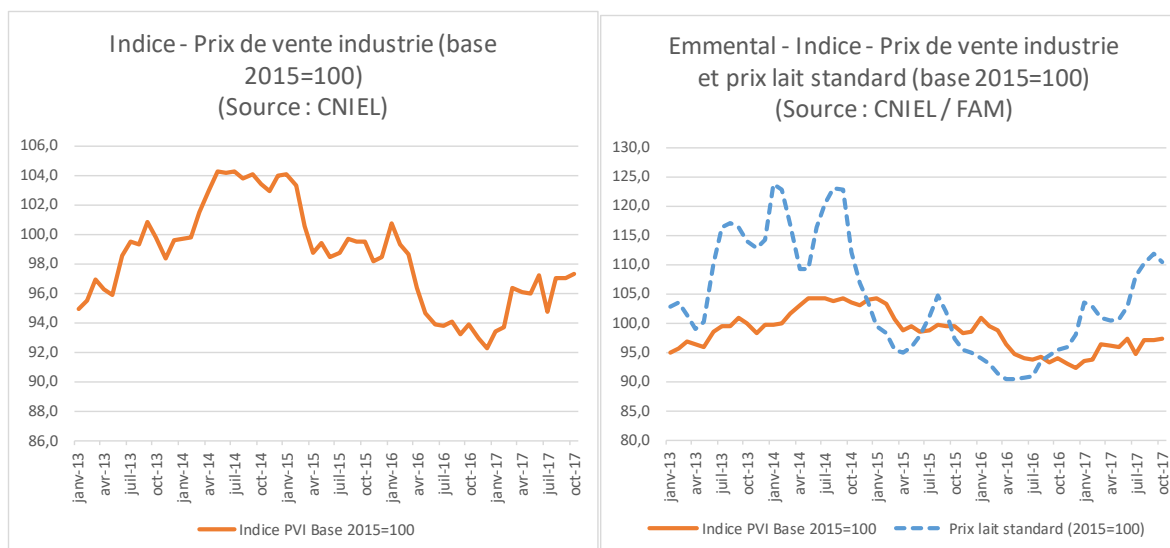
		Emmental LS plaquette	Emmental LS plaquette marques nationales	Emmental LS plaquette Total MDD	Emmental LS plaquette autres marques
		Total	MN	MDD	Autres
2015	13 périodes	8,24	9,11	7,60	9,08
2016	13 périodes	8,07	8,72	7,63	8,29
2015	12 périodes	8,24	9,10	7,60	9,14
2016	12 périodes	8,10	8,74	7,65	8,27
2017	12 périodes	7,97	8,62	7,52	8,73
Variation	2016/2015	-1,7%	-3,9%	0,7%	-9,5%
Variation	2017/2016	-1,6%	-1,4%	-1,6%	5,6%

Source : Panel IRI – Calcul ADE/Proteis

Suivant IRI, baisse régulière des prix entre 2015 et 2016, accompagnant la baisse du prix du lait (le coût d'achat de matière première lait représente près de 50% du prix de détail). Baisse plus nette au niveau des MN qui réduit l'écart avec MDD, avec un minimum en janvier 2017, puis reprise progressive à la hausse, avec un léger décalage, sans encore atteindre les niveaux de 2016.

Indice prix de vente industrie (PVI)

Les prix de vente industrie



Source : CNIEL/FAM – Calcul ADE/Proteis

Baisse de importante de l'indice PVI (*base 2015*) pour l'Emmental qui passe de 104,1 en janvier 2015 à 92,2 en décembre 2016. Il repart à la hausse ensuite. Le graphique ci-dessous montre que les évolutions du PVI peuvent être très largement expliquées par les fluctuations du coût du lait, avec un léger effet retard (qui représente près de 50% du prix au détail).

