

## QUELQUES CONTROVERSES A PROPOS DE LA MALBOUFFE

CARAQUIN Céline  
DU LUART Charlotte  
GALZIN-MANELPHE Marion  
MACKOWIAK Sophie  
MANDATO Sandra

### Résumé

La "malbouffe" est un terme regroupant de nombreuses idées ; et ce, d'autant plus que les acteurs du débat sont variés : consommateurs, sociologues, nutritionnistes, industriels de l'alimentation ou encore l'Etat. En premier lieu, le terme renvoie à un déséquilibre nutritionnel et aux conséquences sur la santé qui en découlent. Il évoque aussi une forme de rejet de modèles alimentaires qui viennent d'ailleurs. Ensuite, interviennent les comportements alimentaires et leur évolution en relation avec celle de la société. Enfin, les industries alimentaires et leurs nouvelles offres sont souvent critiquées pour leur implication dans les régimes alimentaires déséquilibrés. Quelles sont les controverses liées aux positions de chaque acteur ? Comment l'étude de leurs interactions permet-elle de cerner le problème de la malbouffe ? On se rend compte que les questions se situent entre deux dimensions qui sont souvent en conflit l'une avec l'autre, qu'il s'agisse du comportement du consommateur, des discours de la sphère publique, ou des industriels... Le consommateur a la possibilité de se responsabiliser, tout en étant guidé : par une politique d'information efficace de la part de l'Etat, par une sensibilisation adaptée selon les âges, par une information claire de la part des industries agroalimentaires. Il peut être aidé par des mesures de répression des aliments et pratiques néfastes pour la santé, et par la possibilité d'un accès à une alimentation équilibrée pour tous.

### Introduction

La « malbouffe » est le nom péjoratif que donnent entre autres les écologistes et les alter mondialistes à un certain type d'alimentation avec un goût standardisé et participant à un déséquilibre nutritionnel qui favorise de nombreuses maladies telles que le diabète, l'obésité ou encore les maladies cardio-vasculaires. Le terme a été créé par Stella et Joël de Rosnay dans leur ouvrage *La Malbouffe*<sup>1</sup>. Il s'agit alors de nommer un type d'alimentation qui ne répond pas aux besoins physiologiques car trop gras, trop sucré ou pauvre en nutriments. Ainsi, la malbouffe renvoie à une mauvaise alimentation à la fois en quantité mais aussi en qualité (produits considérés comme « non naturels » ou tout produit issu de l'industrie agroalimentaire). Après sa création, le terme de malbouffe s'est appuyé pendant longtemps sur le retentissement médiatique donné à diverses intoxications et toxi-infections résultant de graves altérations de la qualité hygiénique de la filière alimentaire (crises de la vache folle, poulet à la dioxine, fièvre aphteuse...). Malgré tout, nous n'englobons pas sous le terme « malbouffe » la sécurité des aliments, car quel que soit le prix ou la qualité d'un produit, le consommateur a la garantie que cet aliment est sans danger « immédiat » pour sa santé. La première définition de la malbouffe est donc toujours d'actualité mais le sens du mot a été étendu à une critique plus globale dénonçant aussi le modèle productiviste et la société de consommation.

La consommation est devenue aujourd'hui une question politique de par les enjeux qui en résultent. Les coûts liés aux dépenses de santé résultant de maladies associées à une mauvaise alimentation ont participé aux récentes mesures prises par l'Etat alors qu'auparavant, il ne se souciait que de la sécurité des aliments en intervenant peu sur leur qualité.

Les acteurs concernés par la malbouffe sont nombreux et divers. Nous allons montrer quelles sont les débats et contradictions que l'on peut mettre en évidence dans le discours de chaque acteur, en commençant par celui du consommateur, puis par le discours socioculturel et enfin celui des industries agroalimentaires.

## **Le consommateur du XXIe siècle : à la recherche de repères ?**

### **Ses attentes...**

#### ***... en matière de nutrition et de santé***

La forte augmentation de l'obésité ces 20 dernières années a conduit les consommateurs à s'intéresser aux qualités nutritionnelles des aliments. En effet, de nos jours, 43% de la population française est en surpoids et 10% est obèse<sup>13</sup>. Mais le plus préoccupant reste l'obésité infantile qui ne cesse de croître : elle double tous les dix ans. De plus, la médiatisation du problème a fait prendre conscience au grand public que l'obésité était réellement un problème de grande envergure et qui avait des répercussions graves sur la santé. En effet, l'obésité entraîne des maladies cardiovasculaires (170 000 décès par an), du diabète et du cholestérol. Il existe même un stade d'obésité dit « léthal » à partir duquel il est certain que la personne en question décèdera des suites de son obésité. Le consommateur a donc de nos jours de très fortes attentes en ce qui concerne les qualités nutritionnelles des aliments. Il exige des produits sains, qui ne le rendront pas obèse.

