International Meat Secretariat

www.meat-ims.org | 655 | octobre 2023

SOMMAIRE

- Vingtième atelier Économie de l'OIV: États-Unis et Amérique du Sud
- La bulle du marché des produits végétaux a-t-elle éclaté ?

# Vingtième atelier Économie de l'OIV: États-Unis et Amérique du Sud

*Le 20ème webinaire Économie de l'OIV a mis en lumière l'évolution des secteurs de la viande en Amérique du Nord et du Sud.*

Le cycle de production de la **viande bovine** aux États-Unis, plus grand producteur au monde, s'oriente vers un creux; l'Uruguay et le Paraguay anticipent également une baisse des niveaux de production de viande bovine. En Argentine, la sécheresse entraîne une augmentation de la production bovine en 2023, qui sera suivie d'une baisse des volumes l'année prochaine. Hausse des coûts d'alimentation, baisse de la rentabilité et sécheresse sont des facteurs essentiels pour plusieurs pays.

Aux États-Unis, la production de **viande porcine** est restée stable en termes de volume malgré des périodes de faible rentabilité ces derniers temps; les exportations se sont maintenues et les États-Unis ont dépassé l'UE pour devenir le plus grand exportateur mondial de viande porcine. Les temps sont difficiles pour la filière viande de nombreux pays. Hsin Huang, secrétaire général de l'OIV, a souligné l'excellente opportunité que représente le prochain Congrès mondial de la viande à Maastricht pour se réunir et écouter ce que des experts ont à dire.

## Croissance soutenue de la productivité du cheptel porcin aux États-Unis

***Karl Skold, responsable de l'économie agricole chez JBS***, a présenté les perspectives pour les viandes bovine et porcine des États-Unis. Le cheptel porcin américain est actuellement en cours de liquidation en raison de la situation déficitaire de nombreuses entreprises, même si ce sont essentiellement les petits et moyens producteurs de porcs qui sont susceptibles de cesser leur activité. Les prix du porc sont nettement inférieurs à ceux de l'année dernière, ce que la baisse des coûts de l'alimentation animale n'a pas réussi à suffisamment compenser.

Les prix du marché à terme du porc laissent entrevoir de nouvelles réductions de prix jusqu'au premier semestre 2024, mais l'ampleur de la liquidation du cheptel dépendra beaucoup de la mesure dans laquelle les coûts de l'alimentation animale continueront de baisser. À l'heure actuelle, les abattages totaux de porcs restent relativement stables en raison des augmentations significatives de la productivité. Cela est surtout le fruit de l'amélioration de la santé du cheptel, influencée par l'absence relative de maladies.

## Les États-Unis sont le plus grand exportateur de viande porcine au monde au premier semestre 2023

La hausse des coûts des aliments pour animaux a contribué à réduire le poids à l'abattage, même si celui-ci a commencé à se rétablir au cours des dernières semaines. Le ministère américain de l'Agriculture (USDA) et JBS anticipent des niveaux de production en 2023 légèrement supérieurs à ceux de l'année dernière, ainsi qu'une nouvelle légère augmentation en 2024, en supposant que la santé du cheptel reste solide. Les prix des morceaux de viande porcine se sont rétablis au cours des derniers mois après avoir été largement inférieurs aux niveaux de l'année dernière en début d'année. Il semble que certains consommateurs délaissent la viande bovine au profit de la viande porcine (et de la viande de volaille) en raison des prix élevés du bœuf. Les exportations de viande porcine des États-Unis augmentent et, au premier semestre 2023, elles étaient 10% plus élevées que pendant la période comprise entre janvier et juin 2022. Selon les chiffres publiés par la Commission européenne, les États-Unis étaient le plus grand exportateur mondial au premier semestre 2023, après avoir dépassé l'UE.

## Le cheptel bovin américain poursuit son déclin

Les prix de la viande bovine américaine sont restés élevés ces derniers mois, principalement en raison d'une baisse de l'offre. Le prix moyen de vente en gros début septembre était près de 20% plus élevé qu'il y a un an, certains consommateurs américains privilégiant l'achat de morceaux moins onéreux. Les contrats à terme sur les bovins vivants indiquent que les prix devraient continuer d'augmenter au moins jusqu'en août 2024.

En dépit des niveaux de prix actuellement élevés, le nombre total de bovins a continué de diminuer depuis le pic de 2019, le nombre de vaches de boucherie en juillet 2023 affichant une baisse de 3% par rapport à juillet 2022.

