

## Traçabilité des oeufs : attention à la provenance !

**La Protection mondiale des animaux de ferme était hier au marché de Talensac, pour une journée d'information sur les modes d'élevages de poules.**

Les habitués de Talensac à Nantes n'en croyaient pas leurs yeux, tôt, hier matin, avant la tournée du marché. « Wonderpoule », une grosse poule rose, distribuait des tracts à l'entrée des halles, invitant à être vigilant sur la consommation d'oeufs. Le « Tour poule », qui s'arrêtera cette semaine à La Rochelle, Bordeaux, Limoges et Orléans, est à l'initiative de la PMAF (Protection mondiale des animaux de ferme) et cherche « à dénoncer l'abus de confiance dont sont victimes les clients des marchés ». Sans alarmisme ni ton moralisateur, cette campagne d'information, démarrée en 2007, vise « à orienter clients, producteurs, vendeurs et acteurs de l'agroalimentaire, mais pas à culpabiliser ni à dénoncer », selon Johanne Mielcarek, salariée à la

PMAF. Il s'agit, en quelque sorte, de militantisme sans préjudice économique, un peu comme une omelette sans oeufs cassés. Comme principal argument, le capital sympathie des marchés qui induit parfois en erreur, charmant les clients par son climat illusoire de « traditionnel et d'authentique ». La PMAF rappelle que « le ministère de l'Agriculture estime à 20 % les oeufs des marchés non marqués, malgré l'obligation ». Et invite à davantage de vigilance sur les étiquettes racoleuses du type « OEufs bien de chez nous ». L'imagerie champêtre fait pondre des oeufs d'or aux industries de l'agroalimentaire, mais pas aux poules... Et du côté des étals, au marché Talensac, les codes des marquages obligatoires, sur les coquilles, diffèrent. Vente en vrac d'oeufs code 3 (élevage en cage) à la fromagerie des Halles, et de code 1 (en plein air) chez Beillevaire, qui garantit la vente exclusive d'oeufs fermiers. Chez les hypers, on marche

sur des oeufs, fournissant tous types de provenance. Surprise en train d'ouvrir une boîte, une cliente explique : « **J'arrive du marché de Talensac, où on m'a informée de la traçabilité des oeufs. J'ignorais la signification du marquage jusqu'à présent !** » « **Peu de personnes regardent les étiquettes, sauf pour le prix** », regrette Frédéric Bedouet, responsable du magasin Intermarché de la rue Pitre-Chevalier. Au magasin Leclerc d'Atout Sud, on affirme que plus de la moitié des oeufs achetés sont de code 3. Aux consommateurs, donc, d'être prudents sur le marquage des coquilles. Claire ROBIN.