

Colloque du



RÉ- ENCHANTER L'ALI MEN TATION ?

**ACTES DU
COLLOQUE
2013**



Conseil National de l'Alimentation
251 rue de Vaugirard
75732 Paris Cedex 15
Tél. : 01 49 55 80 78 – Fax : 01 49 55 59 48
cna.dgal@agriculture.gouv.fr
www.cna-alimentation.fr

Avec le soutien :
de la Confédération générale de l'alimentation en détail
du Conseil général de la Drôme
du Groupe coopératif UVICA
de la Chambre d'Agriculture de la Drôme
de Ferrero France



Groupe coopératif UVICA



FERRERO

Affiche : Gloria SODORE

**Mardi 11 juin
2013**

Conseil général de la
Drôme
26 rue Président
Herriot
VALENCE

8 h 30 *Accueil des participants autour d'un café*

9 h 00 **Allocutions d'accueil.**

M. Didier GUILLAUME, Président du Conseil Général de la Drôme, vice-Président du Sénat.

M. Bernard VALLAT, Président du CNA.

09h20 **Évolution des perceptions et des attentes des consommateurs.**

Mme Pascale HEBEL, Directrice du département consommation du CREDOC, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie.

10h00 **Du nutriment à l'aliment : quelle(s) histoire(s) !**

Pr. Jean-Pierre CORBEAU, sociologue.

10h40 **Donner du sens à notre assiette, hier, aujourd'hui et demain.**

M. Bruno PARMENTIER, ingénieur et économiste, ancien Directeur général du groupe École supérieure d'agriculture d'Angers.

11h20 **Table ronde : Ré-enchanter l'alimentation, un projet partagé ?**

Animation : Louis **ORENGA**, Directeur général d'INTERFEL

M. Alain BERGER, Délégué interministériel aux industries agroalimentaires et à l'agro-industrie,

Pr. Jean-Louis BRESSON, Professeur de médecine,

M. Laurent KLEIN, Président de la SAF, Société des Agriculteurs de France,

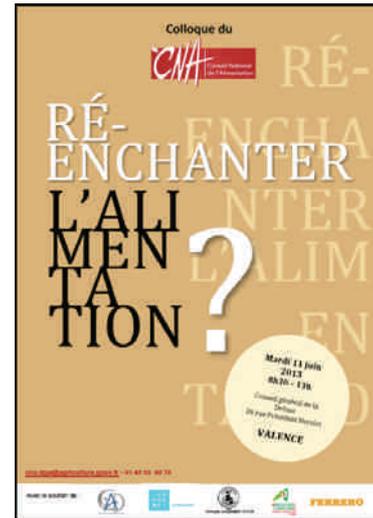
M. Maurice LONY, Directeur de la Fédération Française des Banques Alimentaires,

M. Denis BERTRAND, Chef sommelier du restaurant PIC à Valence.

13h00 **Allocution de M. Pierre-André DURAND, Préfet de la Drôme.**



Colloque du 11 juin 2013, à Valence (Drôme) :
"Ré-enchanter l'alimentation ?"
Résolutions



Les constats

1. L'alimentation véhicule des valeurs sociétales et éthiques, aussi diverses soient-elles.
2. Le modèle alimentaire français est caractérisé principalement par trois repas structurés, diversifiés, pris à des heures régulières et partagés ; chez l'enfant un goûter le complète¹ ; ce modèle, qui favorise l'équilibre alimentaire et la régulation des prises alimentaires, contribue à un comportement favorable à la santé et à la lutte contre le surpoids.
3. La tradition culinaire, qui sait évoluer pour intégrer les apports des populations immigrées et les évolutions technologiques, est un élément identitaire, structurant, de la société.
4. Le repas gastronomique des Français a été inscrit par l'UNESCO au patrimoine mondial immatériel de l'Humanité, reconnaissant ainsi son caractère propre, sa dimension structurante et symbolique, mais aussi la nécessité de le défendre et de le valoriser.
5. Les acteurs de la filière alimentaire maillent le territoire national et contribuent à la vitalité économique des territoires ; le modèle alimentaire français est un puissant créateur d'emplois et contribue à faire de la France la première destination touristique mondiale.
6. L'éducation au goût² et la transmission inter-générationnelle sont des vecteurs essentiels pour construire une relation simple et équilibrée à l'alimentation.
7. La restauration collective, notamment scolaire et universitaire, qui concerne les jeunes issus de tous les milieux sociaux, joue un rôle déterminant dans la promotion d'une alimentation saine et équilibrée, ainsi que dans la transmission des cultures alimentaires et la cohésion sociale.
8. Au-delà de l'appui économique qu'elle fournit à ses bénéficiaires, l'aide alimentaire permet également de développer des actions de socialisation avec les populations concernées, grâce notamment à une approche positive et à des pratiques favorisant la réappropriation de l'acte culinaire.
9. Selon les populations, certaines recommandations nutritionnelles et de santé peuvent avoir des impacts indirects contraires aux objectifs poursuivis, notamment les messages perçus comme culpabilisants³.
10. La perte de lien des consommateurs urbains avec les producteurs, les produits alimentaires et leur histoire, ainsi que la médiatisation croissante des risques alimentaires, sont vecteurs d'inquiétude et de perte de confiance, pouvant contribuer à des arbitrages défavorables aux dépenses alimentaires dans un contexte de réduction du pouvoir d'achat des ménages.

¹ Sans préjudice des spécificités de l'alimentation du nourrisson.

² L'éducation au goût commence très tôt et conditionne les choix des adultes.

³ Ce qui ne signifie pas qu'il faille abandonner les actions d'amélioration de la qualité de la ration alimentaire et de la composition des produits, ainsi que d'éducation nutritionnelle.

Le Conseil National de l'Alimentation, à l'issue de son Colloque du 11 juin 2013 :

1. *recommande* que la **politique publique de l'alimentation**, inscrite dans la loi et déclinée, notamment, via le Programme national pour l'alimentation (PNA) et le Programme national nutrition santé (PNNS), s'appuie sur une approche positive et conviviale de l'alimentation, pour tous les publics, et qu'elle vise notamment à promouvoir le modèle alimentaire et le patrimoine culturel alimentaire français, métissés et évolutifs, pour les repas du quotidien ; *prône* pour ce faire de s'appuyer sur les forces de nos cultures, avec le temps consacré aux repas, leur structure, les ingrédients utilisés, leur préparation, leur convivialité, leur séquence qui rythme la journée... ;
2. *souligne* la nécessité de placer le mangeur au centre de la politique publique de l'alimentation et de **re-crée**r du lien entre l'agriculture, l'alimentation et le consommateur ;
3. *insiste* sur la nécessité d'une **approche globale** de l'alimentation et des contextes de consommation, notamment lors de la définition des repères nutritionnels officiels ; conseille en conséquence que les sciences sociales⁴ soient mobilisées lorsqu'il s'agit de concevoir et d'évaluer messages et actions ;
4. *soutient* les initiatives des associations caritatives qui visent à accompagner les bénéficiaires de l'aide alimentaire pour que l'alimentation soit un **facteur de socialisation et de partage** pour les populations concernées, notamment par les ateliers de cuisine, lieux d'échange et de ré-enchantement de la vie quotidienne⁵ ;
5. *préconise* de prendre en compte les spécificités de la production alimentaire dans le cadre d'une véritable politique publique **économique** de l'alimentation, et notamment d'envisager, si nécessaire, les évolutions pertinentes du Code des marchés publics ; *recommande* de prendre en compte, dans les politiques alimentaires et les éventuelles évolutions du droit national, européen et international⁶, le fait que l'aliment n'est pas une marchandise comme les autres et que les productions agricoles et alimentaires doivent relever de **régulations spécifiques** ;
6. *considère* que la **notion de prix juste** de l'alimentation et des aliments doit prévaloir sur celle de prix bas et le concept de moins disant, en lien avec la création et le partage de valeur sur l'ensemble de la chaîne alimentaire, la juste rémunération des acteurs à toutes les étapes de la filière, ainsi qu'avec la prise en compte des contraintes environnementales, éthiques⁷ et économiques ;
7. *rappelle* l'intérêt de préserver la **diversité** des races et variétés anciennes et en devenir, issues d'une sélection qui a permis leur adaptation aux terroirs et climats, contribuant à la richesse de la gastronomie en France ;
8. *souligne* l'importance de **l'éducation sensorielle**, notamment du goût, dès le plus jeune âge et l'importance de conduire des actions au plus près du terrain en direction des futurs et jeunes parents, ainsi que des enfants et des jeunes ;
9. *souligne* l'importance du **discours** et de la communication dans la sphère publique, qui peut susciter une prise de conscience quant à l'importance de l'acte alimentaire et culinaire et de la transmission des valeurs qui leurs sont liées ; *recommande* de mieux valoriser, dans le pays comme à l'étranger, la reconnaissance par **l'UNESCO** du repas à la française comme patrimoine mondial immatériel ;
10. *envisage* d'approfondir ses réflexions sur les voies du ré-enchantement de l'alimentation dans le cadre de groupes de travail qui traiteront :
 - de la restauration scolaire et son contexte, incluant l'éducation au goût et aux cultures culinaires ;
 - des obstacles, des moteurs et des actions à promouvoir pour ré-enchanter notre alimentation.

⁴ Incluant les compétences des spécialistes du marketing et de la publicité

⁵ Voir l'Avis n°72 du CNA « Aide alimentaire et accès à l'alimentation des plus démunis en France » (22 mars 2012).

⁶ Voir l'Avis n°59 du CNA « Nouveaux facteurs légitimes de régulation du commerce international des denrées alimentaires » (7 février 2008).

⁷ Cf. notamment la notion de Responsabilité sociale et environnementale (RSE) des entreprises agroalimentaires.

Sommaire

RÉSOLUTIONS	5
Ouverture du colloque	10
Pierre COMBE, <i>Vice-Président du Conseil général de la Drôme.</i>	
Bernard VALLAT, <i>Directeur général de l'Organisation mondiale de la Santé Animale, Président du Conseil National de l'Alimentation.</i>	
Évolution des perceptions et des attentes des consommateurs	12
Pascale HEBEL, <i>Directrice du département consommation du CREDOC, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie.</i>	
Du nutriment à l'aliment : quelle(s) histoire(s) !	19
Jean-Pierre CORBEAU, <i>Professeur émérite de sociologie, Université François Rabelais de Tours.</i>	
Donner du sens à notre assiette	25
Bruno PARMENTIER, <i>Ingénieur et économiste, ancien Directeur général du groupe École supérieure d'agriculture d'Angers.</i>	
Table ronde : Ré-enchanter l'alimentation, un projet partagé ?	32
Alain BERGER, <i>Délégué interministériel aux industries agroalimentaires et à l'agro-industrie.</i>	
Jean-Louis BRESSON, <i>Professeur de médecine.</i>	
Laurent KLEIN, <i>Président de la Société des Agriculteurs de France.</i>	
Maurice LONY, <i>Directeur de la Fédération Française des Banques Alimentaires.</i>	
Denis BERTRAND, <i>Chef sommelier du restaurant Pic, à Valence.</i>	
animée par Louis ORENGA, <i>Directeur général d'INTERFEL.</i>	
Conclusion	40
Pierre-André DURAND, <i>Préfet de la Drôme.</i>	
Biographies des intervenants	42

Ouverture du colloque



Pierre COMBE,

Vice-président du Conseil général de la Drôme, chargé du tourisme, de l'agriculture et du développement rural, représentant M. Didier GUILLAUME, Président du Conseil général de la Drôme et Premier Vice-Président du Sénat.

M. Pierre COMBE prie l'assemblée de bien vouloir excuser M. Didier GUILLAUME, empêché.

Le département est fier et heureux d'accueillir le colloque annuel du Conseil National de l'Alimentation. Pierre COMBE salue par ailleurs M. Gilles PELURSON, directeur de la DRAAF Rhône-Alpes, présent dans la salle.

Le département de la Drôme peut être considéré, d'un point de vue agricole, comme « une petite France » : toutes les filières agricoles y sont représentées. Douze appellations d'origine contrôlée – AOC – et autant d'indications géographiques protégées – IGP – sont implantées dans le département. La Drôme est par ailleurs le premier département français pour l'agriculture biologique.

Le programme *Manger mieux, manger bio*, conduit dans les collèges drômois depuis maintenant dix ans, permet d'apporter aux collégiens une qualité alimentaire supérieure. La grande diversité agricole du territoire a permis de proposer des produits issus de l'agriculture biologique et de proximité. Ce dispositif a impliqué une formation spécifique des personnels et la mise à disposition de diététiciens pour les établissements. Ce programme porte aujourd'hui ses fruits dans la trentaine de collèges du département.

Une plateforme des nouvelles techniques en agriculture biologique (*Plateforme TAB*), entrée en service depuis quelques mois, permet d'expérimenter des techniques alternatives dans le domaine biologique. Cette initiative drômoise, mais à vocation nationale, a pour ambition de devenir un site de transfert pour les agriculteurs souhaitant s'orienter vers des techniques alternatives.

Le salon international *Tech&Bio* se tient tous les deux ans dans la Drôme. C'est l'occasion d'un grand moment de partage avec l'ensemble des opérateurs investis dans les productions biologiques.

Plus récemment, *Agriocal*, un outil de mise en relation entre les agriculteurs de proximité et les gestionnaires des collèges, a été mis au point. L'ambition est de développer cet outil dans d'autres départements et vers d'autres acheteurs de la restauration collective.

La thématique du colloque du CNA, ***Ré-enchanter l'alimentation ?***, est positive et porteuse d'espoir, dans une actualité et des situations pesantes. Les conclusions des débats devraient permettre d'envisager l'avenir avec plus de sérénité. M. COMBE remercie le CNA d'avoir choisi Valence pour la tenue de sa réunion décentralisée annuelle.

Bernard VALLAT,

Directeur général de l'Organisation Mondiale de la Santé Animale, Président du Conseil National de l'Alimentation.

M. Bernard VALLAT remercie les membres du CNA et les personnes présentes, ainsi que tous ceux sans lesquels cet événement n'aurait pu être organisé : le Conseil général, la Chambre d'Agriculture de la Drôme, la Préfecture et la Direction départementale de la protection des populations, la Coopérative Viticole drômoise UVICA et Coop de France, la société Ferrero, ainsi que la Confédération générale de l'alimentation de détail (CGAD).

La Drôme est un département français où la qualité de l'alimentation est une priorité et se reflète dans les politiques locales. C'est un plaisir que d'y tenir le colloque **Ré-enchanter l'alimentation ?** par lequel le CNA souhaite mettre en avant les aspects jubilatoires du lien entre l'homme et son aliment et afficher la nécessité de limiter, autant que faire se peut et dans le respect de la santé publique, les messages anxigènes qui culpabilisent parfois de façon exagérée les consommateurs. Au-delà des messages positifs qui seront formulés aujourd'hui, n'oublions pas que le ré-enchantement de l'alimentation constitue, outre un puissant instrument de bonheur sociétal, un instrument économique efficace. Rappelons tout simplement qu'une majorité des 80 millions de visiteurs annuels choisissent la France comme destination pour sa gastronomie.

À l'issue de ce colloque, des conclusions écrites seront proposées puis diffusées, afin que les débats aient une portée qui aille bien au-delà de cette salle.

Évolution des perceptions et des attentes des consommateurs



Pascale HEBEL,

Directrice du département Consommation du CREDOC, Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie.

La désaffection.

Pourquoi la question du ré-enchantement de l'alimentation se pose-t-elle aujourd'hui ? Que s'est-il passé en France depuis dix ou quinze ans ?

