

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE
AVIS ET RAPPORTS DU
CONSEIL ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

*LE RÔLE DE
L'ÉDUCATION DANS
L'ALIMENTATION*

2004
Etude présentée par
Mme Michelle Ologoudou

SOMMAIRE

INTRODUCTION	3
I - LES GRANDES TENDANCES DES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES.....	
1. Les tendances lourdes de l'environnement économique et social à l'origine des modifications du comportement alimentaire	6
2. L'évolution des consommations alimentaires.....	13
3. L'observation des consommations alimentaires au travers de l'enquête INCA, les premiers résultats du baromètre « <i>santé-nutrition 2002</i> » publiés par l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé et les résultats de l'enquête S UVIMAX.....	27
II - L'INTÉRÊT D'UNE EDUCATION À L'ALIMENTATION	
1. Les états généraux de l'alimentation	37
2. Au niveau européen : la résolution du Conseil du 14 décembre 2000	38
3. Le programme national nutrition santé (PNNS)	38
4. L'éducation au goût et au plaisir	43
5. Une situation particulière à prendre en compte : les personnes en situation de précarité	49
III - LES ACTEURS DE SA MISE EN OEUVRE	
A - LES ACTEURS ESSENTIELS	
1. La famille	55
2. L'Education nationale	62
B - LES AUTRES ACTEURS	
1. Le rôle des diététiciens	82
2. Le rôle des interprofessions	82
3. La grande distribution.....	89
4. Les industries agroalimentaires	89
5. La restauration hors domicile	95
6. Les services de l'Etat et les autres organismes impliqués dans cette mise en oeuvre	98
IV - UNE ÉDUCATION AXÉE SUR LE DISCERNEMENT QUI S'ADRESSE À L'ENSEMBLE DE LA POPULATION.....	
A - L'INFORMATION DU CONSOMMATEUR	
1. L'étiquetage.....	103

2. Les allégations	111
3. Produits « diététiques » et compléments alimentaires	114
4. Problèmes particuliers d'étiquetage.....	114
5. Les signes officiels de qualité et d'origine	118
B - UN ESPRIT CRITIQUE À DÉVELOPPER.....	121
1. L'action des associations de consommateurs	122
2. Le rôle de l'Institut national de la consommation (INC)	123
CONCLUSION ET PROPOSITIONS.....	125
ANNEXES.....	129
Annexe 1 : Résultat du vote de l'étude en section.....	131
Annexe 2 : Liste des personnalités rencontrées.....	133
Annexe 3 : Tableau récapitulatif des émissions gastronomiques françaises	135
Annexe 4 : Liste des sigles	137

Le 25 juin 2002, le bureau du Conseil économique et social a confié à la section de l'agriculture et de l'alimentation la préparation d'une étude sur « *Le rôle de l'éducation dans l'alimentation* ».¹

La section a désigné Mme Michelle Ologoudou comme rapporteure.

Pour son information, la section a procédé à l'audition de :

- M. Christian Babusiaux, conseiller maître à la Cour des comptes, président du Conseil national de l'alimentation ;
- M. Bernard Chardon, directeur du comité scientifique de Sodexho France ;
- M. Jean-Pierre Corbeau, sociologue ;
- Mme Christine Kerneur, de la direction de l'enseignement scolaire au ministère de la Jeunesse, de l'éducation nationale et de la recherche ;
- M. Patrick O'Quin, directeur des relations extérieures au groupe Danone.

La rapporteure a, par ailleurs, rencontré de nombreuses personnalités².

La section et la rapporteure remercient l'ensemble de ces personnalités pour leur contribution à la préparation de cette étude.

¹ Le résultat du vote de l'étude en section figure en annexe 1.

² Voir en Annexe n°2 la liste des personnalités rencontrées.

INTRODUCTION

Dans toutes les sociétés dites d'abondance, celles qui ont surmonté les problèmes de pénurie, l'alimentation est paradoxalement de plus en plus un sujet qui fait débat. Plusieurs problèmes sont posés qui concernent aussi bien la santé publique que les individus. Les uns ont trait aux aliments, à leur mode de production, à leur mode de consommation, à leurs propriétés gustatives et nutritionnelles. Les autres mettent en cause le « citoyen-mangeur » lui-même dans sa dimension comportementale normale (souci de santé et d'équilibre, désir d'être mince) ou pathologique (boulimie, anorexie, obésité...).

En outre, au cours de la période récente, en particulier depuis 1996 et la première crise de l'ESB, est apparue la question de la « sécurité alimentaire »¹. Les crises qui se sont succédé s'inscrivent dans un contexte marqué par des tensions.

Ces tensions sont celles qui parcourent le rapport du mangeur contemporain à son alimentation, de plus en plus transformée, de plus en plus étirée en « filières industrielles », de plus en plus étrangère aux écosystèmes domestiques locaux, produite ailleurs, on ne sait où, on ne sait comment, distribuée comme objet de consommation de masse, portée par des campagnes de publicité massives, chargée de substances mystérieuses et inquiétantes (colorants, conservateurs, additifs divers) soupçonnée d'être polluée de pesticides ou autres molécules impures. Dans tous les pays riches, les produits transformés par l'industrie agroalimentaire sont parfois mal perçus bien que leurs prix, leurs commodités d'emploi, qui permettent des gains de temps appréciables, apportent incontestablement un plus au consommateur. Cependant, ces avantages ne contrebalaient pas complètement, dans l'esprit des consommateurs, leurs insuffisances. Pour les uns, c'est le goût qui n'est plus ce qu'il était ; pour les autres, c'est en termes d'effets sur la santé qu'ils pourraient poser problèmes. Chacun valorise et regrette « le naturel ».

De plus, se pose la question du risque nutritionnel et, à travers elle, celle de la régulation quantitative et qualitative de la prise alimentaire. L'inadéquation des pratiques alimentaires est incriminée dans la montée de l'obésité, les pathologies cardio-vasculaires et certains cancers². Il faut cependant éviter de médicaliser l'alimentation car il convient de ne pas oublier que manger, c'est non seulement se faire plaisir mais c'est également pouvoir communiquer autour du plaisir. Les pratiques alimentaires des individus, c'est-à-dire leur comportement

¹ Le Conseil a abordé ces questions dans un avis intitulé « *La sécurité sanitaire des aliments : un enjeu majeur* » - rapporteur : M. Gilbert CAPP - JO n° 41101-0022 du 21.11.2001

² Le rapport du Conseil économique et social présenté par M. Guy Robert, au nom de la section des affaires sociales, intitulé « *La prévention en matière de santé* » a été adopté le 26 novembre 2003 (JO du CES, n° 2003-24 du 3 décembre 2003).

alimentaire, ne sont pas la somme de choix individuels plus ou moins éclairés et rationnels, malléables à volonté.

Ces pratiques s'inscrivent, en effet, dans un réseau de contraintes matérielles (prix, temps, travail ...) et dans un tissu serré et complexe de représentations et de fonctions sociales et symboliques (religions, systèmes de croyances diverses, traditions, appartenances familiales, sociales, culturelles, ethniques). En effet, c'est aux Etats-Unis, à la fin du XIX^{ème} siècle qu'est née l'ambition de changer « les habitudes alimentaires » d'une population pour maintenir celle-ci en bonne santé. Ces premières tentatives connurent des échecs cuisants. Elles comportaient une dimension fortement moralisatrice et reposaient sur des a priori erronés. Au nombre de ceux-ci figurait la croyance selon laquelle le mangeur était un sujet totalement libre de ses choix alimentaires. Or ceux-ci dépendent des représentations que nous nous faisons de l'alimentation, des différents aliments. Par ailleurs, nos comportements alimentaires sont influencés par l'environnement social dans lequel chacun de nous évolue.

D'une manière générale, si les mangeurs ne souhaitent pas devenir des experts en alimentation, les mangeurs veulent cependant pouvoir comprendre les informations et doivent donc avoir un niveau de connaissance approprié. La formation sur les compositions des aliments et sur les conséquences de leur consommation est souvent revendiquée : l'éducation du goût et l'éducation pour la santé. Par contre, il n'existe pas une prise de conscience aussi développée sur la nécessité de formation sur les systèmes de production pour mieux comprendre « *d'où cela vient* ».

L'utilisation du terme « *éducation* » montre bien qu'on demande à celle-ci de fournir un corps de règles normatives et de remédier aux connaissances jugées insuffisantes. L'éducation alimentaire se fait surtout lors de l'enfance en même temps que les apprentissages élémentaires. Elle doit être d'une certaine manière permanente car le système de production évolue sans cesse. S'y ajoute le fait qu'existe une grande rémanence des comportements. Ceux des seniors d'aujourd'hui restent empreints de la période où le travail consommait beaucoup d'énergie et où la nourriture n'était ni diversifiée, ni pléthorique. Quelles doivent être alors les parts respectives des parents et de l'école dans la transmission des apprentissages alimentaires ? Quand de nombreux parents avouent leurs faibles connaissances dans le domaine alimentaire, le rôle de l'école ne devrait-il pas être renforcé ?

Dans ces conditions, on s'interrogera sur l'intérêt ou non de mettre en œuvre un programme d'éducation à l'alimentation et sur les actions déjà engagées dans ce domaine. En effet, les pouvoirs publics, grâce à l'éducation et à l'information, espèrent conduire les mangeurs à une double prise de conscience : celle, d'abord, de l'étroitesse du lien entre notre façon de manger et notre santé ; celle, ensuite, des responsabilités de chacun en la matière : vis-à-vis de nous-même mais aussi vis-à-vis de nos enfants et des proches. Les difficultés générées par ces actions et les moyens d'y pallier seront abordés.

En définitive, l'éducation à l'alimentation peut-elle à elle seule contribuer à nous apprendre à bien manger ?

I - LES GRANDES TENDANCES DES COMPORTEMENTS ALIMENTAIRES

Au cours de l'histoire de l'humanité, le contexte dominant a été celui de la pénurie alimentaire. La principale préoccupation des populations était la peur de manquer. La sécurité alimentaire signifiait l'assurance des approvisionnements pour assurer la survie. Cette situation n'a pas encore disparu. La FAO estime en effet que 800 millions d'individus sont sous-alimentés.

Mais les fractions riches de la population (les classes aisées des pays pauvres et la plupart des individus des pays riches) se trouvent désormais dans un contexte alimentaire complètement nouveau qui est celui de l'abondance. Alors que dans les contextes de pénurie, les contraintes économiques sont les éléments les plus déterminants des choix alimentaires, celles-ci deviennent moins importantes dans le contexte de richesse et d'abondance actuelle. Les mangeurs peuvent alors trier dans le disponible beaucoup plus en fonction de leur culture.

Pendant la seconde moitié du XX^{ème} siècle, en même temps que les disponibilités alimentaires se sont accrues, les besoins nutritionnels ont nettement diminué. Les modifications de l'organisation du travail (par la mécanisation, l'automatisation, et la robotisation), le développement des moyens de transport et l'augmentation du confort des différents lieux de vie ont entraîné une réduction des activités physiques. Le niveau individuel moyen des dépenses énergétiques s'est beaucoup réduit en quelques dizaines d'années. A l'échelle de l'histoire de l'humanité, ce changement doit être considéré comme un véritable bouleversement.

Jusqu'alors (et c'est encore la situation majoritaire au niveau mondial), les apports nutritionnels étaient conditionnés par la prédominance des périodes de vaches maigres avec quelques rares moments de vaches grasses. Ces apports étaient donc généralement insuffisants et la malnutrition dominait. La majeure partie de la population dans les pays riches est désormais confrontée à un environnement d'abondance : elle doit donc « faire maigre » en « période de vaches grasses ».

Après avoir procédé à l'examen des comportements alimentaires, sera analysée l'évolution des consommations alimentaires à partir des données de l'INSEE, de l'enquête individuelle et nationale de consommation alimentaire (INCA) et à partir du baromètre santé nutrition établi par l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé.

1. Les tendances lourdes de l'environnement économique et social à l'origine des modifications du comportement alimentaire¹

1.1. La civilisation du bureau, faible consommatrice d'efforts physiques

En France comme dans les autres pays développés, les individus ont tendance à dépenser de moins en moins d'énergie musculaire. Les emplois industriels font aujourd'hui de moins en moins appel à la force physique et les tâches « manuelles » tendent de plus en plus à se réduire avec les processus de production modernes. Dans les villes – et même les campagnes – la généralisation du chauffage central a fait augmenter la température ambiante moyenne et baisser du même coup les dépenses en calories nécessaires à la thermorégulation des individus. De même, dans le mode de vie urbain, l'automobile, les transports et l'ascenseur diminuent le travail musculaire.

Ainsi la dépense énergétique moyenne, qui était estimée à plus de 3 000 calories par jour chez l'homme et 2 400 chez la femme, serait tombée progressivement, depuis la fin des années cinquante environ, à 2 200 et 1 800 respectivement. Il y a donc, au moins statistiquement, un solde nettement positif au bilan énergétique. Ces données concordent avec celles de la distribution sociale de l'embonpoint et de l'obésité : dans les pays développés, les maigres se recrutent désormais dans les couches supérieures et les gros dans les classes populaires.

1.2. L'évolution de la place des femmes dans la société

Avec l'urbanisation, la structure familiale traditionnelle s'est transformée. La famille dite étendue s'émette ou ne subsiste que de façon résiduelle, laissant la plus grande place à la famille mononucléaire, qui devient de plus en plus « *la seule institution sociale de base* ».

La tendance à la « *féminisation* » du monde du travail, avec ses répercussions qui apparaissent de plus en plus considérables sur l'ensemble de la société s'affirme maintenant depuis plusieurs dizaines d'années. On observe une tension qui s'exerce dans la perception que les femmes ont de leur rôle et de leur identité. L'accès à la vie professionnelle, lorsqu'elle n'est pas simplement dictée par la nécessité d'un deuxième salaire, a sans doute été vécue comme une libération. Mais les contraintes nouvelles que cette vie impose peuvent être source de problèmes (stress au travail, durée des trajets domicile - lieu de travail, problèmes de disponibilité).

Des valeurs traditionnellement masculines tendent à régresser dans les couches les plus jeunes où les hommes partagent de plus en plus certaines tâches traditionnellement féminines (les soins des enfants, le ménage ou la cuisine). Des

¹ Cette partie a été rédigée à partir des travaux de plusieurs sociologues de l'alimentation :
C. Fischler - « *L'honnivore* » et du même auteur « *Le paradoxe de l'abondance* »
J.L. Lambert - « *Perception des innovations alimentaires par les consommateurs* »
J.P. Corbeau : Audition au Conseil économique et social en date du 26 mars 2003.

pratiques relevant de la « *culture* » féminine ont tendance à être peu à peu adoptées par les hommes, en particulier dans le domaine du corps ou du vêtement. Les hommes ont eux aussi, de plus en plus, le souci de leur apparence. Les pratiques corporelles et sportives reflètent la montée des préoccupations esthétiques : le développement du sport ne se fait pas seulement dans un contexte compétitif, mais aussi dans un but d'hygiène corporelle et de maintien de « *la forme* », un terme qui recouvre aussi *les formes*, c'est-à-dire l'apparence. Tout cela n'est pas neutre en matière alimentaire.

1.3. La montée de l'individualisme

La civilisation urbaine et technique qui s'est installée à partir des années soixante apporte avec elle des rapports nouveaux entre individualité et collectivité. L'individualisme et l'hédonisme gagnent. Mais avec l'individualisme on voit aussi progresser des problèmes qui lui sont liés, et notamment le relâchement de certains liens sociaux.

A cette époque, les modèles médiatiques de bonheur individualiste favorisent la diffusion des idéaux de gratification hédonique, la recherche des satisfactions personnelles, à travers les loisirs, les vacances, la consommation.

Mais la vie citadine, l'univers techno-bureaucratique du travail, tout cela contribue à restreindre la sphère des contacts entre personnes. L'entreprise et l'habitat ne suffisent pas à remplacer dans la vie quotidienne les réseaux de relations et d'habitudes, caractéristiques des modes de vie plus traditionnels. L'isolement est aujourd'hui accentué par les tendances démographiques. Outre le vieillissement de la population, commun à la plupart des pays développés, on constate un accroissement du nombre des solitaires. Le dernier recensement indique que plus d'un quart des ménages sont constitués de personnes seules.

1.4. L'industrialisation de l'alimentation.

L'alimentation est devenue une industrie. Les produits que nous mangeons sont de plus en plus transformés : les trois quarts de nos aliments sont issus de l'industrie, et ceux qui viennent encore directement de la ferme sont souvent eux-même de plus en plus porteurs de valeur ajoutée : emballage, conditionnement, préparation, etc. Dans les années quatre-vingt, l'agroalimentaire est devenu le premier secteur industriel français.

Depuis les années cinquante, la production et la distribution des denrées alimentaires se sont transformées radicalement. Jusqu'à une date assez récente, dans beaucoup de pays occidentaux, le système agroalimentaire était caractérisé par le fait qu'une partie importante des ressources alimentaires consommées était produite sur place, dans le cadre de ce que les écologistes appellent des « *écosystèmes domestiques diversifiés* ». Le terroir fournissait une bonne part de l'alimentation quotidienne et le répertoire culinaire était construit autour de cet éventail de ressources. De l'extérieur provenait un nombre relativement restreint de produits, souvent très valorisés, soit parce que consommés exceptionnellement, soit parce que permettant de relever le goût de l'ordinaire.

La révolution agroalimentaire a instauré progressivement un système où la production des denrées s'organise à l'échelle régionale, nationale ou même mondiale. L'alimentation est devenue, selon la terminologie techno-économique officiellement employée, une « filière » agro-industrielle.

Les individus cherchent de plus en plus à réduire la part de leur temps quotidien qui relève de la contrainte. L'industrie agroalimentaire cherche à répondre à cette demande. En transformant les produits agricoles, elle ne se substitue pas seulement aux métiers de production traditionnels, mais aussi et de plus en plus à l'utilisateur final, c'est-à-dire à la ménagère et aux professionnels de la restauration. La préparation culinaire ou pré-culinnaire se déplace de plus en plus de la cuisine à l'usine : les nouveaux « aliments-service » incorporent de plus en plus de travail et de temps, qu'il s'agisse de plats tous préparés ou de légumes pré-épluchés, de purées instantanées ou de café soluble, en déchargeant d'autant le consommateur. La cuisine s'industrialise autant que l'agriculture et que la transformation de ses produits.

1.5. L'essor de la grande distribution

Dans les années soixante survient un événement important : la naissance des grandes surfaces, hyper ou supermarchés. L'urbanisation et son double corollaire, le développement des banlieues et celui de l'automobile, sont les conditions essentielles de cette révolution du commerce de détail. La montée des grandes surfaces va révolutionner la consommation et les modes de vie. Nés en 1957, les supermarchés seront au nombre de 44 deux ans plus tard, 1453 en 1970, 3692 en 1980 et 7800 en 2000. Il en va de même pour les hypermarchés : une unité en 1963, 124 en 1972, 426 en 1980, 1000 en 1993 et 1150 en 2000. Ainsi, en 1970, l'ensemble hypermarchés et supermarchés représentait à peine 13 % des ventes de produits alimentaires ; trente années plus tard, leur part de marché totale dépasse les 65 %. A l'inverse, les petites alimentations générales ne distribuent plus que 10 % des produits alimentaires aujourd'hui contre 35 % en 1970. Les grandes surfaces font aujourd'hui de plus en plus partie constitutive du tissu et du paysage de la périphérie urbaine. A partir de 1980, les dernières épiceries, celles qui subsistaient en milieu rural, ont commencé à disparaître.

Avec le supermarché, l'hypermarché et le commerce électronique les stratégies d'achat sont transformées. Les « courses » quotidiennes tendent à disparaître au profit de « l'expédition » hebdomadaire (ou même moins fréquente) ou de la consultation du site Internet appelée à se développer. La planification des achats se fait donc à plus long terme. Dans les allées des hypermarchés, les chalands pratiquent « la cueillette » et le stockage à grande échelle.

Le développement de la grande distribution ouvre véritablement l'ère de la consommation de masse dans le domaine agroalimentaire en France. L'industrialisation de l'alimentation peut se poursuivre et s'accomplir. Ses corollaires, la publicité, le marketing de masse et les marques, se développent.

Les aliments deviennent des produits industriels à part entière, de plus en plus transformés, incorporant une valeur ajoutée de plus en plus grande. Ils sont désormais vendus sous une marque, sont conçus, emballés et commercialisés avec l'appui de toutes les techniques du marketing, de la publicité et des autres techniques de promotion.

Les conséquences sur la consommation sont considérables et complexes. D'une part, les nouveaux aliments industriels tendent à se standardiser, à s'homogénéiser. Les qualités principales que la nouvelle distribution attend d'eux sont la régularité, la durée de conservation et le « *mass appeal* », c'est-à-dire l'attrait généralisé, au-delà des distinctions d'âge, de classe et de culture. Dans cette logique, les saveurs fortes, les particularités reposant sur des traditions locales, régionales, de terroir, tendent à se diluer au profit d'un « *plus petit dénominateur commun* ». Les nouveaux produits de masse sont consommés aux quatre coins du pays et même, de plus en plus, de la planète. Sur tous les linéaires de supermarchés du monde, figurent le ketchup Heinz et le Nescafé, les yaourts et les glaces, le whisky écossais et les sodas.

Mais en même temps que cette standardisation, progressant du même pas qu'elle, on note des tendances de sens contraire et d'abord une diversification des produits consommés. Super ou hyper, la grande surface est d'abord un marché, et les produits du monde entier y entrent de plus en plus. En vingt ans, mille nouveautés se sont imposées dans nos approvisionnements. Les supermarchés et hypermarchés ont entraîné avec eux le perfectionnement et la généralisation de la chaîne du froid. C'est dans les linéaires des supermarchés, en particulier dans les présentoirs réfrigérés, qu'on a vu apparaître en rangs serrés des produits nouveaux appelés à devenir fondamentaux dans notre alimentation. C'est là que sont d'abord apparus les yaourts (encore vendus en pharmacie avant guerre), puis les fromages frais et les desserts laitiers, les glaces et les surgelés. C'est dans les mêmes « gondoles » de supermarchés que l'on a vu progressivement s'imposer le ketchup et les corn flakes et les jus d'orange en bocaux ou en briques, le café instantané et les bouteilles plastique. Le maïs, l'avocat, le kiwi, les litchis, d'abord en conserve puis frais : toutes sortes de nourritures « étranges » ou exotiques se sont généralisées, sinon banalisées en vingt ans.

1.6. La multiplication de l'offre de la part des industries agroalimentaires

Dans le supermarché planétaire qu'ils contribuent à installer, les puissants groupes de l'agroalimentaire eux-mêmes doivent tenir compte de certaines particularités locales en même temps qu'ils cherchent à imposer leurs produits universels.

Les apôtres de la gastronomie et de la bonne chère déplorent l'arasement des particularités, le déclin irrémédiable de la qualité, l'extinction des saveurs, le triomphe des succédanés. Ils décrivent (citons les ouvrages et émissions

radiophoniques de Jean-Pierre Coffe)¹ avec une certaine délectation l'appauvrissement organoleptique de certains fromages, la standardisation des charcuteries, l'affadissement des fruits et des légumes, l'homogénéisation des vins. Le développement de produits de haut de gamme, qu'ils voient comme des survivances luxueuses ou des gadgets trompeurs, ne les console pas.

La planétarisation de l'agroalimentaire et la grande distribution introduisent un méli-mélo culinaire généralisé. En même temps qu'elle rabote les différences et les particularités locales, l'industrie agroalimentaire expédie dans les cinq continents des spécialités régionales et exotiques, adaptées ou standardisées. Les fromages « traditionnels » sont remplacés par des succédanés pasteurisés, mais ces fromages français industriels sont consommés en Allemagne comme au fin fond du Midwest. Nestlé, par le biais de Findus, s'étonne de si bien vendre en France de la moussaka à la grecque surgelée. Le müesli suisse s'introduit de plus en plus dans le breakfast britannique et les petits déjeuners français.

Sur des marchés alimentaires arrivés à maturité, les industriels développent des stratégies de différenciation notamment par l'innovation. Il s'agit le plus souvent de déclinaisons de gammes (composition, caractéristiques organoleptiques...) ou de modifications des emballages. Ces innovations ne sont pas toujours très perceptibles par les mangeurs, mais leur nombre croissant et la communication qui attire l'attention sur la nouveauté (« *produit nouveau* ») peuvent donner l'impression d'une modification importante de l'offre.

L'ère de la conservation et de la transformation des aliments (séchage, salage, fumage, stérilisation, surgélation) est relayée par celle de la création d'aliments.

Jusqu'à la moitié du XX^{ème} siècle, l'environnement alimentaire des individus était relativement stable pendant toute leur vie. Par contre, pour les populations actuelles, l'environnement alimentaire est en décalage croissant avec l'environnement de leur enfance au cours duquel se sont constituées leurs principales représentations. Il semble bien que les systèmes de représentations des mangeurs évoluent plus lentement que les systèmes de production-distribution et leurs innovations technologiques.

Pour les « mangeurs » qui sont dans l'ignorance du fonctionnement du système international complexe de production et de distribution alimentaire, cette méconnaissance apparaît comme une véritable boîte noire. Celle-ci est sans doute à l'origine d'une bonne part de la montée de l'anxiété alimentaire que l'on constate dans les pays industrialisés.

¹ Jean-Pierre Coffe a écrit plus de 15 livres dont « *Le verger gourmand* », « *Le potager plaisir* », « *A table, en famille, avec 15 euros* », « *Au bonheur des fruits* », « *Le marché* ».

1.7. La résultante : « une cacophonie alimentaire »

Ainsi, avec l'industrialisation de l'alimentation, les choix et les préférences alimentaires sont devenus des enjeux économiques planétaires. De puissants acteurs tentent avec plus ou moins de succès, à plus ou moins long terme, de les infléchir ou de les orienter. Cet confrontation passe par un affrontement sur le terrain de la recherche, un choc d'experts et de scientifiques, chacun suscitant et invoquant des études à l'appui de ses thèses. Dans le monde développé, un brouhaha diététique s'est installé pratiquement en permanence : l'Etat, le mouvement consumériste, les médecins de diverses disciplines, les industriels, les médias y contribuent constamment, de façon plus ou moins confuse et contradictoire pour le « mangeur ». Ce brouhaha diététique se fond dans une véritable cacophonie alimentaire : les discours diététiques se mêlent, s'affrontent ou se confondent aux discours culinaires et gastronomiques, les recueils de régimes aux recueils de recettes, les manuels de nutrition aux guides gastronomiques. Partout montent de la prescription et de la prohibition, des modèles de consommation et des mises en garde : dans cette cacophonie, le « mangeur » désorienté, à la recherche de critères de choix, trouve surtout à nourrir son incertitude. Ainsi, à la fin des années 90, une étude menée en Californie montre que deux habitants de l'Etat sur trois, submergés d'informations contradictoires, ne parviennent plus à se faire une idée claire de ce que doit être leur alimentation. L'Etat de Californie a donc décidé de publier un « *daily food guide* » distribué gratuitement et d'installer un centre d'information téléphonique gratuit. Tel n'est-il pas le cas également en France avec la distribution au grand public, sous l'égide des pouvoirs publics, d'un guide de l'alimentation.

1.8. La transmission du savoir culinaire en question

L'urbanisation, la modification de la structure familiale, le travail salarié des femmes, le nombre croissant de repas pris à l'extérieur, tout cela a contribué à modifier considérablement la transmission du savoir et des tours de main culinaires qui, traditionnellement, se faisait de mère à fille (il n'est pas question ici, bien entendu, de cuisine professionnelle). Dans une enquête récente, un questionnaire « à choix multiples » portait sur la manière dont les répondants avaient appris à faire la cuisine : 53 % retenaient la réponse « *par ma mère* », 53 % « *par moi-même* », 32 % « *par les livres* », ces réponses pouvant se combiner.

Dans la répartition des tâches entre les époux, il semble que l'on assiste à un nivelingement des différences de compétence culinaire entre les sexes. Tout se passe comme si, en quittant leur famille, les jeunes femmes et les jeunes gens étaient désormais à égalité de compétence (d'incompétence ?) culinaire. C'est de moins en moins dans la famille d'origine, de manière de moins en moins différenciée selon les sexes, que s'opère désormais l'initiation ou la formation culinaire, de plus en plus, au contraire, au moment où l'on quitte cette famille

pour s'installer seul ou en couple, ce qui explique qu'une forte proportion d'interviewés déclarent avoir appris à faire la cuisine par eux-mêmes et par les livres. Cette dernière réponse est confirmée par une question sur la manière dont sont conçus les repas exceptionnels, ceux où les enjeux sociaux sont importants : les répondants déclarent faire appel tout particulièrement, dans ce cas, à un livre de cuisine (42 %).

Les interviews menées récemment auprès des mères de famille montraient que celles-ci sont nombreuses à collectionner les « *fiches-cuisine* » des magazines féminins, les recettes qui sont proposées avec les produits alimentaires industriels ou les ustensiles de cuisine. L'ensemble des données empiriques semble indiquer que l'on est en voie de passer non pas d'une tradition orale à une tradition écrite et livresque, mais à une situation mixte, indéterminée, ouverte à toutes les transformations. Il s'agit d'un processus de ré-apprentissage individuel. Par essai, erreur, chacun doit refaire tout le chemin, en intégrant des informations multiples : souvenirs familiaux, sources écrites diverses, informations glanées auprès des proches. Dans cette nébuleuse d'informations hétéroclites et de tâtonnements personnels peuvent coexister des influences culinaires très diverses et syncrétiques, puisque les recettes mises en pratique ne sont plus formalisées ni surtout liées à des automatismes familiers, à une longue habitude de répétition de gestes et de tours de main. Les informations utilisées ne proviennent plus exclusivement de la tradition culinaire locale ou familiale ; l'originalité, éventuellement l'exotisme, sont jugés positivement. Les influences ne relèvent même pas nécessairement du domaine proprement culinaire : les conseils diététiques (qui prennent d'ailleurs de plus en plus souvent la forme de recettes) peuvent être directement pris en compte. L'expérimentation aventureuse et joueuse est encore favorisée par le fait que la cuisine devient de plus en plus souvent une activité de loisir et non pas seulement une contrainte quotidienne. Ce préapprentissage individuel est donc l'occasion de l'intégration composite d'éléments culinaires extérieurs à la tradition locale, de la prise en compte de préoccupations diététiques.

1.9. Le paradoxe de la sécurité alimentaire

L'allongement de l'espérance de vie et d'autres facteurs comme la réduction des influences religieuses entraînent une moindre acceptation de la mort. De plus, le développement des connaissances scientifiques induit l'opinion que « *tout est possible* », y compris le risque zéro. Ces connaissances permettent une augmentation notable de la sécurité alimentaire. L'augmentation et la fiabilité des contrôles permettent de limiter les risques. Les cas de toxi-infection alimentaire deviennent donc très rares. Mais la rareté des risques entraîne une croissance importante de leur médiatisation et donc de la perception qu'en ont les mangeurs.

Dans le contexte d'anxiété alimentaire, lorsque les « mangeurs » ne connaissent pas les effets de la consommation des nouveaux produits, ils ont tendance à surévaluer les effets négatifs (hormones, ESB, OGM). L'attitude est

alors binaire (consommation ou non-consommation) sans prise en compte de la notion de dose. Il existe bien des aventuriers de l'alimentation, mais la majorité des mangeurs semble plutôt très précautionneuse. L'environnement d'abondance permet facilement ce choix. Mais lorsque les « mangeurs » pensent qu'ils n'ont plus la liberté de choix, ils réagissent vigoureusement et dans ce cas, les discours rationnels supposés rassurants ont alors peu d'effets.

2. L'évolution des consommations alimentaires

2.1. Le budget alimentation et son évolution

Selon l'économiste Pierre Combris, l'on peut considérer que l'évolution de la consommation alimentaire se caractérise par trois phases : « *une phase de croissance quantitative de la consommation de tous les aliments (qui apparaît dès que les contraintes de revenu et l'offre le permettent), puis par une phase d'évolution de la structure nutritionnelle de la ration (liée au développement économique), et enfin une phase de différenciation généralisée des produits (comme réponse à la concurrence)* ».

a) La part des dépenses d'alimentation dans le budget des ménages

La consommation alimentaire qui représentait selon les études de l'INSEE¹ 20 % des dépenses de consommation des ménages en 1960 n'en représentait plus, quarante ans plus tard que 14 %. Les dépenses d'alimentation viennent après le logement (24 %) et les transports (15,4 %). Ces dépenses n'incluent pas les repas pris hors du domicile dont la part dans le budget alimentaire a doublé entre 1960 et 1980 pour atteindre 22 %, se stabilisant ensuite.

Sur ces quarante années, la consommation alimentaire a crû de 1,6 % par an et par habitant en volume, hausse liée, selon l'INSEE, pour une faible part à l'accroissement de population mais résultant d'une augmentation des quantités consommées et d'une orientation de la demande vers des produits élaborés puis vers des produits de meilleure qualité et plus onéreux.

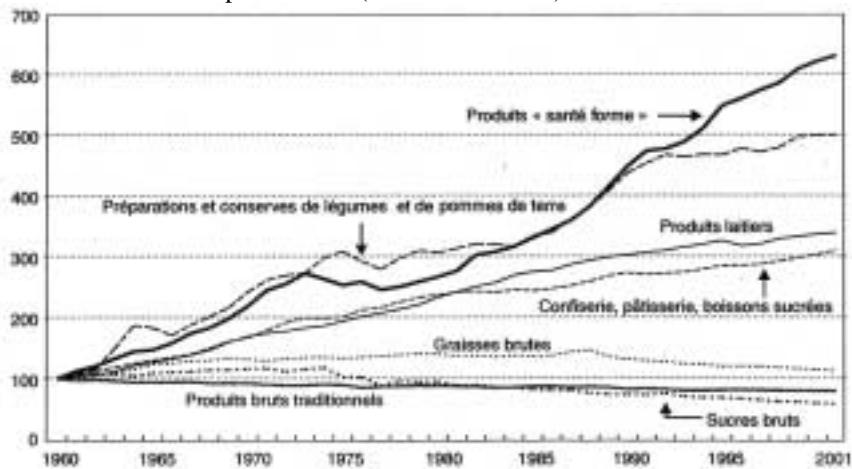
Après une forte croissance des dépenses alimentaires de 2,7 % par an de 1960 à 1973, liée à une augmentation du pouvoir d'achat, qui a permis la couverture des besoins essentiels, la hausse n'est plus que de 1,8 % entre 1973 et 1978 et de 1,5 % entre 1978 et 1989. A partir de cette date l'augmentation annuelle n'est plus que de 0,3 % entre 1990 et 1996, puis de 0,5 %.

¹ La consommation alimentaire depuis quarante ans - INSEE Première n° 846 mai 2002

b) L'évolution de la consommation des différents produits

Graphique 1 : Evolution de la consommation des familles de produits

Evolution en volume par habitant (base 100 en 1960)



Source : Comptes nationaux – base 1995, INSEE.

L'étude de l'INSEE révèle, sur cette longue période, une forte modification dans la répartition entre les produits consommés. Les produits bruts traditionnels (pommes de terre, légumes secs, œufs, farines, riz, pain, pâtes) qui représentaient 23,1 % des produits alimentaires consommés à domicile n'en représentaient plus que 12,6 % en 1980 et 9,5 % en 2001.

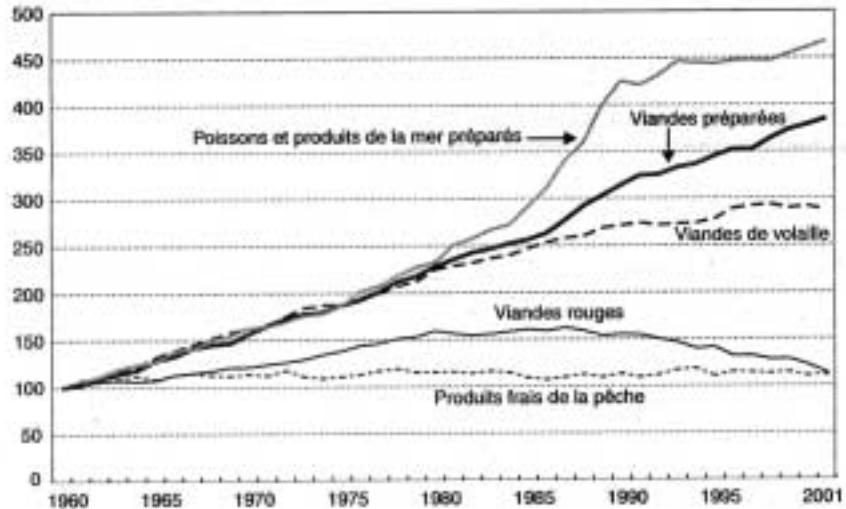
La consommation de pain, dont le prix augmente plus vite que la moyenne des aliments, diminue de 1,4 % en moyenne par an depuis 1971. Celle du sucre diminue de 3,1 % par an, remplacée en partie par le miel ou les édulcorants de synthèse.

Le consommateur, de plus en plus sensibilisé aux effets de l'alimentation sur la santé, a réduit la consommation de graisses dès les années 70, pour le beurre, à partir des années 1980 pour les autres graisses.

La consommation de viandes rouges diminue à partir de 1987, les ménages consommant davantage de volaille et de produits transformés de la pêche.

Les courbes d'évolution de consommation des viandes et des produits de la mer préparés traduisent à la fois l'augmentation de l'offre de produits transformés par l'industrie alimentaire et le changement de modes de vie de la population et le temps consacré à la préparation des repas.

Graphique 2 : Viande et poisson : avantage aux produits préparés
Evolution en volume par habitant (base 100 en 1960)



Source : Comptes nationaux – base 1995, INSEE.

De même, les achats de légumes frais et de fruits frais n'augmentent que de 0,5 % et 0,6 % par habitant depuis 1960, à l'exception de la consommation de fruits exotiques qui croît depuis 1980 de 2,8 % par an. Les facilités d'utilisation expliquent la croissance d'achat des préparations et des conserves de légumes, très rapide entre 1960 et 1975 (7,8 % par an et par habitant) qui diminue ensuite fortement avant de ré-augmenter légèrement.

En quarante ans, la part des produits laitiers dans l'alimentation passe de 7,4 % à 13 %. En 1960, yaourts et desserts lactés sont encore peu consommés, les Français en mangent 15 fois plus aujourd'hui. La consommation de fromage par personne a été multipliée par 3,4. L'INSEE note que les prix de ces produits augmentent moins vite que ceux des produits alimentaires en général.

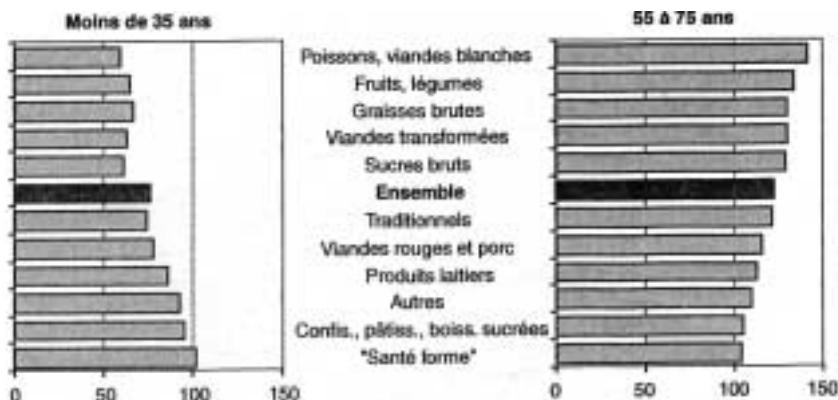
Les produits « santé forme » (aliments pour enfants et diététiques, soupes et potages, céréales pour petits-déjeuners, eaux, jus de fruits et de légumes) enregistrent un très grand succès, la consommation en volume par habitant étant multipliée par six.