A8.2 Secteurs utilisant de la viande comme ingrédient

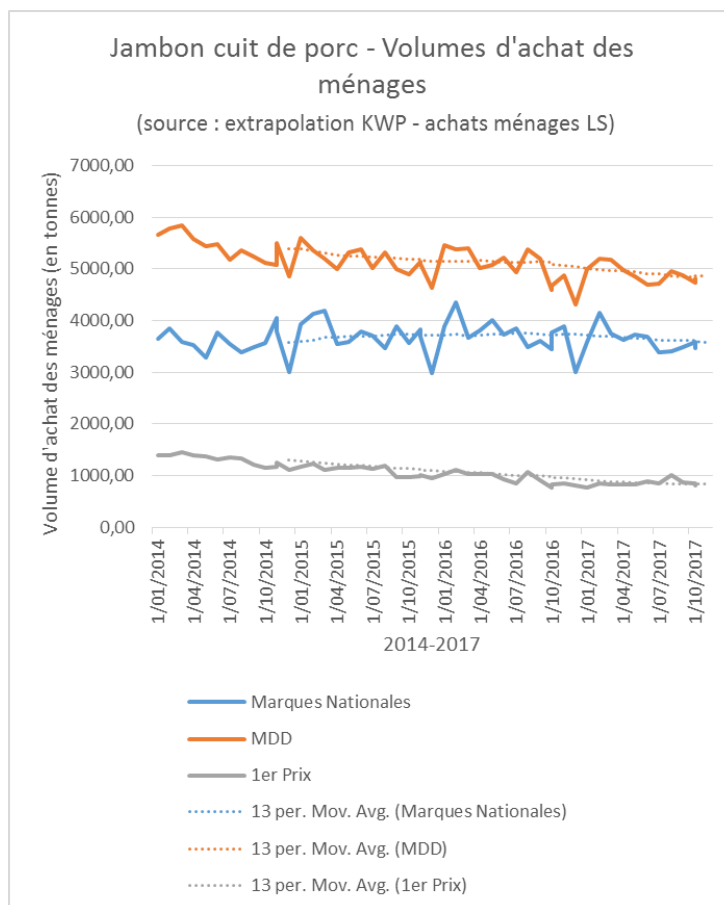
5. Jambon cuit (porc)

La baisse de consommation de Charcuterie Salaisons touche 7,2% des ménages :

- Le jambon cuit représente 94% des volumes perdus sur la charcuterie entre 2015 et 2016.
- 2016 (en vert dans le graphique) : Fréquence et niveau moyen d'achat en baisse mais prix moyen en hausse de 2,75%.

