

Réflexion sur l'étiquetage nutritionnel graphique simplifié

| Avis n°75

Adopté à l'unanimité lors de la plénière du CNA du 17 janvier 2017

Conseil National de l'Alimentation

Ministère de l'Economie et des Finances

Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt

Ministère des Affaires sociales et de la Santé

Cet Avis a été élaboré au sein d'un groupe de travail du CNA :

Président :

Ambroise Martin
Professeur de nutrition et de biochimie (retraité),
Université Claude Bernard, Lyon

Secrétariat du Conseil National de l'Alimentation :

Marion Bretonnière-Le Dû
Véronique Bellemain
Karine Boquet

Table des matières

Introduction - cadrage.....	5
Recommandation.....	10
Annexes.....	11
Annexe 1 Note de questionnement du CNA.....	12
Annexe 2 Note complémentaire du CNA.....	29
Annexe 3 Éléments de cadrage sociologique Jean-Pierre Corbeau.....	31
Annexe 4 Alimentation, santé et politiques publiques : de l'auto-régulation du marché à la régulation de l'environnement alimentaire Fabrice Etilé.....	35
Annexe 5 Les liens d'intérêts des différents acteurs et les questions de mises sur agenda Jean-Pierre Poulain.....	47
Annexe 6 Inégalités sociales et consommation alimentaire : enjeux de politiques publiques France Caillavet	50
Annexe 7 Les comportements d'achats face à différents systèmes d'étiquetage (1) Bernard Ruffieux.....	56
Annexe 8 Les comportements d'achats face à différents systèmes d'étiquetage (2) Louis-Georges Soler....	62
Annexe 9 Les populations précaires et leurs rapports à l'alimentation Caroline Rio et Dominique Moutray...	68
Annexe 10 Un protocole expérimental pour tester <i>in situ</i> l'étiquetage nutritionnel simplifié Pierre Combris...	74
Annexe 11 Composition du groupe de travail.....	85
Annexe 12 Personnes auditionnées par le groupe de travail.....	87
Annexe 13 Bibliographie.....	88
Annexe 14 Liste des sigles.....	90

Le CNA plénier a décidé, lors de sa session plénière du 6 mars 2014, de réactiver le groupe de travail permanent « Politique nutritionnelle », présidé par le Pr. Ambroise Martin, afin d'élaborer une contribution sur l'évolution de la politique nutritionnelle française.

Ce travail s'inscrit dans un triple contexte : la révision du Plan National Nutrition Santé (PNNS), la préparation du projet de *Loi de modernisation de notre système de santé* et le rapport du Pr HERCBERG *Propositions pour un nouvel élan de la politique nutritionnelle française de santé publique dans le cadre de la Stratégie Nationale de santé*.

Il est par ailleurs nécessaire de suivre régulièrement les évolutions de la politique nutritionnelle, raison d'être d'un groupe de travail permanent.

Le groupe a travaillé, de 2014 à 2016, selon deux axes :

- contribution à la réflexion nationale sur l'information nutritionnelle graphique, objet du présent avis ;
- suivi des recommandations antérieures du CNA liées à la politique nutritionnelle, objet de l'avis n°76 .

Contribution à la réflexion sur l'information nutritionnelle graphique.

Cette contribution s'inscrit dans le cadre de la préparation de la *Loi pour la modernisation de notre système de santé* et notamment de l'article 5 du projet du Gouvernement, qui prévoit : « Afin de faciliter le choix du consommateur au regard de l'apport en énergie et en nutriments à son régime alimentaire, sans préjudice des articles 9,16 et 30 du règlement (UE) n°1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n° 1924/2006 et (CE) n° 1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/ CEE de la Commission, la directive 90/496/ CEE du Conseil, la directive 1999/10/ CE de la Commission, la directive 2000/13/ CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/ CE et 2008/5/ CE de la Commission et le règlement (CE) n° 608/2004 de la Commission, la déclaration nutritionnelle obligatoire prévue par le même règlement peut être accompagnée d'une présentation ou d'une expression complémentaire au moyen de graphiques ou de symboles, dans les conditions prévues à l'article 35 dudit règlement. Les modalités selon lesquelles les recommandations de l'autorité administrative prévues au 2 du même article 35 sont établies et font l'objet d'une évaluation sont définies, après avis de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail, par décret en Conseil d'Etat. »¹

Si les travaux préparatoires de la loi conduits par le ministère chargé de la santé et les parlementaires reposent principalement sur le système d'étiquetage coloriel à 5 classes présenté dans le rapport du Pr. Hercberg cité ci-devant (appelé parfois système 5C), la loi en elle-même ne présage pas du mode d'étiquetage simplifié qui sera retenu. Le CNA a donc prioritairement envisagé la question de façon ouverte, sur la base du seul texte de l'article 5 du projet de loi, en questionnant *ab initio* les objectifs et les modalités d'un tel étiquetage dans le contexte français.

À l'issue des auditions et réflexions conduites en 2014 et 2015, le groupe de travail permanent a élaboré une note de questionnement *Contribution préliminaire à une réflexion pour la mise en place d'un étiquetage nutritionnel graphique sur les aliments dans la cadre de l'article 5 du projet de Loi de santé publique*.

Afin de cadrer avec le calendrier des travaux législatifs, le CNA plénier a décidé de porter les questionnements ainsi identifiés à la connaissance des décideurs publics, sans que ces travaux n'aient pu conduire, dans le délai imparti, à des recommandations formelles.

La note de questionnement a été adoptée à l'unanimité par le CNA plénier le 11 juin 2015.

Une seconde note, reprenant certains points de la précédente et insistant notamment sur la nécessité d'une expérimentation en conditions réelles, a été validée lors de la session plénière du 10 septembre 2015 :

¹ L'article 5 du projet de loi est devenu l'article 14 de la loi de modernisation de notre système de santé.

Cet Avis présente, en annexe, les deux documents validés à l'issue de ces travaux :

- Note de questionnement *Contribution préliminaire à une réflexion pour la mise en place d'un étiquetage nutritionnel graphique sur les aliments dans la cadre de l'article 5 du projet de Loi de santé publique*, 11 juin 2015.
- *Projet d'étiquetage nutritionnel, mise en œuvre du système dit « 5C » : propositions du CNA*, 10 septembre 2015.

Il s'articule autour des auditions, reprises *in extenso* en annexe, qui ont été conduites par le groupe de travail en 2014 et 2015 :

1/ *Éléments de cadrage sociologiques*, par Jean-Pierre Corbeau, professeur émérite de sociologie à l'Université de Tours, le 25 septembre 2014.

Il existe deux matrices de représentation du corps humain : le rapport réflexif et le rapport instrumental. Le rapport instrumental au corps se rencontre chez les paysans, les travailleurs manuels : le corps est une machine à laquelle il est nécessaire de donner du « carburant », le plus énergétique possible, et qui doit fonctionner. À l'opposé, dans un rapport réflexif au corps (que l'on rencontre préférentiellement chez les CSP+², les femmes, les urbains), le corps est écouté, soigné et pensé. Ces deux populations réagissent de façon différente aux mêmes informations. L'information nutritionnelle accentue le rapport réflexif au corps dans les populations concernées, allant jusqu'au déni de certains aliments ou à l'orthorexie. Au contraire, dans les trajectoires où la peur de la sous-nutrition et de la famine reste dans les mémoires, la personne va se nourrir sans se poser de question. Manger dans l'instant le maximum est nécessaire, surtout s'il est difficile de stocker.

Les politiques de prévention peuvent être ressenties comme castratrices de l'identité sociale, notamment chez les populations précaires et les populations émigrées, qui ont un rapport instrumental au corps.

Les populations précaires ne se projettent pas dans l'avenir, beaucoup trop anxiogène. Pourtant, les politiques de prévention responsabilisent le mangeur par rapport à son avenir.

Les enfants et surtout les adolescents peuvent rejeter les recommandations nutritionnelles. Ils sont plus sensibles à leurs pairs qu'à la publicité.

Les recommandations des sociologues seraient de passer, autant que faire se peut, par des situations de rituels et d'usage de consommation et de ne parler de l'aliment qu'en sa présence. Il faut amener les gens à se penser en train de manger, créer des questionnements sur les pratiques, sans juger et surtout sans interdire. Faire la cuisine, se réapproprier l'aliment, est très important. La seule façon de comprendre une étiquette est de savoir cuisiner. Manger est un plaisir raisonnable qui se construit.

2/ *Alimentation, santé et politiques publiques : de l'auto-régulation du marché à la régulation de l'environnement alimentaire*, par Fabrice Etilé, économiste, directeur de recherche à l'INRA et affilié à l'École d'économie de Paris, 14 novembre 2014.

Il y a deux façons de concevoir une politique publique :

Si l'on considère que le consommateur est souverain (c'est-à-dire que les choix du consommateur guident l'offre), alors les politiques encouragent à l'auto-régulation et à la responsabilisation du consommateur. C'est le cas des politiques conduites jusqu'à maintenant : les campagnes générales, la taxe soda, l'étiquetage, y compris les propositions colorielles, etc. Les politiques d'auto-régulation concernent également les firmes, avec les chartes d'engagement volontaire.

Si l'on considère que l'environnement alimentaire détermine la consommation, il faut réguler l'offre. Les conditions actuelles de développement de la production ont conduit à ce que les produits gras-salés-sucrés (GSS) soient les moins chers, alors que ce sont par ailleurs ceux

² Catégories socioprofessionnelles.

qui correspondent aux préférences « génétiques » des humains. Il faut noter que l'offre alimentaire est actuellement très régulée, par les politiques agricoles notamment, mais sans s'appuyer sur des objectifs nutritionnels.

L'étiquetage saillant³ pourrait avoir, schématiquement, deux types d'effets opposés pour les consommateurs :

Il permettrait un meilleur appariement des goûts des consommateurs avec les caractéristiques des produits (« j'aime le gras donc... »). Les personnes ayant un rapport instrumental au corps pourront mieux identifier les produits très caloriques qu'ils préfèrent. Une expérience a été menée, avec des distributeurs automatiques, en indiquant le contenu calorique de chaque snack : les consommateurs se tournaient davantage vers les produits les plus caloriques (parce que ces produits sont destinés à calmer la faim).

D'autres consommateurs vont préférer le produit le moins gras : « plus de gras est moins bon pour ma santé ».

Pour les producteurs :

La mise en place d'un étiquetage saillant peut amener à une segmentation accrue du marché. Certains producteurs pourront se positionner sur une production de produits GSS pour attirer les consommateurs amateurs de produits GSS.

Les producteurs les plus « vertueux » ou capables de reformuler leurs produits verront leur avantage concurrentiel se renforcer (et pourront éventuellement augmenter leurs prix en conséquence). Les autres adopteront une politique de prix agressive, rendant les produits GSS encore plus accessibles.

3/ Les liens d'intérêts des différents acteurs et les questions de mises sur agenda, par Jean-Pierre Poulain, professeur de sociologie à l'Université de Toulouse-Le Mirail, le 2 décembre 2014.

Chaque acteur est porteur d'enjeux, dans n'importe quel système. Ces enjeux d'acteurs sont évidents pour ce qui est des producteurs, mais tous les acteurs, des ministères aux associations de consommateurs, ont également des positions d'acteurs à défendre dans le domaine alimentaire. Les scientifiques ont aussi des positionnements d'acteurs et des conflits d'intérêt forts, exacerbés avec des rivalités entre disciplines (nutrition, épidémiologie, sociologie, etc.). Il est indispensable d'être conscient de ces enjeux d'acteurs et de les prendre en compte.

4/ Inégalités sociales et consommation alimentaire : enjeux de politiques publiques, par France Caillavet, économiste, directrice de recherche à l'INRA, équipe ALISS (Alimentation et Sciences sociales), le 2 décembre 2014.

Depuis 40 ans, une tendance générale à l'amélioration globale de la qualité nutritionnelle de la consommation à domicile est observée. Le revenu reste un moteur important des inégalités nutritionnelles dans l'alimentation au domicile, par rapport au niveau d'éducation : de ce fait, une politique de revenu paraît mieux à même de réduire les inégalités qu'une politique d'information.

D'après une étude sur Paris et la petite couronne, l'accessibilité à une alimentation saine (fruits et légumes) peut être améliorée par l'offre commerciale en termes d'augmentation de surface de vente alimentaire.

5/ Les comportements d'achats face à différents systèmes d'étiquetage (1), par Bernard Ruffieux, professeur d'Université es sciences économiques, spécialiste d'économie comportementale et expérimentale, le 3 avril 2015.

Tout étiquetage, s'il est efficace, a des effets sur les comportements des acheteurs. Les plus grands obstacles à l'impact d'un étiquetage sont liés à des questions de capture d'attention, de saillance, de temps de décision et d'environnement serein. Lors de son intervention, Bernard Ruffieux a présenté différents formats d'étiquetage, ainsi que leurs caractéristiques et conséquences.

³ Les pastilles de couleur.

Les différents formats d'étiquetage induisent des comportements de consommation qui sont différents. Ainsi, ils ont plus d'effets chez les personnes qui savent déjà. Les informations données agissent comme des rappels ou des confirmations. Un format agrégé d'étiquetage est plus efficace qu'un format analytique, si celui-ci contient des informations dissonantes. Les formats incluant des messages négatifs (*traffics light*) sont plus efficaces que les étiquetages comprenant uniquement des messages positifs (*green key*).

Les résultats détaillés lors de cette audition sont ceux observés en laboratoire. Ils sont à nuancer dans des conditions réelles d'achat.

6/ Les comportements d'achats face à différents systèmes d'étiquetage (2), par Louis-Georges Soler, économiste, directeur de recherche à l'INRA et directeur de l'unité de recherche ALISS (Alimentation et Sciences sociales), le 3 avril 2015.

Deux grandes stratégies d'actions sont possibles d'un point de vue des politiques nutritionnelles. Les unes portent sur l'information du consommateur, pour le rendre plus expert sur les questions nutritionnelles ; les autres portent sur l'environnement du consommateur, de la publicité aux caractéristiques des produits mis sur le marché. Dans un objectif d'amélioration de la qualité nutritionnelle du panier des consommateurs, les leviers d'action doivent être multiples et pérennes : actions volontaires des entreprises et actions publiques (actions réglementaires, étiquetage, partenariat public/privé).

Les dynamiques de changement d'offre ne bougent certainement pas aussi vite que souhaité, notamment à cause des coûts et des contraintes technologiques, des effets d'asymétrie de l'information (un consommateur ne sait pas juger des caractéristiques des produits, ce qui n'incite pas à reformuler un produit), une certaine addiction à certains ingrédients (le sucre, par exemple), qui n'incite pas à la reformulation, mais aussi le fait que le consommateur pourrait associer un aliment bon pour la santé à un produit insipide.

La modification progressive de l'offre peut permettre un réajustement progressif des préférences, qui ne sont pas définies définitivement. L'intervention publique permet une coordination entre les opérateurs.

7/ Les populations précaires et leurs rapports à l'alimentation, par Caroline Rio, diététicienne et membre du CENA (Club Experts Nutrition et Alimentation) et Dominique Moutray, diététicienne à la Banque alimentaire de Charente-Maritime, le 3 juin 2015.

La situation des populations précaires sur le plan socioéconomique continue de se dégrader. L'obésité continue de progresser chez ces populations. Il est cependant difficile de dresser un « portrait-robot » des populations précaires. Leur alimentation dépend de nombreux paramètres, incluant notamment leur trajectoire de vie, le célibat, le fait d'être une famille monoparentale, de disposer ou non d'un domicile, d'un endroit pour recevoir des invités ou d'une cuisine. Ainsi, les habitudes d'achat se font en fonction des conditions matérielles.

Les populations précaires sont demandeuses d'information sur l'alimentation. Les messages nutritionnels sont connus, notamment grâce à la télévision, mais ne sont pas compris. Le rapport qualité/prix n'est pas lié à la qualité nutritionnelle, mais à la qualité sensorielle et au plaisir.

Les diététiciens doivent faire un travail de fond : créer un lien de confiance et ne surtout pas culpabiliser les personnes en situation de précarité. Sur le terrain, les professionnels de la nutrition doivent souvent faire face à des injonctions contradictoires. Il serait intéressant que les messages délivrés aux populations précaires soient adaptés au cas par cas.

8/ Un protocole expérimental pour tester in situ l'étiquetage nutritionnel simplifié, par Pierre Combris, économiste, directeur de recherche à l'INRA, équipe ALISS (Alimentation et Sciences sociales) chargé d'animer, dans le cadre du Fonds Français Alimentation Santé, une réflexion sur les caractéristiques d'un protocole expérimental destiné à évaluer les effets de la mise en place de l'étiquetage nutritionnel simplifié), le 2 novembre 2015.

Lors de cette audition, Pierre Combris a expliqué les principes de la mise en place d'un protocole expérimental afin de tester, dans le cas présent, l'étiquetage nutritionnel simplifié.

L'expérimentation en situation réelle permet d'étudier les effets non identifiables en laboratoire. Elle n'intervient qu'après des résultats positifs conduits en laboratoire, qui ne seront pas nécessairement les mêmes en conditions réelles d'achat, où les sujets étudiés ont une grande quantité d'informations à traiter et de nombreuses sources de distraction.

Les premiers critères, avant la mise en place de l'expérimentation, sont de déterminer le périmètre de la mesure, le point de référence et de préparer un protocole de suivi longitudinal.