Les considérations diététiques ne sont pas les seules à influer sur l'alimentation, la consommation par habitant de limonades et sodas augmente de 4,5 % par an en moyenne sur cette période. Il en est de même pour les glaces et sorbets dont la consommation est favorisée par l'équipement des ménages en réfrigérateurs et congélateurs.

c) La consommation varie avec l'âge

L'INSEE a étudié les comportements alimentaires selon l'âge de la personne de référence du ménage en ce qui concerne la consommation à domicile (hors restaurant et cantine). La dépense annuelle moyenne pour une unité de consommation s'accroît fortement en fonction de l'âge, les jeunes mangeant plus souvent à l'extérieur et les personnes plus âgées, dont le revenu est souvent plus élevé, achetant des produits plus chers.

Graphique 3 : Dépenses annuelles selon l'âge de la personne de référence du ménage



Pour chaque produit, 100 = dépense annuelle moyenne par unité de consommation de l'ensemble des ménages.

Source : enquête budget - famille, 1995, INSEE.

La structure de la dépense est différente selon l'âge des ménages, les plus âgés (entre 55 et 75 ans), qui disposent généralement de plus de temps pour faire les courses et la cuisine, consomment plus de poissons, viandes blanches, fruits et légumes, les plus jeunes consomment comparativement plus de produits « santé forme », de confiseries, pâtisseries, boissons sucrées.

d) et avec la catégorie socio-professionnelle

La structure de la consommation des plus jeunes ne change pas radicalement avec le revenu selon l'INSEE.

Par catégorie socioprofessionnelle, l'INSEE note, à partir de l'enquête budget-famille de 1995, que les ouvriers et employés dépensent 15 % de moins que la moyenne des ménages en ce qui concerne l'alimentation à domicile, les cadres consommant 10 % de plus et les retraités 17 % de plus. Fruits et légumes, poissons et viandes blanches sont davantage consommés par les ménages à revenu élevé.

Pour les agriculteurs dont la consommation est proche de la moyenne, l'autoconsommation est toutefois, ce qui apparaît tout à fait logique, supérieure à ce qu'elle est pour les autres catégories de ménage.

2.2. Le temps consacré à l'alimentation se réduit

La part consacrée à l'alimentation diminue également dans les budgets-temps. Les industries alimentaires offrent des produits qui nécessitent de moins en moins de travail de préparation ménagère, des « aliments-services ». Parmi les aliments en ascension ou ceux qui échappent au déclin de leur catégorie, figurent souvent des produits qui présentent la caractéristique d'être pratiquement prêts à l'emploi. Les légumes surgelés (épluchés, prêts à cuire) ont connu un grand développement.

Un autre phénomène relève en partie de la relation au temps, comme dans les pays développés, on constate en France une augmentation du nombre des repas pris à l'extérieur. Aujourd'hui, un repas sur cinq en moyenne est pris hors du domicile, à la « cantine » ou au restaurant, et la tendance est nettement à l'augmentation. Pour l'instant, le phénomène concerne encore essentiellement l'agglomération parisienne : les Franciliens prennent en moyenne 3,9 repas à l'extérieur par semaine, alors que cette moyenne n'est que de 2,7 pour l'ensemble des villes de plus de 200 000 habitants. Peut-être la France se rapprochera-t-elle progressivement, dans l'avenir, de la situation américaine, où plus de 40 % des repas sont pris hors domicile. La tendance semble pousser vers une situation où l'on consommera à l'extérieur, par exemple au restaurant, des repas préparés industriellement : le restaurant deviendrait ainsi un distributeur plutôt qu'un prestataire de service. De nouvelles technologies, par exemple la cuisson sous vide à basse température, permettent en effet de préparer en cuisine centrale (qui de plus en plus sont des cuisines d'assemblage) des aliments ou des plats qu'il suffit ensuite de servir.

2.3. La femme à l'origine du « modèle de consommation »

Parmi les tendances « lourdes » du changement social isolées plus haut, il en est une qui pèse d'un poids de plus en plus considérable sur l'évolution des consommations alimentaires : la « féminisation ». Les marchés de masse de l'agroalimentaire reflètent en effet clairement cette tendance. Les produits « en pointe » sont aujourd'hui conçus très spécifiquement pour une femme devenue une consommatrice directe et dont on cherche à saisir les préoccupations, les représentations, bref la demande propre. Une bonne partie de l'innovation agroalimentaire de la fin des années 90, en France, s'adresse prioritairement aux femmes. C'est le cas de tous les produits dits allégés (beurres, fromages allégés en matière grasse ; boissons sans sucre, etc.) dont la croissance a été considérable. C'est le cas de toute une série de produits se situant dans le registre de la légèreté, de la fraîcheur, par exemple les jus de fruits frais réfrigérés. Mais comme dans d'autres domaines, la consommation féminine préfigure désormais

l'évolution de la consommation masculine : aux Etats-Unis, cette dernière est d'ores et déjà équivalente à celle des femmes en matière de produits allégés.

Il faut sans doute considérer également l'évolution des valeurs culinaires et gastronomiques à la lumière de cette féminisation. Depuis les années 70, en effet, on a vu s'affirmer dans la grande cuisine des valeurs de nature, de « légèreté ». Il est tentant de les considérer comme l'expression d'une « féminisation » des valeurs culinaires, qui se confirme dans les quantités réduites, les saveurs délicates, les couleurs tendres et les tons pastel de la « *Nouvelle Cuisine* » plus ou moins passée de mode. L'apparition de préparations nouvelles et de sauces légères, l'évolution des modes et des degrés de cuisson, la montée de certains aliments (poisson, légumes), la stagnation de certains autres (viande rouge, charcuterie) témoignent de cette féminisation et de cette préoccupation diététoco-esthétique qui s'affirment aujourd'hui.

2.4. La déstructuration des habitudes alimentaires

Ainsi, la nature des aliments consommés a évolué, parfois considérablement. Les modalités de la consommation ont-elles autant évolué ? Des changements sont-ils perceptibles aussi dans les structures mêmes de l'alimentation et notamment dans l'organisation des « prises » alimentaires : les repas ou le grignotage, leur nombre, leur rituel, leur contenu ?

Dans une société rurale et villageoise, la latitude dont disposaient les individus en matière alimentaire était en fin de compte relativement restreinte. La saison, les contraintes économiques imposaient les produits. Les usages dictaient les heures de repas. La religion influait sur l'hygiène alimentaire. La vie sociale structurait les occasions de prise de repas. Le calendrier, saisonnier ou religieux, ordonnait les consommations : une saison pour chaque fruit, un jour pour le poisson, une heure précise pour la soupe ou le casse-croûte, une place à table pour chacun. Le temps, les rites de la vie sociale et familiale, une complexe grammaire des convenances, des usages alimentaires, régissaient et structuraient les menus.

Les effets attribués par la sagesse populaire aux aliments justifiaient leur consommation par telle ou telle personne, en telle ou telle circonstance. La répartition du travail entre les sexes attribuait aux femmes les fonctions domestiques, notamment celle de préparer les repas, et donc de veiller à la conception des menus, en accord avec les règles traditionnelles et les contraintes de l'approvisionnement. Les gros travaux agricoles venaient à la fois perturber et scander cette organisation. Dans les villes, les mœurs alimentaires ont subi de plein fouet, au moins depuis la révolution industrielle du XIX^{eme} siècle, les contraintes de la vie laborieuse qui, surtout dans la classe ouvrière, dans les usines et les ateliers, limitent le temps et la nature même des prises alimentaires, la réduisant parfois à une simple recharge énergétique.

Dans les classes supérieures de la société, le formalisme des rituels alimentaires était d'autant plus rigide qu'il était l'objet d'une étiquette à travers laquelle était en jeu la reconnaissance sociale ou l'exclusion. Dans la bourgeoisie, ce formalisme portait sans doute davantage sur les manières de table que dans les autres classes.

Dans le cours le plus récent de la civilisation urbaine le mangeur est devenu un individu beaucoup plus autonome dans ses choix, de plus en plus affranchi de ces encadrements sociaux des conduites individuelles : temps, rites, s'imposent avec moins de rigueur et de formalisme. L'alimentation et la restauration modernes offrent toutes sortes de services et de produits permettant de consommer seul ou en compagnie, à toute heure, hors des contraintes du manger social et des manières de table, et pour tout dire souvent hors de la table.

Mais cette liberté porte avec elle de l'incertitude. En fait le mangeur moderne doit procéder à des choix : l'alimentation est devenue objet de décisions quotidiennes et ces décisions sont tombées dans la sphère de l'individu. Pour effectuer ces choix, il n'y a guère de critères univoques, il y a plutôt une mosaïque, une cacophonie de critères proposés, souvent contradictoires.

Aux Etats-Unis, l'urbanisation, l'industrialisation et la « tertiarisation » se sont manifestées plus puissamment et plus tôt qu'en France. Ce phénomène y est apparu plusieurs décennies avant l'Europe. Dans les années 70, les études de marketing montraient déjà que le repas familial était une institution qui subsistait davantage dans les têtes que dans la réalité : dans des familles de la « *middle class* » citadine, il arrivait que l'on ne se trouvât réunis autour de la table pour dîner en famille que deux ou trois fois par semaine, le repas ne durant guère plus de vingt minutes. Le nombre de prises alimentaires dans la journée était d'une vingtaine : les répondants déclaraient pourtant en majorité faire trois repas par jour.

En Europe et en France, les mêmes tendances sont à l'œuvre depuis la fin des années 70. Depuis plusieurs années, une multitude d'études confirment l'existence de courants relevant de ce que les professionnels baptisent la « déstructuration » des habitudes alimentaires et des repas. La régularité, la composition et le déroulement des repas semblent évoluer dans le sens d'une souplesse accrue : le nombre hebdomadaire des repas « sautés », la fréquence de la suppression d'un plat dans un repas, la simplification du repas du soir, la régularité des horaires sont considérés comme autant d'indicateurs. Si environ un tiers de la population semble ancrée dans les règles traditionnelles du repas et de la consommation, un autre tiers « déstructurerait » très significativement ses repas. Le nombre de ceux qui déclarent prendre tous les soirs leur dîner à la même heure (à cinq minutes ou un quart d'heure près) est en baisse, tandis que le pourcentage déclarant dîner à des heures plus irrégulières ou très irrégulières est en hausse constante.

D'autres études nous informent que la diffusion de ces caractéristiques des pratiques alimentaires serait moins importante. Le changement observé est en effet plus mitigé. Le schéma traditionnel, qu'il s'agisse du « *système traditionnel des repas (petit déjeuner, déjeuner, dîner)* », des « *règles dans la composition des repas (entrées, plat principal, fromage et dessert)* », ou des horaires réguliers pour la prise des repas principaux, reste très largement majoritaire (80 % de la population environ), et ne décline que lentement, « *à un rythme inférieur à 1 % par an* ».

L'effet de l'encadrement social des conduites alimentaires, il faut le rappeler, n'est pas seulement de contrôler les comportements mais aussi de les protéger : le rite culinaire isole un temps spécifique du manger, écarte donc nécessairement les autres activités et les renvoie à leur part de temps propre. Les contraintes matérielles exercent pleinement leur effet socialement désintégrateur. L'alimentation quotidienne tend à subir de plus en plus l'emprise de l'univers du travail, ne serait-ce que parce que la cantine scolaire (il faudrait parler plutôt de restaurant scolaire) et le « restaurant d'entreprise » fournissent une part croissante des repas. Le repas socialisé, ritualisé ne trouve plus sa place que lorsqu'il s'inscrit dans le temps de loisirs : il est alors investi de significations nouvelles et devient véritablement une forme de consommation culturelle.

L'alimentation se plaque totalement sur la division du temps : elle ne peut plus guère exister, à l'extrême, que comme nécessité physiologique, réglée commodément par la restauration et les produits industriels modernes, ou comme forme de loisir à part entière.

L'alimentation ne structure plus le temps, c'est le temps qui structure l'alimentation.

Un autre effet important des encadrements sociaux est de régler, sinon de réguler, la prise alimentaire des individus : horaires, usages, convenances, habitudes, tout cela structure les comportements et les corps. La tendance croissante laisse donc de plus en plus souvent les mangeurs seuls devant leurs appétits physiologiques. Cette situation peut être inconfortable : ils sont soumis à la fois aux sollicitations multiples de l'abondance moderne et aux prescriptions dissonantes de la cacophonie diététique.

2.5. Les trois profils-types de mangeurs

A partir d'une recherche basée sur l'observation et l'interview de mangeurs, le sociologue Jean-Pierre Corbeau dégage trois profils-types de mangeurs : les complexés du trop, les tenants du nourrissant consistant et les tenants du nourrissant léger¹.

¹ Ces classifications sont celles qui sont parues dans la revue « Sciences humaines » n° 135, février 2003.

Les complexés du trop

Ils se méfient des aliments qui sont disponibles sur le marché. Ils craignent le sucre, responsable du diabète, les graisses qui génèrent des maladies cardio-vasculaires et la viande rouge qui peut transmettre l'ESB.

Ils veulent manger sain et achètent bio. Ils crient haro sur les OGM qui privent les aliments de leur naturalité. Mais ils entrent leurs règles lorsqu'il s'agit de manger hors du domicile, entre amis ou lorsqu'ils consomment des produits diététiques dont ils ne lisent même pas la composition.

Certains vont jusqu'à refuser de se nourrir par peur de manger, par désir de maigrir ou par refus d'être obèses. Dans cette population, il y a des anorexiques, jeunes filles ou vieillards, qui ont perdu la notion des rythmes alimentaires (les repas - ne sont plus pratiqués et ils deviennent même sujets à des drames familiaux). Ils vivent repliés sur eux-mêmes, sans lien social fort.

A ces comportements extrêmes s'ajoutent de plus en plus de «*complexés du trop pour raisons esthétiques*». En effet, selon les canons de la beauté féminine, il faut être filiforme. Lipophobes, ces mangeurs (des mangeuses majoritairement mais aussi de plus en plus d'hommes) surveillent leur alimentation pour garder la ligne et «*ne pas se laisser aller*» (vers la cinquantaine chez les hommes).

Les tenants du nourrissant consistant

Ils aiment les charcuteries et ne conçoivent pas de véritable repas sans viandes et féculents.

Pierre Bourdieu (*La Distinction*, Minuit, 1979) avait jadis attribué une origine populaire à ces mangeurs. Aujourd'hui, Jean Pierre Corbeau a pu constater que tous ne sont pas des ouvriers. Il y a bien sur des «*travailleurs de force*» qui, le midi ingurgitent des quantités importantes de nourriture qui tiennent au corps car il faut s'en mettre «*plein la panse*» pour reconstituer sa force de travail. Mais le soir et le week-end par contre, ils mangent souvent plus léger et expérimentent des mets plus raffinés, symboles d'une ascension sociale.

Ce groupe est aussi composé de «*mangeurs plutôt privilégiés qui réinvestissent le patrimoine gastronomique de terroir*». Par exemple, des urbains à la recherche de leurs racines redécouvrent des produits régionaux : cassoulets, tripes et andouillettes, chapons et vins de pays...

A la différence du premier groupe, c'est plutôt le soir que «*l'on apprécie les spécificités gastronomiques françaises plus consistantes*» car le midi, on mange léger pour ne pas «*piquer du nez*» sur son bureau à l'heure de la sieste.

Les tenants du nourrissant léger

Adeptes du régime méditerranéen et des principes diététiques, végétariens, les membres de ce groupe se méfient des sauces, «*qui ne servent qu'à donner du goût, aiment la diversité et métissent aliments exotiques et recettes du terroir*».

Ils appartiennent à la génération des *baby-boomers*, ils sont urbains et travaillent dans le secteur tertiaire.

Ils vont transgresser leurs principes à des moments de grignotage ou encore le *week-end*, en se régalaient de viennoiseries, de charcuteries campagnardes, de crèmes au beurre...

Quant aux mordus d'huile d'olive, de parmesan et autres jambons séchés, ils vont aussi - dévorer des pâtes fraîches «*semblables à celles dont raffolent certains adeptes du « nourrissant consistant !»*».

2.6. Les troubles d'identité du consommateur

Dans la société rurale villageoise, l'alimentation est produite pour ainsi dire sous les yeux d'une grande partie de la population, quand elle n'est pas auto-produite.

Dans le système de distribution qui prévaut jusqu'aux années 60, les denrées apparaissent, circulent, sont préparées pour la vente au vu et au su de tous ou de beaucoup.

Bref, dans la situation « traditionnelle », les aliments sont familiers, ils ont une histoire dont chacun est, au moins à l'occasion, témoin ou acteur. La tendance moderne est à l'opposé : une partie de plus en plus importante de la population consomme des aliments produits entièrement hors de sa vue et de sa

conscience immédiate. Avec le développement de l'industrie agroalimentaire, c'est une denrée déjà transformée, pratiquement prête à la consommation, qui arrive au mangeur. Simultanément, à l'autre bout de la chaîne, la production agricole est elle-même déjà en partie taylorisée, rationalisée ; elle est devenue une production de masse.

Dans les années 70, ce processus d'industrialisation provoque un certain malaise. Une sorte de dépossession apparaît : le mangeur moderne est devenu dans une très large mesure un « consommateur pur », à qui le passé du comestible échappe tout autant que celui de tout produit manufacturé.

Il convient de remarquer que le travail culinaire avait notamment pour fonction de « civiliser », d'apprioyer l'aliment, chargé des périls de la Nature. En se déplaçant de la cuisine vers l'usine, la préparation des aliments cesse de remplir cette fonction. L'appriovisement des aliments n'est guère efficace que lorsqu'il est opéré par une main familière et tendre.

L'aliment est devenu un objet comestible non identifié, sans passé ni origine connus. Enveloppé, conditionné, sous vide, sous cellophane, sous une peau ou une coquille de plastique, il flotte pour ainsi dire dans un *no man's land* extra-temporel : le froid, le vide ou la déshydratation le protègent contre la corruption, c'est-à-dire contre le temps ; mais du même coup, ils le coupent de la vie.

Dans ces conditions, un conflit presque insoluble se réveille chez le mangeur. Ces aliments sont bien tentants : ils réduisent à peu de chose la tyrannie quotidienne des tâches culinaires et domestiques. Mais en même temps, le caractère naturellement soupçonneux de l'omnivore se donne libre cours : quels traitements leur fait-on subir, comment les manipule-t-on, qu'y ajoute-t-on, que contiennent-ils vraiment ? Comment détecter les « vices cachés du prêt-à-manger ».

L'alimentation est l'un des piliers de l'identité, dans tous les sens du terme. Or il devient extrêmement difficile d'identifier les aliments eux-mêmes : leur origine est extérieure, parfois lointaine, étrangère ; leur histoire est désormais, on l'a vu, difficilement accessible ; leur préparation échappe de plus en plus à la conscience du consommateur final. Mais ce n'est pas tout : la technologie faisant aujourd'hui des miracles, elle permet à l'industrie de tromper à volonté ou presque les sens, de faire passer des protéines de soja texturées pour du bœuf haché premier choix. Colorants, arômes artificiels, renforçateurs de saveur, agents de texture et de sapidité, tout un arsenal d'artifices et de fards se conjuguent pour brouiller la perception du mangeur.

A proprement parler, le mangeur-consommateur ne sait pas ce qu'il mange. Il ignore donc quels effets ces nourritures non identifiées vont avoir sur lui.

L'aliment moderne n'a plus d'identité, car il n'est plus identifiable. Nous pouvons ainsi repérer l'une des sources profondes du malaise de la modernité alimentaire : il s'agit en somme d'un trouble de l'identité. A absorber quotidiennement des nourritures qu'il identifie mal, le mangeur moderne en vient à craindre de perdre la maîtrise de son propre corps, mais aussi de sa personne, à s'interroger pour ainsi dire sur sa propre identité.

Face à cette incertitude radicale, l'une des réponses caractéristiques consiste à « identifier » l'aliment par tous les moyens. D'où sans doute l'obsession du label, de l'étiquetage, de la garantie des origines.

C'est bien entendu à une instance tutélaire, puissante protectrice, que revient naturellement la tâche d'apposer sa garantie de pureté sur le comestible. C'est souvent l'Etat, assisté de toutes sortes d'institutions para-publiques ou semi-publiques, qui délivre garanties, labels et certificats aux aliments. Sous la pression des consommateurs et des militants du consumérisme, l'aliment moderne est passé au crible, sommé d'afficher sa vérité. C'est donc le cachet de la puissance publique qui fait de l'aliment un produit officiellement bon à manger.

L'industrie n'est cependant pas désarmée devant la méfiance du mangeur-consommateur. **Elle peut disposer d'un atout presque aussi efficace que le label de la puissance publique : la marque.** Sur la marque, se cristallisent des phénomènes non moins puissants et obscurs que ceux qui se fondent sur le nom des individus. La marque est un nom et, par voie de conséquence, une identité en puissance pour les produits.

Il convient cependant de remarquer que dans la période la plus récente, une nouvelle phase du rapport du mangeur avec l'alimentation moderne semble s'être ouverte. Une réconciliation semble s'ébaucher entre le consommateur et l'industrie. Elle se manifeste par exemple par l'amélioration remarquable de l'image du surgelé qui, loin d'incarner encore le comble de l'artificiel semble désormais, toutes les enquêtes le montrent, être reconnu comme un état plus frais que le frais. Le mangeur comme l'industrie ont changé. Le premier s'est de plus en plus familiarisé avec la production industrielle, a appris à en apprécier la régularité et la commodité d'usage. La seconde a de plus en plus développé, si l'on peut dire, sa propre cuisine. Les produits les plus récents sont de moins en moins des ersatz, de plus en plus des produits originaux, conçus selon des techniques et des recettes spécifiques et non plus simplement la reproduction approximative de recettes domestiques adaptées à la production industrielle. L'industrie a intégré les informations, les techniques et les tendances de la grande cuisine, le marketing s'est mis à l'écoute des courants socioculturels. Pour autant, la nostalgie des potagers et de la cuisine maternelle n'a pas reculé et n'est sans doute pas près de le faire.

2.7. L'opposition apparente entre cuisine et diététique

Les sociétés d'abondance sont travaillées par le besoin de régler, de réguler leur alimentation. Ce sentiment d'urgence se manifeste de manière paradoxale : elles sont tout à la fois passionnées de cuisine et obsédées de régime.

La gastronomie et le culinaire sont à la hausse dans tous les pays riches. Le marché de la cuisine est de plus en plus important dans la presse, l'édition et les médias. En France, les grands cuisiniers sont devenus des célébrités, dont le nom fait vendre, tout comme les « griffes » des grands couturiers font vendre parfums et prêt-à-porter. Livres et revues de cuisine se multiplient. Quant au prestige culturel du culinaire, il n'est pas moins imposant que son marché. Ainsi les restaurants, les guides gastronomiques sont devenus dans certaines couches sociales un sujet de conversation presque aussi noble que le cinéma ou la littérature ; l'art de voyager s'est transformé en grande partie en art de manger ailleurs. Les enquêtes montrent que la « *sortie au restaurant* » est devenue une « pratique culturelle » au même titre que le théâtre ou le concert : une étude du ministère de la Culture nous apprend qu'elle « *concerne près des trois quarts des Français* » et « *arrive très nettement en tête, devant le cinéma et la fête foraine* ». Bref, la cuisine est un objet désormais légitime d'analyse, de réflexion scientifique et littéraire.

Or au même moment, un deuxième discours, apparemment contradictoire, triomphe avec autant d'éclat que le précédent : celui du régime.

L'empire du régime est devenu planétaire. Son peuple est innombrable : un quart des Français, un tiers des Américains, des proportions voisines dans tous les pays développés. Son territoire est immense : il envahit les mass media et l'édition, le marketing et la publicité, la médecine et les anti-médecines « parallèles » ou « douces ».

Cuisine et régime, gastronomie et diététique, nous paraissent aujourd'hui s'opposer naturellement. **Nous associons de manière indissoluble la cuisine, l'art culinaire (la « gastronomie ») au plaisir, tandis que le régime et la diététique nous semblent ressortir clairement et exclusivement au domaine de la santé.** Or dans la vision longtemps dominante, plaisir et santé apparaissent eux-mêmes comme des pôles opposés et inconciliables. Le plaisir ne peut faire de bien, il ne peut que faire du mal, comme l'illustre la plainte des patients soumis à des régimes : « *Tout ce qui est bon m'est interdit* ».

Le sentiment dominant erroné demeure que le plaisir alimentaire est le plus souvent trompeur sinon néfaste et, symétriquement, qu'une bonne santé exige la restriction, la maîtrise des pulsions et des désirs. Ainsi la cuisine s'opposerait au régime comme la recette à l'ordonnance, au plaisir s'opposeraient la santé et la beauté, à la gastronomie la bonne nutrition.

Cependant, la croyance inverse ne nous est pas totalement étrangère. Elle est présente au moins à l'état latent dans nos consciences, comme le montre le fait que nous invoquons volontiers le dicton, discutable il est vrai, « *Si c'est bon, ça ne peut pas faire de mal* ».

2.8. L'obsession du corps et de l'image : une société de plus en plus lipophobe

Les sociétés modernes sont devenues « lipophobes » : elles haïssent la graisse. La culture de masse, productrice effrénée d'images, nous donne à admirer des corps juvéniles et sveltes. Les hommes et les femmes semblent s'essouffler, le plus souvent en vain, à poursuivre ces modèles rêvés. Dans la plupart des pays développés, une forte proportion de la population se rêve mince, se vit grasse et souffre apparemment de la contradiction. En France, les sondages indiquent que 43 % des hommes et 57 % des femmes s'estiment trop gros.

En Italie, à la fin des années 90, 42 % des hommes voulaient maigrir contre 47 % des femmes ; plus d'un quart des Français étaient au régime et plus d'un tiers des Américains à la même date. La médecine voit dans l'obésité un problème de santé publique : il s'agit pour elle d'un facteur de risque, qu'il importe de réduire pour prévenir de nombreuses maladies, notamment cardio-vasculaires. Le désir de minceur, la peur obsessionnelle de l'embonpoint ou les deux à la fois sont au centre d'une pathologie du comportement alimentaire.

Si l'époque paraît particulièrement « obèsophile », on peut symétriquement assez aisément soutenir que, au temps où les riches seuls étaient gros, par exemple au XIX^{ème} siècle, une rotundité raisonnable était assez bien considérée. On l'associait à la santé, à la prospérité, à la respectabilité paisible. On disait d'un homme un peu rond qu'il « *se portait bien* », tandis que la maigreur ne suggérait guère que la maladie, la méchanceté ou l'ambition effrénée. Il en va encore souvent de même, d'ailleurs, dans beaucoup de sociétés dites traditionnelles du Tiers-Monde.

L'exécration moderne du gras ne s'en tient plus aux tissus qui capitonnent les corps : elle s'étend de plus en plus aux lipides qui circulent dans nos organismes et même aux corps gras qui frémissent dans nos poêles et nos marmites. Le goût lui-même a changé, au point que, aujourd'hui, les corps gras qui avaient jadis une fonction et une place essentielles dans la cuisine, comme médiateur entre le feu et les aliments ou comme nourriture à part entière (la viande grasse), soulèvent davantage le cœur que l'enthousiasme.

La graisse est devenue de plus en plus objet de crainte et de dégoût. Dans la période qui va de la fin du XIX^{ème} siècle à nos jours, cette montée de la lipophobie s'est opérée simultanément sur trois fronts distincts : la médecine, la mode et l'apparence corporelle, la cuisine et l'alimentation quotidienne.

Le culte moderne de la minceur féminine paraît dépourvu de tout précédent historique véritablement comparable. Dans de multiples sociétés, à travers le temps ou l'espace, l'embonpoint féminin est ou a été loué, apprécié, recherché, parfois même systématiquement cultivé.

C'est au début de notre siècle, que la minceur fait véritablement son apparition. En 1908, avec ce qui devait devenir la ligne « néo-Empire », Poiret transforme la silhouette féminine en gommant la taille, en allongeant la jambe (qui, pour la première fois, semble prendre la vedette).

Dans la logique du dépouillement croissant, où le corps doit de plus en plus affronter les regards sans l'intercession d'artifices vestimentaires, il faut donc de plus en plus maîtriser son apparence. La lipophobie ambiante juge de manière de plus en plus impitoyable des corps de plus en plus offerts à son regard. A partir des années 80, à l'approche de la saison des vacances, la presse féminine présente de plus en plus souvent, à côté des innombrables régimes, des exercices de gymnastique et de musculation.

Depuis la naissance de la culture de masse, du cinéma en particulier, des modèles s'imposent de plus en plus dans les aspirations. Les stars triomphantes imposent le rêve d'une éternelle jeunesse, le triomphe de l'amour et du bonheur, l'oblitération de la vieillesse, de la maladie, de la mort.

La démographie joue sans doute un rôle décisif dans ces changements. Les *baby boomers* adolescents rendent la société adolescente. Fait extraordinaire : voici que les adolescents ne souhaitent plus particulièrement devenir adultes ; ce sont les adultes qui veulent ressembler aux jeunes. Les rites de passage protégeant l'accès au statut adulte sont en crise ou en déclin. De plus en plus, en revanche, les adultes cherchent à être acceptés ou reconnus par les jeunes. La société adulte adopte des tournures langagières ou vestimentaires empruntées aux jeunes, elle s'identifie aux jeunes dans leur comportement, leur consommation et surtout leur apparence. Entre temps, l'effet-génération se poursuit avec le vieillissement des *baby boomers*. Tout se passe comme si la vieillesse n'était que la sanction du laisser-aller.

La tyrannie contemporaine de la minceur rend-elle anorexique, ou boulimique, ou « boulimarexique » ? La question se pose des troubles du comportement alimentaire, qui fait l'objet de préoccupations croissantes dans les milieux médicaux et, depuis peu, dans les médias.

3. L'observation des consommations alimentaires au travers de l'enquête INCA, les premiers résultats du baromètre « santé-nutrition 2002 » publiés par l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé et les résultats de l'enquête Suvimax

3.1. L'enquête INCA

Une enquête nationale sur les consommations alimentaires des adultes et des enfants en France a été réalisée en 1999 par le Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie (CREDOC). Il s'agit de l'enquête INCA (Individuelle et nationale de consommation alimentaire) qui porte sur les consommations alimentaires de 3.003 individus de 3 ans et plus, représentatifs de la population française. Celle-ci confirme à la fois un effritement des modèles alimentaires traditionnels à travers le développement de la consommation de produits faciles à consommer en tous lieux (tels que pizza, quiches, sandwiches, sodas, jus de fruit...) et une forte demande de la part des consommateurs en matière d'éducation à l'alimentation, d'informations, de contrôle par les pouvoirs publics et de recherche scientifique dans les domaines de la nutrition.

Les principaux résultats de l'enquête sont résumés ci-après.

- La perception des risques alimentaires s'accompagne d'un sentiment de perte de repères alimentaires traditionnels.

La mutation des pratiques alimentaires, notamment la cohabitation dans la population d'habitudes alimentaires souvent différentes et parfois opposées, contribue aux interrogations de chacun et explique la forte réactivité des consommateurs et de l'opinion publique aux multiples crises alimentaires. En particulier, les très fortes différences de consommations et de comportements alimentaires entre générations ne peuvent que susciter des doutes parmi les plus anciens d'entre-nous sur la permanence d'un modèle alimentaire « français » traditionnel et rassurant. Dans l'enquête, l'idée la plus souvent associée à la perception générale des risques alimentaires est le sentiment de dégradation de la qualité des produits alimentaires depuis les dix dernières années.

- La perception des risques nutritionnels et sanitaires : vers une nouvelle culture nutritionnelle ?

Ainsi, dans leur perception des risques alimentaires, les consommateurs accordent une très grande place aux risques nutritionnels et particulièrement à l'obésité et aux maladies de société (maladies cardiovasculaires, diabète ...). Les doutes des consommateurs en matière de sécurité alimentaire (risques de contamination physico-chimique ou microbiologique) apparaissent plus comme des symptômes d'un profond bouleversement des rapports à l'alimentation, auquel les perceptions des risques nutritionnels et sanitaires sont intimement liés. Il est frappant de constater que les groupes d'aliments les plus victimes des crises alimentaires (viandes, matières grasses, charcuteries ...) sont aussi ceux qui

souffrent le plus d'un déficit d'image sur le plan nutritionnel : ils sont aussi considérés comme vecteurs de nutriments à éviter (matières grasses, sel ...).

L'intérêt croissant pour la nutrition dans une société vieillissante et préoccupée de son état de santé s'explique aussi par ce manque de lisibilité des évolutions alimentaires : les consommateurs souhaitent une amélioration de la qualité des aliments, mais les doutes qu'ils expriment sur leurs propres comportements alimentaires ou sur ceux de leurs proches ne peuvent que les conduire à s'interroger davantage sur les pratiques de l'ensemble de la filière alimentaire qu'ils avouent assez largement méconnaître.

De fait, l'intérêt pour les nutriments présents dans les aliments témoigne d'une tendance à rechercher d'autres repères que la confiance ancestrale dans l'alimentation traditionnelle « *variée et équilibrée* ». Le calcium, les protéines, les « *sucres lents* » ou les fibres font l'objet d'un intérêt soutenu de la part des adultes et les aliments associés à ces nutriments ne révèlent pas d'erreur nutritionnelle majeure. Les matières grasses et les sucres sont identifiés comme des composants de l'alimentation plutôt à éviter.

- Les nouvelles exigences de sécurité alimentaire remettent en cause les habitudes relatives à l'hygiène alimentaire.

La méconnaissance de critères simples d'évaluation de la sécurité microbiologique à domicile en particulier - comme la température des réfrigérateurs et le manque de temps alloué à leur entretien - accroît les interrogations sur ce thème. La très forte attention portée aux dates limites de consommation prouve bien, si cela était nécessaire, la forte sensibilité des consommateurs à l'hygiène et à la sécurité microbiologique. L'augmentation des exigences remet donc en cause les anciennes habitudes.

- L'évolution de la consommation alimentaire et des apports nutritionnels des adultes : moins de lipides, mais autant d'énergie pour plus de plaisir.

La tension entre la recherche de plaisir alimentaire et le souci d'éviter les aliments trop énergétiques aboutit à une stabilisation des apports énergétiques entre 1994 et 1999 pour les adultes et à un léger accroissement de l'énergie consommée par les enfants de 3 à 14 ans.

Cet arrêt de la tendance séculaire à la baisse des apports énergétiques est d'autant plus surprenant qu'il s'accompagne chez les adultes d'arbitrages plutôt défavorables aux lipides, plus denses énergétiquement que les glucides ou les protéines.

De ce point de vue, l'évolution des choix alimentaires est cohérente avec les attitudes : le rejet des matières grasses - et en particulier des matières grasses saturées - explique la décroissance relative des apports lipidiques chez les adultes. Cependant, l'attrait des aliments glucidiques tels que les boissons sucrées ou les sandwiches peu gras compense la réduction des consommations de matières grasses et conduit à une stabilité des apports énergétiques.

Le rejet des matières grasses est particulièrement sensible chez les personnes âgées (rejet lié au degré élevé de la saturation de l'appétit). On n'observe pas d'opposition sur ce thème entre les hommes et les femmes : elles consomment proportionnellement autant de lipides que les hommes.

- Une consommation toujours assez forte d'acides gras saturés.

La part des graisses saturées est identique pour les deux sexes : 48 % de l'ensemble des acides gras. Ce taux est voisin de celui constaté dans certains pays du Nord de l'Europe comme la Suède (48 %). Il est nettement supérieur à celui observé dans d'autres régions du Sud de l'Europe comme la Catalogne (37 %). Les acides gras saturés représentent 16 % des apports énergétiques, proportion voisine de celle constatée en Allemagne (17 %). Ce taux est élevé par rapport aux recommandations proposées dans plusieurs pays européens (10 % pour les pays nordiques). Les résultats de cette enquête confirment donc la composante alimentaire du fameux paradoxe français : la forte consommation de lipides par rapport aux recommandations et notamment d'acides gras saturés.

- Une évolution parallèle à celle observée dans les pays anglo-saxons : plus de boissons sucrées et d'aliments de « *snacking* », notamment chez les jeunes.

L'évolution de la consommation vers plus de glucides et moins de lipides fait écho à ce qui est observé depuis quelques années dans les pays anglo-saxons (Etats-Unis et Royaume-Uni) ou du Nord de l'Europe (Pays-Bas). Le discours nutritionnel défavorable aux lipides a bien été intégré dans les choix alimentaires de bon nombre de consommateurs.

Aux Pays-Bas, le système national de surveillance de la consommation alimentaire, qui dispose de trois enquêtes nationales individuelles comparables entre 1989 et 1998, montre principalement une baisse de la consommation de matières grasses - et spécialement de beurre et de sauces - et une augmentation régulière de la consommation de boissons sucrées et de « *snacks* » salés.

Cependant, les niveaux moyens de consommation atteints pour les sodas et jus de fruits en France (98 ml/jour pour les adultes et le double pour les enfants) restent pour l'instant nettement inférieurs à ce qu'ils sont dans les pays anglo-saxons. Il s'ensuit une moindre consommation de sucres simples proportionnellement à l'ensemble de la consommation de glucides.

Ce développement de la consommation d'aliments de « *snacking* » ne révèle pas pour autant une modification profonde des rythmes alimentaires : les trois repas traditionnels sont pris très régulièrement par les adultes et les enfants et la consommation hors repas s'appuie sur la permanence du goûter chez les jeunes adultes. Il est à noter que le constat n'est pas partagé par de nombreux observateurs qui ont tendance à constater une « *déstructuration des repas* » (cf. supra).

- Une consommation de sucres rapides plus forte chez les adolescents et les femmes que chez les hommes, mais moins élevée que dans les pays anglo-saxons.

Les préférences des femmes diffèrent de celles des hommes par un plus grand attrait pour les aliments sucrés : alors que les hommes consomment plus de féculents et d'aliments vecteurs de glucides lents (pain, pommes de terre et pâtes), les femmes préfèrent les produits sucrés (produits laitiers ultra-frais, biscuits, chocolat).

- Une consommation assez élevée de fruits et légumes se maintient chez les consommateurs âgés, mais les consommations sont faibles chez les jeunes et les apports moyens en fibres sont limités.

La baisse de la consommation de fruits et légumes observée dans certains pays européens comme les Pays-Bas n'est pas mise en évidence en France.

Ces grandes différences de consommation de fruits et légumes entre groupes d'âge incitent à s'interroger sur leur caractère générationnel qui impliquerait à long terme une baisse de la consommation par renouvellement des générations.

Du fait de cette consommation assez faible de fruits et légumes et de la consommation courante de pain blanc, les apports en fibres sont faibles dans l'ensemble de la population : 17,6 g/jour pour les adultes.

- Les décalages entre consommations et opinions révèlent des besoins d'information et d'évolution de l'offre alimentaire.

En conclusion, cette enquête nationale de consommation alimentaire apporte une photographie très contrastée de l'alimentation des Français : les habitudes alimentaires sont loin d'être uniformes et diffèrent beaucoup entre groupes d'âge, entre hommes et femmes et tout simplement entre individus.

Si l'étude des opinions révèle une grande préoccupation des consommateurs à la fois en matière de nutrition et de sécurité alimentaire, l'examen des habitudes de consommation montre que ces préoccupations sont souvent en phase avec les pratiques mais que des décalages significatifs existent entre les connaissances, les attitudes et les choix alimentaires.