#### ***... en matière de plaisir et de bien-être***

Pour les Français, bien manger est synonyme de bon goût<sup>2</sup>. Le consommateur attache autant d'importance à l'aspect nutritionnel de l'aliment qu'à la manière dont il satisfait à ses aspirations spirituelles, émotives et fonctionnelles. Le plaisir est à la table ce que la facilité est au wok. En effet, de nouvelles méthodes de préparation sont expérimentées. Appétissantes, elles nécessitent des ingrédients venus d'ici et d'ailleurs, riches et savoureux, cuisinés en un tour de main. Les attentes à l'égard de l'alimentation sont des attentes positives, porteuses d'un plus à vivre et de plaisir pour les individus. Par rapport à ces attentes, le discours nutritionnel actuel apparaît comme un discours négatif, anxiogène, voire culpabilisateur<sup>3</sup>.

#### ***... en matière de qualité***

La qualité est un critère important dans le choix des aliments. Les consommateurs sont conscients qu'il s'agit là de choisir des produits sains et non nocifs pour la santé. Sur ce point, les nutritionnistes sont unanimes : la qualité est un élément fondamental dans la construction d'une alimentation équilibrée. Néanmoins, pour la production de masse où les prix sont tirés vers le bas par la grande distribution, la qualité nutritionnelle ne semble pas être une priorité. Cela est d'autant plus préoccupant que ces produits vont être préférentiellement choisis par les groupes les moins favorisés.

#### ***... en matière de respect de l'environnement***

Le consommateur se dit de plus en plus préoccupé par les questions d'environnement et favorise les emballages respectueux. Il existe une importance croissante de l'éthique liée au produit : conditions de travail, commerce équitable, respect du bien-être des animaux, respect de l'environnement.

### **Ses contraintes...**

#### ***... en terme de prix***

Selon la Commission des Familles, le coût d'une alimentation équilibrée serait de 4 à 5 € par jour par personne. Cependant, les ménages vivant sous le seuil de pauvreté (627€ pour une personne seule, 941€ pour un couple + 188€ par enfant de moins de 14 ans – soit 15% de la population française touchée en avril 2005) ne disposent que de 3,70€ par jour pour leur budget alimentation<sup>4</sup>. En France, on dépense en moyenne 6,30€ par personne chaque jour.

Il faut tenir compte de l'effet des prix toujours plus bas des produits à forte densité énergétique. Ce sont les aliments « à calories pas chères » tels que les aliments tout prêts, gras et salés (chips, feuilletés, frites, friands, panés, pizza ...) ou gras et sucrés (croissants, brioches, biscuits, barres chocolatées ...). Par opposition, les prix des fruits et légumes ont tendance à s'envoler. Ainsi, la structure actuelle des prix alimentaires ne semble pas favoriser la mise en application par les populations défavorisées des recommandations qui préconisent la consommation d'une alimentation saine.

Il est aujourd'hui connu que l'obésité est plus fréquente chez les personnes les moins aisées. Le risque de devenir obèse est cinq fois plus élevé lorsque l'on vit dans la précarité sur le plan économique, social ou psychoaffectif.

Les études<sup>5</sup> montrent aussi que certains comportements alimentaires observés dans la population générale sont accentués par la faiblesse des revenus: grignotages réguliers remplaçant les repas, repas sautés ou inexistantes.

Dans ces conditions, une personne pauvre ne peut pas respecter l'ensemble des recommandations nutritionnelles, même si elle en avait le désir et si elle possédait toutes les connaissances nutritionnelles nécessaires pour le faire.

### **... en terme de conditions de vie**

Le niveau d'éducation semble être aussi un facteur influençant les choix alimentaires : les personnes les moins éduquées consomment plus de gras et de sucre, moins de fruits, de légumes, de produits laitiers et de poisson que celles qui ont un niveau d'études et/ou de revenus supérieurs.

Le travail à l'extérieur du foyer impose aux familles des contraintes de temps : il faut recourir de plus en plus à des produits davantage élaborés, incorporant de plus en plus de services, ne nécessitant que peu de préparation en cuisine, l'essentiel étant en somme fait en usine. Les produits sont donc de plus en plus élaborés.

Le consommateur du XXI<sup>e</sup> siècle est pressé : il a moins de temps pour aller acheter des produits frais tous les deux ou trois jours. Ainsi, la durée de fréquentation des hypermarchés a baissé de 40 minutes en moyenne par semaine sur 20 ans, passant de 90min à 50min<sup>6</sup>. Le consommateur consacre également moins de temps à la préparation des repas. Le temps moyen consacré à la préparation des repas est passé durant les trois dernières années de 42min à 36min en semaine et de 1h à 44min le week-end<sup>7</sup>.

Autre effet du changement des conditions de vie : l'évolution des rythmes alimentaires. Dans les années 80, on a vu commencer à se développer un phénomène de « déstructuration »<sup>8</sup> des rythmes alimentaires : augmentation des prises hors repas, augmentation du nombre de plats ou de repas « sautés » dans la séquence traditionnelle. Les enquêtes les plus récentes confirment l'existence de ce phénomène.