Les achats en GMS

Evolution des achats des ménages en jambons cuits au rayon LS



Source : Panel Kantar – Calcul ADE/Proteis

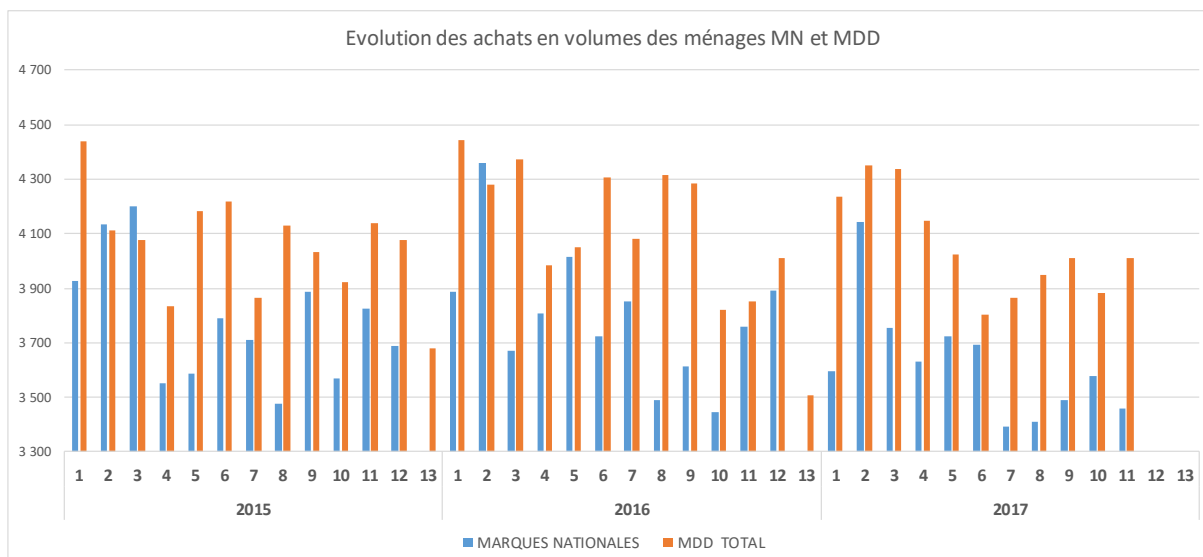
Bilan 2015-2017 – 11 périodes

		Total	MN	MDD	1er Prix
2015	13 périodes	115.293,62	48.342,33	66.942,96	14.232,20
2016	13 périodes	114.096,25	48.518,38	65.568,22	12.260,35
2015	11 périodes	98.891,21	41.664,35	57.220,40	12.266,18
2016	11 périodes	98.006,19	41.618,07	56.381,61	10.590,64
2017	11 périodes	93.923,54	39.875,58	53.983,09	9.366,87
Variation	2016/2015	-0,9%	-0,1%	-1,5%	-13,7%
Variation	2017/2016	-4,2%	-4,2%	-4,3%	-11,6%

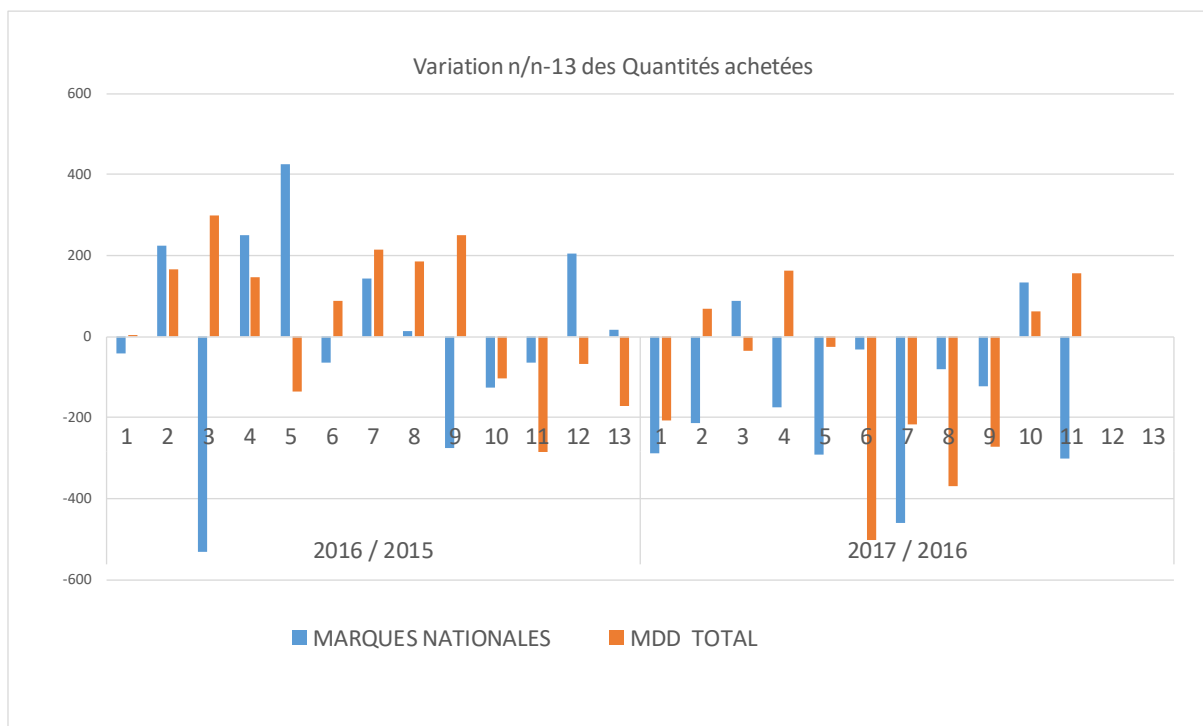
Source : Panel Kantar – Calcul ADE/Proteis sur les 11 périodes dont l'évaluateur disposait.

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%.