Deux tendances apparaissent très cohérentes :

- d'une part, la méfiance à l'égard des matières grasses en général – et des graisses saturées en particulier – est cohérente avec une tendance à consommer relativement moins de graisses chez les adultes, notamment chez les plus âgés d'entre eux ;
- d'autre part, les viandes souffraient, à la date de l'enquête, d'une image peu favorable depuis la crise de l'ESB et la consommation de bœuf ou de veau avait du mal à se maintenir, spécialement chez les femmes.

Ces deux tendances sont aussi cohérentes entre elles. Le rejet des graisses saturées, d'origine animale et de certains produits carnés, révèle une attractivité générale des produits végétaux, aussi bien sur le plan de l'image nutritionnelle que des choix de consommation. Cette tendance apparaît plus nettement chez les femmes. On ne peut pourtant pas parler de développement du végétarisme en France en raison des forts taux de consommation sur une semaine des viandes (96 %), des fromages (93 %) ou de la charcuterie (93 %).

Pour d'autres aliments ou nutriments, des décalages importants existent entre les opinions et les choix réels de consommation.

C'est notamment le cas des fruits et légumes qui bénéficient d'une excellente image nutritionnelle, particulièrement pour les vitamines et minéraux mais dont la consommation reste relativement moyenne comparativement aux autres pays européens. *Les jeunes adultes et les adolescents* consomment très peu de fruits et de légumes, alors que ce sont eux qui déclarent le plus rechercher des vitamines et minéraux. La consommation de fibres, valorisée et associée dans l'esprit des consommateurs aux fruits, légumes et céréales, est plutôt faible comparativement aux objectifs de l'OMS ou aux apports constatés dans d'autres pays européens. Il y a là une contradiction entre l'image nutritionnelle excellente et la consommation relativement peu dynamique qui ne peut s'expliquer que par d'autres freins à la consommation (goût, inconstance de la qualité, prix...). Le manque de facilité à consommer les fruits et légumes n'explique pas pourquoi la moitié de la consommation de fruits a lieu hors repas aux Pays-Bas, alors qu'en France cette proportion n'est que de 12 % pour les adultes et 19 % pour les enfants. **Une meilleure connaissance des freins à la consommation de fruits et légumes apparaît indispensable à une politique de santé publique cherchant à favoriser cette consommation.**

Autre paradoxe, alors que les sucres simples sont globalement plutôt évités et que les « sucres lents » sont recherchés par les consommateurs, la part de glucides simples dans l'ensemble des glucides est assez élevée, spécialement pour les femmes et les adolescents. Cette proportion reste inférieure à ce qu'elle est dans les pays anglo-saxons, mais l'augmentation constatée de la consommation de sodas et jus de fruits risque cependant de rapprocher progressivement la France de la situation d'Outre-Manche. Les données actuelles de composition des aliments ne permettent cependant pas de distinguer parfaitement le caractère plus ou moins « lent » des glucides consommés. C'est probablement cette difficulté pour le consommateur à distinguer les aliments riches en glucides « lents » des aliments riches en glucides « rapides » qui peut expliquer ce décalage entre attitudes et comportements dans le domaine des aliments glucidiques.

Pour certains micronutriments tels que le calcium, le décalage entre attitudes et comportements est aussi manifeste. Alors que les apports calciques moyens sont souvent nettement inférieurs aux apports nutritionnels conseillés (ANC), en particulier pour les jeunes femmes, le calcium est le nutriment le plus

recherché par toutes les catégories de population. Il est vrai que beaucoup d'aliments riches en calcium comme les produits laitiers sont peu consommés hors repas et hors foyer, et sont donc limités par l'univers de la consommation à table et à domicile. Mais on peut aussi se demander s'il n'est pas difficile pour les consommateurs de savoir de façon fiable si leur consommation de calcium est suffisante ou non. Des recommandations de fréquences de consommation dans le cadre de la réflexion sur les ANC devraient permettre à chacun de mieux se repérer.

Le renouvellement prochain de cette enquête, dont les méthodes seront améliorées, permettra à la fois de surveiller les apports alimentaires et nutritionnels de la population française, mais aussi d'envisager des pistes d'actions coordonnées de l'ensemble des acteurs de l'alimentation pour relever le défi d'une alimentation plus satisfaisante sur les plans de la nutrition, de la sécurité et du plaisir, dans le respect des choix individuels des consommateurs.

3.2. Le baromètre santé/nutrition

« Comment évoluent les attitudes des Français en matière d'alimentation ?

Les premiers résultats du « Baromètre santé nutrition 2002 », publiés en avril 2003 par l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé (Inpes), montrent que les comportements alimentaires sont de plus en plus influencés par le facteur « santé ». Lors de la composition d'un repas, ce critère arrive en tête chez 73,4 % des personnes interrogées (contre 69,8 % en 1996 lors du premier Baromètre), devant les préférences en matière de goût, le prix et le temps de préparation.

Cette prise de conscience de l'importance du « bien manger » pour se « bien porter » se retrouve dans l'évolution des habitudes de consommation. Ainsi, l'huile d'olive est de plus en plus utilisée dans la vinaigrette (par près de 40 % des gens, contre 20 % en 1996) et pour la cuisson des aliments (16,4 %, contre 5,7 %). Les consommateurs exclusifs d'eau minérale sont passés de 36,7 % à 50,7 % entre 1996 et 2002 ; 18,3 % des personnes interrogées déclarent avoir consommé des produits « bio » au cours des quinze derniers jours (6,6 % en 1996). Parallèlement, les plats cuisinés « tout prêts » font moins recette (45,4 % déclarent en avoir acheté, contre 51,6 % en 1996), de même que les suppléments vitaminiques (9,6 % contre 13,1 %).

Ces résultats doivent être nuancés suivant le sexe, le lien entre alimentation et santé restant, pour l'heure, une valeur davantage féminine. Si, depuis 1996, la proportion des personnes atteintes d'obésité reste stable chez les femmes (entre 5,8 % et 5,6 %), elle augmente significativement chez les hommes, passant de 7,4 % à 9,8 % en 2002. En outre 9,4 % des femmes déclarent suivre un régime amaigrissant (6,8 % en 1996) contre 3,8 % des hommes.

Alors que le Programme national nutrition santé (PNNS), lancé par les pouvoirs publics, a fixé « *neuf objectifs nutritionnels prioritaires en termes de santé publique* » - parmi lesquels l'augmentation de l'activité physique quotidienne, de la consommation de fruits et légumes (cinq par jour) ou encore la réduction de la consommation des acides gras saturés -, les résultats du Baromètre restent encore éloignés de ces recommandations.

- Hommes plus sédentaires.

Interrogées sur le contenu de leur alimentation durant la journée précédent l'entretien, 54,7 % des personnes ont mangé moins de trois fruits et légumes, 78,7 % une ou deux fois de la viande, du poisson ou des œufs, 75 % ont consommé au moins trois fois des féculents et 38 % au moins trois produits laitiers. Quant à l'activité physique, 86,9 % des hommes, contre 79,4 % des femmes déclarent avoir marché ou pratiqué un sport la veille de l'entretien. Si les femmes sont un peu moins sportives, elles passent, en revanche, moins de temps que les hommes à des occupations sédentaires (ordinateur, console de jeux, télévision).

Enfin, 39,6 % des sondés (contre 19,6 % en 1996) se plaignent de la difficulté de comprendre les informations sur la composition des produits. Cette critique, estime l'Inpes, peut résulter soit « *de l'étiquetage lui-même ou de l'attitude du consommateur, qui, davantage intéressé par la nutrition, lit de manière accrue les étiquettes* ».

3.3. L'enquête SUVIMAX (supplémentation en vitamines et minéraux anti-oxydants)

a) Les objectifs de cette étude

Elle avait pour objectif d'établir les relations entre l'alimentation, la nutrition et la survenance de certaines maladies et de tester l'efficacité d'un apport adéquat de vitamines et de minéraux anti-oxydants sur la prévention des cancers, des maladies cardio-vasculaires

Pendant 8 ans, 13 000 personnes, femmes de 35 à 60 ans et hommes de 45 à 60 ans, ont été sélectionnées parmi 80 000 volontaires.

Les volontaires ont été répartis en deux groupes, un groupe recevant une dose de vitamines et de minéraux anti-oxydants, l'autre groupe prenant un placebo. Ils ont dû répondre régulièrement à des questionnaires concernant leur état de santé, leur mode de vie, leur façon de s'alimenter, ont accepté un suivi médical régulier incluant des tests de dépistage, des bilans de surveillance.

La masse des données recueillies permettra d'étudier les liens entre alimentation et santé.

L'alimentation est un facteur sur lequel il est, à la différence d'autres, possible d'agir, même si les habitudes alimentaires sont difficiles à modifier.

b) Les résultats

Ceux-ci ont été rendus publics le 21 juin 2003. Ils montrent que l'apport de vitamines et de minéraux anti-oxydants, à doses nutritionnelles, réduit, de manière importante (31 %) le risque de cancer chez les hommes. Ce résultat n'est pas retrouvé chez les femmes qui consomment déjà plus de fruits et légumes, aliments riches en anti-oxydants.

En revanche, le risque cardio-vasculaire n'a pas été modifié selon l'appartenance à l'un ou l'autre groupe d'étude.

L'étude avait pour objectif de tester l'intérêt des anti-oxydants à doses comparables à celles qui se trouvent dans l'alimentation.

Elle confirme l'intérêt d'une consommation régulière de fruits et légumes comme le recommande le PNNS, aliments qui apportent par ailleurs des fibres et autres substances utiles pour la santé. Certains scientifiques contestent le fait que la seule alimentation puisse apporter ces doses d'antioxydants reçues par les volontaires de cette enquête.

c) Les caractéristiques régionales de l'alimentation de nos concitoyens

L'étude a également dégagé quelles étaient les caractéristiques régionales de l'alimentation des Français, l'alimentation des hommes et des femmes suivant à peu près la même tendance dans chaque région.

En retenant les résultats pour les hommes, il apparaît que :

- le Sud-Ouest est la région où l'on mange le plus de fruits et de légumes et la soupe y est plus appréciée qu'ailleurs ainsi que la volaille, les œufs et les légumes secs ;
- le Nord-Ouest : les fruits et légumes sont délaissés au profit des pommes de terre (1^{er} rang), du pain, de la viande (1^{er} rang), du beurre et du lait.
- l'Ouest : on y mange de tout. Les hommes y consomment surtout des fruits (moins de légumes), du pain, des pommes de terre ; ils sont les premiers en matière de consommation de poissons et fruits de mer, et de matières grasses surtout sous forme de beurre ;
- la région Rhône-Auvergne, les hommes consomment volontiers des produits laitiers, mais pas de lait. Légumes et fruits sont consommés en abondance ;
- le Nord-Est, ils consomment beaucoup de charcuterie et de croissants. Ils sont de faibles consommateurs de poissons, mangent peu de légumes ou d'œufs ;
- le Centre-Est, les hommes sont les premiers consommateurs de lait, de produits laitiers et sont de grands consommateurs de pain ;

- la région Méditerranée, ils consomment peu de produits laitiers, de matière grasse et surtout peu de beurre, de viande, de pain, de pommes de terre et de charcuterie. Ils se classent au troisième rang pour la consommation de légumes ;
- la région Ile-de-France, ce sont les seconds mangeurs de viandes et de poissons. Ils consomment beaucoup de yaourts et boudent les soupes.

D'une manière générale, les hommes mangent beaucoup plus ($>50\%$) de viandes, de charcuterie, de volailles, de fromages, de sucre et de sodas que les femmes. Ils mangent 20 % de plus de matières grasses. Ils consomment 2,5 fois plus de vin et 4 fois plus de bière.

Les femmes consomment 25 % de plus de yaourts, beaucoup plus de soupes, plus de légumes et autant de fruits que les hommes. Elles boivent 2 fois plus de thé.

d) La prévalence de l'obésité

L'étude SUIVIMAX fait apparaître une prévalence de l'obésité (indice de masse corporelle $> 30 \text{ kg/m}^2$) de 8,5 % pour les hommes de 45 à 60 ans, de 7,5 % chez les femmes. La prévalence du surpoids (indice de masse corporelle entre 25 et 30 kg/m^2) est de 45 % chez les hommes et de 21 % chez les femmes.

L'âge est un facteur reconnu de surpoids.

3.4. SUFOLON

Cette étude, en lien avec Suvimax, portera pendant cinq ans sur 3000 personnes ayant des antécédents cardiaques ; elle permettra d'étudier les effets d'une supplémentation en folates (vitamines B9) et en oméga 3 (acides gras présents notamment dans le poisson) sur la fréquence des maladies cardio-vasculaires.

*
* * *

Dans les sociétés démocratiques, les citoyens refusent qu'on les force et recherchent le débat. Ils revendent le respect de leur intégrité physique (la santé) et de leur identité, et sont donc particulièrement sensibles à l'égard des aliments. Les consommateurs passent ainsi d'une situation passive de consommateurs à une place active.

Les mangeurs ont parfois l'impression d'avoir été trompés. Ils ont perdu confiance vis-à-vis de l'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire, des pouvoirs publics et même des « experts ». Ils revendent le droit à l'information sur les produits (leur composition), sur les systèmes de production (« *d'où ça vient ?* » et « *comment ça a été fait ?* ») et sur les conséquences immédiates et à long terme de la consommation. Et lorsque les systèmes de production et les choix technologiques leur semblent en transgression par rapport

à leurs systèmes de valeur (comme les farines animales, OGM...), ils revendiquent un droit de regard et de discussion avec les acteurs concernés¹.

Les citoyens revendentiquent pour eux et pour les générations futures le respect de l'environnement : l'arrêt de la pollution de l'eau et de l'air, la protection des végétaux, la sauvegarde des paysages et le bien-être des animaux. Les demandes de produits d'agriculture biologique ou raisonnée correspondent à cette préoccupation.

Les citoyens mangeurs veulent avoir la possibilité de choisir et de co-décider de leur alimentation.

On peut donc s'interroger sur le point de savoir si une éducation à l'alimentation ne serait pas de nature à éclairer le citoyen dans ses choix.

¹ Rapport et avis du Conseil économique et social : « *La sécurité sanitaire des aliments* », Gilbert Capp - J.O n°22/2001.

II - L'INTÉRÊT D'UNE EDUCATION À L'ALIMENTATION

La distanciation entre l'aliment et le mangeur due à un allongement de la chaîne alimentaire, à des modes de vie qui ont évolué en liaison avec l'urbanisation, le développement des moyens de transport et de communication, celui des médias et surtout de la télévision, ont entraîné une perte de repères pour le consommateur et démontrent l'intérêt d'une éducation à l'alimentation.

Au cours des dernières années, la sensibilisation des pouvoirs publics à cette question s'est traduite, au niveau national, par la tenue d'états généraux de l'alimentation et par la mise au point d'un programme national nutrition santé (PNNS). Au niveau communautaire, l'importance de l'éducation à l'alimentation est également devenue une nouvelle préoccupation. Celle-ci doit s'accompagner d'une éducation au goût. Cet intérêt d'une éducation à l'alimentation est essentiel pour les populations défavorisées.

1. Les états généraux de l'alimentation

Des états généraux de l'alimentation ont été organisés de septembre à décembre 2000 par les pouvoirs publics, avec pour thème « *Que voulons-nous manger ?* »

Dans ce cadre, une enquête d'opinion IPSOS a été réalisée en octobre 2000 pour cerner les opinions et les comportements des Français par rapport à la question de l'alimentation. Elle faisait apparaître que les améliorations les plus perçues concernaient la diversité des produits proposés (77 %), le mode de conservation des aliments (73 %), d'où une facilité plus grande de préparation des repas pour 7 personnes interrogées sur 10.

Les deux tiers des Français considéraient que l'hygiène et les contrôles sanitaires lors de la production des aliments avaient fait des progrès depuis une dizaine d'années. *Pour plus des trois quarts des Français les risques sanitaires ne seraient pas plus nombreux mais mieux connus car les contrôles sont plus fréquents.*

En matière d'information, les personnes interrogées soulignaient son manque de caractère « pratique » et la nécessité d'un suivi.

Ces états généraux ont démontré la nécessité :

- d'améliorer les informations du public sur les produits ;
- de développer les débats publics sur l'alimentation ;
- de mettre en œuvre un Programme national nutrition-santé, accompagné d'une sensibilisation et d'une éducation à l'alimentation.

Ils ont aussi souligné le nouveau rôle des consommateurs en tant que co-déicideurs dans le domaine de l'alimentation.

2. Au niveau européen : la résolution du Conseil du 14 décembre 2000

La France, lors de sa présidence au second semestre de 2000 de l'Union européenne avait fait de la nutrition l'une de ses priorités, ce qui avait conduit à l'adoption d'une résolution du Conseil en date du 14 décembre 2000 qui souligne l'importance de la nutrition comme l'un des déterminants majeurs de la santé et la nécessité de respecter toute la richesse des cultures alimentaires de l'Europe. Cette résolution note que l'information sur une alimentation saine est l'une des composantes importantes d'une politique nutritionnelle.

Le Conseil invitait les Etats membres « *à développer les capacités de la population, dès la petite enfance, à toutes les étapes de la vie, à faire des choix éclairés de consommation, en promouvant des attitudes et des habitudes alimentaires favorables à la santé ainsi qu'en apportant une information à ce sujet* ».

En 2002, la Commission a rendu public le rapport Eurodiet, qui donne des orientations sur l'alimentation.

3. Le programme national nutrition santé (PNNS)

Ayant établi que la nutrition influe sur l'état de la santé d'une population, le Programme national nutrition santé (PNNS) a été lancé en janvier 2001 s'appuyant sur les recommandations du Haut comité de la santé publique ainsi que sur les travaux des directions techniques des différents ministères impliqués, du Conseil national de l'alimentation, de la Caisse nationale d'assurance maladie et de la Fédération nationale de la mutualité française, de scientifiques et de représentants des consommateurs.

Le PNNS est prévu pour la période 2001-2005, sa mise en œuvre implique la participation des différents partenaires concernés tant publics que privés (experts scientifiques, spécialistes de la santé publique, acteurs économiques, consommateurs,...)

3.1. Les objectifs du PNNS

L'objectif général du PNNS est d'améliorer l'état de santé de l'ensemble de la population en agissant sur l'un des déterminants qu'est la nutrition.

Neuf objectifs nutritionnels ont été jugés prioritaires, ils devraient conduire à inciter certains consommateurs à modifier leurs comportements alimentaires. Le PNNS vise à :

- augmenter la consommation de fruits et légumes (l'objectif est de réduire de 25 % le nombre de petits consommateurs de fruits et de légumes) ;
- augmenter la consommation de calcium (en réduisant de 25 % le nombre de personnes ayant des apports calciques en dessous des apports nutritionnels conseillés) ;

- réduire les apports lipidiques, afin qu'ils représentent moins de 35 % de l'apport énergétique journalier ;
- augmenter l'apport glucidique pour qu'il représente plus de 50 % de l'apport énergétique journalier sous forme de sucres et réduire l'apport en sucres rapides.

Les autres recommandations concernent la réduction de la consommation d'alcool dans la population générale afin de réduire une contribution excessive de son apport énergétique. Certaines recommandations sont plus directement liées à la santé comme la réduction de la cholestérolémie, la réduction de la pression artérielle systolique.

La réduction de 20 % de la prévalence du surpoids et de l'obésité est l'un des neuf objectifs de PNNS.

En France, l'obésité concerne 7 à 10 % des adultes et 10 à 12,5 % des enfants de 5 à 12 ans et selon le ministère de la santé sa prévalence serait en nette augmentation depuis quelques années.

Selon la Conférence sur l'obésité qui s'est tenue à Copenhague en septembre 2002, au cours des dix prochaines années, l'obésité pourrait atteindre dans l'Union européenne le même niveau de prévalence que celui observé aux Etats-Unis où l'on estime qu'un tiers de la population est obèse et un autre tiers atteint de surcharge pondérale.

L'insuffisance ou la surcharge pondérale s'apprécie par rapport à l'indice de masse corporelle moyen (poids en kg sur taille en mètres élevée au carré) qui pour un adulte devrait être compris entre 18,5 et 25. Au-delà de 25 il y aurait surpoids, au-delà de 30 il y a obésité.

Est enfin recommandé par le PNNS, une activité physique journalière équivalent à une demi-heure de marche rapide.

Neuf objectifs nutritionnels spécifiques visent des catégories de personnes ou des situations particulières, un concerne le problème des allergies alimentaires, un autre le déséquilibre de l'alimentation des personnes en situation de précarité.

Le PNNS tend donc à promouvoir pour la population en général, une alimentation équilibrée associée à un minimum d'activité physique, « bien manger pour bien se porter », facteur de bien-être et de qualité de vie.

3.2. La stratégie proposée

Quelle est la stratégie proposée pour y parvenir tout en rappelant que le choix alimentaire individuel est un acte libre, que manger n'a pas une vocation uniquement biologique mais a aussi une *dimension sociale, culturelle, et devrait être un moment de plaisir partagé.*

Parmi les axes stratégiques retenus, le premier concerne l'information des consommateurs et l'éducation des jeunes. La filière de l'agroalimentaire, la restauration collective ainsi que les consommateurs au travers de leurs associations sont impliqués dans ce programme.

a) L'information

Le consommateur reçoit de très nombreux messages dans lesquels il est souvent difficile de faire la part entre publicité et information fiable et scientifiquement validée.

Plusieurs mesures ont été prévues par le PNNS pour informer le consommateur et l'aider dans ces choix alimentaires.

- la diffusion d'un guide alimentaire national ;
- la diffusion de guides spécifiques par public ;
- la promotion de la consommation des fruits et légumes ;
- la création d'un site Internet ;
- le développement de réseaux de proximité ;
- un logo PNNS permettant d'identifier toute action publique ou privée s'inscrivant dans le cadre de ce programme.

- Un guide alimentaire

Il a été conçu pour donner au grand public une information simple, complète et validée pour une alimentation équilibrée.

Le guide alimentaire pour tous a été élaboré par un groupe de travail mis en place par l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (AFSSA) et a été validé par trois comités d'experts, de l'AFSSA, de la Direction générale de la santé et du PNNS. Il a été présenté au Conseil national de l'alimentation. Des chefs cuisiniers ont apporté leur contribution en conseils culinaires et recettes. Le guide alimentaire propose des conseils en tenant compte d'habitudes alimentaires et de modes de vie différents. Les recommandations sont par exemple prévues pour celui qui mange un sandwich tous les midis, pour celui qui a toujours faim, pour celui qui est végétarien, pour celui qui mange souvent au restaurant ou pour celui qui prépare à manger pour sa famille.

L'on y apprend ainsi qu'il est recommandé de manger au moins 5 fruits et légumes par jour, 3 produits laitiers par jour, qu'il n'y a pas de recommandations spécifiques sur la quantité de pain à consommer par repas, mais manger l'équivalent d'une baguette de pain par jour n'est pas excessif, la quantité consommée doit être modulée en fonction de celles des autres féculents.

Il y est aussi précisé qu'un litre de soda contient l'équivalent de 15 à 25 morceaux de sucre de 5 grammes, ou qu'un fromage blanc étiqueté « 20 % de MG » (soit 20 gr pour 100 gr d'extrait sec) contient en fait 4 gr de MG pour 100 gr de produit fini (extrait sec + eau).

Il est prévu des guides spécifiques pour les jeunes enfants, les adolescents, les personnes âgées, les femmes enceintes. Celui pour les adolescents devrait paraître prochainement.

Une alimentation variée et équilibrée et un minimum d'activité physique sont comme l'indique le guide de l'alimentation des facteurs de protection contre le cancer, les maladies cardio-vasculaires, l'ostéoporose, le diabète, l'obésité et l'hypercholestérolémie. Le guide alimentaire dont la présentation illustrée incite à sa lecture, souligne avant toute autre recommandation que « *manger est un des plus grands plaisirs de la vie depuis le plaisir de ne plus avoir faim et d'être rassasié en passant par le plaisir gastronomique des bons repas, en passant par le plaisir de faire une pause dans le travail, de se retrouver en famille ou entre amis, et même le plaisir de ne pas se soucier de ce qu'on mange* ».

Une large diffusion gratuite de ce guide a été faite à la fois auprès des associations, de certains publics et par l'intermédiaire des kiosques de presse, au prix de 2 Euros pour le grand public. Une édition spécifique pour les professionnels de la santé a été diffusée à 300 000 exemplaires.

Cette diffusion semble toutefois avoir insuffisamment touché les milieux susceptibles de promouvoir une éducation à l'alimentation et le grand public. Elle mériterait d'être reprise, et devrait être précédée d'une campagne médiatique de sensibilisation à une bonne alimentation.

- La promotion des fruits et des légumes¹.

Un nombre élevé de Français sont de petits consommateurs de fruits et de légumes (60 % d'entre eux en consomment moins de 500 g par jour). Avec une consommation moyenne des adultes de 285 g par jour de fruits et légumes, 145 g de fruits et 140 g de légumes (hors pommes de terre), la France se situe à un niveau moyen (248 g au Royaume Uni, 200 g en Irlande) loin derrière l'Italie avec 433 g. Selon l'AFSSA, les 15-24 ans sont trois fois moins consommateurs que les plus de 65 ans.

Des campagnes médiatiques de promotion, relayées au niveau de la restauration collective et en milieu scolaire ont été prévues pour inciter à une plus grande consommation. Réalisées en fin d'année elles se sont trouvées en concurrence avec d'autres campagnes publicitaires, leur effet en a été réduit.

Des distributions gratuites de fruits ont été faites dans les écoles en liaison avec les mairies, les producteurs et les associations.

Mais seuls des fruits mûrs et savoureux peuvent donner envie d'en consommer.

¹ Hors légumineuses, céréales, légumes-racines

- Le développement des réseaux de proximité.

Ils doivent permettre une communication de proximité et une adaptation au contexte local. Le PNNS note que les structures pouvant s'impliquer dans le champ de la nutrition ne sont pas suffisamment développées. Une éducation à la nutrition est particulièrement importante dans les quartiers difficiles.

b) L'importance de l'éducation

Les comportements alimentaires s'acquièrent très tôt dans la famille sous l'influence de l'entourage proche, mais aussi des médias. **L'Education nationale doit jouer un rôle déterminant dans cette éducation :**

- par l'intégration de la dimension nutrition dans les programmes scolaires ;
- en développant la création d'outils pédagogiques sur la nutrition. Un CD-Rom « alimentation-nutrition », en cours d'élaboration, sera diffusé en liaison avec le guide alimentaire pour les enfants et les adolescents. Un outil interactif et ludique rend plus accessible ces informations ;
- en analysant la conformité au PNNS du matériel pédagogique produit par les firmes agroalimentaires à destination des élèves ;
- en utilisant la restauration scolaire pour une éducation au goût et à la nutrition des enfants et des adolescents.

En juin 2001, a été publiée une circulaire relative à la composition des repas servis en restauration scolaire et à la sécurité des aliments, co-signée par huit ministres. Elle fait de l'école un lieu d'éducation nutritionnelle et de l'éducation au goût. Elle s'appuie sur les recommandations du groupe permanent d'études des marchés de denrées alimentaires et de l'AFSSA, et remplace une circulaire de 1971.

Par ailleurs, la mise en place de fontaines d'eau fraîche dans les établissements scolaires est recommandée.

c) L'implication des consommateurs et des professionnels de la filière agroalimentaire

Il s'agit de voir comment les informations promotionnelles sur la valeur santé des produits et services alimentaires peuvent prendre en compte les objectifs du PNNS. Ce dernier souligne que les professionnels de l'agroalimentaires et des filières alimentaires sont des acteurs importants de la politique nutritionnelle.

d) La mise en place d'un système de surveillance de la consommation alimentaire.

Une évaluation du PNNS est prévue à mi-parcours et à la fin du programme en 2006. La mise en place d'un système de surveillance de la consommation alimentaire est nécessaire pour apprécier si les objectifs fixés par ce programme sont atteints ou s'il convient de réorienter certaines actions.

e) La recherche en nutrition humaine.

Le PNNS a prévu la mise en place du Réseau alimentaire référence Europe (RARE) qui devrait permettre le développement d'actions de recherche associant recherche publique et recherche privée. Un volet est orienté vers l'étude des comportements alimentaires et la prévention des grandes pathologies.

Le Programme national nutrition santé a permis à la fois une prise de conscience de la nécessité d'une éducation à l'alimentation et une identification des différents acteurs susceptibles de concourir à cette éducation. Il sera indispensable de vérifier que les mesures recommandées ont été mises en œuvre. Le PNNS n'aura de résultats que s'il est soutenu par une volonté politique forte.

4. L'éducation au goût et au plaisir

Parmi les évolutions les plus significatives des attentes et des motivations des consommateurs, l'intérêt pour le goût des aliments et la variété des saveurs est l'une des plus marquantes. Dans le monde agroalimentaire, la mode est aux produits gourmands et, plus généralement, à la diversification de l'offre de goûts.

On voit ainsi se multiplier les offres. Par exemple, sur les rayons ultra-frais, le marché des yaourts se segmente de plus en plus, en privilégiant encore et toujours plus de goût. Les industriels de l'alimentaire ne sont pas les seuls à exploiter cette tendance et à en faire bénéficier les consommateurs. Ainsi le secteur des fruits et légumes fonde aujourd'hui sa dynamique sur la multiplication des variétés. Par exemple, la fraise gariguette a pris le pas sur les fraises d'importation traditionnelles. De nombreuses variétés nouvelles de pommes font oublier le temps où la golden triomphait solitairement. C'est toute une chaîne, du producteur au distributeur, qui s'implique pour suivre, voire précéder, les consommateurs dans leur quête de produits frais et savoureux.

Les fabricants d'électroménager ont eux aussi bien compris ces évolutions en mettant sur le marché de nouveaux appareils de cuisson légère à la vapeur qui préservent à la fois les arômes et les nutriments les plus fragiles.

Le Conseil national de l'alimentation, dans son avis n° 24 du 1^{er} avril 1999, estimait que les actions d'éducation alimentaires doivent avoir pour objectif d'étayer des notions fondamentales telles que la pertinence de choix alimentaires variés, l'utilité nutritionnelle des grandes familles d'aliments, les risques attachés à une alimentation déséquilibrée. Le CNA considère que ces notions sont d'autant mieux assimilées que **l'enseignement est ludique et bien illustré** et

qu'il vient s'appuyer sur un travail préalable d'éveil sensoriel et **d'éducation au goût**. Le CNA rappelle que les actions éducatives ne doivent pas négliger les aspects hédoniques de l'alimentation et qu'elles doivent mettre en valeur le **plaisir de la table**, l'aspect convivial et social du moment du repas. L'apprentissage au goût paraît être une action à la fois agréable et indispensable.

4.1. Déguster, c'est se représenter les goûts

Le goût du café que nous consommons chaque matin ou celui du foie gras dégusté aux fêtes est inscrit dans notre tête, sous la forme d'une image sensorielle. *En effet, un aliment n'a du goût qu'à partir du moment où il entre en contact avec le mangeur* : le goût est bien une sensation subjective élaborée par l'individu, une représentation mentale des stimulations que nous transmettent nos sens. Lorsque nous mangeons, nous transformons les propriétés physiques et chimiques du contenu de notre assiette en un ensemble d'activations cérébrales qui aboutissent à une représentation. Utiliser ses sens, c'est être plus réceptif à la qualité des aliments, au travail des cuisiniers et des professionnels qui prennent soin de développer telle ou telle caractéristique sensorielle dans leurs produits. Le dégustateur attentif se met à l'écoute de la richesse des recettes de cuisine qui s'offrent à lui.

4.2. Apprendre à goûter, pour le plaisir

Au prix d'efforts bien agréables, l'éducation au goût permet de découvrir au quotidien toute la richesse et la variété des perceptions sensorielles générées par la dégustation : le monde des odeurs, des saveurs, des arômes et des textures se révèle petit à petit. On perçoit une foule d'informations sur l'aliment et on réalise à quel point nos sens sont performants. C'est ainsi que l'on peut entendre, lors des classes du goût qui existent à l'heure actuelle en trop petit nombre, *que « quand on déguste un sorbet à la framboise qui a fondu, on sent des arômes de framboise plus forts et un goût plus sucré et moins acide que quand il est très froid »*. On est aussi étonné de constater à quel point les sens coopèrent entre eux : *« d'après sa couleur, je pensais que c'était un sirop de citron, mais en le goûtant, je pense plutôt qu'il est à l'ananas ! »*, témoigne un enfant qui réalise l'importance des attentes créées par la vue. Toutes ces perceptions sensorielles s'inscrivent dans notre mémoire, associées à des souvenirs heureux ou malheureux. Lors de dégustations ultérieures, les aliments dont nous avons mémorisé le goût nous font revivre des « tranches de vie », des émotions, et nous permettront de retrouver un certain plaisir. En apprenant à goûter aujourd'hui, nous cultivons petit à petit la valeur évocatrice des aliments, pour que demain, chaque nouvelle dégustation soit plus intéressante et plus riche.

4.3. Les différences de points de vue entre goûteurs

Dès lors que l'on s'intéresse aux dégustateurs, on ne peut manquer de remarquer les différences de ressenti entre les individus et ni de s'interroger sur l'origine de ces différences.

Différences innées...

Il nous est impossible d'imaginer les goûts que perçoit notre voisin de table qui consomme pourtant exactement le même aliment que nous. En effet, on sait depuis plusieurs années qu'il existe des différences qualitatives et quantitatives importantes entre les perceptions des dégustateurs. Ces différences de sensibilité sont innées et irréductibles. Chaque individu reçoit à sa naissance un équipement en récepteurs olfactifs et gustatifs qui lui est propre : c'est avec cet équipement sensoriel, déterminé génétiquement, que chacun d'entre nous capte les odeurs et les goûts. C'est ainsi que 10 % d'entre nous ne sont pas « équipés » pour percevoir toute la complexité de l'odeur de la truffe, que 20 % d'entre nous sont peu sensibles au goût du glutamate de sodium, substance utilisée comme renforçateur de goût dans de nombreuses préparations alimentaires... etc. **Ce caractère intime de la perception des odeurs et des goûts justifie bien cette formule un peu laconique : « le goût ne se raconte pas, il se goûte ! ».**

... et différences acquises

Aux différences de perceptions innées s'ajoutent des différences d'appréciation acquises. Ainsi, des dégustateurs réunis autour d'une même table apprécieront diversement un même aliment. Ces goûts et dégoûts dépendent entièrement des expériences développées vis-à-vis des aliments : à chaque dégustation, le goût de l'aliment est intimement associé aux informations présentes au moment de la dégustation. Si cette « tranche de vie » est agréable, nous attribuons à l'aliment une valeur hédonique positive : nous le trouvons bon. Si, par la suite, ce même aliment se représente à nous, nous en aurons un préjugé favorable, préjugé qui sera confirmé ou infirmé selon le contexte de cette nouvelle dégustation. Ainsi va-t-on apprendre à aimer des aliments associés à des contextes agréables (convivialité de la dégustation, circonstances sociales et affectives positives, connaissances et informations sur l'aliment...etc.).

Ces mécanismes associatifs très puissants modèlent nos préférences dès notre naissance. Ils expliquent par exemple que l'on en vienne à apprécier des aliments amers, initialement aversifs.

Le plus étonnant est que les vraies raisons de nos préférences alimentaires nous échappent souvent : les mécanismes associatifs que nous venons de décrire sont totalement inconscients. Nous pensons aimer tel dessert pour ses arômes ou son caractère moelleux, crémeux, alors que nous l'aimons en réalité parce que notre grand-mère avait la gentillesse de le préparer à notre attention quand nous étions enfant. Puisque l'environnement de la dégustation influence tant les goûts et dégoûts alimentaires, les adultes portent une vraie

responsabilité dans l'établissement du répertoire alimentaire des enfants. A eux de créer un contexte de consommation agréable et rassurant, d'encourager l'esprit de découverte de l'enfant, de le gratifier quand il goûte un aliment nouveau, en un mot, d'éveiller plutôt que de forcer.

4.4. L'éducation au goût nous apprend à respecter ces différences

Les classes du goût en milieu scolaire révèlent toute l'étendue des différences entre dégustateurs. Chaque enfant apprend à se situer par rapport aux autres : qui préfère le beurre doux au beurre salé ? qui aime les plats épicés ? pourquoi préfère-t-on le Roquefort à l'Emmental ? Les enfants prennent conscience des différences d'appréciation liées au vécu et à la culture alimentaire de chacun. Ils découvrent aussi l'ampleur des différences de perception : un tel, sensible à l'amertume, grimace en goûtant du pamplemousse, alors que tel autre ne perçoit pas de goût amer... Cette découverte des différences est une vraie leçon de civisme : dans le domaine du goût, il n'y a pas de bonnes ou de mauvaises réponses. Par conséquent, on apprend à défendre son point de vue, à écouter et respecter le point de vue des autres. La convivialité des échanges aidant, on se laisse éventuellement convaincre de goûter ce que l'on rejetait initialement ! Facteur d'insertion pour les uns, facteur de découverte pour les autres, facteur d'enrichissement dans tous les cas, l'éducation au goût réveille chez les enfants le plaisir de goûter, de manger et de cuisiner.

4.5. Le goût s'apprend à tout âge, mais cet apprentissage est particulièrement important chez l'enfant

L'enfant a besoin d'être guidé pour diversifier son alimentation. En effet, les jeunes enfants acceptent spontanément un petit cercle d'aliments : des aliments sucrés (fruits, glaces, confiseries...), certains aliments salés et simples (frites, pâtes, riz, pizza), certaines viandes (bifteck et poulet) et d'autres aliments en général nourrissants et au goût peu marqué ; mais il est plus difficile de les faire consommer des aliments comme les légumes verts, des aliments forts en goût ou des aliments nouveaux. Ces goûts et dégoûts semblent d'ailleurs être communs à des enfants de différentes cultures. Or, une alimentation diversifiée est importante pour favoriser le développement harmonieux de l'individu (et les choix alimentaires effectués durant l'enfance conditionnent durablement la vie d'adulte !). L'éveil sensoriel apprend justement aux enfants à aimer des aliments variés.

Une clé de cette éducation au goût est d'offrir à l'enfant la possibilité de se familiariser avec des aliments peu connus et de se les approprier. En effet, comme nous l'avons vu précédemment, les sociologues ont bien compris que *les enfants refusent de goûter un certain nombre d'aliments par crainte de la nouveauté* : manger n'est pas un acte si simple et banal qu'il y paraît ; c'est un acte intime, puisque l'aliment avalé devient une partie de l'organisme, une part de soi. Goûter des aliments nécessite de vaincre une certaine crainte initiale concernant les risques de cette ingestion et de trouver une motivation qui dépasse

la peur de goûter (en particulier la gratification des parents ou d'un adulte valorisé). *Les adultes ont ainsi un rôle clé dans l'éducation au goût* : il leur revient d'éveiller l'enfant plutôt que de le forcer à manger. Il faut laisser le temps aux enfants de « faire connaissance » avec des aliments nouveaux avant de les mettre en bouche : quel est l'aspect, la couleur, la forme, l'odeur, la consistance de cet aliment ? Quels aliments ou souvenirs ces caractères rappellent-ils à chacun ? Les analogies que l'enfant établit avec d'autres aliments connus lui permettent de commencer à s'approprier l'aliment. Vu l'importance de cette prise de contact avec l'aliment, il n'est pas étonnant de voir les élèves des classes du goût se régaler d'endives, préparées par leurs soins (avec une certaine excitation et un vif plaisir !).

