



ASSEMBLÉE NATIONALE

11ème législature

sécurité alimentaire

Question écrite n° 57866

Texte de la question

M. Jean-Marie Demange appelle l'attention de M. le ministre de l'agriculture et de la pêche sur la nécessité de mettre en oeuvre des mesures permettant de pallier les pertes des parts de marché pour tous les acteurs de la filière bovine. La consommation de viande a chuté de 25 % en France, d'environ 40 % en Italie, en Espagne et en Grèce et de 50 % en Allemagne. Les échanges commerciaux de viande bovine sont quasiment au point mort à l'intérieur de l'Union européenne et la plupart des pays tiers à l'Union ont stoppé l'importation de cette viande en provenance notamment de l'Irlande de l'Allemagne et de la France. La crise actuelle est donc due à une perte considérable de parts de marché tant au plan intracommunautaire qu'au plan international du fait de la crise dite de « la vache folle ». Les mesures de prévention ont récemment été prises à Bruxelles, le 29 janvier dernier, telles que l'interdiction d'utiliser les viandes séparées mécaniquement des os dans l'alimentation des animaux, le chauffage des graisses de bovins utilisées à cette fin, et le retrait de la colonne vertébrale de tous les bovins, peuvent certes contribuer à restaurer la confiance dans l'opinion publique et à inciter à la reprise de la consommation de cette viande. Néanmoins, il importe de prendre des mesures permettant véritablement à ce secteur agro-alimentaire de survivre. A cet effet, il souhaite qu'il lui précise s'il envisage de proposer à ses homologues européens la définition de standards pour la qualité de la viande en l'état et pour les produits tels que le steak haché, d'une part, et, d'autre part, la mise en place d'une campagne de communication.

Texte de la réponse

Le ministre de l'agriculture et de la pêche a pris la mesure de l'ampleur de la crise de la filière bovine. Il a lancé, au niveau français ou en mobilisant ses partenaires européens, de nombreuses mesures visant d'une part à gérer le marché et d'autre part à agir sur la consommation et le retour de la confiance du consommateur. Le ministre de l'agriculture et de la pêche et le secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce et à l'artisanat ont invité fermement les professionnels à répondre aux attentes des consommateurs en renouvelant l'accord sur l'étiquetage des viandes bovines. Les organisations professionnelles membres de l'Association nationale interprofessionnelle du bétail et des viandes (INTERBEV) ont ainsi conclu cet accord le 29 mai qui fut signé le 31 juillet et publié au Journal officiel du 1er août 2001. De même, le ministre de l'agriculture et de la pêche et le secrétaire d'Etat aux petites et moyennes entreprises, au commerce et à l'artisanat ont demandé officiellement à David Byrne et Franz Fischler d'adapter la réglementation communautaire dans ce sens. Le ministre de l'agriculture et de la pêche conscient que la restauration hors domicile (RHD) représente 25 % de la consommation de viande bovine en France pour 5,5 milliards de repas servis dans 177 000 établissements a vigoureusement encouragé l'élaboration du contrat de transparence destiné à la RHD et du logo viande hachée 100 % pur muscle. De même, le ministre de l'agriculture et de la pêche a vivement suscité la mise en place du code des usages pour les viandes hachées et les préparations de viandes hachées préparées à l'avance par Certiviande. Ces cahiers des charges, pris en compte par l'ensemble de la profession, au-delà de la réglementation en vigueur, garantissent aux consommateurs l'origine de la viande bovine, apportent aux consommateurs une information complète sur la nature et la qualité de la préparation des morceaux entrant dans la composition des produits et assurent aux consommateurs le contrôle

des procédures concernant la traçabilité et l'élaboration des produits par des organismes indépendants. En 2001, des aides de l'Etat à hauteur de 21,6 millions ont permis la mise en place de trois principales campagnes de communication sur la viande bovine et le steak haché. Elles ont été menées par l'Office national professionnel des viandes, de l'élevage et de l'aviiculture (OFIVAL) avec le concours du Centre d'information des viandes (CIV) et de l'Association interprofessionnelle du bétail et des viandes (INTERBEV). Une première campagne a diffusé des informations aux consommateurs sur l'ESB et a informé des mesures prises pour leur protection. Cette campagne a valorisé également les décisions prises par la profession, notamment les nouveaux cahiers des charges interprofessionnels pour le steak haché. Une deuxième campagne a fourni aux consommateurs et aux prescripteurs d'opinion des informations sur les thèmes de la sécurité alimentaire et de la place de la viande dans notre alimentation. Les principales actions de cette campagne d'information ont été menées par le CIV auprès du secteur médical et paramédical, de la presse, du grand public, de la restauration commerciale et sociale. Une troisième campagne a été conduite afin de soutenir l'image de la viande de veau qui a tendance à être banalisée, notamment chez les plus jeunes, et de renforcer sa notoriété. Menée avec INTERBEV, cette campagne en faveur du veau de boucherie sur le thème « le veau de la Pentecôte » incluait les actions suivantes : relation presse, relation publique, campagne de publicité à la télévision, campagne de publicité dans la presse écrite professionnelle, campagne de publicité sur les lieux de vente. Pour 2002, la poursuite de l'effort de communication a été encouragée par la modernisation d'un budget renforcé. Sur la base des propositions validées en Comité interministériel d'aménagement et de développement du territoire (CIADT) tenu à Limoges le 9 juillet 2001, il a été décidé, lors de la rencontre du ministre de l'agriculture et de la pêche, avec les professionnels de la filière viande en septembre 2001 d'élever à 40 MF la participation de l'Etat. Par ailleurs, le gouvernement français a soutenu activement auprès de la Commission européenne à Bruxelles : une campagne d'information sur les systèmes européens d'étiquetage de la viande bovine, sur un financement communautaire, menée en France de juin à août 2001 par l'Office national interprofessionnel des viandes, de l'élevage et de l'aviiculture (OFIVAL). Une campagne de communication au niveau européen lancée sur la base du règlement (CE) n° 1358/2001 du 4 juillet 2001 prévoyant des mesures spécifiques en matière de communication dans le secteur de la viande bovine. Dans ce cadre, le Gouvernement français a proposé à la Commission pour 2001-2002 un programme d'information présenté par le Centre d'information des viandes pour un montant de 29 millions de francs. Comme le prévoit le règlement communautaire, cette campagne sera financée à 60 % par la Commission européenne et à 40 % par la profession représentée par l'Association nationale interprofessionnelle du bétail et des viandes (INTERBEV). Les pays de l'Union européenne ont aussi présenté des programmes d'information similaires pour restaurer la confiance de leurs consommateurs, notamment l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne.

Données clés

Auteur : [M. Jean-Marie Demange](#)

Circonscription : Moselle (9^e circonscription) - Rassemblement pour la République

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 57866

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : agriculture et pêche

Ministère attributaire : agriculture et pêche

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 12 février 2001, page 886

Réponse publiée le : 11 février 2002, page 683