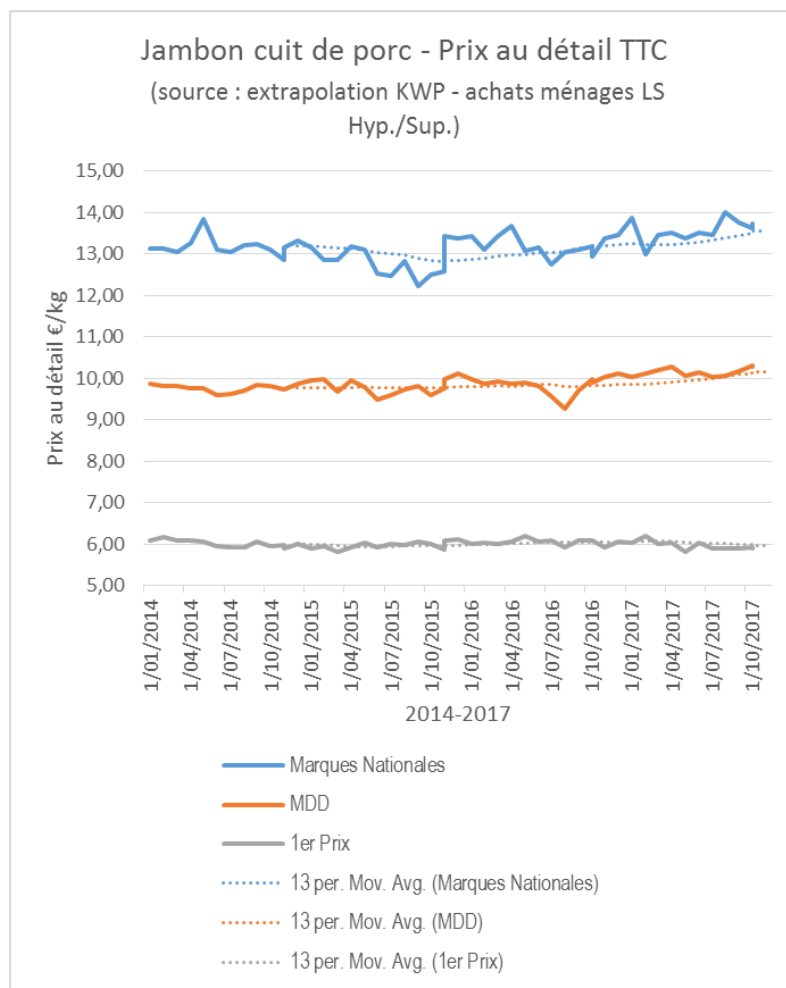


Variation en volume des achats par période



Le prix de vente en GMS

Prix au détail de KWP



Source : Panel Kantar – Calcul ADE/Proteis

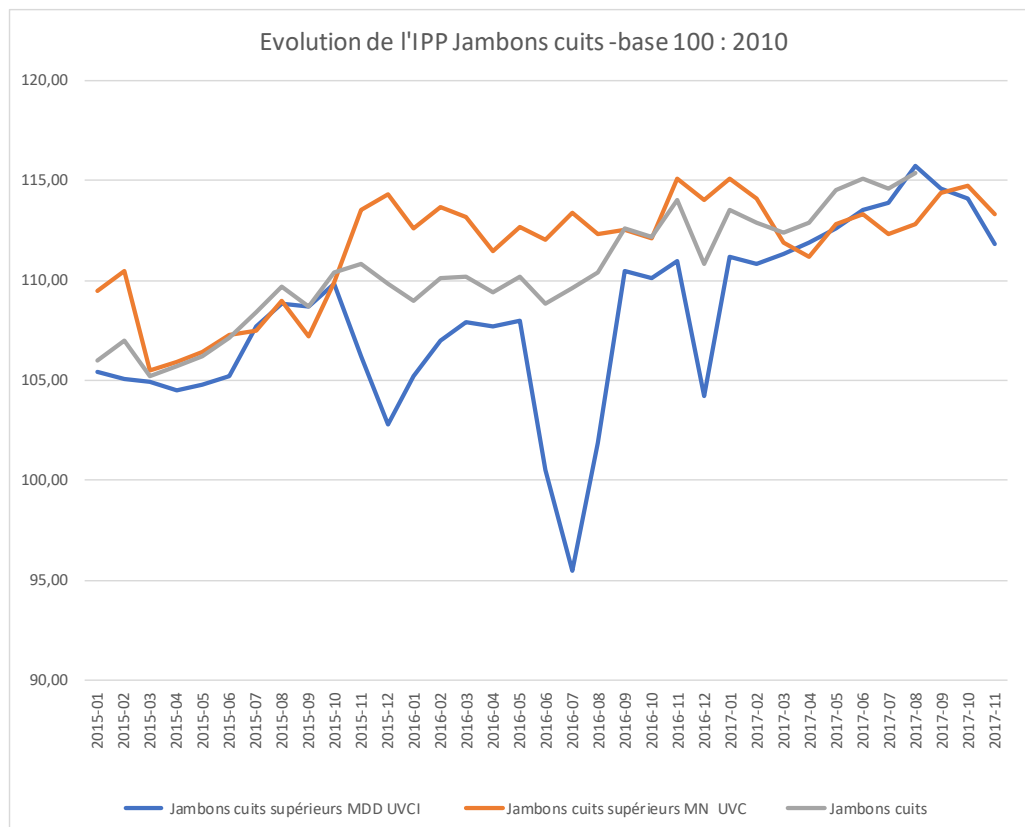
Les prix sont stables sur le 1^{er} trimestre puis divergent à partir du printemps avec une nette accentuation au cours de l'été : le consommateur achète le segment supérieur.