L'acceptation des aliments nouveaux peut prendre plus ou moins de temps, selon les enfants (leur âge, leur sexe, leur personnalité), la nature des aliments (les aliments d'origine animale font l'objet de rejets plus marqués), le degré de nouveauté de l'aliment, le contexte de consommation... Mais il est très souvent possible d'amener l'enfant à apprécier davantage un aliment nouveau en le lui faisant consommer de façon répétée (toujours dans un contexte agréable) : au fil des consommations, l'enfant constate que l'aliment n'est pas « mauvais » pour lui ; il attribue une signification à cet aliment et le juge plus favorablement (durant cette familiarisation, l'ingestion du produit est nécessaire pour faire évoluer les préférences car les effets postingestifs rentrent en compte dans la formation des goûts). Le résultat de la familiarisation est que *l'aliment change de statut : d'inconnu et potentiellement dangereux, il devient connu et inoffensif, voire bénéfique pour le mangeur*.

4.6. Apprendre avec « ceux qui savent »

Pour les omnivores que nous sommes, manger implique de choisir ses aliments : notre statut d'omnivore nous oblige à adopter une alimentation variée, puisque notre organisme ne sait pas synthétiser tous les éléments dont il a besoin à partir d'un aliment unique. Cette donnée biologique, c'est-à-dire notre condition d'omnivore, est relativement peu contraignante : le biologique nous laisse un large espace de liberté. De nombreuses « solutions » permettent de répondre aux besoins quantitatifs et qualitatifs de l'organisme, de sorte que la question des choix alimentaires se pose au mangeur de façon récurrente. Ces choix alimentaires peuvent être délicats et lourds de conséquences pour l'individu (en particulier quand on s'aventure à goûter un produit nouveau). En cela, le groupe a un rôle de guide pour l'individu : il lui transmet son expérience et un ensemble de pratiques sociales et culturelles. L'individu n'est pas laissé seul face à ses choix alimentaires ; les acquis socioculturels régulent son comportement et lui évitent de prendre des décisions difficiles (et de commettre d'éventuelles erreurs).

C'est ainsi que le groupe et la culture nous apprennent à ne consommer qu'un nombre restreint d'aliments parmi tous ceux que notre organisme serait capable d'absorber et de digérer. En France, nous ne consommons, par exemple, pas d'insectes et nous ne considérons comme comestibles qu'un petit nombre d'espèces animales (nous évitons de manger du chien, du chat, du rat... ainsi que certaines parties d'animaux, telles que les yeux). Cette limitation du répertoire alimentaire a pour origine des critères culturels ou religieux et non biologiques. Elle existe dans toutes les sociétés, chaque société considérant tel ou tel produit comme « bon à manger ». Le rôle du groupe ne se borne pas à désigner les aliments bons à manger. La culture comporte aussi un ensemble de règles et de recommandations indiquant comment préparer les aliments, comment les associer et les consommer : nous ne mangeons pas seulement des aliments, mais des combinaisons d'aliments, qui deviennent des plats, eux-mêmes associés en repas organisés. La cuisine constitue ainsi un code d'identité et de reconnaissance extrêmement fort pour le groupe. **Sachant cela, les cuisines étrangères qui arrivent aujourd'hui sur nos tables devraient être considérées comme un complément culturel et non comme une perte d'identité...**

Avec l'éducation au goût, Jacques Puisais, Président de l'Institut du goût, note que l'acte de manger acquerra progressivement de nouvelles dimensions, une nouvelle plénitude, à la façon d'une pièce de théâtre qui se joue de mieux en mieux au fil des répétitions. D'abord *la présentation*, le prologue, avec ses notes visuelles et olfactives qui nous font venir l'eau à la bouche ; ensuite *la mise en bouche*, avec cette explosion de tous nos sens, peut-être un peu désordonnée mais tellement riche de culture et de symboles, qui souvent nous ravit et parfois nous déçoit, moment de vérité ; enfin *la déglutition* qui marque notre acceptation irrévocable de transformer en partie de nous-mêmes ce qui n'était encore, l'instant d'avant, qu'une infime partie du monde extérieur, acte magique, presque sacré. Prenons encore le temps « d'écouter » notre plaisir et d'applaudir la science culinaire qui aura peut-être su prolonger les stimulations longtemps encore après la chute du rideau.

Tout ceci devrait nous amener à consacrer un peu d'attention et de rigueur à nos prises alimentaires . Chaque repas devrait avoir un sens : à nous de ne pas le bâcler. Le prix d'un tel effort est bien faible au regard des plaisirs qu'il nous donne à vivre. Goûter pour mieux manger et boire exerce également le sens de la mesure. On se prépare à goûter, à retrouver, à découvrir. Sans mesure, le goût des choses se dérobe. Ainsi, nous saurons par expérience que l'on peut aller bien au-delà du plaisir physiologique de manger à sa faim en y ajoutant celui du « *connais-toi toi-même* » dans notre rapport au comestible. De plus, et c'est loin d'être négligeable, nous deviendrons moins facilement accessibles aux allégations infondées d'une certaine publicité. Une autre joie consiste à partager avec les autres les émotions ressenties, dans un esprit de convivialité ! Que seraient les plaisirs de la table sans cette possibilité de communiquer par les mots qui disent sur-le-champ le plaisir authentiquement vécu ?

On dit que tout se termine à table en France, c'est bien que le repas est synonyme de convivialité et qu'il demeure un élément clé, voire une valeur refuge, de la culture française.

Comment fonctionne le goût ?

L'action de manger fait fonctionner le circuit gustatif, qui part de la langue, dont la surface est recouverte de 3.000 à 4.000 papilles de tailles différentes. Les plus petites possèdent des cellules tapissées de récepteurs de goûts où viennent se coller les molécules du goût. Les papilles de la pointe de la langue seraient sensibles au sucré et au salé, celles des côtés à l'acide et celles de l'arrière à lamer. Des nerfs partent de la papille et transportent la sensation gustative aux neurones, qui reconnaissent le goût et réagissent en délivrant à leur tour une information. C'est ce qui permet de dire « *c'est sucré* » lorsque l'on mange un bonbon.

source : Institut national de la consommation

5. Une situation particulière à prendre en compte : les personnes en situation de précarité¹

5.1. La consommation des populations à bas revenus et la place de l'alimentation, les arbitrages par rapport aux autres postes budgétaires

La question de l'alimentation reste aujourd'hui centrale pour les populations en situation de pauvreté ou d'exclusion (aux environs de 5 millions de personnes). La part du budget alimentaire dans les dépenses des ménages diminue quand le revenu augmente : c'est la conséquence de la fameuse loi d'Engel des économistes qui nous rappelle que les dépenses indispensables sont proportionnellement plus importantes dans les ménages à faibles revenus que les dépenses qui le sont moins (vacances, dépenses culturelles, transports sur longue distance, etc.). Les dépenses alimentaires sont donc un poste économique majeur des populations à bas revenus.

Selon l'INSEE, le montant des dépenses consacrées à l'alimentation était en moyenne en 1995, en France, de 39 F par jour. La part du budget consacrée à l'alimentation dépend beaucoup du revenu : elle varie de 23,5 % pour les ménages disposant de moins de 42 000 F par personne et par an à 13,8 % pour ceux disposant de plus de 130 000 F par an (INSEE, 2000).

Même si l'alimentation figure parmi les principaux postes de dépenses des populations défavorisées, les acteurs de terrain constatent que les dépenses alimentaires passent souvent après les autres (loyer et charges ...). *Le budget alimentaire est donc sous très forte contrainte.*

¹ Ce paragraphe a été rédigé à partir des travaux du Conseil national de l'alimentation (avis n° 34).

Une réexploitation récente par l'INRA d'enquêtes d'achats alimentaires et de consommation individuelle (enquêtes INSEE, Sécodip 1997 et INCA 1999) montre que les populations défavorisées achètent davantage de plats en conserves (cassoulet, choucroute, etc.) et certains aliments de base (sucre, huile et pain) mais achètent moins de fruits et légumes frais ou surgelés, moins de viandes, volailles et poissons, moins de fromages et yaourts.

5.2. Le coût minimal d'une bonne alimentation sur le plan nutritionnel

Les programmes de minimisation du coût de l'alimentation sous contrainte de satisfaction des besoins nutritionnels développés apportent de nombreux enseignements.¹

Le coût minimal de la ration journalière respectant à la fois les besoins nutritionnels et les habitudes alimentaires actuelles se situerait à 30 F par jour et par adulte, soit très nettement au-dessus des dépenses quotidiennes actuelles des populations défavorisées (15 à 20 F par jour selon la revue *Alimentation et Précarité* de juillet 2000, 22 F par jour et par personne selon l'enquête Budget des familles INSEE 1995 pour les foyers de revenus inférieurs à 42.000 F par personne et par an).

La recherche systématique de l'équilibre nutritionnel à coût minimal conduirait à privilégier des repas de type « ration de survie » ou des aliments très denses nutritionnellement et peu chers tels que le foie de volaille ou le foie de boeuf) ou les lentilles qui ne peuvent pas être consommés tous les jours. Ce modèle apparaît donc impraticable. Si l'on cherche à ne pas trop s'éloigner des modèles courants de l'alimentation en France, sans se soucier de l'équilibre nutritionnel, la contrainte économique conduit principalement à délaisser les fruits et les légumes et à privilégier les produits céréaliers et les produits gras et sucrés. Ceci suggère que les choix alimentaires des personnes pauvres sont fortement déterminés par leurs contraintes budgétaires.

5.3. Les pratiques alimentaires: modes d'approvisionnement, recours aux produits transformés, préparation des repas

Globalement, c'est la recherche du meilleur prix qui répond à la forte contrainte de revenu. Les courses principales des populations défavorisées se font principalement à l'hypermarché et en maxi discount.

Deux stratégies peuvent contribuer à minimiser les coûts selon la situation familiale.

Certaines familles, souvent nombreuses et ayant conservé une culture culinaire, achètent des aliments non transformés tels que les légumes, les pommes de terre, les viandes et préparent elles-mêmes les repas. C'est le cas des familles immigrées de première génération, notamment dans le cas où un adulte

¹ Etude de Mme N. Darmon citée dans l'avis n° 34 du Conseil national de l'alimentation

du foyer dispose de suffisamment de temps à consacrer à la préparation des repas.

Cette stratégie apparaît cependant peu fréquente chez les personnes seules ou les jeunes qui n'ont pas cette culture culinaire. En effet, dans le cas d'une personne vivant seule, il n'est pas évident que le coût de la transformation domestique de produits frais soit inférieur au coût des produits transformés. Par exemple, les conserves de légumes peuvent être parfois une alternative économique à la consommation de légumes frais. Les nutritionnistes soulignent par ailleurs l'intérêt de ces produits. Les travailleurs pauvres et les familles monoparentales n'ont pas forcément le temps nécessaire à préparer longuement des plats en utilisant des produits frais.

Par ailleurs, les intervenants associatifs qui tentent de développer des ateliers cuisine pour favoriser l'insertion sociale soulignent les difficultés de certains consommateurs défavorisés pour préparer des plats simples. La préparation des repas peut donc jouer un rôle d'aide à l'insertion en redonnant à certains exclus confiance en eux.

Enfin, les rythmes alimentaires apparaissent souvent mal structurés chez les personnes défavorisées vivant seules. Les repas sont plus souvent sautés ou composés d'un plat unique.

En dehors des conséquences nutritionnelles, le respect des rythmes alimentaires apporte des repères temporels utiles pour l'organisation des activités de la journée.

5.4. La situation nutritionnelle : apports, satisfaction des besoins, risques de déficiences

Au cours des années 90, plusieurs études nutritionnelles ont été menées auprès des populations défavorisées. En particulier, la Direction générale de l'alimentation du ministère de l'agriculture a soutenu plusieurs études dans ce domaine à travers les programmes de recherche « *Aliment Demain* » et « *Aliment Qualité Sécurité* ».

a) Des déséquilibres alimentaires et des insuffisances d'apports en micronutriments.

Les études en France mettent en évidence une faible consommation de produits frais et notamment de fruits et légumes et une consommation importante de produits gras et sucrés. Des risques de déficience en vitamines et minéraux apparaissent également.

Une étude très récente de l'Association « *ReVivre* » et du Centre Foch auprès de 331 adultes fréquentant les centres de distribution alimentaires montre « *qu'un pourcentage non négligeable présente des risques de carences d'apport en protéines, en calcium, en fer et en acide folique* ».

La prévalence de la carence en fer chez les enfants d'un an a fait récemment l'objet d'une étude européenne. Celle-ci montre, d'une part, que la prévalence de l'anémie chez l'enfant est d'autant plus élevée que le statut socio-économique de la famille est faible et, d'autre part, que le seul facteur alimentaire exerçant un impact significatif sur le statut en fer de l'enfant est le type de lait consommé, l'introduction précoce du lait de vache favorisant la survenue d'anémies. Le prix de vente élevé des préparations pour nourrissons et des préparations de suite joue sans doute un rôle important.

Une synthèse de la situation nutritionnelle des populations défavorisées a été faite récemment dans le cadre du rapport du Haut Comité de la Santé Publique (HCSP) préparatoire au Programme National Nutrition Santé. Le manque de variété des repas et les sauts de repas selon les fluctuations des ressources sont aussi soulignés.

En matière d'indicateurs de santé, les études signalent la plus forte prévalence de l'obésité, notamment chez les enfants et les femmes adultes de faible niveau socio-économique. On peut faire l'hypothèse d'un lien entre cet indicateur du statut nutritionnel et les déséquilibres des apports alimentaires. L'obésité est d'autant plus préoccupante chez les enfants qu'elle peut avoir des effets sur l'état de santé à l'âge adulte. De façon plus générale, un rapport récent de l'INSERM sur les inégalités sociales de santé met en évidence la surmortalité ou la surmortalité des populations modestes ou défavorisées dans de nombreux domaines pouvant avoir un lien avec l'alimentation: maladies cardiovasculaires, cancers.

b) La restauration scolaire, outil d'amélioration

La fréquentation des écoles et collèges étant obligatoire, la restauration scolaire peut être un outil essentiel pour améliorer les apports nutritionnels des enfants issus de milieux défavorisés. La fréquentation relativement faible de la cantine scolaire par les enfants de milieux modestes, souvent constatée, peut donc être préjudiciable à l'équilibre alimentaire. Il conviendrait de mieux connaître l'évolution de cette fréquentation et de ses motivations pour ces enfants.

5.5. Les attitudes et comportements par rapport aux risques alimentaires

Les risques alimentaires tels que l'obésité, les risques cardiovasculaires et les carences en vitamines et minéraux ne semblent pas être perçus par les populations précaires. Cette situation est préoccupante dans la mesure où ces populations sont souvent davantage touchées par ces risques nutritionnels.

Ce faible intérêt porté aux risques nutritionnels implique une plus grande difficulté à mettre en place des actions de prévention.

5.6. Les actions des différents intervenants pour améliorer la situation nutritionnelle des populations défavorisées

a) Le secteur associatif

La prise en compte des besoins des populations défavorisées dans le domaine alimentaire se fait principalement par les associations qui collectent, centralisent et distribuent des aliments à ces populations.

Un acteur spécialisé joue un rôle clé dans le système actuel: la Fédération française des banques alimentaires (FFBA). La fédération regroupe les banques alimentaires départementales et régionales. Ce sont les acteurs majeurs de la collecte des aliments et de leur fourniture aux associations distributrices : Secours populaire, Secours catholique, Emmaüs, épiceries sociales et associations préparant et distribuant des repas aux SDF (associations généralistes ou spécialisées). En 2000, les banques alimentaires ont collecté 55 919 tonnes d'aliments (29 300 tonnes en 1993). Elles les ont redistribués à 4 000 associations et 800 000 bénéficiaires. Les Restos du cœur et le Secours Populaire bénéficient de leur propre logistique et mode de collecte.

Les aliments sont mis à disposition des bénéficiaires selon des modalités très diverses : colis, repas offert dans des centres d'accueil, restaurant social, repas partagé avec des bénévoles, épicerie sociale.

Dans ce dernier cas, les bénéficiaires choisissent les produits valorisés en fonction d'un crédit accordé. Ce sont les travailleurs sociaux qui orientent les bénéficiaires vers l'épicerie sociale selon l'évaluation de leurs besoins. L'une des priorités de l'épicerie sociale est de dépasser la fonction d'assistance pour aller vers l'insertion. De nombreux ateliers sont mis en œuvre : cuisine, gestion du budget ... ce qui contribue à une éducation alimentaire de ces personnes.

Dans le cadre des associations servies par l'association ReVivre, il y a un conseil nutritionnel, en particulier dans les épiceries sociales. Une formation nutritionnelle est de plus en plus demandée par les associations qui distribuent les aliments récoltés par les banques alimentaires.

L'alimentation est de plus en plus considérée comme un outil d'insertion par les associations. Lire les prix, choisir les aliments, faire la cuisine voire gérer un jardin familial sont des actions essentielles de l'insertion sociale complémentaires d'autres actions (lutte contre l'illettrisme, etc.). La dimension conviviale de l'alimentation est indispensable au bien-être et à la communication au sein des familles comme avec l'extérieur (amis, voisins, intervenants sociaux). Les rythmes alimentaires apportés par les repas donnent des repères temporels et permettent de se projeter dans l'avenir (jours ordinaires/jours de fin de semaine/jours festifs).

Mais une réorientation des actions des ONG vers davantage d'aide à l'insertion ou **à l'information nutritionnelle nécessite une formation accrue de bénévoles.**

Il convient de rappeler que le PNNS a fixé un objectif spécifique concernant les personnes en situation de précarité notamment pour les risques de déficience en vitamines et minéraux. Pour ce faire, le PNNS prévoit de s'appuyer sur les réseaux associatifs pour former les acteurs en contact avec les populations défavorisées et de favoriser les actions des associations relais distribuant des produits alimentaires ainsi que les initiatives visant à faire de l'alimentation un support de la réinsertion. Il envisage également de concevoir et diffuser des outils d'éducation nutritionnelle spécifiques.

b) L'aide aux familles

Les collectivités locales, notamment les communes et les conseils généraux sont les interlocuteurs majeurs des populations défavorisées en matière d'aide sociale. Dans le domaine alimentaire, les Centres communaux d'action sociale (CCAS) peuvent distribuer des colis alimentaires. Les collectivités locales utilisent également des bons alimentaires ou des formes modernisées de tickets avec abondement public.

Les Techniciens d'intervention sociale et familiale (TISF, anciennement travailleuses familiales) interviennent auprès des familles en difficulté et des personnes âgées isolées en les aidant à faire leurs courses, gérer leurs stocks alimentaires, confectionner leurs repas. Redonner aux exclus un plaisir à partager des repas est une action importante des TISF. Enfin, les services de Protection maternelle et infantile (PMI) gérés par les conseils généraux jouent un rôle en matière de nutrition qui est un axe d'action de ces services mais il est, sans doute, actuellement sous-exploité.

La sécurité des produits alimentaires est assurée de la même façon pour tous les produits, indépendamment de leur prix ou de leur niveau de gamme. Pour les experts, il ne saurait y avoir de clivage social sur cette composante de la qualité. Le problème majeur aujourd'hui pour ces personnes concerne la qualité nutritionnelle de leur alimentation. Les déficiences, voire les carences, sont importantes chez elles. On peut l'imputer à des facteurs économiques ou comportementaux : le coût des produits constitue une entrave lorsque les budgets des ménages sont limités, mais, à budget égal, certains ménages s'en sortent mieux grâce à des comportements d'achat plus efficaces. D'où la question centrale : comment assurer l'accès à l'offre et améliorer les comportements alimentaires ? Ceci passe par des mesures ciblées. Il faudrait insérer un volet d'éducation alimentaire dans le dispositif plus général de la lutte contre l'exclusion. Le programme d'action, lancé en septembre 2003 par le gouvernement, qui vise à assurer une formation en faveur des bénévoles qui distribuent des aliments aux exclus, va dans ce sens.

III - LES ACTEURS DE SA MISE EN OEUVRE

A - LES ACTEURS ESSENTIELS

Les habitudes alimentaires se prennent dès le plus jeune âge dans la famille. L'on apprend à manger un peu comme l'on apprend à marcher. La famille et l'école joueront un rôle essentiel dans l'éducation à l'alimentation.

1. La famille

Le régime alimentaire de la future mère n'est déjà pas sans influence sur le développement de l'enfant à naître. Le suivi médical des femmes enceintes est l'occasion pour le médecin de dispenser des recommandations en matière d'alimentation.

Les guides spécifiques prévus par le PNNS pour les femmes enceintes seront une source d'informations précieuses mais qui, comme tous les autres guides ou livres, ne touchent généralement pas les personnes des milieux les plus défavorisés.

L'information des mères est particulièrement importante afin d'éclairer leur choix en matière d'allaitement ; elle doit être faite bien avant la naissance de l'enfant. Pour la femme qui allaite, des conseils alimentaires sont indispensables car un certain nombre d'aliments doivent être supprimés.

1.1. Dès le plus jeune âge « l'acte alimentaire est un acte social de communication et de découverte »

Comment apprend-on à manger ? Il existe un déterminisme biologique qui fait que l'homme est condamné à manger pour entretenir son métabolisme. Manger est un besoin physiologique.

Pendant la période de la petite enfance, les parents et plus encore les mères bénéficient, pour la plupart, de conseils pour apporter une alimentation adaptée aux besoins de leur enfant. Les services de protection maternelle et infantile, les pédiatres apportent conseils et recommandations lors des visites médicales obligatoires prévues pour le suivi de l'enfant. L'alimentation du nourrisson et du tout jeune enfant fait l'objet d'un échange entre les parents et les professionnels de santé.

De nombreux livres complètent ces informations et fournissent des conseils pratiques aux mères qui ne savent pas toujours. « *Donner à manger à un enfant, c'est continuer à lui assurer la vie* » (Matty Chiva), c'est donc ressenti comme une lourde responsabilité. Que faire pour bien faire ?

Comme pour l'alimentation des adultes, la préparation des repas du jeune enfant a été simplifiée et largement facilitée par l'utilisation de petits pots et aliments tout préparés qui font l'objet d'une réglementation spécifique rigoureuse.

Lorsque l'enfant est accueilli en crèche ou chez une assistante maternelle, des relations étroites s'établissent généralement avec la famille afin qu'il y ait une complémentarité avec les repas servis au domicile et, au-delà, échanges sur le développement de l'enfant, son épanouissement ou sur les éventuels soucis le concernant.

1.2. La famille, lieu d'observation et d'éducation

Très tôt l'enfant va devoir apprendre à manger, avec une petite cuillère, des aliments de plus en plus diversifiés, selon une certaine régularité horaire. Il découvrira des goûts nouveaux, des aliments dont les consistances sont différentes et leur saisonnalité. Il préférera certains aliments à d'autres.

Cette nourriture choisie avec soin, préparée avec amour, va permettre à l'enfant de grandir. Le repas est un moment d'attention particulière portée à l'enfant par sa mère, son père ou la nourrice qui en a la charge.

Les comportements, les habitudes alimentaires ne sont pas les mêmes selon les milieux sociaux, les régions, l'origine des parents, leurs croyances religieuses. L'enfant va apprendre en observant les adultes et les autres enfants autour de lui et d'abord ceux de sa famille.

L'éducation à l'alimentation est différente selon que le repas rassemble ou non autour d'une même table tous les membres de la famille ou que chacun prépare son propre plat au moment qui lui convient et le consomme devant la télévision et dans ce cas, où est l'éducation ?

Le terme d'éducation suppose des normes et sous-tend l'idée que certaines façons de s'alimenter sont meilleures que d'autres, le mieux n'étant pas obligatoirement le même d'une famille à l'autre. Manger des sandwichs ou des plats préparés réchauffés au micro-ondes est inconcevable pour certains, passer plusieurs heures à mitonner un bœuf miroton, ou même faire cuire un steak, est du temps gaspillé pour d'autres.

L'éducation à l'alimentation inclut une éducation nutritionnelle. C'est, ou cela devrait être, d'abord dans la famille, que l'enfant apprend à manger de façon équilibrée et variée.

Mais qu'entend-t-on par manger équilibré ? Faut-il prendre une calculette et additionner les valeurs énergétiques, ou les apports en protides, glucides et lipides, figurant sur les étiquettes ou plus simplement, et tout aussi sûrement, **manger un peu de tout, selon des principes transmis par la famille ou appris à l'école ?**

C'est aussi la famille qui inculque des principes d'hygiène (se laver les mains, nettoyer les ustensiles de cuisine et le réfrigérateur, ...), des règles de savoir-vivre, notamment à table, qui ne doivent pas se transformer, comme cela a pu être le cas, autrefois, en de véritables carcans transformant les repas de famille en corvée pour les enfants. Le repas est un moment privilégié pour se retrouver ensemble, moment de convivialité pour parler, communiquer, une sorte de temps d'arrêt par rapport aux activités de chacun.

Elle transmet des habitudes d'achat. Dans certaines familles l'on fait toutes ses courses au supermarché, dans d'autres l'on y associe le commerce de proximité ou les marchés forains. Et c'est elle qui apprend ou qui devrait apprendre à « bien acheter », à reconnaître la fraîcheur des produits, à lire les étiquettes ou à éviter de se laisser trop souvent tenter par des produits dont une consommation régulière nuit à l'équilibre alimentaire, à prendre de la distance vis-à-vis des messages publicitaires.

La famille conserve un rôle fondamental dans l'éducation à l'alimentation dans une large acception :

- par familiarisation, elle permet insensiblement l'acquisition d'habitudes;
- par une éducation plus volontaire, sans que celle-ci se transforme en une série d'obligations à faire ou ne pas faire, elle fournit certaines règles qui pourront évoluer en fonction des conditions de vie de chacun, des modes alimentaires, des innovations alimentaires.

L'éducation à l'alimentation ne relève pas exclusivement de la famille, une interaction existe entre l'univers familial, l'entourage, les amis, le milieu scolaire, l'environnement général avec la publicité, les médias, la profusion des produits offerts à la consommation.

La famille devrait servir en quelque sorte de filtre de décryptage de tous les messages reçus, parfois contradictoires, qui vont influencer les comportements. Est-elle, elle-même, toujours suffisamment éclairée et est-elle en mesure de jouer ce rôle surtout lorsqu'elle vit dans la précarité ou dans l'exclusion?

1.3. La transmission du savoir-faire culinaire

Elle se fait dans la famille, le plus souvent de mère ou de grand-mère à fille, mais il est à noter que les hommes s'intéressent de plus en plus à la cuisine, pendant les week-ends et les congés, et peuvent devenir d'excellents transmetteurs de savoir-faire.

Les trois quarts des femmes de 25 à 40 ans travaillent contre un peu plus de 40 % à la fin des années soixante, cette transmission du savoir cuisiner, des recettes et traditions culinaires se fait plutôt les dimanches et les jours de fête. « *Faire à manger* » et « *faire la cuisine* » sont devenus deux choses différentes.

Le temps consacré à la préparation des repas diminue, pour la fabrication d'un dîner il est passé de 42 minutes en 1988 à 36 minutes en 2002, l'on consacre davantage de temps à la confection du dîner du samedi, une heure en 1988 et 44 minutes en 2002.

Il y aurait une « perte de savoir-faire culinaire » qui aura des répercussions sur notre modèle alimentaire et sur notre alimentation. Cette perte de savoir-faire varie selon les catégories sociales et est sans doute plus importante dans les grandes agglomérations en raison de conditions de vie qui laissent peu de temps pour cette transmission.

Selon Jean-Pierre Poulain, déjà cité, les mères qui ont entre 50 et 60 ans, ont peu investi la dimension ménagère, et selon Bernard Boutboul, directeur d'un cabinet conseil en stratégie alimentaire « *entre 1985 et 2000, s'est opérée une rupture inédite de la transmission du savoir-faire, les trentenaires n'ont pas hérité de leurs grands-mères des bouts de papier huileux avec le secret du fondant au chocolat maison* ».

Les fiches de recette dans les hebdomadaires, avec la photographie du plat réalisé, qui fait rêver, les émissions de radio et de télévision, les livres de cuisine, n'ont jamais été aussi nombreux, ce qui prouve l'intérêt porté à la cuisine. La SOPEXA a établi un tableau récapitulatif des émissions gastronomiques françaises diffusées sur la radio ou par la télévision (tableau donné en annexe). Elle a dénombré, par ailleurs, plus de 23 magazines consacrés à la gastronomie et plus de 30 journaux contenant des rubriques gastronomiques. Il y aurait un regain d'intérêt pour l'alimentation et la cuisine « *vues comme disciplines artistiques* ».

Cela ne signifie pas pour autant que l'on mette en pratique toutes ces recettes et ces savoir-faire, mais on pourrait le faire un jour ! A la différence des autres tâches ménagères, le caractère créatif de la cuisine et de la pâtisserie devrait être un élément à privilégier dans l'éducation à l'alimentation. L'on n'a pas la même approche de l'alimentation lorsqu'on a préparé un repas.

1.4. Fête et alimentation

Tout événement festif s'accompagne d'un bon repas, à la préparation duquel toute la famille va être associée, pour établir le menu, faire les achats correspondant, faire la cuisine, choisir les vins en fonction des mets, dresser la table. La cuisine devient un art.

Le repas est l'occasion d'une recherche d'un accord harmonieux entre les mets, d'une invitation à associer le beau et le bon, à s'intéresser aux arts de la table ; faïence, porcelaine et cristaux ont fait le renom de plusieurs localités françaises et sont vendus dans le monde entier. Des mets festifs préparés pour ceux que l'on reçoit exigent un certain décorum dont les règles différentes selon les milieux et qui évoluent, seront transmises aux enfants. L'on ne dispose pas le couvert de la même façon en France et en Angleterre. L'on mange ici avec des fourchettes, ailleurs avec des baguettes ou avec les doigts. C'est l'occasion aussi de montrer que la convivialité n'existe pas sans quelques règles de savoir-vivre qui diffèrent selon les lieux, les milieux et les familles.

Jean-Louis Flandrin souligne que, dès le Moyen-Age¹, l'organisation spatiale de la table était conditionnée par la position sociale des invités. Les hôtes de marque occupaient les places au centre et pouvaient ainsi dans le cadre d'un service « à la française », où tous les plats étaient servis simultanément sur la table, atteindre le plus grand nombre de plats et être au centre de la conversation.

La famille contribue à la transmission d'habitudes et de traditions culinaires ancestrales. C'est ainsi que l'on continue à manger plus de choucroute en Alsace que dans le midi où la bouillabaisse est plus présente, ou dans le Sud-ouest où l'on apprécie le cassoulet ou le confit de canard.

Il existe un inventaire du patrimoine culinaire de la France élaboré par le Conseil national des arts culinaires.

La tradition rythme fêtes et saisons, l'on mange une dinde ou un chapon ou encore une poularde de Bresse à Noël, de l'agneau pascal, la galette le jour de la fête des rois, une pièce montée le jour de son mariage.

1.5. Les interdits cultuels²

Ce qui est mangeable et ce qui ne l'est pas varie en fonction de notre culture, de notre religion. Tout modèle alimentaire fait partie d'un patrimoine culturel.

Les interdits cultuels traduisent un besoin d'élévation et de spiritualité, ils traduisent aussi une volonté de se distinguer des autres groupes.

Toutes les religions et notamment les religions monothéistes ont des interdits alimentaires dont la famille est l'une des principales voies de transmission.

a) Le judaïsme

Pour Emeric Deutsch, psychosociologue, les interdits alimentaires que les Hébreux recevront auraient été compris comme un moyen de combattre la cruauté, d'établir une distance entre le consommateur et sa nourriture et de séparer amour et pulsion orale.

Le rite alimentaire juif interdit d'absorber du sang qui est « la force vitale » (Deutéronome). Toutes les viandes ne peuvent être mangées, parmi les animaux sont consommables les mammifères ruminants, les oiseaux, à l'exclusion des rapaces. Les poissons pour être consommables doivent posséder écailles et

¹ « *La promotion de la culture alimentaire française : un enjeu économique et politique pour la France* » - Sopexa - Juillet 2002.

² Cette partie a été rédigée à partir de « *Les interdits alimentaires* » - 10^{ème} entretiens de Belley, organisés par le Conseil national des arts culinaires, 10 et 11 octobre 1996 - Cahiers de l'Observatoire CIDIL de l'harmonie alimentaire :

- « *Le rituel alimentaire juif* » - Emeric Deutsch ;
- « *Alimentation et christianisme* » - Jean-Louis Flandrin ;
- « *L'islam en France* » - Anne-Marie Brisebarre.

nageoires, ce qui les distinguent des mollusques et des amphibiens interdits à la consommation.

L'abattage doit respecter certaines obligations, et est un abattage rituel.

Il existe des produits « cacher » dont les ingrédients et la fabrication répondent aux critères de la religion juive ce qui suppose donc une série de contrôles par des responsables religieux. Il est interdit de mélanger le lacté et le carné. « *Tu ne feras pas cuire le chevreau dans le lait de sa mère* » (Exode et Deutéronome). Cet interdit éviterait toute confusion entre amour et destruction, tendresse et avidité orale.

Les règles alimentaires juives inscrivent le plaisir alimentaire dans des limites. Elles substituent une dépendance, le besoin de nourriture, à une soumission à une loi transcendante.

Elles sont un facteur de cohésion sociale pour les croyants.

b) Le christianisme

Le Nouveau Testament a aboli les interdits hébreuïques.

Selon Jean-Louis Flandrin, pour le christianisme il n'y a pas d'interdits alimentaires. Il faut simplement se méfier des voluptés charnelles et éviter les plaisirs gastronomiques et la gourmandise, qui rappelons-le était considérée comme l'un des sept péchés capitaux au même titre que l'avarice, la colère, l'envie, la luxure, l'orgueil et la paresse. Jeûne et abstinence sont les deux moyens de renoncer à ces plaisirs et de marquer ainsi la victoire de l'esprit sur le corps.

Dans l'épître de Paul à Timothée, il est dit que « *tout ce que Dieu a créé est bon et rien n'est à rejeter si on le prend avec action de grâce. En effet, la parole de Dieu et la prière le sanctifient* ».

C'est au cours de la Basse Antiquité et du Haut Moyen-Age que l'Eglise a réglementé et défini les temps de jeûne (le Carême, l'Avent, les Quatre Temps...) et d'abstinence (vendredi, samedi, et voire le mercredi). Il fallait s'abstenir de vin et de viande, puis ensuite uniquement de viande comme le précise Jean-Louis Flandrin. Il souligne qu'à ces périodes certains chrétiens refusaient de manger de la viande qu'ils considéraient comme impure, mais cette attitude avait été condamnée par les conciles.

Dans la société romaine, les nourritures végétales étaient associées à l'ascétisme et la viande grasse aux banquets, ce qui explique aussi qu'elle ait été interdite en temps de jeûne ou d'abstinence. Flandrin note que le statut de la viande dans la religion chrétienne doit beaucoup à la culture gréco-romaine.

Les protestants ont remis en question ces principes car aux yeux de Dieu, toutes les nourritures sont pures et l'on ne peut acheter la grâce de Dieu par des mortifications.

c) L'Islam

Selon le Coran « *Aujourd'hui les bonnes choses vous sont permises* ». Il existe toutefois des interdits alimentaires.

Pour l'Islam sont interdits de consommer : « *la bête morte, le sang, la viande de porc, ce qui a été égorgé au nom d'autre que Dieu, la victime d'un étranglement d'un choc, d'une chute ...* ». Est interdit le vin et toute boisson enivrante « *tout ce qui enivre est vin et tout vin est interdit* ».

Les animaux doivent être abattus selon un abattage rituel pour que leur chair devienne « *halâl* ». La consommation de viande « *halâl* » est particulièrement importante en France lors de la fête de l'Aïd al-Kabîr qui commémore le sacrifice d'Abraham, ce qui n'est pas sans poser de problèmes en matière d'hygiène et de sécurité alimentaires. Les consommateurs ont, comme pour les produits « *kasher* », besoin d'une assurance sur le respect du rituel d'abattage.

Le jeûne, qui se retrouve dans toutes les religions, est également une des obligations de l'Islam pendant le ramadan.

Ces interdits alimentaires en liaison avec les principales religions qui influent sur les processus de la production et de la distribution, ne sauraient être ignorés au niveau de l'éducation à l'alimentation dans le système scolaire.

Les croyances religieuses peuvent intervenir à des degrés divers dans l'éducation à l'alimentation qui englobe bien d'autres considérations que nutritionnelles.

*
* *

Il ressort donc que la famille joue un rôle fondamental dans la construction des comportements alimentaires et dans l'éducation à l'alimentation. Elle n'a pas toujours, pour cela, les connaissances nécessaires. Elle doit pouvoir disposer des informations qui lui permettront de composer des repas équilibrés et variés et d'être à son tour prescriptive de bonnes habitudes alimentaires.

Le guide alimentaire diffusé dans le cadre du PNNS, les émissions de télévision réalisées par l'Institut national de la consommation, les revues publiées par les associations de consommateurs sont des instruments, avec d'autres, pour une sensibilisation des parents à l'éducation alimentaire et nutritionnelle de leurs enfants. Ces derniers deviennent notamment dans les milieux défavorisés, des prescripteurs pour leur famille à partir des messages qui leur auront été délivrés à l'école.

Ces différents moyens d'information sont peu adaptés aux familles les plus démunies qui cumulent souvent difficultés matérielles et problèmes sociaux divers. Un accompagnement par les services sociaux et les associations est nécessaire : apprendre aux familles à mieux acheter en fonction de leur budget, à

cuisiner des plats simples à partir de leurs traditions culinaires, en les valorisant, pourrait constituer un facteur important d'intégration sociale.

2. L'Education nationale

Lorsqu'un problème se pose, l'on a toujours tendance à se retourner vers l'école pour qu'elle l'aborde et dispense une éducation adaptée pour essayer de le résoudre. Ce fut le cas avec plus ou moins de réussite pour l'éducation à la sexualité, à la prévention routière, pour la prévention de la violence ou l'éducation à la civilité.

Quelle peut-être l'intervention de l'Education nationale en matière d'éducation à l'alimentation ?

L'alimentation relève de la sphère privée et de choix individuels qui sont largement dépendants de déterminants socio-culturels. Les habitudes alimentaires se prennent très tôt, l'école devrait également jouer un rôle important dans l'éducation à l'alimentation au travers des enseignements dispensés, de la restauration scolaire, d'expériences d'éducation nutritionnelle.

Les travaux conduits¹ par le groupe de travail du Programme national nutrition santé sur la place de la nutrition dans les enseignements scolaires, montrent que la nutrition, dans une acception large, est déjà très présente, du primaire au lycée, dans les différentes filières d'enseignement.

2.1. Nutrition et alimentation dans les programmes scolaires

Le groupe de travail s'est intéressé aux programmes des différents cycles d'enseignement, du primaire aux classes terminales des lycées.

a) Dans le primaire

Dès l'école maternelle, le jeune enfant se voit proposer des repères pour « découvrir le monde », le monde du vivant, la découverte du corps, de l'alimentation à travers la régularité des repas, la composition des menus. Au cycle 2, qui commence en grande section de maternelle, il s'agit de faire prendre conscience à l'enfant de son corps, de ses sens, des règles de vie et d'hygiène notamment en matière d'alimentation.

Le groupe de travail relève que dans l'éducation au goût un chapitre est intitulé « *choisir ses propres aliments aux dépens des médias* ».

Au cycle 3, l'alimentation peut se rattacher à plusieurs domaines d'étude. A partir des repas de midi, au restaurant scolaire, un lien peut être établi entre les plats et les nutriments grâce au code européen des couleurs.