I.M.S.
5 rue Lespagnol
75020 Paris
FRANCE
Tel:
33 (0)1 44 93 60 20
Fax:
33 (0)1 44 93 60 01

Editor: Hsin Huang
© I.M.S. All rights reserved

No part of this publication may be reproduced in any form or by any means without the prior permission of I.M.S.

www.meat-ims.org

La baisse est davantage liée à la sécheresse qu'à une hausse des coûts d'alimentation. Cependant, les signes d'une expansion future du cheptel sont de plus en plus manifestes, la diminution du nombre d'abattages de vaches et l'accroissement de la rétention des génisses étant susceptibles d'être encore plus marqués en 2024.

L'abattage actuel de bovins d'engraissement est largement en baisse – une réduction de 6% au cours des huit semaines précédant le début du mois de septembre. Les poids moyens des carcasses se situent à des niveaux similaires à ceux de l'année dernière. JBS et l'USDA prévoient tous deux des baisses importantes de la production bovine en 2023 et 2024. Pour 2023, la production devrait diminuer de 5% par rapport au pic de 2022 et de 7% supplémentaires en 2024, alors que la production bovine américaine devrait revenir à son plus bas niveau depuis 2016. Les exportations américaines de viande bovine ont également diminué – au cours des sept premiers mois de 2023, les exportations ont enregistré une baisse de 14%. Les importations ont progressé pendant cette période, avec des quantités plus élevées en provenance d'Australie, de Nouvelle-Zélande et d'Uruguay. À plus long terme, on peut s'attendre à ce que la production bovine américaine se stabilise en 2025 et augmente par la suite.

***Lucas Davila, analyste des marchés à l'INAC (Institut uruguayen des viandes)***, a présenté la situation du secteur uruguayen de la viande bovine et ses perspectives. Globalement, 83% de l'ensemble de la production uruguayenne sont destinés à l'exportation, contre moins de 30% au Brésil et en Argentine. Il a toutefois souligné que l'Uruguay était toujours confronté à des niveaux de protection relativement élevés sur la plupart de ses marchés d'exportation, à l'exception de la Chine, qui représente actuellement plus de 50% de ses volumes d'exportation. Malgré cela, l'Uruguay devrait réduire ses exportations vers la Chine en 2023, contrairement à la plupart des autres grands pays exportateurs de viande bovine. Trois grandes raisons à cela:

1. La baisse des disponibilités en viande bovine uruguayenne en raison d'un taux d'«extraction» plus faible en 2023 à la suite de taux importants en 2021 et 2022 lorsque les prix en Chine étaient élevés.
2. La chute des prix du bœuf en Chine; l'Uruguay a connu une baisse de 22% du prix de ses expéditions vers la Chine.
3. La forte valeur du peso uruguayen; on estime qu'il a été surévalué de 46% par rapport au dollar américain.

## Le secteur bovin uruguayen confère une valeur ajoutée à ses exportations

Les exportations de résidus de parage de viande de bœuf vers les États-Unis ont au contraire augmenté. L'évolution de ces échanges dépend en grande partie des prix relatifs des résidus de parage entre les marchés américain et chinois. Une autre tendance croissante dans le secteur bovin uruguayen est la tentative d'ajouter de la valeur aux produits bovins vendus sur les marchés d'exportation. La croissance de la production de bœuf nourri aux céréales a été particulièrement importante, les volumes ayant doublé au cours de la dernière décennie. Parmi les autres améliorations apportées au produit commercialisé, citons la commercialisation de viande bovine à faible empreinte carbone, des normes élevées en matière de bien-être animal et l'élevage en plein air [*open-range*].