Indice prix de vente industrie (PVI)

		Total	MN	MDD	1er Prix
2015	13 périodes	11,08	12,85	9,80	5,98
2016	13 périodes	11,27	13,21	9,84	6,05
2015	11 périodes	11,02	12,75	9,76	5,95
2016	11 périodes	11,23	13,17	9,80	6,06
2017	11 périodes	11,60	13,57	10,16	5,97
Variation	2016/2015	1,9%	3,3%	0,5%	1,9%
Variation	2017/2016	3,3%	3,0%	3,6%	-1,6%

Source : Panel Kantar – Calcul ADE/Proteis sur les 11 périodes dont l'évaluateur disposait.

Evolution de l'indice du prix à la production Jambons cuits en UVC – MN et MDD



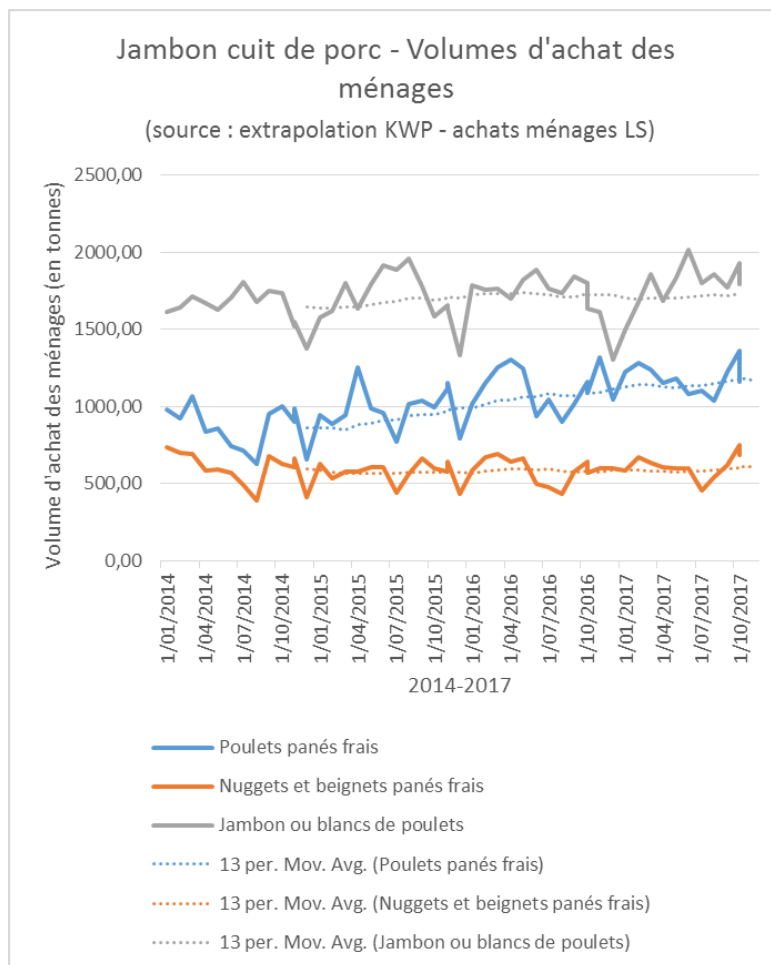
Source : INSEE

Les courbes de prix « sortie usine » des jambons cuits en UVC MN et MDD divergent car il existe une procédure d'indexation automatique des prix de vente « sortie usine » pour les produits sous MDD. Pour les MN, le prix est négocié pour une période d'un an ferme.

Après une forte baisse en début d'année, l'indice se redresse nettement à partir du mois de mars 2017. A partir d'avril 2017 (décret), l'indice MN plonge brusquement pour rejoindre celui des MDD et même passe en dessous.