¹ Rapport du groupe de travail du Programme national nutrition santé sur « *La place de la nutrition dans les enseignements scolaires* ».

b) Dans le secondaire

- *Au collège.*

Avant l'entrée en 6^{ème}, les élèves reçoivent un livret d'accueil qui consacre une partie à l'hygiène de vie et souligne l'importance du petit déjeuner. Cela permet d'établir un lien avec la famille et de souligner son rôle éducatif.

Au collège, en 6^{ème}, dix heures de cours sont conseillées pour *l'étude « des pratiques au service de l'alimentation humaine »*. L'exemple d'un élevage ou d'une culture ou encore d'une transformation biologique sont proposés comme illustration.

Le groupe de travail prend l'exemple de la fabrication du pain qui permet d'aborder la culture du blé, les différentes transformations de la matière première, la fermentation, l'hygiène dans la chaîne de fabrication, la place du pain dans une alimentation équilibrée, l'évolution de la consommation, le pain comme élément culturel.

En classe de 5^{ème} sont au programme le fonctionnement du corps et la nutrition, l'importance de l'hygiène alimentaire et d'une alimentation régulière, qui influent aussi sur le bon fonctionnement du système cardio-vasculaire, est soulignée. Les mauvaises habitudes alimentaires et leurs conséquences sur la santé peuvent être abordées, cela peut être l'occasion d'engager avec les élèves une réflexion sur ce qu'ils mangent, sur les conséquences du petit déjeuner absent et sur les origines de l'obésité.

Le programme de 4^{ème} a peu de liens avec l'alimentation.

Le programme de 3^{ème} de sciences de la vie et de la terre est centré sur le fonctionnement de l'organisme humain. Un chapitre sur la connaissance des besoins nutritifs permet de définir une alimentation qui évite les excès et les carences. Il est donc possible à partir du programme de faire un examen critique d'un menu, de rechercher les principaux constituants d'un aliment, d'établir une ration alimentaire selon qu'elle est destinée à un enfant, un adolescent ou un sportif. Cela peut être l'occasion d'étendre la réflexion aux facteurs culturels de l'alimentation. Le lien est également fait entre des excès ou des carences alimentaires avec certaines maladies, le diabète, les maladies cardiovasculaires ou avec l'obésité.

Le groupe de travail note qu'une partie du programme a pour thème *« responsabilité humaine et santé »* et que les élèves choisissent rarement la nutrition comme élément s'y rapportant.

- *Au lycée.*

Au lycée, l'approche se situe à niveau plus fondamental, cellulaire et physiologique.

En 1^{ère} est étudié le métabolisme du glucose et le diabète. Dans certaines filières, peut être choisi un thème d'étude sur *« alimentation et environnement »*.

L'alimentation ne se limite pas à des apports nutritionnels nécessaires à la croissance et comme facteur indispensable à une bonne santé, elle recouvre des habitudes alimentaires différentes selon les groupes sociaux, les régions, les pays, les modes de production, la diversité des denrées alimentaires. Elle est l'occasion d'aborder les problèmes de disparité des richesses et de malnutrition. En classe de seconde, en géographie, un chapitre sur « *nourrir les hommes* » traite des systèmes de production.

Les enseignants des sciences du vivant et de la terre sont invités à prévoir des « *interactions avec l'enseignement de géographie et de sciences économiques* ».

- L'enseignement agricole.

En ce qui concerne l'enseignement agricole, dont les programmes des formations générales sont les mêmes que ceux relevant de l'Education nationale, le rapport de l'Inspection de l'enseignement agricole intitulé « *Les conséquences sur les savoirs et les qualifications professionnelles pris en compte dans la loi d'orientation agricole du 5 juillet 1999* », a proposé de « *faire de l'alimentation un élément de culture commune et de développement scientifique et technologique* ». Cela permettrait « *l'appréhension globale de la chaîne alimentaire- l'éducation du consommateur d'aliments, la prise en compte des multiples fonctions de l'aliment* ».

L'on voit bien que l'éducation à l'alimentation suppose une approche transversale qui requiert une concertation et une collaboration entre enseignants des différentes disciplines. A l'école maternelle et dans le primaire, l'unicité de maître facilite l'éducation à l'alimentation à l'occasion d'autres enseignements y compris pendant les cours d'éducation physique. En maternelle, les événements festifs (anniversaire, fête de l'école ...) peuvent également en fournir l'occasion, de même que, pour les élèves du primaire ou du secondaire, la visite d'une ferme ou d'une industrie alimentaire. Ces visites concourent, par ailleurs, au développement d'une vie locale plus harmonieuse s'appuyant sur une meilleure connaissance des apports de tous les acteurs.

Le groupe de travail du PNNS sur la place de la nutrition dans les enseignements scolaires, constitué de représentants des ministères en charge de l'éducation, de la santé, de directeurs d'école et de professeurs, de médecins, de représentants d'associations de parents d'élève, d'associations de consommateurs, note qu'il n'est pas forcément souhaitable d'envisager de faire de la nutrition une discipline globale supplémentaire.

L'on ne peut multiplier les disciplines enseignées pour répondre à tous les problèmes qui se posent à la société. Il apparaît en effet plus judicieux, comme l'a souligné le groupe de travail, de faire porter l'effort sur l'accompagnement des programmes plutôt que sur les programmes eux-mêmes. L'alimentation peut servir d'exemple, pour une approche concrète des connaissances ou des raisonnements scientifiques.

Les enseignants doivent être sensibilisés à l'importance d'une alimentation équilibrée pour prévenir les troubles nutritionnels dont l'obésité est l'une des manifestations préoccupantes et de l'alimentation comme lien social et culturel.

Pour le groupe de travail, quelques améliorations devraient toutefois être apportées aux programmes d'études. **En particulier l'eau, abordée le plus souvent sous l'aspect de l'environnement, devrait l'être également en tant que boisson vitale pour l'organisme dont elle est le constituant de base (entre 60 et 70 % du poids du corps).**

Par ailleurs, le fait que plus de 80 % des produits alimentaires consommés sont issus des industries alimentaires n'apparaît pas dans les programmes. Cette introduction contribuerait à faire prendre conscience de ce qu'est aujourd'hui la chaîne alimentaire, et à faire évoluer la vision qu'a la société de son alimentation et de son agriculture. Les manuels scolaires auront à en tenir compte.

La section de l'agriculture et de l'alimentation fait sienne ces propositions.

2.2. Des outils pédagogiques pour une éducation à l'alimentation :

Dans le cadre des programmes existants, les enseignants qui, à l'exception de ceux ayant suivi des études en biologie, n'ont pas été formés aux questions de nutrition et de l'alimentation, devraient pouvoir disposer d'outils pédagogiques permettant une approche transversale et interactive de ces questions. Les outils pédagogiques devraient faciliter l'appropriation par l'enfant de notions d'éducation à l'alimentation dont il pourra faire profiter sa famille.

L'offre de documents pédagogiques par l'Education nationale est réduite. Diffusés à tous les enseignants concernés, ils peuvent proposer des démarches pédagogiques ou des activités en rapport avec les programmes. D'autres outils pédagogiques sont produits par des structures associatives comme l'Association des professeurs de biologie et de géologie qui a réalisé différents documents : « *équilibrer son alimentation* » (pour l'élève), « *alimentation de l'homme* », et « *nutrition et santé* » (pour l'enseignant).

D'autres outils pédagogiques sont produits par différentes institutions ou associations comme l'Institut national de prévention et d'éducation pour la santé, le Comité régional d'éducation pour la santé, ou par les associations de parents d'élèves et les associations de consommateurs ou par l'industrie agroalimentaire et les interprofessions.

C'est à partir d'une circulaire du 17 décembre 1990 que l'éducation à la consommation a été ouverte aux entreprises dans les écoles.

Les associations de parents d'élèves y sont toujours défavorables.

En 1999, le Conseil national de l'alimentation (CNA) a soutenu l'initiative de l'Institut français de la nutrition (IFN) d'une charte, sorte de guide de bonnes pratiques et de labellisation, pour la réalisation d'outils pédagogiques par les

industriels de l'agroalimentaires afin d'éviter tout abus en matière de communication et de publicité pour certains produits de marques, ce qui répond aux craintes des associations de parents d'élèves.

Cette charte a été élaborée par le groupe de travail « *relations avec l'enseignement* » de l'IFN, constitué d'industriels, d'experts du secteur public, de représentants d'associations de parents d'élèves, de consommateurs, de juristes, et publiée en mai 2000. Le PNNS la cite comme référence possible pour les documents produits par les industriels. L'entreprise qui fait référence à la charte garde la responsabilité de son document notifié à l'IFN qui peut procéder à un contrôle a posteriori et signaler son désaccord. La charte précise notamment les conditions d'élaboration et de validation, et fait obligation de respecter les politiques publiques en vigueur. Il s'agit là d'une démarche éthique volontaire des entreprises. Est également prévue une évaluation de satisfaction auprès des enseignants ayant utilisé ces documents ainsi qu'une évaluation de l'amélioration des connaissances des enfants.

Les enseignants sont aidés dans leur choix d'outils par différents organismes. Le Centre national de documentation pédagogique (CNDP) a constitué un catalogue d'outils consultable sur Internet, relatifs à l'alimentation et au goût.

L'Institut national de la consommation (INC) dispose d'une pédagothèque (cf. infra) et édite un catalogue des outils qui ont été analysés par un comité paritaire d'évaluation composé de trois représentants des professionnels, de trois représentants des organisations de consommateurs et de deux représentants de l'Administration (DGCCRF et Education nationale). Il visionne les documents éducatifs reçus et fait un commentaire critique en terme de qualité technique, d'adéquation au public et de messages « publicitaires » acceptables.

L'on voit donc que l'éducation à l'alimentation dépend beaucoup de l'intérêt plus ou moins grand porté sur ce sujet par les enseignants et les chefs d'établissements scolaires et des moyens dont ils disposent.

2.3. La mobilisation de l'ensemble de la communauté éducative pour une éducation à l'alimentation

L'éducation à l'alimentation peut être faite à l'occasion de l'enseignement des différentes disciplines. **Elle suppose une concertation entre les enseignants, un travail en commun, une approche interdisciplinaire**, une véritable mobilisation de tout le personnel, de direction, enseignant et non enseignant.

Dans le cadre des cours d'éducation physique et sportive, le maître pourra, à l'école primaire, sensibiliser les enfants aux problèmes d'hygiène d'alimentation (régularité et composition des repas ...).

Au collège, les itinéraires de découvertes, les classes de séjour de ski, les classes de mer ou les classes vertes (elles sont proposées en moyenne une fois au cours de la scolarité en primaire et au collège), favorisent cette approche de l'éducation à l'alimentation, lors des repas pris en commun avec les professeurs et les moniteurs.

Les enseignants ne sont pas des spécialistes de l'alimentation, des formations devraient être incluses sur ce thème, dans le cadre de la formation initiale et de la formation continue. Il devrait en être de même pour l'ensemble des personnels de la communauté éducative dans son sens large.

Au sein des établissements scolaires, les documentalistes des centres de documentation et d'information (CDI) peuvent contribuer à favoriser cette éducation de tous à l'alimentation. Les documentalistes devraient être sensibilisés à celle-ci.

2.4. Le rôle des centres de loisirs

Ils apparaissent comme des structures tout à fait adaptées pour compléter ce rôle.

Les centres de loisirs sans hébergement accueillent chaque année 3,5 millions d'enfants et les centres de vacances 1,3 million. Ils sont organisés par des associations, les collectivités territoriales, les comités d'entreprises, les sociétés commerciales et les particuliers.

Les animateurs de ces centres sont titulaires du brevet d'aptitude à la fonction d'animateur (BAFA) et les directeurs du brevet d'aptitude à la fonction de directeur (BAFD). La formation à cette dernière fonction comporte des notions d'équilibre alimentaire et d'économat.

Les séjours en centre de vacances peuvent être l'occasion d'apprendre les notions d'équilibre alimentaire, d'hygiène et de nutrition, de favoriser la consommation de fruits et de légumes, de s'initier à la cuisine ou à la pâtisserie.

De nombreux types d'actions sont cités par le groupe de travail : des centres de vacances « cuisine », la participation des enfants à la réalisation de menus et de repas ; la visite de fermes et d'industries alimentaires comme des fromageries ou des boulangeries.

Une instruction relative à la restauration en camping a été publiée en juillet 2002.

2.5. La restauration scolaire

Elle doit servir des repas structurés et équilibrés qui soient appréciés par les enfants et les adolescents et être un acteur de l'éducation à l'alimentation. La qualité des repas pris au restaurant scolaire doit s'apprécier tant au niveau du plaisir que de l'équilibre nutritionnel.

Une alimentation équilibrée est la condition d'un bon développement physique et mental des élèves. C'est ce que souligne la circulaire de 2001, co-signée par huit ministres, et relative à la composition des repas servis en restauration scolaire et à la sécurité des aliments servis.

Six millions d'enfants et d'adolescents, un élève sur deux, parmi les 12 millions d'écoliers, de collégiens et de lycéens fréquentent le restaurant scolaire. Le nombre moyen de repas pris à l'école s'élève à 140 par an, c'est dire l'importance que peut jouer la restauration scolaire tant sur le plan nutritionnel qu'éducatif.

En 1998, 991 millions de repas ont été servis dans 22 700 restaurants qui desservent 39 150 établissements scolaires. La part des sociétés de restauration collective y était de 29 %.

a) L'offre de restauration

La restauration scolaire relève des communes pour les écoles maternelles et le primaire. Dans les collèges et lycées les cuisines sont le plus souvent gérées par les services de l'Education nationale, le Conseil général ayant la charge des locaux et du matériel pour les collèges, le Conseil régional pour les lycées. Dans les établissements privés, le directeur gère l'ensemble du dispositif de restauration.

La restauration scolaire peut être gérée directement en régie ou concédée à des sociétés privées. Des cahiers des charges définissent les relations entre les parties ; dans le cadre de la gestion déléguée la société de restauration est responsable des repas préparés.

b) La fréquentation de la restauration scolaire

Selon un rapport de l'AFSSA, des données fiables relatives à cette fréquentation manquent. Aucune enquête scientifique relative à la nutrition des enfants en milieu scolaire n'a été réalisée à l'échelle nationale.

Des enquêtes au niveau des départements et des études du ministère de l'Education nationale, montrent une stabilisation de la fréquentation qui a suivi une diminution dans la première partie des années 90. Après une certaine désaffection des restaurants scolaires, on assiste à une certaine hausse de fréquentation, y compris dans les zones « sensibles ». Une enquête pour l'année 1998-99 note un taux de fréquentation moyen de 56,7 % dans les collèges publics, de 58,8 % dans les collèges privés.

La fréquentation des restaurants scolaires est fonction du taux d'urbanisation de la commune, de la situation socioprofessionnelle des parents, de la nationalité, de l'importance de la fratrie et de l'âge de l'élève.

Les enfants d'agriculteurs sont ceux qui fréquentent le plus la restauration scolaire, du fait de la grande distance qui sépare l'école du domicile (taux de fréquentation moyen de 88,6 %), suivi par les enfants des cadres (69,6 %). Les enfants d'ouvriers et d'inactifs ont le plus faible taux de fréquentation avec 47,9 % et 43,7 %.

Selon les résultats de l'enquête INCA, réalisée en 1998-99 par le CREDOC pour l'Observatoire des consommations alimentaires, organisme rattaché à l'AFSSA, le revenu mensuel était la variable socio-démographique la plus associée à la fréquentation des restaurants scolaires. Cette relation peut aussi être due au fait que les deux parents exercent une activité professionnelle.

La fréquentation de la restauration scolaire est plus élevée dans les régions de l'Ouest et du Sud-ouest de la France que dans celles de l'Est et du Sud-est, la région parisienne et le Nord se situant entre les deux.

Une enquête réalisée en 1999 dans les départements du Doubs, de l'Hérault et du Val-de-Marne, a montré que cette fréquentation varie aussi en fonction de l'offre interne et de l'offre externe à l'établissement scolaire. La fréquentation dans les collèges est plus élevée si le mode de distribution est un self-service, si la cantine propose un plat de substitution, si les places de restaurant sont modulables et si le paiement au trimestre est possible. Dans les lycées, le taux de fréquentation est plus élevé si l'établissement interdit les sorties après les repas, s'il n'existe pas de pizzeria, café, boulangerie ou épicerie dans un rayon d'un kilomètre autour du lycée et si l'environnement du lycée est peu attrayant.

L'étude de l'AFSSA¹, souligne que la non-fréquentation de la restauration scolaire n'est pas synonyme d'absence de prise de repas et de malnutrition. Selon une enquête² de 1999, 87,6 % des collégiens qui ne fréquentent pas la cantine scolaire, ou rarement, prennent un repas pour la plupart chez eux ou chez des amis, 18,1 % grignotent des aliments apportés de chez eux ; 67,2 % et 15,3 % pour les lycéens.

Pour un grand nombre de ces élèves, le fait de rentrer déjeuner chez soi est un moyen de rompre la monotonie du cadre et de l'emploi du temps.

Une étude en Seine Saint-Denis fait apparaître le caractère festif de la prise de repas dans un fast-food ou une cafétéria qui change du cadre habituel de la cantine.

¹ « Nutrition et restauration scolaire de la maternelle au lycée ; état des lieux » de Sébastien Czernichow et Ambroise Martin.

² Leynaud-Rouaud, E. Feur, C. Michaud. Actes du colloque « Alimentation des collégiens et lycéens : enjeux de santé et de société » Créteil juin 1999.

c) Coût des repas pris au restaurant scolaire.

Une enquête de 1998 de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) enregistre une forte variation des prix selon les établissements. Dans les écoles maternelles et primaires, le prix du repas variait entre 4 et 49 francs, il était modulé en fonction du quotient familial. Pour les collèges et les lycées, les prix variaient entre 2100 et 3100 francs par an, selon les établissements.

A Paris, selon un responsable de la FCPE, le prix minimal est de 0,30 € pour les élèves de maternelle et du primaire.

Le prix du repas, qui pour les revenus les plus modestes est modique, est-il un frein à la restauration collective scolaire ?

En 1994, le système d'attribution des bourses a été modifié, celles-ci ont été versées en une seule fois aux familles par la Caisse d'allocations familiales, sans qu'une part n'ait été prélevée pour le paiement de la demi-pension scolaire. De nombreuses familles ont perçu ce changement du seul mode de versement comme une diminution de l'aide, ce qui a eu un impact défavorable sur la fréquentation des restaurants scolaires. **Les associations de parents d'élèves ne devraient-elles pas également, sur cet aspect des prix, mener une action d'explication et d'éducation montrant que le prix d'un repas équilibré est inférieur ou identique à celui d'une boisson sucrée, d'une barre chocolatée ou d'un paquet de chips.**

Dans le Val-de-Marne, une contribution supplémentaire versée aux familles par le département a permis le maintien de la fréquentation des cantines scolaires.

Plusieurs types d'aides sont mis en œuvre par l'Etat, les collectivités territoriales et les établissements d'enseignement pour permettre à tous les enfants, quel que soit le niveau de revenu des familles, de fréquenter le restaurant scolaire. Il existe un fonds social collégien parfois complété par des bourses attribuées par les collectivités locales. Pour les lycéens, existent des bourses nationales et un fonds social lycéen. La caisse de solidarité de l'établissement scolaire peut éventuellement compléter ces aides.

d) La qualité des repas servis

Selon un sondage IPSOS pour le magazine « *Néo-restauration* », 70 % des parents seraient inquiets sur l'équilibre et la qualité des menus ainsi que sur l'hygiène dans les cantines scolaires.

Si l'application des normes des conditions d'hygiène et de salubrité et la mise en place du système des risques et des points critiques (HACCP) a permis de prévenir les risques sanitaires, le contenu des repas servis aux élèves n'aurait pas connu les mêmes améliorations.

Selon l'appréciation du Docteur Philippe Verger, médecin nutritionniste, directeur d'un centre de recherche sur la nutrition et la sécurité alimentaire « *la médiocrité flagrante des aliments offerts est évidente. On propose trop souvent à l'enfant des « pseudo-fromages », des préparations laitières qui ne contiennent quasiment pas de calcium. On sert aussi de la fausse viande ou du faux poisson, sortes de congolérats dont l'intérêt nutritionnel est très réduit* ».

D'après une étude conduite par la Direction générale de l'alimentation, 40 % des repas finiraient dans les poubelles, ce qui est peut être, en partie, dû aussi à des portions non adaptées aux besoins des enfants et à une qualité organoleptique insuffisante.

Le coût de la matière par repas pour la restauration scolaire varierait entre 7 à 11 francs (1 à 1,5 euro) en moyenne.

La qualité d'un repas tant gustative que nutritionnelle exige un minimum de coût pour les produits. Selon le sondage IPSOS, déjà cité, 79 % des parents se disaient prêts à payer davantage pour que leurs enfants mangent mieux. On peut néanmoins s'interroger sur la sincérité de ces souhaits.

L'intervention d'une diététicienne dans les cantines scolaires est encore peu fréquente. Elle devrait être développée, sa prise en charge pouvant être partagée par plusieurs collectivités.

e) Des efforts d'amélioration sont cependant faits

Les efforts faits ne sont pas toujours récompensés ; certains élèves préfèrent l'escalope panée, éponge à huile, à un plat plus traditionnel. Ceci démontre la nécessité d'une éducation à l'alimentation et au goût qui, sans exclure aucun produit, amènerait à un meilleur équilibre alimentaire et à la consommation d'une variété plus large de produits.

Les sociétés de restauration proposent des repas à thème qui, s'ils sont accompagnés d'explications sur les produits et les plats servis, sont un élément d'éducation, de découverte de nouveaux produits ou de produits oubliés, de nouvelles saveurs, d'ouverture aux différentes composantes de la population scolaire et à leurs habitudes alimentaires.

La restauration scolaire est aussi une vitrine pour certaines communes. L'on peut citer à titre d'exemple, les propositions de repas issus de l'agriculture biologique. La communauté de communes du Sénonais, en Ariège, propose un repas à 95 % bio par semaine avec un approvisionnement local pour la moitié des produits. La démarche est également éducative avec l'intervention de producteurs, l'organisation de tables de découverte, la formation et la mobilisation des personnels, la sensibilisation des enfants au goût, à la diversité des produits, à leur saisonnalité.

Dans le Gers, le Conseil général apporte pendant trois ans une aide dégressive à la mise en place de repas bio pour compenser une partie du surcoût matière (subvention de 0,43 € la 1^{ère} année et 0,30 ensuite).

f) L'environnement est aussi important que la qualité des repas

Il faudrait avoir envie de déjeuner à l'école plutôt que de se sentir contraint d'y déjeuner pour des motifs d'éloignement du domicile ou d'absence d'autres possibilités de restauration structurées. Selon Claude Fischler « *la cantine indique un lieu de dépendance qui unit le convive à l'institution. En situation de dépendance le mangeur attend implicitement moins et se trouve moins facilement satisfait* ».

Le cadre, l'éclairage, le mobilier, l'acoustique de la salle doivent contribuer à un environnement agréable pour le repas. La présentation des plats, le service qui en est fait, l'accueil réservé aux convives, sont autant de facteurs qui rendent la restauration scolaire attractive ou non.

Il faut que les enfants aient un temps suffisant pour déjeuner, au moins une demi-heure, sans compter les temps d'attente, comme le recommande la nouvelle circulaire de 2001. **Le repas doit être un moment de détente et de plaisir partagé.** Cet environnement exige la présence de personnel, motivé, et ayant reçu une formation adaptée.

Comme le souligne le Conseil national de l'alimentation dans son avis n°18 de septembre 1997, « *les personnels de service et d'encadrement devraient être mieux préparés à la spécificité de leur mission par leur rôle d'accompagnateur de la vie scolaire* », ce qui ne semble pas toujours être le cas. Cette fonction d'accompagnateur de la vie scolaire est très importante et mériterait, sans doute, d'être mieux reconnue.

2.6. La circulaire du 25 juin 2001

Le PNNS recommande que les repas pris à l'école apportent aux enfants une alimentation équilibrée et soient l'occasion d'une éducation au goût et à la nutrition.

La circulaire interministérielle du 25 juin 2001 précise les besoins nutritionnels des enfants et des adolescents et fait des recommandations quant à la composition des repas servis et à la sécurité des aliments.

Elle précise le rôle de l'école en matière d'éducation nutritionnelle et d'éducation au goût. Elle traite également de la sécurité sanitaire des aliments et de la réglementation applicable en matière de restauration scolaire. Comme indiqué précédemment, elle souligne l'importance capitale de l'alimentation pour le développement physique et mental des élèves.

a) Les besoins nutritionnels des enfants et des adolescents

La diminution de l'activité physique, liée au mode de vie, se traduit pour la plupart des enfants par une réduction des dépenses d'énergie. La circulaire recommande de tenir compte de l'appétit de chaque enfant, les apports énergétiques pouvant varier du simple au double, et même au triple, d'un enfant ou d'un adolescent à l'autre. Des compléments en légumes d'accompagnement ou en ration supplémentaire peuvent être prévus.

Le déjeuner de midi devrait représenter 40 % du total énergétique journalier, le petit déjeuner 20 %, le goûter 10 % et le repas du soir 30 %.

La circulaire note que les enquêtes conduites en milieu scolaire montrent que la couverture des besoins en protéines est plutôt excédentaire. Elle précise que le besoin minimum n'est pas synonyme de besoin optimum et que des apports supérieurs peuvent être apportés ; le repas de midi ne devrait pas dépasser 50 % de l'apport quotidien de référence.

Pour le repas de midi, les objectifs nutritionnels sont de diminuer les apports de lipides et d'augmenter ceux de fibres et vitamines (crudités, fruits crus, légumes cuits et légumes secs, céréales), de fer (poisson, viande rouge), de calcium (fromages ou produits laitiers contenant au moins 150 mg de calcium par portion).

La circulaire rappelle aussi qu'il faut habituer les enfants à manger peu salé.

Elle souligne qu'à table, l'eau est la boisson de tous les jours et qu'en cas de pratique sportive, ou de fortes chaleurs, sa consommation doit être accrue.

b) La collation du matin

La circulaire note que pour les élèves qui viennent en classe sans avoir pris de petit-déjeuner, il serait souhaitable qu'ils aient à leur disposition du lait, du pain, des fruits ou des yaourts à consommer au plus tard deux heures avant le déjeuner.

Selon le groupe de travail du PNNS de l'AFSSA, le problème des collations est un problème délicat car elles peuvent conduire à un apport énergétique excessif pour ceux qui ont déjà pris un petit-déjeuner et avoir une vertu anti-éducative. Différentes enquêtes montreraient que seulement un nombre limité d'élèves ne prenaient pas de petit-déjeuner.

Un intervalle trop court entre cette collation et le déjeuner conduirait à réduire la consommation du déjeuner. La collation, le plus souvent fournie par les parents, ne répond pas aux préconisations nutritionnelles.

La circulaire encourage la distribution de lait à l'arrivée en classe. L'avis du Conseil national de l'alimentation du 30 septembre 1997 recommandait de proposer éventuellement du lait pour atteindre la couverture des besoins en calcium.

L'ONILAIT gère une mesure dite « *lait scolaire* » en application de règlements communautaires, qui permet de subventionner la fourniture de lait en briquettes, de yaourts ou de fromages pour les élèves des établissements d'enseignement pré-élémentaires, élémentaires et secondaires.

Le Comité de nutrition de la société française de pédiatrie, cité par le rapport du groupe de travail du PNNS, a pris une position, en mars 2003, en défaveur de la collation systématique du matin.

c) L'installation de distributeurs d'eau réfrigérée

Recommandée par la circulaire, elle doit être favorisée et développée.

C'est une des façons de limiter la consommation de boissons sucrées et d'aliments caloriques souvent mis à la disposition des élèves du second degré dans des distributeurs automatiques dont l'installation dépend du conseil d'administration de l'établissement scolaire qui est déchargé du souci de leur maintenance. Ces distributeurs automatiques procurent aussi à l'établissement des rentrées d'argent utilisées pour le financement de certaines activités.

Ne va-t-on pas à l'encontre d'une éducation à l'alimentation dans des établissements relevant de l'éducation nationale, au moment où le nombre d'enfants obèses est en forte augmentation ?

L'installation de fontaines ou de bonbonnes d'eau réfrigérée, qui, il est vrai, induit des problèmes d'hygiène, de sécurité et de coût, devrait être l'occasion d'une **sensibilisation des élèves, des personnels enseignants et non enseignants, à l'importance d'une alimentation équilibrée et à l'importance de l'eau comme seule boisson indispensable**.

d) Les besoins particuliers de certains élèves

Certains élèves, pour des raisons de santé, ont besoin d'un menu adapté, qui peut parfois être fourni par le système de restauration collective, dans les autres cas, la famille est autorisée à fournir un panier repas.

7 % des enfants sont concernés par un problème d'allergie ou d'intolérance alimentaire, seuls 12 % de ces cas seraient signalés en raison de la crainte d'exclusion des enfants de la restauration scolaire. Une circulaire du 10 novembre 1999 prévoit la mise en place d'un projet d'accueil individualisé pour chaque enfant qui doit suivre un régime alimentaire. La famille assure la responsabilité de la fourniture des repas dont tous les éléments doivent être rassemblés dans un seul contenant identifié au nom de l'enfant. La chaîne du froid doit être impérativement respectée jusqu'à la consommation. La remise en température se fait selon un protocole précisé.

e) Une éducation au goût doit accompagner l'éducation nutritionnelle

La circulaire note que « *l'aspect éducatif du repas est peut-être trop souvent oublié ou négligé* ». L'éducation nutritionnelle doit être faite lorsque les comportements alimentaires ne sont pas encore établis. L'école joue un rôle important dans l'éveil au goût, le repas doit être une occasion de découverte, un moment de plaisir.

Elle recommande d'organiser autour de l'alimentation des animations pour éduquer le goût des élèves, valoriser le patrimoine alimentaire, permettre l'utilisation d'un vocabulaire précis sur les saveurs, expliquer les processus de fabrication des aliments, leur composition, déguster des spécialités locales, découvrir des odeurs, apprécier l'association des couleurs.

Elle encourage des actions pour une éducation au goût avec la participation d'intervenants extérieurs à l'occasion d'animations dans le cadre du projet d'école ou du projet d'établissement.

f) La sécurité des aliments

L'obligation de sécurité pour les aliments offerts à la consommation, sous quelque forme que ce soit, est rappelée.

En ce qui concerne la restauration scolaire, un arrêté interministériel de 1997 fixe les conditions d'hygiène applicables dans les établissements de restauration collective à caractère social. Un guide des bonnes pratiques hygiéniques a été établi.

Des prescriptions concernent l'aménagement, l'équipement des locaux, le matériel, l'hygiène de la préparation des repas, la fonction du personnel, les dispositions relatives aux toxi-infections alimentaires collectives (TIAC) ; une déclaration préalable d'activité est adressée aux services vétérinaires du département où le restaurant collectif est implanté.

Sont également précisées les règles relatives au conditionnement et au re-conditionnement des plats qui seront consommés dans des restaurants satellites du lieu de fabrication.

Une directive de 1993 impose par ailleurs aux professionnels de la restauration collective des obligations d'autocontrôle à partir de la méthode HACCP et de formation continue de leur personnel à l'hygiène.

Le respect de l'hygiène s'applique également aux convives de la restauration scolaire et la circulaire note qu'il est indispensable que les établissements scolaires disposent d'installations sanitaires suffisamment et correctement équipées permettant le lavage et le séchage des mains.

Les inspecteurs des services vétérinaires veillent à la bonne application des règles d'hygiène dans la préparation, le transport et la distribution des repas. Les inspections s'effectuent à l'improviste, en présence du chef de cuisine et du responsable de l'établissement qui reçoit un rapport d'inspection.

Services vétérinaires et services de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes assurent le contrôle des cantines scolaires et de la chaîne alimentaire.

Une plaquette intitulée « *La restauration scolaire : équilibre, sécurité et plaisir* » reprend sous forme abrégée les principales données de textes réglementaires et rappelle ce qu'il convient de faire pour accueillir les élèves souffrant d'allergie ou d'intolérance alimentaire. Elle mentionne différents outils pédagogiques pour mener des animations dans les classes.

La restauration scolaire doit être un moyen d'assurer une alimentation saine et équilibrée et, comme le souligne le Conseil national de l'alimentation, si elle joue correctement son rôle éducatif, elle prépare l'adulte à se nourrir convenablement.

Ce rôle éducatif est particulièrement important pour les enfants et les adolescents des familles en difficulté dont la fréquentation des restaurants scolaires doit, comme le recommande la circulaire, être favorisée.

2.7. Expériences d'éducation à l'alimentation

Les initiatives en matière d'éducation à l'alimentation sont nombreuses et diverses, les exemples ci-après en constituent une illustration.

a) Expérience de Fleurbaix et Laventie

Les noms de ces deux communes du Nord symbolisent le début des expériences d'information nutritionnelle et d'éducation à l'alimentation de l'ensemble de la population de ces localités.

L'étude « *Fleurbaix Laventie Ville Santé* », est une étude prospective ayant pour objectif de montrer les relations entre alimentation, activité physique, facteurs génétiques, environnementaux et prise de poids.

Conduite par l'association « FLVS » (Fleurbaix Laventie Ville Santé) dans le cadre de l'Observatoire des habitudes alimentaires et du poids, elle a été parrainée par les ministères en charge de l'Education nationale, de l'agriculture et de l'alimentation, de la santé, des sports. Elle a reçu le soutien des deux communes concernées, celui du conseil régional Nord-Pas-de-Calais ainsi que celui de partenaires privés.

L'association présidée par le Professeur Pierre Fossati, ancien président de la Société de nutrition et de diététique de langue française, a associé les médecins de Fleurbaix et Laventie, qui ont été des relais pour l'ensemble de la population, les maires des deux communes, les responsables de l'enseignement et des scientifiques.

Le conseil scientifique de l'association, indépendant de celle-ci, était dirigé par le Professeur Pierre Ducimetière, de l'INSERM.

La première étude, 1992-1997, comportait deux objectifs :

- identifier précocement les facteurs de risques de maladie cardio-vasculaires et métaboliques à partir d'un suivi des enfants et de leurs parents pendant cinq ans ;
- évaluer l'impact d'une information nutritionnelle transmise dans le cadre scolaire, sur les habitudes et les comportements alimentaires de toute la famille : pendant cinq ans, les enfants du primaire et des collèges scolarisés à Fleurbaix et Laventie ont reçu une information nutritionnelle intégrée dans l'ensemble des programmes scolaires existant. Il s'agissait d'apporter à ces enfants des connaissances sur les différents aliments, leur composition, les principes d'une alimentation équilibrée, les relations de l'alimentation avec la santé. Les repas ont été pris comme thèmes d'information (petits-déjeuners, repas principaux, repas à l'école, collations, repas sortant de

l'ordinaire) avec des sous-thèmes (le sucre et les produits sucrés, les corps gras, les viandes ...).

Au cours des cinq années deux mille enfants ont été concernés par ce programme, 800 pendant la totalité des cinq années. L'information nutritionnelle a été dispensée lors des cours généraux de biologie mais aussi de mathématiques, français, géographie, éducation sportive. Cette éducation a été faite également dans le cadre de travaux pratiques, à l'école ou en dehors de celle-ci, pouvant consister en cours de cuisine, achats d'aliments, visites d'industries alimentaires.

Les enseignants préalablement formés par des nutritionnistes, ont été associés à la création de fiches pédagogiques établies à partir de fiches techniques élaborées par des médecins nutritionnistes.

Des évaluations ont été réalisées à partir d'enquêtes de consommation et des réponses aux questionnaires de fréquence de consommation.

Les restaurants scolaires ont également été associés à ce programme d'éducation à l'alimentation. La restauration scolaire, où 64 % des enfants scolarisés à Fleurbaix et Laventie déjeunaient pendant la période de l'étude, doit servir des repas équilibrés et permettre aux enfants d'acquérir de bonnes habitudes alimentaires. Un outil d'aide à l'élaboration des menus a été créé, « semainier » représentant les différents groupes d'aliments par une couleur différente ; les menus établis par les responsables de la restauration de chaque établissement étaient soumis à la diététicienne de Ville Santé.

Trois fois par an, des animations ont été réalisées pour expliquer concrètement ce que sont les aliments, les façons de les accommoder, le contenu des assiettes.

Une sortie par classe est organisée, une fois par an, pour visiter une ferme, un rayon d'hypermarché, un commerce alimentaire, une usine de production de denrées alimentaires. Des dégustations de produits sont prévues pour apprendre aux enfants à connaître les aliments, leur histoire, à reconnaître les odeurs, les saveurs, les textures.

Des petits-déjeuners sont servis au moins une fois par an dans chaque classe.

- Les résultats de l'étude.

Des enquêtes sur les consommations et les comportements ont été réalisées après les programmes d'éducation à l'alimentation à Fleurbaix et à Laventie et dans deux villes témoins.

Comparées à ces villes témoins, les connaissances nutritionnelles des enfants de Fleurbaix et Laventie sont meilleures, ce qui apparaît comme logique. Les familles de ces deux localités ont aussi modifié leurs habitudes alimentaires avec globalement une consommation moindre de lipides et supérieure de glucides. La proportion de familles mangeant au moins une fois par semaine des frites est passée de 55,9 à 38,8 %, elle a aussi diminué, mais plus faiblement dans

les villes témoins. La consommation de beurre a diminué au profit des matières grasses végétales.

L'étude a également permis de mieux comprendre l'importance du petit-déjeuner chez l'enfant. Lorsque le petit-déjeuner n'est pas pris ou n'est pas suffisant, il y a sur-compensation calorique au moment des autres repas, avec une alimentation plus riche en lipides.

Une meilleure information nutritionnelle a donc permis une modification de certains paramètres des comportements alimentaires allant dans le sens d'un meilleur équilibre, y compris pour les adultes. Cela s'est traduit chez les femmes par un indice de masse corporelle (IMC) plus faible que dans les villes témoins.

Cette expérience s'est poursuivie dans le temps, la modification des comportements alimentaires est en effet une œuvre de longue haleine.

- L'étude Fleurbaix Laventie Ville Santé II 1998-2002.

Cette étude a concerné 300 familles soit 1000 à 1200 personnes. Elle avait pour objectif d'essayer de comprendre ce qui entraîne une prise de poids, de quelques kilos jusqu'au stade de l'obésité, dans une population « normale » vivant dans son milieu habituel.

Elle a fait apparaître que les enfants qui ont des apports énergétiques importants à partir des glucides avaient de moindres risques de sur-poids que ceux qui consommaient davantage de lipides.

Elle montre aussi que pour les adultes, et plus spécialement pour les femmes, plus leur niveau d'éducation est élevé plus elles sont minces. Cela ne jouerait pas pour les hommes, la pression sociale s'appliquant, selon les commentaires fournis par l'étude, surtout sur les femmes.

L'activité physique a également été appréciée auprès des familles participant à l'enquête. Les femmes et les hommes qui pratiquent régulièrement un sport ont un poids inférieur et un tour de taille inférieur à ceux qui n'en pratiquent pas.

Chez les enfants, les garçons qui ne pratiquent pas d'activité physique ont un risque deux fois plus important d'avoir un poids excessif. L'étude de Fleurbaix et Laventie a montré le rôle de l'émulation familiale en matière de pratique d'une activité physique.