Nous pouvons identifier deux principaux facteurs explicatifs. Le premier relève du domaine économique : la crise économique actuelle génère des changements de comportements de consommation qui impactent, notamment, la consommation alimentaire. Le second est lié aux messages nutritionnels diffusés dans le cadre de la politique de santé publique qui s'est progressivement mise en place, messages qui ont changé les registres de référence des mangeurs.

Les aspects économiques.

Selon les données de l'INSEE⁸ relatives à l'évolution du pouvoir d'achat publiées au début du mois de juin 2013, la crise actuelle impacte plus fortement le consommateur que la précédente. En 1993 et 1994, le pouvoir d'achat des ménages avait diminué pendant deux années consécutives, avant de baisser de nouveau en 1996. En 1997 - qui correspondrait, pour la crise actuelle, à l'année 2013 - le pouvoir d'achat avait rebondi. Une période relativement faste avait suivi, avec une croissance annuelle du pouvoir d'achat de 1,7%.

La crise actuelle a commencé en 2008. En 2012, le pouvoir d'achat des ménages a diminué de près de 2% (1,9%) alors que, selon l'indicateur INSEE de l'évolution des dépenses de consommation, la consommation ne diminuait, elle, que de 1,2% : les consommateurs ont donc puisé dans leur épargne. Nous sommes en 2013 à un niveau de consommation relativement bas, après plusieurs années de décroissance (2008, 2009, 2011 et 2012).

8 Institut national de la statistique et des études économiques.

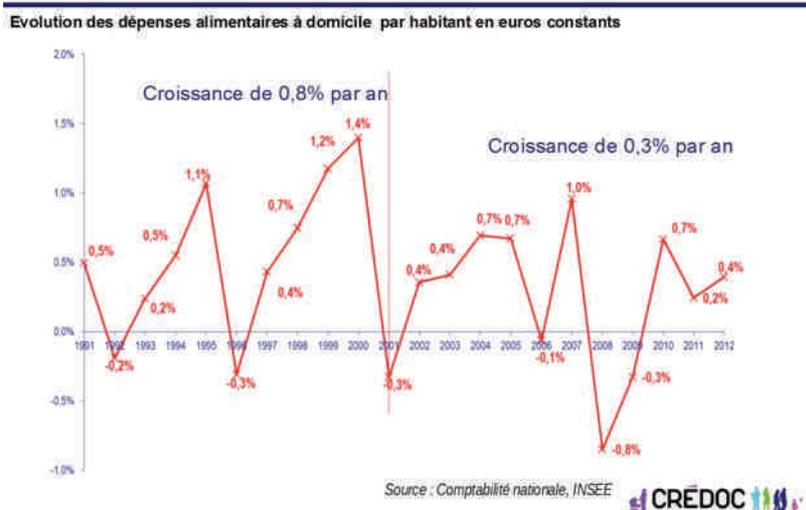
Des dépenses alimentaires à domicile par habitant (hors inflation) en baisse en 2008 et 2009



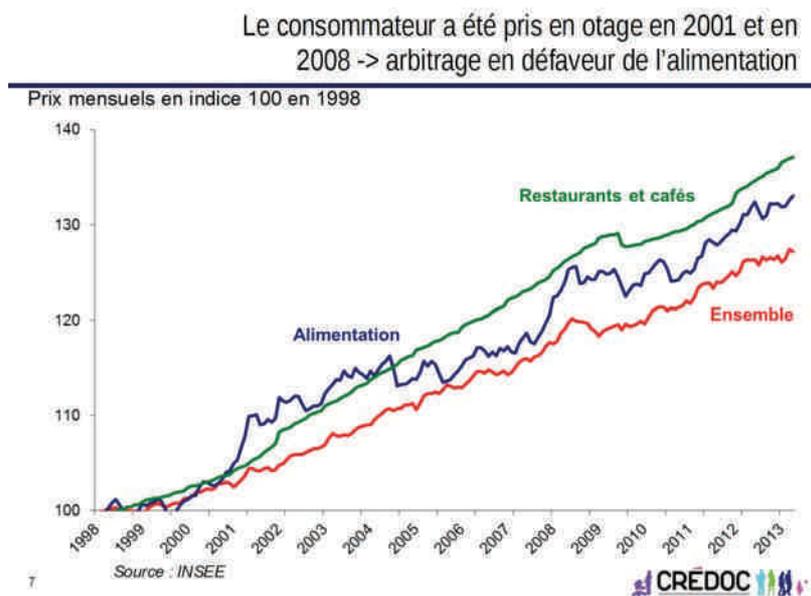
Attachons-nous plus spécifiquement à la consommation alimentaire à domicile. Celle-ci a continué à croître de l'ordre de 0,8% par an pendant la crise de 1993, même pendant les années les plus difficiles : à cette époque, l'alimentation n'était pas une variable d'ajustement budgétaire. Ces années correspondaient par ailleurs à des périodes de crises sanitaires qui ont pu inciter les consommateurs à accorder plus d'attention à leurs achats alimentaires. A l'inverse, depuis les années 2000, depuis le passage à l'euro et le ralentissement de la croissance, la consommation alimentaire ne progresse plus que de 0,3% par an en moyenne. L'année 2008 a même enregistré une baisse inédite des dépenses alimentaires par habitant en volume (-0,8%), suivie d'une deuxième année de baisse en 2009 (-0,3%). La crise économique, conjuguée à une forte hausse des prix des produits alimentaires (en 2008, malgré une baisse de consommation, la valeur du poste alimentation à domicile augmente de 5%), a généré d'importants changements de comportements de consommation, tels que la substitution de produits et la mise en place d'une frugalité alimentaire.

En 2012, toujours selon l'INSEE, la consommation se maintient (+0,4%, +0,2%), comme si, après une forte diminution des dépenses alimentaires, un seuil avait été atteint. Les principaux produits en diminution sont la viande (dont le prix augmente), les poissons, les huiles, les boissons sucrées (effet des taxes) et les boissons alcoolisées (plus facilement considérées comme superflues).

Des dépenses alimentaires à domicile par habitant (hors inflation) en baisse en 2008 et 2009



La restauration hors domicile (RHD) constitue après l'alimentation à domicile, le deuxième débouché de la filière alimentaire. Alors que le poids relatif de ce secteur diminue en volume, les dépenses connaissent une hausse structurelle. L'année 2000 marque un véritable coup d'arrêt, comme l'année 1995. Ceci s'explique par une très forte hausse des prix au moment du passage à l'euro et par la diminution du nombre de journées travaillées. Du fait, d'une part, de la mise en place de la réduction du temps de travail, d'autre part, de l'augmentation du chômage, le nombre de déjeuners pris à l'extérieur diminue. L'un des facteurs explicatifs mis en évidence par l'INSEE est la croissance des dépenses contraintes liées au logement (principalement à l'énergie et à l'eau), qui conduit *de facto* à un arbitrage en défaveur de l'alimentation.



Les prix de la RHD ont augmenté lors du passage à l'euro, alors que ceux de l'alimentation à domicile avaient augmenté plus tôt (en 2001). En 2008, l'augmentation du coût des matières premières a eu une très forte répercussion sur les prix alimentaires, générant une véritable désaffection des consommateurs. L'année 2012 enregistre encore 3,1% d'inflation pour l'alimentation, mais les conséquences sont moindres qu'en 2008 en termes de volumes. Depuis 1998 (base 100), l'inflation des prix alimentaires est supérieure de quelques 10 points à l'inflation globale, et celle de la restauration est encore plus élevée, du fait de l'augmentation des prix. La baisse de la TVA de 14 points en RHD en 2010 a entraîné une légère baisse des prix à la consommation, mais cette baisse est restée nettement inférieure à 14 points, alors que, à l'inverse, l'augmentation de la TVA de 2 points en 2012 s'est traduite par une augmentation des prix de plus de 2 points. L'inflation est supérieure de près de 30 points à l'inflation générale en RHD. Les plus fortes hausses de prix alimentaires : 5% en 2008 et 3,1 % en 2012.

Quels changements ces éléments ont-ils générés chez le consommateur ?

L'enquête consommation du CREDOC a pu poser la même question en 2008 et en 2013 : « *Face à la hausse des prix des produits alimentaires, que faites-vous ?* ». Un tiers des Français déclare se restreindre sur d'autres postes de dépenses. Mais les autres mettent en place des stratégies pour ne pas augmenter leurs dépenses alimentaires.

En 2008, 28% de Français, plutôt jeunes, déclaraient se tourner davantage vers les premiers prix (stratégie dite « trading down »). C'est l'époque du développement du hard discount, des premiers prix et des marques de distributeurs. Depuis, avec la Loi de modernisation de l'économie (LME), les écarts de prix se sont réduits. Une partie des consommateurs a été déçue par les premiers prix, ces produits sont moins présents dans les rayons, et moins de consommateurs ont recours à cette stratégie (22%) - qui reste cependant majoritaire.

Deux autres stratégies sont mises en œuvre, en 2008 comme en 2013, essentiellement par des consommateurs plus âgés : supprimer des produits peu nécessaires ou diminuer les quantités. Les produits achetés sont moins transformés, et, pour certaines catégories de consommateurs (les plus jeunes) les fins de repas tendent à disparaître.

Ainsi, conjuguée avec le ralentissement de la croissance de la population en France, la diminution des dépenses alimentaires par habitant a un impact économique dommageable pour le secteur alimentaire. En 2013 :

- les plus jeunes mettent en place des stratégies de trading down (gammes de prix moins élevés) ;
- les 50-64 ans diminuent les achats de produits non nécessaires ;
- les plus de 65 ans tendent à diminuer les quantités ;
- les 35-49 ans substituent. La consommation d'œufs, qui baissait régulièrement jusqu'en 2007, connaît depuis des croissances importantes (+3,4% en 2012). Les pâtes et riz ont connu une croissance importante en 2012. La consommation de compotes et de légumes en conserve se porte bien. Certains plats préparés sont plutôt en ralentissement.

Le tout santé.

Un autre phénomène peut expliquer le désenchantement des consommateurs vis-à-vis de l'alimentation : ce sont les crises sanitaires et leur médiatisation. Depuis la crise de la vache folle, l'alimentation est devenue un phénomène de société. Avant 1996, on en parlait assez peu. Les seuls événements qui mériteraient d'être cités depuis les années 1970 seraient le tract de Villejuif, qui mettait en doute des colorants dans le développement de cancers (mais il s'agissait d'un tract distribué dans la rue) et le boycott du veau aux hormones dans les années 1980.

Depuis 1996, l'alimentation est devenue un sujet médiatique. Alors que la mortalité directe liées aux aliments est très faible (une centaine de cas par an, contre 20.000 à 50.000 cas au début du XXème siècle), l'alimentation est devenue le 4ème risque perçu par les Français, après les accidents de la route, la pollution et le risque nucléaire.

Mais le phénomène le plus important est sans doute l'émergence d'enjeux de santé dans l'alimentation, du fait d'actions d'envergure conduites par les industriels et les pouvoirs publics, alors que les Français n'avaient pas du tout cette perception de leur alimentation. Nous mangions comme nos parents, sans nous poser de questions, notamment en matière de nutrition.

Entre 1993 et 2003, le nombre de Français qui pensent que l'on peut avoir des problèmes importants du fait de son alimentation augmente de 8 points !

Lors de la crise de la vache folle, toute la filière a su se mobiliser pour mettre en place la traçabilité. Cela a eu un coût, mais a contribué à rassurer les consommateurs. Les Français sont ceux qui, au niveau mondial, ont le mieux intégré la traçabilité et la comprennent le mieux. Mais, alors que les risques sanitaires font moins peur, les inquiétudes sur les risques nutritionnels se développent notamment du fait de l'augmentation de l'obésité et de la mise en place, en 2001, du Plan national nutrition santé (PNNS).

Entre 2003 et 2007, la culpabilité des Français enregistre une très forte hausse. En trois ans, en réponse à la question « *Est-ce que vous avez une bonne alimentation ?* », le nombre de personnes qui considèrent bien manger a chuté de 12%. Les messages diffusés ont créé de la dissonance. En 2007, en effet, les messages nutritionnels apparaissent très contradictoires.

L'évolution des représentations est particulièrement significative. Lorsqu'on leur demande « *Si je vous dis « bien manger, à quoi pensez-vous ?* » :

- avant l'ESB, dans les années 1988, les gens répondent en parlant des plats de façon très concrète (manger des plats copieux, manger au restaurant, prendre un dessert, un café, des plats mijotés, appétissants...);
- en 1995, on conceptualise davantage le concept du bien manger en évoquant le partage, la convivialité, la présentation, les saveurs ;
- en 2007, les Français restituent les messages du PNNS et n'utilisent plus que des termes restrictifs (éviter de manger du sucre, etc), avec une préoccupation centrale : ne pas grossir.

Le changement est générationnel. Ce sont surtout les jeunes adultes (18-25 ans) qui ont un nouveau rapport à l'alimentation.

Après 2010, les pouvoirs publics ont essayé de revenir sur le « tout santé » notamment avec la mise en place du Programme national pour l'alimentation (PNA), l'inscription du repas gastronomique des Français au patrimoine immatériel de l'UNESCO et l'hypothèse que le modèle alimentaire français - basé sur la convivialité, la diversité alimentaire, des horaires fixes et la structuration des repas autour de trois plats principaux - pourrait expliquer que l'obésité soit deux fois plus faible en France qu'aux Etats-Unis. C'est ce qu'affirme l'introduction du PNA. Ce revirement fait évoluer la façon de concevoir l'alimentation et le plaisir semble de nouveau figurer parmi les valeurs des personnes interrogées – mais les inquiétudes nutritionnelles ont été solidement installées dans l'esprit des Français.

Selon le baromètre de l'alimentation du ministère chargé de l'agriculture, la préoccupation santé diminue quelque peu entre 2007 (où 22% des personnes interrogées citaient la santé comme préoccupation première liée à l'alimentation) et 2011 (où ils ne sont plus que 15%). Le plaisir progresse, mais aussi la nécessité – phénomènes liés aux effets de la crise.

Par ailleurs, depuis 2010, on observe un transfert des préoccupations santé vers le naturel. La crise économique amène à remettre en cause le marketing. Les consommateurs prêtent davantage attention aux ingrédients, aux conservateurs, à la composition des produits... L'offre se développe en réponse et les mentions évoquant la naturalité fleurissent, alors que les aliments « santé » (enrichis, allégés, les compléments alimentaires...) diminuent fortement.

La question de la confiance prend de l'ampleur, notamment du fait de la médiatisation de certaines crises, médiatisation qui varie selon les sujets. On a assez peu parlé des *E. coli* dans les graines germées en 2011 (70 morts et de nombreux malades, dont plusieurs milliers de personnes en dialyse à vie) alors que l'incident de la viande de cheval défraie la chronique en 2013.

Selon le baromètre du CREDOC de 2010⁹, à la question « *De manière générale, en ce qui concerne les risques sanitaires des aliments, avez-vous tout à fait, plutôt confiance, pas vraiment ou pas confiance du tout en l'information que vous recevez de la part de chacun des acteurs suivants ?* », les sondés répondent qu'ils font majoritairement confiance aux professionnels de santé (92%) et aux associations de consommateurs (90%) - et ce dans l'ensemble de l'Union européenne. Les services de contrôles ont également une bonne image (83%). Particularité française, les agriculteurs et les petits commerçants bénéficient d'un fort capital confiance (respectivement 80% et 77%); si le commerce de proximité et les marchés forains se développent, c'est parce qu'on peut y parler, aspect essentiel dans notre culture. A l'inverse, les acteurs de l'offre, excepté les agriculteurs, n'affichent qu'un très faible niveau de confiance, notamment les industries agroalimentaires, qui enregistrent une forte baisse de crédibilité entre 2007 et 2010 (40%). La grande distribution et la restauration suscitent davantage la confiance que l'industrie - du fait de la distance qui s'est créée, d'un manque de transparence, d'un phénomène de boîte noire : les Français ont l'impression de découvrir, au moment des crises, des pratiques qui étaient dissimulées.

