

*Ceci n'est pas un steak !
Ne tombons pas dans le surréalisme et « appelons un steak,
un steak »*

Les produits d'origine végétale qui utilisent des dénominations de viande suscitent des questions fondamentales concernant l'information aux consommateurs, notre patrimoine culturel et le pouvoir du marketing moderne, qui n'hésite pas à mélanger les intérêts des grandes multinationales et les valeurs. **Les agriculteurs européens s'intéressent tant aux protéines végétales qu'aux protéines animales, et admettent et reconnaissent qu'une partie des consommateurs européens souhaitent voir augmenter la part de marché des produits d'origine végétale.** Bien que nous saluons ces produits d'origine végétale qui disposent de leurs propres dénominations et caractéristiques, nous ne pouvons accepter que des produits d'imitation utilisent des dénominations de viande. Nous demandons un marketing juste et cohérent qui respecte à la fois les consommateurs et le travail effectué depuis des générations par des agriculteurs et des bouchers dans toute l'Europe.

L'augmentation du nombre croissant de multinationales s'intéressant au marché végétane ces dernières années a généralisé l'utilisation de dénominations de viande, telles que « steak », « burger », « saucisse », etc. pour qualifier des produits d'origine végétale imitant un produit laitier ou de la viande. Une telle commercialisation de ces produits sans lait et sans viande peut pousser le consommateur européen à croire que ces imitations sont des produits de substitution « équivalents » aux produits originaux. **En effet, il ne s'agit pas de débattre sur la consommation ou non de viande, mais simplement de donner à un produit un nom adéquat. Il semble logique que des produits complètement différents portent des noms eux aussi différents.** Bien que les « saucisses végétariennes » et les « burgers végétariens » soient sans doute une source de protéines importante, ils n'ont pas du tout la même valeur nutritionnelle que les produits similaires à base de viande, et d'ailleurs ils n'en contiennent tout simplement pas. **Les consommateurs savent, certes, qu'un « burger végétarien » ne contient pas de viande, mais en lisant cette information ils sont amenés à croire qu'il s'agit d'un produit équivalent en termes de nutrition.** De prime abord, personne ne penserait à utiliser le terme « falafel de viande » pour qualifier une boulette de viande. Si nous décidons d'autoriser ce type de descriptions trompeuses des aliments, nous risquons d'ouvrir la boîte de pandore. En effet, qu'est-ce qui nous empêchera à l'avenir d'utiliser des dénominations de fruits pour qualifier des produits qui n'en contiennent absolument pas.

Les dénominations de viande font partie intégrante de notre patrimoine culturel. Le bacon, le jambon, le carpaccio, le steak, le filet, les côtelettes et le salami sont des dénominations traditionnelles qui ont été façonnées au fil du temps grâce au travail acharné des agriculteurs et des bouchers et elles ont des significations très différentes d'une région à l'autre, ce qui les rend tout à fait uniques. Personne aujourd'hui n'a besoin d'expliquer ce que sont ces produits ou ce à quoi on peut s'attendre en les achetant. C'est également pour cette raison qu'ils n'avaient jamais eu besoin d'être protégés jusqu'à présent. Si nous protégeons notre patrimoine local et régional par des indications géographiques protégées (IG) et des appellations d'origine protégées (AOP), nous devons rester cohérents et protéger également les dénominations de produits plus courants qui sont le fruit de notre patrimoine. **Avec l'essor de la commercialisation de produits similaires, cet héritage commun est menacé. L'industrie de l'imitation a tiré parti du vide juridique au niveau européen pour détourner ces puissantes dénominations courantes et les utiliser à son avantage.**

Le secteur végétal se targue d'être créatif et innovant, mais il se doit également d'être juste ! Le contexte actuel lui donne la possibilité de créer de nouveaux produits avec de nouvelles dénominations, d'obtenir la reconnaissance des consommateurs et d'atteindre la réussite financière. Comment le lobby du secteur végétal peut-il prétendre qu'il ne trompe pas le consommateur alors qu'il affirme que les dénominations de viande sont nécessaires pour fournir des informations concernant la texture et le goût de ses produits ? Si un produit est différent d'un autre, il devrait également disposer de son propre nom ou de sa propre dénomination. **Un secteur cherchant à séduire la majorité ne devrait pas se faire un nom en axant son marketing sur des produits existants et en entrant en guerre contre ces derniers.**

Le secteur européen de l'élevage ne perçoit pas ceci comme une lutte, mais plutôt comme un appel pour que le travail effectué par des millions d'éleveurs et de travailleurs du secteur de l'élevage européen soit reconnu et respecté. Les éleveurs et agriculteurs préservent le dynamisme de nos zones rurales tout en fournissant aux citoyens européens des produits laitiers et carnés de qualité, qui sont appréciés et consommés par toutes les générations dans le cadre du patrimoine culinaire européen et d'un régime alimentaire équilibré. Le cadre juridique protégeant les dénominations du secteur laitier a permis de créer des environnements pleins de vie et d'établir une relation de confiance avec le consommateur. Dès lors, nous devons non seulement préserver les produits du secteur de l'élevage, mais également veiller à ce qu'ils bénéficient tous du même niveau de protection.

Pour toutes les raisons susmentionnées, **la chaîne européenne de l'élevage exhorte les eurodéputés à défendre l'amendement 165 tel qu'il avait été proposé et adopté dans le rapport de la Com Agri sur le règlement OCM en avril 2019 et à refuser tout compromis en la matière.** Les consommateurs ont le droit d'obtenir des informations fiables concernant les caractéristiques et les aspects nutritionnels des produits qu'ils achètent, et nous ne pouvons pas faire de compromis sur ce point.

Ingredients: rehydrated **Soya** and **Wheat** Protein (81%), coconut oil, sunflower oil, thickener (methyl cellulose), natural flavourings, colours (beetroot red, safflower), vegetable fibers, **wheat** starch, maltodextrine, sea salt, potato protein, herbs and spices, **barley** malt extract, acidity regulator (citric acid), vitamins and minerals (iron, vitamin b12)



Ceci n'est pas un steak.