Veiller à son alimentation ne signifie pas obligatoirement se priver de tout et ne plus pouvoir déguster de bons plats. L'association Fleurbaix et Laventie a organisé en 2002 un concours de recettes et menus régionaux qui devaient présenter une réalisation facile et familiale, en respectant l'équilibre alimentaire sans pour autant nuire au plaisir de manger. Le jury a choisi, dans un menu respectant parfaitement les critères d'un repas équilibré, la recette du lapin aux pruneaux et à la bière.

- Objectif 2000-2007.

Cette nouvelle démarche vise à donner à chacun « *les moyens d'être acteur de sa propre santé* ».

L'on voit par cet exemple que **l'éducation à l'alimentation à l'école ne se fait que dans la durée et exige des efforts conjugués de tous**. Mais, grâce à ce programme, le nombre d'enfants obèses n'a pas augmenté en 10 ans à Fleurbaix et Laventie alors qu'ailleurs la progression a été de 50 à 150 %.

Le 30 octobre 2002, la Marianne d'Or a été décernée à l'Assemblée Nationale à Mme Brigitte Bout, Sénateur-Maire de Fleurbaix et à M. Roger Douez Conseiller général et maire de Laventie. Cette distinction honore, pour la première fois, une innovation de santé publique.

b) Dans la région Languedoc-Roussillon

Depuis 1998, l'Agence méditerranéenne de l'environnement conduit avec le Comité régional d'éducation pour la santé un programme d'actions sur le thème « *alimentation des lycéens et des collégiens en Languedoc-Roussillon* » qui a pour objectif de favoriser des comportements alimentaires favorables à la santé et au bien-être.

Un guide, à l'élaboration duquel ont participé des établissements scolaires pilotes, doit faciliter la mise en place de projets. Il comporte de nombreux exemples d'actions conduites dans les établissements scolaires : rendre les élèves acteurs de leurs choix au restaurant scolaire pour arriver à les faire construire un plateau équilibré, mettre en place une commission menu, mettre en évidence les déséquilibres d'un menu « *fast-food* », organiser un concours de recettes régionales, améliorer l'accueil au self, réaliser la semaine du goût autour du pain.

Il donne des renseignements sur la manière de définir les objectifs, les actions possibles à réaliser, de former une équipe, de trouver des partenaires et des moyens, de mobiliser les élèves, de valoriser ce qui a été réalisé et de le faire connaître.

c) Le département du Nord

L'Education nationale et l'Institut Pasteur de Lille ont mis en place une démarche de formation des professionnels et des bénévoles des collèges pour une éducation à l'alimentation des élèves.

Cette démarche volontaire est proposée à tous les collèges du département. Elle exige un véritable engagement par une mobilisation de l'ensemble de la communauté éducative. Elle est intégrée dans le projet d'établissement scolaire et s'inscrit dans la durée. Elle associe la direction, des professionnels et des bénévoles, les élèves, les parents, des relais associatifs.

L'accompagnement est assuré par l'Institut Pasteur de Lille qui fournit conseil et assistance et est chargé de mettre en place des outils d'éducation.

L'objectif est d'inciter les jeunes à se soucier de leur alimentation et de leur santé dans la vie quotidienne et faciliter, par la même occasion, la réussite de leur scolarité. La communauté éducative de l'établissement scolaire doit les y aider ; pour cela elle reçoit une formation pour une bonne démarche d'éducation à l'alimentation.

Cette démarche d'éducation à l'alimentation a concerné plus spécifiquement les réseaux d'éducation prioritaire de l'Education nationale.

Une démarche d'éducation à l'alimentation est lourde et comme le souligne l'Institut Pasteur de Lille nécessite l'implication de l'ensemble des personnels d'un établissement. La motivation et l'investissement en temps sont particulièrement importants.

d) Dans le Val-de-Marne

En 2001-2002, trois programmes financés par le Conseil général et le Conseil régional, ont été testés.

L'un visant à promouvoir une politique nutritionnelle à l'école a concerné 12 établissements et 5000 convives.

Des fontaines d'eau et de lait ont été mises en place dans les établissements volontaires qui ont souhaité, en raison des contraintes d'entretien, les voir installées dans les lieux de restauration.

Les distributeurs de boissons ou produits sucrés, qui n'ont pas été supprimés, ont été installés dans d'autres lieux.

Une promotion de la consommation de fruits a été faite, dans la restauration scolaire, plus rarement en dehors de celle-ci.

L'on voit que les expériences d'éducation à l'alimentation sont nombreuses, qu'elles associent de multiples partenaires, l'Education nationale, les collectivités locales, des professionnels de la restauration scolaire, les parents d'élèves, les représentants des élèves. **Pour être efficaces, elles doivent s'inscrire dans la durée, et faire l'objet d'évaluations auprès des élèves concernés.**

Pour une efficacité optimale, il est, comme le souligne l'Institut Pasteur de Lille, important de « *concentrer l'action sur une unité territoriale donnée de manière à toucher, dans le même temps, toute la population d'un même secteur* ».

2.8. Les ateliers expérimentaux du goût

La circulaire de 2001 relative aux repas servis en restauration scolaire encourage l'organisation d'ateliers expérimentaux du goût. Une convention a été signée en 2002 entre le ministère chargé de l'Education nationale et l'Institut national de la recherche agronomique pour développer des journées d'information sur les techniques culinaires et la gastronomie.

Ces ateliers, ces « *classes de goût* », sont articulés sur les savoirs enseignés à l'école. Ils doivent permettre aux élèves d'observer, d'expérimenter, de questionner et ainsi d'avoir une vision différente du monde qui les entoure.

Pour Hervé THIS, du laboratoire de chimie des interactions moléculaires de l'INRA, il s'agit de réconcilier, par une pédagogie active, l'art, la culture, la technique, la technologie et la science.

Des fiches pédagogiques et des fiches d'expérimentation ont été créées à la demande de la délégation académique aux arts et à la culture de Paris. Elles sont par exemple consacrées :

- au montage du blanc d'œuf en neige qui permet d'aborder aussi les notions de réflexion, d'absorption, de couleur ;
- à la confection du pain. Les enfants sont sensibilisés à la valeur culturelle et patrimoniale du pain. Ils découvrent l'action des levures mais aussi le travail des boulangers et la variété des pains ;
- à la fabrication de vin. Les enfants découvrent qu'avec le raisin noir l'on peut faire du vin rouge ou du vin blanc. Un vigneron peut venir à cette occasion parler des terroirs, des cépages ou des AOC.

D'autres fiches concernent la confection du beurre, du yaourt, du fromage

Une approche globale de l'éducation à l'alimentation est donc nécessaire

L'éducation à l'alimentation ne pourra être généralisée que si elle figure parmi les axes prioritaires du ministère en charge de l'Education nationale. Pour atteindre un état nutritionnel satisfaisant, il faut, comme le recommande le PNNS : **informer, éduquer, orienter.**

Nutrition et alimentation sont, comme cela a été vu, déclinées sous différentes approches dans de nombreuses disciplines, sciences de la nature et de la vie, histoire et géographie, sciences économiques et sociales mais elles peuvent l'être aussi en mathématique, en français ou lors des activités physiques et sportives. Ces dernières activités peuvent être l'occasion pour une **sensibilisation des élèves à une alimentation variée et équilibrée et à une activité physique régulière : conditions d'un équilibre de vie.**

Des projets d'école ou d'établissement sont nécessaires pour cette approche transversale de l'alimentation qui peut aider les élèves à s'interroger sur leur alimentation et à progressivement modifier, si nécessaire, leurs habitudes alimentaires.

Les actions transversales dans lesquelles interviennent parfois des acteurs extérieurs à l'établissement (rappelons que certains professionnels de l'alimentation de détail participent à cette éducation en faisant visiter leurs ateliers de fabrication, s'associent à la semaine du goût) exigent une motivation importante du personnel, une collaboration entre personnels enseignants et autres

personnels scolaires (professionnels de la santé, cuisiniers, intendants et autres ...).

Des formations de ces différents personnels, à l'alimentation, à la nutrition et à l'hygiène sont nécessaires tant en formation initiale qu'en formation continue. Des formations interdisciplinaires à l'intérieur de l'école ou de l'établissement concourent à y impulser une dynamique de travail d'équipe comme le souligne le Conseil national de l'alimentation.

L'éducation à l'alimentation, c'est avoir un nouveau regard sur ce que l'on mange, la façon dont on le mange, en quelle compagnie. N'est-ce pas avoir un nouveau regard sur soi-même et sur ceux qui vous entourent ?

B - LES AUTRES ACTEURS

1. Le rôle des diététiciens

C'est une profession relativement récente venue des Etats-Unis au milieu du XX^{ème} siècle.

Comme aux Etats-Unis, c'est par le biais de l'application thérapeutique qu'elle a commencé à être prise en considération. La population française, habituée à une cuisine traditionnelle, pas forcément conforme aux règles de l'équilibre alimentaire, d'ailleurs en évolution, s'est habituée depuis une dizaine d'années aux recommandations de cette profession.

Il serait souhaitable que l'évolution des comportements en France ne se traduise pas, comme aux Etats-Unis, par une augmentation sensible du nombre d'obèses, sachant que dès à présent, 12 % des enfants français sont concernés.

Les diététiciens ont donc une part importante dans cette action éducative. Ils doivent aussi contribuer à effacer des esprits le lien entre diététique et restrictions afin de faire prévaloir leur règle d'or : « **Manger de tout, le plus varié possible, en quantité raisonnable** ».

2. Le rôle des interprofessions

2.1. L'action du CIV (Centre d'information des viandes) dans le domaine de l'information nutritionnelle

a) La structure du CIV

Le CIV est une association de la loi de 1901 dont le conseil d'administration se compose des filières bovines et ovines, de la production à la distribution et de l'Ofival.

Le secteur de la viande chevaline s'est associé au CIV en janvier 2003.

Le CIV se compose également :

- d'un conseil scientifique ;
- d'un conseil « *consommateurs* » ;
- d'un comité « *éthique et bien-être animal* ».

Le CIV emploie 15 personnes.

b) L'information nutritionnelle en viande bovine : le constat

Depuis 20 ans, le CIV ne peut que constater l'évolution du contenu d'un discours général en matière nutritionnelle qui, pratiquement, se résume à expliquer les dérives nutritionnelles par une supposée augmentation de la consommation de viande rouge.

Comment expliquer que les problèmes de nutrition s'aggravent depuis 20 ans, alors que, dans le même temps, la consommation de viande rouge a diminué d'environ 20 à 25 % ?

Le discours lui-même entretient une confusion entre des notions fort différentes : produits carnés, viande et viande rouge, conduisant ainsi à voir indiqué, selon ce que recouvre le terme « viande » utilisé, des niveaux de consommation variant de 15 à 95 kg par an et par habitant.

Lorsqu'il est question de graisses animales, c'est toujours à la viande rouge que, spontanément, le grand public se réfère.

Pour autant, les chiffres actuels estiment la consommation de bœuf à environ 15,5 kg par an et par habitant, soit une moyenne de 2 steaks par semaine, c'est-à-dire 4 % de la totalité des matières grasses contenues dans son alimentation.

Il faut souligner que la consommation d'agneau s'élève à environ 4,5 kg par an et par habitant, tout comme le veau, la viande de cheval représente, elle, 2 % de la consommation totale de viande.

c) Le constat en matière d'information générale sur la nutrition

Après une période d'information que l'on peut qualifier de « technique », avec mise en valeur des protides, lipides, glucides, etc., l'information s'effectue aujourd'hui à travers la mise en avant de tel ou tel produit.

Ainsi, on nous dit de consommer davantage de fruits et légumes, moins de viande, plus de poisson, etc. Toutefois, les produits dont on nous parle sont des produits frais, non transformés pour la plupart du temps, et ils ne représentent aujourd'hui probablement pas plus de 30 à 40 % de notre alimentation.

La question que se posent les responsables du CIV est la suivante : la détérioration de l'équilibre nutritionnel de notre alimentation, ne viendrait-elle pas d'une perte d'équilibre entre le ratio produits frais, ou brut, par rapport aux produits de plus en plus élaborés, plutôt que de glissements de consommation des produits de base entre eux ?

En effet, la consommation de viande fraîche, de fruits et légumes frais et de poisson frais diminue de manière continue, notamment chez les jeunes et les jeunes ménages. L'essor de la consommation de produits élaborés, avec des plus et des moins de telle ou telle vitamine ou matières grasses, etc.... pourrait laisser penser que les produits frais, à qui on n'a rien ôté, ni rien ajouté, seraient donc moins « équilibrés ». Ainsi la notion même de l'équilibre alimentaire, où l'on doit manger de tout, se transforme en une consommation de plus en plus réduite de produits bruts que l'on modifie afin de compenser des apports nutritionnels, déjà défaillants, par manque de diversité alimentaire. On en vient même à des supplémentations médicamenteuses.

d) L'action du CIV

Le CIV a bâti sa politique d'information nutritionnelle sur le concept :

« *VARIONS LES PLAISIRS,*

GARDONS L'ÉQUILIBRE ».

En effet, l'objectif consiste à rappeler qu'il faut manger de tout, en quantité raisonnable.

Ce préalable étant souligné, le CIV essaye de mettre en avant la complémentarité de la viande avec d'autres produits. En effet, le CIV estime que le public ne consomme pas un produit principal, mais un plat principal. En caricaturant, le choix est le suivant : viande (ou poisson)+légumes ou pizza.

Le CIV mène donc des actions en diffusant au grand public des documents d'information, à travers les « *Villages d'information de la viande* » dans les grandes villes, de kiosques d'information du CIV dans les lieux plus restreints ou sur les salons (Salon de l'Agriculture par exemple).

Par ailleurs, le CIV élabore des campagnes destinées à la presse, elles fournissent ainsi l'occasion au consommateur de commander des documents du CIV.

Le CIV a également créé des kits pédagogiques destinés au secteur de l'enseignement.

Enfin, le site Internet du CIV contient de nombreux renseignements à caractère nutritionnel.

2.2. Le Centre Interprofessionnel d'Information et de Documentation Laitières (CIDIL)

Le Centre Interprofessionnel d'Information et de Documentation Laitières, ou CIDIL, a été créé en 1981 pour servir de relais entre le grand public et la filière laitière (producteurs de lait et entreprises de transformation).

Pour contribuer directement au développement de la production et de la transformation du lait, l'interprofession œuvre à conforter la part du lait et des produits laitiers dans la consommation alimentaire.

Au quotidien, les missions du CIDIL sont triples :

- centre de ressources : il recense et compile l'ensemble des informations disponibles sur les produits laitiers (production, consommation, incidence sur la santé etc....) ;
- observatoire de la consommation : au-delà des filières laitières, il décèle les nouvelles tendances alimentaires, mène des enquêtes et lance des études pour mieux anticiper sur les marchés et les futures habitudes de consommation ;
- structure de promotion collective des produits laitiers : il réalise et met à disposition du grand public, des milieux universitaires et de l'enseignement, de la presse, différents outils d'information (expositions, brochures, ouvrages, lettres d'information, cd-roms, sites Internet..) qui traitent du lait et des produits laitiers sous différents aspects : origine, fabrication, qualité et sécurité, apports à la santé et à la gastronomie. Il convient de signaler les liens tout à fait exceptionnels que le CIDIL entretient avec le milieu scolaire. Les différents aspects du lait, pris comme sujets d'études et de découverte, sont développés par thèmes, matière et cycle d'enseignement, dans les documents pédagogiques élaborés par le CIDIL. Le CIDIL a ainsi parfaitement compris qu'il se devait de tisser des liens étroits au sein du monde scolaire qui comprend aussi bien 12 millions d'élèves que 2 millions d'enseignants sans compter le personnel de la restauration collective dont l'importance n'est plus à souligner quand on sait que dès l'âge de 3 ans, un enfant sur deux déjeune à l'école. Son apprentissage du goût des produits est, et deviendra plus que jamais, sujet de compétition de la part des produits de substitution.

- **Un rôle important dans l'éducation au discernement.**

Le CIDIL a mené récemment plusieurs types d'action pour combattre les idées fausses sur le lait et les produits laitiers.

- ***concernant le lait « matière première » produit dans les fermes*** : Un sondage IPSOS 2001 a révélé que les consommateurs perçoivent les élevages laitiers comme étant de très grande taille, menés de façon intensive sans se soucier du bien-être des animaux qui seraient nourris avec des aliments industriels dont on maîtrise mal la provenance, d'où une moindre qualité du lait « matière première » qui serait utilisé pour fabriquer les produits laitiers. En réponse, le CIDIL a conçu et organisé une exposition itinérante. Cette exposition a permis de montrer le caractère familial des exploitations laitières, les liens affectifs des éleveurs avec les animaux de leur troupeau dont l'alimentation est produite sur l'exploitation, les soins apportés à

l'hygiène et à la qualité du lait livré aux laiteries, la contribution au maintien d'une qualité d'environnement, etc...

Par ailleurs, un document d'information grand public sur l'origine du lait et sur les pratiques d'élevage et de production laitière à la ferme a été très largement diffusé, notamment dans le cadre de cette exposition et dans de grandes enseignes de distribution.

Enfin, des reportages sur des fermes laitières ont été publiés, à l'instigation du CIDIL sur TF1 et dans les principaux titres de la presse quotidienne régionale ;

- ***Concernant le beurre :*** perçu comme une matière grasse plus grasse que la margarine et les huiles végétales, il est aussi considéré comme un aliment à supprimer pour éviter le surpoids (étude inca/dgal/credoc 1999). On le critique également en raison de sa composition (teneur en acides gras saturés) considérée comme à l'origine de risques d'excès de cholestérol et de maladies cardiovasculaires.

Le CIDIL a conçu et a diffusé largement auprès du grand public et de ses leaders d'opinion un document d'information répondant à ces idées fausses (le beurre est moins gras que toutes les huiles végétales, la margarine peut être aussi grasse que le beurre ; l'essentiel du cholestérol est fabriqué par notre organisme et ne provient pas de l'alimentation ; quelle que soit leur nature, les matières grasses - comme les autres nutriments - ne doivent pas être consommés de façon excessive...), et rappelant les atouts spécifiques du beurre par rapport aux matières grasses végétales.

En parallèle, des actions publicitaires ont été menées dans la presse écrite et télévisuelle ;

- ***Concernant l'ensemble des produits laitiers :*** le CIDIL exerce en permanence une veille documentaire et réagit à la publication d'informations qui lui paraissent critiques erronées, en s'appuyant sur des témoignages et études scientifiques d'experts et de comités scientifiques pluridisciplinaires.

2.3. L'interprofession de la filière des fruits et légumes frais (INTERFEL-APRIFEL)

INTERFEL est une association privée reconnue par la loi du 10 juillet 1975 et la loi d'orientation agricole du 9 juillet 1999. INTERFEL rassemble et représente paritairement les collèges des organisations professionnelles de la production et de la distribution des fruits et légumes frais.

Elle est reconnue comme seule interprofession nationale pour les fruits et légumes frais par les pouvoirs publics qui lui délèguent le pouvoir d'élaborer des accords interprofessionnels qui ont force de loi. INTERFEL est également reconnue par l'Union européenne depuis le 21 novembre 1996.

INTERFEL a créé en 1981, une association de la loi de 1901, appelée agence pour la recherche et l'information en fruits et légumes frais (APRIFEL). Cette instance a pour mission de proposer au consommateur une connaissance approfondie et actualisée des fruits et légumes en terme de plaisir, de forme et de santé.

a) Les missions d'APRIFEL

Son travail se concentre globalement autour des objectifs suivants :

- appuyer le discours santé des fruits et légumes par la veille scientifique ;
- sensibiliser les professionnels de la santé sur les avantages d'une consommation riche et diversifiée en fruits et légumes ;
- conforter la place des végétaux dans l'équilibre alimentaire pour une meilleure prévention de certaines pathologies ;
- informer les médecins généralistes, spécialistes, diététiciens, pharmaciens ;
- analyser et diffuser des articles scientifiques ;
- sensibiliser les consommateurs aux bienfaits santé des fruits et légumes.

Pour mieux conforter son action, notamment en matière de recherche scientifique, l'APRIFEL s'est dotée de deux comités d'experts qui contribuent à enrichir la réflexion et les recommandations sur les bienfaits d'une consommation riche en fruits et légumes.

L'APRIFEL dispose d'un site Internet pour les professionnels de la santé et d'un service consommateurs fruits et légumes que l'on peut consulter grâce à un numéro de téléphone « *azur* ».

L'agence organise également des colloques, conférences ou salons représentatifs de son secteur d'information. Elle organise des conférences thématiques sur les résultats de ses recherches. Depuis 1999, l'APRIFEL a créé un partenariat avec la ligue contre le cancer dans le cadre de la prévention des cancers par une alimentation équilibrée et riche en végétaux.

Enfin, pour apporter sa contribution à la recherche, l'agence a mis en place depuis 1999 des bourses de recherche cliniques ou épidémiologiques soutenant des chercheurs sur des études fondamentales sur la valeur santé des fruits et légumes frais.

b) Les actions menées par APRIFEL

APRIFEL dispose d'un réseau national de diététiciens diplômés d'Etat sur une grande partie du territoire national. Ils ont une connaissance approfondie en fruits et légumes. Ils participent aux différentes actions menées par APRIFEL. Les interventions se font essentiellement en milieu scolaire. Bien entendu, le contenu de leurs cours est adapté en fonction de l'âge des élèves. Ils mettent à la

disposition des élèves et des professeurs des kits pédagogiques et des affiches et dépliants. Ces diététiciens intervient également en restauration collective pendant l'heure du repas.

Des actions du même type sont menées par ailleurs par ces personnes dans les restaurants d'entreprise, dans les maisons de retraite et dans les centres de vacances.

Le but de l'ensemble de ces actions est d'inciter les différents publics à prendre conscience de l'importance des fruits et légumes frais dans l'équilibre de leur alimentation.

2.4. Le CEDUS

Depuis 1932, la filière betterave-canne-sucre s'est dotée d'un grand organisme interprofessionnel, appelé centre d'études et de documentation du sucre (CEDUS) pour assurer l'information, la documentation et la promotion du sucre.

Le CEDUS a pour mission de répondre aux attentes de tous les publics concernés par la consommation et l'utilisation du sucre. Il se propose de faire avancer les connaissances sur tous les aspects nutritionnels. Il a également pour mission d'informer le grand public. Le CEDUS, c'est aussi un centre de ressources documentaires pour les professionnels, les enseignants, leurs élèves et les médias, sur tous les aspects du sucre : culinaire, technique, économique, gastronomique...

Il conçoit, édite et diffuse chaque année de nombreux documents destinés à la fois au grand public et aux professionnels.

Il s'intéresse à la nutrition depuis 30 ans par le biais d'un institut qui dépend de lui, l'institut Benjamin Delessert lequel dispose d'un conseil scientifique qui porte un intérêt particulier aux glucides. Cet institut organise également des colloques sur la place du sucre dans l'alimentation.

Le CEDUS organise également « *La semaine du goût* » qu'il a créée il y a 14 ans. C'est une action de mécénat qui comporte plusieurs partenaires notamment le CIV, le ministère de l'agriculture, l'Ania, gaz de France, les fabricants de sucre.

Dans un environnement alimentaire de plus en plus complexe, la semaine du goût est devenue aujourd'hui une référence. Elle vise à :

- développer l'éducation et l'apprentissage du consommateur, notamment du jeune consommateur ;
- s'attacher à proposer goûts et saveurs pour le plus grand nombre de consommateurs sous toutes les formes de consommations alimentaires ;
- offrir une information transparente et pédagogique auprès du grand public sur l'origine des aliments concernés, de leurs modes de production et de leur qualité ;

- promouvoir des comportements alimentaires s'inscrivant dans le cadre d'un mode de vie équilibré.

Ainsi en 2002, 5 394 leçons de goût ont été données dans les écoles avec la participation de chefs-cuisinier.

*
* * *

Force est de constater que les principales interprofessions évoquées ci-dessus privilégient chacune leur domaine de compétence sans trop se préoccuper de mener des actions conjointes. Or l'éducation alimentaire, telle qu'elle doit être dispensée, ne saurait se limiter à la prise en compte raisonnée de telle ou telle famille d'aliments, ce qui suppose une action commune de ces interprofessions sur des thèmes ciblés choisis d'un commun accord, afin de mieux répondre à cet objectif d'éducation.

C'est pourquoi, il paraît indispensable de faire naître des initiatives coordonnées entre ces interprofessions.

3. La grande distribution

La grande distribution, pour répondre à la demande des consommateurs, commercialise des produits alimentaires de plus en plus faciles à emporter, à stocker, à conserver, à consommer. Ces produits exigent du consommateur des précautions d'utilisation (les produits surgelés consommés plusieurs heures après la décongélation ou remis au réfrigérateur peuvent contenir des milliers de germes). Il y aurait là matière à information, voire une véritable éducation, qui pourrait être réalisée dans les hypermarchés par voie d'affichage ou de tracts, même si certains peuvent objecter qu'une telle action n'entre pas dans la vocation de ces agents économiques.

NOMBREUSES SONT LES PERSONNES, ET PAS SPÉCIALEMENT CELLES QUI SONT DANS LA PRÉCARITÉ, QUI IGNORENT QUE L'ÉLÉMENT FONDAMENTAL DE LA CONSERVATION DES ALIMENTS, C'EST LE RÉFRIGÉRATEUR POUR LEQUEL LES RÈGLES D'HYGIÈNE DOIVENT ÊTRE DRASTIQUES. **DERNIER MAILLON DE LA CHAÎNE ALIMENTAIRE, LE CONSOMMATEUR EN EST PEUT-ÊTRE AUSSI LE PLUS VULNÉRABLE.** L'éducation du consommateur par les acteurs de la distribution est donc essentiel en ce qu'elle joue un rôle fondamental en matière de prévention.

4. Les industries agroalimentaires

Les entreprises des industries alimentaires ne sont a priori pas chargées d'une mission d'éducation à l'alimentation. Dans une situation d'abondance de l'offre leur objectif est de maintenir, et si possible, d'accroître leur part de marché en essayant d'attirer le client et de le conserver.

La demande de produits alimentaires est satisfaite pour la majeure partie de la population de nos pays développés. Pour répondre à cette demande, il existe une offre très large tant quantitativement que qualitativement, le consommateur n'a que l'embarras du choix. Dans ce contexte d'abondance, les industries

agroalimentaires, entreprises privées ou coopératives ne sont-elles pas devenues, elles aussi, des prescripteurs de produits ? N'y a-t-il pas orientation de la demande par l'offre, influence des industries alimentaires sur le consommateur ?

Pour certains, le consommateur est informé, et c'est lui qui décide ce qu'il souhaite consommer ; pour d'autres, il serait « manipulé » par les opérateurs économiques, industriels de l'alimentation et distributeurs au travers du marketing et de la publicité.

a) L'importance du marketing et de la communication¹

L'entreprise oriente-t-elle la consommation ? Certains le pensent. L'entreprise anticiperait une demande, elle répondrait à un besoin non encore exprimé. Par la proposition de nouveaux produits, d'innovations mais pas uniquement, l'industrie alimentaire va influer sur l'évolution des consommations alimentaires sans que le consommateur en ait pleinement conscience.

Dans son étude², Anne Dupuy, à partir des entretiens conduits auprès d'industriels de l'agroalimentaire, note que les idées en matière d'innovation proviennent très rarement des consommateurs, du moins consciemment, ce sont leurs réactions d'engouement, de rejet, de critique qui permettent d'identifier leurs attentes au renouvellement de l'offre de produits.

L'industriel, à l'origine des innovations, propose au consommateur de nouveaux produits et influe directement sur l'évolution des consommations alimentaires. C'est ainsi que l'introduction des céréales au petit déjeuner, sous une autre forme que le pain, a créé de nouvelles habitudes de consommation.

Selon une étude consacrée aux produits alimentaires nouveaux, chaque année, en France, sur les 1500 produits lancés, plus de 1 000 disparaissent au bout de deux ans. L'on voit bien que les tentatives sont nombreuses mais que peu sont couronnées de succès.

Dans son numéro d'avril 2003, d'Agreste primeur, le Service central des enquêtes et études statistiques (SCEES) du ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales, soulignait que le marché était le moteur essentiel de l'industrie agroalimentaire. Il s'agit d'élargir la gamme de produits pour trouver de nouveaux débouchés ou d'améliorer ses positions. Viennent ensuite l'amélioration de la qualité des produits ou l'adaptation aux règlements et aux normes.

Ceci explique l'importance des dépenses immatérielles des industries agroalimentaires, leur croissance, à l'inverse de la relative stagnation des investissements matériels. En 2000, selon le SCEES, les marges de financement dégagées ont été consacrées en priorité aux dépenses d'action commerciale et de publicité qui ont atteint 9,1 millions d'euros, soit presque le triple de

¹ Marketing, médias et messages nutritionnels - Colloque du 1^{er} octobre 2002, Institut français pour la nutrition (IFN).

² Anne Dupuy - Rapport de DESS « Apport de la sociologie de l'alimentation pour une meilleure compréhension des stratégies d'offre et de demande alimentaires ».

l'investissement matériel. Ce chiffre peut être comparé aux 361,9 millions d'euros consacrés à la recherche-développement.

Le marketing consiste aussi à écouter ce que souhaite le consommateur, ce à quoi il aspire même s'il n'en est pas toujours conscient lui-même. Il doit contribuer par la publicité, l'agencement des produits dans le lieu de vente, les emballages, à faire acheter les produits de l'entreprise plutôt que ceux des autres entreprises. Il faut identifier les besoins sous-jacents des consommateurs et comprendre le consommateur avec tout ce que le produit peut signifier pour lui en termes d'affectivité, de curiosité, de symbolique, de traditions.

Il s'agit pour l'entreprise, dans un dialogue avec l'extérieur (consommateurs, associations de consommateurs, scientifiques, administrations, fournisseurs, médias), de faire passer un message au consommateur, qui a ses propres idées, sa propre vision, évolutive, pour ses enfants et pour les siens.

Il y a interaction entre le diffuseur et le récepteur. Des études marketing sont faites en liaison avec des sociétés savantes pour comprendre comment s'alimentent les consommateurs. Danone a ainsi participé à l'étude SUVIMAX, elle va participer à l'étude Chopin, au niveau européen pour déterminer le lien entre la nutrition de l'enfant en bas âge et la prise de poids.

b) La publicité¹

Dans une thèse sur les impacts possibles sur les goûts et les conduites alimentaires, Mme Marie Watiez, psychosociologue de l'alimentation, relève que deux sources sont prépondérantes dans l'information des jeunes : la publicité télévisée et les parents.

Au premier semestre de 2003, l'alimentation se classe au premier rang des familles d'annonceurs avec 28 % des investissements publicitaires TV totaux, très loin devant la toilette-beauté.

Certes, la publicité télévisée n'est pas le seul élément qui intervienne sur le comportement alimentaire des enfants qui, comme cela a été noté dans les précédents développements, résulte de très nombreux paramètres. Il existe peu de données permettant d'apprécier de façon rigoureuse ces relations entre publicité et comportements alimentaires des enfants, l'appréciation de l'impact de la publicité sur les enfants reste controversée, les résultats des études étant aussi fonction de leur commanditaire.

Les enfants aiment la publicité selon le sociologue Chombart de Lauwe, elle est une « *déréalisation bien pensante qui gomme les conflits sociaux, sur-représentant les couches sociales favorisées* ».

¹ « *Publicité télévisée et enfants : que pensent les professionnels de terrain ? - Impact de la publicité télévisée alimentaire chez les enfants de familles précaires ?* » - Centre de recherche et d'information nutritionnelles (CERIN) - Alimentation et précarité n° 20, janvier 2003.

En 2001, les enfants de 4 à 14 ans ont regardé la télévision plus de deux heures par jour, media auquel le secteur alimentation-boisson consacre 70 % de ses investissements publicitaires. Parmi les spots ciblant des produits pour enfants, 70 % concernent des aliments, surtout des produits sucrés (gâteaux, chocolat, glaces, barres chocolatées) et les céréales. La publicité cible plus rarement des produits comme le pain, les fruits et les légumes.

La publicité télévisée distrait, elle donne envie d'acheter ce qui est sa raison d'être. Les enfants préfèrent acheter les produits vus à la télévision, même s'ils ne les achètent pas toujours. L'impact de la télévision sur la probabilité pour les enfants de choisir des produits vus à la télévision est plus forte que celle de choisir d'autres produits. Cela paraît être une évidence confirmée par différentes études (Actes du colloque du 1^{er} octobre 2002 de l'IFN sur « *marketing, medias et messages nutritionnels* »).

Selon une enquête réalisée auprès d'enfants d'un centre de loisirs en ZEP, en région parisienne, la plupart d'entre eux pensent que la publicité sert à présenter toutes les choses qui existent, à créer l'envie d'acheter, « *c'est comme un vide quand il n'y a plus de pub* ».

La publicité propose un certain modèle de consommation qui s'appuie sur l'image, le symbole et auquel il est difficile de ne pas « succomber ».

La publicité c'est le rêve, elle crée aussi des frustrations. On a envie de se procurer les produits de marque que l'on voit à la télévision et que l'on n'a pas toujours les moyens de s'acheter. Et si vous êtes pauvre, gros ... vous ne correspondez pas aux modèles que présente la publicité.

Dans le journal Libération des 9 et 10 mars 2002, un journaliste note que les enfants connaissent les marques avant de savoir lire. Dès le plus jeune âge, les enfants vont être les prescripteurs de certains achats lors des courses faites en famille au supermarché, cela est surtout vrai pour les produits sucrés, les produits des goûters et les céréales du matin.

Les enfants des foyers défavorisés et à faible niveau socio-culturel auraient deux fois plus souvent que les enfants de milieux plus favorisés un téléviseur dans leur chambre. La revue Pediatrics en concluait, en 2002, que « *pour un enfant, avoir une télévision dans sa chambre est un puissant marqueur de risque d'obésité* ».

Une étude menée par Mme Marie Watiez et M. Claude Wisner-Bourgeois, sociologue, note que l'image des jeunes dans la publicité correspond à un modèle d'identification attrant : des adolescents qui grignotent des produits sucrés entre copains et des jeunes adultes qui sirotent des boissons sucrées en dehors des repas.

Ceci démontre bien tout l'intérêt d'une éducation au discernement dans l'éducation à l'alimentation comme dans tout autre domaine et d'une information des familles, plus particulièrement dans les milieux défavorisés. Cela permettrait d'expliquer aux enfants ce qu'est la publicité et ainsi, à partir d'un certain âge, **d'être plus critique vis-à-vis des messages publicitaires, de les décrypter, de ne pas se laisser séduire.**

Les enfants et les adolescents ne sont pas les seuls à être sensibles aux messages publicitaires souvent agréables à regarder et qui présentent un monde idyllique où prévalent la jeunesse, la beauté, la générosité, les stars qui ont réussi.

Les précédents développements ont montré la diversité très grande des déterminants des comportements alimentaires que l'entreprise devra intégrer dans sa stratégie. Derrière tout produit « *se cache un imaginaire* ». L'industriel va utiliser cette composante immatérielle pour déclencher l'acte d'achat chez le consommateur et pour essayer de tirer la marge la plus élevée possible de ses ventes.

« *La publicité est la mise en scène de l'immatériel de l'objet de consommation* », selon Robert Rochefort, directeur du CREDOC. Il prend en compte le vécu des acheteurs potentiels, leur « ressenti ». Depuis les années 92-93 s'est mis en place un immatériel destiné à rassurer le consommateur sur les thèmes de la santé, de l'environnement, du retour au terroir, du soutien aux causes humanitaire ou scientifique.

Elle ne saurait toutefois ignorer certaines règles. Les consommateurs veulent savoir ce qu'ils mangent et veulent être informés pour pouvoir faire les meilleurs choix possibles. Or les messages diffusés peuvent être aussi trompeurs. Il est parfois difficile de distinguer ce qui relève de l'information ou de la publicité. Marie-Jeanne Husset, directrice de la rédaction de 60 millions de consommateurs, cite l'exemple de telle barre chocolatée ou de gâteaux associés à un verre de lait dans une publicité qui pourrait laisser croire qu'en mangeant un gâteau on aurait l'équivalent en calcium d'un verre de lait.

L'aspiration à la santé, à une bonne forme, est telle que tout ce qui peut y contribuer est devenu un argument de vente dans tous les domaines et plus particulièrement dans l'alimentation. **Mais parfois le marketing a tendance à « forcer le son »¹ pour que le consommateur final entende ce que l'entreprise a souhaité mettre en valeur.** C'est ainsi qu'un produit laitier destiné à renforcer les défenses naturelles dont la publicité montrait des enfants jouant dans un bac à sable pouvait laisser croire que cet aliment pouvait servir « de vaccin » contre tous les types de contamination liés au bac à sable.

¹ Actes du colloque du 1^{er} octobre 2002 de l'IFN sur « *Marketing, médias et messages nutritionnels* ».

c) L'action des entreprises en matière d'éducation à l'alimentation

Les grandes entreprises disposent d'un service consommateurs dont les coordonnées figurent sur tous les emballages. Les consommateurs peuvent recevoir en direct, 24 heures sur 24, 365 jours par an, une réponse aux questions qu'ils se posent sur la diététique, les produits achetés, le rééquilibrage des menus. Ils peuvent recevoir des recettes de cuisine.

Des revues destinées aux consommateurs sont tirées également à un grand nombre d'exemplaires, et son consultables sur Internet ; elles traitent de questions générales sur la nutrition, le rôle des vitamines ou des oligo-éléments. Les articles sont rédigés par des diététiciens, des nutritionnistes et distingués des informations publicitaires insérées dans d'autres pages ou dans des pavés clairement identifiés.

Il y a donc bien un souci sinon d'éducation du moins d'information du client, de plus en plus désireux de manger équilibré, soucieux de sa santé. Les entreprises doivent en tenir compte dans la gamme des produits proposés dans leurs messages publicitaires.

d) L'action de l'ANIA (Association nationale des industries alimentaires)

L'ANIA, créée en 1968, est une association qui rassemble 27 fédérations nationales sectorielles et 12 associations régionales représentatives d'entreprises alimentaires de toutes tailles.

Comme le souligne son rapport d'activité 2002, la nutrition constitue pour l'ANIA, au travers de ses adhérents industriels, une part grandissante de ses activités. Sa doctrine « *Qualité, nutrition, santé* » repose sur quatre engagements :

- encourager l'application de l'étiquetage nutritionnel ;
- établir et faire respecter un code éthique en matière de communication nutritionnelle et santé ;
- participer à la mise en œuvre de la réglementation concernant les allégations nutritionnelles, fonctionnelles et santé ;
- travailler pour une harmonisation européenne de la réglementation sur l'addition de nutriments aux aliments.

Ces thèmes sont révélateurs de l'importance de la communication en matière d'alimentation, le mangeur étant devenu un acheteur qu'il faut informer et séduire et dont il faut prendre en considération les attentes qui évoluent.

L'ANIA est un organe de dialogue avec les autres partenaires de la chaîne alimentaire : agriculteurs, distributeurs mais aussi consommateurs.

e) Le BVP

C'est le Bureau de vérification de la publicité (BVP) qui est chargé de l'application des règles déontologiques en matière de publicité. Le BVP regroupe les représentants des agences de publicité, des annonceurs, des supports de publicité, des syndicats professionnels.

La télévision est le seul média soumis à un examen préalable systématique de l'intégralité de la production publicitaire.

Cela n'exclut pas pour autant toute contestation, notamment par les associations de consommateurs, de certains messages publicitaires télévisés.

En novembre 2002, le BVP a rappelé à ses adhérents des **règles déontologiques à respecter** en matière d'allégations fonctionnelles et d'allégations santé.

5. La restauration hors domicile

Six milliards de repas sont servis chaque année, en France, en dehors du domicile dont un peu plus de la moitié en restauration collective, 2,7 milliards en restauration commerciale.