Ré-enchanter l'alimentation, en se tournant vers les valeurs des plus jeunes.

Les nouvelles attentes.

Les Français ne sont pas prêts à consacrer davantage d'argent à leur alimentation du fait, certes, des contraintes liées au logement, mais également, surtout pour les jeunes générations, parce qu'ils ont d'autres envies de consommation, telles que les télécommunications (les achats de téléphones ont enregistré une croissance de +10% en 2012). Certains produits alimentaires bénéficient du fait que le plaisir revienne au cœur des débats. C'est le cas pour certains produits sous labels de qualité, notamment ceux dont le prix au kilo est faible, tels que la volaille - pour laquelle l'année 2012 a été bonne. Mais, en tout état de cause, la dépense diminue, ce qui a un impact économique négatif pour tous les acteurs, de l'amont à l'aval des filières.

Les crises ont souvent fait évoluer, par à-coups, les critères de choix des produits alimentaires. Lorsque, en 2008, les prix explosent, les marques sont remises en cause (-12 points) ainsi que les labels – lesquels évoluent comme le critère marque. En mars 2013, pendant la crise de la viande de

9 *Baromètre de la perception de l'alimentation*, Étude réalisée pour le ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche, CREDOC, septembre 2011, <http://alimentation.gouv.fr/IMG/pdf/Baro_alimentation_2011_cle0287ff-1.pdf>

cheval, ce sont tous les critères qui enregistrent une baisse, y compris le prix, les garanties d'hygiène et de sécurité, le label et la marque ; le consommateur est désabusé.

Les critères d'intérêt dans la marque relèvent avant tout d'un effet d'âge, et non pas d'un effet générationnel. En vieillissant, le consommateur intègre moins d'attributs dans ses critères de choix et a tendance à répéter les mêmes actes d'achat (fidélité) ; la marque devient accessoire.

La question « *Qu'est-ce qu'une bonne marque ?* » permet, via des analyses lexicales, de travailler sur les représentations associées à la notion de marque. Entre les enquêtes conduites en 1994 et en 2010, de nombreux mots ont disparu des réponses des sondés. La marque n'est plus associée ni à la publicité, ni au fait que le produit fonctionne, qu'il ne tombe pas en panne ou qu'il donne satisfaction : ce sont des pré-requis que l'on ne cite même plus. A l'inverse des notions apparaissent telles que la confiance en la marque, le respect, la compétitivité (rapport qualité-prix) ; la durabilité, l'environnement, la fierté (« *un produit dont je sois fier* ») et la longévité. Les notions d'esthétique, de design, entrent aussi en force, surtout pour les jeunes générations ; le domaine alimentaire pourrait sans doute s'approprier davantage ce courant. Une analyse lexicale sur la notion de qualité aboutit d'ailleurs à des conclusions comparables : ce sont l'aspect et l'apparence qui progressent le plus. En résumé, pour les marques, ce sont les exigences de compétitivité qui progressent le plus, en même temps qu'émergent les critères de plaisir, d'impact sociétal et d'identification (« *un produit auquel je m'identifie* »).

Parmi les critères sociétaux qui peuvent décider un acte d'achat, le *fabricant soucieux du droit des salariés* et les garanties écologiques prennent de plus en plus d'importance. Entre 2005 et 2010, avant même que les politiques n'en parlent, la fabrication française est de plus en plus recherchée, surtout par les consommateurs de plus de 45 ans. Le critère *produit régional* enregistre 20 points de croissance, en réponse à une double préoccupation, la préservation de l'emploi (comme lors de la crise précédente) mais aussi les impacts carbone. Cela étant, ces critères s'effondrent en 2013.

Pour ce qui est de la consommation durable, le critère le plus souvent cité est *un emballage recyclable*, mais c'est celui de la *quantité d'emballage* qui connaît la plus forte progression entre 2009 et 2013. C'est sans doute parce que certains acteurs ont agi en ce sens que le critère est maintenant cité. L'achat de proximité est le troisième critère associé à une consommation durable.

Pour répondre aux attentes des consommateurs, il faut donc aller vers des attributs « ludiques » correspondant à des marques plus sociétales, plus respectueuses de la planète.

Les modes de consommation.

Pour illustrer les ruptures, le CREDOC a caractérisé les générations selon ce qu'elles ont vécu lorsqu'elles avaient 20 ans. Les jeunes générations se détachent du modèle alimentaire français, elles mangent sur des plateaux repas ou sont même nomades (on mange dans la rue, on a un thermos avec soi toute la journée, ce qui est très à la mode chez les étudiants). Les plus jeunes sont majoritaires à avoir déjà mangé, même rarement, ailleurs qu'à table, alors que cela n'est jamais arrivé à beaucoup de personnes plus âgées. Or, les jeunes qui mangent actuellement ailleurs qu'à table devraient continuer à le faire plus tard.

Évidemment, si je mange ailleurs qu'à table, je ne mange pas tout à fait la même chose. Le changement concerne les trois composantes du repas, entrée, plat et dessert.

On simplifie beaucoup, ce qui entraîne une forte baisse de la diversité alimentaire. Les mères de familles qui ont des contraintes économiques n'ont pas le courage de préparer toutes les composantes d'un repas classique. Des produits disparaissent pendant la semaine ; il avait déjà été observé la suppression des entrées (avec une incidence, notamment, sur la consommation de crudités), de nos jours la tendance est à la suppression des fins de repas le soir, desserts mais aussi fruits ou produits laitiers (ce qui est l'une des explications de la diminution de la consommation de yaourts). On compacte, on mélange la viande et les féculents ou les légumes, on mange des plats de plus en plus composés (même faits maison) tels que les lasagnes. Lorsque l'on mesure la composition réelle des repas, il apparaît que ce sont les plus âgés qui prennent (pour 50% de leurs repas) les trois composantes traditionnelles mises en avant dans le PNA, entrée, plat et fromage ou dessert. Seuls 1/3 des repas des plus jeunes comportent ces trois composantes. Le plat unique progresse. Les prises de petit-déjeuner se délitent depuis 2003, cette occasion est moins valorisée par le marketing comme c'était le cas dans les années 90 et les baisses des temps de sommeil chez

les plus jeunes conduisent à ne plus prendre le temps au domicile pour s'alimenter en début de journée.

Par ailleurs - mais nous ne le développerons pas davantage ici - on achète de moins en moins de produits bruts et de plus en plus de produits nomades. Entre 2007 et 2010, c'est la consommation de sandwiches, pizzas, quiches et plats composés qui a connu la plus forte hausse, même si, avec la crise, une tendance au retour au fait maison se dessine - comme le montre l'augmentation de la consommation de beurre ou de crème fraîche, dont les achats baissaient jusqu'alors.

Ce qui change peu depuis 2007, c'est que la durée des repas continue à diminuer. Par ailleurs, de plus en plus de repas sont sautés, principalement les petits déjeuners. Beaucoup de gens ne prennent que cinq petit-déjeuners par semaine. Pour les enfants, ce sont des journées travaillées qui sont sautées, le mardi ou le jeudi ; pour les adultes, ce sont plutôt les fins de semaine. Ces changements concernent surtout les jeunes adultes (18-34 ans) ; l'enquête suivante nous dira s'ils reviennent à des habitudes alimentaires plus traditionnelles lorsqu'ils ont des enfants...

Certains éléments du modèle alimentaire restent stables.

- Les horaires restent stables.
- La convivialité et le partage restent de mise, les repas sont pris à plusieurs (seuls 4 déjeuners sur 10 sont pris seul). Dans les entreprises, même si la durée de la pause déjeuner a un peu diminué, même si chacun apporte son repas, on mange dans la même salle, avec les autres. En famille tout le monde mange peu ou prou la même chose.
- Point positif, les prises hors repas ont diminué. D'une part parce que, avec la crise, le superflu disparaît. D'autre part parce que la suppression de la collation du matin dans les écoles a également eu un effet sur les adultes.

Pour conclure.

1/ Le consommateur final doit être placé au cœur des réflexions. En France, dans tous les secteurs, l'innovation tend à partir de l'amont (innovations technologiques), et l'agroalimentaire ne déroge pas à cette règle. Le moment est venu d'inverser la façon de penser et d'innover en partant de la réalité du consommateur, de ses attentes et de ses comportements (innovations d'usage). Pour ré-enchanter l'alimentation, tournons-nous vers les valeurs des jeunes générations.

2/ Il conviendrait d'éviter de culpabiliser les jeunes générations via des normes déconnectées de leurs pratiques. Certes, certains consommateurs ont accru leur consommation de fruits et de légumes grâce aux campagnes gouvernementales, mais ce sont ceux qui en consommaient déjà, cela n'a atteint ni les jeunes, qui en mangent peu, ni les populations défavorisées. Préconisons une cuisine simple.

3/ La filière doit communiquer d'une seule voix et éviter de prendre le consommateur en otage, comme cela s'est produit lors de certaines négociations commerciales, lorsque les distributeurs ont brandi la menace d'une augmentation des prix ou les industriels par voix médiatique annoncé des hausses de prix inéluctables.

4/ La diversité alimentaire est un facteur essentiel de l'équilibre nutritionnel, et elle passe notamment par le maintien des trois composantes des repas. Il a été démontré que l'on mange souvent beaucoup mieux à la cantine que chez soi, et c'est peut-être la seule chose sur laquelle les pouvoirs publics peuvent réellement agir.

5/ Les attentes du consommateur portent sur des marques et des labels répondant à des critères ludiques, de plaisir, d'esthétique et d'identification. Les jeunes se rapprochent de ceux qui leur ressemblent, notamment en s'identifiant aux valeurs portées par certains produits et filières. Par ailleurs, facilité et praticité vont dans le sens des modes de vie.

6/ La demande porte sur une alimentation durable, utilisant moins d'emballage, une limitation du gaspillage.

Enfin, la question de la densité nutritionnelle des produits doit être posée. Puisque l'on mange de moins en moins (et notamment en France, où nous faisons globalement peu d'activités physiques), la densité en vitamines et minéraux des aliments doit être améliorée, et ce dès la production agricole – cette question s'adresse avant tout aux agronomes.

Du nutriment à l'aliment : quelle(s) histoire(s) !



Jean-Pierre CORBEAU,

Professeur émérite de sociologie de l'alimentation, Université François Rabelais, Tours.

Il est important de rappeler, avant toute chose, que nous ne mangeons pas des nutriments mais des aliments qui nous sont proposés, toujours de la façon la plus fréquente, à l'intérieur de la structure d'un repas. Réduire notre alimentation à sa seule dimension nutritionnelle participe à son désenchantement.

L'histoire des logiques de « désenchantement ».

Plusieurs phénomènes sociologiques expliquent ou construisent les causes et les logiques de désenchantement de l'alimentation.

L'urbanisation.

L'une des premières causes importantes du désenchantement de l'alimentation en France est l'urbanisation. Dès les années 70 la population est majoritairement urbaine. Le rapport à l'aliment et à sa production s'en trouve alors transformé. Les animaux et les producteurs sur les marchés ont été progressivement évacués des villes, même s'ils reviennent depuis quelques années dans les marchés des beaux quartiers ou/et gastronomiques, par le développement des AMAP et autres paniers. Le lien social se fragilise entre le monde de la production, le produit et une majorité d'urbains, pour laquelle les aliments deviennent des OCNI, *Objet Comestible Non Identifié*, selon la formule de Claude Fischler.

Dans le même temps, les habitudes alimentaires se modifient. Avec l'urbanisation, le nombre de repas pris hors domicile est en constante augmentation. La taille des familles évolue également. Les *unités de consommation* deviennent de plus en plus petites (personne seule, famille monoparentale ou sans enfant), l'image de la famille nombreuse et intergénérationnelle est de plus en plus désuète relevant de plus en plus d'une existence intermittente et festive. La dimension affective dans la préparation du repas tend à disparaître progressivement au nom de la rationalisation de la vie productive et de la fréquentation des nouvelles technologies (toutes deux chronophages et laissant moins de temps à l'acte culinaire « ordinaire », routinier, perçu comme contraignant par absence de créativité ou de sens).

Le rapport au temps est par ailleurs modifié. À partir des années 1970, le temps consacré au repas diminue régulièrement, puisqu'il est souvent considéré comme un temps non productif – c'est-à-dire une perte de temps. « Manger vite » amène les consommateurs à entrer dans une logique « d'alimentation machinale ». Les enquêtes sociologiques révèlent que le choix d'un restaurant est souvent (surtout dans les années de sortie des « trente glorieuses ») conditionné par la rapidité du service et le temps consacré au repas.

Lecture critique de la loi des 7 S.

Plusieurs « qualités » (au sens large) sont attendues de notre alimentation. Elles sont des aspirations des consommateurs que les enquêtes de motivation débusquent et qui modèlent l'offre de l'agro-industrie voulant répondre à des « nouveaux besoins », mais qui, les signifiant dans ses réponses, engendre de nouveaux conformismes au point qu'une dialectique s'établit entre les axes structurant une stratégie commerciale créatrice de valeur ajoutée et les demandes émergentes de consommateurs ou des organismes les représentant. L'inconvénient est qu'à chaque fois l'alimentation est perçue à travers une « qualité » obligatoire qui tend à faire oublier la totalité des apports et des fonctions de l'alimentation.

Ces axes varient à travers le temps, non qu'ils disparaissent, mais ils s'imposent comme la « couche supérieure » de l'« archéologie de l'aliment », cachant, occultant les autres, désenchantant notre alimentation au bénéfice d'une seule qualité...

On obtient alors une sorte de loi des 7 S correspondant à une approche diachronique.

S comme Sanitaire
S comme Santé
S comme Service
S comme Saveur
S comme Symbole
S comme Sécurité
S comme Solidarité

Dans les années 1970, *S comme sanitaire* symbolise la vision hygiéniste qui s'empare de l'alimentation. Par la suite, chacune des qualités, chacun des S qui ajoute une valeur au produit va contribuer à éclater la vision de l'aliment. La *santé*, abordée dans un premier temps comme une logique de restriction (moins de, produits allégés, sans sucre, sans colorant, etc.) pour diminuer les consommations alimentaires d'une population heureuse de manger après les privations de la Seconde Guerre, s'oriente vers le « plus de », vitamines, oligo-éléments, etc. Le *service* est mis en avant, ainsi que le *goût* (de l'ancienneté ou de la nouveauté) et le *symbole* (« nous mangeons comme nos grands-parents »). Le *S comme sécurité* symbolise également le souhait des consommateurs d'être rassurés et d'avoir une traçabilité.

Quand une dimension de l'aliment est dramatisée, les autres passent au second plan. Cela participe à la déconstruction de l'aliment et à son désenchantement.

Le *S comme saveur* peut être une entrée, à travers le goût, dans le ré-enchantement. La *solidarité*, au sens de sauver un modèle, est également un moyen de donner un nouveau sens à notre alimentation. L'inscription du repas gastronomique des Français au patrimoine immatériel de l'UNESCO participe à l'idée de sauver, dans une logique dynamique, l'originalité et la multiplicité des productions. Dans les enquêtes qualitatives, il est possible de déceler, chez les consommateurs, le désir de lien social avec un certain type de productions agricoles.

La déconstruction nutritionnelle et le développement de la « réflexivité ».