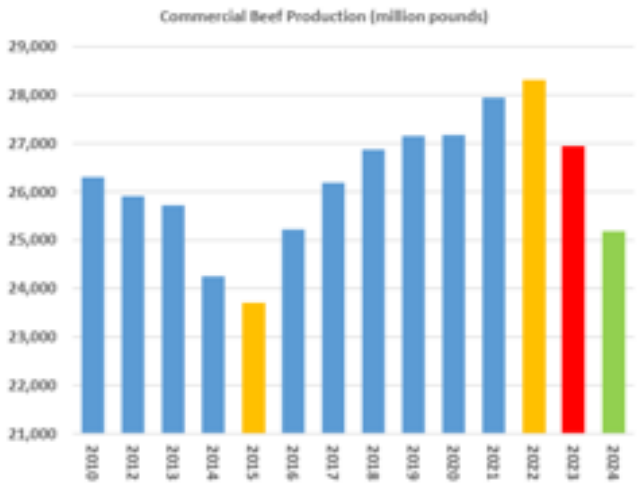
Enfin, la société brésilienne Minerva a annoncé son intention de racheter à Marfrig trois abattoirs en Uruguay. Si ce projet se concrétise, la part de Minerva dans les abattages en Uruguay représenterait 43% de la production, contre seulement 25% à l'heure actuelle. Les usines locales représentent moins de la moitié de la production totale et la perte potentielle de compétitivité du secteur suscite des inquiétudes.

***Massimo Coda, ancien président de la Commission de la viande bovine de l'Association paraguayenne de la viande bovine***, a mis en exergue les principales évolutions de la situation dans le secteur de

## Figure 1 Estimations de l'USDA concernant la production bovine

USDA Beef Production (millions pounds)

| Year | Q1 | Q2 | Q3 | Q4 | Annual |
|---|---|---|---|---|---|
| 2019 | 6,414 | 6,817 | 6,923 | 7,001 | 27,155 |
| 2020 | 6,931 | 6,059 | 7,115 | 7,069 | 27,174 |
| 2021 | 6,900 | 6,963 | 6,979 | 7,106 | |
| 2022 | 7,022 | 7,069 | 7,147 | 7,053 | 28,290 |
| 2023 | 6,821 | 6,710 | 6,645 | 6,765 | 26,941 |
| 2024 | 6,335 | 6,315 | | | 25,165 |
| 23/22 % | -2.9% | -5.1% | -7.0% | -4.1% | -4.8% |
| 24/23 % | -7.1% | -5.9% | | | -6.6% |



## Figure 2 La solution: une valeur plus élevée par tonne




Source: INAC

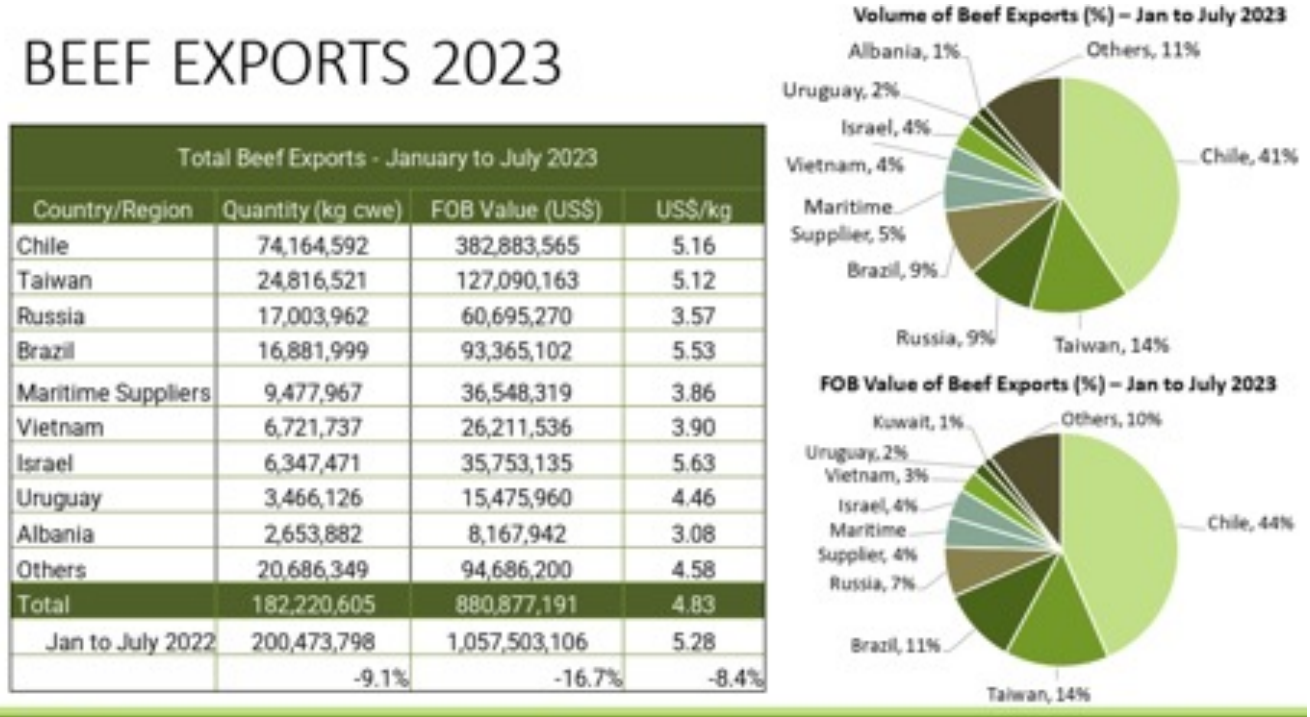
la viande bovine au Paraguay. Le cheptel bovin compte au total plus de treize millions de têtes, mais ce chiffre diminue progressivement depuis 2020. Le secteur bovin est très polarisé, 2% des producteurs bovins représentant 56% du cheptel bovin total, alors que 78% des producteurs n'en possèdent que 10%.