## **Ses comportements alimentaires**

### **Les repas et rythmes alimentaires**

Le rôle des repas est considérable dans les échanges, l'épanouissement, l'éducation. Le repas rythme la journée et permet de mieux manger. Prendre ses repas en famille garantit souvent aux enfants un régime alimentaire plus équilibré. Mais aujourd'hui la tendance est à la simplification des repas.

Faire la cuisine est en effet une activité qui nécessite un minimum d'organisation et d'anticipation : décider le menu, faire les courses, s'assurer qu'il ne manque rien, préparer, surveiller la cuisson, être prêt à l'heure, desservir, faire la vaisselle, ranger... Globalement, la préparation du repas est aujourd'hui considérée comme une corvée (manque d'idées, manque de temps, de savoir-faire...). C'est pourtant un paradoxe à une époque où les livres de cuisine et les émissions culinaires sont florissants.

### **Composition des repas**

Les repas contemporains sont traversés par une série de tendances. La première est une forte simplification de leur structure et se traduit par la diminution du nombre de plats. Les hors-d'œuvre sont le plus souvent supprimés. Dans les dîners, la soupe n'est plus consommée que par un cinquième de la population. Jadis élément central de l'alimentation populaire, le pain voit aujourd'hui sa position s'affaiblir. Sa présence n'est désormais plus systématique. C'est ainsi qu'il accompagne seulement 70 % des déjeuners et 64 % des dîners. En revanche, les desserts résistent bien et la frontière entre fromage et dessert tend à se gommer à la faveur de la consommation de fromages blancs et de yaourts. L'absence de hors-d'œuvre peut avoir des effets négatifs sur la consommation des légumes crus qui constituent une part importante de cette catégorie de plats. Notons cependant que la norme du dîner est considérablement plus simple que celle du déjeuner. Ce décalage traduit un attachement au repas traditionnel.

### **Le grignotage**

« Manger pour s'amuser », c'est ainsi que l'on parle au Viêt-Nam des petites choses que l'on mange tout au long de la journée entre les repas. On est loin de la connotation négative sur le plan de la santé – voire sur

le plan du jugement moral – qui est attachée au « grignotage » dans notre modèle alimentaire des trois repas. Le grignotage pousse à la consommation d'aliments généralement gras et sucrés ou de boissons sucrées qui n'ont pas de bénéfices nutritionnels. Il génère une sensation incessante de faim.

Les sodas, colas, jus de fruits etc. sont très appréciés des jeunes et remplacent parfois l'eau sur la table, ou le lait au petit déjeuner ou au goûter. Le problème de ces boissons est qu'elles sont aujourd'hui banalisées et surconsommées (En 1950 : 1 verre/personne/jour – en 1990 : 3 verres/personne/jour ; 60 % à 85 % des enfants scolarisés consomment au moins une boisson sucrée par jour et 20 % en consomment quatre ou plus). Une étude américaine a montré que la consommation de boissons sucrées et la prise de poids ou l'obésité sont liées.

De précédentes études ont d'ores et déjà mis l'accent sur le temps passé devant un écran et la tendance au surpoids. « Si la sédentarité peut expliquer l'augmentation de la surcharge pondérale, la télévision pousse les enfants à augmenter leur apport calorique en ingérant des aliments de mauvaise qualité nutritionnelle et en devenant adeptes du grignotage », explique Jean Wiecha de l'Ecole de santé publique d'Harvard à Boston. « Chaque heure supplémentaire passée devant la télévision est associée à une augmentation de l'apport calorique global de 167 calories et à une augmentation de la consommation d'aliments fortement caloriques, sucrés et salés. »

Le consommateur se trouve donc à la croisée de notions très différentes, presque antagonistes : plaisir et santé, économie et qualité, attentes et comportements réels... Des choix s'imposent alors, car l'adéquation de toutes ses attentes et ses contraintes est impossible. Il peut être aidé – ou influencé – par des acteurs de la sphère socioculturelle.

### **La sphère socioculturelle et la malbouffe**

#### **Les faiseurs d'opinion : l'exemple de José Bové**

José Bové est un des représentants du camp des opposants à la malbouffe. Il tire sa légitimité de son statut d'agriculteur du Larzac, rejetant à la fois la malbouffe et le système productiviste. Le démontage du McDonald's en chantier à Millau le 12 août 1999 est le fait qui l'a rendu célèbre. José Bové a expliqué l'importance de cette action qui a marqué le début de sa notoriété alors que depuis quelques années déjà il menait ce combat<sup>9</sup>. Toutefois, aussi marquant que fut ce démontage du McDonald's, il a été mal perçu par une partie de l'opinion publique. Cela peut avoir eu l'effet inverse que celui souhaité par José Bové. Malgré tout, cette action « choc » a eu le mérite de faire connaître à tous le combat de José Bové, faisant de lui un des faiseurs d'opinion (au même titre que Jean-Pierre Coffe, qui refuse tout type de produit issu des industries agroalimentaires) sur le thème de la malbouffe. Il constitue une figure importante du débat en rejetant la mondialisation et l'uniformisation des goûts en France. Ses revendications ne concernent pas que la malbouffe mais aussi la domination des Etats-Unis, incarnée par la restauration rapide<sup>10</sup>. A travers ce démontage, José Bové mêle donc deux débats, certes liés mais différents : celui contre la malbouffe en France et celui contre la mondialisation et la domination des Etats-Unis, qui englobe des sujets bien plus vastes dépassant la question seule de la malbouffe (qui n'apparaît être qu'un prétexte servant à légitimer le refus de la mondialisation).