La déconstruction nutritionnelle participe, de façon souvent sous-estimée, au désenchantement de l'alimentation. Un collégien de 5^{ème} a, au programme de *Sciences de la Vie et de la Terre* (SVT), un cours lui apprenant ce qu'il est bon ou non de manger. L'enfant ne mange plus un couscous ou un bœuf bourguignon mais des glucides, des protéines... et des calories. La réflexivité – c'est-à-dire la distance par rapport à l'aliment et le fait de réfléchir aux conséquences de l'incorporation de cet aliment sur notre santé ou notre silhouette - est ainsi développée très tôt chez les jeunes.

Plus une population est urbaine, plus la responsabilité du mangeur est individualisée, entraînant le développement de la réflexivité, particulièrement dans les catégories socio-culturelles privilégiées. Autrement dit, les campagnes nutritionnelles sont faites pour des gens qui mangent déjà bien. Plus une personne est dans la précarité ou dans une situation socio-culturelle défavorisée, plus elle aura du mal à se projeter dans l'avenir et à intégrer les conséquences de son alimentation sur son corps et sa santé. Les messages ne sont donc pas entendus par les populations ciblées. Par ailleurs, plus des campagnes de prévention sont nombreuses, plus le risque d'apparition de nouvelles pathologies augmente, en lien avec une méfiance croissante vis-à-vis de l'alimentation.

Quel est donc l'intérêt de campagnes de prévention globales ? Le seul moyen efficace consiste à agir sur les comportements.

La médicalisation des aliments.

La médicalisation des aliments participe grandement au désenchantement.



Si manger est un acte important et nécessaire pour notre santé, il faut éviter la médicalisation qui, paradoxalement développe une pensée magique faisant oublier toutes les autres fonctions de l'aliment. On pense ainsi que toute forme de plaisir alimentaire serait nuisible à la santé (la médecine, ou un certain nombre de ses représentants s'écartent alors de la pensée scientifique pour développer des visions éthiques et moralistes). Une alimentation totalement surveillée et obéissant à des principes diététiques (pas toujours consensuels) nous est présentée comme la condition du « bien vieillir », voire comme une thérapie... Il suffirait de « manger sain » pour échapper à nos maux ! On oublie le mode de vie, la fonction sociale du partage qui agit sur notre équilibre psychologique (lui-même composante essentielle de notre santé).

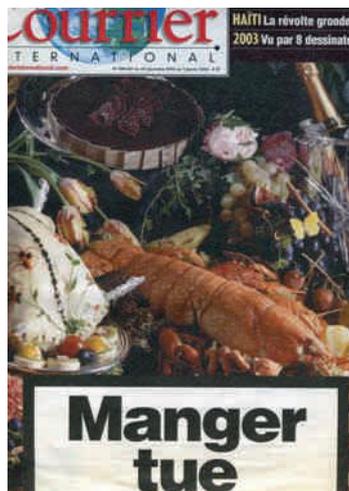
La solitude du mangeur et les choix « inquiétants ».



Comme nous l'avons souligné dans notre première partie, les modes de vie et d'alimentation changent – du moins par intermittence – dans notre société française contemporaine. Le mangeur est de plus en plus libre de son choix (hors domicile, dans un groupe où l'on cuisine moins de façon collective et où les « alimentations particulières » sont de plus en plus prises en considération), mais cette liberté est parfois difficile à assumer surtout lorsque des politiques de dramatisation font la liaison entre nos incorporations alimentaires, notre santé, notre silhouette, notre goût pour l'équité, et nos contraintes économiques...

Cette couverture est le symbole d'une dramatisation de l'acte alimentaire, au moment même où le veau aux hormones défrayait les chroniques. Le slogan « manger sans en crever » induit qu'il serait fréquent de mourir en mangeant, ce qui est loin d'être optimiste.

La couverture de *Courrier International*, est encore plus dramatique, en ne mentionnant que deux mots : « manger tue » (nous nous permettrons de noter que ne pas manger tue aussi – et peut-être plus sûrement).



Il faut pourtant être positif. Comment peut-on reconstruire le ré-enchantement de l'alimentation ?

Les histoires constructrices d'un aliment irréductible à sa dimension nutritionnelle.

Ce que manger signifie : les trois répertoires.

Lorsque nous mangeons, nous nous inscrivons, de manière inconsciente, dans trois répertoires complémentaires.

- Le répertoire du mangeable - ou du comestible - correspond à ce que l'individu peut manger selon des critères culturels, économiques, juridiques, éthiques, moraux ou scientifiques. Il y a 40 ans, les insectes ne faisaient pas partie du registre du mangeable pour les Français. Aujourd'hui, les choses changent et les insectes entrent progressivement dans ce registre, même si leur consommation n'est encore pas courante. À l'inverse, le lapin, de plus en plus perçu comme un compagnon, s'éloigne dans le même temps du registre du comestible.
- Le répertoire du culinaire englobe l'ensemble des préparations et des recettes qui font qu'un individu pourra consommer tel ou tel produit. Les modes de préparation signent une appartenance socio-culturelle mais également géographique et ancrent le plat dans un pays, une région. Les modes de préparation, qui correspondent à des préférences, modifient le rapport à l'aliment. L'aliment se charge d'une fonction symbolique.
- Le répertoire du gastronomique est mobilisé lorsque l'individu se pense en train de manger et en ressent du plaisir. Faire attention aux aliments ingérés participe au ré-enchantement. C'est, par exemple, une sortie dans un restaurant, la dimension affective d'un plat ou l'appropriation d'un aliment de manière ludique.

Une des fonctions de l'aliment est ainsi de créer une appartenance identitaire - au sein d'une famille, d'un groupe régional... - en acceptant de partager des règles et des manières de table, tout en permettant de se distinguer de l'altérité, d'affirmer sa différence - par rapport aux autres familles, aux autres groupes régionaux. La prise de conscience d'un modèle alimentaire français s'est construite par opposition à d'autres visions.

Le rapport au temps.

Le rapport au temps est important dans le ré-enchantement de l'alimentation. Le présent ne peut déboucher sur du plaisir que s'il a une dimension historique, nourrie du passé, de notre éducation et de notre histoire. Cet enchantement nourrit également le futur, en reproduisant une émotion ou un plaisir passés.

Le rapport au paysage et au territoire.

« Boire le paysage » et « manger le paysage » participent également au ré-enchantement de notre assiette. Ce rapport au paysage et au territoire s'apprend.

Pouvoir et jubilation.

Cuisiner est un plaisir, mais construit également un pouvoir. La jubilation est également importante dans l'acte culinaire.

Le partage.

L'acte alimentaire n'a de sens que s'il y a partage. En étant seul, il est difficile (mais pas impossible) de se sentir inclus dans une communauté, partageant les mêmes plaisirs culinaires. Les nouvelles formes de communication permettent ce partage virtuel, mais elles ne sont pas accessibles à tous.

Tout cela construit le plaisir de l'aliment, cette chose complexe où l'histoire du mangeur rencontre celle de l'aliment. Cela pose également le problème des deux sens opposés de l'enchantement (le sort), qui peut à la fois faire mal mais aussi fasciner. Il est important d'inscrire nos aliments dans des histoires, construites par l'agro-industrie, les producteurs ou les agriculteurs. Cette dimension symbolique fait partie intégrante du ré-enchantement de l'alimentation.

La filière du manger plutôt que la filière agroalimentaire.

Lorsque le plat arrive sur la table, il a suivi *la filière du manger*, qui correspond à la façon dont il a été conçu, produit, stocké, préparé, dont le consommateur se l'est approprié... La consommation partagée donne elle-même lieu à des verbalisations qui participent à l'éducation aux cultures alimentaires, au plaisir de goûter, comparer, mémoriser.

On comprend que la notion de filière du manger qui prend en considération les propos des acteurs, les intentions, les imaginaires, les souvenirs, est beaucoup plus complexe que la simple traçabilité, quelque peu technocratique et désenchanteresse...

Une vision globale implique d'intégrer tous les acteurs dans cette filière du manger : consommateurs, experts, ingénieurs, politiques... y compris ceux qui interviennent très en amont de la filière agroalimentaire : la filière du manger s'étend de l'amont de la fourche à l'aval de la fourchette.

Quelques pistes pour le réenchantement de l'alimentation.

- Plutôt qu'une éducation nutritionnelle, c'est une éducation *aux cultures alimentaires* qui doit être mise en œuvre et diffusée, notamment auprès des jeunes. L'apprentissage de l'histoire des produits permet notamment de montrer et d'accepter la diversité et, certainement, de construire une forme d'humanisme à la découverte de la culture alimentaire de l'autre et de la sienne.
- L'amont du mets doit être éclairé – le continuum, l'histoire et la géographie...
- L'appropriation sera favorisée en valorisant les approches ludiques pour les jeunes générations : cuisinons, faisons nos courses sur les marchés, apprenons aux enfants à découvrir les produits.
- Au sein des écoles, cadre dans lequel les inégalités sont réduites face aux aliments, l'éducation gustative doit être conduite de façon ludique.
- L'esthétisation. Nous sommes dans une société du visuel, ne négligeons pas l'esthétique, que se soit celle du produit brut ou celle du produit transformé, à travers son emballage. La présentation de l'assiette, notamment en restauration collective, est essentielle.

En bref, le plaisir doit ré-enchanter l'alimentation !

Donner du sens à notre assiette



Bruno Parmentier,

*Ingénieur et économiste, ancien Directeur général du groupe École supérieure d'agriculture d'Angers, auteur de *Manger tous et bien* (Éditions du Seuil) et animateur du blog <http://nourrir-manger.fr>.*

Bruno PARMENTIER revendique une présentation, sans doute, moins scientifique que celle des orateurs précédents puisque, sans réaliser d'enquêtes ou d'études propres, il s'efforce seulement de prendre du recul pour tenter de comprendre le monde. Et assume une approche quelque peu partielle et subjective.



En guise d'introduction, ces photographies de Peter Menzel, extraites du livre *Hungry planet : What the world eats* (Ten Speed Press) qui n'a malheureusement pas été publié en France. Le photographe a parcouru le monde et fait poser des familles à côté de la nourriture qu'elles consomment dans la semaine. Les images se passent de commentaires.

Nous entendons régulièrement des discours alarmistes selon lesquels « *avec tout ce qu'ils mettent dans notre assiette, nous allons tous crever* ». Cette information est confirmée ! - nous allons tous mourir. Reste à savoir quand.

En 1789, l'espérance de vie en France était de 27 ans. Au sortir de la guerre, elle était de 63 ans pour les hommes et 69 ans pour les femmes. Avec une régularité stupéfiante, nous gagnons 4 mois d'espérance de vie chaque année. Nous vivons 15 ans de plus que nos grands-parents. Nos problèmes économiques actuels sont de financement des retraites. Certes, l'alimentation n'est pas la seule cause de cet allongement de la durée de vie. Ce sont d'abord les instituteurs qu'il faut remercier, car l'éducation en est le premier facteur, avant l'alimentation, l'assainissement et la qualité de l'eau. Les médecins viennent... ensuite (n'oublions pas que la moitié des dépenses de santé d'une vie se font dans la dernière année de vie).

Cela étant, nous ne mangeons plus du tout comme nos grands-parents. Nous consommons trois fois moins de pain et cinq fois moins de pommes de terre qu'il y a 60 ans. A peu près autant de sucre et

de légumes, deux fois plus de fruits et deux fois plus de viande et de lait. Ce changement alimentaire ne doit pas être totalement étranger à l'allongement de la durée de vie.

La question des produits animaux

Pour ce qui est de la viande, un Français consomme, dans sa vie, 7 bœufs, 33 porcs, 9 chèvres, 1.300 poulets, 60 lapins, 20.000 œufs, 32.000 litres de lait... c'est la gastronomie française ! Soit 85 kg de viande et 90 kg de lait par personne chaque année – deux fois plus que nos grands-parents des années 50, 3 fois plus que dans les années 30 (il faut bien sûr tout inclure dans ces chiffres, y compris les viandes de cheval roumain récemment incorporées dans nos plats transformés). Les Américains nous dépassent (125 kilos) - et les Chinois nous rejoignent. Ce qui a des incidences majeures sur les grands équilibres du monde. Quand les Chinois ne consommaient que 14 kg de viande par individu et par an, dans les années 60, ils n'étaient que 700 millions ; ils sont maintenant 1,3 milliards à consommer 60 kg de viande par an. Heureusement qu'ils ne consomment pratiquement pas de lait, à la différence des Indous. Mais heureusement, par ailleurs, que la religion interdit à ces derniers de consommer de la viande (ils n'en mangent que 6 kg/an). Les équilibres mondiaux pourraient basculer si l'ouvrier chinois voulait du fromage pour terminer son repas ou si l'informaticien indien cessait de croire à la réincarnation et demandait de la viande. En France, malheureusement, c'est saucisson, viande et fromage ! Il y a actuellement à peu près autant de vaches laitières en Chine qu'en France - ce qui ne fait pas beaucoup de petits suisses par chinois - et autant de porcs en Inde qu'en France. Ce qui s'avère déterminant pour les équilibres du monde.

Dans 50 ans, les Français consommeront très probablement beaucoup moins de viande et beaucoup moins de lait par personne, d'une part parce qu'ils en consomment trop pour leur santé, mais aussi du fait des grands déséquilibres planétaires. En 1960, la terre portait 3 milliards d'hommes et 7 milliards d'animaux pour les nourrir, de nos jours elle héberge 7 milliards d'humains et 20 milliards d'animaux. Si, quand nous serons 9,6 milliards sur terre, tout le monde devait manger comme nous aujourd'hui, il faudrait élever (et nourrir) 40 milliards de bestiaux. Nous n'aurons probablement pas les ressources naturelles suffisantes pour ce faire. Ce sera donc moins.

D'ailleurs, jusqu'au 5^{ème} bœuf, tout va bien, mais au 6^{ème}, nos artères commencent à se boucher, et au 7^{ème}... tout semble se dérègler ! 5 bœufs, 25 porcs et 800 poulets dans la vie d'un Français seraient largement suffisants pour notre santé, et améliorerait grandement celle de la planète.

Cela peut paraître désespérant pour les éleveurs, mais regardons les viticulteurs. Il y a 60 ans, nous buvions 120 litres de vin par personne et par an. Nous en sommes à 43 litres. La transition n'a pas été simple, mais, après les émeutes du Languedoc des années 50 et 60, les viticulteurs ont changé de stratégie : ils produisent moins de vin, mais seulement du bon et du cher. Il faut donc envisager pour les éleveurs bretons la même évolution : une transition vers moins de viande et moins de lait, mais des produits bons et chers, des produits plaisir.

La sagesse de la religion catholique le disait déjà : de la viande, oui, mais pas le vendredi, ni pendant le Carême ou l'Avent. Maintenant, les écologistes demandent de ne pas en manger le lundi - ce qui revient au même. Mais il nous faudra aussi apprendre à ne plus manger de viande le samedi soir, même quand nous recevons des amis... De toute évidence, eux, comme nous, en ont déjà mangé à midi – et on ne devrait pas manger de la viande... 14 fois par semaine ! La planète a ses exigences, notre culture devra nécessairement s'adapter.

La nostalgie de l'âge d'or

Bien que nous ne mangions pas du tout la même chose que nos grands-pères, nous sommes dans le fantasme de « c'était mieux avant ! ». Ce phénomène n'est pas nouveau. En 1950, de nombreuses publications regrettaient ce que l'on mangeait avant la première guerre mondiale. En 1914, certains regrettaient les années 1850... Nous avons la nostalgie du temps où nous vivions à la campagne, où les vrais savoirs se transmettaient. A cette époque, les enfants avaient vu une vraie carotte et un poulet alors qu'actuellement le lien entre le poulet et les lamelles sur la pizza est plus que distendu ; quant aux poissons ils sont, comme chacun sait, carrés et pannés.