6. Nuggets de poulet frais (volaille)

Les achats en GMS

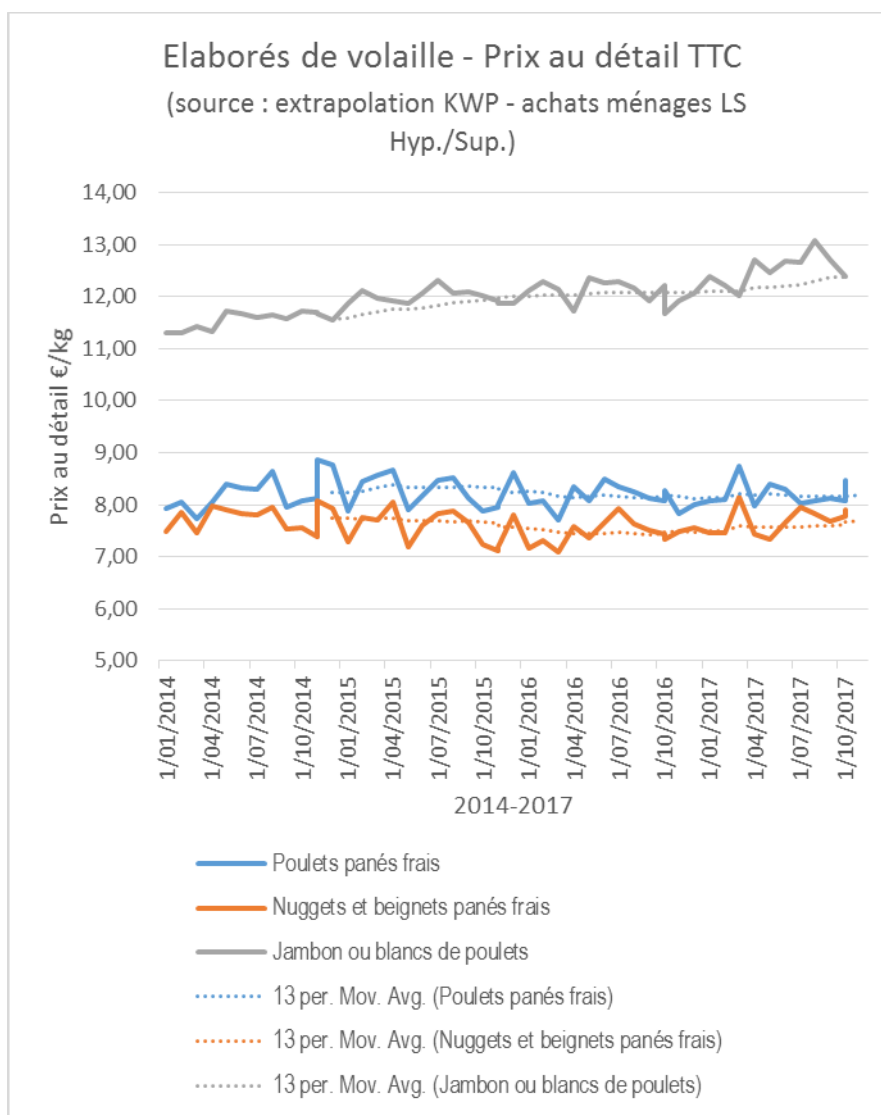


Source : Panel Kantar – Calcul ADE/Proteis

		Jambon ou blancs de poulets	Poulets panés frais	Nuggets et beignets panés frais
2015	13 périodes	22.157,47	12.856,46	7.431,00
2016	13 périodes	22.399,02	14.480,88	7.650,01
2015	11 périodes	19.196,56	10.913,32	6.358,01
2016	11 périodes	19.485,95	12.113,41	6.455,79
2017	11 périodes	19.711,98	13.035,32	6.737,63
Variation	2016/2015	1,5%	11,0%	1,5%
Variation	2017/2016	1,2%	7,6%	4,4%

Source : Panel Kantar – Calcul ADE/Proteis sur les 11 périodes dont l'évaluateur disposait.

Le prix de vente en GMS



Source : Panel Kantar – Calcul ADE/Proteis.