Néanmoins, le Paraguay est l'un des dix premiers exportateurs mondiaux de viande bovine, avec 4% des exportations mondiales totales de bœuf, 71% de sa production étant destinés au marché d'exportation. Environ deux millions de têtes de bétail sont abattues pour l'exportation, le poids moyen des carcasses augmentant de manière constante.

### Plus de 58% des exportations de viande bovine paraguayenne sont à destination du Chili et de la Russie

En 2022, les exportations totales de viande bovine ont été évaluées à plus de 1,7 milliard USD: sur les 334 000 tonnes exportées en 2022, plus de 58% ont été expédiés vers les deux plus grands marchés que sont le Chili et la Russie. Le marché à plus forte valeur était Israël, avec des quantités moyennes évaluées à 6,45 USD le kg. Le marché à plus faible valeur était la Russie, à seulement 4,03 USD le kg. Taïwan était le 4ème plus grand marché d'exportation, avec plus de 37000 tonnes vendues à 5,23 USD le kg. Les exportations de viande bovine au cours des sept premiers mois de 2023 se sont élevées à 182 000 tonnes, soit 9% de moins que pendant la période comprise

## Figure 3 Exportations de viande bovine en 2023




Source: SENACSA

entre janvier et juillet 2022, avec une baisse des volumes envoyés au Brésil et en Russie. Il est intéressant de constater que le Paraguay exporte actuellement de petites quantités vers l'Uruguay.

La hausse des prix des bovins depuis 2020 a entraîné une compression des marges des entreprises de conditionnement de viande, la part des carcasses de bœuf achetées dépassant 70% de leurs coûts totaux depuis 2021. Bien que les prix à l'exportation aient considérablement augmenté en 2021 et 2022, ils ont diminué en 2023 – et la baisse des prix des bovins à la production ces dernières semaines a été particulièrement marquée. La forte volatilité des prix des bovins freine l'expansion du cheptel bovin. La réaction des producteurs a parfois également été affectée par un manque d'esprit d'entreprise chez certains éleveurs, qui ne sont pas disposés à investir dans les nouvelles technologies et se satisfont des niveaux relativement faibles de traçabilité.

## Préoccupations à l'égard d'une concentration accrue dans le secteur paraguayen du conditionnement de la viande bovine

D'autres facteurs influent sur la production de viande bovine au Paraguay:

- Un accès limité au marché. Contrairement à d'autres grands exportateurs de viande bovine sud-américains, le Paraguay n'est pas en capacité d'envoyer du bœuf sur le marché en croissance de la Chine continentale, pour des raisons politiques; il n'a pas non plus accès aux marchés nord-américains ou japonais.
- Une dégradation croissante des terres en raison d'un manque d'incitation à investir dans des améliorations.
- Les prix élevés des céréales ont découragé la croissance de la production dans les parcs d'engraissement.
- Une plus grande rentabilité des productions alternatives – en particulier de soja.
- La concentration dans le secteur du conditionnement de la viande bovine. Les deux principales entreprises du secteur de la viande, appartenant au Brésil, représentent de 60% à 65% de tous les abattages de bovins au Paraguay.

***Agustina Scarano, de l'IPCVA (Institut de promotion de la viande bovine argentine)***, a présenté la situation du marché de la viande bovine en Argentine. Le marché est actuellement fortement influencé par quatre facteurs:

- Deux années consécutives de temps sec.
- La prochaine élection présidentielle (en octobre et peut-être jusqu'en décembre).
- Le taux d'inflation élevé supérieur à 115%.
- La récente dévaluation du peso argentin (une baisse de 20% par rapport au dollar américain en août).