Nous avons l'impression qu'avant était un âge d'or. Mais nous ne mangions pas les mêmes choses, avec beaucoup moins de diversité et, surtout, les gens mourraient fréquemment après souper ! Le bon poulet naturel qui picorait librement sur le bon fumier naturel près de l'entrée de la cuisine, c'était très dangereux... De nos jours, une diarrhée dans une maison de retraite fait l'ouverture du Journal de

20 heures – ce qui prouve bien qu'il n'y a même plus de diarrhées. Mais la nostalgie reste. Nous avons certes modernisé grand-mère en la mariant avec internet, mais nous recherchons toujours grand-mère. Ré-enchanter le monde, peut-être est-ce aller retrouver grand-mère sur internet ?

Nous avons tous la nostalgie de manger à l'ancienne. C'est d'ailleurs une image d'Epinal que chaque homme ait un jour dit à son épouse (ou à tout le moins pensé) que « c'était meilleur chez Maman ». Et c'était effectivement meilleur ! Rien ne pourra jamais égaler le gâteau au chocolat de mes premiers anniversaires, entouré de tellement d'émotions, de sensualité, d'affectivité... Qui plus est ni mon goût, ni aucun de mes autres sens ne sont les mêmes (à partir de nos 20 ans, ils commencent à se dégrader) : cela ne peut pas être aussi bon. A cela s'ajoute également la nostalgie d'une période plus simple, où j'étais entouré de gens aimants et fiers de moi. La nourriture symbolisait tout cela. Observons d'ailleurs que cette nostalgie du passé n'existe que pour la nourriture. Personne ne souhaite se faire opérer à l'ancienne dans un hôpital à l'ancienne. Personne, sauf quelques collectionneurs, ne veut rouler dans un modèle de voiture 1930.

Je suis ce que je mange, alors qu'est-ce que je mange ?

Il se passe beaucoup de choses quand je mange, quand j'intègre du « non moi » en moi, pour le transformer littéralement en moi. Une opération périlleuse et porteuse de beaucoup d'angoisse. Comme, au sens strict, *je suis ce que je mange*, cela marche également au sens psychologique, métaphorique. Je suis pure comme le lait, légère comme la salade, fort comme un bœuf. Mais au fait, quelle est exactement cette molécule de pureté, de légèreté, de force ? Tout cela n'est qu'imagination, fantasme.

Observons qu'il y a encore plus fort que le bœuf ! Le cheval - que l'on nous donnait autrefois à manger pour nous préparer aux examens, lui qui saute si facilement les obstacles (après une entrée à base de cervelle, pour que « ça nous en donne »). On relèvera que le scandale des lasagnes au cheval à relancer quelque peu la consommation de viande de cheval, les gens s'étant souvenus qu'ils en mangeaient « avant ». Ceci étant, pourquoi ne mange-t-on plus de cheval ? Parce que, en 50 ans, le cheval a changé de sexe. Autrefois fait pour les guerriers et les paysans, le cheval était réputé puissant et viril. C'est sa force que l'on s'appropriait en le mangeant. De nos jours, il n'y a plus de cheval de trait, et 80 % des cavaliers sont des jeunes filles de 15 à 25 ans : le cheval a symboliquement changé de sexe, il est devenu « jeune fille ». En France on ne mange pas de chien ni de chat, il est hors de question de manger ses « amis », et donc maintenant ce quadrupède avec lequel on se promène, que l'on caresse, auquel on susurre à l'oreille ; quand il vieillit, il ne va plus à l'abattoir, mais reste aux champs. Il se passe progressivement la même chose pour le lapin. Si c'est du mouton qui avait été introduit frauduleusement dans les lasagnes, cela n'aurait pas eu du tout le même impact.

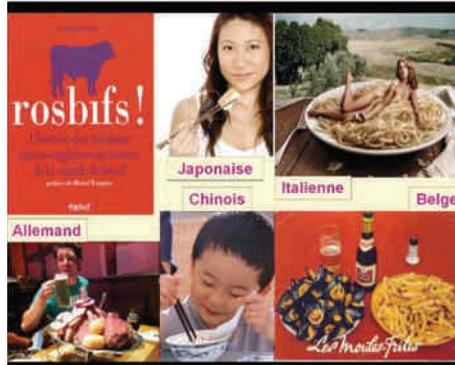
Dans la même logique, dans 50 ans, il se peut que nous ne mangions plus de porc. Il y a déjà trois catégories de la population mondiale qui ne mangent pas de porc : les juifs, les musulmans et les indous. Bientôt, ce seront les riches. Le porc est très proche, génétiquement, de l'homme ; il sera bientôt destiné à la chirurgie. Dans 30 ans, nous connaîtrons tous des gens qui auront une rate, un poumon ou un cœur de porc. Chacun ira le dimanche rendre visite à son cochon personnel, adapté à ses gènes, celui qui lui permettra de réduire ses cotisations de mutuelle et d'assurance décès. En sortant d'un apéro-cochons pris auprès de cet animal, avec nos amis, nous n'irons probablement plus à la charcuterie ! Les charcuteries, comme les boucheries chevalines, risquent donc de disparaître de France.

Par ailleurs, nous mangeons bien des escargots... nous mangerons certainement des sauterelles. Une idée implicite reste (escargots et grenouilles mis à part) que la viande que nous consommons devrait provenir d'animaux à sang chaud. Mais les animaux à sang chaud utilisent une bonne part de l'énergie que leur apporte leur alimentation pour se chauffer, ce qui diminue d'autant leur rendement en viande. Le poulet, qui a le meilleur rendement, consomme 3 ou 4 kg d'aliments pour élaborer un kilo de viande ; ce chiffre atteint 5 à 6 kg pour le porc et 11 kg pour le bœuf. Les animaux à sang froid ont une bien meilleure rentabilité, de 2 pour 1 environ. Nous mangerons des crevettes et des poissons d'élevage (en 2050, il n'y aura plus de poissons dans la mer depuis longtemps) herbivores (et non pas carnivores, comme les saumons de Norvège, qui se nourrissent des derniers anchois et sardines du Pacifique Sud). Nous devons nous habituer à manger de la carpe. Déjà cette année, on aura mangé davantage de poisson d'élevage que de bœuf sur terre, et cette évolution n'est pas prête de s'inverser. Pas de poisson d'élevage français, il n'y en a pratiquement pas (qu'attendons-nous pour

nous y mettre ?), du chinois essentiellement ; ce pays à lui seul représente la moitié de l'élevage mondial.

Nous sommes ce que nous mangeons, alors comment faire société ?

L'une des dimensions les plus spécifiques de l'alimentation, c'est que nous « sommes » symboliquement ce que nous mangeons.



Sur une telle image, il n'est pas besoin de légende, tout le monde reconnaît l'Allemand, le Belge, le Chinois, la Japonaise et l'Italienne. Pour le reste du monde, le Français reste celui qui mange... des cuisses de grenouilles et des escargots (et des baguettes). Il est des nourritures créatrices de sociétés. La nostalgie de tous les immigrés qui se retrouvent semaine après semaine autour des plats qui symbolisent leur pays, leur culture, leurs racines est éloquente.

Mais la nourriture n'est pas que patriote ! Par exemple, elle est également sexuée. Un couple est attablé au restaurant ; le serveur, qui n'a pas pris la commande, arrive avec une salade composée et un bifteck-frites : hésite-t-il ? Il y a, profondément gravé dans notre inconscient, des nourritures viriles et des nourritures de femme. Sans savoir pourquoi, nous sentons bien qu'il est « normal » qu'un homme et une femme ne mangent pas la même chose. En conséquence, il nous faut considérer que l'on n'enchanté pas les hommes et les femmes de la même façon. Pas plus que les jeunes et les vieux, les gens du nord et ceux du sud, etc.

Chacun sait qu'il n'y a pas d'amoureux sans diner aux chandelles, pas de « co-pains » qui n'aient cassé la croute ensemble, pas de bonnes affaires sans un diner pour les célébrer.

Allons plus loin : ces deux sources de plaisir que sont la nourriture et la sexualité sont associées depuis toujours : « *J'aime bien la chair fraîche, et la femme appétissante, même si c'est une dinde, du moment qu'elle a de beaux restes. D'ailleurs, elle boit mes paroles* ». « *Je sais faire la différence entre le boudin, et la cocotte ou la poulette, au teint de pêche et à la peau laiteuse et sucrée, que je veux croquer, voire la passer à la casserole* ». Mais attention : « *les croqueuses de mari ne sont que des gourmandines, voir des poules dont il faut se méfier !* ».

D'où l'importance de garder en France ce trésor mondial labellisé par l'Unesco, que beaucoup de par le monde nous envient, le repas, celui qui nous crée et re-crée jour après jour ! Si nous lâchons sur ce point fondamental, qu'est-ce qui nous reliera encore dans ce monde mondialisé ?

Religion, médecine, écologie, qui va gouverner notre table ?

Ré-enchanter la nourriture fait appel à de multiples dimensions.

Ne sous-estimons pas le poids considérable de la religion dans la nourriture. Toutes les religions ont régi la vie de leurs ouailles dans au moins deux domaines, le lit et la table. Les curés, imams, rabbins, bonzes, etc., décrivent, souvent avec force détails, les préceptes qui permettent de gagner le Ciel depuis ces deux lieux stratégiques. Restons à table ; les prescriptions alimentaires que la Bible impose aux Juifs ou le Coran aux musulmans sont extrêmement complexes. Ces prescriptions sont avant tout culturelles, mais n'en ont pas moins un poids déterminant.

Avec l'évolution des sociétés, le pouvoir change de mains. Il y a un siècle, c'étaient sans conteste les religieux qui nous commandaient, et cette situation perdure dans de nombreux pays. Mais, depuis l'invention de la laïcité par la France et l'Europe, ce sont les médecins qui sont devenus compétents en matière d'alimentation. La citation de Jules Ferry : « (...) *il faut que la femme appartienne à la science ou à l'Eglise* » illustre la situation de la femme et les débats de l'époque. Il y a eu une lutte homérique pour le magistère, notamment, de la nourriture.

Cependant, les médecins se sont révélés moins prévoyants que les religieux. Ces derniers avaient intégré la crise : quand les gens mourraient, on brûlait une sorcière, et leur autorité se raffermissait. Les médecins, eux, n'ont pas su se protéger aussi efficacement. Pendant des années, nous avons tenté de manger comme le recommandaient les médecins, notamment aux Etats-Unis, mais en vain : l'obésité a explosé, et les maladies (psychologiques et physiques) de l'alimentation également. Résultat : les médecins ont moins bonne presse qu'auparavant, et nous avons commencé à chercher ailleurs.

Notons qu'en France, on ne se définit plus par sa religion, alors que c'est encore le cas dans la plupart des pays du monde. Si vous souhaitez un visa pour l'Inde, il vous sera demandé quelle est votre religion ; ne répondez surtout pas « aucune », car quelqu'un qui n'a pas de religion n'est gouverné par personne, c'est un terroriste potentiel. Mais, en France, l'Eglise n'émet plus de préceptes alimentaires, que de toute façon nous n'écouterions plus. Sommes-nous pour autant libres ? Pas vraiment. Nous sommes les héritiers de milliers d'années d'inconscient collectif. Manger, c'est transformer du non-soi en soi : je ne peux pas manger quelque chose d'impur sans le devenir moi-même. Comme le curé ne bénit plus les aliments, ni le médecin, ce pouvoir symbolique est dorénavant dévolu à... l'écologiste. Nous sommes passés de « manger comme Dieu veut », à « manger comme la science veut » puis à « manger comme la Nature veut ». Manger naturel garantit aujourd'hui l'accès au Paradis... des écologistes.

Mais la Nature nous veut-elle vraiment du bien ? Veut-elle quelque chose d'ailleurs ? La Nature a inventé l'amanite phalloïde, 95% de la Nature nous est poison, personne ne peut survivre seul dans la forêt vierge. L'idée selon laquelle la Nature nous veut du bien est une construction intellectuelle, que nous avons cependant totalement intégrée. Le végétal biologique ne pourrait être qu'inoffensif, naturel, bon pour la santé, même s'il a des maladies bien naturelles... A l'inverse, nous avons reconstitué le péché, le péché mortel étant l'OGM, le symbole de la pomme, de l'arbre de la connaissance du bien et du mal ; Monsanto veut reprendre la création du monde alors que Dieu s'est arrêté au bout de six jours ! Le péché, c'est également Faust : s'il est riche c'est certainement qu'il a vendu son âme au diable.

C'est pourquoi, en France, il se vend de la nourriture « garantie sans OGM » comme il se vend de la nourriture « garantie sans porc ». Nous sommes dans le même registre symbolique. Chaque « pratiquant » sait qu'il ne risque rien à court terme, puisqu'il peut observer que des centaines de millions de personnes le font chaque jour impunément, mais il est néanmoins persuadé qu'à la fin ça finira mal...

Mais les aliments naturels tuent ! Au Moyen-Âge, les aliments naturels décimaient les populations. Il est intéressant de noter que le dernier accident alimentaire, lié à des graines germées biologiques, en 2011, a eu un impact médiatique très limité. Si, comme on l'a cru initialement, une production intensive de concombres espagnols avait été en cause, la crise continuerait encore. Or il y a eu plus de 70 morts (8 morts de la vache folle en France), des milliers de malades sont en dialyse à vie, mais plus personne n'en parle, aucun bilan ne semble avoir été publié...

La lutte entre deux trios d'injonctions contradictoires

Regardons maintenant nos contradictions. Au paradis du nouveau magister de la nourriture, il est un trio gagnant : il faut manger local, biologique et équitable.

Mais, économiquement, quel est le poids réel de ces filières ? La filière biologique revendique une progression de 2% à un peu plus de 3% en dix ans. Nous pourrions aussi porter notre attention sur ce qui représente encore 97% de la production... C'est typique, le Français est croyant mais pas pratiquant ! Le bio, on l'aime, mais de là à en manger... Ce qui n'est pas le cas partout (en Autriche, le bio représente 17% de la consommation).

Le local représente 1% de la consommation, et l'équitable quelques 0,05 % du commerce mondial. Donc le local/ bio/ équitable, en vérité « peu de divisions » ! A quoi servent-ils alors ? A nous faire

parler ! Ces 3 à 5 % de notre alimentation meublent 70 % de nos conversations sur la nourriture ! Ceci ne doit pas être sous-estimé : nous voulons vraiment donner du sens à notre alimentation.

Et ce d'autant plus que nous voulons en pratique continuer à jouer sur un autre registre : acheter du vite-fait/ pas cher/ pratique, le vrai trio gagnant de notre alimentation. En mangeant nos lasagnes à 2 € prêtes en 10 minutes, nous voulons quand même penser (et parler entre nous) local, bio et équitable ! C'est l'un des principaux défis de l'enchantement de l'alimentation. Il faut vendre du vite fait/pas cher/pratique - que les gens veulent, mais avec du rêve bio/ local/ équitable - pour qu'ils puissent en parler. Notons qu'au moment où les émissions culinaires envahissent les programmes télévisés et/ou les rayons livres de cuisine ne cessent de s'étendre dans nos librairies, la restauration rapide en a profité pour dépasser la restauration traditionnelle (+ 73 % de chiffre d'affaires depuis 2005). D'ailleurs, quelle restauration traditionnelle, quand on est obligé d'inventer un label « fait maison » tellement on fait peu la cuisine dans nos restaurants !