Deux groupes d'individus sont constitués : l'un est soumis au dispositif, l'autre non (groupe de contrôle). Il est nécessaire de veiller à ce que le groupe de contrôle ne soit pas « contaminé » par le groupe exposé. Dans le cas de l'expérimentation pour tester l'étiquetage nutritionnel simplifié, l'individu est le magasin.

La mise en place d'un protocole de cette nature peut aboutir à des analyses de coût-efficacité de l'information nutritionnelle, afin de permettre une meilleure allocation des moyens consacrés à améliorer le statut nutritionnel de la population.

Cet Avis comporte une seule recommandation formelle.

Avertissement : Le système dit « 5C », tel qu'employé dans les pages qui suivent, se nomme désormais, dans le cadre de l'expérimentation des systèmes d'étiquetage en situation réelle, « Nutri-Score ».

Considérant que :

- les travaux conduits dans le cadre du présent ont fait apparaître la nécessité de bénéficier d'une expertise collective organisée dans le domaine sociologique et économique, mobilisable sur les sujets alimentaires, au même titre que l'expertise collective mobilisable au sein de l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses) dans d'autres domaines scientifiques.
- que cette expertise collective servira notamment de base aux débats conduits au sein du CNA dans sa mission d'appui à l'élaboration des politiques publiques de l'alimentation (lequel est amené, actuellement, à rassembler lui-même les résultats scientifiques nécessaires à la conduite des débats).

Le CNA recommande :

La mise en place d'une structure institutionnelle d'expertise collective dans le domaine des sciences humaines et sociales de l'alimentation, qui pourrait constituer un comité d'expertise scientifique (CES) spécifique au sein de l'Anses⁴.

Une adaptation des modalités de sélection des experts ou de fonctionnement de l'instance sera éventuellement nécessaire, compte tenu de la taille restreinte du vivier d'experts et des spécificités des méthodes de recherche et d'observation en sciences humaines et sociales.

⁴ Ce qui est différent du fait d'associer un sociologue ou un économiste dans des collectifs d'expertise centrés sur d'autres disciplines.

- Annexe n°1** : Note de questionnement du CNA : « Contribution préliminaire à une réflexion pour la mise en place d'un étiquetage nutritionnel graphique sur les aliments, dans le cadre de l'article 5 du projet de Loi de santé publique ».
- Annexe n°2** : Note complémentaire du CNA : « Projet d'étiquetage nutritionnel, mise en œuvre du système dit « 5C » - Propositions du CNA ».
- Annexe n°3** : Éléments de cadrage sociologique – Jean-Pierre Corbeau.
- Annexe n°4** : Alimentation, santé et politiques publiques : de l'auto-régulation du marché à la régulation de l'environnement alimentaire – Fabrice Étilé.
- Annexe n°5** : Les liens d'intérêts des différents acteurs et les questions de mises sur agenda – Jean-Pierre Poulain.
- Annexe n°6** : Inégalités sociales et consommation alimentaire : enjeux de politiques publiques – France Caillavet.
- Annexe n°7** : Les comportements d'achats face à différents systèmes d'étiquetage (1) – Bernard Ruffieux.
- Annexe n°8** : Les comportements d'achats face à différents systèmes d'étiquetage (2) – Louis-Georges Soler.
- Annexe n°9** : Les populations précaires et leurs rapports à l'alimentation – Caroline Rio et Dominique Moutray.
- Annexe n°10** : Un protocole expérimental pour tester *in situ* l'étiquetage nutritionnel simplifié – Pierre Combris.
- Annexe n°11** : Composition du groupe de travail
- Annexe n°12** : Personnes auditionnées par le groupe de travail
- Annexe n°13** : Bibliographie
- Annexe n°14** : Liste des sigles

Note de questionnement du CNA

Contribution préliminaire à une réflexion pour la mise en place d'un étiquetage nutritionnel graphique sur les aliments, dans le cadre de l'article 5 du projet de Loi de santé publique.

La présente contribution est issue de travaux conduits en 2014/2015 par le groupe de travail permanent *Politique Nutritionnelle* du Conseil national de l'alimentation (CNA), dans le contexte de la préparation de la *Loi de Santé Publique* (LSP) et notamment de l'article 5 du projet du Gouvernement.

Focalisée sur le point sensible de l'étiquetage nutritionnel, elle devra être mise en perspective avec l'ensemble des analyses que le CNA conduit, en s'appuyant sur ses avis et recommandations antérieurs, sur les différentes dimensions et approches de la politique nutritionnelle (dépistage et prise en charge, éducation des enfants, sensibilisation et formation des adultes, dépenses et activités physiques, amélioration de la qualité nutritionnelle, marketing alimentaire, etc.). L'aspect spécifique de l'étiquetage pourrait ne pas être approfondi par le CNA, en fonction de l'articulation des calendriers, mais le CNA poursuivra ses travaux sur les autres points dans le cadre d'une approche globale.

Cette note constitue une contribution préliminaire, élaborée sur la base des auditions qui ont pu avoir lieu devant le groupe de travail dans un laps de temps restreint, et qui devront être complétées. Elle ne constitue pas un avis formel du CNA, travail qui nécessitera davantage de temps et devra s'inscrire en complément des travaux conduits en parallèle au sein de différentes instances (Haut Conseil de la santé publique, Direction générale de la santé, Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (Anses), Fonds Français Alimentation Santé (FFAS), etc.).

Par ce document, le CNA appelle l'attention sur la complexité des questions à étudier avant de choisir un éventuel système d'information nutritionnelle graphique ou symbolique, afin d'aboutir à une solution pertinente et consensuelle. Le CNA considère nécessaire de prendre le temps d'étudier les différentes options possibles et leurs impacts prévisibles dans le contexte français, afin de construire un système pertinent eu égard aux objectifs politiques fixés, lesquels doivent également être précisés.

Les travaux conduits par le CNA s'appuient principalement sur des études scientifiques relatives à la perception de l'alimentation et de la nutrition (aspect sociologiques) et aux équilibres entre les acteurs (aspects économiques), avec un éclairage spécifique sur les populations précaires⁵. Ce document permet d'avoir un panorama de la complexité du problème, derrière une solution qui aurait pu sembler simple au premier abord. Il ne présage pas de la solution adoptée.

L'ARTICLE 5 DE LA LSP

L'article 5 du projet de LSP prévoit : « *Afin de faciliter le choix du consommateur au regard de l'apport en énergie et en nutriments à son régime alimentaire, sans préjudice [du règlement UE INCO], la déclaration nutritionnelle obligatoire prévue par le même règlement peut être accompagnée d'une présentation ou d'une expression complémentaire au moyen de graphiques ou de symboles, dans les conditions prévues à l'article 35 dudit règlement. Les modalités selon lesquelles les recommandations de l'autorité administrative prévues au 2 du même article 35 sont établies et font l'objet d'une évaluation sont définies, après avis de [l'Anses], par décret en Conseil d'État.* »⁶

Le principe d'une information nutritionnelle simplifiée, plus accessible au consommateur, est partagé par l'ensemble des acteurs de la chaîne alimentaire représentés au sein du CNA, notamment

⁵ Aucune association ne représente les populations précaires en tant que telles. Leur voix est notamment portée au sein du groupe de travail par les sociologues et par les acteurs qui sont à leur contact au quotidien sur le terrain (diététiciens, cliniciens...).

⁶ Version issue de l'Assemblée nationale, enregistrée au Sénat le 15 avril 2015 (n°406).

par les consommateurs, les industriels, les distributeurs et les experts. L'objectif de l'article 5 apparaît en conséquence comme consensuel, dès lors que cette mesure reste volontaire et conforme au règlement INCO (article 35)⁷.

Cette proposition est notamment fondée sur le fait que l'étiquetage actuel est difficilement compréhensible et très peu lu par les consommateurs ; le choix d'un produit en magasin se fait en moins d'une seconde en fonction principalement du prix, de l'image, de la notoriété de la marque et de l'expérience antérieure du consommateur ; la qualité nutritionnelle est rarement un critère de sélection immédiat⁸. Or, pour un même type d'aliments, la composition nutritionnelle peut être très différente selon les gammes et les marques. Des efforts significatifs sont faits par certains acteurs économiques pour améliorer la qualité nutritionnelle des produits, notamment dans le cadre des chartes d'engagement de progrès nutritionnels du Plan national nutrition santé (PNNS) et des accords collectifs du Programme national pour l'alimentation (PNA), mais ils sont difficilement valorisables⁹.

DES OBJECTIFS CLAIRS

Les objectifs poursuivis par le législateur doivent être clairement identifiés. En effet, **aucun système ne peut prétendre répondre à tous les objectifs**.

S'agit-il de tendre vers un système relativement neutre d'information nutritionnelle, pour un choix plus libre ? De cibler des populations spécifiques ? De chercher à réduire les inégalités sociales de santé ? De diminuer la prévalence du surpoids dans la population générale ? D'orienter l'alimentation pour faciliter le suivi des repères du PNNS, en évitant d'être trop prescriptif ? De contribuer à maîtriser les dépenses de santé ? Comment ces objectifs s'articulent-ils avec les autres politiques gouvernementales, par exemple relatives à l'emploi ou au tourisme ? Il y a peut-être différents objectifs, lequel faut-il alors privilégier ? (*cf. FICHE N°1*)

... CAR LA SITUATION EST COMPLEXE

Les modalités de mise en œuvre d'une mesure volontaire d'information nutritionnelle graphique resteraient à préciser avant adoption des textes d'application.

Il n'y a pas de solution simple. Les consommateurs ne réagissent pas tous de la même façon aux mêmes messages. Des mesures qui pourraient, de façon intuitive, sembler pertinentes (ex : informer sur la densité calorique des aliments), peuvent avoir en pratique des effets très variables, parfois opposés à ceux recherchés, en particulier pour certaines populations telles que les populations défavorisées (qui recherchent notamment le rassasiement immédiat au meilleur prix) ou les adolescents (opposition, défi). (*FICHES n°2 et 3*).

La proposition d'information nutritionnelle sous forme de pastilles de couleurs, telle que présentée par le Pr. Hercberg dans un rapport rédigé à titre personnel en 2014 sur la base d'un mandat de Mme la Ministre des Affaires sociales et de la Santé « *Propositions pour un nouvel élan de la politique nutritionnelle française de santé publique dans le cadre de la Stratégie Nationale de Santé* », représente une option de mise en œuvre, défendue notamment par de nombreux représentants de sociétés savantes, mais qui soulève également d'importantes réserves de la part d'autres scientifiques, dont des sociologues¹⁰ et des cliniciens,

⁷ L'article 35 du règlement INCO prévoit notamment que :

- a) ces formes se fondent sur de solides études auprès du consommateur scientifiquement valides et n'induisant pas le consommateur en erreur ;
- b) leur mise au point est le résultat de la consultation d'un large éventail des parties prenantes ;
- c) elles visent à faciliter la compréhension par le consommateur de la contribution de la denrée alimentaire à l'apport en énergie et en nutriments d'un régime alimentaire ou de l'importance de la denrée considérée ;
- d) elles sont étayées par des éléments scientifiquement valides prouvant que le consommateur moyen comprend la façon dont l'information est exprimée ou présentée ;
- e) dans le cas des autres formes d'expression, elles se fondent soit sur les apports de références harmonisés fixés à l'annexe XIII, soit, en l'absence de telles valeurs, sur des avis scientifiques généralement admis concernant les apports en énergie ou en nutriments ;
- f) elles sont objectives et non discriminatoires ;
- g) leur mise en œuvre ne fait pas obstacle à la libre circulation des marchandises.

⁸ Sauf pour certains consommateurs qui sont soumis à des restrictions particulières du fait de leur état de santé ainsi que, à l'inverse, pour ceux qui en font une quasi obsession en dehors de tout contexte médical.

⁹ Ce sujet est lui-même très complexe, puisque la mise en avant de certaines évolutions de composition peut s'avérer contre-productive en termes de parts de marché (auditions de Bernard Ruffieux, chercheur en économie comportementale et expérimentale pour la conception des produits, INP Grenoble / INRA – Communication orale, Conseil national de l'alimentation, 4 avril 2015).

¹⁰ MM. Jean-Pierre Corbeau, Claude Fischler, Jean-Louis Lambert, Jean-Pierre Poulain, Thibault de Saint Pol, sociologues français de l'alimentation, ont notamment émis de fortes réserves quant à la pertinence du système Rayner en France. Certains des économistes de l'alimentation auditionnés par le CNA (MM. Bernard Ruffieux, Louis-Georges Soler) se montrent réservés en

ainsi que des différents acteurs économiques qui ont pris position sur le sujet. Base d'un débat utile, elle ne doit pas empêcher d'examiner les autres systèmes possibles, sur la base d'une expertise collective élargie et de débats ouverts.

UNE EXPERTISE SCIENTIFIQUE COLLECTIVE A CONDUIRE

Un travail d'expertise scientifique collective est nécessaire, afin d'analyser les données scientifiques disponibles relatives aux systèmes d'étiquetage nutritionnel mis en œuvre dans différents pays, de cultures différentes, et à leurs impacts respectifs en fonction des objectifs poursuivis.

Ce travail devra être conduit par l'Anses, comme le prévoit le projet de loi. Il nécessitera un temps suffisant afin de conduire une expertise collective multidisciplinaire permettant d'intégrer les contributions de la sociologie, de l'économie, des sciences cognitives, etc. Le récent rapport remis par l'Anses sur la faisabilité technique du système dit de Rayner¹¹ porte sur une question technique pointue et ne préjuge pas de la pertinence du système ou des seuils envisagés dans un objectif de santé publique ; il relève de l'appui technique et non de l'expertise collective¹².

Un document¹³ élaboré par le Fonds Français pour l'Alimentation et la Santé (FFAS) en 2014 analyse, sans exhaustivité, 9 systèmes utilisés ou envisagés dans différents pays. Il ne permet pas d'identifier de système idéal mais conduit à penser que la prise en compte des avantages et des limites de chacune des approches pourrait permettre de construire une solution consensuelle dans le contexte français.

Il est à noter que tout système s'adapte aux nouveaux instruments de mesure. Un système, quel qu'il soit, va entraîner un jeu d'acteurs dont la résultante est difficile à prévoir¹⁴.

LA CONSULTATION DES PARTIES PRENANTES

En complément de l'avis de l'Anses, il sera impératif – comme le prévoit l'article 35 – de consulter les acteurs socio-économiques (consommateurs et professionnels).

Cette consultation a été initiée en 2014 au sein du CNA, en replaçant le débat dans le cadre d'une approche globale de la politique nutritionnelle. Elle a abouti à la présente contribution préliminaire, élaborée dans des délais contraints, qui rassemble essentiellement des éléments d'analyse et des questionnements. Pour aboutir à des recommandations consensuelles, des débats plus approfondis, sur un pas de temps suffisant, devraient être conduits.

C'est pourquoi il est proposé que la Loi prévoie, en complément de celle de l'Anses, la consultation formelle des parties prenantes : « (...) Les modalités selon lesquelles les recommandations de l'autorité administrative prévues au 2 du même article 35 sont établies et font l'objet d'une évaluation sont définies, par décret en Conseil d'État, après avis de l'Anses **et consultation formelle des parties prenantes dans le cadre des instances compétentes** ».

ETAT DES REFLEXIONS DU CNA : VERS UN SYSTÈME CONSENSUEL ET EFFICACE

À l'issue des premières auditions que le CNA a pu conduire, les points de vigilance suivants ont été identifiés. La prise en compte de ces éléments permettrait d'optimiser les chances d'aboutir à un système d'information nutritionnelle simplifiée consensuel et efficace, en fonction des objectifs retenus au préalable.

(1) Un système d'information doit s'intégrer dans une **approche globale de l'alimentation** :

- intégrer, outre les connaissances nutritionnelles les plus actualisées, les enseignements de la sociologie française dans le domaine des comportements alimentaires, notamment pour ce qui est du rapport au corps et à l'alimentation de certaines populations défavorisées (**FICHES n°2, 3 et 4**) ;
- accompagner la politique d'éducation alimentaire conduite dans le cadre du PNNS et du PNA ;

¹¹ l'absence d'expertise collective et d'expérimentation en situation réelle.

¹² « Évaluation de la faisabilité du calcul d'un score nutritionnel tel qu'élaboré par Rayner et al. », daté de mars 2015, diffusé en juin 2015 <<https://www.anses.fr/sites/default/files/documents/DER2014sa0099Ra.pdf>>

¹³ Ces réserves sont développées dans le rapport.

¹⁴ Voir notamment le travail initié par le Fonds Français Alimentation Santé (FFAS) : « Les dispositifs graphiques d'information nutritionnelle » : rapport du FFAS (2014).

¹⁴ Bernard Ruffieux – Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 4 avril 2015.

- ne pas porter atteinte au modèle alimentaire français (plaisir, convivialité, diversité des produits, gastronomie...) et ne pas conduire à une médicalisation de l'alimentation.