José Bové participe d'une certaine manière à la confusion chez le consommateur en intégrant le débat sur les OGM (organismes génétiquement modifiés) à celui sur la malbouffe. Aucune étude scientifique n'a encore démontré clairement un quelconque danger des OGM pour la santé humaine. De plus, la crise de la vache folle et les autres crises alimentaires ont participé au flou concernant les industries agroalimentaires et la sécurité des aliments, alors que celle-ci n'a jamais été aussi bonne. Il en résulte aujourd'hui une méfiance des consommateurs vis-à-vis de l'agroalimentaire en général et de nouveaux produits tels que ceux intégrant des OGM en particulier.

#### **Des informations et des avis contradictoires**

##### ***Les actions de l'Etat : ANC et PNNS***

Pour pouvoir se donner des valeurs de références, les experts français ont créé les ANC (Apports Nutritionnels Conseillés), qui sont des valeurs indicatives données indiquant les apports nutritionnels fondamentaux pour pouvoir se maintenir en bonne santé. Ces chiffres diffèrent des AJR (Apports Journaliers

Recommandés) car ils sont variables selon le sexe et l'activité physique de la personne considérée. Par exemple, il est conseillé pour un homme adulte ayant une activité physique moyenne de consommer 2700 kcal par jour tandis que ce chiffre s'élève à 2000 kcal pour une femme adulte. De même des ANC ont été créés dans les différentes catégories : lipides, glucides et protéines. Ces recommandations sont résumées sur la figure 1 :



fig 1. La répartition des différents nutriments selon leur apport énergétique dans un repas équilibré

Néanmoins, ces ANC ne sont pas des valeurs immuables car elles varient d'un pays à l'autre et elles sont parfois réactualisées (les données citées ci-dessus datent de 2000). On peut donc définir la malbouffe en se basant sur ces ANC : il s'agit d'une alimentation déséquilibrée, ne correspondant pas aux besoins physiologiques de l'organisme. Ce sont des aliments trop caloriques et trop riches en sucres rapides et en matières grasses. Ils sont en revanche pauvres en éléments nutritifs. Les ANC ne sont donc pas respectés. A titre d'exemple nous pouvons comparer deux cas : l'un représentant un repas équilibré et l'autre un repas type « malbouffe ».

Exemple 1 : un repas équilibré<sup>11</sup>

Il est composé d'un hors d'œuvre (taboulé), d'une viande (rôti de porc), de légumes (ratatouille) ainsi que d'un produit laitier (fromage) et de pain. La boisson choisie est de l'eau. Les informations nutritionnelles sont données sur la figure 2.

Aliment	Quantité ( g )	Calories (kcal)	Lipides (g)	Glucides(g)	Protéines (g)
taboulé	120	117	9,9	5,8	1,2
Rôti de porc	80	197	12	0	22,2
Ratatouille	280	135	9,2	10,7	2,5
Camembert (40%mg)	20	53	3,8	0	4,7
Pain	100	265	1	56	8
<b>Total</b>		767	35,9	72,5	38,6

fig 2 : Informations nutritionnelles sur les différents aliments du repas équilibré

Exemple 2 : un repas type malbouffe<sup>12</sup>

Nous choisis d'illustrer ce repas-type par un menu proposé par la chaîne de fast-food McDonald's, qui symbolise la malbouffe dans l'esprit du grand public. Il s'agit d'un menu Best Of Big Mac, sans compter les éventuels ajouts types sauces et desserts. Il est composé d'un hamburger, d'un soda et d'une portion de frites. Les informations nutritionnelles sont données sur la figure 3.