Pour ré-enchanter l'alimentation, il faut donc savoir la penser. Il convient tout d'abord de présenter un aliment sans péché. Sans péché mortel, en France, cela signifie sans porc en banlieue et sans OGM et bio en centre-ville. Ce qu'a parfaitement compris la grande distribution quand elle ouvre simultanément un rayon halal et un rayon bio - signes adressés aux deux religions montantes, celle des banlieues et celle du centre-ville. Notons d'ailleurs qu'il y a davantage de consommateurs de halal que de bio. Mais les journalistes habitent en centre-ville, ils parlent donc du bio, qu'ils connaissent, et beaucoup moins du halal et du casher, pourtant plus significatif.

Pour parfaire le ré-enchantement, il convient également de proposer de la nourriture sans péché véniel, sans pesticides, quand nous sommes tous persuadés qu'il vaut mieux manger des plantes naturelles, qui n'ont jamais été traitées, y compris avec des maladies naturelles, plutôt que des plantes avec des résidus de médicaments destinés à soigner ces maladies naturelles...

Notons qu'aux Etats-Unis, manger des OGM ne représente absolument pas un problème. Peut-être y a-t-il un lien avec le fait que la pratique religieuse reste forte, et que les fidèles ont suffisamment de mal pour respecter les prescriptions religieuses pour s'embêter à en créer d'autres. Or, aucun curé (ni imam, ni rabbin) n'a jeté l'anathème sur les OGM.

Le terroir est d'abord mis en avant par la grande distribution, les multinationales. Lorsque je vis complètement « hors-sol », que je ne sais plus qui je suis, naît le besoin de me rattacher physiquement à un terroir. Si on parle de terroir, c'est bien parce que le lien est coupé. Quand on est dans un terroir, quand on le vit, on n'en parle pas. Quand on parle de l'Ardèche, c'est qu'on habite à Paris. Le poisson ne sait pas qu'il est dans la mer, il ne découvre le concept de mer que quand on le sort de l'eau. L'Ardéchois, lui, ne sait pas vraiment qu'il l'est tant qu'il n'est pas venu à Paris. Et quand on n'est plus d'aucune région, il faut en manger une, faute de mieux. Il faut l'emporter avec soi. On ré-enchant donc ses racines en les mangeant. Cette recherche de racines culturelles est tout à fait respectable. Même si elle a aussi des relents « le travail de la terre, c'est la vertu », « la terre ne peut pas mentir »... encore profonds.

Autre mode, celle du circuit court. Court en quoi ? En intermédiaires ? Le moins d'intermédiaires possibles entre le grain de café et moi : un, deux, trois au maximum (mais cela peut faire beaucoup de kilomètres au final). En kilomètres ? Mais on peut être courts en kilomètres et riches en intermédiaires, ou réciproquement. Il est curieux que nous ne disposions que d'un seul mot pour ces deux notions. Mais la vraie définition serait *court en idéologie*. Est-ce que tous les gens qui ont touché ma carotte partagent les mêmes opinions que moi ? C'est le vrai inconscient des circuits courts : nous pratiquons la même religion (casher/halal, écolo/bio, ou esthétique/ minceur...), donc tout ira bien pour moi.

Avant on voulait... manger, maintenant on a 50 désirs et autant de peurs

Autrefois, la question la plus lancinante était de savoir si nous pourrions manger le lendemain. Songeons au poids symbolique de cette prière « *donne-nous aujourd'hui notre pain quotidien* » ! Maintenant que, en Europe de l'Ouest, la réponse est connue et positive, les choses se compliquent. Manger bien, c'est manger tout à la fois goûteux, sûr, traçable, biologique, casher, halal, naturel, local, équitable, énergétique, bio, abordable, simple, pratique, rapide, diététique, équilibré, varié, traditionnel, moderne, issu du terroir, exotique...

Mais nous voulons également manger longtemps. Nous mangeons environ 1 000 fois par an (3 repas sur 365 jours). Quand l'espérance de vie était de 60 ans, nous espérions faire quelques 60 000 repas

dans une vie. La moitié des filles qui naissent aujourd'hui en France seront centenaires, et la moitié des garçons atteindront 95 ans : ces filles vont manger 100 000 fois. Le problème est nouveau. Certaines maladies ne se déclarent qu'au 70.000^{ème} repas, après l'absorption répétée de cocktails de résidus de pesticides. Avant, nous ne les connaissions pas ! Maintenant, chacun veut mourir le plus vieux possible, mais aussi debout et en excellente santé. La demande qui pèse sur les agriculteurs est donc devenue beaucoup plus complexe. Le métier de la filière du manger est maintenant de nous nourrir longtemps, tout en nous maintenant en bonne santé. Mais également de nous faire maigrir - peut-être n'a-t-on pas pris la mesure de cet immense changement : auparavant, on mangeait pour se nourrir, maintenant on mange pour maigrir.

« Manger tue ». Ce fut un titre en première page de Télérama. Je leur ai écrit pour leur proposer les titres des semaines suivantes : « Ne pas manger tue » (beaucoup plus que manger) ; « Se coucher tue » (99% des gens meurent couchés), etc. Voilà bien le paradoxe : nous n'avons jamais aussi bien mangé, mais nous n'avons jamais eu aussi peur. Or on a tort : en France, la nourriture est très saine, une des plus saines du monde.

Rappelons-le : il n'y a que deux et seulement deux produits de l'agriculture qui tuent vraiment : le tabac et l'alcool. Alcool : 49.000 morts par an (13% des décès masculins), tabac : 66.000 (chaque cigarette correspond à 11 minutes de vie en moins). Regardons les choses en face. Vache folle : 8 morts, et on en parle encore. Et on ne parle presque pas du reste...

Mais, il faut être honnête, le développement fulgurant des allergies, des intolérances, de l'obésité, des maladies nouvelles, des maladies psychologiques autour de l'alimentation est extrêmement préoccupant. Toutes les interactions sont complexes car, d'un côté, nous n'avons jamais aussi bien mangé, de l'autre, il n'y a jamais eu autant de maladies diagnostiquées autour de l'alimentation.

Rappelons par exemple quelque chose de très simple : ce qui rend obèse... c'est de manger une pizza devant la télévision. Manger du cassoulet avec du bon vin et des amis en refaisant le monde n'a jamais fait grossir personne.

Enchanter l'alimentation, c'est déjà ne plus jamais manger devant la télévision. Ce serait peut-être la première chose à dire. Le cerveau n'enregistre la satiété qu'au bout de 20 minutes, mais même cette sensation est perturbée devant un écran. Distract, le cerveau ne sait pas ce qui a été mangé, donc il nous fait trop manger.

Les canons esthétiques ont également beaucoup évolué. Autrefois, je choisissais pour mon fils une femme forte, c'est à dire une femme qui avait la capacité de stocker les graisses pour passer l'hiver et les périodes de disette. Maintenant règne la minceur et nous arrivons même à une espèce de folie : 5% des adolescentes de ce pays arrêtent de manger de façon pathologique ! Auparavant, quand les curés gouvernaient les âmes, les anorexiques étaient des saintes, qui allaient droit au ciel en mangeant une hostie par jour... Maintenant c'est devenu une maladie, demain ce sera une faute contre la Nature.

Autre paradoxe, la mode du « sans ». Plus c'est « sans », plus c'est cher. Il devient de plus en plus difficile de manger. Sans gluten, caséine ou lactose, matière grasse, fruits à coque, arachide, sésame, œuf, avocat, fraise, kiwi, etc. c'est très compliqué à trouver et cela devient prohibitif. De plus, le moins que l'on puisse dire, c'est que cela ne favorise pas la vie sociale.

Qu'est-ce que bien manger ?

- Manger tranquillement, sereinement, en mâchant et en regardant ce que l'on mange, dans la sensualité (ni télévision, ni aucun autre écran, jamais, ni radio, ni lecture si possible).
- Manger en famille, avec des amis, dans la joie et la bonne humeur. Gardons le déjeuner familial du dimanche, cette invention française inouïe !
- Manger des plats que l'on aime, et traditionnels, les recettes de nos grands-mères - auxquels nos gènes sont parfaitement adaptés. Des variétés anciennes qui ont longuement fait leurs preuves et qui comportent bien souvent davantage d'ingrédients et de micro-nutriments.
- Manger moins de viande, de lait, de sucre et de sel, de matières grasses ; plus de fruits et de légumes de saison, de céréales et de légumineuses - et de diversité.
- En quantité juste suffisante.
- Ensuite, et seulement ensuite, manger local, bio et équitable - sans en faire une religion.

Table ronde : Ré-enchanter l'alimentation, un projet partagé ?



M. Alain BERGER, *Délégué interministériel aux industries agroalimentaires et à l'agro-industrie*,

Pr. Jean-Louis BRESSON, *Professeur de médecine*,

M. Laurent KLEIN, *Président de la SAF, Société des Agriculteurs de France*,

M. Maurice LONY, *Directeur de la Fédération Française des Banques Alimentaires*,

M. Denis BERTRAND, *Chef sommelier du restaurant Pic à Valence*

Animée par **M. Louis ORENGA**, *Directeur général d'INTERFEL*.

Louis Orenga se tourne vers les participants à la Table ronde pour identifier des solutions pour un ré-enchantement de l'alimentation.

Alain Berger.

La problématique choisie par le Conseil National de l'Alimentation pour ce colloque est fondamentale.

Dans tout système économique, l'objectif premier est la création de valeur, de richesse, ce qui permet de rémunérer les facteurs de production que sont les emplois et le capital. Ce qui est inquiétant, aujourd'hui, c'est que cette valeur ne se crée plus, ou très peu, voire est détruite dans l'univers du « manger ». Par voie de conséquence, nous assistons à des déstructurations dans les filières agroalimentaires. Si l'alimentation n'est pas ré-enchantée, si on ne lui redonne pas de la valeur, la sauvegarde de ces enjeux en amont (emplois, savoir-faire, territoires) sera menacée. C'est un enjeu stratégique et politique.

L'univers de l'alimentation représente 250 milliards d'euros, près de 2 millions d'emplois et fait vivre nos territoires. Les délocalisations et la désertification ont des impacts politiques et géopolitiques considérables. Il est nécessaire de prendre en compte la vie de ces territoires.

Aujourd'hui, les filières du manger ont des difficultés à créer ou à maintenir de la valeur. Est-ce parce que nos filières sont mal organisées ? Il y a effectivement encore beaucoup de travail à réaliser pour améliorer la performance des filières et faire en sorte que l'ensemble des opérateurs qui constituent la filière du manger (y compris l'amont – les semences, le matériel végétal ou les machines) créent collectivement de la valeur. Il n'existe pas, aujourd'hui, de démarche de création collective allant dans

ce sens. L'appropriation collective du produit existe dans les filières d'appellation d'origine contrôlée, mais elle est absente de beaucoup de filières, au sein desquelles les comportements restent opportunistes et, par voie de conséquence, potentiellement antagonistes - la valeur créée à un moment donné pouvant être ensuite détruite. L'agriculture ne participe plus, par exemple, à la création de valeur. L'agriculture entre dans un système de baisse tendancielle des prix qui a un impact considérable sur les revenus. Il faut améliorer le fonctionnement de nos filières du manger.

L'inquiétude principale vient de l'acte final du consommateur. Si de la valeur est créée en amont mais qu'elle n'est pas reconnue et rémunérée en aval, nous ne parviendrons pas à préserver notre système économique.

Au regard des dernières enquêtes, il s'avère que le poste alimentation est devenu la variable d'ajustement des dépenses d'un ménage. Lorsqu'il y a compression des postes budgétaires, trop de consommateurs sacrifient le poste alimentation. Comment se fait-il que la politique publique de l'alimentation ne prenne pas en compte la problématique économique ? Aujourd'hui, cette politique prend en considération la dimension de sécurité sanitaire des aliments, la dimension nutritionnelle... Mais la problématique économique, qui consiste à préserver la valeur du produit en lui-même, ainsi que celle de l'alimentation, n'est pas prise en compte, ce qui, à terme, pourrait poser problème sur les plans sanitaires et nutritionnels... Certains disent que c'est une tendance lourde contre laquelle on ne peut rien. Certains distributeurs basent leurs campagnes publicitaires sur l'idée que toucher à la valeur de l'alimentation, c'est porter atteinte au pouvoir d'achat des consommateurs. La mécanique est réinversée ! Le problème du pouvoir d'achat serait ainsi réglé, non pas par l'acte de production et l'emploi (premier facteur de création du pouvoir d'achat), mais via une politique de consommation dans laquelle il serait normal que le prix tendanciel de l'alimentation baisse puisque les acteurs se trouvent face à un problème de baisse du pouvoir d'achat des consommateurs ! Ce qui conduit à une destruction d'emplois ! À partir du moment où le pouvoir d'achat baisse et où aucune richesse n'est créée en amont, nous nous retrouvons dans cette mécanique infernale. Aucun problème n'est réglé. Il est temps de modifier notre comportement, en termes de politique publique. Prenons en compte une politique publique économique de l'alimentation, comme nous avons une politique publique du logement, qui permet aux citoyens d'accéder au logement. Le nombre d'emplois dans ce domaine n'est pas comparable à ceux dans le domaine alimentaire. Développons une politique publique économique de l'alimentation, prenant en compte le ré-enchantement de l'alimentation.

Louis Orenge.

Cette notion de valeur ne concerne pas que l'aspect économique. Nous devons aujourd'hui redécouvrir des valeurs collectives et de filières, qui doivent être complémentaires des actions individuelles des uns et des autres.

Est-ce que le ré-enchantement est une valeur de santé ?

Pr Jean-Louis Bresson.

Nous ne devons pas parler de nutriments, mais d'aliments. Le plus important doit être la diversification alimentaire, c'est-à-dire le passage du nourrisson, à alimentation exclusivement lactée, vers l'alimentation de type « adulte ». Nous avons tous, en tant que parents ou grand-parents, connu ce moment où vous proposez à un enfant un nouvel aliment. Cette introduction se base sur une relation. C'est une éducation sensorielle ; elle fait partie d'un jeu, d'une découverte. Elle est médiée par la relation très intense qui existe entre le nourrisson et sa mère.

Mais cette découverte ne commence pas à ce moment-là. Des équipes de recherche ont montré, notamment à l'Institut du goût de Dijon, qu'elle commence au cours de la grossesse. L'alimentation de la mère n'est pas du tout indifférente dans le comportement alimentaire futur de l'enfant, dans la mesure où un certain nombre de molécules aux propriétés aromatiques franchissent la barrière intestinale et se retrouvent dans le liquide amniotique. Cet apprentissage pré-natal est de nature à faciliter l'acceptation ultérieure des aliments. Cette expérience a été démontrée en faisant des groupes d'intervention chez des femmes qui consommaient beaucoup de légumes pendant leur grossesse, en comparaison avec des mères qui n'en consommaient pas ou peu. Il y a un effet sur le comportement du nourrisson au moment de l'introduction des légumes, avec une acceptation plus importante de la part des enfants dont la mère a consommé des légumes durant sa grossesse.

Durant l'allaitement maternel, les odeurs et les goûts se mêlent. Toutes les mères qui allaitent ont pu remarquer un certain rejet de leur enfant lorsqu'elles avaient consommé la veille un certain type d'aliment avec un goût particulièrement prononcé. Grâce à l'alimentation maternelle, il y a une sorte de préparation et d'éducation au goût qui favorise l'adoption de nouveaux aliments lors de la diversification alimentaire. Toute une culture se met ainsi en place dès la dernière période de la grossesse, qui prépare le reste de notre vie, jusqu'à la madeleine de l'adulte.