(2) Le système devrait :

- être utilisable par le consommateur pour faire des choix rationnels dans le sens des objectifs de santé ;
- pouvoir évoluer en intégrant les nouvelles connaissances (notamment dans le domaine de la nutrition-santé) sans se contredire (**FICHE n°5**) ;

Il devrait être étudié l'intérêt de :

- prendre en compte les aspects quantitatifs autant que qualitatifs¹⁵, donner des messages sur les tailles de portion à consommer (avec des illustrations), les occasions et fréquences de consommation ;
- illustrer des exemples d'associations pour replacer l'aliment au sein d'une alimentation diversifiée et équilibrée (à l'exemple de ce qui existe déjà sur certains paquets de biscuits ; 1/4 de pizza avec un légume et un fruit ; la salade et la sauce, etc.) ;

(3) Selon le système retenu, il conviendra d'étudier les possibilités d'exemption : des ingrédients de base (afin d'inciter à cuisiner, seule façon de se réapproprier les aliments) ; des produits artisanaux (du fait de la complexité de mise en œuvre et des coûts induits) ; des produits sous SIQO¹⁶ et des autres produits régis par une réglementation spécifique déterminant leur composition (baby food, nutrition clinique, produits répondant à la directive cadre diététique, Codes des Usages), produits dont la composition ne peut, par construction, évoluer que dans des limites très restreintes.¹⁷

- (4) Il faut développer en parallèle les moyens permettant l'éducation alimentaire et l'accompagnement des populations concernées. Un étiquetage ne fait pas une politique alimentaire.**
- (5) Enfin, il conviendrait de porter les réflexions à l'échelle européenne afin de faciliter à terme l'harmonisation des mesures mises en place.**

FICHES JOINTES :

- n°1 : Des objectifs clairs et cohérents.
- n°2 : L'utilisation des messages nutritionnels vari e selon les populations
- n°3 : Les enfants et les adolescents
- n°4 : Comment articuler santé publique et politique nutritionnelle ? Vers de nouveaux équilibres
- n°5 : La nutrition, des connaissances en évolution
- n°6 : Formats d'étiquetage des aliments

¹⁵ À l'exemple des repères de consommation responsable sur le vin : « Deux verres maximum par jour pour les femmes. Trois verres maximum par jour pour les hommes ».

¹⁶ Signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine.

¹⁷ Un tel système ne pourrait pas non plus s'appliquer aux boissons alcoolisées pour lesquelles des seuils de consommation à moindre risque (<<http://www.2340.fr>>) ont été établis par l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS).

DES OBJECTIFS CLAIRS ET COHÉRENTS

Les **objectifs** politiques et opérationnels poursuivis par une politique de santé-nutrition détermineront les solutions à mettre, ou non, en place. S'agit-il par exemple :

- d'augmenter le bien-être de la population ? de diminuer l'incidence globale du surpoids et des maladies « alimentaires » au sein de la population ?
- de diminuer les coûts de santé (ou *a minima* ralentir leur augmentation) ?
- de lutter contre les inégalités de santé avec plus de justice sociale ?
- de mieux informer le consommateur, pour un choix plus libre ?

Les solutions ne seront pas les mêmes, elles peuvent même être antagonistes.

Les conclusions d'une expertise collective de l'INSERM¹⁸ introduisent l'idée d'« universalisme proportionné » : comment mettre en place une politique qui permette d'agir pour tout le monde tout en ayant un impact plus important sur les populations défavorisées ?

Un groupe de travail du Conseil national de la consommation (CNC)¹⁹ de 2006 concluait qu'il était souhaitable d'informer le consommateur afin de faciliter ses choix et lui permettre d'exercer son jugement quant à l'intérêt nutritionnel d'un produit pour lui, tout en comparant les produits entre eux ; il réfutait l'idée d'orienter les choix par l'apposition d'un « jugement externe » sur les produits.

Quelques exemples (en complément des éléments présentés dans les autres fiches) :

La LSP affiche comme objectif de **lutter contre les inégalités sociales de santé**²⁰, en cohérence avec la *Loi d'avenir pour l'agriculture, l'alimentation et la forêt* (LAAAF, 2014), qui retient la justice sociale comme l'un des quatre axes du Programme national pour l'alimentation (PNA). Or, les mesures mises en œuvre depuis 14 ans par le PNNS profitent essentiellement à la part de la population qui en aurait le moins besoin, et non aux 30 % des plus démunis. Il conviendrait dès lors de **cibler les 30 % de populations défavorisées, avec des mesures adaptées** compte tenu de leurs réactions spécifiques aux messages de prévention (**FICHE n°2**).

Mais, selon le paradigme de Rose, une petite modification sur un grand nombre d'individus peut avoir un impact statistique plus important, en termes de santé publique, qu'une modification importante touchant un nombre limité de personnes. Ce qui inciterait, pour améliorer **l'état de santé global de la population**, à développer des actions touchant la majorité de la population, soit **les 70 % les plus favorisés**.

Il semblerait par ailleurs qu'une prévention-santé efficace, qui augmente la durée de vie des populations, augmente également les coûts de santé pour la société. Différentes études (Pays-Bas, Canada) montrent que les personnes qui ont un mode de vie globalement sain coûtent plus cher à la

¹⁸ Inserm (dir.), *Inégalités sociales de santé en lien avec l'alimentation et l'activité physique*, Rapport, Paris, Les éditions Inserm, 2014, XVI-731 p. – (Expertise collective).

¹⁹ Conseil National de la Consommation, « Réflexions pour une révision de l'étiquetage nutritionnel » – Groupe de travail de la Commission agroalimentaire du CNC, janvier 2006.

²⁰ Article 1 du projet [Art. L. 1411-1. – (...) La politique de santé (...) tend à assurer la promotion de conditions de vie favorables à la santé, l'amélioration de l'état de santé de la population, la réduction des inégalités sociales et territoriales de santé et l'égalité entre les femmes et les hommes et à garantir la meilleure sécurité sanitaire possible et l'accès effectif de la population à la prévention et aux soins. (...) [version issue de l'Assemblée nationale, enregistrée au Sénat le 15 avril 2015 (n°406)]. L'article 5 s'insère dans le chapitre 1^{er} du titre Ier : « Soutenir les jeunes pour l'égalité des chances en santé ».

société, sur l'ensemble de leur vie, que les personnes à risque (obèses, fumeurs ...), du fait des soins consommés dans leur grand âge (que les autres n'atteignent généralement pas). **La prévention vise à améliorer le bien-être et la durée de vie des gens en bonne santé, et non pas à diminuer les dépenses de santé.**

La politique de santé-nutrition doit être conçue en **cohérence** avec les autres politiques publiques conduites par le Gouvernement. Sont notamment concernés (sans ordre d'importance) : le développement durable et la protection de l'environnement, l'alimentation, la politique agricole, l'emploi, la justice sociale, l'aide alimentaire et l'insertion sociale, l'éducation, la recherche, la politique économique et le commerce extérieur, la protection des consommateurs ou le tourisme.

Exemple : Les consommations alimentaires ont un impact direct, bien qu'encore très difficile à évaluer de façon opérationnelle, sur l'environnement. Recommander de manger de la viande trois fois par semaine ou une fois par jour n'a pas, potentiellement, le même impact environnemental. Quelles diètes permettraient de réduire l'impact environnemental de nos consommations alimentaires ? La réponse n'est pas linéaire : selon l'étude DuaAline INRA-CIRAD, une diète nutritionnellement optimisée n'est pas systématiquement une diète optimisée en termes d'impact environnemental.

Chaque acteur utilise les informations que l'on met à sa disposition pour faire des choix en fonction de sa rationalité et de ses objectifs. La rationalité économique, tout comme la rationalité sanitaire, ne seront pas les mêmes pour les différentes catégories de consommateurs, de producteurs (industriels/artisanat), de distributeurs ou de scientifiques (diététicien, épidémiologiste, économiste, sociologue)...

Références bibliographiques :

- France CAILLAVET, Nicole DARMON, Anne LHUISSIER, Faustine REGNIER, « L'alimentation des populations défavorisées. Synthèse des travaux dans les domaines économique, sociologique et nutritionnel », *Les travaux de l'Observatoire*, INRA, 2005-2006.
- Fabrice ETILE, Économiste, Directeur de recherche à l'INRA, Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 14 novembre 2014.
- Catherine ESNOUF, Marie RUSSEL, Nicolas BRICAS, *Pour une alimentation durable – Réflexion stratégique duALIne*, Quae, Paris, 2011.
- Geoffrey ROSE, « Sick individuals and sick population », *International Journal of Epidemiology*, 1985, 14, 32-38. Disponible sur : <http://ije.oxfordjournals.org/content/30/3/427.full>
- Pieter VAN BAAL, 2008, « Lifetime Medical Costs of Obesity : Prevention No Cure for Increasing Health Expenditure ». Disponible sur : <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2225430/>
- L. BONNEUX, J.J. BARENDRGT, W.J. NUSSELDER, P.J. DER MASS, 1998, « Preventing fatal diseases increases healthcare costs : cause elimination life table approach ». Disponible sur : <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2665317/pdf/9451262.pdf>
- Corinne HODGSON, « Cost-effectiveness of palliativecare ». Disponible sur : <http://hpcintegration.ca/media/24434/TWF-Economicsreport-Final.pdf>
- Bernard RUFFIEUX, chercheur en économie comportementale et expérimentale pour la conception des produits, INP Grenoble / INRA – Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 4 avril 2015.

L'UTILISATION DES MESSAGES NUTRITIONNELS VARIE SELON LES POPULATIONS

Il existe deux matrices principales de représentation du corps : le rapport instrumental et le rapport réflexif.

Le rapport instrumental au corps se rencontre essentiellement chez les catégories sociales dites populaires (paysans, artisans, ouvriers). Le corps est une machine, qui doit fonctionner, à laquelle il faut donner un carburant le plus énergétique possible. Pour certaines populations immigrées, manger beaucoup et calorique peut aussi être un moyen d'exorciser le manque.

À l'opposé, **dans un rapport réflexif**, que l'on rencontre préférentiellement chez les CSP+²¹, les femmes et les urbains, le corps est pensé, écouté, soigné. Il y a un souci, parfois exacerbé, des conséquences de l'incorporation de nourritures.

Ces deux populations réagissent de façon différente aux messages nutritionnels.

Les catégories sociales privilégiées sont davantage demandeuses d'information sur les aliments, car leur rapport à la pulsion alimentaire est brisé.

Mais l'information nutritionnelle accentue leur rapport réflexif au corps, allant parfois jusqu'au refus de certains aliments, voire à l'orthorexie²². Les aliments, désenchantés, sont réduits à une fonction nutritionnelle. Ils sont classés dans des catégories, bonnes ou mauvaises, au détriment de la variété et de la modération, en oubliant que seule la dose est poison. Or, manger est avant tout un acte social.

Au contraire, quand la peur de la sous-nutrition ou de la famine reste dans la mémoire individuelle ou collective, le sujet va se nourrir sans se poser de questions. La nourriture est mieux dans son corps que dans un placard, à plus forte raison s'il n'a pas de lieu pour conserver les aliments.

Les populations précaires

8,6 millions de personnes sont considérées comme précaires en France (INSEE, 2012), soit quelque 13 % de la population. Ce chiffre recouvre des populations et des situations très hétérogènes.

Il est primordial de noter que les constats sur le mode de vie et les pratiques alimentaires des personnes en situation de précarité (irrégularité, déséquilibre nutritionnel des repas, troubles du sommeil, sédentarité...) sont avant tout la conséquence de leur précarité : s'extraire de la pauvreté suffit à rétablir un équilibre propice à sa santé²³. L'éducation à la santé des personnes modestes n'a de sens que si elle est intégrée dans une politique socio-économique globale.

Selon l'OMS, la malnutrition est à envisager sous l'angle du « double fardeau nutritionnel » : prévention du surpoids et de l'obésité mais aussi de la dénutrition (dont l'obésité sarcopénique).

Ces populations sont très hétérogènes en fonction de leurs trajectoires extrêmement diverses (situations familiales, composition familiale, genre, culture...) mais certaines caractéristiques communes sont identifiées :

- Elles ont généralement un **rapport instrumental** au corps.

²¹ Catégorie socio-professionnelles.

²² L'orthorexie est un trouble du comportement alimentaire caractérisé par une obsession de l'ingestion d'une nourriture saine et un rejet systématique des aliments perçus comme malsains.

²³ Observatoire national de la pauvreté et de l'exclusion sociale, *Crise économique, marché du travail et pauvreté*, 2011-2012, disponible sur <<http://www.onpes.gouv.fr/Le-Rapport-2011-2012.html>>.

- **Elles se projettent difficilement dans l'avenir**, beaucoup trop angoissant (chômage, revenus, enfants...)²⁴ ; c'est un réflexe de survie.
- Elles souffrent souvent d'un **manque d'estime de soi**, d'une faible confiance dans leur capacité à réaliser les modifications attendues pour aller vers de meilleurs comportements.
- Elles sont davantage exposées et sensibles à la publicité ; l'achat de produits représente la possibilité d'accéder à la société de consommation, d'être comme tout le monde.
- Leur priorité, en matière d'alimentation, est celle de l'abondance et du choix possible à table. Consommer est une forme de participation à la vie sociale.²⁵
- La priorité est que les enfants mangent, et qu'ils mangent ce qui leur plaît.

Qui plus est :

- Dans certaines cultures, le surpoids, notamment des enfants, est valorisé. L'alimentation représente une victoire sur des frustrations et des manques antérieurs.
- Lorsqu'un logo spécifique est présent sur un produit, quel qu'il soit, il signifie pour les populations à petit budget que le produit est plus cher²⁶.

De ce fait :

- Ces populations privilégient souvent, volontairement, les aliments à forte densité énergétique, dans une rationalité, légitime, de **rassasiement immédiat au meilleur prix**²⁷.
- Les messages de prévention-santé sont moins bien compris. Ils peuvent parfois être vécus comme **culpabilisants** et, de ce fait, **rejetés**, surtout s'ils prônent des comportements trop éloignés des habitudes initiales. Ils doivent donc d'abord ne pas nuire.
- Par réflexe d'identification sociale, des comportements de **défis** peuvent se développer, conduisant à adopter une attitude opposée aux prescriptions.
- Des aliments sains « alibis » peuvent être achetés de temps en temps par les mères de famille, pour se déculpabiliser. Mais sans changer l'équilibre global de la diète.

On notera qu'aucune association ne représentent les populations à petit budget en tant que telles.

Préconisations possibles, selon certaines des personnes auditionnées :

Les recommandations des sociologues seraient de passer, autant que faire se peut, par des situations de rituels et d'usage de consommation, et de ne parler de l'aliment qu'en sa présence. Il faut amener les gens à **se penser en train de manger** et de prendre du plaisir ; créer des questionnements sur les pratiques, sans juger et surtout sans interdire.

Faire la cuisine, se réapproprier l'aliment, est très important, en créant, par exemple, une dynamique de groupe lors d'ateliers-cuisine, où l'on cuisinera vite, facile et bon marché. La seule façon de comprendre une étiquette est de savoir cuisiner. Les produits bruts, les ingrédients, doivent donc être valorisés.

Si l'on veut intervenir via l'étiquetage des produits, il conviendrait de mettre l'accent, outre les aspects qualitatifs, **sur les aspects quantitatifs** et interprétatifs, car les consommateurs, du fait de la complexité des notions nutritionnelles, ont besoin d'un accompagnement pour replacer chaque aliment (notamment

²⁴ Faustine Régnier : « En catégorie modeste, le long terme, qui sous-tend implicitement bien des recommandations, ne fait pas sens : d'une part, les préoccupations au jour le jour sont plus importantes qu'en milieu aisé, d'autre part domine ici une symbolique de la maladie qui surgit brusquement, primant sur celle de la santé au long terme. (...) Quand les goûts ne sont pas modelés par un souci santé ou de minceur, passer à une alimentation dite « plus saine » implique un fort renoncement, qui ne va pas de soi quand les profits se font dans un long terme mal perçu. D'autant plus que les recommandations sont plus souvent vécues en milieu modeste comme des contraintes venant s'opposer à l'exercice d'une forme de liberté dans le domaine de l'alimentation. »

²⁵ Faustine Régnier : « En milieu modeste, la priorité en matière d'alimentation est celle de l'abondance et du choix possible à table, (...) Consommer est en effet une forme de participation à la vie sociale. L'alimentation, premier luxe accessible, victoire sur le manque et sur des frustrations antérieures est le domaine où l'on prouve que l'on n'est certes pas riche, mais que l'on peut s'offrir ce que propose la société de consommation. »

²⁶ Étude Opticourse, cf référence bibliographique page suivante.

²⁷ Le stress permanent est par ailleurs calmé par des aliments à haute densité énergétique.

transformé) dans l'ensemble de l'offre alimentaire :

- donner des messages sur les tailles de portion à consommer (avec des illustrations),
- illustrer les occasions et les fréquences de consommation (à l'exemple de ce qui existe déjà sur certains paquets de biscuits ; ¼ de pizzas avec un légume et un fruit ; la salade et la sauce, etc.).

L'aspect visuel des informations est fondamental (barrière de la langue et/ou de l'écrit).

Favoriser le partage autour de l'aliment, d'un plat, d'un repas composé d'aliments variés. Manger est un plaisir qui se construit.