En 2000, près du tiers des repas hors domicile ont été pris en restauration traditionnelle, 53 % en restauration collective et 17 % en restauration rapide.

5.1. La restauration collective

Elle n'est pas choisie par le consommateur et souffre d'une plus ou moins bonne réputation ; pourtant les comités d'entreprise, ou les représentants du personnel, participent au choix de l'entreprise chargée de la restauration. Mais comme pour la restauration scolaire, prendre le déjeuner de midi dans l'entreprise n'apporte pas le même plaisir qu'aller dans une brasserie ou au restaurant, où l'on ne mangera pas obligatoirement mieux, et pour plus cher, mais que l'on aura choisi et où l'on côtoiera d'autres personnes que les collègues de travail.

Le nombre de consommateurs en restauration collective (autogérée ou concédée), augmente globalement de 3 % par an. C'est dire l'influence que celle-ci peut avoir sur une certaine forme « *d'éducation à l'alimentation* », y compris pour les personnes adultes, sans oublier celles qui sont dans les maisons de retraite et dans les foyers-logements.

5.2. La restauration commerciale

Si dans les grandes entreprises ou dans les administrations, les personnes employées peuvent déjeuner sur place, généralement dans de bonnes conditions et à des prix raisonnables du fait d'une contribution financière des employeurs, il n'en est pas de même pour les petites entreprises ou les petits commerces.

Certaines personnes qui ne peuvent rentrer déjeuner chez elles, surtout dans les grandes villes, déjeunent tous les jours au bistrot, à la brasserie, au fast-food, au restaurant, les chèques-déjeuners atténuant le coût de ces repas hors-domicile parfois composé d'un seul plat : pizza, pâtes, salade composée. D'autres se contentent d'un sandwich ou d'une viennoiserie avalés sur le pouce, accompagnés ou non d'une boisson, au comptoir ou en faisant du lèche-vitrine.

La restauration rapide ou « fast-food »

D'après le cabinet Frost and Sullivan, cité par le Groupement national de la restauration¹, la restauration rapide se définit « *par un service presqu'instantané, un chiffre d'affaires élevé, des produits à faible coût, un choix de menu limité et standardisé, des ventes au comptoir pouvant être consommées sur place ou emportées* ». Par ailleurs, le prix du ticket moyen est plus faible qu'en restauration traditionnelle.

L'INSEE évalue entre 20 et 29 000 le nombre d'établissements de restauration rapide, en France, dont la clientèle est constituée pour environ 60 % de 15 à 24 ans.

Les fast-foods ont quelques grands avantages : ils proposent dans un cadre accueillant une nourriture très appréciée par les jeunes enfantset sans surprises. De plus, les mesures d'hygiène sont sévères et sont strictement contrôlées, le calibrage des denrées permet une constance de la qualité alimentaire des plats servis. Ces aliments mous, gras, chauds et sucrés sont consommés avec plaisir et le repas est un moment de détente. De nombreux adultes y ont également recours.

Cependant, hamburgers, frites et sodas constituent une solide ration énergétique, riche en graisses, pauvre en légumes verts, en fibres et en vitamines. Mais on trouve aussi dans ces restaurants des laitages, des salades et des fruits, et on peut aider l'enfant à choisir parmi ces aliments car l'association de sucré et de gras est un « piège à goût » dans lequel les enfants risquent de tomber.

Le repas fast-food typique, avec hamburger, frites et sodas procure un apport énergétique de l'ordre de 1 000 à 1 200 calories riches en graisses, alors que le déjeuner habituel d'un enfant fournit 400 à 800 calories.

Si la fréquentation reste occasionnelle et que, par ailleurs, l'alimentation est variée et équilibrée, comme tout repas inhabituel et festif (anniversaire par exemple), le repas fast-food ne compromet pas l'équilibre alimentaire. Les jeunes adolescents apprécient davantage la façon d'y manger, en toute liberté et entre pairs, plutôt que la nourriture elle-même. Une enquête récente effectuée en France montre que les adolescents se rendent en moyenne 2,3 fois par mois dans un fast-food. Ils sont donc loin d'y passer leur vie.

¹ Dossier spécial restauration rapide, néorestauration - Mars 2003 - Syndicat national de l'alimentation et de la restauration.

De plus, il convient de noter que pour un hamburger consommé en France sont consommés neuf sandwiches. Fast-food est souvent synonyme de « *néfaste food* » lorsqu'elle n'est pas occasionnelle.

Par ailleurs, un nouveau concept de service qui s'inspire du modèle américain du « *take away* » et qui consiste à acheter un plat à emporter chez soi, est à noter. Les livraisons à domicile de pizza se font surtout pour le dîner (70 % des livraisons). Depuis quelques années, la restauration livrée connaît un progression très rapide : des formules nouvelles sont proposées, le client peut ainsi, à Paris, depuis 2003, choisir entre 19 plateaux-repas proposés par une société qui sert d'intermédiaire entre le particulier et une douzaine de restaurants.

L'éducation à l'alimentation reçue dans la famille, en milieu scolaire, l'information par les organismes représentatifs du personnel, les médecins ou les diététiciens, sont particulièrement utiles pour permettre dans ce cas de restauration rapide de veiller cependant au respect de l'équilibre alimentaire.

5.3. La restauration festive

En France, aller au restaurant présente dans de nombreux cas un aspect festif. C'est une sortie en famille ou avec des amis pour partager un repas, goûter de nouveaux mets, les comparer, parler des plats et vins dégustés.

Ce qui se passe autour de la table est tout aussi important que ce qui est posé sur la table comme le souligne André Daguin, président de l'Union des métiers et de l'industrie de l'hôtellerie. Un repas au restaurant est un moment de convivialité. Pour André Daguin, il faut réhabiliter la gourmandise.

Le terme de gourmandise est toutefois associé à un excès de consommation. Brillat-Savarin rejettait cette confusion, elle est pour lui « *ennemie des excès* ». « *C'est une préférence passionnée, raisonnée et habituelle pour les objets qui flattent le goût* ».

Au milieu du XVII^{ème}, le terme restaurant désigne un bouillon reconstituant fait de jus de viande concentré. Dès 1771, il désigne également les établissements servant des repas, à l'origine des bouillons, contre paiement. Les restaurants se développeront au XIX^{ème} siècle.

Si ce type de restauration n'intervient pas directement dans l'éducation, elle a une influence certaine sur cette dernière et contribue à son évolution. Par souci d'économies, pour moins manger afin d'éviter de prendre du poids, le nombre de plats des menus a été réduit.

La nouvelle cuisine, en vogue il y a quelques dizaines d'années, a prôné une cuisine plus légère, avec moins de sauces, donnant plus d'importance aux produits, à la présentation dans l'assiette, aux dépens de la quantité servie. Aujourd'hui, des restaurants gastronomiques accordent une place plus grande aux légumes dont certains avaient été oubliés.

Les restaurants italiens, marocains, indiens, chinois, coréens, japonais et d'autres pays, de plus en plus nombreux, ont familiarisé les Français avec de nouveaux mets, de nouvelles saveurs qu'ils apprécient. Couscous, pizza et paellas sont devenus des classiques au même titre, ou presque, que le steak-frites. L'importance des colonies de populations de ces différentes nationalités et le développement du tourisme ont favorisé la multiplication de ces restaurants et l'internationalisation de la cuisine.

De nombreux restaurants, auberges, bistrots, brasseries, fermes-auberges, font vivre le patrimoine culinaire français, fait d'une grande diversité régionale qui valorise les produits du terroir et les recettes locales.

Les guides proposent une sélection de restaurants. Au même titre que certains monuments, des restaurants « *valent le voyage* » ou « *méritent le détour* », ils font la réputation de la gastronomie française.

Les marchés, la cuisine, les plaisirs de la table, sont pour le touriste un moyen de découvrir une région, un pays et ses habitants. Il est très intéressant de voir quelles sont les denrées consommées, la façon dont elles sont accommodées, la structure des repas et leurs rituels différents selon le niveau social.

La France accueille chaque année 76 millions de touristes étrangers qui dépensent plus du quart de leur budget vacances pour leur alimentation, soit au total 18 milliards d'euros¹.

Par les menus proposés, la façon dont les plats sont cuisinés, la restauration a une influence sur l'évolution de l'alimentation à domicile de ses clients, influence s'ajoutant à toutes les autres.

Vis-à-vis de la clientèle étrangère, en France ou à l'étranger où de nombreux restaurants français sont installés, elle conforte notre modèle alimentaire qui, bien qu'en évolution, demeure un élément important de notre patrimoine culturel.

6. Les services de l'Etat et les autres organismes impliqués dans cette mise en oeuvre

Les services de l'Etat interviennent pour réglementer, contrôler l'application de la réglementation en matière d'alimentation, expertiser.

- **La Direction générale de l'alimentation (DGAL)** dépend du ministère de l'Agriculture, de l'Alimentation, de la Pêche et des Affaires rurales. Elle exerce des compétences en matière de maîtrise et de promotion de la qualité et de la sécurité sanitaire des aliments. Elle participe à la préparation des réglementations relatives à la qualité des aliments, à la loyauté des transactions commerciales, à l'information des

¹ « *Désirs et pratiques alimentaires des visiteurs étrangers en France* » - Brochure du secrétariat d'Etat au tourisme.

consommateurs et coordonne les activités du ministère relatives au *Codex alimentarius*¹.

Elle assure le secrétariat du Conseil national de l'alimentation.

Elle communique régulièrement les résultats des actions menées par le ministère tout au long de la chaîne alimentaire. Elle diffuse diverses plaquettes documentaires, des fiches pédagogiques et une lettre d'information mensuelle « *Notre alimentation* ».

- **La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF)** dépend du ministère de l'économie, des finances et de l'industrie. Elle intervient comme chef de file dans l'élaboration des réglementations nationale, communautaire et internationale (*Codex alimentarius*). La sous-direction protection du consommateur assure le suivi du droit national et communautaire de la consommation, le suivi des travaux nationaux et internationaux en matière d'hygiène et de sécurité alimentaires, celui des questions relatives à la loyauté des produits. Elle est chargée de l'étiquetage des produits.

La DGCCRF joue donc un rôle important pour l'information du consommateur qui reçoit de toutes parts des messages sur l'alimentation et la nutrition, les allégations diverses : nutritionnelles, fonctionnelles et relatives à la santé. Elle est à l'origine de plusieurs publications d'information et de fiches techniques consultables sur Internet.

Les services de la DGCCRF sont chargés de veiller au respect des dispositions du Code de la consommation sur les denrées alimentaires visant à assurer la sécurité et l'information loyale du consommateur. Ils interviennent notamment auprès des entreprises pour leur demander l'ensemble des éléments scientifiques permettant de justifier les différentes allégations figurant sur l'étiquetage ou dans la publicité.

- **La Direction générale de la santé** relève du ministère de la santé, de la famille et des personnes handicapées. Elle est chargée de la mise en oeuvre et de l'évaluation de la politique de nutrition de santé publique. C'est elle qui a été chargée, à partir des travaux de groupes d'experts, de la conception du PNNS dont elle a la charge de la coordination.

Parmi les autres services de l'Etat plus particulièrement impliqués dans le domaine de l'alimentation et de la nutrition on trouve :

- **L'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (AFSSA)** mise en place en avril 1999, est placée sous la tutelle des ministres chargés de la santé, de l'agriculture et de la consommation. Elle est chargée d'évaluer les

¹ Le « Codex alimentarius » est une instance internationale, créée en 1962 par la FAO (organisation des Nations-Unies pour l'agriculture et l'alimentation) et l'OMS qui établit des normes et des directives « dans le but de protéger la santé des consommateurs et d'assurer la loyauté des pratiques suivies dans le commerce alimentaire ».

risques sanitaires et nutritionnels, elle conduit également des travaux dans le domaine de la nutrition et des comportements alimentaires (apports nutritionnels conseillés, enquête sur les consommations alimentaires des Français, établissement et actualisation des tables de composition des aliments). Elle est consultée sur les projets réglementaires de son champ de compétence et sur les dossiers d'autorisations pour lesquels son avis est requis.

Les scientifiques ont joué un rôle important dans la validation scientifique des recommandations du PNNS.

Des travaux sont conduits sur un certain nombre de nutriments comme par exemple les omégas 3 ou sur les fibres alimentaires, le sel etc.

- **Le Conseil national de l'alimentation (CNA)** créé en 1985 a été institué auprès des trois ministères précités. Il associe des représentants des administrations, des scientifiques mais aussi des représentants de la filière agroalimentaire et des consommateurs.

Il émet des avis généraux par exemple sur : l'adaptation de la consommation aux besoins nutritionnels, la qualité des denrées alimentaires, la sécurité des aliments, l'information des consommateurs sur les produits ou encore l'exclusion sociale et l'alimentation, l'étiquetage des aliments constitués d'OGM ou issus d'OGM, la place de l'éducation dans la construction des comportements alimentaires, la restauration scolaire.

Il est consulté sur la définition de la politique alimentaire, donne un avis sur les questions qui s'y rapportent.

Les avis du CNA sont très intéressants car les consommateurs et les professionnels de l'alimentation sont associés aux représentants de l'administration pour leur élaboration. Ils **pourraient constituer une source essentielle d'information et d'éducation à l'alimentation, sans doute insuffisamment connue et utilisée.**

- **L'Institut français pour la nutrition (IFN)** est une association créée en 1974, par les professeurs Bour et Trémolières et par des industriels de l'agro-alimentaire afin de « *favoriser la concertation entre les milieux scientifiques et les milieux de la production alimentaire, à l'occasion de questions intéressant la nutrition et sa promotion* », ces échanges, cette concertation favorisant la mise en place de plans de recherche. L'IFN organise des conférences, assure des publications, décerne un prix de la recherche en nutrition.

- **L’Institut national de la recherche agronomique (INRA)** consacrera, en 2004, 15 % de ses moyens aux recherches sur l’alimentation. C’est en 1989, que le département scientifique « *Nutrition, alimentation et sécurité alimentaire* » a été créé, mais ce n’est que depuis quelques années que l’INRA se penche sur les comportements alimentaires, la compréhension des mécanismes de choix des consommateurs, la mise en œuvre des recommandations nutritionnelles. D’autres travaux de l’INRA portent sur l’aliment, ses caractéristiques sensorielles, l’influence de la marque, des indications d’origine, des allégations diverses, du prix sur les préférences et les choix des consommateurs.

Parmi les recommandations formulées par un groupe de réflexion prospective sur les recherches que l’INRA devrait mener dans le domaine de l’alimentation **figure la nécessité d’informer le consommateur pour qu’il s’approprie au mieux les recommandations.**

IV - UNE ÉDUCATION AXÉE SUR LE DISCERNEMENT QUI S'ADRESSE À L'ENSEMBLE DE LA POPULATION

A - L'INFORMATION DU CONSOMMATEUR

Le traité de la Communauté européenne précisait déjà que celle-ci contribue à la promotion du droit à l'information des consommateurs.

Le règlement n° 178/2002 du 28 janvier 2002 dispose que « *La législation alimentaire vise à protéger les intérêts des consommateurs et elle leur fournit une base pour choisir en connaissance de cause les denrées alimentaires qu'ils consomment* ».

Les informations diffusées sous quelque forme que ce soit ne doivent pas induire le consommateur en erreur.

Cette obligation générale d'information du consommateur est, au niveau national, l'objet du titre premier du Code de la consommation qui impose à tout vendeur professionnel de « *mettre le consommateur en mesure de connaître les caractéristiques essentielles du bien ou du service* », avant la conclusion d'un contrat.

1. L'étiquetage

L'étiquetage est une source importante d'information. Dans une enquête de la Commission européenne réalisée en novembre 2000, il apparaît même que pour 37 % des personnes interrogées, il n'existe aucun moyen d'information sur les denrées alimentaires autre que l'étiquetage. Sa lecture et sa compréhension ne sont pas toujours aisées mais les exigences du consommateur sont parfois contradictoires, il veut toujours plus d'informations et trouve les informations données trop techniques, incompréhensibles, trop nombreuses. Un effort est requis de sa part pour apprendre à lire les étiquettes.

Des directives européennes ont été prises afin de rapprocher les dispositions législatives et réglementaires des Etats membres de l'Union européenne et, dans le cadre de la politique agricole commune, des règlements à caractère vertical s'appliquent à un type de produits (fruits et légumes, œufs, poissons, chocolat ...). Cette harmonisation des législations contribue également à ne pas restreindre la libre circulation des denrées alimentaires.

La directive européenne du 20 mars 2000 relative à l'étiquetage et à la présentation des denrées alimentaires rappelle que toute réglementation relative à l'étiquetage « *doit être fondée, avant tout sur l'impératif de l'information et de la protection des consommateurs* », qu'il s'agisse du consommateur final ou des collectivités (restaurants, hôpitaux, cantines ...).

L'étiquetage est défini comme « *les mentions, indications, marques de fabrique ou de commerce, images ou signes se rapportant à une denrée alimentaire et figurant sur tout emballage, document, écriveau, étiquette, bague ou collier accompagnant ou se référant à cette denrée alimentaire*

Il ne doit pas induire l'acheteur en erreur, ni attribuer à une denrée alimentaire des propriétés de prévention, de traitements ou de guérison d'une maladie (**interdiction des allégations thérapeutiques**).

1.1. La liste des mentions obligatoires

a) Pour les denrées préemballées, les mentions obligatoires^{1 2} sont :

- ◆ la dénomination de vente. Elle indique la nature de l'aliment contenu dans l'emballage. Elle doit mentionner le traitement spécifique qu'il a subi (déshydraté, surgelé, fumé ...) dès lors qu'il peut y avoir un risque de confusion pour le consommateur. Ces indications sont obligatoires pour les aliments traités par ionisation ou pour certains produits déterminés comme le lait pasteurisé, écrémé, la crème stérilisée ;
- ◆ la liste des ingrédients. Elle comprend tous les composants qui entrent dans la fabrication de l'aliment (matières premières agricoles, épices, additifs). Les ingrédients sont énumérés dans l'ordre pondéral décroissant. Les ingrédients d'une préparation composée qui possède une dénomination fixée par la réglementation ou l'usage (exemple : mayonnaise, confiture) doivent être inscrits si cette préparation représente plus de 25 % du poids du produit fini ;
- ◆ la quantité de certains ingrédients ou catégories d'ingrédients lorsqu'ils figurent dans la dénomination de vente ou lorsqu'ils sont mis en relief dans l'étiquetage (exemple : riche en tomates pour une sauce bolognaise). Cette règle ne s'applique pas aux épices et aux aromates utilisés à faible dose (exemple : sauce à l'estragon) ;
- ◆ les additifs (substances ajoutées en petite quantité à certaines denrées alimentaires lors du processus de fabrication pour améliorer la texture, accroître la durée de conservation, l'aspect, ...) sont classés par catégories et désignés soit par leur nom, soit par un numéro de code européen E suivi d'un numéro à trois chiffres ;

¹ Code de la consommation

² « Comprendre l'étiquetage alimentaire » - Edition 2002 - Institut français pour la nutrition.

- ◆ la quantité nette : elle est indiquée en unité de volume (litre ou ml) pour les produits liquides et pour les glaces et en unités de masse (kilo ou grammes) pour les autres produits. Figure également pour les conserves de légumes, les fruits au sirop, le poids net égoutté ;
- ◆ la date de consommation. Elle figure en clair sur les denrées préemballées sous deux formes :
 - la Date limite de consommation (DLC) indique pour les denrées périssables la date au-delà de laquelle la consommation du produit peut présenter un danger. Au-delà de cette date, le distributeur n'est pas autorisé à vendre le produit. Cette date est accompagnée de l'indication de la température à laquelle doit être conservée la denrée alimentaire (de 0°C à + 4°C pour les produits très périssables comme les salades composées, les viandes froides, inférieure à 8°C pour les produits périssables, comme les desserts lactés) ;
 - la Date limite d'utilisation optimale (DLUO) indique la date au-delà de laquelle les qualités gustatives ou nutritionnelles du produit risquent d'être moins bonnes : « *A consommer de préférence avant ...* » ; la DLUO concerne les produits en conserves, les produits surgelés, les pâtes
- ◆ le nom ou la raison sociale et l'adresse du fabricant ou du conditionneur ou d'un vendeur établi à l'intérieur de l'Union européenne, c'est-à-dire d'un responsable ;
- ◆ le lot de fabrication : ce qui facilite l'identification des produits en cas de défaut, de recherche ;
- ◆ le lieu d'origine ou de provenance : cette mention est obligatoire chaque fois qu'il y a risque de confusion pour l'acheteur sur l'origine ou la provenance réelle de la denrée alimentaire ;
- ◆ le mode d'emploi ainsi que les conditions particulières d'utilisation, chaque fois que c'est nécessaire.

D'autres mentions obligatoires sont prévues pour certains produits : degré alcoolique, la mention « *conditionné sous atmosphère protectrice* », la mention « *contient une source de phénylalanine* » pour les denrées contenant de l'aspartame ; la mention « *une consommation excessive peut avoir des effets laxatifs* » pour les denrées alimentaires contenant des polyols¹ autorisés incorporés à un taux supérieur à 10 %.

Pour les fromages, la matière grasse est exprimée pour 100 g de matière sèche et non pour 100 g de produit fini.

¹ Polyols (édulcorants ayant un pouvoir sucrant modéré).

b) L'étiquetage des produits vendus non pré-emballés

Pour les denrées alimentaires vendues à la coupe, en vrac, en libre-service, le Code de la consommation prévoit que toute denrée alimentaire présentée non pré-emballée sur les lieux de vente au consommateur final doit être munie, sur elle-même ou à proximité immédiate, sans risque de confusion, d'une affiche, d'un écriteau comportant la dénomination de vente.

Il n'est pas fait mention d'autres éléments qui seraient nécessaires à une bonne information du consommateur comme par exemple la date limite de consommation.

Le consommateur dispose de moins d'informations pour ce type de produits que pour ceux similaires vendus sous emballage.

1.2. Les mentions facultatives

a) L'étiquetage nutritionnel

L'acheteur doit pouvoir être informé des apports nutritionnels des denrées achetées et consommées, même **s'il est rarement à même de les apprécier de façon correcte et de les re-situer dans les apports nutritionnels globaux de son alimentation**. L'étiquetage nutritionnel permet au consommateur de comparer les apports nutritionnels selon les divers types de produits et de sélectionner ceux qui conviennent le mieux à l'alimentation recherchée.

Selon la directive européenne, on entend par étiquetage nutritionnel « *toute information apparaissant sur l'étiquette et relative à la valeur énergétique et aux nutriments* ». La directive souligne que pour attirer l'attention du consommateur moyen et, étant donné le faible niveau de connaissances dans le domaine de la nutrition, l'information fournie doit être simple et facilement compréhensible.

L'étiquetage nutritionnel est facultatif en Europe et en France. Il est obligatoire lorsqu'une allégation nutritionnelle figure dans l'étiquetage, la publicité ou la présentation du produit. Une allégation nutritionnelle est définie comme « *toute représentation et tout message publicitaire qui énonce, suggère ou implique qu'une denrée alimentaire possède des propriétés nutritionnelles particulières de par l'énergie et des nutriments* ».

L'étiquetage nutritionnel concerne toutes les informations figurant sur l'étiquette relatives à la valeur énergétique et aux nutriments suivants : protéines, glucides, lipides, fibres alimentaires, sodium, vitamines et sels minéraux. Deux niveaux d'étiquetage sont possibles :

- pour le groupe I d'indications figurent la valeur énergétique (en kjoules¹ ou kcal), les protéines, glucides, lipides (en g) ;

¹ un kcal correspond à 4,18 kjoules.

- pour le groupe II : la valeur énergétique, les protéines, les glucides dont sucres (en g), les lipides dont acides gras saturés, les fibres alimentaires et le sodium.

L'étiquetage nutritionnel peut également fournir d'autres éléments d'information sur l'amidon, les polyols, les acides gras mono-insaturés ou polyinsaturés, le cholestérol, les sels minéraux et les vitamines.

La teneur des nutriments qui fait l'objet d'une allégation nutritionnelle doit être précisée.

b) Autres mentions facultatives

Parmi celles-ci l'on peut citer la marque commerciale, le code barre qui comprend 13 chiffres, les deux premiers chiffres indiquant où le produit a été fabriqué (30 à 37 pour la France), les cinq suivants désignent le code du fabricant ou du distributeur, les cinq autres identifient le produit, le dernier est une clé de contrôle.

Les lignes en grisé permettent la lecture optique.

Le point vert (et son logo) indique que le fabricant participe à un programme de subventions de tri des déchets d'emballages en vue du recyclage.

1.3. Quelles sont les attentes des consommateurs en matière d'étiquetage ?

Plusieurs enquêtes ont été faites, par la Commission européenne en novembre 2001 sur les besoins actuels des consommateurs européens en matière d'étiquetage des denrées alimentaires, une enquête de la SOFRES pour la distribution en octobre 2000 intitulée « *que faut-il mettre sur l'étiquette ?* », une enquête du CREDOC de février 2001 sur la préoccupation de la qualité alimentaire pour le consommateur, une autre sur « *l'étiquetage en question* » de l'UFCS en mai 2001.

Le Conseil national de l'alimentation¹ note que l'enquête de la Commission européenne révèle l'intérêt des consommateurs pour la qualité intrinsèque des aliments et pour les effets pouvant être négatifs sur la santé. Parmi les mentions citées viennent en tête, après la dénomination du produit, (97 %), la durée de conservation du produit avant ouverture, la liste des ingrédients, celle des additifs, la durée de conservation du produit une fois ouvert.

La période de l'enquête SOFRES explique sans doute que l'origine de la viande de bœuf soit une information à laquelle les consommateurs sont attachés. Ceci démontre le caractère évolutif de l'information souhaitée.

¹ Avis du CNA adopté le 25 juin 2002 sur « *L'information des consommateurs relative aux denrées alimentaires* ». Rapporteur Alain Soraste.

D'après les résultats de l'enquête de la Commission, l'étiquetage est perçu comme intelligible pour 68 % des personnes interrogées, distinctif de la publicité pour 66 %, visible pour 54 %. Le consommateur se dit être bien informé (55 % des personnes interrogées selon, l'enquête de la SOFRES, 51 %, selon l'enquête INC).

Parmi les attentes des organisations de consommateurs sur les informations que devrait fournir l'étiquetage, le CNA relève :

- celles relatives aux modes de production ;
- la déclaration exhaustive d'additifs ;
- les arômes et auxiliaires de fabrication ;
- l'abandon de la règle dite des 25 %, relative à la composition des ingrédients composés ;
- la mention de l'origine du produit ;
- la limitation de la possibilité de déclarer certains ingrédients sous des noms de catégories ;
- la mention des allergènes parmi les plus connus ;
- l'indication des conditions et la durée de conservation après ouverture du contenant ;
- l'amélioration de l'information relative aux produits à la coupe.

Les produits achetés en vrac, ou à la coupe comme le fromage ou la charcuterie, ne disposent, à l'exception de la dénomination, d'aucune indication qualitative. Certes, il est toujours possible de demander des explications au vendeur qui est généralement en mesure de les fournir, notamment dans les petits commerces de proximité mais pas toujours s'il s'agit d'un vendeur qui n'a pas la charge habituelle du rayon de vente.

Pour les fruits et les légumes, il est important pour l'acheteur d'en connaître la provenance. Il est par exemple irritant de voir généralement au printemps afficher l'origine France sur le panonceau d'affichage pour des pommes dont l'étiquette indique une provenance d'Amérique latine.

De même dans les boucheries, si les obligations informatives sur la viande sont plus importantes que dans d'autres secteurs, le client devrait cependant pouvoir disposer de différents autres éléments d'appréciation sur la viande qu'il achète (race des bovins, âge, lieu de production, maturation de la viande...) sans avoir à les demander, les demandes étant parfois plus ou moins bien reçues alors qu'il est légitime pour le consommateur de s'informer sur ce qu'il va consommer et faire consommer à sa famille ou à autrui.

Les organisations de consommateurs souhaitent aussi une **meilleure lisibilité** des mentions portées sur les étiquettes, que soit facilitée la compréhension de l'étiquetage nutritionnel (référence à une portion moyenne ...), une amélioration de la distinction entre signes officiels de la qualité et autres logos, l'amélioration des représentations graphiques pour éviter les confusions.

La lisibilité des mentions figurant sur l'étiquette conditionne la bonne information du consommateur.

Comme le souligne le CNA dans son avis, cette lisibilité peut être améliorée en augmentant, pour les informations obligatoires, la taille des caractères, en évitant des polices de caractère peu lisibles, en veillant à un contraste suffisant entre la police de caractère et le fond.

Des codes de couleur permettraient de mieux visualiser les familles de mentions.

Le CNA propose en outre une hiérarchisation des informations obligatoires « *en étendant la notion de regroupement dans un même champ visuel à d'autres mentions obligatoires (délai de consommation après ouverture...) que celles prévues actuellement* ».

Il suggère également de regrouper les informations destinées aux services officiels de contrôle (code emballage, signe « e » de conformité métrologique, estampille sanitaire vétérinaire) dans un autre champ.

La date limite de consommation et les conditions de conservation, pour les produits périssables, sont des informations qui doivent être faciles à repérer au moment de l'achat et qui doivent être portées sur chaque unité de consommation.

Une harmonisation des unités utilisées pour donner les valeurs énergétiques devrait être faite (qui sait, en effet, qu'une kilocalorie correspond à environ 4,18 kilojoules ?).

Plus personne, ou presque, ne s'y retrouve dans le pourcentage de matière grasse contenue dans les fromages, yaourts ou fromages blancs. Pour les fromages, le taux de matière grasse est calculé sur la matière sèche ; pour les spécialités laitières, il est parfois calculé sur le produit fini, c'est-à-dire avec l'eau de constitution.

Les caractéristiques et les qualités des denrées alimentaires étant en évolution constante, **l'étiquetage doit être évolutif** afin de fournir au consommateur une information précise et fiable. Le CNA propose qu'une entité (un groupe mixte du CNA et du Conseil national de la consommation) soit chargée d'identifier les attentes des consommateurs en matière d'information et de veiller à une adéquation entre celles-ci et les pratiques en matière d'étiquetage.

Cette entité ne pourrait que favoriser une meilleure information du consommateur qui a tendance à trouver l'étiquetage trop compliqué et souhaite pourtant voir figurer toujours plus de données sur l'étiquette.

La participation des associations de consommateurs à la définition du contenu de l'étiquetage est indispensable et comme le souligne la Commission européenne dans sa communication¹ au Conseil et au Parlement européen : « *L'intervention des organisations de consommateurs est également précieuse dans le sens où elle constitue un examen de ce qui est proposé* ».

Si le consommateur moyen est loin de comprendre toutes les mentions qui figurent sur l'étiquette, obligatoires ou facultatives, elles lui permettent néanmoins, s'il le souhaite, de poursuivre ses investigations et - ou - de comparer différents produits entre eux.

Pour les produits plus particulièrement appréciés par les enfants, un étiquetage adapté et ludique, qui appellerait leur attention sur les risques d'une consommation excessive, aurait sans aucun doute des vertus pédagogiques.

L'étiquetage, qui s'inscrit dans un cadre réglementaire complexe, incombe aux opérateurs économiques. Ceux-ci ne peuvent ignorer les attentes des consommateurs.

1.4. Les attentes des opérateurs économiques

Selon le CNA, lors de la préparation de l'avis sur l'étiquetage, l'Association nationale des industries alimentaires a souligné la complexité de la réglementation, la dispersion dans de multiples textes des différentes mentions d'étiquetage sans approche globale, l'absence de hiérarchisation ou le caractère obligatoire de mentions qui ne sont pas directement destinées au consommateur, les problèmes d'interprétation pour certaines mentions, d'où la nécessité de guides professionnels d'application.

Pour la Fédération des entreprises du commerce et de la distribution (FCD), l'étiquetage des denrées vendues aux consommateurs doit permettre à ceux-ci de choisir librement, en étant informés.

La FCD souligne, comme l'ANIA, la multiplicité des textes juridiques concernant l'étiquetage, elle estime nécessaire de différencier les informations pertinentes pour le consommateur de celles qui le sont moins. Elle est favorable à l'abrogation de la règle des 25 %. Cette règle avait été introduite, il y a plus de vingt ans, afin de ne pas alourdir la liste des ingrédients. Elle était fondée sur le principe que le consommateur connaît la composition des ingrédients composés, comme par exemple la confiture qui garnit un gâteau.

¹ Communication de la Commission au Parlement européen, au Conseil, au Comité économique et social et au Comité des régions – COM (2002) 208 final 7.5.2002. Stratégie pour la politique des consommateurs 2002-2006.

2. Les allégations

Les allégations diverses faisant rêver de nature, de naturel, de tradition, de jeunesse et de santé, fleurissent sur les étiquettes, les emballages, les supports publicitaires.

2.1. Qu'entend-on par allégation ?

Selon le Codex alimentarius, une allégation se définit comme « *toute mention qui affirme qu'une denrée possède des caractéristiques particulières liées à son origine, ses propriétés nutritives, sa nature, sa production, sa transformation, sa composition ou toute autre qualité* ».

Les allégations peuvent être diverses, certaines sont générales et ne font pas l'objet d'une réglementation précise comme :

- « *naturel* » : qualifie un produit que l'on trouve dans la nature, non traité, sans additif (exemple : conserve de thon au naturel...) ;
- « *frais* » : ce produit ne doit pas avoir subi de traitement, hormis la réfrigération, la pasteurisation et la conservation sous vide. Lorsqu'il est préemballé, il est soumis à une date limite de consommation, inférieure à trente jours ;
- « *à l'ancienne* » : c'est un produit fabriqué selon des usages anciens répertoriés selon des recettes traditionnelles ;
- « *fermier* » : préparé à la ferme, à une échelle non industrielle, selon des techniques traditionnelles ;
- « *artisanal* » : produit par un fabricant qui possède la qualité d'artisan conformément à la réglementation française relative au répertoire des métiers.

La liste des allégations est, on le voit, ouverte et il est difficile pour le consommateur de savoir ce qu'elles signifient exactement.

A ces allégations générales, se sont ajoutées des allégations nutritionnelles, fonctionnelles, relatives à la santé qui sont devenues un argument de vente pour les industries alimentaires.

Les allégations nutritionnelles suggèrent qu'une denrée alimentaire possède des qualités nutritionnelles particulières (teneur réduite en matière grasse, riche en vitamine C ..., riche en fibres ...).

Les allégations fonctionnelles sont décrites par la Commission européenne comme « *les allégations relatives aux effets bénéfiques d'un nutriment sur certaines fonctions corporelles normales* ». L'on peut citer par exemple des allégations du type : les fibres accélèrent le transit intestinal ou, le calcium améliore la densité osseuse, ou les omégas 3 contribuent au bon fonctionnement du système cardio-vasculaire.

En ce qui concerne les allégations santé, il s'agit pour la DGCCRF de « toute revendication qui indique, suggère ou implique qu'une relation existe entre un aliment, un élément nutritif ou une substance contenue dans un aliment et un état lié à la santé ou une modification d'un paramètre biologique mais sans faire référence à la maladie ». Parmi ces allégations on peut citer : « enrichi en stérols végétaux, qui réduisent significativement le cholestérol dans le cadre d'un régime adapté », ou « capital santé » ou « pour le bien-être intérieur et l'équilibre ».

Les allégations thérapeutiques faisant état de la prévention ou de la guérison d'une maladie sont interdites en Europe.

2.2. Allégations : un argument de vente pour les entreprises

Le consommateur va être tenté d'acheter¹ ces aliments naturels ou qui l'assurent de bien-être ou lui promettent une réduction des risques comme les margarines qui contribuent à réduire ou à prévenir l'excès de mauvais cholestérol, le lait enrichi en vitamine D, les œufs naturellement riches en oméga 3, qui contribue au bon fonctionnement cardio-vasculaire, le lait fermenté au bifidus actif, ou celui au *L casei defensis*, les allumettes de lardon fumées à teneur en sel réduite, les céréales à diffusion progressive d'énergie ...

Les produits alimentaires, pour certains innovants, et qui ont fait l'objet de recherches scientifiques importantes, coûtent selon le guide de l'Institut national de la consommation d'avril-mai 2003, de 20 à 30 ou 40 % plus cher que les produits classiques.

Le consommateur va être tenté d'essayer le produit, il verra à l'usage s'il renouvelle ou non son achat, mais les effets promis sont, dans certains cas, difficiles à mesurer, dans d'autres, ils ne seront perceptibles qu'à long terme.

Le type d'allégations évolue dans le temps et selon les modes, les allégés en matières grasses et en sucre se sont développés dans les années 80 pour lutter contre les excès de poids et de cholestérol. En 2000, selon SECODIP les yaourts allégés, nature ou aux fruits, représentent 20 % du marché de ce secteur.

Les aliments² revendiquant l'amélioration du bien-être ou de la santé ne représenteraient encore que 1,1 % du marché de l'alimentation à domicile. C'est un créneau très intéressant pour les industriels de l'alimentation, les ventes des yaourts et laitages enrichis en bactéries susceptibles de stimuler la flore intestinale et les margarines aux phytostérols qui consistent à réduire le taux de cholestérol, augmenteraient de 50 % par an.

¹ Lettre scientifique de l'Institut français pour la nutrition - Avril 2003. « *Le marketing des aliments de santé* ».

² Le guide des aliments santé - 60 millions de consommateurs – avril/mai 2003. Institut national de la consommation.

Selon un sondage de l'Association consommation, logement et cadre de vie (CLCV), 70 % de personnes interrogées aimeraient savoir si la façon dont ils se nourrissent est bonne pour leur santé et 90 % souhaiteraient être éclairées sur les nutriments qui ont des effets positifs. Ces résultats démontrent à la fois l'intérêt du consommateur pour ces produits et ses interrogations quant à leurs allégations.

Certains abus relatifs aux allégations santé ont été relevés par l'Institut national de la consommation qui déplore par exemple, la caution de l'Institut Pasteur de Lille dont le nom figure en toutes lettres sur l'étiquette d'une bouteille d'huile et sur l'emballage d'une margarine dont l'allégation associe ces produits aux régimes proposés pour l'excès de cholestérol. **Pour la section de l'agriculture et de l'alimentation, ce type de caution ne peut que contribuer à accroître la perplexité des consommateurs au sujet de ces multiples allégations santé.**

2.3. Les règles de vente applicables à ces produits

L'article L212-1 du Code de la consommation dispose que les produits mis sur le marché doivent répondre aux prescriptions en vigueur relatives à la sécurité et à la santé des personnes.

« *Tant qu'il n'y a pas d'ajout, que l'aliment est bien la source de nutriment considéré, l'industriel n'est pas tenu de fournir des preuves pour vanter les mérites nutritionnels de son produit* » (Ambroise Martin - AFSSA). L'industriel doit vérifier que cette allégation nutritionnelle correspond à celles autorisées en 1997 par la Commission interministérielle d'études des produits destinés à une alimentation particulière (CEDAP).

L'enrichissement des aliments courants par des nutriments est interdit mais des exceptions sont prévues : le sel peut être enrichi en iodé depuis 1952, en fluor depuis 1985, le lait et les produits laitiers frais en vitamine D depuis 2001

Lorsqu'il y a nouveauté, un dossier scientifique peut être exigé par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes qui fait appel à l'AFSSA pour instruire ce dossier. L'allégation qui reçoit l'aval de l'AFSSA est rendue publique.

Un programme de recherche a été lancé en 1995, au niveau européen sur les aliments fonctionnels, associant scientifiques du secteur public et de l'industrie. Ces travaux devraient permettre, en 2005, de déterminer quelles allégations peuvent être cautionnées.