Produit	Portion	Calories	Lipides (g)	Glucides (g)	Dont Sucres(g)	Protéines (g)
Coca-cola (moyen)	495 ml	220	0	56	56	0
BigMac	209g	540	29	44	9	24
Frites(moyennes)	110g	350	18	44	0	4
<b>Total</b>		1110	47	144	65	28

fig 3 : Informations nutritionnelles sur les différents aliments du repas type « malbouffe »

On voit bien en comparant ces deux tableaux que les apports nutritionnels sont totalement différents : le repas chez McDonald's comble plus de la moitié des apports caloriques journaliers nécessaires à une femme active et ceci en un seul repas. De même, la quantité de lipides et de glucides passe du simple au double. La comparaison de ces deux menus symbolise bien les déséquilibres dus à la malbouffe

Des enquêtes ont révélé la vitesse à laquelle croît l'obésité en France, surtout depuis le début des années 90. L'obésité représente 10% des adultes. Les pathologies associées à une mauvaise nutrition sont nombreuses et pèsent lourd dans les dépenses de l'Assurance Maladie. Celles-ci sont de 5 milliards d'euros

par an dont 800 millions euros à cause d'une mauvaise nutrition. La France a réagi et s'est dotée en 2001 du Plan National Nutrition Santé (PNNS)<sup>13</sup>. Ce fut le premier pays d'Europe à disposer d'une telle stratégie d'ensemble qui associe à la fois des acteurs publics, comme l'AFSSA, et privés (industries agroalimentaires). Deux plans ont ainsi été mis en place : le premier de 2001 à 2006 et le second, depuis 2006 jusqu'en 2010. Le but était d'améliorer l'état de santé de l'ensemble de la population en agissant sur la nutrition. Le second programme insiste sur les dépistages et l'éducation nutritionnelle en ciblant les populations défavorisées.

### **La communication au public**

Du fait de ces nouvelles attentes du consommateur, les informations nutritionnelles sont désormais inscrites sur la majorité des emballages, mais on peut se demander dans quelle mesure le grand public comprend ces informations. En effet, il semblerait que le consommateur ne comprenne pas les termes de lipides ou de glucides et ne soit donc pas apte à juger de la qualité nutritionnelle d'un produit à la lecture de son emballage. Il existe donc une controverse entre les nutritionnistes, non quant à la réalité de la malbouffe, mais plutôt sur le type d'information à donner au grand public. Car si l'information « brute » comme sur les emballages peut être incomprise, l'information simplifiée peut également être détournée. Il s'agit par exemple des nutritionnistes qui apparaissent dans les publicités pour accorder du crédit à un produit. Ils insistent ainsi sur une qualité particulière de ce produit en occultant les autres informations nutritionnelles, ce qui peut fausser l'information. Entre trop d'informations et pas assez, il est ainsi difficile de trouver le juste milieu.

Néanmoins, certaines informations importantes réussissent tout de même à passer auprès des consommateurs grâce à des campagnes expliquant en des termes simples des idées essentielles. L'information la mieux assimilée semble être celles des 5 fruits et légumes minimum à consommer par jour. Il s'agit d'un message simple et facile à assimiler, peut-être la meilleure façon de faire passer les informations essentielles au grand public. Cette campagne fait partie des actions du PNNS. De nombreuses campagnes de sensibilisation sont ainsi menées. Face à de nombreuses critiques concernant l'efficacité de ces mesures, l'Etat a dû retravailler les outils actuels de communication pour toucher les populations visées, à savoir les populations défavorisées.

Les discours prennent ainsi des orientations différentes, suivant le point de vue considéré. L'Etat a dû prendre une décision, qui n'est pas rigoureusement identique à ce que préconiserait un nutritionniste en termes de moyens à mettre en œuvre. En effet, il est indispensable de prendre en compte également les réalités socioculturelles et les enjeux économiques.

### **L'offre au consommateur : une incitation à la malbouffe ?**

#### **La jungle des marques et des signes de qualité**

Aujourd'hui, le consommateur reste sensible à la valeur ajoutée technologique et matérielle du produit, mais cette dernière est de plus en plus difficile à obtenir. En revanche, le consommateur cherche à retrouver des repères que la marque peut lui apporter. La marque devient alors un moyen de fournir du réconfort sur la qualité d'un produit à des clients qui, à cause de l'utilisation d'intermédiaires, ont perdu le lien avec les fabricants de leurs produits. De ce fait, la marque s'inscrit dans une perspective relationnelle ; l'entreprise veille et s'engage envers le client. En particulier, la marque devient aujourd'hui une source de confiance, dans un environnement devenu instable (incertitude de l'avenir, crise de la vache folle...), où le consommateur est en quête de repères. Parallèlement, on assiste à une profusion de « marqueurs de confiance », marque collective, certificats de qualité, labels, traçabilité etc., qui risquent de créer la confusion dans la perception du consommateur.

On observe également un autre phénomène : la pression des enfants et la volonté de la mère de faire comme les autres poussent à acheter de manière exclusive les produits de marque les plus représentés par les publicités : céréales du petit déjeuner, barres au chocolat, sodas, confiseries, chips... Ce mouvement de « suivi de la mode » se retrouve ainsi dans tous les types de foyers, à revenus importants ou non.

Aujourd'hui, les grandes marques tentent de conserver une clientèle ayant tendance à fuir les produits déconseillés par les campagnes de sensibilisation. Ainsi, c'est en mettant en avant la caution de médecins, nutritionnistes ou encore grands chefs cuisiniers<sup>14</sup> que les marques redorent leur blason tout en déculpabilisant le consommateur.