Références bibliographiques :

- France CAILLAVET, Nicole DARMON, Anne LHUISSIER, Faustine REGNIER, « L'alimentation des populations défavorisées. Synthèse des travaux dans les domaines économique, sociologique et nutritionnel », *Les travaux de l'Observatoire*, INRA, 2005-2006.
- France CAILLAVET, Économiste, directrice de recherche à l'INRA, Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 2 décembre 2014.
- Pr. Jean-Pierre CORBEAU, Professeur émérite de sociologie de l'alimentation, Université François Rabelais de Tours, Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 25 septembre 2014.
- Jean-Pierre CORBEAU, « Impact des messages nutritionnels médiatiques sur les adultes et les séniors », *Réalités en nutrition*, n°4, octobre 2007
- Jean-Pierre CORBEAU, « Les effets pervers de l'information nutritionnelle sur les enfants et les adolescents », *Réalités pédiatriques*, n°138, mars 2009.
- Étude Opticourse, menée à Marseille sur les produits avec un étiquetage spécifique par le laboratoire Nutrition, Obésité et Risque Thrombotique, UMR 1260 INRA, le laboratoire d'Économie Appliquée de Grenoble (GAEL), UMR 1215 INRA et Université de Grenoble, la société MS-Nutrition, le laboratoire Population Environnement Développement (LPED), UMR 151 Aix-Marseille Université, Link Up et Célia Chischportich, sous la direction scientifique de Nicole DARMON.
- Patrick ETIEVANT, France BELLISLE, Jean DALLONGEVILLE *et alii*, *Les comportements alimentaires – Quels en sont les déterminants ? Quelles actions, pour quels effets ? Synthèse du rapport d'expertise*, Expertises collectives, INRA, juin 2010.
- Faustine REGNIER, « Obésité, goûts et consommation. Intégration des normes d'alimentation et appartenance sociale », *Revue française de sociologie*, 2009/4 Vol.50, p. 747-773
- Caroline RIO, diététicienne libérale, Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 3 juin 2015.
- Groupe de réflexion sur l'obésité et le surpoids (GROS), *Propositions pour une politique de santé publique en matière d'obésité*, février 2006.

LES ENFANTS ET LES ADOLESCENTS

L'enfant de plus de 3 ans²⁸ :

- Un enfant n'a pas de notion de l'abstrait ou du futur. Il ne peut pas s'approprier les informations nutritionnelles. Il est illusoire de vouloir les donner avant l'adolescence.
- Les enfants peuvent certes connaître les recommandations nutritionnelles, les restituer et, pour les plus grands, les comprendre. Mais ces connaissances restent abstraites et trop éloignées des conditions réelles de leur alimentation pour servir de base à leurs comportements.
Exemple : les bandeaux « PNNS » qui défilent pendant les écrans publicitaires peuvent être perçus comme des animations, encourageant la consommation des produits.
- À l'école, les enfants peuvent se comporter en simples spectateurs d'une éducation nutritionnelle, si celle-ci ne correspond pas aux pratiques familiales. Ils peuvent être mis dans une position difficile s'il y a trop de dissonance entre des messages nutritionnels prescriptifs et les pratiques familiales. Ils ne doivent en aucun cas être « chargés » de véhiculer ces messages.

Pour l'adolescent, l'alimentation devient un vecteur d'affirmation de son appartenance au groupe. Les pairs sont beaucoup plus influents que les parents et les messages officiels, mais aussi que les publicités.

Le jeune pourra, entre autres postures :

- adopter un aliment, qu'il soit « sain » ou non, si son groupe ou un ami le consomme ;
- rejeter par défi un aliment recommandé par des prescripteurs directs (parents) ou indirects (étiquetage) ;
- les jeunes filles, notamment si elles ont ou pensent avoir un problème de sur-poids, pourront se priver et exclure totalement certains aliments, allant parfois jusqu'à l'orthorexie, du moins devant leurs pairs, quitte à tomber dans la compensation ensuite...

Préconisations possibles à ce stade des réflexions :

Des recommandations nutritionnelles prescriptives, quelles qu'elles soient, ont leurs limites, puisque l'enfant et l'adolescent ne pourra pas les intégrer dans sa pratique familiale et sociale. Elles peuvent aussi conduire certains jeunes à l'orthorexie et l'anorexie (sans doute les plus dangereuses) ou à la provocation, en passant par des exclusions d'aliments.

- Les messages prescriptifs (interdits ou recommandations) doivent être accompagnés de mises en situation pratique.
- Le jeune est sous l'influence de ses pairs. Il sera également influencé par des modèles auxquels il pourra s'identifier (sportifs, etc.) ; cette influence pourrait utilement être valorisée pour promouvoir certains comportements. Par ailleurs, la construction d'un esprit critique doit être un axe de l'éducation alimentaire.
- Le jeune peut être formé au goût, à la culture culinaire, aux histoires. L'éducation alimentaire doit se faire en situation, *in situ*, face à l'aliment, en proposant, en racontant des histoires, en cuisinant. Il apprendra également à lire les étiquettes des produits transformés, à gérer les achats et son réfrigérateur...
- Pour aborder, à l'école, l'alimentation de façon globale, il est recommandé de faire appel à des personnels dédiés pour sensibiliser et informer les intervenants (communauté éducative, équipe de

²⁸ Pour les enfants de moins de 3 ans, les questions sont différentes, car ils ne sont pas des décideurs directs de leur consommation. Cette période n'est pas abordée ici, sans sous-estimer son importance puisque c'est la période de la vie où tout s'acquiert. Les modalités de consommation sont différentes, du fait des besoins (plus de gras, moins de protéines). Les parents doivent confronter les besoins de leurs enfants avec leurs propres habitudes alimentaires.

cuisine, agents de service ou personnel de santé). L'éducation nutritionnelle doit laisser la place à l'éducation alimentaire dans toutes ses dimensions sociales, culturelles, géographiques, économiques.

- La restauration scolaire est un espace à investir pour favoriser les échanges avec les parents et les sensibiliser sur les apprentissages de leurs enfants.

Références bibliographiques :

- Jean-Pierre CORBEAU, Professeur émérite de sociologie de l'alimentation, Université François Rabelais de Tours, Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 25 septembre 2014.
- Jean-Pierre CORBEAU, « Les effets pervers de l'information nutritionnelle sur les enfants et les adolescents », *Réalités pédiatriques*, n°138, mars 2009.

COMMENT ARTICULER SANTÉ PUBLIQUE ET POLITIQUE NUTRITIONNELLE ? VERS DE NOUVEAUX EQUILIBRES

Il y a deux façons de concevoir une politique publique de santé-alimentation.

- **Soit l'on considère que le consommateur est souverain**, c'est-à-dire que ses préférences déterminent la production alimentaire et la dynamique de marché, il convient alors d'encourager l'auto-régulation et la responsabilisation (ne pas trop manger, manger plus de fruits et légumes...).

C'est sur cette conception que reposent les politiques de santé nutrition jusqu'à aujourd'hui : les campagnes d'information générales²⁹, la taxe soda, l'étiquetage (y compris les propositions de pastilles de couleur), etc.

Les politiques d'auto-régulation concernent également les firmes, avec les chartes d'engagement volontaire pour réduire la publicité à destination des enfants ou les chartes d'engagement volontaire de progrès nutritionnel PNNS³⁰.

- **Soit l'on considère que l'environnement alimentaire détermine la consommation**, il convient alors de réguler l'offre.

Or, nous sommes essentiellement dans cette situation, puisque les conditions de développement de la production ont conduit à ce que les produits « gras-salés-sucrés » soient les moins chers, alors que ce sont aussi ceux qui correspondent aux préférences « génétiques » des humains.

//

Un étiquetage nutritionnel saillant (notamment les pastilles de couleur) relèverait de la première approche (responsabilisation du consommateur). Il permettrait un meilleur appariement des choix des consommateurs avec les caractéristiques des produits.

Pour les consommateurs, il pourrait avoir, schématiquement, deux types d'effets opposés (*qui sont présentés ici de façon extrêmement schématique, à seule fin d'appeler l'attention sur le fait que les réactions de consommateurs ne sauraient être uniques ou linéaires*) :

- Certaines personnes amatrices de « produits rouges » pourraient mieux identifier les produits très caloriques qu'elles recherchent : « j'aime le gras, donc je choisis des produits rouges »³¹. Elles préféreront un aliment identifié comme énergétique, peu cher et goûteux, plutôt qu'un aliment « vert », perçu comme *a priori* insipide et moins nourrissant.

Exemple : Dans une expérience³² conduite avec des distributeurs automatiques, sur lesquels le contenu calorique de chaque snack était indiqué, les consommateurs achetaient préférentiellement les produits les plus caloriques (puisque ces produits sont consommés pour calmer la faim).

- D'autres consommateurs préféreraient à l'inverse les produits les moins gras : « plus de gras est moins bon pour ma santé ».

²⁹ Exemple de la campagne PNNS « 5 fruits et légumes par jour » : elle aurait conduit à une augmentation modeste de +0,4 portions de fruits et de légumes par jour et par personne.

³⁰ Dans un tel système, les firmes qui signent une charte s'auto-sélectionnent en fonction des améliorations qu'elles pensent pouvoir apporter à leurs produits sans perdre de part de marché.

³¹ Le goût pour le sucré ou le gras ont de multiples déterminants, notamment neurophysiologiques. Des effets d'habituation, voire d'addiction, générés par une alimentation sucrée et grasse, sont mis en évidence par une littérature scientifique de plus en plus importante (audition devant le CNA, F. Etilé).

³² Résultats non publiés.

Pour les producteurs :

Un étiquetage, quand il agit, a des effets sur les comportements des consommateurs. Les entreprises étudient ces comportements et ajustent leurs stratégies. De la même façon, une action politique qui vise à modifier les comportements de consommation engendrera-t-elle des réactions stratégiques de l'offre, qui s'adaptera. L'offre peut réagir de diverses façons à des changements de comportements des consommateurs, elle peut modifier les technologies de production, les caractéristiques et les attributs des produits, la gamme de produits mise sur le marché, les prix, la promotion³³.

La mise en place d'un étiquetage saillant pourrait par exemple conduire à une **segmentation accrue** du marché.

Quelques hypothèses pour appeler l'attention sur la complexité des interactions possibles :

- Les producteurs d'ores et déjà « vertueux » ou capables de reformuler leurs produits verraient leur avantage concurrentiel se renforcer. Les prix pourraient augmenter en conséquence, rendant ces aliments moins accessibles à certains ménages.
- Les autres producteurs pourraient adopter une politique de prix agressive, rendant les produits les moins bien notés plus accessibles. Certains producteurs se positionneraient, légitimement, sur le segment des produits « gras-salés-sucrés », afin de satisfaire les consommateurs amateurs de ces produits.
- L'effet inverse pourrait également se produire, par exemple pour certains produits auxquels les consommateurs « rouges » seraient très fidèles : les producteurs pourront préférer augmenter leurs marges pour restaurer leurs profits plutôt que de se lancer dans une guerre des prix (baisse des marges) visant à restaurer leurs parts de marché. Une hausse des prix, probablement limitée, diminuerait le bien-être à court-terme des consommateurs, mais pourrait améliorer leur santé donc leur bien-être de long-terme.
- Il est probable que les producteurs et distributeurs n'appliqueraient un système coloriel que sur les produits les mieux évalués (« verts »). **L'étiquetage devient alors similaire à une allégation.**

Ainsi, *in fine*, il est impossible de prédire quels seraient les mouvements de prix, de positionnement de produits et leur résultante (vraisemblablement instable) et comment ils affecteraient, le cas échéant, les inégalités sociales de bien-être.

//

Vers un nouvel équilibre³⁰

Ainsi, l'introduction d'un nouvel étiquetage sur les produits, s'il est efficace (c'est-à-dire s'il conduit certains acteurs à changer leur comportement), induit des adaptations interactives et évolutives de comportements, de l'offre comme de la demande. Cela conduit à un nouvel équilibre, statique ou dynamique, impossible à prévoir, puisque l'offre et la demande auront changé.

Les consommateurs peuvent aussi changer leurs préférences à l'occasion du déplacement vers un autre équilibre.

Références bibliographiques :

- Fabrice ETILE, Économiste, Directeur de recherche à l'INRA, Communication orale – Conseil National de l'Alimentation, 14 novembre 2014.
- Fabrice ETILE, *Obésité – Santé publique et populisme alimentaire*, CEPREMAP, 2013.
- Bernard RUFFIEUX, chercheur en économie comportementale et expérimentale pour la conception des produits, INP Grenoble / INRA – Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 4 avril 2015.

³³ Bernard Ruffieux – Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 4 avril 2015.

Fiche n°5

LA NUTRITION, DES CONNAISSANCES EN EVOLUTION

Les **connaissances nutritionnelles ne sont pas stabilisées**, elles sont en perpétuelle évolution. La plupart des nutritionnistes, notamment cliniciens, restent de ce fait très prudents quant aux recommandations.

Les « **apports nutritionnels conseillés** » (ANC, établis par l'Anses via une expertise collective) évoluent régulièrement, en fonction de l'avancée des connaissances. Leur fixation fait l'objet de débats parfois vifs entre experts, reflets des incertitudes scientifiques. Dans ce contexte, il s'avérerait aléatoire de fixer des seuils et des formules prescriptifs.

À titre d'exemple, en 2010, l'ANC en acides gras est passé de 30 à 35 % à 35 à 40 %, mais certains spécialistes considèrent que ce seuil est encore trop bas.

Le gras, longtemps considéré comme la principale cause des maladies alimentaires (surpoids, diabète, etc.), est depuis peu réhabilité, notamment le beurre et les autres graisses animales. Revenant sur des décennies de lutte contre les graisses, dont on ne peut que constater l'inefficacité, les États-Unis changent de paradigme. Le gras rassasie et limite l'appétit. À l'inverse, la suppression des graisses entraîne une compensation, notamment sous forme de glucides simples, lesquels s'avéreraient, en excès, bien plus mauvais pour la santé. Les informations scientifiques sont disponibles depuis plus de 20 ans, le sujet émerge seulement maintenant au niveau de la presse grand public, mais il semble encore percoler difficilement dans les prescriptions officielles.

Seule la ration alimentaire dans son ensemble a un sens.

La première loi en matière d'alimentation-santé, et notamment de prise de poids, est **le premier principe de la thermodynamique** : l'équilibre entre les calories consommées et les calories dépensées. Si cet équilibre est assuré, il n'y a pas de prise de poids, quels que soient les aliments consommés.

Une autre règle de base, corrélée, est celle de la **satiété**. Il est essentiel de manger dans des conditions qui permettent de ressentir la satiété : durée du repas suffisamment longue mais surtout, conscience du fait que l'on est en train de manger et de ce que l'on mange (réflexivité). De multiples expériences montrent, par exemple, que manger devant un écran empêche le cerveau « d'enregistrer » ce qui est mangé et de jouer son rôle de régulation.

Ces deux messages, calories totales et satiété, ne sont pas véhiculés à ce jour par le PNNS (Programme national nutrition santé). Ils ne le seraient pas davantage par une information nutritionnelle fournie aliment par aliment, bien au contraire, puisque les produits allégés ou désignés comme tels perturbent la perception globale des calories ingérées et déculpabilisent par rapport à la prise alimentaire. L'ingestion totale de calorie peut ainsi, *in fine*, s'avérer supérieure avec des produits désignés comme sains, qu'ils le soient effectivement ou non.

Les associations d'aliments modifient l'assimilation. De même, un nutriment donné n'a pas le même effet suivant la matrice dans laquelle il se trouve.

Exemple : Des pâtes au beurre sont des glucides lents et sont donc bien plus saines que des pâtes sans beurre qui se comportent, elles, comme des sucres rapides.

Compte tenu de l'instabilité des connaissances en nutrition, **un système d'information ou de prescription nutritionnelle doit être conçu de façon à pouvoir évoluer sans se contredire**.

Les connaissances ne sont pas suffisamment stabilisées pour aborder la nutrition par une approche

analytique centrée sur les nutriments, qui plus est sur un nombre restreint de nutriments³⁴.

Les biais de perception (exemples)

Dans une étude³⁵, un groupe de mangeurs devait estimer le nombre de calories contenu dans un hamburger (la réponse moyenne était de 761 kcal) ; un second groupe estimait les calories contenues dans des brocolis (67 kcal), et un troisième groupe les calories de l'ensemble du menu : 665 kcal ! Ainsi, la combinaison hamburger/brocolis était perçue comme moins calorique que la somme des deux aliments évalués séparément, comme si les brocolis avaient soustrait des calories au burger.

Des biais analogues ont été décrits avec les aliments allégés³⁶, perçus par nature comme moins caloriques : le mangeur, déculpabilisé, peut être conduit à consommer davantage de produit. Par ailleurs, influencé par le caractère light, il se sent moins rassasié. *In fine*, la consommation globale de calories observée peut d'avérer significativement plus élevée qu'avec des produits standards.

D'autres observations montrent que les consommateurs de yaourts natures ajoutent, pour la majorité d'entre eux, bien davantage de sucre ou de confiture que ce qui est contenu dans les yaourts sucrés ou aux fruits³⁷.

De telles expériences ne sont pas isolées. Elles montrent que choisir des aliments « vertueux » ne conduit pas nécessairement à une alimentation globalement plus équilibrée, voire au contraire, s'il n'existe pas au préalable une approche globale de l'alimentation.