## La sécheresse à l'origine de l'importante augmentation de la production de viande bovine argentine en 2023

La production de viande bovine devrait progresser de 11% en 2023, à 3,4 millions de tonnes. Cela se traduirait par une croissance de 7% des exportations de viande bovine pour l'année dans son ensemble. Cependant, la valeur des exportations argentines est en baisse en raison de la chute du prix à l'exportation. Le marché d'exportation dominant est la Chine, qui représente plus de 75% des exportations totales en volume – bien que seulement 60% en valeur.

La politique du gouvernement continue de jouer un rôle essentiel pour le secteur bovin argentin. La politique actuelle, qui se poursuivra jusqu'à la fin de 2023, impose une interdiction générale des exportations de toute une gamme de morceaux de bœuf, notamment la poitrine, le flanc, la palette, et le gîte. Des exemptions à ces restrictions existent toutefois. Il est possible d'exporter ces morceaux dans le cadre d'un contingent tarifaire (CT) et s'ils proviennent de vaches maigres et de taureaux destinés à la production. Les exportations dans le cadre du contingent dit *Quota Hilton* et du contingent de viande bovine de haute qualité vers l'UE, du CT vers les États-Unis, des 30 000 tonnes vers Israël et d'un petit contingent vers la Colombie ne sont pas non plus limitées et ne sont pas imputées sur le quota général.

Enfin, les exportations de viande bovine issue de bœufs de basse qualité sont autorisées – en particulier vers la Chine - car la demande intérieure est faible pour ces catégories. Pour ce qui est de l'Argentine, un «programme de contrôle des prix» a été mis en œuvre sur le marché intérieur pour garantir des prix soigneusement contrôlés pour les consommateurs.

En ce qui concerne l'évolution récente du marché, les prix des bovins et du bœuf étaient restés relativement bas jusqu'en juillet en raison de l'augmentation des approvisionnements due à la sécheresse; cependant, les prix ont enregistré une hausse substantielle de 40% en août liée à la dévaluation de la monnaie, à la hausse des prix du maïs et à la préparation de l'élection présidentielle. Ce resserrement de l'offre devrait se poursuivre et, en 2024, la production devrait renouer avec les niveaux de 2022, s'élevant à trois millions de tonnes, soit plus de 10% de moins que l'estimation actuelle pour 2023.

La consommation de viande bovine par habitant devrait rester autour de 48 - 49 kg, le public argentin restant très sensible aux fluctuations des prix de détail du bœuf, dans la mesure où la viande bovine constitue une composante importante des achats. Dans le même temps, la demande intérieure n'augmente pas de manière significative en raison du pouvoir d'achat limité des consommateurs.

Quant à l'évolution des exportations, la croissance des exportations vers Israël est forte et les exportations de viande bovine surgelée vers le marché américain sont délaissées au profit des exportations de viande bovine réfrigérée. En ce qui concerne les perspectives d'exportation en 2024, beaucoup dépendra du résultat des élections présidentielles; la

politique du vainqueur à l'égard du taux de change du peso et la suppression ou non des restrictions à l'exportation de viande bovine revêtiront une importance toute particulière.

*Nous vous invitons vivement à rejoindre le comité Économie de l'OIV et à assister aux prochains webinaires. Si vous souhaitez nous rejoindre, veuillez contacter la présidente, Erin Borror: eborror@usmef.org*

**Bob Bansback**
**Conseil consultatif de l'OIV**

# La bulle du marché des produits végétaux a-t-elle éclaté ?

## *Les années 2020*

Dans les années 2020, les comportements des consommateurs connaissent déjà une évolution rapide et massive. Trois facteurs principaux en sont à l'origine:

- le Covid-19 et ses vastes conséquences;
- une sensibilisation accrue au changement climatique et au développement durable;
- les répercussions économiques de la guerre en Ukraine.

Ces événements ont notamment eu pour conséquence l'examen par les consommateurs de leurs propres modes de vie pour voir s'il existait des moyens d'atteindre le Graal, à savoir l'amélioration de leur santé et la sauvegarde de la planète tout en réduisant les dépenses ménagères.

Dans la Newsletter de l'OIV n° 607 d'octobre 2019, je posais la question sur les protéines non carnées: «Il existe un créneau sur le marché, mais existe-t-il un marché pour ce créneau ?» Ma réponse était simple «Oui, il existe un marché pour ce créneau, mais la question est surtout de savoir… quelle en sera l'ampleur ?»