## **La législation**

### ***L'étiquetage***

Les consommateurs veulent savoir ce que contiennent les denrées alimentaires qu'ils achètent et peuvent souhaiter éviter certains ingrédients pour diverses raisons. En Europe, presque toutes les denrées alimentaires pré-emballées doivent être étiquetées conformément à la législation européenne.

Selon la législation en vigueur, il est obligatoire d'indiquer sur l'étiquetage tous les ingrédients entrant dans la fabrication des denrées alimentaires, y compris l'eau et les additifs, par ordre décroissant de leur importance pondérale (mentionnée sous la forme de pourcentage). Chaque ingrédient d'un « ingrédient composé » doit également être indiqué, sauf si celui-ci a déjà été mentionné comme ingrédient à part entière, ou s'il est présent en deçà de certaines quantités, sous réserve qu'il ne soit pas un allergène éventuel.

Par ailleurs, douze ingrédients alimentaires potentiellement allergènes ont été identifiés et ils doivent toujours être clairement indiqués sur l'étiquetage. De même, il existe des règles spécifiques sur l'étiquetage des additifs, des édulcorants, des aromatisants et des ingrédients produits à partir d'organismes génétiquement modifiés. Les ingrédients qui ont été irradiés doivent être indiqués en conséquence sur l'étiquette.

Ainsi, les consommateurs doivent recevoir des informations indispensables et précises pour pouvoir choisir en toute connaissance de cause. Des règles contraignantes en matière d'étiquetage doivent par conséquent garantir que le consommateur dispose des informations sur les caractéristiques du produit déterminantes pour le choix, sur la composition, le stockage et l'utilisation d'un produit. Les opérateurs devraient avoir la possibilité de donner davantage d'informations sur l'étiquette pour autant qu'elles soient correctes et non trompeuses.

Par ailleurs, la directive relative à l'étiquetage interdit d'attribuer à un quelconque aliment la propriété de prévenir, traiter ou guérir une maladie humaine ou de faire référence à de telles propriétés.

Toutefois, la terminologie qui apparaît sur les étiquettes n'est pas toujours très claire pour le consommateur et pour certains d'entre eux, son interprétation pose problème.

### ***La composition des produits***

Les producteurs d'ingrédients travaillent les matières premières pour en extraire des composants qui ont un bénéfice pour la santé ou sur la satiété. Les producteurs de produits finis privilégient également l'axe nutritionnel et réorientent ou élargissent leurs gammes de produits pour répondre à ces problématiques santé. Certains travaillent sur la réduction des « mauvaises graisses » présentes dans les aliments (acides gras saturés), du sucre ou de la taille des portions proposées au consommateur. D'autres proposent des produits pour réduire les facteurs de risques comme le cholestérol : à l'image de Danone avec ses yaourts Danacol enrichis en phytostérols. On trouve aussi certaines margarines contenant des stanols ou stérols de plantes (comme la gamme île de St Hubert), qui ont des vertus anti-cholestérol. Enfin, certains proposent aux consommateurs des produits Low Carb, c'est à dire contenant peu de glucides (moins de 20 grammes/jour) et qui sont présentés comme « magiques » pour lutter contre l'obésité, capitalisant sur l'effet de mode du régime. Ces produits n'ont toutefois pas percé en France car leur impact est catastrophique du point de vue cardiovasculaire (ils favorisent l'absorption de graisses et de protéines à la place des glucides).

### ***La sécurité des aliments***

A la suite des différentes crises alimentaires, le consommateur est inquiet à l'idée d'ingérer des produits qui ne seraient exempts de tout risque pour la santé. En ce sens, il est primordial que les industries agroalimentaires soient capables de fournir les preuves de sécurité des aliments produits.

Pour ce faire, l'Union Européenne via la Commission Européenne de Sécurité Alimentaire (DG Health and Consumer Protection) a constitué un certain nombre de règlements obligatoires pour toute entreprise agroalimentaire. A cela s'ajoutent de nombreuses recommandations (ex : le livre blanc) et la méthode HACCP est mise en oeuvre autant que possible. Enfin, chaque entreprise peut mettre en oeuvre son propre plan concernant la sécurité des produits.

### **La politique de communication des industries agroalimentaires**

L'objectif de n'importe quelle entreprise est de réaliser des profits. Le discours de l'industrie vis-à-vis du consommateur est donc forcément partial, partiel, voire manipulateur. Cela peut être analysé à travers les

nombreuses publicités apparues depuis quelques années et se focalisant sur un des composants de l'aliment, écartant volontairement les autres.