Dans son avis du 30 juin 1998 sur les allégations faisant un lien entre alimentation et santé, le Conseil national de l'alimentation a souligné les risques de confusion croissante des messages nutritionnels et des risques de consommation déséquilibrée des aliments portant ces allégations au détriment d'autres aliments tout aussi utiles.

Dans cet avis, le CNA souligne la nécessité :

- d'un haut niveau de qualité de la justification scientifique des effets allégués ;
- de la mise en œuvre d'une période d'essai, associée à une observation de l'évolution des comportements et à une analyse de l'impact des allégations ;
- d'une mise en œuvre d'un guide de bonnes pratiques de la communication par le biais des allégations ;
- d'une responsabilisation de tous les acteurs de la filière alimentaire qui utilisent des allégations santé.

Le CNA souligne que « *les allégations santé devraient s'inscrire obligatoirement dans un contexte d'éducation et d'information sur l'alimentation globale, soit directement auprès des consommateurs, soit indirectement via des relais* ». Il ne peut qu'être entièrement souscrit à ces recommandations.

Un projet de règlement communautaire sur les allégations nutritionnelles, fonctionnelles et relatives à la santé a été soumis aux Etats membres de l'Union européenne, en 2002.

3. Produits « diététiques » et compléments alimentaires

Les produits « diététiques » correspondent à des « *aliments destinés à une alimentation particulière* », ils sont vendus dans les pharmacies, les parapharmacies, les magasins de diététique et les magasins d'alimentation.

Ils doivent être vendus dans des rayons à part et sont soumis à des règles d'étiquetage spécifiques.

Les compléments alimentaires sont destinés à compléter les régimes alimentaires normaux. Ils se présentent sous forme de gélules, sachets de poudre, pilules, ils sont censés améliorer la circulation, embellir la peau, les ongles, permettre de lutter contre la fatigue etc. Une directive européenne a été publiée en 2002 pour imposer un étiquetage respectant un certain nombre de règles.

4. Problèmes particuliers d'étiquetage

4.1. L'étiquetage des allergènes

Il s'agit de permettre au consommateur d'éliminer, par son choix d'achat les produits susceptibles de déclencher chez lui des manifestations allergiques qui peuvent prendre des formes variées.

L'AFSSA¹ estime la prévalence des allergies alimentaires dans la population générale entre 2,1 % et 3,8 % de la population, elle est plus fréquente chez l'enfant.

¹ Allergies alimentaires - Etat des lieux et propositions d'orientations - AFSSA, janvier 2002.

En France, chez l'enfant, l'œuf est le premier allergène par ordre de fréquence suivi par l'arachide, le lait et le poisson. Chez l'adulte, les allergènes d'origine végétale sont majoritaires, les fruits du groupe latex (bananes, avocats, chataignes, kiwis) représentent 14 % des cas d'allergies, ceux du groupe des rosacées (abricot, cerise, fraise...) 13 % des cas, les fruits secs oléagineux et les ombellifères (céleri, fenouil, persil...) 9,5 % des cas.

L'étiquetage devrait permettre une meilleure information des personnes allergiques. La suppression de la règle des 25 % et plus généralement celle du seuil pour l'étiquetage des ingrédients composés devrait y contribuer, de même que l'étiquetage systématique de tous les ingrédients considérés comme étant le plus souvent à l'origine d'allergies ; la liste devant évoluer en fonction des connaissances scientifiques.

La mention « *peut contenir ...tel ingrédient* » contribue à créer une inquiétude sans donner une véritable information, elle ne devrait pas être utilisée.

En attendant l'intervention d'une réglementation européenne visant à améliorer l'étiquetage des allergènes, l'Association nationale des industries alimentaires (ANIA) vient de publier une brochure, préparée en collaboration avec des associations de personnes allergiques et des médecins, intitulée « *Allergies et intolérances alimentaires : comment lire les étiquettes pour mieux choisir* », brochure également consultable sur le site Internet de l'ANIA.

4.2. L'étiquetage des denrées contenant des OGM

La culture des plantes transgéniques, même à titre d'expérimentation, soulève les passions. Pour le moment, cela est moins vrai s'agissant de la présence d'OGM dans les denrées alimentaires.

En France, comme en Europe, les industriels ont renoncé à utiliser des céréales transgéniques dans leurs produits en raison des réticences des consommateurs.

Des travaux portant sur l'évaluation de l'innocuité des plantes transgéniques à destination de l'alimentation, ont été conduits sous l'égide de l'OCDE, de l'OMS et de la FAO. Les principes d'évaluation ont fait l'objet d'un consensus scientifique et ont été traduits en une réglementation commune en Europe.

Selon Gérard Pascal, directeur scientifique à l'INRA, le nouveau concept « *d'équivalence¹ substantielle* » qui a été adopté « *consiste à considérer de la même manière, sur le plan de la sécurité, la nouvelle denrée et l'aliment ou l'ingrédient traditionnel lorsqu'aucune différence significative n'a été mise en évidence* ».

¹ Organismes génétiquement modifiés à l'INRA - Environnement, agriculture et alimentation - INRA, mai 1998.

Dans le cadre du *Codex alimentarius*, le principe de traçabilité a été défini comme outil de gestion du risque et des procédés ont été fixés pour déterminer si un aliment transgénique contient des allergènes ou des produits toxiques.

Mais comme le souligne M. Yves Coquin de la Direction Générale de la Santé, ce dispositif doit être considéré comme soumis à évolution pour tenir compte des nouvelles données scientifiques.

Après l'adoption de la nouvelle réglementation en matière d'étiquetage et de traçabilité, il sera obligatoire de mentionner sur les étiquettes la présence d'OGM lorsque leur proportion dépassera 0,9 % (le précédent taux était de 1 %). Cette règle s'appliquera également aux aliments destinés aux animaux. Seront étiquetés tous les aliments, y compris ceux contenant des dérivés d'OGM ne présentant plus de traces d'ADN modifié, comme par exemple une huile produite à partir de colza OGM, mais cela posera le problème des produits importés.

L'étiquetage sera nécessaire au-delà du seuil de 0,5 % pour des composants OGM non autorisés dans l'Union européenne, présents de manière fortuite dans les produits, cette dernière mesure est valable pour 3 ans.

La traçabilité des OGM devra permettre de retrouver le responsable d'une éventuelle contamination.

Il appartiendra donc au consommateur de faire son choix entre produits avec ou sans OGM, compte tenu de l'offre de produits qui sera adoptée par les industriels de l'agroalimentaire et de la distribution.

A partir du moment où la mise sur le marché a été autorisée, le produit est considéré comme sain. La capacité d'expertise personnelle du consommateur ne lui permet pas de juger le produit, il doit s'appuyer sur des « garanties extérieures au marché » et leur faire confiance.

Le consommateur décidera d'acheter ou de ne pas acheter les denrées contenant des OGM. Sa prise de position sera influencée par celle des différents mouvements consuméristes et de protection de l'environnement et par l'opinion publique, influencée elle-même par les médias.

Ne sera pas éliminée pour autant la question des risques de contamination par la diffusion de pollen sur les cultures non transgéniques. La cohabitation entre différents types de plantes, transgéniques ou non, continuera à poser problème.

4.3. Le sel

Selon l'enquête INCA déjà citée, la consommation moyenne de sel par personne, hors sel ajouté pour la cuisson ou à table, est de 8 g par jour, plus faible pour les femmes (6,9 g) que pour les hommes (9,1 g). La consommation de sel ajouté majorerait ce chiffre de 10 à 20 % selon l'AFSSA, portant la consommation journalière entre 9 et 10 g au total.

Par rapport à une précédente enquête de 1994, une augmentation des apports est constatée, qui serait liée à l'évolution des consommations alimentaires et notamment à l'augmentation des consommations de pizza, quiches, tartes salées, pâtisseries et viennoiseries.

La consommation française représente plus de dix fois les besoins minimaux quotidiens de l'organisme humain. Les consommations les plus fortes accompagnent souvent des apports alimentaires excessifs et mal équilibrés.

Le sel a une valeur organoleptique pour les pâtisseries, il est un exhausteur du goût sucré. Il est également utilisé, et ce depuis les temps les plus anciens, pour des raisons hygiéniques et/ou technologiques ; pendant des siècles la salaison fut, avec le fumage, un moyen essentiel de conservation.

Pour faire diminuer les apports salés, le groupe de travail de l'AFSSA, qui associait scientifiques, associations de consommateurs, acteurs économiques et administrations, a proposé de sensibiliser le consommateur à la problématique du sel, de mieux l'informer sur les différentes sources d'apport de sel, de lui donner des repères de consommation, de favoriser dès le plus jeune âge, une consommation moindre de sel.

On l'a vu, la circulaire de l'Education nationale, du 25 juin 2001, recommande d'habituer les enfants à manger peu salé.

En matière d'étiquetage, celui du sodium est facultatif sauf s'il est fait mention d'allégations. Il convient de souligner que le sel ne doit pas être confondu avec le sodium.

L'on ne peut que souscrire à la recommandation visant à réduire la teneur en sodium de certains aliments, réduction acceptable sur les plans gustatif, technologique et hygiénique. Un test consommateur réalisé par l'UFC - Que Choisir a montré qu'une panification longue pouvait, par exemple, compenser une réduction importante de la teneur en sel dans l'appréciation portée sur le pain par le consommateur.

Il est nécessaire également, comme cela est proposé par l'AFSSA, de recommander au consommateur de limiter sa consommation d'aliments riches en sodium, de réguler l'utilisation du sel de cuisson, de ne pas saler ou re-saler les aliments parfois avant de les avoir goûts.

*

* * *

L'information ne suffit pas pour être utile, elle doit s'accompagner d'une éducation du consommateur qui doit disposer de connaissances suffisantes pour en tirer parti, et considérer son régime alimentaire dans sa globalité. Les médecins, les nutritionnistes, les associations de consommateurs doivent, à côté des pouvoirs publics, contribuer à cette éducation qui concerne l'ensemble de la population.

5. Les signes officiels de qualité et d'origine¹

De plus en plus, les consommateurs sont désireux d'être informés sur l'origine, le mode d'élaboration, la qualité ou la spécificité des produits agricoles qu'ils consomment, leur « histoire ». Les signes officiels de qualité et d'origine sont une réponse à cette demande, ce sont des repères, comme le sont les marques.

Comme l'indique la loi d'orientation agricole du 9 juillet 1999, la qualité et l'origine des produits agricoles ou alimentaires peuvent donner lieu à la délivrance par l'autorité administrative de signes d'identification qui sont :

- l'Appellation d'origine contrôlée (AOC).

Elle identifie un produit dont la spécificité est en lien avec le terroir, l'origine géographique. Les AOC ont été officialisées dès 1935, pour les vins et eaux-de-vie. En 1960, les produits laitiers ont pu en bénéficier et depuis 1990, toutes les catégories d'aliments peuvent y accéder. Ce sont des comités nationaux, constitués de professionnels et de personnalités qualifiées qui fixent les conditions de production et délimitent les zones de production pour chaque AOC. L'Institut national des appellations d'origine (INAO), établissement public, sous tutelle du ministère en charge de l'agriculture et de l'alimentation, en contrôle les conditions de production.

Il existe aujourd'hui 480 AOC pour les vins, eaux-de-vie et cidres, 43 AOC pour des produits laitiers, 22 AOC pour d'autres produits agro-alimentaires.

- les labels agricoles.

Le label agricole a été créé en 1960, il atteste qu'un produit agricole ou une denrée alimentaire possède un ensemble de qualités et de caractéristiques, préalablement définies dans un cahier des charges, qui lui confèrent une qualité supérieure. Le « *label Rouge* » marque collective du ministère de l'agriculture permet au consommateur d'identifier les produits labellisés.

Des organismes certificateurs sont agréés pour délivrer ce label.

- la certification de conformité.

Elle atteste d'atouts qualificatifs significatifs, strictement contrôlés. C'est le plus récent des signes officiels de qualité, il a été mis en place en 1990.

Parmi les produits ayant obtenu une certification de conformité, on peut citer le jambon cuit supérieur sans polyphosphates, les fruits cueillis à maturité, la mâche prête à l'emploi sans sable... C'est un secteur en progression. Il n'y a pas de logo officiel pour identifier les produits certifiés mais des marques collectives privées comme le sigle « *Critères qualité certifiés* » (CQC) apposé sur les viandes ou le sigle « *Atout qualité certifié* ».

¹ Rapport du Conseil économique et social présenté par M. Gilbert Louis, intitulé « *Qualité et origine des produits agricoles et alimentaires* » -J.O n°41101-0004.

Les caractères spécifiques certifiés sont mentionnés sur les étiquettes (ex : viandes issues d'animaux de race à viande ; animaux élevés 4 mois minimum au pis de la mère puis nourris à base d'herbe ; maturation de 7 jours minimum pour la tendreté), ainsi que le nom et les coordonnées de l'organisme certificateur. Il est à souligner que ce signe de qualité, le plus récent, reste méconnu en dépit d'une progression rapide et importante du nombre de produits concernés.

- Le mode de production biologique.

Il atteste de pratiques culturales et d'élevage qui proscriivent l'usage de pesticides et d'engrais chimiques de synthèse. Par ailleurs, l'utilisation de produits de traitement et de fertilisation est limitée.

C'est la loi d'orientation agricole de 1980 qui a défini les règles de l'agriculture biologique. Une réglementation européenne de 1991 reconnaît ce mode de production pour les productions végétales, et en 1999 pour les productions animales.

Le contrôle des conditions de production est assuré par six organismes certificateurs agréés.

Le logo AB, propriété du ministère de l'Agriculture, permet au consommateur d'identifier les produits issus de l'agriculture biologique.

En 2002, 11 000 exploitations pratiquaient cette agriculture et cultivaient 518 000 ha (en hausse de 23 % par rapport à 2001).

Le secteur de l'agriculture biologique connaît actuellement des difficultés pour la vente de certains produits dont les prix à la production ont fortement baissé. Un plan d'action européen devrait être mis en place en 2004 pour conforter ce type d'agriculture.

En 2001, un sondage CSA-Printemps Bio a révélé que parmi les motivations de consommation de produits de l'agriculture biologique, venaient en tête les bienfaits attendus de ces produits pour la santé (73 % des sondés), la qualité et le goût (66 %), les raisons éthiques et environnementales et le bien-être des animaux (46 %) et la sécurité sanitaire (40 %).

47 % des Français consomment des produits de l'agriculture biologique dont 19 % au moins une fois par semaine. Les acheteurs réguliers et exclusifs de ces produits seraient très peu nombreux.

Un rapport de l'AFSSA d'avril 2003 constate qu'en ce qui concerne les bénéfices nutritionnels des aliments issus de l'agriculture biologique, il n'existe pas de différences significatives avec les matières issues de l'agriculture conventionnelle. L'impact structurel sur le long terme nécessiterait la mise en place d'études comparatives auprès des consommateurs, difficiles à réaliser.

Le mode de production biologique, en proscrivant le recours aux produits phytosanitaires de synthèse, élimine les risques pour la santé associés à ces produits. Les teneurs en nitrates des légumes sont également plus faibles.

Les niveaux de contamination en mycotoxines sont variables mais ils sont globalement similaires à ceux de l'agriculture conventionnelle.

En ce qui concerne les produits des industries alimentaires, des approches technologiques différentes favorisent une meilleure préservation des qualités nutritionnelles intrinsèques de la matière première. Les procédés de broyage et de blutage utilisés permettent ainsi une meilleure conservation du germe et des téguments des grains, ce qui donne des pains plus riches en minéraux, fibres et vitamines.

Ces signes officiels s'articulent avec les protections juridiques européennes que sont l'AOP (appellation d'origine protégée), l'IGP (indication géographique protégée), l'attestation de spécificité.

5.1. Comment ces signes sont-ils perçus ?

Les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine apportent aux consommateurs des garanties sur l'origine, le mode d'élaboration ou la spécificité des produits grâce à un cahier des charges validé par les pouvoirs publics. Des contrôles par tierce partie justifient leur crédibilité.

Le Conseil national de l'alimentation note dans son dernier projet d'avis, en cours d'élaboration, sur ces signes d'identification de la qualité et de l'origine que ce sont des « *outils de confiance et de promotion de la qualité* ».

Selon une étude du CREDOC, les Français connaissent assez bien les signes de qualité. A une question ouverte sur les signes de qualité connus, les personnes interrogées ont cité le label Rouge (43 %), l'agriculture biologique (18 %), l'AOC (12 %). Il n'existe pas pour eux une frontière très nette entre signes officiels de qualité et autres critères de « rassurance » comme la marque, les indications de provenance, ou d'autres mentions valorisantes qui ne sont pas soumises aux mêmes contrôles.

Une personne sur deux identifie le label Rouge à une origine de production et une sur quatre à une assurance de qualité gustative, six personnes sur dix associent le label AB à l'absence de produits chimiques et l'AOC à une origine de production. La certification de conformité n'est en revanche citée que par 2 % des personnes enquêtées.

Selon cette enquête, les deux premiers éléments que les Français lisent sur l'étiquette sont l'origine de production et la composition précise du produit, les signes de qualité viennent en troisième position, juste avant la composition nutritionnelle.

5.2. Les consommateurs sont-ils prêts à payer pour plus de qualité ?

Le prix est le second critère de choix après les garanties d'hygiène et de sécurité du produit.

Plus d'un consommateur sur deux (58 %) considère plutôt ou tout à fait normal que l'amélioration de la qualité se traduise par une augmentation de son

coût. Ce sont les Français les moins diplômés et les moins aisés qui admettent le moins l'idée d'un coût de la qualité.

Les produits agricoles à qualité spécifiée assurent la reconnaissance de la qualité, des savoir-faire, la promotion des terroirs. Pour les producteurs, il s'agit de démarches volontaires de valorisation de certaines productions qui contribuent aussi à la renommée de ces produits agricoles et alimentaires, exportés dans le monde entier, et de la culture alimentaire française.

Pour le consommateur, ces produits sont porteurs d'imaginaire, de rêve : la dégustation du Munster fait revenir en mémoire les images de l'Alsace ; le Roquefort celles des Causses de l'Aveyron, le vin d'Irouléguy le pays Basque....

Sur le plan international, cependant, l'existence de ces produits fait débat, notamment au sein de l'OMC.

Actuellement, une requête des Etats-Unis et de l'Australie vient d'être déposée devant l'organe des règlements des différends de l'OMC, ces pays contestant le régime de protection des indications géographiques pour les produits agricoles et les denrées alimentaires.

B - UN ESPRIT CRITIQUE À DÉVELOPPER

Comme le disait Claude Fischler dans un colloque organisé par l'Institut Français pour la Nutrition (IFN), « *être un consommateur aujourd'hui est un sacré boulot* ». Effectivement, les consommateurs veulent savoir ce qu'ils mangent et ils sont très préoccupés par leur santé. Ils veulent donc savoir, pour faire les meilleurs choix possibles. Cela dit, ils gardent encore pour l'instant, au pays de la gastronomie, tout leur bon sens.

Une enquête menée par l'Institut national de la consommation (INC) avec le CREDOC, en mars 2001, pour essayer de savoir ce qu'était la qualité alimentaire pour les consommateurs, montre que le premier critère, c'est le goût, bien avant les apports nutritionnels.

Un sondage, tout à fait récent, de l'association des consommateurs, « *Consommation logement et cadre de vie* » (CLCV) montre également, en matière d'allégations nutritionnelles, que les consommateurs restent méfiants, qu'ils ont du mal à comprendre ces messages. Il est vrai que le flou et la confusion règnent dans ce domaine : entre les mentions sur l'emballage, les publicités, on a du mal à s'y retrouver.

En matière de nutrition, le consommateur a de plus en plus de mal à distinguer ce qui relève de l'information ou de la désinformation, ce qui relève de l'information véritable ou de la publicité, laquelle publicité est parfois à la limite de la publicité mensongère.

Les associations de consommateurs et l'INC apportent à cet égard leur contribution tout à fait essentielle à l'éducation au discernement.

1. L'action des associations de consommateurs

Il y a en France 18 associations nationales de consommateurs d'origine diverse :

- consuméristes (CLCV, UFC-Que choisir, ALLDC) ;
- familiales (CNAFAL, CNAFC, CSF, Familles de France, Familles rurales, UFCS et UNAF) ;
- d'origine syndicale (ADEIC, AFOC, ASSECO-CFDT, INDECOSA-CGT et ORGEKO).

Trois autres sont spécialisées dans le logement ou les transports.

A ces associations nationales, sont rattachées 800 associations locales qui vont pouvoir informer le consommateur, le conseiller ou éventuellement lui apporter une assistance en cas d'intervention auprès des tribunaux.

Elles jouent un rôle de lobbying important et insuffisamment, semble-t-il, un rôle d'éducation à l'alimentation.

Selon l'étude du CREDOC sur « *Les Français, la qualité de l'alimentation et l'information, de mars 2001* », pour l'Institut national de la consommation, ceux-ci font très largement confiance aux associations pour les informer sur la qualité des produits alimentaires à la télévision (52 %), alors que la publicité des entreprises n'est créditee en premier que de 5 % des réponses et les pouvoirs publics que de 4 %.

Les associations de consommateurs exercent leur vigilance pour tous les problèmes relatifs à la consommation et à la publicité. Celles-ci peuvent le cas échéant ester en justice. L'Union française des consommateurs suit ainsi plus de cent procès par an.

Elles sont membres de différents organismes comme le Conseil national de l'alimentation, l'Institut français pour la nutrition (IFN), l'INC, etc..., où elles sont les porte-parole des consommateurs et, en retour, elles peuvent informer, éclairer leurs adhérents sur les questions en débat.

Elles ont également été associées aux états généraux de l'alimentation, au programme national nutrition-santé... Les consommateurs deviennent ainsi, par l'intermédiaire de leurs associations, des « *co-décodeurs de leur alimentation* ».

Certaines de ces associations ont des publications diffusées auprès de leurs adhérents ou auprès du grand public comme l'UFC. Celle-ci publie la revue « *Que choisir* » qui recueille 320 000 abonnés. Cette revue toucherait, selon la présidente de l'UFC, plus spécifiquement les classes moyennes.

Pour mieux répondre à cette mission d'éducation à l'alimentation, les associations de consommateurs auraient besoin de plus de moyens.

2. Le rôle de l’Institut national de la consommation (INC)

Créé par une loi de 1966, l’Institut national de la consommation (INC) est un établissement public national à caractère industriel et commercial au service de tous les consommateurs et de leurs associations. Ses ressources proviennent des ventes de ses publications et d’une subvention votée par le Parlement. L’Institut contribue et participe à l’information du consommateur dans tous les domaines.

- Etudes juridiques et économiques.

Ce service assure le suivi de l’activité économique et juridique en France et en Europe. Des études comparatives sont effectuées.

L’INC élabore également des fiches pratiques (publiées dans INC Hebdo), des dossiers pédagogiques et rassemble des éléments de jurisprudence dans une banque de données. Par ailleurs, un appui économique et juridique consommation est fourni par cet organisme aux associations de consommateurs et aux centres techniques régionaux de la consommation.

- Essais comparatifs.

Le centre d’essais comparatifs a pour mission de mettre en œuvre des essais comparatifs de produits, de services et des études techniques. Les secteurs couverts sont : l’agroalimentaire, mais aussi la santé, l’hygiène, les cosmétiques, les produits ménagers et de loisirs. Les résultats de ces essais permettent d’obtenir des améliorations, et parfois le retrait, de certains produits, susceptibles d’être dangereux pour les consommateurs.

- 60 Millions de consommateurs.

60 Millions de consommateurs est un magazine de service public réalisé par des journalistes professionnels, qui travaillent en étroite collaboration avec les experts de l’INC. C’est un magazine sans publicité commerciale, ce qui garantit son indépendance vis-à-vis des fabricants et des distributeurs. Le mensuel, les hors-séries et les numéros pratiques sont diffusés en kiosque et par abonnement. Sur le réseau des marchands de journaux, la moyenne des ventes du mensuel en 2001 était de 53 200 exemplaires. Le nombre d’abonnés atteint un chiffre proche de 95 000 personnes. Le service « *60 répond* », service de renseignements téléphoniques personnalisés exclusivement accessible aux abonnés, a reçu plus de 21 000 appels dans l’année.

- Documentation.

Le centre de documentation recherche analyse et informe dans le domaine de la consommation. Il gère un fond documentaire spécialisé et des bases de données sur l’ensemble des secteurs de la consommation. Il apporte notamment son concours aux travaux effectués par l’établissement et par les associations de consommateurs.

Sa pédagothèque, base de données recensant les matériels pédagogiques, contribue à la promotion de l'éducation des consommateurs, enfants, adolescents et adultes.

Il y a 284 documents dans la pédagothèque, dont 81 concernent les aliments, soit 27 %, 52 portent sur les sujets « *alimentation et nutrition* » et 29 sur les produits alimentaires.

Le site internet est consulté à ces sujets tous les mois par 1 500 personnes qui sont principalement des enseignants.

- Autre type d'action.

les émissions télévisées sur France 2 et France 3, qui s'appellent Consomag. Il s'agit de deux émissions sur chacune des chaînes publiques qui sont regardées par 7 à 8 millions de téléspectateurs en moyenne, par émission. En 2002, ont été traités 9 sujets ayant trait à l'alimentation, que ce soient des sujets de sécurité des produits, de nutrition des produits, de signes de qualité, etc..., ou comment choisir et décrypter les étiquettes, ou « *votre enfant déjeune à la cantine* », ou bien les fruits, le foie gras, le label rouge, etc...

CONCLUSION ET PROPOSITIONS

Ainsi que nous l'avons vu, on a longtemps pensé qu'il suffisait de fournir au mangeur des connaissances nutritionnelles pour qu'il modifie des comportements inappropriés. Or, l'expérience a montré que ni l'acquisition et la compréhension de nouveaux savoirs par les individus, ni leur adhésion aux messages diffusés, ni même leur motivation réelle à rompre avec de mauvaises habitudes ne garantissaient à coup sûr le changement. L'explication est très simple : si les connaissances et attitudes peuvent avoir un rôle directif sur les comportements, c'est-à-dire les influencer, en réalité elles n'ont pas vraiment d'effet causal. C'est l'interaction des savoirs et des motivations du sujet avec le contexte (l'environnement familial, social, socio-économique, culturel, religieux) et avec les contraintes (réelles ou perçues) de sa situation qui, *in fine*, déterminent le comportement (comme l'illustrent par exemple, les contradictions apparentes souvent observées entre l'excellente image santé des fruits et des légumes et les niveaux pourtant bas de consommation effective).

Pendant trop longtemps, l'éducation à l'alimentation a été fondée sur la diffusion d'un message unique (identique pour tous), unidirectionnel (de l'émetteur « savant » aux récepteurs « ignorants » et à « éduquer ») et à contenu négatif, voire culpabilisant (si vous consommez trop de graisses animales, vous risquez d'être victime de maladies cardio-vasculaires).

La très faible efficacité de telles options doit aujourd'hui conduire à privilégier des approches :

- différencier : adaptation des messages et actions aux caractéristiques spécifiques de la population visée (sexe, tranche d'âge, « niveau » intellectuel et culturel, éventuelle situation de précarité économique, etc.) ;
- considérant l'environnement social dans lequel évoluent les individus ou les groupes ;
- reposant sur l'écoute, le dialogue et la participation : construire les argumentaires à partir des propres connaissances et représentations des groupes-cibles (y compris de leurs idées fausses et de leurs *a priori*), de leurs contraintes effectives ou ressenties ; reconnaître et valoriser leurs bonnes pratiques alimentaires ; les doter de nouveaux savoir-faire (en termes d'achats et de conservation des produits, de pratiques culinaires, de recherche d'informations et d'interprétation) ; faire appel à leur intelligence et à... leur esprit critique ;
- valorisant les dimensions positives et poursuivant une visée globale : par exemple, consommer plus de fruits et légumes...pour assurer « *un état complet de bien-être physique, mental et social* » (définition de la santé selon l'OMS).

En d'autres termes, il s'agit de promouvoir le bien-être, le plaisir, la dimension sociale du repas et aussi ses composantes culturelles et religieuses.

L'enjeu tient en deux mots : substituer à « l'éducation nutritionnelle » la « promotion du bien-manger ».

Pour parvenir à ces objectifs que certains jugeront ambitieux, voire utopiques, la section de l'agriculture et de l'alimentation a été amenée à formuler les propositions suivantes dont certaines concernent la famille, certains groupes sociaux et socio-professionnels, d'autres s'adressant plutôt à l'Etat et aux individus :

- le rôle de la famille dans la construction du comportement alimentaire des enfants est fondamental, il doit être valorisé. La famille assume d'évidentes responsabilités dans la mise en place de tel ou tel modèle alimentaire partagé par l'enfant et les actions d'éducation à l'alimentation ne doivent pas remettre en cause cet ordre des choses. Celles-ci doivent valoriser le rôle de la famille par exemple en fournissant des éléments de connaissance susceptibles de l'aider à composer des repas variés et équilibrés ;
- il convient de réaffirmer la pertinence nutritionnelle de certains modèles alimentaires traditionnels (Crétois, méditerranéen, chinois, japonais, régionaux français, etc.). D'une manière générale, il doit être admis qu'un message éducatif qui bousculerait trop les croyances ou les habitudes alimentaires, risquerait d'être contre-productif dans la mesure où il ne serait pas pris en compte et favoriserait de surcroît le maintien des comportements antérieurs ;
- il faut faire naître des initiatives coordonnées entre les interprofessions. En effet, la section de l'agriculture et de l'alimentation constate qu'il n'existe pas d'exemple d'initiatives coordonnées entre ces filières. Or, l'éducation alimentaire, telle qu'elle doit être dispensée, ne saurait se limiter à la prise en compte raisonnée de telle ou telle famille d'aliments ;
- l'éducation à l'alimentation doit être considérée comme un axe fondamental de toute politique en faveur de la nutrition ;
- la section de l'agriculture et de l'alimentation considère que les actions d'éducation alimentaire doivent reposer sur un enseignement ludique et bien illustré qui favorise un travail d'éveil sensoriel et d'éducation au goût, les actions éducatives doivent prendre en compte les aspects hédoniques de l'alimentation. Cet enseignement doit impérativement mettre en valeur le plaisir de la table et l'aspect convivial et social du moment du repas ;

- il paraît indispensable qu'une impulsion forte au niveau national soit donnée à une éducation à l'alimentation en s'appuyant sur les référentiels existant déjà dans les différentes disciplines à tous les niveaux de l'enseignement scolaire ;
- le besoin de formation des enseignants à l'alimentation doit être rappelé à l'autorité éducative ; l'alimentation doit être incluse dans les programmes de formation initiale et continue des enseignants et des autres acteurs de la communauté scolaire ;
- il faut sensibiliser les instances éducatives aux possibilités offertes par les projets d'école ou d'établissement pour y inclure les thèmes de l'alimentation ;
- un projet d'éducation alimentaire cohérent nécessite une collaboration active entre les différents personnels impliqués dans le domaine de l'alimentation (enseignants, professionnels de la santé, cuisiniers, gestionnaires, agents chargés de l'entretien des locaux, etc.). Des formations interdisciplinaires à l'intérieur de l'école ou de l'établissement contribueront à y impulser une dynamique de travail d'équipe ;
- la section de l'agriculture estime qu'il conviendrait de développer l'évaluation a posteriori des actions entreprises en terme d'impact sur le comportement alimentaire de la population ;
- il faudrait disposer de références scientifiques reconnues officiellement pour mener à bien les actions d'éducation alimentaire. A cet égard, il faudrait développer les actions de recherche scientifique dans le domaine de l'alimentation ;
- des campagnes de sensibilisation dans les médias pourraient être lancées chaque année au moment de la semaine du goût, le plaisir de manger n'étant pas en contradiction avec une alimentation saine ;
- il convient de favoriser l'apprentissage du « mangeur » à la lecture critique des informations diverses et variées mises à sa disposition ;
- une éducation à l'alimentation est un outil important d'insertion sociale, des conseils nutritionnels et de gestion du budget alimentaire devraient être donnés aux populations défavorisées.

Plus généralement, s'impose une veille permanente et pluridisciplinaire sur l'univers de l'offre alimentaire et la dynamique des comportements. Ainsi s'en trouveront éclairés, chacun pour ce qui les concerne, les individus et la collectivité.

ANNEXES

Annexe 1 : Résultat du vote de l'étude en section

Ont voté pour : 20

Agriculture	MM. Cazaubon Ferré Giroud Rousseau Thevenot Vanier
Rattaché administrativement au groupe de l'agriculture	M. Le Fur
CFDT	MM. Denizard Heyman
CFE-CGC	Mme Viguer
CGT	Mme Hacquemand
CGT-FO	M. Houp
Entreprises privées	MM. Chesnaud Gauthier Scherrer
Personnalités qualifiées	M. Pasty
UNAF	M. Guimet
Membres de section	Mme Ologoudou MM. Daguin Menuel

Annexe 2 : Liste des personnalités rencontrées

- M. Jérôme Bédier, délégué général de la Fédération du commerce et de la distribution ;
- M. Yves Boutonnat, directeur général du CIDIL ;
- M. le Docteur Jean-Michel Borys, coordinateur de l'étude Fleurbaix Laventie Ville Santé ;
- M. Jean-Marie Chouleur, responsable de l'ADIEC-FEN Nîmes, membre du Conseil national de l'alimentation ;
- M. Jean-Pierre Coffe, journaliste à Radio France, auteur de nombreux ouvrages sur l'alimentation ;
- Mme Marie-Claude Combourieu, responsable du département action sociale et culture à l'Association des maires de France et M. Gérard Masson, directeur adjoint ;
- M. Bertrand du Cray, responsable des relations extérieures et de l'enseignement au Centre d'études et de documentation du sucre (CEDUS) ;
- M. Laurent Damien, directeur général de l'APRIFEL et M. Xavier Herry, responsable de la promotion et de la distribution ;
- M. Stéphane Dufort, responsable « *Allo - consommateurs* » Carrefour ;
- Mme Maïté Errecart, directrice générale de l'Institut national de la consommation (INC) ;
- M. Bruno Gouzy, responsable du secteur collectivités territoriales chez Sodexho ;
- M. Jean-Jacques Hazan, administrateur national de la FCPE, association de parents d'élèves ;
- M Christophe Hébert, président de l'Association des directeurs de restaurants municipaux ;
- Mme Armelle de Kerros, directrice de la communication à l'Association nationale des industries alimentaires ;
- M. Jean-Louis Lambert, sociologue à l'école nationale d'ingénieurs des techniques des industries agroalimentaires de Nantes (ENITIAA) ;
- Mme Françoise Lapeyre, chef du bureau de la Loyauté à la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) et M. Patrick Dauchet, adjoint au chef du bureau de la Loyauté ;

- M. Jean-Paul Laplace, adjoint au directeur scientifique chargé de la nutrition humaine et de la sécurité alimentaire à l'INRA, président de l'Institut français pour la nutrition ;
- M. Nicolas Larmagnac, directeur du département politique à UFC Que Choisir ;
- Mme le Docteur Claudie Mariojouls, service de nutrition à l'Institut Pasteur de Lille ;
- M. Ambroise Martin, directeur à l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (AFSSA) ;
- M. Louis Orenga, directeur général du Centre d'information des viandes (CIV) ;
- Mme France Picard, chargée des questions d'éducation et de formation à l'UNAF ;
- Mme Marie-Christine Puissant, cadre supérieure diététique à la direction générale de l'Assistance publique de Paris ;
- M. Claude Risac, directeur général du Centre d'études et de documentation du sucre (CEDUS) ;
- Mme Simone Sitbon, responsable environnement, alimentation à l'Union nationale des associations familiales (UNAF) ;
- Mme Monise Théobald, service de la documentation de la direction générale de l'alimentation du ministère de l'agriculture, de l'alimentation, de la pêche et des affaires rurales.

Annexe 3 : Tableau récapitulatif des émissions gastronomiques françaises

Média	Nbre	Fréquences	Titres
TV	15	Quotidienne	Bon appétit bien sûr ! (FR3) ; Fiche cuisine - Manger Show (Cuisine TV) ; Cuisinez comme un grand chef, Planète gourmande (Gourmet TV)
		Hebdomadaire	Carte postale gourmande (FR5), Teva Cuisine (TEVA) ; Cuisinez avec Jean Soulard - Cuisine mode d'emploi - Tout nouveau tout bon - Le bonheur est dans le plat (Cuisine TV) ; La cuisine de Babette (Gourmet TV) ; Au bon plaisir (Escales).
		Mensuelle	Les dossiers de la bouffe - Les tables de Sophie (Cuisine TV).
Radio	10	Quotidienne	Deux couverts (BFM) ; l'eau à la bouche (France Bleue).
		3 fois/semaine	Saveurs de saisons (France Info).
		Hebdomadaire	Jean-Luc Petitrenaud (Europe 1) ; De bouche à oreille (France Culture) ; Le marché des 4 saisons - Les saveurs du terroir (France Info) ; Ça se bouffe pas, ça se mange (France Inter) ; Le goût du monde (RFI) ; Question de goût (RTL).

Source : Sopexa d'après TV Thème et Radio Thème, printemps 2002, Editions TV Thème.

Annexe 4 : Liste des sigles

- AFSSA	Agence française de sécurité sanitaire des aliments ;
- ANC	Apports nutritionnels conseillés ;
- ANIA	Association nationale des industries alimentaires ;
- AOC	Appellation d'origine contrôlée ;
- AOP	Appellation d'origine protégée ;
- APRIFEL	Agence pour la recherche et l'information en fruits et légumes frais ;
- BAFA	Brevet d'aptitude à la formation d'animateur ;
- BAFD	Brevet d'aptitude à la fonction de directeur ;
- BVP	Bureau de vérification de la publicité ;
- CCAS	Centres communaux d'action sociale ;
- CEDUS	Centre d'études et de documentation du sucre ;
- CIDIL	Centre interprofessionnel d'information et de documentation laitières ;
- CIV	Centre d'information des viandes ;
- CNA	Conseil national de l'alimentation ;
- CNDP	Centre national de documentation pédagogique ;
- CREDOC	Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie ;
- DGAL	Direction générale de l'alimentation ;
- DGCCRF	Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes ;
- DLC	Date limite de consommation ;
- DLUO	Date limite d'utilisation optimale ;
- ESB	Encéphalopathie spongiforme bovine ;
- FAO	Organisation des Nations-Unies pour l'agriculture et l'alimentation ;
- FCD	Fédération des entreprises du commerce et de la distribution ;
- HACCP	Hazard analysis critical control point ;
- HCSP	Haut comité de la santé publique ;
- IFN	Institut français de la nutrition ;
- IGP	Indication géographique protégée ;
- INC	Institut national de la consommation ;
- INCA (<i>enquête</i>)	Individuelle et nationale de consommation alimentaire ;

- INRA	Institut national de la recherche agronomique ;
- INSEE	Institut national de la statistique et des études économiques ;
- INSERM	Institut national de la recherche et de la santé médicale ;
- INTERFEL	Interprofession de la filière des fruits et légumes frais ;
- OGM	Organisme génétiquement modifié ;
- OMS	Organisation mondiale de la santé ;
- ONILAIT	Office national interprofessionnel du lait et des produits du lait ;
- PNNS	Plan national nutrition santé ;
- SCEES	Service central des enquêtes et études statistiques du ministère de l'agriculture ;
- SDF	Sans domicile fixe ;
- SUVIMAX <i>(enquête)</i>	supplémentation en vitamines et minéraux anti-oxydants.