Références bibliographiques :

- « Don't blame fat », *Time*, 23 juin 2014 (article de mise en perspective historique et de synthèse, appuyé sur une bibliographie scientifique).
- *Actualisation des apports nutritionnels conseillés pour les acides gras, Rapport d'expertise collective*, mai 2011, Anses.
- Pr. Philippe LEGRAND, Directeur du laboratoire de Biochimie-Nutrition humaine, Agro-campus ouest/INRA, Rennes, Communication orale, CGAAER, 3 septembre 2014.
- A. CHERNEV et D. GAL, « Categorization effects in value judgement : averaging bias in evaluating combinations of vices and virtues », *Journal of Marketing research*, 47, 738-47.
- Pierre CHANDON, Titulaire de la chaire L'Oréal en marketing, innovation et créativité à l'INSEAD (école de commerce à Fontainebleau et Singapour), Directeur de recherche en sciences sociales à l'INSEAD, « Calories perçues : l'impact du marketing », *Cahiers de nutrition et de diététique*, 2010, 45, 174-179
- Bernard RUFFIEUX, chercheur en économie comportementale et expérimentale pour la conception des produits, INP Grenoble / INRA – Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 4 avril 2015.

³⁴ La formule de Rayner, sur laquelle se baserait le système colorimétrique, ignorerait de nombreux macro-nutriments, tous les micro-nutriments et la qualité intrinsèque des produits. On tromperait le consommateur en lui disant que cet étiquetage correspond à la valeur nutritionnelle du produit.

³⁵ A. Chernev et D. Gal, « Categorization effects in value judgement : averaging bias in evaluating combinations of vices and virtues », *Journal of Marketing research*, 47, 738-47.

³⁶ Dans l'hypothèse où, majoritairement, les produits les plus « vertueux » seraient seuls étiquetés, assimilant le logo à une allégation, le parallèle avec les produits allégés s'imposerait.

³⁷ Bernard Ruffieux – Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 4 avril 2015.

FORMATS D'ETIQUETAGE DES ALIMENTS

Un étiquetage nutritionnel peut avoir différents objectifs tels que :

- une information strictement factuelle ;
- une information qui caractérise les qualités nutritionnelles globales d'un aliment par rapport à l'ensemble de l'offre alimentaire ;
- une information qui permette de comparer les qualités nutritionnelles d'un aliment par rapport aux produits analogues (de la même famille) ;
- une aide interprétative sur la fréquence ou les quantités de consommation recommandées selon les caractéristiques de l'aliment ;
- une aide à la réorientation des actes alimentaires en faveur des produits promus par le PNNS ;
- etc.

Différents formats d'étiquetage alimentaire peuvent être envisagés en fonction des objectifs poursuivis³⁸ :

- *L'approche « produit » contre l'approche « diète », « régime ».* En prenant une analogie avec l'automobile, l'approche produit serait « c'est un bon moteur », l'approche régime serait « ce moteur est adapté à ce type de véhicule ». Les repères nutritionnels journaliers (RNJ) s'insèrent dans une approche « diète », alors que dire qu'un produit est trop salé renvoie à une approche « produit ».
- *Positif vs normatif.* L'étiquetage porte-t-il un jugement sur le produit ou ne fait-il qu'informer ?
- *Largeur du périmètre de l'information.* À mesure que les enjeux pour les pouvoirs publics de l'alimentation s'élargissent, que le champ de la valeur s'élargit, en particulier en intégrant les impacts environnementaux, de plus en plus d'informations cachées, de nature non hédonique, doivent être communiquées.

Donne-t-on uniquement les évaluations positives ou toutes les évaluations ? Si le système est volontaire, les entreprises ne devraient signaler que les bons produits.

- *Numérique vs chromatique, la précision contre l'approximation.* Nous avons deux cerveaux : un cerveau émotionnel et un cerveau rationnel. À quel cerveau s'adresse l'étiquetage ? S'adresser à l'un est-il plus efficace que de s'adresser à l'autre ? Les pouvoirs publics sont-ils légitimes pour s'adresser à la passion et non pas uniquement à la raison ? La chose publique veut-elle jouer le jeu du marketing ou se l'interdit-elle ?
- *Aggrégé vs analytique.* A-t-on un indicateur unique et synthétique, qualifiant toutes les dimensions de l'alimentation durable, ou des indicateurs multiples, à focus ? En plus de la dimension émotion/raison, l'enjeu porte également sur la charge de la tâche à accomplir par le sujet, qui pourra aller plus ou moins vite pour prendre une décision.
- *Référentiel global vs référentiel par catégorie de produit.* Par analogie, est-il intéressant de qualifier un élève par rapport à sa classe ou de le qualifier par rapport à toute son école ? S'il est premier de sa classe, qui est la plus mauvaise, est-il intéressant de lui dire qu'il est premier ou plutôt qu'il est mal classé par rapport aux élèves des autres classes ? Il peut être intéressant de dire les deux, en fonction de ce que l'on cherche à faire.

En alimentation, cherche-t-on à ce qu'un produit soit amélioré, dans sa catégorie de produit, ou cherche-t-on à ce que le consommateur consomme moins de produit d'une catégorie ? Pour aller vers des choix plus sains, pousse-t-on à une substitution à l'intérieur d'une catégorie ou à changer de catégorie ? En observant

³⁸ Bernard Ruffieux – Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 4 avril 2015.

uniquement le consommateur (sans réaction stratégique de l'offre), deux éléments ressortent : il est plus facile pour le consommateur de bouger à l'intérieur d'une catégorie (changer de chips plutôt que de manger des radis à la place des chips), mais l'impact nutritionnel du changement au sein d'une catégorie est plus faible (il est préférable de consommer des radis une fois par semaine plutôt que de consommer tout le temps des chips allégées en sel). L'impact des formats d'étiquetage en termes de référentiel sur les réactions stratégiques des entreprises sera lui aussi différent. Il serait bon que les concepteurs de chips soient incités à aller vers des produits qui sont nutritionnellement plus sains.

- *Échelle binaire stop-go, traffic lights vs échelle multiple 5 7 9.* L'échelle binaire est utilisée partout où il y a des indicateurs de performances rapides. Les échelles multiples nuancent cette vision binaire. Des indications de densité et de quantités peuvent venir s'ajouter à ces indicateurs.
- *Information statique vs information interactive.* Grâce à un téléphone portable ou un ordinateur, les lieux d'information sont complètement renversés entre le supermarché et le consommateur. Il y a quelques années, les consommateurs en savaient beaucoup plus en étant présents dans le supermarché, qu'en dehors. Aujourd'hui, le phénomène est inverse. Via le *smart*, l'interface informationnelle va passer de statique à dynamique et interactive.
- *Masse vs personnalisation.* Dès que le numérique est utilisé, l'information disponible peut être personnalisée. Le consommateur peut lui-même trier les informations, de façon plus ou moins pertinente, par rapport à son profil personnel. D'un point de vue technologique, peu de choses s'opposent aujourd'hui à ce que tout l'étiquetage soit individualisé (en nutrition, en impacts environnementaux...). Cette personnalisation est aussi possible lors de la conception des produits.

Références bibliographiques :

- Bernard RUFFIEUX, chercheur en économie comportementale et expérimentale pour la conception des produits, INP Grenoble / INRA – Communication orale, Conseil National de l'Alimentation, 4 avril 2015.

Note complémentaire du CNA

Projet d'étiquetage nutritionnel, mise en œuvre du système dit « 5C » : Propositions du CNA

Adoptée en Session plénière le 10 septembre 2015

L'article 5 du projet de Loi pour la modernisation de notre système de santé prévoit : « *Afin de faciliter le choix du consommateur au regard de l'apport en énergie et en nutriments à son régime alimentaire, sans préjudice [du règlement UE INCO], la déclaration nutritionnelle obligatoire prévue par le même règlement peut être accompagnée d'une présentation ou d'une expression complémentaire au moyen de graphiques ou de symboles, dans les conditions prévues à l'article 35 dudit règlement. Les modalités selon lesquelles les recommandations de l'autorité administrative prévues au 2 du même article 35 sont établies et font l'objet d'une évaluation sont définies, après avis de [l'Anses], par décret en Conseil d'Etat.* »³⁹

Le Conseil national de l'alimentation (CNA) a adopté, le 11 juin 2015, une *Note de questionnement : Contribution préliminaire à une réflexion pour la mise en place d'un étiquetage nutritionnel graphique sur les aliments, dans le cadre de l'article 5 du projet de Loi de santé publique*⁴⁰, dans laquelle il souligne la nécessité d'approfondir les travaux préparatoires, afin d'identifier un système d'information graphique qui réponde le mieux possible aux objectifs poursuivis par le législateur, notamment de réduction des inégalités sociales de santé-alimentation.

Il semblerait cependant que le système dit « 5C » doive être imposé rapidement par voie réglementaire, sans que les éléments présentés par le CNA dans cette note n'eussent été étudiés. Or, mal utilisé, ce système pourrait produire des effets inverses de ceux recherchés en termes d'amélioration des comportements alimentaires, en particulier pour les populations défavorisées (recherche du rassasiement au meilleur prix) ou les adolescents (opposition, défi).

En conséquence :

- Le CNA, réuni en session plénière, souligne la nécessité que le système envisagé soit, avant adoption et mise en œuvre nationale, validé par des **expérimentations**⁴¹ réalisées en conditions réelles d'achat, afin de déceler et corriger les principaux biais.

L'expérimentation préalable au déploiement d'un système permettra également de parfaire la représentation graphique et de définir le contenu de la communication qui devra nécessairement accompagner son lancement, afin de faciliter la compréhension du dispositif par tous les consommateurs et donc sa réussite.

Outre cette phase d'expérimentation préalable, un processus d'évaluation continu du dispositif qui sera alors retenu devra être mis en place, pour pouvoir l'aménager en tant que de besoin. L'approche de l'alimentation par l'énergie et les nutriments est en effet très éloignée de la culture et des pratiques alimentaires des Français, et aucun élément ne permet d'affirmer à ce stade qu'un tel dispositif sera favorable ou défavorable au statut nutritionnel de la population française.

Le CNA, qui rassemble les acteurs de la chaîne alimentaire, dont neuf associations de

³⁹ Version issue de la Commission des Affaires sociales du Sénat (n°654), déposé le 22 juillet 2015 (article non modifié par rapport à la version enregistrée au Sénat le 15 avril 2015, n°406).

⁴⁰ À laquelle il convient de se référer – <http://www.cna-alimentation.fr/la-contribution-preliminaire-a-une-reflexion-pour-la-mise-en-place-dun-etiquetage-nutritionnel-graphique-est-en-ligne-7216>

⁴¹ L'AFOC, l'ALLDC, le CNAFAL, la CLCV, UFC-Que Choisir (associations de consommateurs) ; Daniel Nizri et Jean-Louis Bresson (personnalités qualifiées) ; sont opposés au principe d'une expérimentation préalable du système avant sa généralisation (mais soutiennent la nécessité d'un processus d'évaluation et d'amélioration permanentes).

consommateurs, pourra contribuer à la définition du protocole expérimental, compte-tenu de l'importance des dimensions socio-économiques du sujet et de la nécessité d'une consultation large des parties prenantes, missions qui relèvent directement de son mandat.

- Le CNA confirme la nécessité d'étudier, dans le cadre de cette expérimentation, **l'exonération** :
 - des produits bruts⁴² (produits agricoles et produits de première transformation), afin notamment d'inciter à cuisiner, meilleure façon de se réapproprier son alimentation ;
 - des produits artisanaux, du fait de la complexité de mise en œuvre de l'étiquetage et des coûts induits ;
 - des produits sous signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine (SIQO), qui répondent à des réglementations ou cahiers des charges spécifiques, encadrés par l'État⁴³ ; beaucoup de ces produits, traditionnels ou festifs, sont recherchés pour leurs qualités gustatives et leur valeur symbolique, signes d'un art de vivre à la française. Ils contribuent à la réputation gastronomique française, facteur clef de l'attractivité touristique de la France ;
 - des autres produits régis par une réglementation spécifique déterminant leur composition (baby food, nutrition clinique, produits répondant à la directive cadre diététique...), dont la composition ne peut, par construction, évoluer que dans des limites très restreintes.

Ces exemptions contribueront notamment à renforcer les politiques alimentaires de promotion de la cuisine dans le cadre domestique et de valorisation des produits de qualité qui contribuent au modèle alimentaire français, reconnu comme favorable en termes de prévention santé, notamment du surpoids et de l'obésité.

⁴² Conformément aux dispositions du règlement UE INCO.

⁴³ Signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine : Appellation d'origine contrôlée (AOC), appellation d'origine protégée (AOP), identification géographie protégée (IGP), Label rouge, spécialité traditionnelle garantie (STG), Agriculture biologique (AB).

Éléments de cadrage sociologique

Jean-Pierre Corbeau

Audition du jeudi 25 septembre 2014

Jean-Pierre Corbeau est Professeur émérite de sociologie de l'alimentation à l'Université François Rabelais de Tours, membre de LEA (l'Équipe Alimentation) à l'Université François Rabelais de Tours et Président de l'IEHCA.

1.1. Le rapport instrumental et réflexif au corps.

Le sociologue François Ascher développe la notion de « réflexivité » dans son ouvrage *Le mangeur hypermoderne* (2009), dans lequel il décrit le mangeur hypermoderne comme un urbain. Plus les grandes métropoles se développent (New York, Singapour, Paris...), plus les individus deviennent réflexifs, en réfléchissant davantage aux conséquences de leurs actions sociales. L'ensemble de la population devient ainsi acteur, plus ou moins fortement, des politiques d'action publique, en particulier de santé. Ainsi, plus un individu est urbanisé, plus il se sent responsable des conséquences de ses actes sur sa silhouette et de sa santé. Dans ce contexte, l'ensemble de la population est soumis à l'obligation de bien manger, ne pas gaspiller, etc. Cette réflexivité varie selon les trajectoires sociales particulières.

Dans les années 1970, le sociologue Luc Boltanski a écrit un ouvrage sur le rapport des Français à la maladie. Il décrit deux matrices principales de représentation du corps : le rapport instrumental et le rapport réflexif.

Le rapport instrumental au corps se rencontre essentiellement dans les catégories sociales dites « populaires » (paysans, artisans, ouvriers). Le corps est un instrument de travail, une machine qui doit fonctionner et à laquelle il faut donner un carburant le plus énergétique possible, pour être le combustible de l'action. Pour certaines populations immigrées, manger beaucoup et calorique peut aussi être un moyen de se défendre et d'exorciser le manque. Ces populations, et notamment celles en situation économique précaire, se projettent difficilement dans l'avenir, beaucoup trop angoissant. Le présent est déjà difficile à gérer ; la projection dans l'avenir est impossible. Pourtant, les politiques de prévention tentent de responsabiliser le mangeur par rapport à son avenir. Les messages proposés ne sont pas adaptés aux personnes en grande précarité.

À l'opposé, dans un rapport réflexif, que l'on rencontre préférentiellement dans les CSP+⁴⁴, chez les femmes et les urbains, le corps est pensé, écouté, soigné. Il y a un souci, parfois exacerbé, des conséquences de l'incorporation de nourritures. Ces personnes vont être perméables aux informations, aux messages et aux normes expliquant comment manger correctement.

1.2. Messages nutritionnels en fonction des publics.

Ces deux populations réagissent de façon différente aux messages nutritionnels. Dans les catégories sociales privilégiées, la peur de l'excès a succédé à la peur du manque. Elles s'interrogent sur les signes de qualité, le bio, les procédés de fabrication, etc. Elles sont davantage demandeuses d'information sur les aliments, car leur rapport à la pulsion alimentaire est brisé.

⁴⁴ CSP : Catégorie Socio-Professionnelle.

Mais l'information nutritionnelle accentue leur rapport réflexif au corps, ce qui les conduit parfois au refus de certains aliments, voire à l'orthorexie⁴⁵. Les aliments, désenchantés, sont réduits à une fonction nutritionnelle. Ils sont classés dans des catégories, bonnes ou mauvaises, au détriment de la variété et de la modération, en oubliant que seule la dose fait le poison. Or, manger est avant tout un acte social. Les produits doivent avoir une histoire. Ils ne doivent pas être mangés machinalement, en étant déconstruits.

Au contraire, quand la peur de la sous-nutrition ou de la famine reste dans la mémoire individuelle ou collective, le sujet va se nourrir sans se poser de questions. La nourriture est mieux dans son corps que dans un placard, à plus forte raison s'il n'a pas de lieu pour conserver les aliments.

Parmi les populations issues de l'immigration, les adolescentes ont souvent peur que leur corps finisse par ressembler à celui de leur mère. Elles sont dans le déni d'aliments. Par exemple, de jeunes musulmanes se disent diabétiques pour ne pas partager les plats sucrés au moment du ramadan. Au nom de la médicalisation, elles peuvent échapper à la solidarité et à la culture familiale. Des jeunes filles turques du programme Alim'Ado, en grande précarité, n'avaient jamais vu leur mère cuisiner⁴⁶. Grâce à l'école, ces jeunes filles ont appris à cuisiner des plats selon les principes plus diététiques de « manger moins gras, moins sucré, etc. », qu'elles ont pu ensuite transmettre à leur mère, en rupture avec la cuisine. Cette transmission inversée se rencontre de plus en plus souvent.

Les préférences alimentaires sont aussi conditionnées par la catégorie socioprofessionnelle. Plus un mangeur appartient à une catégorie populaire, plus son histoire gastronomique lui fera aimer des aliments perçus comme festifs, tels que la friture, le gras ou la charcuterie. La consommation de ces produits ne sera pas nécessairement quotidienne, mais, si ces produits leur sont accessibles, il en aura envie. À l'inverse, plus un individu appartient à une catégorie socioculturelle élevée, plus il va manger en petites quantités et des produits plus « distingués ».