Pour des raisons déjà évoquées, de plus en plus de mères sont obligées de recourir à des aliments transformés, à des préparations. Là encore, l'expérimentation a démontré qu'il était sage d'apprendre à un enfant le goût d'un aliment particulier. Des géants de l'agroalimentaire, spécialisés dans l'alimentation infantile, ont maintenant aligné leur production de petits pots pour offrir un goût identifiable, correspondant à un seul produit.

Cette éducation des sens est continue. Je l'opposerai à l'éducation intellectuelle, à la connaissance. De grandes campagnes d'intervention ont été conduites aux États-Unis, notamment dans le cadre de la prévention de l'obésité chez l'enfant, en s'intéressant à l'impact de la connaissance sur le comportement alimentaire. L'enfant apprend la leçon, il a retenu les aliments qu'il devrait consommer, mais, en observant réellement les comportements, on démontre qu'il ne se passe rien. Le seul bénéfice quantitatif et incontestable qui ait été apporté par ce genre d'expérimentation a été l'amélioration des menus des cantines scolaires.

Louis Orenga.

Certains disent que les enfants *devraient* manger plus de fruits et de légumes. Je voudrais simplement qu'ils *aient envie* d'en manger davantage.

Monsieur KLEIN, vous conciliez votre activité d'agriculteur et les actions collectives que vous mettez en place au sein de la *SAF-Agriculteurs de France*. Comment arrivez-vous à ré-enchanter vos deux activités ensemble pour le bien de tous ?

Laurent Klein.

Les points soulevés lors des différentes interventions ont permis de resituer des problématiques qui sont celles d'un consommateur et d'un territoire. Dans mon exploitation, je suis à la fois producteur, transformateur et commerçant. Il y a 15 ans, j'étais simplement agriculteur ; aujourd'hui, je cherche à produire ce que le consommateur veut. Il est important d'apprendre à écouter la demande du consommateur. La chaîne alimentaire est aujourd'hui de plus en plus compliquée.

La SAF a retenu le thème des territoires pour son cycle de conférences 2013. De quel territoire parle-t-on ? Est-ce un territoire économique, politique, environnemental, géographique ? Le consommateur vit dans un monde de plus en plus ouvert mais se raccroche de plus en plus au local. Le temps où la choucroute n'était consommée que dans une région est révolu. Ce plat est désormais le symbole et le vecteur d'une région, qui s'exporte, par exemple, grâce aux étudiants qui partent à l'étranger. La notion de provenance des produits est de plus en plus importante.

Le territoire n'appartient plus seulement aux agriculteurs ; il appartient aussi aux entreprises agroalimentaires. Il est important de mettre en place des banques d'investissement régionales pour accompagner la mutation des PME agroalimentaires. Les outils de transformation et de création de valeurs sont également très importants. Il faut créer de la valeur ajoutée, tout au long de la filière et dans tous les territoires.

Il convient sans doute aujourd'hui de faire la différence entre la provenance des produits et le territoire de production de proximité, qui n'est pas la seule condition d'attribution d'une légitimité. Certaines grandes firmes arrivent à véhiculer une image liée au territoire et à l'environnement et à faire passer des messages bien différents du produit qu'ils vantent. Ces firmes sont aujourd'hui complètement ouvertes sur le monde.

Louis Orenga.

Les produits que nous consommons sont porteurs de l'image de leur territoire. Les images représentent une vraie valeur.

Monsieur LONY, on connaît les difficultés qu'il peut y avoir à aller vers les populations démunies et à leur distribuer, par exemple, des fruits et légumes, qui, disent les familles, font moins plaisir à leurs enfants.

Maurice Lony.

Les personnes accueillies dans les centres de distribution d'aide alimentaire sont des consommateurs comme les autres : les réticences des enfants vis-à-vis de certains aliments sont les mêmes pour toute la population. Toutes les études montrent que, dans leur grande majorité, les personnes accueillies sont incluses dans la société, mais qu'elles sont très fragiles. 80 % ont un logement et la très grande majorité a des revenus (salaire ou aides sociales). Ces personnes ont donc les mêmes comportements que les consommateurs en général. La notion de marques est, par exemple, très importante, elle correspond à un souci de respect de leur dignité. Même si les gens viennent à contre-cœur dans les centres de distribution, ils tiennent à être respectés. Ils sont également sensibles à l'ensemble des messages des politiques publiques.

Le rapport de Jean-Paul Delevoye, médiateur de la République, a montré que certains ménages avaient du mal à boucler leur budget mensuel à 100 ou 200 € près. Cette somme correspond exactement à la valeur ajoutée de l'aide alimentaire, qui permet à un certain nombre de ménages de rester insérés dans la société.

La précarité est un cercle vicieux. Lorsqu'une personne est en précarité économique, elle a des problèmes familiaux - qui eux-mêmes engendrent parfois une précarité économique. Des problèmes médicaux peuvent venir ensuite se greffer (obésité, plus grande fragilité, non recours aux soins...). La précarité peut par ailleurs exclure des cercles amicaux, et c'est là un grand danger.

Notre projet n'est pas de nourrir les gens dans le besoin, mais d'aider des gens en situation précaire à rester insérés, en les aidant par l'alimentation.

Louis Orensa.

Vous avez donc rappelé que les problèmes économiques étaient au centre des difficultés des populations que vous accueillez. En aucun cas, ces populations n'abandonnent les valeurs afférentes à l'alimentation.

M. Bertrand, comment décline-t-on ces valeurs dans la grande cuisine ?

Denis Bertrand.

La Maison Pic possède plusieurs établissements, où le plaisir et l'excellence sont mis en avant au quotidien. Anne-Sophie Pic est l'élément moteur de notre dynamique. Nous cherchons en permanence l'excellence et les meilleurs produits que nous essayons de mettre en valeur. Les mets sont très importants, mais l'association juste avec le vin est tout aussi essentielle. Nous avons la chance d'être dans une région vinicole importante, allant de Vienne jusqu'à Avignon. Nous transformons et mettons en valeur les produits et la gastronomie française, afin de donner du plaisir.

Louis Orensa.

Une colonne vertébrale se dessine au travers de toutes les interventions, en partant des valeurs attachées à l'alimentation, en passant par les attitudes, parfois difficiles à transformer en comportements. Il est par ailleurs parfois difficile de répondre aux attentes contradictoires des citoyens-consommateurs. Le plaisir et la convivialité sont, enfin, des valeurs centrales.

Quelles sont vos approches, vos recommandations pour ré-enchanter l'alimentation ?

Alain Berger.

L'économie a toute sa place dans une politique publique de l'alimentation. Les produits alimentaires ne sont pas des marchandises comme les autres.

Quand on banalise les produits alimentaires, sur un plan strictement économique, notamment dans le cadre de l'Organisation mondiale du commerce, les effets sont terriblement destructeurs, en particulier

sur la problématique de la faim dans le monde (près d'un milliard de personnes n'accèdent pas à leur alimentation) ou sur les inégalités des territoires dans les pays en développement (notamment du fait de la spéculation sur les terres agricoles). L'enjeu de l'alimentation n'est pas compatible avec les principes qui régissent les échanges internationaux, c'est-à-dire les principes de libre concurrence ; la concurrence ne peut pas régler le problème de l'alimentation et de la faim dans le monde. Nous savons qu'il faut réguler, qu'il faut modifier les schémas et qu'il faut redonner aux pays en développement leur capacité à assurer leur propre autosuffisance alimentaire. Il est nécessaire d'avoir de l'intervention publique. Nous nous censurons beaucoup trop, surtout lorsqu'il s'agit d'alimentation, parce que le principe de concurrence internationale prévaut, et non l'enjeu alimentaire, dans toutes ses dimensions.

Retransposons cette problématique en France. Il faut, par exemple, des clauses spécifiques dans les processus de marché public pour donner des marges de manœuvres aux acheteurs en restauration scolaire, afin de sortir d'un système où ce serait nécessairement le moins-disant qui devrait intervenir.

Le PDG de Leclerc affirme que « le plus bas prix, c'est ce que demande le consommateur » : ces discours déstructurent l'image de l'alimentation, lui font perdre de la valeur et la désenchangent. Quand nous parlons de circuits courts, cela sous-tend l'idée de territoires vivants, une logique de diversité. Si nous sacrifions les circuits courts, nous sacrifions la diversité des savoirs-faire, des territoires et de nos racines culturelles. Le plus bas prix et la libre concurrence ne doivent pas être les règles absolues. Il faut peut-être mettre en place un encadrement des échanges, qui permettrait de privilégier certains circuits par rapport à d'autres. Mettre le « petit » face au « gros » engendre un abus de position dominante quasiment structurel dans les filières agroalimentaires. La politique publique de l'alimentation doit inclure cette dimension économique et notamment le volet de la concurrence et de la spécificité des produits alimentaires, qui ne sont pas des marchandises comme les autres. En changeant les mentalités des décideurs publics sur ce point, nous pourrions ré-enchanter l'alimentation.

Louis Orenge.

Si nous sommes aujourd'hui dans une multiplication des échanges, nous avons peut-être sous-estimé les actions d'informations aux consommateurs.

Quelles sont vos pistes, Professeur BRESSON, pour ré-enchanter l'alimentation au travers de la santé ou la santé au travers de l'alimentation ?

Jean-Louis Bresson.

Le principal chantier est sûrement l'éducation des sens. Cette éducation doit commencer très tôt, dès l'allaitement maternel. Elle doit ensuite se poursuivre durant toute l'enfance. Lorsqu'un enfant a été habitué à consommer des légumes, il continuera à en consommer à l'âge adulte et transmettra cette habitude à la génération suivante. L'éducation des sens est transgénérationnelle. L'investissement est donc important.

Les moyens de cet investissement sont difficiles à dégager. Il est difficile de faire peser sur l'école une mission supplémentaire alors qu'on lui en demande déjà beaucoup trop. Bien sûr, il existe des classes d'éducation au goût où les familles sont invitées, des ateliers de cuisine qui ont de très bons résultats, mais il est difficile de reproduire ces initiatives à une très grande échelle. Il est essentiel d'impliquer au maximum la famille.

La part des repas faits maison diminue au profit de l'achat de plats préparés. Ce chantier implique directement les industries agroalimentaires, qui ré-orientent la texture et les goûts des préparations pour nourrissons, afin de permettre une éducation par étape. L'autre préoccupation, qui concerne à la fois les enfants et les adultes, est la qualité nutritionnelle des aliments transformés, c'est-à-dire leur enrichissement en nutriments intéressants (minéraux, micro-nutriments et vitamines). Mais le principal chantier reste l'éducation au goût, à prolonger sur toute l'enfance et même peut-être jusqu'à l'âge adulte.

Louis Orenge.

Ce vaste chantier n'est pas toujours simple à mettre en place de façon opérationnelle. Les travaux devront continuer en ce sens au CNA afin de trouver les modèles les plus opérationnels.

Laurent Klein.

L'ouverture du monde est une chance pour la France et pour l'Europe. Les Chinois et les Indiens vont bientôt vouloir consommer comme nous. Nos produits et notre dynamisme sont des atouts à valoriser à l'international. Il faut saisir cette opportunité. Mais plus le monde s'ouvre, plus nous avons besoin de développer une éthique. La SAF a récemment organisé une journée sur l'éthique alimentaire au Parlement européen, à Strasbourg. Chaque métier de l'alimentaire doit développer sa propre éthique vis-à-vis du consommateur final. L'éthique doit devenir une valeur forte, qui liera tous les acteurs de l'alimentation.

La SAF a également travaillé sur le concept de réputation de l'industrie agroalimentaire. Les chiffres donnés par Pascale Hebel confirment que les industries agro-alimentaires n'ont pas bonne réputation, alors que notre industrie agroalimentaire peut être développée et poussée à l'international, notamment pour des produits tels que fromages, les produits du terroir. Nous avons la chance d'être dans un monde totalement ouvert, mais nous devons donner du sens et de l'éthique dans les entreprises.

L'innovation technologique est fondamentale. Elle correspond, par exemple, aux flash-codes qui permettent aux consommateurs d'être rassurés sur la composition du produit. La technologie est en train de révolutionner le rapport que chacun peut avoir à l'aliment. Nous ne pouvons qu'inciter ce type d'initiative. Cependant, il faut réussir à promouvoir davantage la valeur imaginaire de la marque en ouvrant la réflexion sur le concept de territoire et en l'élargissant à la filière alimentaire dans son ensemble. Aujourd'hui, la bataille du lait se fait sur 0,02 centimes d'euro par litre, alors qu'il est certainement possible de trouver des choses beaucoup plus intelligentes, en termes de fonctionnement entre acteurs. La transversalité des métiers et les filières complètes doivent être aujourd'hui activées, afin de pouvoir se positionner à l'international.

La marque reconnaît le savoir-faire et valorise la transformation (notamment les AOC). Dans une Europe qui se construit, les terroirs et les territoires peuvent être complémentaires. Nous sommes, par exemple, allés chercher en Pologne des charcutiers, qui ont pu apporter leurs savoirs-faire en Alsace. Il faut encourager les politiques à jeter des ponts entre les pays. Diversifions notre activité, diversifions notre imaginaire dans les produits que nous proposons, trouvons des passerelles avec les pays du Sud de l'Europe pour faire circuler les compétences, les expériences et les produits afin de pouvoir embellir notre gastronomie.

Louis Orenge.

Merci pour cette vision qui intègre les terroirs, tout en donnant une visée européenne et internationale.

Monsieur Lony, quelles sont vos pistes de recommandations ?

Maurice Lony.

Nous pouvons évoquer l'axe d'évolution qu'ont subi, au cours des trente dernières années, les Banques alimentaires. Elles ont commencé par fournir des produits alimentaires à des personnes qui avaient faim. Aujourd'hui, notre mission est également d'insérer des personnes en difficulté dans la société, en nous appuyant sur l'alimentation. Notre projet a donc évolué de façon assez importante. Nous essayons, depuis plusieurs années, de multiplier les activités autour de l'alimentation et d'amener les personnes que nous aidons à créer du lien social, via l'alimentation.

Les repas partagés en sont un exemple. Ils permettent aux personnes, isolées hier, de se rassembler dans un lieu et de partager un repas avec d'autres. L'enjeu est de les ré-habituer à communiquer avec les autres, autour d'une table. Les bénévoles de l'association sont bien entendu invités à partager ce repas.

Des ateliers-cuisine sont également organisés. Les personnes accueillies se retrouvent autour d'un fourneau, avec des produits fournis par l'association. On ne leur apprend pas à cuisiner, mais à se raconter mutuellement des histoires. Chacun arrive avec son passé, avec sa culture et avec ses

souvenirs culinaires. Il peut montrer aux autres le plat qu'il est capable de cuisiner avec les produits proposés. Chacun apporte ainsi quelque chose à l'autre. Ce n'est pas de l'assistantat.

La précarité exclut, marginalise. À travers ces ateliers, la personne accompagnée se rend compte qu'elle peut apporter quelque chose aux autres. Ces ateliers permettent de ré-enchanter l'alimentation, et également la vie quotidienne des personnes aidées. Ils sont la pierre d'angle à partir de laquelle nous construisons notre action au profit de l'inclusion sociale.

La volonté, aujourd'hui, est de développer ces ateliers sur l'ensemble du territoire. 79 Banques alimentaires œuvrent sur le territoire français ; entre 40 et 50 pratiquent les ateliers-cuisine. Notre ambition est que toutes les Banques mettent en œuvre ces actions. Nous ne concevons pas les actions des Banques alimentaires de façon isolée ; nous sommes insérés dans la société. Le mieux est de le faire en association avec les services de l'État, les municipalités, les travailleurs sociaux, les CCAS... D'autres partenariats, avec les interprofessions par exemple, peuvent être envisagés, afin de mutualiser nos efforts.