### 2023

Ces dernières années, les médias n'ont eu de cesse de publier des articles en faveur des très nombreux lancements de produits à base de protéines non carnées, expliquant comment ils allaient remplacer la viande et sauver la planète. Nouveaux produits, nouvelles gammes, investissements de plusieurs millions réalisés par des célébrités et des sociétés de capital-risque: tout cela suscitait l'attention favorable et régulière des médias.

La situation a soudainement changé au Royaume-Uni, en 2023. Ont commencé à être publiés des articles indiquant la baisse du nombre de gammes créées par de grandes marques et commentant (voire critiquant) la perception du caractère sain de ces produits avec leurs longues listes d'ingrédients, dont beaucoup étaient loin d'être bons pour la santé.

En juin, un article a paru à la rubrique Commentaires du *Sunday Times* intitulé *The Great Vegan Rollout has been Halted in its Salty, Sugary, Ultra-processed Tracks* [Le formidable déploiement des produits végans est interrompu dans son élan en raison de leur teneur en sel et en sucre et de leurs ingrédients ultra-transformés]. Parmi ses conclusions, un commentaire évident depuis longtemps pour beaucoup indiquait: «... les cent personnes qui se trouvent du côté non végan de la barrière souffrent du harcèlement de seulement une ou deux personnes véganes qui sont de l'autre côté...»

### Le cycle de vie du produit

Le monde du marketing connaît bien le cycle de vie du produit. Pour le dire simplement, celui-ci comporte quatre phases:

- l'introduction: développement et lancement du produit
- la croissance: listes de distributeurs, supports de communication, tests auprès des consommateurs
- la maturité: achats répétés, extensions de gammes
- le déclin: étape tributaire du succès, de la réaction des consommateurs et des concurrents.

Même s'il n'est pas possible d'établir un calendrier pour chacune de ces phases, tous les nouveaux produits suivent ce schéma au cours de leur durée de vie estimée en mois ou en décennies (dans le cas de la viande… en siècles).

En règle générale, un produit unique et bien développé, adapté aux besoins clairement identifiés des consommateurs, a plus de chances de connaître le succès qu'un produit «*me-too*». C'est de là que naît l'un des problèmes rencontrés par les protéines non carnées.

Trop de nouveaux produits sont insuffisamment développés, sont loin d'être uniques et n'offrent pas une réponse d'une ampleur et d'un attrait significatifs à un besoin important des consommateurs.

Pour la petite histoire, on a calculé que 49 burgers sans viande ont été lancés ces dernières années… probablement 45 de trop! Oui, les produits présentent des innovations comme l'imitation du «saignement» avec l'utilisation de jus de betterave, mais est-ce suffisant ? Le consommateur sait parfaitement ce qu'est un burger. C'est un produit qui rencontre un grand succès et est extrêmement apprécié, ce qui en fait une cible difficile à égaler, et encore plus à améliorer.

Aujourd'hui, les entreprises de capital-risque doivent être nombreuses à regretter les millions qu'elles ont investis dans ces produits, y compris des noms connus tels que Leonardo di Caprio et Elon Musk.

### Des acteurs majeurs

- Garden Gourmet de Nestlé
Garden Gourmet vend actuellement ses produits dans environ 25 pays à travers le monde, mais la marque a récemment été retirée du marché de détail britannique.
- Beyond Meat

Cette entreprise de produits alimentaires végans a récemment vu ses ventes chuter de près d'un tiers, car la hausse du coût de la vie exerce des pressions sur les clients, générant une «demande plus faible». Elle a également reconnu que les consommateurs accordaient une plus grande vigilance à l'égard des bienfaits pour la santé des produits végans.

- Good Food Institute

Selon GFI, la chute des ventes de viande d'origine végétale est attribuable à une baisse légère du nombre de consommateurs achetant ce type de produits dans un contexte inflationniste.

- Strong Roots

Leur dernière enquête mondiale menée auprès de 1 000 consommateurs a montré:

  - que 61% d'entre eux avaient augmenté leur consommation de produits végétaux, mais que 40% avaient supprimé ou diminué la fausse viande dans leur alimentation;
  - que pour 47% d'entre eux, le goût est à l'origine de leur décision, suivi de la présence d'additifs artificiels (pour 36%), et que pour 36% supplémentaires, c'est le caractère transformé des produits qui en est à l'origine.