À l'heure actuelle, la population française se « rurbanise ». Les médias pénètrent presque partout et les styles de vie ont tendance à s'harmoniser, notamment lorsque les ruraux vont travailler en ville et que les citadins s'installent à la campagne.

Il existe cependant des inégalités entre zones urbaines. Paris compte beaucoup de marchés et relativement peu de grandes surfaces. Au contraire, dans certaines agglomérations ou périphéries urbaines, il y a très peu de marchés ; l'approvisionnement se faisant essentiellement en grandes surfaces. L'accès à différentes gammes de produits est inégal selon les territoires. Une étude réalisée à Baume-les-Dames, dans l'est de la France, a montré qu'il n'est pas facile d'y trouver du poisson frais, surtout en début de semaine, quand les deux enseignes de la ville n'ont pas été approvisionnées. La situation semble inversée dans le cadre de la restauration scolaire : un enfant d'une petite commune aura sans doute une offre alimentaire et un éveil sensoriel plus importants qu'un enfant de certains quartiers parisiens.

1.3. Politiques de prévention, éducation et information nutritionnelle.

Les politiques de prévention peuvent apparaître comme étant « castratrices » d'une identité sociale. Le sociologue Christophe Serra-Mallol montre, dans son ouvrage sur l'impact des messages nutritionnels à Tahiti, que les Tahitiens sont culturellement fiers d'être gros⁴⁷. De la même façon, les messages délivrés dans le cadre du PNNS 1 ont conduit certaines personnes à arrêter de consommer de la viande afin de « manger équilibré ». Lutter contre ces représentations générales est difficile.

Les politiques d'action sociale concernant l'alimentation doivent prendre en compte ces dimensions. Le plaisir est associé à la consommation d'aliments que le mangeur préfère ou qu'il a appris à préférer dans son histoire. Il est important de former le « goût jubilatoire », en responsabilisant le mangeur, sans le culpabiliser. L'éducation alimentaire ne doit pas s'adresser à l'individu à travers un média, mais directement à lui en situation, *in situ*, face à l'aliment. Elle doit amener l'individu à se poser des questions, loin de toute interdiction, afin de créer un rapport réflexif mais non culpabilisant. Le mangeur est ainsi responsabilisé sur ses propres préférences. Le mangeur doit se penser en train de manger.

L'éducation alimentaire doit viser à ce que toutes les catégories sociales se pensent en train de manger et en prennent du plaisir. Nous ne mangeons pas des nutriments mais des mets, au cours d'un repas structuré.

L'étude « Ludo-Aliments »⁴⁸ a montré que l'éducation nutritionnelle n'est pas adaptée aux enfants. Les en-

⁴⁵ L'orthorexie est un trouble du comportement alimentaire caractérisé par une obsession de l'ingestion d'une nourriture saine et un rejet systématique des aliments perçus comme malsains.

⁴⁶ <http://www.lemangeur-ocha.com/ouvrage/alimentations-adolescentes-en-france/>

⁴⁷ Christophe SERRA-MALLOL, *Nourritures, abondance et identité. Une socio-anthropologie de l'alimentation à Tahiti*, Pirae, Au Vent des îles, coll. Culture Océanienne, 2010.

⁴⁸ <http://www.lemangeur-ocha.com/on-ne-joue-pas-avec-la-nourriture/>

fants de 6 ans répètent les messages sans les comprendre. Un enfant n'a pas de notion du futur. Donner trop tôt une information nutritionnelle est illusoire. À la pré-adolescence, certains adolescents se révoltent et rejettent par défi un aliment recommandé par des prescripteurs directs (parents) ou indirects (étiquetage). L'éducation nutritionnelle doit être faite au sein d'une éducation alimentaire comprenant une part de psycho-sensoriel, où les enfants doivent être en présence de l'aliment, pour pouvoir jouer avec.

1.4. Solutions.

Apprendre à être critique par rapport à son alimentation est important. Les réseaux de santé touchant des populations en très grande précarité utilisent cette dynamique. Le mangeur ne doit pas être seul face à l'aliment et au message nutritionnel. Il faut créer de la complicité et une dynamique de groupe, encadrée par des professionnels. Les messages doivent être construits à partir des préférences du mangeur. Les changements de comportement ne peuvent se faire qu'en présence de l'aliment, afin que l'individu puisse changer durablement son comportement.

Le meilleur moyen pour changer les comportements de consommation est de passer par une situation de rituel et d'usage de consommation, par exemple sous forme d'un dessin ou d'une photo (ne pas manger ce produit plus d'une fois par jour, le consommer dans telle situation), ce qui permet de s'approprier l'aliment. Suggérer un grammage, par une photo ou un dessin, permet aux mangeurs de visualiser les quantités ingérées. Il est, par exemple, important de montrer aux mères les besoins des enfants en viande, surtout dans un contexte de revanche sociale où elles seraient tentées de donner des quantités supérieures à celles recommandées.

Les messages actuels délivrés sur l'alimentation ne mentionnent jamais l'acte de cuisiner. Or, sur le terrain, les agents de santé utilisent beaucoup la cuisine. Cet outil, non culpabilisant, est facilement reproductible dans divers réseaux. L'appropriation de l'aliment par le mangeur à travers la cuisine est une forme de responsabilisation. Cuisiner un plat lui permet de l'apprécier davantage et de mieux en évaluer la qualité sensorielle. Par exemple, en apprenant à des personnes (préadolescents, adolescents ou adultes) à cuisiner un quatre-quarts, elles peuvent ensuite comprendre, en lisant l'étiquette d'un gâteau acheté en magasin, si le produit proposé est ou non conforme à celui qu'elles ont pu cuisiner. En leur apprenant à déguster, elles perçoivent l'importance du choix des ingrédients sur la qualité gustative du produit. L'information nutritionnelle ne devrait avoir lieu qu'en présence de l'aliment, qui est acheté, cuisiné et consommé.

Manger permet aussi de favoriser le partage autour d'un aliment. Être à plusieurs autour d'une table aide à verbaliser ses émotions gustatives. Il n'est possible de verbaliser une émotion que si le produit est « enchanté », qu'il a une histoire et qu'il n'est pas réduit à sa fonction nutritionnelle. Le modèle d'alimentation nord-américaine ne permet pas cette verbalisation : la personne mange un produit qui a toujours le même goût, sans se rendre compte qu'elle le mange, en consommant des images devant un écran. Le goût jubilatoire fait partie du rapport immatériel à l'alimentation. Dire qu'on aime ou qu'on n'aime pas un aliment pour telle ou telle raison et développer une poétique de l'alimentation, est une solution à favoriser. « Manger est un plaisir raisonnable qui se construit ».

Encourager l'acte culinaire chez le mangeur est important. Il permet de le sécuriser, en ré-enchantant le produit. Des études sociologiques montrent que les catégories populaires à faible pouvoir d'achat sont parmi celles qui cuisinent le moins, notamment lorsque les femmes travaillent. En revanche, les jeunes cuisinent davantage. Les jeunes urbains, disposant d'un pouvoir d'achat élevé, ont un engouement fort pour l'acte culinaire, même si tout n'est pas cuisiné à partir de produits bruts et tous les jours.

1.5. Étiquetage nutritionnel.

Certaines formes d'étiquetage, comme les feux tricolores, sont très moralisatrices et désenchantent l'aliment. Si l'objectif de la mise en place de ces mesures est de lutter contre l'obésité et la précarité, alors les moyens sont inefficaces.

Une étude anglaise est parue récemment sur l'impact de la signalisation multicolore. Elle a montré qu'au moment de la mise en place de cette signalisation, le consommateur a été un temps attentif à ce qu'il achetait. Cette réflexion n'a pas duré puisque, rapidement, les consommateurs connaissent les produits et savent ce qu'il faut acheter. Cette étude a également montré que cette signalisation ne fonctionne pas sur les populations précaires.

Question

Comment expliquer que, malgré l'avalanche d'arguments qui plaident en faveur d'une démédicalisation de l'alimentation, la politique en la matière soit pilotée essentiellement par le ministère de la Santé ?

J-P. Corbeau

Le consumérisme s'est construit en France dans les années 1970. En même temps, des peurs alimentaires se sont développées (le veau aux hormones, par exemple), aux côtés d'autres peurs qui renvoient toutes à la peur de l'incorporation (peur de l'air pollué, peur de ce que l'on mange, peur de l'acte sexuel). Dans les années 1970, le pouvoir politique a répondu en créant des secrétariats d'État : fraudes, santé, agriculture, commerce, etc. Les messages sont devenus cacophoniques et des rivalités indéniables se sont développées entre ces structures. Lorsqu'une initiative intéressante était prise par un ministère, un autre en prenait une similaire, même si le message était redondant. Ce manque de cohérence engendre de nombreux troubles dans l'imaginaire des consommateurs. Des pressions institutionnelles empêchent la situation de changer, car ce sont les pouvoirs de décision qui sont impactés. Il est, par exemple, difficile de mesurer les véritables impacts du PNNS, car il n'existe pas de réelle volonté d'évaluation des politiques d'action sociale dans le domaine de l'alimentation.

Question

Le marketing contribue à l'imaginaire collectif. Les préférences des consommateurs sont-elles un choix personnel ou sont-elles guidées ?

J-P. Corbeau

Une des conclusions de l'enquête « Ludo-Aliments » montre que les images diffusées par le marketing permettent, paradoxalement, de développer chez l'enfant certaines notions de citoyenneté et de négociation. Les enfants sont moins sensibles au marketing qu'on ne le croit et moins sensibles en tout cas que les parents (qui pensent faire plaisir au jeune). L'enfant repère rapidement, dans une publicité, que le produit est fait pour lui, mais il est finalement peu sensible au personnage ou au jeu présent sur le paquet. Il sera bien davantage influencé par ce que son copain mange, ainsi que par le goût qui lui plaît. Le jeune consommateur de moins de 11 ans n'est pas un écran vierge que la publicité imprime. Les jeunes sont beaucoup plus critiques et moins sensibles à la publicité qu'on aurait pu le croire. Dans le domaine alimentaire, des marques leaders peuvent être rejetées au profit d'autres moins connues mais plébiscitées par leurs relations proches.

Alimentation, santé et politiques publiques : de l'auto-régulation du marché à la régulation de l'environnement alimentaire

Fabrice Etilé

Audition du vendredi 14 novembre 2014

Fabrice Etilé est économiste, Directeur de recherche à l'INRA et affilié à l'École d'Économie de Paris.

2. 1. Introduction.

Comment articuler santé publique et politique nutritionnelle ? Doit-on laisser les marchés alimentaires s'auto-réguler ou doit-on envisager un contrôle plus strict de l'environnement alimentaire à des fins d'amélioration de la santé nutritionnelle ?

Pendant dix ans, il y a eu un affrontement non-dit entre le ministère chargé de la santé et le ministère chargé de l'agriculture.

Extrait du texte de saisine du Ministère de la Santé, pour le rapport « Pour une politique nutritionnelle de santé publique en France » (1999) PNNS :

« *Les habitudes nutritionnelles sont avant tout le reflet de traditions séculaires mais des changements profonds dans ces habitudes ont été induits par l'industrialisation, la mondialisation du commerce et l'évolution des modes de consommation.* »

Extrait du rapport de présentation du Programme National pour l'Alimentation (2010) :

« *Manger n'est pas seulement un acte fonctionnel, c'est un plaisir quotidien et partagé qui obéit à certaines règles [qui] définissent un modèle alimentaire français [...] gage de bonne santé et de sociabilité [...]. Face à la mondialisation et l'uniformisation des habitudes alimentaires, le modèle français reste pour l'instant relativement préservé : le goût prime sur tous les autres critères d'évaluation des aliments [...] ce constat ne doit pas cacher la remise en cause de ce modèle, notamment chez les jeunes [...]. Ce modèle alimentaire est pourtant l'un des moteurs les plus dynamiques de notre économie.* »

Ces deux extraits montrent une opposition entre l'impact négatif de l'industrialisation et la résistance des traditions ainsi qu'entre la santé et le goût. Comment dépasser cet antagonisme pour développer une politique alimentaire qui soit bénéfique pour la santé publique et acceptée par la majorité des acteurs ?

En économie, les chercheurs prennent les consommateurs tels qu'ils sont, avec leurs travers et leurs compromis entre la santé et le plaisir. Pour parvenir à un consensus, il est nécessaire de continuer à documenter les évolutions des pratiques alimentaires des consommateurs, ainsi que celles de l'offre et de l'environnement alimentaire qui leur sont offerts. Il est aussi nécessaire de se demander si, dans l'environnement actuel, les consommateurs font leurs arbitrages entre plaisir et santé de manière souveraine (sont-ils responsables individuellement ou la responsabilité est-elle imputable à l'environnement ?). Dire que les consommateurs sont souverains, c'est reconnaître qu'ils sont à même d'auto-réguler leurs comportements.

2.1.1. Qu'est-ce que l'autorégulation ?

En psychologie de la santé, l'autorégulation se rapporte aux efforts délibérés et conscients pour altérer son propre comportement (ne pas trop manger, manger plus de fruits et légumes, etc.). En économie, l'autorégulation correspond aux actions volontaires des consommateurs et des firmes permettant de résoudre des défaillances de marchés spécifiques (le fait que l'obésité et le surpoids pèsent sur les comptes de la santé, le défaut d'information des consommateurs, etc.).

Jusqu'à présent, les politiques publiques de santé nutritionnelle reposent essentiellement sur l'autorégulation :

- campagnes d'information générales (« 5 fruits et légumes ») : les consommateurs sont supposés ajuster leurs comportements à ces recommandations ;
- interventions ciblées pour « coacher » les individus, prise en charge clinique (amélioration des capacités d'autorégulation) ;
- demande de certains consommateurs pour des produits « santé » ; les firmes développent alors des aliments allégés ;
- engagements volontaires des firmes sur la publicité en direction des enfants, ou sur des progrès en matière de qualité nutritionnelle (chartes d'engagement volontaire).

2.1.2. Pourquoi a-t-on besoin d'un changement de paradigme ?

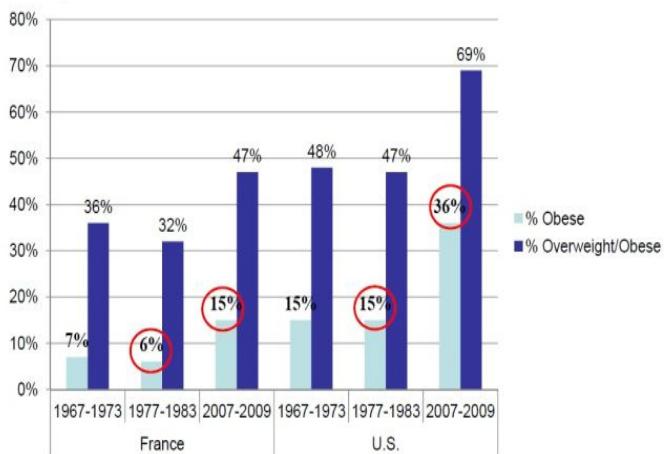
- Parce que les tendances mondiales positives (baisse des prix de l'alimentation) ou négatives (développement des maladies métaboliques) en matière de santé nutritionnelle et de surpoids/obésité s'expliquent largement par les évolutions de l'environnement alimentaire observées depuis 50 ans.
- Parce que, dans l'environnement alimentaire actuel, la « souveraineté du consommateur » ne s'exerce pas et ne peut s'exercer.

2.1.3. Qu'est-ce que la régulation de l'environnement alimentaire ?

L'idée est d'introduire un nouvel objectif : la santé nutritionnelle. Les marchés alimentaires sont déjà extrêmement régulés. L'objectif est de favoriser les échanges commerciaux, de préserver la sécurité sanitaire, l'activité agricole et l'environnement. Les outils utilisés actuellement sont la politique agricole commune, les politiques régulant le commerce, les normes sanitaires (*Codex alimentarius*), les lois sur l'étiquetage nutritionnel et la fiscalité (TVA, droits d'accises). Ces outils doivent être étendus soit pour mieux réguler le contexte de choix (pratiques marketing (publicités, promotions), étiquetage nutritionnel), soit pour réguler l'alimentation offerte, en qualité et en quantité (politiques agricoles, normes et standards de qualité, taxes nutritionnelles, lois commerciales).

2.2. Bilan (provisoire) des politiques nutritionnelles fondées sur l'autorégulation en France.

La France est passée de 6 % d'obèses (sur la période 1977-1983) à 15 % (sur la période 2007-2009). Aux États-Unis, le taux d'obèses est passé de 15 % à 36 % sur les mêmes périodes. Les tendances sont comparables, même si les niveaux de départ sont différents.

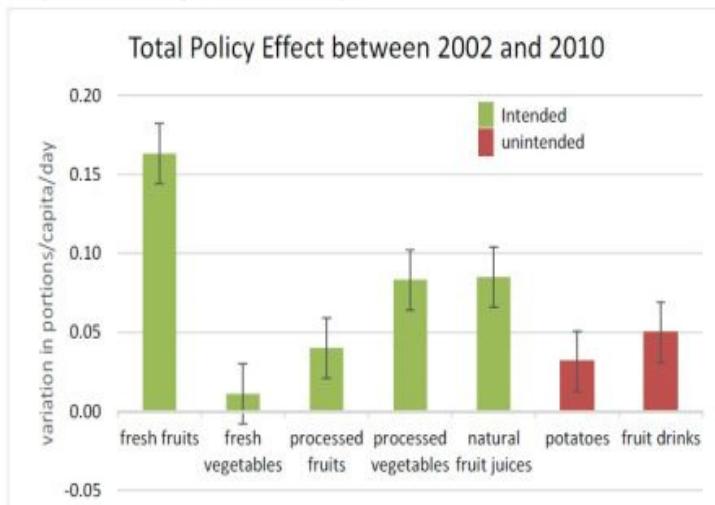


Surpoids et obésité en France et États-Unis

Depuis 2001, trois PNNS successifs ont été mis en place, avec des objectifs nutritionnels et sanitaires divers (réduction des apports en sel de 20 % au cours du Plan, limitation des apports en graisse à 35 % des apports caloriques journalier, 5 portions de fruits et légumes par jour...).