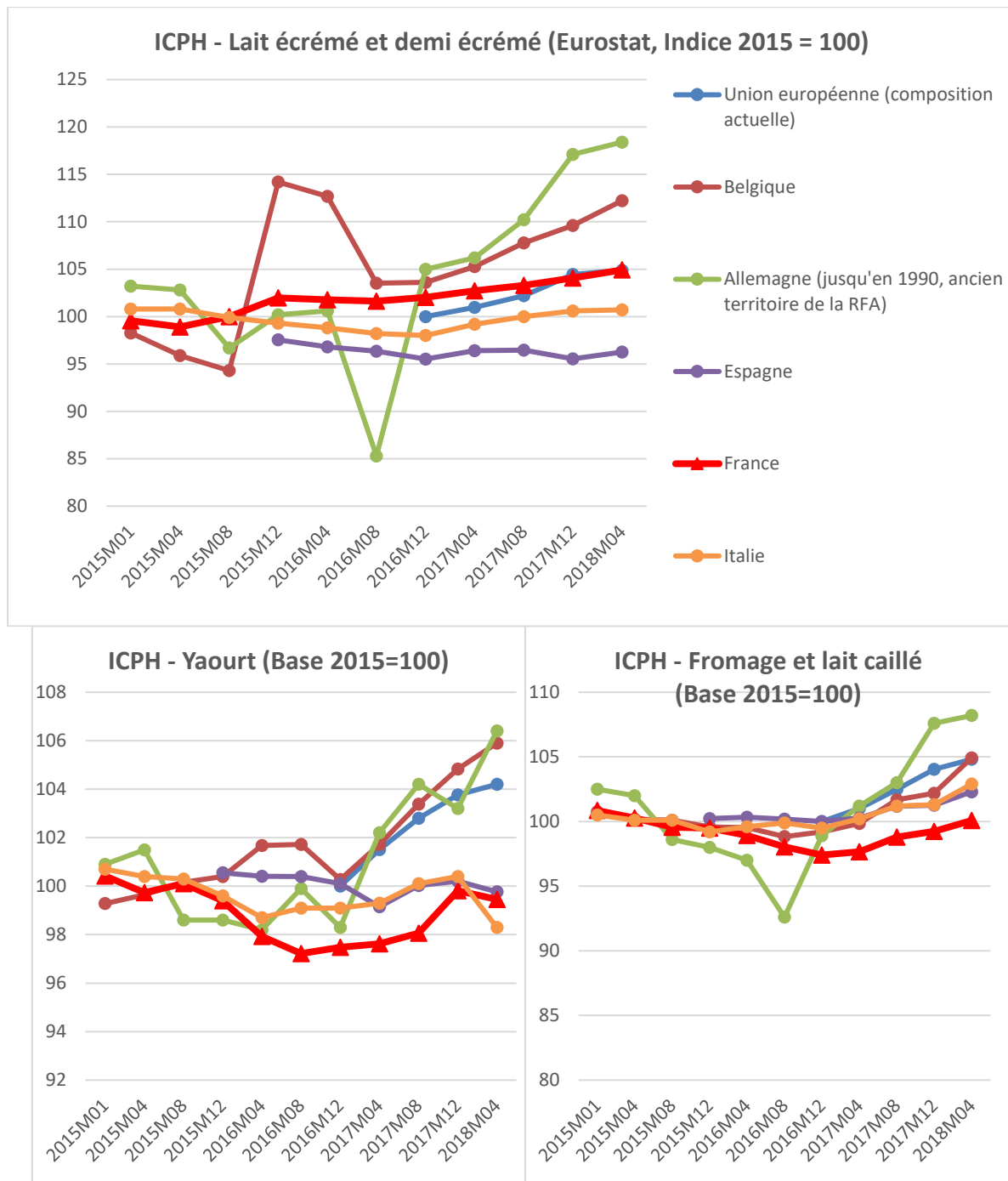
		Jambon ou blancs de poulets	Poulets panés frais	Nuggets et beignets panés frais	
	2015	13 périodes	12,00	8,25	7,57
	2016	13 périodes	12,09	8,12	7,47
	2015	11 périodes	12,02	8,24	7,58
	2016	11 périodes	12,11	8,16	7,46
	2017	11 périodes	12,52	8,22	7,70
Variation		2016/2015	0,7%	-0,9%	-1,6%
Variation		2017/2016	3,4%	0,7%	3,2%

Source : Panel Kantar – Calcul ADE/Proteis sur les 11 périodes dont l'évaluateur disposait.

