

# **Vous n'êtes pas assez intelligent pour comprendre le mot "végétarien"**

Pour le Parlement européen, les consommateurs pourraient être trompés par le marquage ambiguë de certains produits.

Le comité de l'agriculture du Parlement européen (AGRI) a soutenu l'amendement de compromis n°41 le 1er avril. Ce texte demande l'interdiction de nommer des produits alimentaires à base de plantes avec des appellations faisant référence à de la viande ou des produits laitiers.

Essentiellement, des noms tels que "hamburger végétarien" ou "lait de soja" ne seraient plus autorisés car ils font croire aux consommateurs que ces produits contiennent de la viande ou du lait.

La décision de la commission fait suite à un arrêt de la Cour de justice de l'Union européenne de juin 2017. Dans l'affaire Verband Sozialer Wettbewerb eV contre TofuTown.com GmbH, le tribunal luxembourgeois a décidé que les entreprises ne pouvaient pas étiqueter leurs produits sous ces noms et que, bien que la défense ait affirmé que leurs produits étaient clairement étiquetés comme étant à base végétale, une telle interdiction serait légale. Le Parlement européen veut maintenant donner suite à cet arrêt et créer une loi définitive interdisant ces dénominations.

L'eurodéputé socialiste français Eric Andrieu a déclaré que les propositions de loi sur les noms n'étaient pas le résultat d'un lobbying. C'est probablement la seule chose sur laquelle il a raison, car les écologistes et les grandes entreprises sont actuellement en accord sur les substituts de viande.

L'"Impossible Whopper" de Burger King, leur premier burger végétal, fait actuellement la une des journaux et Nestlé devrait lancer son propre burger sans viande ce mois-ci. Nestlé elle-même serait également touchée par cette législation et, selon l'encadrement, les tribunaux pourraient prétendre que le "Whopper" de Burger King suggère que c'est un burger ordinaire.

Curieusement, je me retrouve du même côté que Greenpeace, qui a demandé aux législateurs de voter contre l'amendement, car il porterait atteinte au choix des consommateurs. De toute évidence, le lobbying n'est pas tout à fait le problème ici.

### L'infantilisation des consommateurs

Cette décision de l'AGRI est le symptôme d'une culture politique de méfiance à l'égard des choix individuels des consommateurs.

On ne peut pas montrer aux consommateurs des publicités pour des boissons sucrées, sinon ils avaleront deux litres de thé glacé par jour ; on ne peut pas permettre aux consommateurs de passer à des produits réduisant les risques comme les cigarettes électroniques parce qu'ils s'écarteront de la notion d'abstinence totale, comme elle est prêchée par les défenseurs de la santé publique ; les consommateurs ne peuvent se fier aux boissons alcoolisées abordables car nous allons tous boire à notre mort.

Curieusement, les mêmes consommateurs qui ne savent même pas qu'un hamburger végétarien ne contient pas de viande sont apparemment assez responsables pour voter aux élections européennes

du mois prochain. Ils éliront des représentants qui légifèrent dans des domaines tels que la sécurité, la planification économique à long terme, les budgets d'aide étrangère massifs, les complexités des réglementations fiscales internationales et le partage des informations.

Si mes supporteurs les plus bruyants étaient incapables de distinguer la viande des légumes, je commencerais probablement à douter de mon aptitude à occuper un mandat public. Mais pour ceux qui prennent des décisions de politique publique fondées sur des sentiments plutôt que sur des faits, ce n'est probablement pas une grande préoccupation.

Ce type de politique présente un inconvénient persistant : si les consommateurs sont infantilisés à un degré tel qu'on l'a supposé dans le cas mentionné précédemment, ils sont plus susceptibles de demander au gouvernement de résoudre leurs problèmes de consommation à leur place. Par conséquent, les législateurs sont de plus en plus inondés de "l'État devrait faire quelque chose" plutôt que de trouver des solutions novatrices aux problèmes du marché.

En fait, l'exemple du hamburger végétarien est exactement cela : les consommateurs qui veulent abandonner la viande - ou du moins réduire leur consommation - se voient offrir une véritable alternative que les grands producteurs ont adoptée. Plutôt que de célébrer la réponse exacte du marché, les législateurs chargent plutôt les entrepreneurs de réglementation.

Ne vous y trompez pas : si Nestlé et Restaurant Brands International (la société-mère de Burger King) pourraient être gênées par ces changements éventuels, ce sont les petites entreprises qui en souffriraient le plus.

L'Impossible Whopper peut être rebaptisé "Délice de légumes" ou quelque chose du genre, puis animé à l'aide d'un budget marketing important. Votre food truck du coin ne peut pas se permettre le même luxe ; cette proposition s'ajoute à une liste déjà longue de coûts de mise en conformité auxquels il est soumis.

Les services répressifs de l'UE effectueront-ils également des contrôles aléatoires en enquêtant sur les petits restaurants de hamburgers et en contrôlant leurs menus, sous peine de poursuites judiciaires paralysantes ? Le temps nous le dira.

Tout ça devient un peu ridicule. J'allais écrire que les consommateurs ne sont pas des enfants, mais même un enfant de six ans peut comprendre le concept du nom "hamburger au tofu".

Ce sont peut-être les législateurs qui sont les vrais enfants.

---

Pour plus d'informations de ce genre, c'est ici et c'est gratuit