La politique nutritionnelle repose essentiellement sur le paradigme d'autorégulation des comportements :

- des consommateurs : campagnes d'information générales depuis 2001, taxe soda, proposition d'étiquetage nutritionnel avec des codes couleurs.
- des firmes : engagements volontaires visant à réduire le ciblage publicitaire des enfants sur les programmes télévisuels, après la sortie de l'école (depuis 2009), chartes d'engagement volontaire de progrès nutritionnel.



Source: Silva et al. (2013); one portion = 80g; average daily consumption in adults in 1999 = around 4 portions

Impact de la campagne « 5 fruits et légumes » sur la consommation à domicile (résultats provisoires)

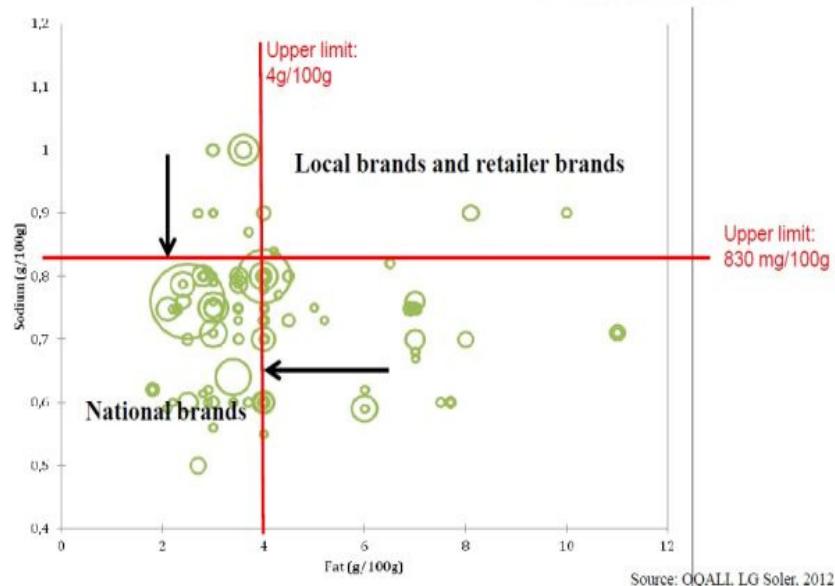
Un exemple :

Les données de ce graphique sont issues des scanners du panel Kantar World Panel (qui récense les actes d'achat – et non de consommation – des ménages). L'axe vertical correspond au nombre de portions par personne et par jour. Sept catégories de produits ont été analysées.

La campagne « 5 fruits et légumes par jour » a eu un effet positif sur la consommation de fruits frais, de fruits et légumes transformés, de jus de fruits sans sucre ajouté – mais aussi de ceux avec sucre, ainsi que sur la consommation de pommes de terre. Elle n'a eu aucun effet sur la consommation des légumes frais.

Globallement, l'augmentation de la consommation correspond à 0,4 portions de plus par jour et par personne, ce qui est modeste. Les données sont inconnues pour la consommation hors-domicile.

Depuis 2007, les firmes peuvent négocier des chartes de progrès nutritionnel avec le PNNS. 30 chartes ont été signées entre 2007 et 2012.



Un exemple : Charte collective dans le secteur de la charcuterie.

Les produits ciblés par cette charte sont le jambon, la saucisse, les pâtés de campagne, les mousses et pâtés de foie, etc. Le premier engagement concernait le contenu en sel (baisse de 5 % du contenu moyen en sel des principales catégories et limite maximum pour les produits les plus salés). Le second concernait le contenu en gras (baisse de 5 % du contenu moyen en gras des principales catégories, limite maximum pour les produits les plus gras).

L'axe horizontal correspond au taux de matières grasses et l'axe vertical correspond au taux de sel. La taille du cercle correspond aux parts de marchés de l'entreprise. Avant la mise en place de la charte, les marques nationales atteignaient déjà largement les critères fixés, alors que les petites entreprises étaient plus éloignées.

Ce graphique montre que les firmes choisissent les critères à atteindre en fonction de considérations stratégiques. Elles ont « naturellement » tendance à s'auto-sélectionner dans le dispositif des chartes en fonction de ce qu'elles pensent pouvoir faire en termes d'investissement en recherche et développement, sans perdre des parts de marchés ; ou encore en fonction des avantages que les chartes peuvent leur apporter par rapport aux concurrents. Il est donc difficile d'évaluer l'impact de ce dispositif sur les consommateurs puisque les acteurs s'auto-sélectionnent en fonction de considérations stratégiques sur leurs concurrents qui ne vont pas signer de chartes et sur ce qu'ils anticipent des réactions des consommateurs. Pour évaluer un dispositif, il faut pouvoir construire un groupe « contrôle » aux comportements indépendants du groupe « traité » par le dispositif. Or, les comportements des entreprises du groupe de « contrôle naturel » (les firmes qui n'ont pas signé de chartes) et celles du groupe « traité » (les firmes qui ont signé des chartes) sont interdépendants.

	Taxation ensemble des BRSA				Taxation BRSA avec sucres ajoutés			
	Prix (Cts €)	Conso (l/pers/an)	Apports sucre ajoutés (g/p/a)	Apports totaux sucre (g/p/a)	Prix (Cts €)	Conso (l/p/a)	Apports sucre ajoutés (g/p/a)	Apports totaux sucre (g/p/a)
Boissons sucrées	8,1 (+12,2%)	-3,8 (-21%)	-342	+135	9,0 (+13%)	-4,8 (-27%)	-440	-78
dont grandes marques	8,5 (+9,7%)	-1,3 (-12%)	-136		9,4 (+11%)	-2,1 (-19%)	-215	
dont MDD	7,6 (+19,4%)	-2,5 (-31%)	-206		7,7 (+20%)	-2,7 (-34%)	-225	
Boissons allégées	8,5 (+13,5%)				-1,7 (-2%)	+1,2 (+24%)		

Source: Bonnet et Réquillart (2014), « Que faut-il attendre des taxes nutritionnelles? », INRA Sciences Sociales, 2/2014.

La taxe soda depuis janvier 2012

Il n'est pas possible pour le moment d'évaluer les effets de la taxe soda sur les données d'observation.

Un article de chercheurs de la Banque de France montre que la taxe soda a été répercutée quasi-intégralement sur les prix, dans les 6 mois qui ont suivi sa mise en place (les grandes marques l'ont davantage répercutée que les petites marques).

Des travaux de simulation ont été effectués à partir des données du même panel World Kantar. Deux chercheurs, Céline Bonnet et Vincent Réquillart de la Toulouse School of Economics⁴⁹, ont calé un modèle de consommation sur les données des choix de consommation des ménages entre 2003 et 2005. Ils ont simulé ce que pourrait donner cette taxe soda. Deux scénarios ont été comparés : la taxe affecte toutes les boissons, y compris allégées (scénario 1) et la taxe n'affecte que les boissons avec du sucre ajouté (scénario 2). Le scénario 1 est celui qui a été finalement préféré par le législateur.

Les résultats de cette simulation montrent que les prix augmentent dans les deux scénarios, mais moins fortement dans le cas d'une taxe sur l'ensemble des boissons. La consommation de boissons sucrées en litre, par personne et par an diminue dans les deux scénarios, mais plus fortement dans le scénario 2. Ceci est dû à des reports vers les boissons allégées non taxées dans ce scénario. Dans le scénario 1, l'apport total en sucre ajouté diminue mais l'apport total en sucre augmente, parce que les consommateurs ne reportent pas leur consommation vers des boissons allégées mais plutôt vers des jus de fruits (avec ou sans sucre ajouté). Le fait d'avoir taxé en même temps les boissons avec édulcorants et les boissons sucrées a neutralisé les effets santé attendus.

Ces politiques ont (probablement) eu un impact limité :

- modeste augmentation de la consommation de fruits et légumes ;
- impact nul de la taxe soda ;
- diminution de la consommation de sel (entre -4 % et -10 % selon les calculs de l'Observatoire de la Qualité de l'Alimentation, OQALI). L'effort de reformulation des firmes n'a pas été compensé par les substitutions des consommateurs vers des produits plus salés.

2.2.1. Étiquetage nutritionnel informatif.

Dans le cas de l'étiquetage nutritionnel informatif, les autorités comptent également sur les capacités d'autorégulation des consommateurs. Les consommateurs doivent faire l'effort de lire les informations, ce qui engendre un coût en termes cognitifs et de temps.

L'étiquetage nutritionnel « saillant » est celui qui correspond aux feux tricolores. Cet étiquetage va avoir un

⁴⁹ Céline BONNET et Vincent REQUILLART, « Sugar policy reform, tax policy and price transmission in the soft drink industry », working paper, Transparency of food pricing, janvier 2012, http://www.transfop.eu/media/universityofexeter/businessschool/documents/centres/transfop/wp_transfop_4.pdf

effet informatif mais également un effet de *nudge*⁵⁰ (effet comportemental inconscient) si l'on pense que les consommateurs associent automatiquement la couleur rouge au danger. Ce système diminue l'effort cognitif que doivent entreprendre les consommateurs. Si on estime que les consommateurs ne sont pas complètement souverains et autonomes dans leurs choix, il est légitime d'utiliser cet étiquetage pour les « nudger », les inciter à consommer tel ou tel produit.

Les effets possibles de l'étiquetage nutritionnel « saillant » pour les consommateurs ne sont sans doute pas assez documentés. Des expériences en laboratoire (Université de Grenoble) ont montré que le système des feux tricolores était préféré par les consommateurs. Une expérience de terrain a été mise en place par la chaîne de supermarchés Sainsbury, en Angleterre. Cette expérience a montré que les feux tricolores par nutriment favorisaient des substitutions vers les produits les plus sains à l'intérieur des catégories de produit.

Pour les consommateurs, les effets possibles sont :

- un meilleur appariement de leurs goûts avec les caractéristiques des produits (diminution du coût cognitif du choix et augmentation du bien-être social – ce qui est une bonne chose d'un point de vue économique) : « j'aime le gras donc je choisis les produits rouges ». Une expérience a été menée en marketing sur des distributeurs automatiques où le contenu calorique de chaque snack était indiqué. En présence de cette information, les résultats ont montré que les consommateurs se tournent davantage vers les produits les plus caloriques. L'information nutritionnelle ne va pas nécessairement détourner le consommateur de son choix.
- Une transformation du jugement opéré sur le produit : l'attribut horizontal « j'aime le gras » devient un attribut vertical « plus de gras est moins bon pour ma santé ».

Si l'on considère que la qualité nutritionnelle est un attribut horizontal, l'étiquetage devrait conduire à une segmentation accrue de l'offre pour les producteurs, les « codes couleurs » jouant le même rôle que les « allégations nutritionnelles ». Le rouge pourrait même être arboré sur certains produits pour attirer des consommateurs amateurs de gras-sucré-salé (GSS).

Si l'on considère que la qualité nutritionnelle est un attribut vertical, alors les producteurs les plus « verts » ou capables de reformulation verront leur avantage concurrentiel se renforcer. Ils « s'auto-sélectionneront » dans le dispositif s'il reste facultatif, selon le même mécanisme que les chartes. Les producteurs les plus « rouges » pourront adopter des stratégies prix plus agressives et chercheront à éviter l'affichage.

Il n'y a pas de consensus scientifique sur la « stigmatisation » que subirait le consommateur moyen.

Le projet de loi sur la modernisation du système de santé⁵¹ participe de la préemption de l'État d'un standard d'étiquetage unique, ce qui éviterait la prolifération des étiquetages en face avant des produits, qui nuirait aux choix des consommateurs. Il n'y a pas encore de retour d'expérience sur l'étiquetage nutritionnel par code couleur. L'impact sur l'obésité et le surpoids ne pourra être étudié que sur le long terme, dans 10 ou 20 ans.

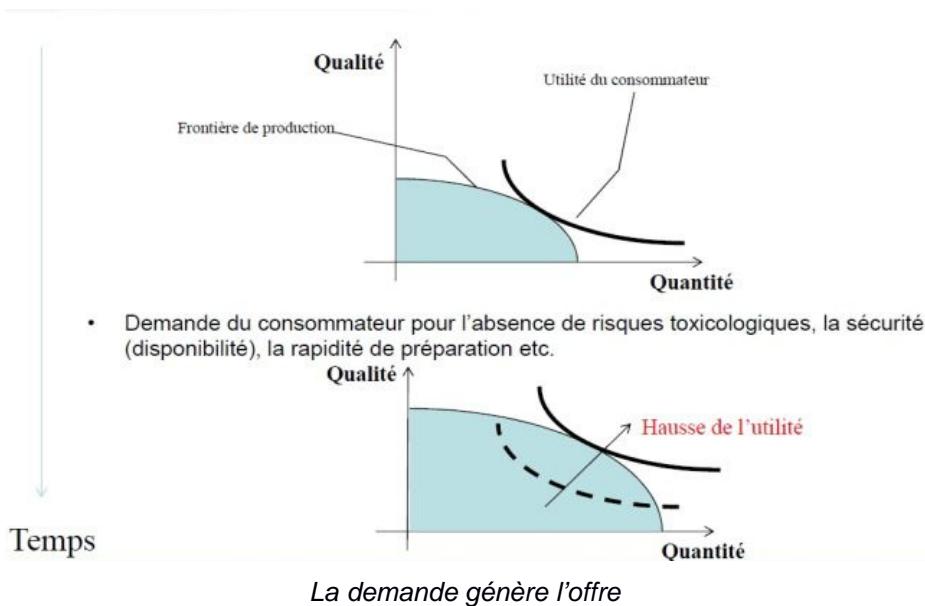
2.3. La souveraineté du consommateur.

Du point de vue de l'économiste, le débat sur la nécessité de réguler l'environnement alimentaire à des fins de santé nutritionnelle pose la question de la souveraineté du consommateur. Si les préférences du consommateur déterminent la production alimentaire et la dynamique de marché, l'autorégulation est probablement le meilleur paradigme pour concevoir les politiques de santé nutritionnelle. Sinon, il faut changer de paradigme.

⁵⁰ « Coup de pouce », qui permet d'inciter en douceur les gens à changer leurs comportements, plutôt que d'employer des contraintes et des sanctions.

⁵¹ La loi de modernisation de notre système de santé a été promulguée en janvier 2016.

2.3.1. La demande génère l'offre.



Sous ce paradigme, c'est la demande qui génère la dynamique de l'offre. À un moment donné, il existe une frontière de production : le système alimentaire est capable de produire une certaine quantité dans une certaine qualité. Le consommateur fait ses choix en fonction de ces deux paramètres, la qualité et la quantité.

Si la demande évolue, parce que les consommateurs veulent manger plus ou de meilleure qualité, alors le système de production alimentaire répond par une expansion de la frontière de production. Cette expansion augmente le bien-être des consommateurs.

Cette perspective et le principe de souveraineté du consommateur qui la sous-tend peut rationaliser de nombreux faits historiques, notamment l'industrialisation de l'alimentation, qui s'observe dans les tendances de consommation et dans les évolutions des prix relatifs des produits transformés par rapport aux produits bruts.

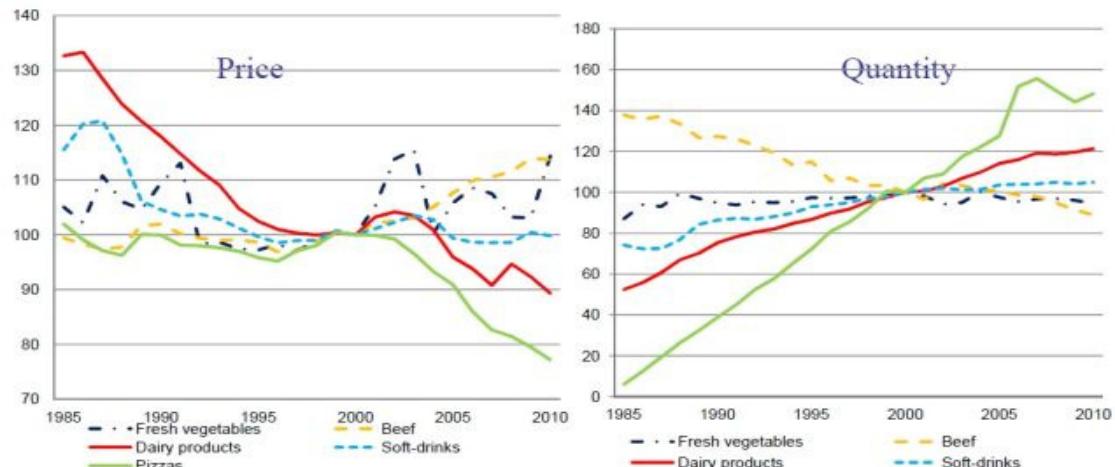
Entre 1970 et 2005, la consommation de produits bruts, comme le pain ou le sucre, diminue, au profit des produits transformés, tels que les confiseries, les biscuits ou les produits laitiers.