Annexe 9 : Evolution comparée des IPC au niveau d'une sélection de pays et produits

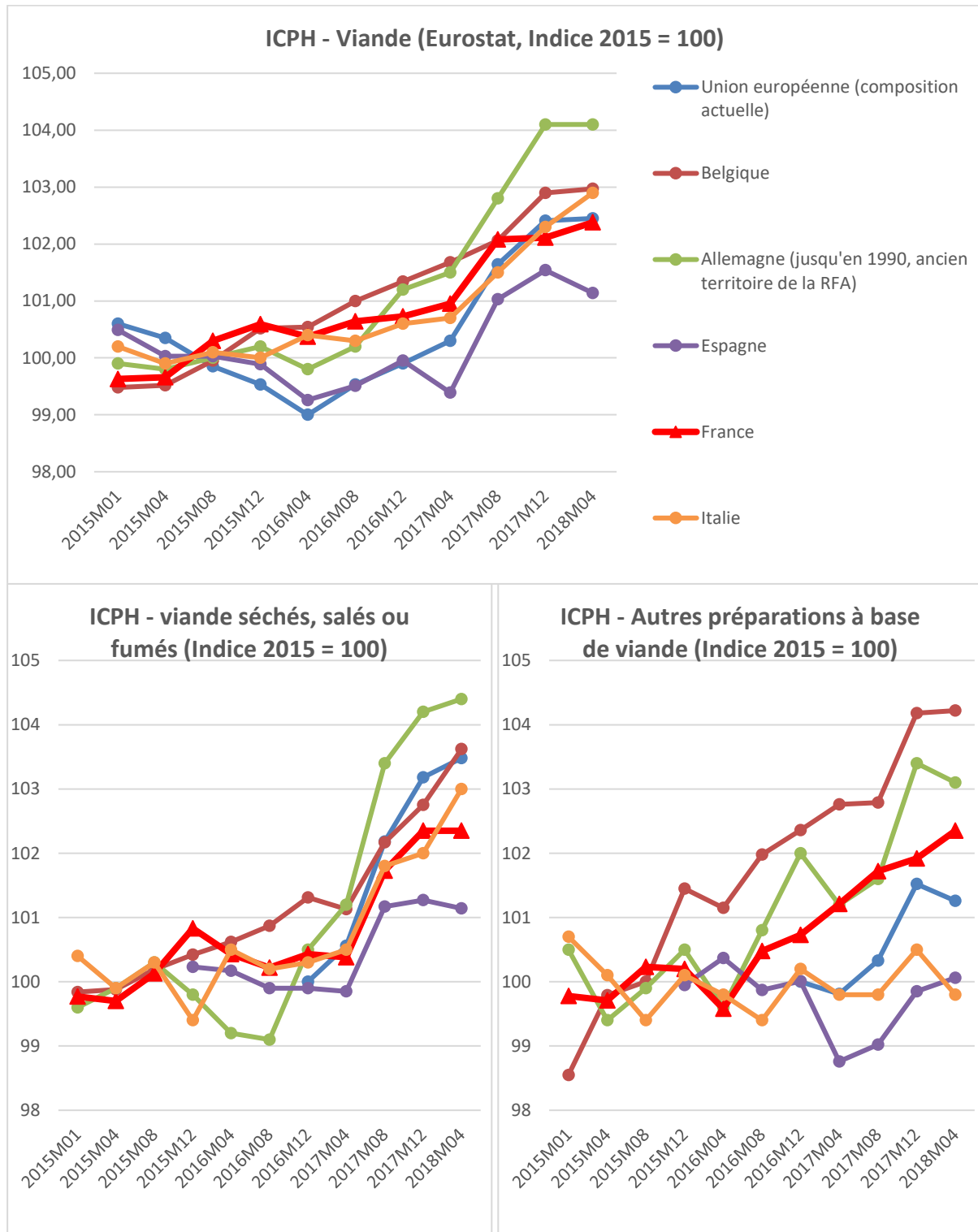
Annexe liée aux chapitres 9 du rapport

Figure 8 – Evolution comparée de l'indice de prix à la consommation harmonisé – Lait et produits laitiers (Base 2015 = 100)



Source : Eurostat

Figure 9 – Evolution comparée de l'indice de prix à la consommation harmonisé – Viande et produits à base de viande (Base 2015 = 100)



Source : Eurostat