En effet, le rapport santé-alimentation a pris une ampleur de plus en plus grande dans notre société ces dernières années. D'une part, les nombreuses crises sanitaires, comme celle de la « vache folle » ont forcé le consommateur à s'intéresser à ce qu'il mange. D'autre part, les études scientifiques de plus en plus nombreuses et portant sur tout ce qui constitue notre alimentation (des additifs aux Oméga 3), relayées par les médias, ont elles aussi eu un impact fort sur l'opinion publique. Face aux inquiétudes croissantes des consommateurs concernant leur alimentation, les industries agroalimentaires ont développé des stratégies de communication visant à rétablir ou à conserver un lien de confiance entre l'industrie et le consommateur. Les produits ne sont plus présentés de la même manière qu'auparavant. Les notions de tradition, terroir et qualité nutritionnelle sont mises en avant pour bon nombre de produits ; ce qui conduit parfois à une frénésie d'informations sur les propriétés nutritionnelles ou à une confusion chez le consommateur. Pour d'autres aliments, il s'agit au contraire de mettre en avant la nouveauté à travers, le plus souvent, un seul composant du produit.

### Controverse autour des nouveaux produits de l'agroalimentaire

Les industries agroalimentaires utilisent les recommandations des nutritionnistes et l'impact de ces recommandations sur la population pour établir de nouveaux produits. C'est ainsi qu'elles développent des aliments qui jouent sur un ingrédient majeur tout en masquant les autres composants de l'aliment. Les industries agroalimentaires répondent ainsi aux attentes des consommateurs par la création d'aliments-santé, riches en Oméga 3<sup>15</sup> ou en L caséi défensis, dans l'exemple d'Actimel. Très souvent, l'apparition sur le marché de ces produits fait suite à des études révélant l'impact positif sur la santé de l'ingrédient mis en valeur dans le produit. Les industries agroalimentaires s'appuient donc bien sur des faits scientifiques pour créer de nouveaux produits. Toutefois, ils évitent de mentionner les autres ingrédients qui sont là pour rendre le produit savoureux et meilleur mais qui eux ne présentent pas le même intérêt nutritionnel dans la majorité des cas. Il s'agit bien souvent de lipides ou de glucides présents en grande quantité. Il existe donc une controverse dans la démarche des industries agroalimentaires.

<u>Danone : Actimel</u>	<u>Les Omega 3</u>
<p>La société Danone est parvenue dans ce produit à modifier un aliment traditionnel par l'ajout d'un principe actif : le L caséi défensis, une bactérie qui renforce les défenses immunitaires au niveau de la flore et de la paroi intestinale. Comme les industries ne peuvent vanter les mérites d'une substance que si son effet bénéfique a été prouvé, il est évident que l'action positive de cette bactérie a bien été mise en évidence scientifiquement. En effet, il existe de grandes contraintes en France sur la véracité des infos données à propos de l'effet de tel produit. L'allégation fonctionnelle doit être fondée sur des données scientifiques rigoureuses. Le problème se trouve donc ailleurs. Si l'on s'intéresse à la teneur en glucides d'une bouteille d'Actimel standard, on constate des taux élevés. C'est précisément sur ce point que sont critiquées les industries agroalimentaires car leur démarche n'est pas claire aux yeux de tous : comment peuvent-ils vendre un produit qui d'une part « améliore » la santé du consommateur et d'autre part, la détériore doucement ? Pour répondre à ces critiques, Danone a commercialisé Actimel 0%. Il s'agit pour cette entreprise d'être crédible auprès du consommateur. Certains partisans de la « bonne bouffe » accusent ainsi les industries agroalimentaires de continuer à fabriquer des produits riches en graisses et/ou en sucres (souvent de basse qualité) tout en proposant</p>	<p>Etudions, sur un exemple, la proposition des industries agroalimentaires d'« aliments enrichis » : le cas des produits enrichis en Oméga 3.</p> <p><u>Contexte</u> : Un faisceau de travaux expérimentaux et épidémiologiques suggère que la consommation régulière d'acides gras oméga 3 pourrait être associée à des effets cardiovasculaires bénéfiques.</p> <p><u>Produits d'application</u> : Les différents vecteurs d'enrichissement en acides gras oméga 3 qui sont présents sur le marché français sont notamment : les produits laitiers dont le lait, les oeufs, le beurre, la margarine, les huiles, la crème fraîche, les viandes et les produits de charcuterie et le pain.</p> <p><u>Population cible</u> : Les faibles consommateurs de poissons seraient susceptibles de tirer le meilleur profit d'un enrichissement des aliments en oméga 3. Une autre approche consiste à considérer comme population cible les adultes ayant un risque cardiovasculaire moyen voire élevé.</p> <p><u>Dose Journalière</u> : La FDA (Food and Drug Administration) recommande une consommation minimum de 2 g par jour, maximum de 3 g par jour.</p> <p><u>Controverse</u> : Les bienfaits des oméga 3 seraient</p>