Louis Orenga.

Monsieur Bertrand, à travers votre métier de sommelier, vous savez comment ré-enchanter l'alimentation !

Denis Bertrand.

Notre travail est de trouver des aliments de bonne qualité afin de proposer des plats qui répondent à toutes les attentes de notre clientèle. Enchanter l'assiette est le cœur de nos professions. Grâce à nos différents ateliers-cuisine mais aussi à notre implication auprès de différentes associations et fondations, nous essayons de mettre en valeur des produits sains et simples.

Louis Orenga.

En résumé et d'après ce qui vient d'être dit, trois pistes sont à prendre en considération pour engager un travail : la régulation dans le domaine alimentaire, l'information des consommateurs et l'éducation au goût, notamment auprès des jeunes. L'enjeu territorial est tout aussi important, puisqu'ils permettent aussi de raconter une histoire, de valoriser des savoir-faire et des professionnels.

Échanges avec la salle

Christophe Hébert (AGORES).

La population, aussi bien les professionnels que les particuliers, a perdu le lien avec l'aliment et le produit mais aussi la notion de préparation de plats à base de produits bruts. Ce n'est pas à l'Éducation nationale de mettre en place des initiatives d'éducation au goût et, comme dirait Jean-Pierre Corbeau, à l'art culinaire, mais plutôt aux collectivités locales, via les services de restauration, qui disposent de moyens humains pour ce faire. Ces personnels (cuisiniers, service), en contact permanent avec les enfants, sont les mieux à même de faire passer des messages. Mais les personnes qui encadrent les enfants ne savent pas raconter une histoire ou ont perdu l'histoire du produit ou du plat. La formation des personnels ne prend pas en considération l'histoire du produit. Le cuisinier a été dépossédé de cette connaissance par des process ou des produits industriels, qui arrivent déjà préparés. Il faut réussir à développer de telles initiatives, notamment, en direction des enfants.

Arila Pochet (Direction générale de la Santé).

Ré-enchanter l'alimentation implique également d'éviter d'opposer les politiques nutritionnelles de santé et les politiques alimentaires. Différents chantiers ont été engagés en ce sens : la *Fabrique à menus* de l'INPES, ou encore le programme de formation sur l'aide alimentaire que l'INPES a porté,

avec des ateliers-cuisine. La santé est la deuxième préoccupation des Français, or l'alimentation est un facteur de santé. Pour les prochains repères nutritionnels, en cours d'élaboration, il faudra porter la notion de repas, dans toutes ses dimensions, de manière à former un tout et à engager des politiques cohérentes.

Jean-Jacques Mathieu (Confédération paysanne).

La question de la régulation a été, de nombreuses fois, mise en avant par la Confédération paysanne, sans jamais toutefois être prise en compte. Avant d'exporter nos produits, il faudrait penser à garantir notre souveraineté alimentaire, perdue dans les années 1980. Des accords de libre-échange récents ont été signés entre l'Europe et le Maroc pour mettre en place un système d'échange de céréales européennes contre des fruits et légumes marocains. Pourquoi la Politique agricole commune ne soutiendrait-elle pas la production de fruits et de légumes ? Quand va-t-on revenir à de bonnes pratiques commerciales ?

Louis Orenge.

Ce sujet a effectivement soulevé de nombreuses questions dans le secteur des fruits et légumes. Votre question nous ramène à un point central abordé précédemment : tout est une question d'équilibre.

Louis Orenge remercie les intervenants de la table ronde pour la qualité de leurs interventions.



Conclusion



Pierre-André DURAND,

Prefet de la Drôme.

Monsieur le Président du Conseil national de l'alimentation, Monsieur le Délégué interministériel, Monsieur le Directeur général de l'alimentation, Mesdames et Messieurs, je vous souhaite la bienvenue dans la Drôme.

Votre choix de la Drôme au regard du thème de ce colloque est particulièrement judicieux.

La Drôme est le 49^{ème} département français de par sa population et le 29^{ème} par sa superficie. Il est composé de nombreux "pays" à forte identité et d'une diversité de productions très riche (huile d'olive, viticulture, céréales, élevage, arboriculture...). La Drôme a des "enchanteurs", des professionnels de l'alimentation de grande qualité. Le département cumule dix étoiles.

La thématique alimentaire prend tout son sens dans le département compte-tenu de la place de l'agriculture. Le secteur primaire est très développé, 5% de la population active du département y travaille - le double de la moyenne nationale. Mais, dans le même temps, nous déplorons une forte précarité : sur 500.000 Drômois, 70 000 vivent en dessous du seuil de pauvreté. Les dimensions sociologiques sont à prendre en compte. Le rôle de l'Etat est très marqué en matière de politique agricole et agroalimentaire.

A l'échelon départemental, l'action des services de l'Etat et notamment de la direction départementale de la protection des populations (DDPP) est importante pour améliorer la qualité des produits (alimentation sûre, saine, savoureuse...). La DDPP assure la prévention et la gestion du risque sanitaire en alliant utilement les compétences des agents des Services vétérinaires et de ceux de la Concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes. L'action de la DDPP est centrale dans l'exercice des missions régaliennes de l'Etat, qu'il s'agisse des secteurs de la production primaire, de la remise directe, de la restauration ou encore de la distribution. Les relais qui devraient être assurés par les auto-contrôles réalisés par les professionnels ne sont pas encore complètement effectifs. Des opérations interministérielles de contrôle sont menées par les agents de la DDPP, de la police, de la gendarmerie, de l'inspection du travail, de la Direction départementale de la cohésion sociale (DDCS, pour les établissements accueillant des mineurs). Cette action interministérielle est très soutenue pendant la saison estivale. Malgré une communication importante et une très forte présence des services, de nombreux manquements sont encore constatés. Par exemple, 60% des restaurants contrôlés soumis à des plans d'auto-contrôle présentaient des non conformités. Le seul système des auto-contrôles atteint ses limites. C'est pourquoi, l'Etat doit assumer ses fonctions en matière sanitaire.

L'Etat joue également un rôle dans la promotion d'une alimentation équilibrée, produite dans des conditions respectueuses de l'environnement. Dans le département, nous sommes donc attentifs à décliner le Programme national pour l'alimentation (PNA). Nos services contribuent également à l'amélioration de l'offre alimentaire en collaborant, pour un certain nombre de réalisations, avec le Conseil général, la Chambre d'agriculture, la DRAAF... Diverses initiatives locales ont ainsi été prises :

- la rédaction d'un guide réglementaire sur les circuits courts, qui accompagnait le projet *Agrilocal* ;
- la participation, en tant qu'expert technique, à la production du film *C'est bon* des studios Folimage (diffusé sur France 3, avec la voix de Jean Pierre Coffe) ;
- la participation aux actions *Un fruit pour la récré* dans les établissements scolaires, action stratégique dans un département arboricole où, en raison de la précarité, l'alimentation des jeunes est un sujet d'attention ;
- l'action *Mon potager solidaire* ;
- l'organisation de l'aide alimentaire ;
- les informations sur la pause méridienne en secteur scolaire ;
- la lutte contre le gaspillage alimentaire.

Monsieur le Président, je vous redis tout le plaisir qui est le mien de vous accueillir. Je salue le Conseil National de l'Alimentation. Je vous remercie.

Biographies des intervenants

Pascale HEBEL

Pascale Hebel est directrice du département « Consommation » au CREDOC (Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie). Elle est spécialiste de l'anticipation des comportements des consommateurs, notamment dans le domaine alimentaire. Elle était, auparavant, directrice du pôle Marketing et Consommation du BIPE (Bureau d'Information et de Prévisions Économiques).

Elle est également la porte-parole de l'étude INCA (Étude Individuelle sur les Consommations Alimentaires), dont les résultats ont été publiés, en 2007, sous le titre *Comportements et consommations alimentaires en France, enquête CCAF 2004/2007* (2007) et en 2012 aux éditions du CREDOC.

Dernier ouvrage paru :

La révolte des moutons – Les consommateurs au pouvoir, éditions Autrement, 2013.

Jean-Pierre CORBEAU

Jean-Pierre Corbeau est Professeur émérite de sociologie de l'alimentation à l'Université François Rabelais de Tours depuis octobre 2010. Il est membre de l'Équipe Alimentation (EA 6294) de l'Université de Tours et chercheur associé au ISTHIA (Institut Supérieur du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Alimentation, Université de Toulouse Le Mirail).

Il travaille particulièrement sur les comportements alimentaires des jeunes et des personnes âgées en France, sur l'éducation, les sociabilités et les symboliques alimentaires.

Co-fondateur de l'Institut Français du Goût dans les années 70, il est secrétaire de l'Institut Européen d'Histoire et de Cultures de l'Alimentation (IEHCA), co-responsable du groupe de recherche d'Anthropologie et de Sociologie de l'Alimentation de l'Association Internationale des Sociologues de Langue Française (AISLF). Membre du Conseil Scientifique de l'OCHA (Observatoire CNIEL des Habitudes Alimentaires), du GROS (Groupe de Réflexion sur l'Obésité et le Surpoids) et membre du CNA (Conseil National de l'Alimentation), il a publié plus de 70 articles sur le comportement alimentaire et dirigé plusieurs numéros de revues sur cette thématique (« Pratiques alimentaires », n°26 de *Prévenir*, 1994 ; « Culture, nourritures » *Internationale de l'imaginaire*, n°7, Babel/Actes sud, 1997 ; « Cuisine, alimentation, métissages », *Bastidiana* n°31-32, 2000).

Publications récentes :

– En collaboration avec Jean-Pierre Poulain, *Penser l'alimentation. Entre imaginaire et rationalité*, Privat, 2002, réédition 2008.

– *Nourrir de plaisir : régression, transgression, transmission, régulation ?*, Les cahiers de l'OCHA, n°13, décembre 2008.

– Sous la direction de Jean-Pierre Poulain, *Dictionnaire des cultures alimentaires*, articles « Curnonski », « Douglas Mary », « Éducation alimentaire », « filière du manger », « gastro-anomie », « gras », « métissage », « milieu hospitalier (dimension symbolique de l'alimentation) », « nouvelle cuisine », « Serres Olivier de », « sociabilité », « Moulin Léo » (avec Jean-Pierre Poulain), « Thématisation de l'alimentation dans SHS » (avec Jean-Pierre Poulain), « Thouvenot Claude », PUF, 2012.

Bruno PARMENTIER

Bruno Parmentier est auteur, conférencier et consultant.

Il est diplômé de l'École des Mines de Paris et de l'École Pratique des Hautes Études.

Après une carrière effectuée en France et au Mexique, pour une bonne part dans la presse (Centre de Formation et de Perfectionnement des Journalistes) et dans l'édition (Éditions La Découverte, Éditions du Cerf, Centre National de Documentation Pédagogique), il a dirigé, de 2002 à 2011, le Groupe École Supérieure d'Agriculture d'Angers.

Il est, entre autres, administrateur de l'Association pour une agriculture écologiquement intensive, de la Société des lecteurs du Monde, de la Fondation de l'enfance, du PACT (Propagande et actions contre les taudis) des Pays de la Loire et du CNAM (Conservatoire national des arts et métiers) des Pays-de-la-Loire.

Il anime aujourd'hui des conférences autour de l'agriculture et de l'alimentation. Son blog : <http://nourrir-manger.fr/>

Publications récentes :

– *Nourrir l'humanité, les grands problèmes de l'agriculture mondiale*, La découverte, 2007 (édition de poche, 2009).

– *Manger tous et bien*, Seuil, 2011.

Louis ORENGA

Louis Orenga est, depuis 2012, Directeur Général et Directeur des relations institutionnelles et de la communication de l'Interprofession des fruits et légumes (Interfel) ainsi que Directeur de l'Agence Pour la Recherche et l'Information en Fruits et Légumes frais (APRIFEL).

Précédemment, il a occupé différents postes à la Sopexa (Société pour la promotion des exportations agro-alimentaires), avant de diriger le Centre d'Information des Viandes (CIV).

Publication :

– *La communication collective*, Jean-Paul Gisserot, 1996.

Alain BERGER

Alain Berger est ingénieur agronome, docteur en Sciences Économiques et Inspecteur Général de l'Agriculture.

Il a exercé les fonctions de Directeur de recherches à l'INRA (Institut national de la recherche agronomique), Conseiller au Cabinet d'Henri Nallet (Ministre de l'Agriculture et de la Forêt), de Directeur de l'INAO (Institut national de l'origine et de la qualité), de Directeur de l'OFIMER (Office national interprofessionnel des produits de la mer et de l'aquaculture), de Directeur de Cabinet de Jean Glavany (Ministre de l'Agriculture et de la Pêche), de Directeur Général d'INTERFEL (Interprofession des fruits et légumes frais), de DGS (Directeur général des services) du Conseil Général d'Indre et Loire et de Conseiller de Jean-Pierre Bel (Président du Sénat) et de Délégué Interministériel aux Industries Agroalimentaires et à l'Agro-industrie.

Alain Berger a été nommé Commissaire Général de la section française à l'Exposition universelle de Milan 2015.

Jean-Louis BRESSON

Jean-Louis Bresson est Professeur de médecine. Son travail se concentre sur la nutrition de l'enfant et de la femme enceinte. Depuis 2009, il est directeur adjoint du Centre d'investigation clinique Necker – Enfants malades & Cochin.

Il a collaboré à la rédaction de la norme des apports nutritionnels conseillés, à partir de 1997 (publié sous l'égide de l'AFSSA en 2001). Il a travaillé pendant neuf ans sur le dossier des allégations à l'Agence européenne de sécurité sanitaire (AESAs) et a rejoint l'ANSES en tant qu'expert au Comité de nutrition humaine.

Laurent KLEIN

Laurent Klein est président de la SAF (Société des Agriculteurs de France) depuis 2009.

Il est chef d'une entreprise agricole à Griesheim-sur-Souffel (Alsace) qui produit, transforme et commercialise en direct toute sa production (légumes, lait, volaille, porc...).

Précédemment, il a été membre du CSAAD (Conseil Stratégique de l'Agriculture et de l'Agro-industrie Durables) au Ministère de l'Agriculture et s'est investi dans le travail de prospective « Agriculture et Énergie 2030 » mené par le Centre d'Études et de Prospective du Ministère. Il est Président du Crédit Mutuel-Marchés agricoles–Alsace. Il est administrateur d'OREE (Organisation pour le respect de l'environnement dans l'entreprise) depuis 2012.

Maurice LONY

Maurice Lony est, depuis le 1^{er} janvier 2010, directeur fédéral de la Fédération Française des Banques Alimentaires.

Après une riche carrière au sein des forces armées, où il fut notamment nommé Général de division, chef de la mission militaire française auprès du commandant suprême des forces alliées en Europe, il intègre la Fédération Française des Banques Alimentaires pour animer et coordonner le réseau.

Denis BERTRAND

Denis Bertrand est, depuis plus de 30 ans, le chef sommelier du restaurant Pic à Valence.



Conseil National de l'Alimentation
251 rue de Vaugirard
75732 Paris Cedex 15
Tél. : 01 49 55 80 78 – Fax : 01 49 55 59 48
cna.dgal@agriculture.gouv.fr
www.cna-alimentation.fr

Avec le soutien :
de la Confédération générale de l'alimentation en détail
du Conseil général de la Drôme
du Groupe coopératif UVICA
de la Chambre d'Agriculture de la Drôme
de Ferrero France



Groupe coopératif UVICA



FERRERO

Affiche : Gloria SODORE