- Meatless Farm

a fait faillite en juin.

- Heck

Production suspendue pour la majorité de ses gammes véganes tout en affirmant que les consommateurs continuent de vouloir des produits qui leur rappellent la viande!!

- Vegan Society

La société a laissé entendre que l'ajout d'ingrédients tels que l'huile de palme, l'huile de noix de coco et le sel réduirait la qualité nutritionnelle de la fausse viande, augmentant la teneur en matières grasses et en sel. Un véritable problème pour ce secteur qui parie sur son côté «plus sain».

- Squeaky Bean

La société reconnaît qu'un ralentissement du marché est «incontestable», dû, en grande partie, à la surabondance de propositions dans cette catégorie.

## Alors, où en sommes-nous ?

Le végétarisme et le véganisme ne sont pas des phénomènes nouveaux et la qualité recherchée croît régulièrement depuis de nombreuses années. Le lien entre questions de santé humaine et préoccupations de bien-être animal a été mis en avant par les consommateurs, qui l'ont ensuite rattaché au réchauffement climatique et au développement durable. L'augmentation du nombre de flexitariens et de ceux qui souhaitent réduire leur consommation de viande a fait progresser le nombre de consommateurs recherchant et testant des alternatives à la viande, même si cela se fait de manière irrégulière.

Les repas pris régulièrement à la maison par les consommateurs sont assez prévisibles, en grande partie en raison du temps à disposition et du manque d'imagination et de connaissances culinaires. C'est pourquoi ils cherchent à remplacer la viande par des alternatives qui se comportent à peu près de la même manière. Sans surprise, un substitut est rarement aussi bon que l'original!! En outre, il est souvent plus cher et une fois le côté innovant disparu, la lassitude s'installe rapidement.

## Le problème est donc réglé ? Aucunement!!

Déjà, peu de ces produits ont réussi à convaincre un nombre important d'adeptes même si cela concerne davantage la catégorie qu'une marque individuelle. Un noyau dur, en pleine expansion, de consommateurs, en particulier de jeunes, continue de considérer la viande comme un problème à bien des égards. Cela signifie qu'il existe encore d'importants débouchés pour les marques, moins nombreuses.

Les efforts déployés par le secteur international de la viande pour rassembler et promouvoir une réponse scientifique à ses critiques sont importants. Il ne faut jamais oublier qu'outre le goût, la texture, l'aspect nutritionnel et le plaisir, la viande dispose de toute une panoplie d'avantages à promouvoir - nous ne serons jamais «un substitut»!!

## Jeter un regard vers l'avenir

Le plus grand défi reste peut-être encore à venir. La viande cultivée en est peut-être à ses balbutiements, mais elle est déjà disponible à Singapour et son agrément est demandé aux États-Unis, au Royaume-Uni et en Europe. La viande rouge cultivée à partir de cellules animales sans avoir besoin d'élever ou de tuer des animaux pourrait-elle changer la donne ?

S'agit-il d'une véritable alternative à la viande pour les consommateurs soucieux de l'environnement ? Des allégations environnementales similaires ont également été faites pour les options végétales. Qu'il s'agisse à nouveau d'imitations de viandes existantes ou de gammes de produits qui suscitent un véritable engouement chez les consommateurs de demain, reste à voir (voir la Newsletter de l'OIV n° 638 de mai 2022 concernant la viabilité de la viande de culture).

L'espoir d'un ambitieux «marché à trois niveaux» devrait bientôt voir le jour:

- viande
- alternatives végétales
- viande cultivée

## Un dernier mot

En juin, la BBC a diffusé une émission intitulée *Gregg Wallace: The British Miracle Meat*. Il s'agit d'un faux documentaire, dans le style de sa série *Inside the Factory*, qui s'intéresse cette fois au processus de production de viande à partir de cellules humaines!! Gregg Wallace offrait de verser aux donneurs 250 GBP pour qu'un morceau de fesse humaine soit cultivé et vendu au public. Il montrait même Michel Roux et son restaurant étoilé au Michelin, Le Gavroche, qui affirmait à quel point c'était bon.

Il aurait été plus pertinent de diffuser ce reportage un 1er avril, mais ce programme satirique aurait-il pu être diffusé il y a encore quelques années ?

**Chris Lamb, Ancien président du comité Marketing de l'OIV**