



Association végétarienne de France,  
84 rue d'Hauteville  
75010 Paris

26 octobre 2021,

## **Objet : Révision de la politique de promotion des produits agricoles de l'Europe**

Madame la Ministre,

La Commission européenne a souligné dans sa stratégie « De la ferme à la fourchette » et dans son Plan Cancer l'importance de faire évoluer nos régimes alimentaires vers davantage de produits végétaux. Nous saluons le fait que la Commission entreprenne une [révision de sa politique de promotion des produits agricoles](#), « en vue de renforcer sa contribution à une production et une consommation durables, et en ligne avec le passage à une alimentation plus végétale, avec moins de viande rouge et transformée et plus de fruits et légumes ».

La Commission consacre actuellement [32% de son budget](#) de promotion des produits agricoles (776.7 M€) à des campagnes de publicité pour la viande et les produits laitiers, et 28% pour des "mixed baskets" (assortiment de produits), qui contiennent presque tous des produits laitiers ou de la viande, ce qui établit le pourcentage total des budgets consacrés aux produits animaux à 60%. Les campagnes menées, à l'instar de "[Become a Beefatarian](#)", ("Devenez bœufétarien", jeu de mots avec les termes "bœuf" et "végétarien") ont pour objet explicite de renverser le déclin de la consommation des produits d'origine animale dans l'UE, ce qui est parfaitement contradictoire avec les enjeux sanitaires et environnementaux affichés par l'UE : il est aujourd'hui établi que la population européenne consomme ces produits bien au-delà des seuils maximaux recommandés, et la communauté scientifique appelle à une diminution drastique de cette consommation.

À ce titre, une lettre ouverte co-signée par plus de 60 scientifiques, dont Jane Goodall, a récemment été envoyée à la Commission pour demander la fin du financement de campagnes de publicité pour la viande et le lait, au regard de l'urgence climatique et des enjeux sanitaires. Nous souhaitons également mentionner que les [Pays-Bas](#) demandent l'arrêt pur et simple de ce programme, considérant que les campagnes de publicités des produits agricoles doivent incomber aux filières, et pas s'appuyer sur les fonds publics.

La consultation ouverte par la Commission sur le portail “Have your Say” concernant le programme de promotion des produits agricoles a reçu plus de 7000 contributions. Parmi ces contributions, plus de 95% ont demandé à l’UE d’exclure de ce programme les produits qui ne s’intègrent pas dans la transition vers une alimentation plus végétale. Il s’agit selon nous d’une démonstration retentissante de la volonté citoyenne, consciente des enjeux sanitaires et environnementaux, que les fonds publics financent des filières engagées au service du bien commun. Cette participation n’a pourtant pas à notre avis reçu l’attention méritée lors de la [conférence des parties prenantes](#) organisée sur deux jours par la Commission, pendant laquelle les résultats de cette consultation ont été présentés et discutés, ce qui ne semble pas augurer d’une évolution du programme vers des objectifs plus durables.

Nous considérons qu’il est de la plus grande importance que toutes les parties prenantes, et notamment les associations, la société civile et les citoyens européens soient entendus sur un programme qui a un impact direct sur l’avenir sanitaire et environnemental de l’Europe. La conférence organisée a donné la parole quasi exclusivement à l’industrie de la viande et des produits laitiers, qui a pu marteler ses éléments de langage sur le caractère “durable” de leurs produits. Les efforts vers une production plus durable mis en avant à cette occasion par l’industrie ne sont pas suffisants pour faire face aux enjeux sanitaires et climatiques, et il est urgent de faire évoluer l’alimentation vers une réduction de la consommation des produits d’origine animale, comme les débats parlementaires autour de la loi Climat et résilience l’ont fait valoir.

Nous nous tournons respectueusement vers vous pour faire entendre la voix des citoyens et des scientifiques auprès de la Commission européenne, et demander une étude approfondie de l’impact environnemental et sanitaire des campagnes de publicité financées, qui pourra éclairer les choix futurs et favoriser la transition vers des pratiques vertueuses, au service de l’intérêt général.

Nous sommes à votre disposition pour toute information complémentaire,  
Avec nos remerciements et nos salutations respectueuses,

**Association végétarienne de France**