<p>en parallèle des produits censés être meilleurs pour la santé (et souvent plus chers). Est-ce du ressort des industries agroalimentaires de responsabiliser les consommateurs ou est-ce une des fonctions que doit remplir l'Etat (par l'éducation des gens) ? Peut-on parler d'une société de consommation à deux vitesses, avec d'une part les personnes qui n'ont pas d'autres choix que de manger pas cher, donc de mauvaise qualité et d'autre part les personnes qui elles ont le choix d'équilibrer leur alimentation, de manger sainement ? Est-ce réellement impossible de manger équilibré avec un petit budget ? On retombe sur les problèmes socioculturels et économiques.</p>	<p>actuellement remis en cause. Néanmoins, rien n'a été prouvé à ce jour mis à part le bienfait sur la reconstruction cardio-vasculaire après un infarctus.</p> <p>On voit sur cet exemple une adaptation de l'industrie agroalimentaire face à un problème de santé publique. Néanmoins, il reste indispensable d'être prudent face aux produits de type « enrichis » et leurs allégations nutritionnelles santé ou fonctionnelles. L'offre agroalimentaire vise toujours l'objectif d'occuper une part de marché la plus large possible, et aujourd'hui elle investit le terrain des aliments-santé – souvent au grand désespoir des médecins et nutritionnistes.</p>
--	---

Les industries agroalimentaires profitent de l'opportunité offerte par le phénomène de la malbouffe : de nouveaux marchés sont ouverts. Ainsi, le monopole des grandes marques, les campagnes de publicité et les nouveaux produits allégés ou enrichis en constituants pro-santé constituent quelques exemples de la réaction des industries, ceci dans l'objectif de combler les attentes du consommateur.

### **Conclusion**

Informers, responsabiliser, interdire : il est difficile de proposer des solutions. Les positions de chacun des acteurs se rejoignent sur un même plan : le domaine politique, qui est à la croisée des discours. Pour trouver des solutions, il existe de nombreuses pistes à exploiter : c'est à l'Etat principalement que revient cette tâche. Les solutions déjà en place consistent à informer (campagnes des PNNS), responsabiliser (semaine du goût dans les écoles) et interdire (suppression des distributeurs automatiques dans les collèges et lycées depuis Septembre 2005). Pour aller plus loin, il pourrait être judicieux de développer des formes de déontologie plus musclées des entreprises, changer la façon d'informer (explication des termes « lipides » et « glucides », faire pression pour une amélioration de la lisibilité des étiquettes ?), responsabiliser (faut-il éduquer les enfants à l'école dès le plus jeune âge ou ce rôle revient-il aux parents ?).

Néanmoins, quelles que soient les formes d'actions envisagées, l'Etat se doit de promouvoir une alimentation saine. Dès lors, en particulier pour les catégories les plus pauvres de la population, les outils d'intervention se situent à un double niveau : nutritionnel (normes de fabrication, information et éducation, contrôle des messages publicitaires...) et économique (prix, revenu, normes d'étiquetage...). Une politique visant à abaisser les coûts de certains produits (cas des fruits et légumes) reste souhaitable même si cette mesure ne cible pas uniquement la population défavorisée. Parallèlement, des interventions adressées à l'industrie agroalimentaire apparaissent nécessaires au niveau de l'offre de produits, afin de renforcer la qualité nutritionnelle des produits premiers prix (normes de production) et sa visibilité (étiquetage) tout en veillant à ce qu'elle soit au moins équivalente à celle des produits de marque.

Ces solutions ne sont que des pistes à explorer, mais la complexité du problème ne permet pas d'aboutir à résolution instantanée. En effet, chaque acteur tient à conserver ses propres intérêts. Il s'agit alors de trouver un compromis.

## Bibliographie

- 
- 1 De Rosnay Joël et Stella, La Malbouffe, 1981, éd. Points, 185p.
  - 2 [www.cofrescoinstitute.com](http://www.cofrescoinstitute.com) pour l'analyse du consommateur du XXI<sup>e</sup> siècle
  - 3 <http://www.healthandfood.be>
  - 4 Contraintes Budgétaires et Choix Alimentaires : Pauvreté Des Ménages, Pauvreté de L'alimentation? , décembre 2005, INRA Sciences sociales, France Caillavet et Nicole Darmon
  - 5 Alimentation et précarité N°31, octobre 2005, bulletin édité par le CERIN
  - 6 Source : Credoc -Urbanisme - France
  - 7 Source : Crédoc Etude réalisée entre 1998 et 2000 sur le comportement alimentaire des Français
  - 8 FISCHLER Claude, l'Homnivore, le goût, la cuisine et le corps. Odile Jacob, Paris, 1990, 414 p.
  - 9 [www.ruralinfos.org](http://www.ruralinfos.org)
  - 10 [www.wikipedia.fr](http://www.wikipedia.fr)
  - 11 [www.doctissimo.fr](http://www.doctissimo.fr)
  - 12 [www.mcdonalds.ca](http://www.mcdonalds.ca)
  - 13 [www.mangerbouger.fr](http://www.mangerbouger.fr)
  - 14 Les Marques Alimentaires Cautionnées par des Grands Chefs de Cuisine, un Retour vers la Confiance du Consommateur ? Paul-Emmanuel Pichon Juin 2002 Cahier de recherche no. 2002 – 148
  - 15 Acides Gras de la Famille Omega 3 et le système cardiovasculaire : intérêt nutritionnel et allégations, Juin 2003, Groupement de professionnels