



ASSEMBLÉE NATIONALE

13ème législature

revendications

Question écrite n° 80932

Texte de la question

M. Gérard Lorgeoux appelle l'attention de M. le ministre de l'alimentation, de l'agriculture et de la pêche sur les initiatives prises par la filière porcine dans nos régions, dont la majorité des acteurs s'efforcent d'offrir une meilleure lisibilité de cette viande et s'efforcent de promouvoir la marque de « porc de nos régions françaises ». Il lui demande de lui faire part de son sentiment sur ces initiatives et de lui faire connaître les intentions du Gouvernement quant à l'accompagnement de celles-ci.

Texte de la réponse

La filière porcine traverse depuis plus de trois ans une crise économique sévère, qui se traduit aujourd'hui par une perte de revenu significative au niveau des élevages. Dans ce contexte, la Fédération nationale porcine (FNP) incite l'ensemble des maillons de la filière à promouvoir le porc français. À cet égard, la démarche « viande de porc française » (VPF), créée en 1998, s'appuie sur une mobilisation de toute la filière et rassemble aujourd'hui 98 % des élevages de porc français. Cette démarche privée et volontaire s'appuie sur un cahier des charges dont les principes généraux prévoient que les animaux doivent être nés, élevés, abattus, découpés et transformés en France. Toutefois, la FNP estime que le logo VPF est apposé sur seulement 30 % de la viande de porc vendue sur le marché national. Dans un contexte de concurrence communautaire renforcée, la filière porcine française souhaite développer la marque VPF, notamment au niveau de la grande distribution. Pour ce faire, la FNP a mis en place, en 2010, un logo « VPF » rénové, pour lequel les valeurs afférentes reposent principalement sur la fierté de la dimension humaine de la filière porcine, ainsi que sur le savoir-faire des éleveurs (« fiers de nos éleveurs »). La filière porcine espère ainsi ancrer la marque VPF dans l'esprit des consommateurs de façon plus effective que les années précédentes. Il convient de rappeler que l'indication du pays d'origine relève du champ d'application du règlement communautaire relatif à l'information du consommateur en cours de négociation. Ce sujet devrait être discuté dans le cadre des négociations européennes sur la politique de qualité qui devaient reprendre fin 2010. Dans l'attente du résultat de ces négociations communautaires, une initiative d'indication du pays d'origine, via un logo ou une mention par exemple, ne peut être que d'ordre privé et volontaire, en veillant à assurer une information exacte du consommateur. Elle ne peut pas être imposée ou suscitée par les États membres sauf pour certains produits pour lesquels les règlements sectoriels communautaires le prévoient déjà (viande bovine, poissons, neufs, fruits et légumes, vin, miel, huile d'olive). De même, elle ne peut faire l'objet d'un accompagnement par l'État membre d'une quelconque manière. Il n'en reste pas moins que cette démarche privée et volontaire du secteur porcin, qui vise à promouvoir le métier de l'élevage de porc français est une démarche très positive dans un contexte de crise économique et financière internationale. Le logo « VPF » répond non seulement aux exigences de traçabilité et d'information du consommateur mais représente également l'ensemble du savoir-faire des hommes et femmes d'une filière.

Données clés

Auteur : [M. Gérard Lorgeoux](#)

Circonscription : Morbihan (3^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 80932

Rubrique : Élevage

Ministère interrogé : Alimentation, agriculture et pêche

Ministère attributaire : Alimentation, agriculture et pêche

[Date\(s\) clé\(e\)s](#)

Question publiée le : 15 juin 2010, page 6470

Réponse publiée le : 31 août 2010, page 9453