

L'UGPVB demande aux distributeurs de créer des rayons Origine France

L'UGPVB demande à la Grande Distribution de créer dans leurs magasins des rayons Origine France (né, élevé, abattu, transformé) pour les produits à base de porc.

Pour cela, l'UGPVB a adressé un courrier à tous les Présidents des grands groupes de distribution : Casino, Intermarché, Leclerc, Carrefour, Système U, Auchan.

En effet, les éleveurs de porcs s'engagent et s'investissent au quotidien pour élever des porcs de qualité. Cela est encadré notamment par le cahier des charges Qualité-Traçabilité (QT), cahier des charges français dans lequel il est imposé que les animaux soient nés, élevés, abattus et transformés en France et que les bonnes pratiques d'élevage soient respectées.

Par ailleurs, notre bassin de production français est confronté à un problème de compétitivité du fait de nombreuses distorsions de concurrence. Nous ne pouvons pas lutter contre les bassins nord européens et espagnols dont les volumes de production augmentent alors qu'ils baissent continuellement en France depuis 2008.

Dans le même temps, les consommateurs français sont attachés à l'origine France des produits. Cela est notamment confirmé par l'enquête IFOP de 2014 (Palmarès des critères d'achat de la viande et attentes à l'égard du rayon boucherie de la grande distribution), et l'enquête du BEUC (Bureau Européen des Consommateurs) de janvier 2013 (Enquête consommateurs sur l'étiquetage d'origine des aliments).

La grande distribution fait des efforts pour valoriser l'origine France avec les Marques De Distributeurs (MDD) mais elle participe également à l'absence de transparence en promouvant dans ses rayons, des grandes marques nationales qui ne mettent pas en avant le pays d'origine des produits.

Les distributeurs sont attachés à la notion de proximité. Dès que possible, ils mettent en avant et valorisent dans leurs communications l'origine régionale ou française des produits qu'ils commercialisent.