TENDANCES DE CONSOMMATION (KG/PERS/AN)

Année	1970	2005
Pain	80,6	53,8
Sucre	20,4	6,9
Confiseries	6,3	11,2
Biscuits	8	11,6
Ultra-frais laitier	8,6	30,4

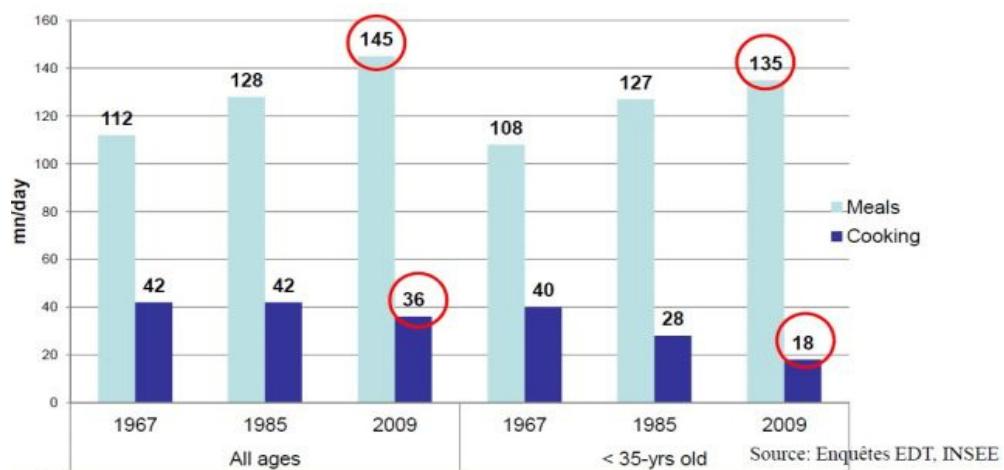
Source: Comptabilité Nationale, INSEE

La hausse de la consommation de produits transformés



Baisse du prix relatif des produits transformés

En France, le repas est une pratique de loisirs. Selon les données de l'enquête « Emploi du temps » de l'INSEE⁵², nous passons plus de temps à manger⁵³ mais moins de temps à cuisiner au quotidien. Cette baisse du temps passé à cuisiner s'observe essentiellement sur les dix dernières années et est très marquée chez les jeunes. Un temps plus long d'études et une stabilisation professionnelle et familiale plus tardive, autour de 30 ans, peut être une des explications. Ce temps accru entre la sortie de la famille d'origine et la nouvelle stabilisation peut correspondre à une perte des savoirs culinaires et du goût pour la cuisine.



Le temps passé à cuisiner et à manger

Ces tendances sont aussi explicables par le jeu des prix du marché, notamment si on assimile la cuisine à une tâche pénible. Si le prix relatif de l'alimentation transformée ou de l'alimentation préparée hors domicile diminue, les consommateurs auront tendance à substituer la préparation culinaire à domicile par une préparation culinaire hors domicile. Au final, la demande pour une préparation de masse des repas, notamment à cause du temps d'études plus long mais aussi de la hausse du travail féminin, génère une industrialisation de l'alimentation.

Ce « récit » des évolutions des pratiques alimentaires, dessinées dans ces propos à gros traits, repose sur

⁵² Les séquences temporelles, prises en compte dans les enquêtes « Emploi du temps » de l'INSEE, correspondent à des épisodes de 10 minutes considérés par les personnes interrogées comme étant leur activité principale. Par exemple, le temps principal d'un individu qui grignote en travaillant, sera le travail.

⁵³ Ce temps correspond au temps à table. Les grignotages ne sont pas intégrés dans les données collectées par l'INSEE. Une enquête dédiée serait nécessaire.

l'idée que les évolutions de la demande tirent les marchés alimentaires. Cette demande est-elle souveraine ? Les consommateurs sont-ils vraiment souverains ? Existe-t-il une demande de masse pour la préparation des repas ou cette demande est-elle induite ?

2.3.2. Les consommateurs ne font pas de choix souverains.

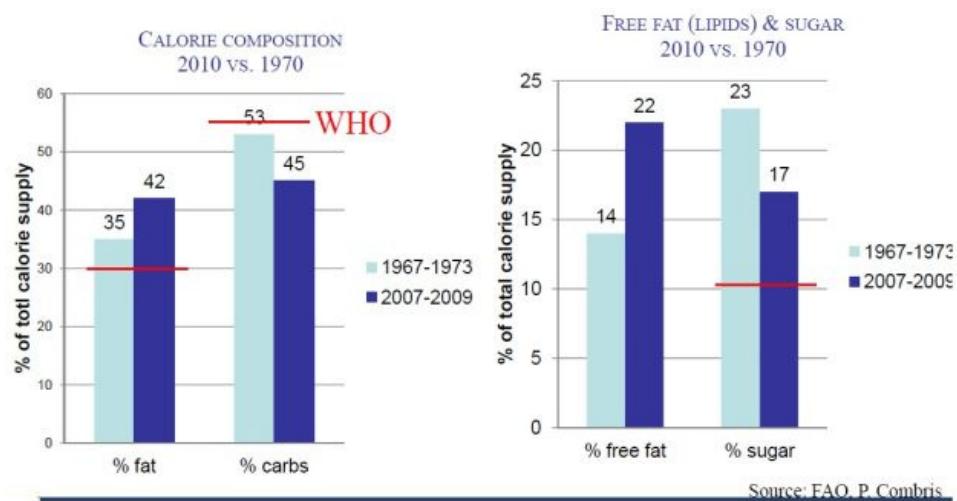
Un premier facteur explicatif relève de la biologie de l'évolution. « Manger moins et se dépenser plus » revient à essayer de combattre nos tendances naturelles et autrefois salvatrices pour acquérir de l'énergie et la conserver, puisque l'essentiel de notre évolution s'est faite dans un environnement de pénurie. Nos goûts et notre physiologie ont dû s'adapter. Pour survivre, des comportements naturels et automatiques ont été sélectionnés. Il existe une opposition entre ce qui relève de la nature (préférer naturellement le sucré et le salé) et la culture (apprendre à aimer lamer).

De plus, la dynamique technologique de l'offre alimentaire a favorisé la mise sur le marché de produits gras, sucré, salés (GSS) en quantité importante et à des prix relatifs de plus en plus bas.



Hausse du nombre de calories disponibles

Depuis les années 1970, la proportion de graisses dans les calories disponibles augmente.



Quelle offre alimentaire maintenant ?

Les produits riches en nutriments sont plus chers que les produits gras-sucre-salés.

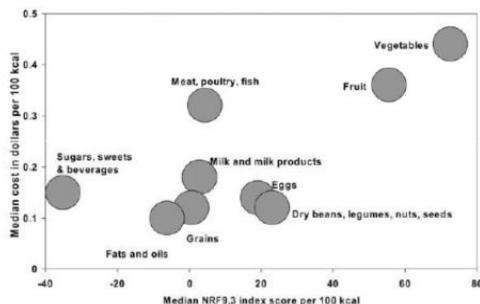


FIGURE 2. Median Nutrient Rich Foods (NRF9.3) Index scores for each major US Department of Agriculture food group plotted against median cost per 100 kcal. Higher NRF index scores denote higher nutrient density per 100 kcal.

Source: Drewnowski, 2010

Les produits riches en nutriments sont plus chers que les produits gras-sucrés-salés

Le premier objectif d'un consommateur est de se nourrir. Les populations défavorisées seront d'autant plus affectées par cette configuration des prix.

Dans cet environnement d'abondance, notre préférence naturelle pour les produits GSS est facile à satisfaire.

2.3.3. Biais de perceptions.

Combattre ces inclinations naturelles à préférer les produits GSS est d'autant plus difficile que nos perceptions sont systématiquement biaisées.

Les exemples suivants sont issus de travaux en marketing⁵⁴.

Dans cette expérience, des seaux de pop-corn de taille moyenne ou de grande taille, frais ou ayant 14 jours, ont été proposés à des consommateurs. Quelle que soit la taille du contenant, les consommateurs mangent moins lorsqu'il s'agit d'un pop-corn de 14 jours. Cependant, lorsque le contenant est plus important, les consommateurs mangent davantage.

Ainsi, les promotions en quantité augmentent la consommation.

Un autre biais de perception concerne la réponse aux signaux internes *versus* les signaux externes dans la régulation de la prise alimentaire. Les chercheurs ont constaté que les comportements alimentaires des Américains et des Français diffèrent lorsqu'ils sont placés devant la télévision, avec pour unique tâche de manger *ad libidum*. Les Américains s'arrêtent de manger lorsque le programme télévisé est terminé alors que les Français s'arrêtent avant, faisant ainsi plus attention à leurs signaux internes. Lorsque l'individu se trouve dans un environnement où les stimulations externes sont intenses, il aura tendance à manger davantage.

Il existe également des biais de perception dans le comptage de calories. Dans une expérience⁵⁵, des chercheurs ont demandé à des mangeurs d'évaluer, dans un premier groupe, le nombre de calories contenus dans un hamburger (761 kCal) ; dans un second groupe, le nombre de calories contenu dans des brocolis (67 kCal) puis, dans un troisième groupe, le nombre de calories pour l'ensemble du menu (665 kCal). Ainsi, les personnes concernées ont perçu les brocolis comme ayant, en quelque sorte, des calories « négatives » : ils « enlèvent » des calories au hamburger.

Ces exemples montrent qu'il ne faut pas compter uniquement sur l'éducation nutritionnelle pour faire changer les comportements de consommation.

2.3.4. Nos préférences pour le gras-salé-sucré.

Combattre nos inclinations naturelles à préférer le gras-salé-sucré est d'autant plus difficile que nos choix passés pèsent fortement sur nos comportements courants.

Même si cette théorie est encore en discussion, notre préférence « naturelle » pour le gras et le sucré favorise l'ancrage biologique d'habitudes de consommation difficiles à changer. Les réponses du cerveau à l'in-

⁵⁴ On pourra se référer aux articles de Pierre CHANDON (INSEAD).

⁵⁵ P. CHANDON, B. WANSINK, « The biasing halos of fast-food restaurant health claims : lower calorie estimates and higher side-dish consumption intentions », *Journal of consumer research*, 34, 301-14.

gestion de nourriture sucrée ou grasse sont similaires à celles observées dans le cas de prises de drogues. Si l'hypothèse d'addictivité du sucre ou du gras est encore discutée, il reste que le gras et le sucré⁵⁶ peuvent avoir des effets hédoniques, induisant un renforcement des préférences.

Enfin, la sur-alimentation chronique génère un gain de poids impliquant une hausse des besoins caloriques.

Une alimentation GSS trop abondante, produite par les évolutions de l'offre (prix, disponibilité, etc.), génère chez les consommateurs des trajectoires de santé non anticipées et difficiles à corriger. L'alternative à l'auto-régulation serait donc la régulation de l'offre alimentaire et du marketing. Pour construire cette régulation (et s'en convaincre), il est utile de regarder quel a été le rôle des institutions dans les évolutions passées.

2.4. La régulation de l'offre alimentaire, les institutions et la dynamique de l'offre alimentaire.

L'argument selon lequel il faut laisser faire les marchés ne tient pas compte du fait que les institutions ont largement orienté l'expansion des marchés alimentaires à travers les politiques agricoles et commerciales.

Les institutions ont orienté l'expansion de la production à travers les politiques agricoles et commerciales :

- objectifs politiques essentiels : sécurité alimentaire et sûreté de l'offre (éviter les émeutes de la faim) ;
- standards de qualité : le *Codex alimentarius* est la source de droit à partir de laquelle vont se régler les litiges à l'Organisation Mondiale du Commerce (OMC). Si un pays veut interdire ou réglementer la qualité nutritionnelle de ses produits, notamment la teneur en sel, en sucres et en gras, il peut facilement être attaqué dans le cas où le *Codex* ne précise rien sur ce type de nutriment. Le travail actuel se concentre essentiellement sur le contenu en vitamines et non sur les valeurs nutritionnelles recommandées. Le *Codex* favorise la sécurité alimentaire et la sûreté de l'offre pour fluidifier les échanges commerciaux. Un des arguments de défense, légitime, du monde agricole, lorsqu'il s'agit de faire évoluer le système de production agricole pour aller vers des produits de meilleure qualité, est de relever qu'en faisant de la qualité supérieure, ils ne pourront pas s'aligner sur les prix compétitifs des autres producteurs non soumis à ces standards de qualité. Or, il est possible de mettre des barrières tarifaires à l'entrée d'un pays uniquement si elles peuvent être fondées en droit dans ce qui est codifié dans le *Codex*.
- Les politiques agricoles communes ont favorisé, via un système de subventions, certaines cultures et certaines variétés limitées (*program crops*). À partir d'un nombre limité de variétés, il est possible d'extraire des molécules, qui serviront à la confection de nombreux produits.
- Investissement public dans la Recherche & Développement (R&D) et l'amélioration des techniques agricoles (la *green revolution*).
- La certification des technologies (pesticides, hydrogénations...).
- La globalisation des marchés (depuis les années 1980) avec un démantèlement des barrières tarifaires et non tarifaires (GATT, OMC).

Il existe une grande incertitude quant à l'impact des taxes nutritionnelles sur les changements de comportement alimentaire, notamment à cause du nombre important de substitutions possibles. Il serait plus intéressant d'utiliser l'outil fiscal pour inciter à la reformulation des produits par les industriels, ce qui éviterait par ailleurs de toucher les produits traditionnels.

Il faut distinguer ce qui est lié au produit brut et ce qui est lié à la recette (ce qui a été ajouté, par exemple). Il pourrait être intéressant de taxer les ingrédients utilisés « à l'entrée » du produit, plutôt que les produits finaux. Les ingrédients principaux pourraient être ceux qui représentent 80 % de la recette et la taxe ne s'intéresserait qu'au 20 % restant. Par exemple, les graisses saturées de la viande utilisée en charcuterie ne seraient pas taxées. Un chocolat au lait serait plus taxé qu'un chocolat noir à 85 % de cacao. L'objectif recherché est le même que celui des chartes d'engagement volontaire de progrès nutritionnel. Les chartes sont « la carotte » alors que la taxe est « le bâton ». Les modalités de cette taxe doivent encore être réfléchies.

Au Danemark, les produits étaient taxés « à la sortie », ce qui a conduit à un échec de cette politique. De plus, les producteurs, y compris les petits, devaient faire analyser leurs produits, entraînant des coûts importants.

Il sera également nécessaire de réfléchir pour savoir comment affecter le produit de cette éventuelle taxe, de

⁵⁶ Et non le sel.

façon à favoriser une dynamique de changement dans le domaine alimentaire, notamment en incitant à une montée en gamme. Il pourrait être affecté aux soins des personnes souffrant de problèmes liés à leur alimentation, mais aussi à la reconversion agroécologique du système alimentaire.

La régulation n'est pas nécessairement l'ennemie des entreprises. L'incitation à l'innovation, à l'amélioration de la qualité de l'offre française dans un contexte de compétition accrue en prix ne va pas détruire l'agriculture et l'industrie agroalimentaire française. Ces incitations peuvent permettre une montée en qualité nutritionnelle et environnementale.

Les liens d'intérêts des différents acteurs et les questions de mises sur agenda

Jean-Pierre Poulain

Audition du mardi 2 décembre 2014

Jean-Pierre Poulain est sociologue et anthropologue, Professeur à l'université de Toulouse-le Mirail et en charge de la chaire « Food Studies » de la Taylor's University en Malaisie.

Cette présentation vise à proposer quelques éléments d'analyse concernant la proposition d'étiquetage nutritionnel dit « saillant » en cours d'étude dans le cadre du projet de loi de santé publique⁵⁷ (feux pentacolores).

Où sont les preuves scientifiques ? Il y a trois dimensions dans cette question.

- Où sont les preuves qui montreraient que ces informations amélioreront les choix individuels ? Où sont les éléments qui montrent que le dispositif de l'étiquetage nutritionnel pourrait être efficace ?
- Les décisions à prendre entrent dans un jeu de rhétorique. La rhétorique est la même que celle employée par l'industrie du tabac. Les industriels du tabac n'ont cessé, au fur et à mesure de l'avancement des connaissances scientifiques sur les liens entre le tabac et les cancers, de questionner les preuves, jusqu'à ce qu'elles s'imposent d'elles-mêmes. Il y a une utilisation analogique entre le tabac et l'alimentation dans le cadre de l'étiquetage nutritionnel. Cette situation analogique est cependant à discuter : certains éléments sont semblables mais d'autres sont très différents. Pourquoi cette analogie est-elle utilisée par les promoteurs du projet ? Comment déploie-t-elle un rapport moral à la décision politique ? Les politiques sont interpellés pour prendre une décision rapide, afin qu'une absence de décision ne puisse pas leur être reprochée dans le futur.
- Quels seraient les éventuels effets contre-productifs d'une sur-responsabilisation et d'une sur-individualisation de la relation à l'alimentation ? La dramatisation du rapport à l'alimentation n'a pas que des avantages.

Ces trois éléments sont des pistes de travail, qui n'ont pas de réponse définitive.

Question

Le premier point ne relève-t-il pas d'une expertise collective qui serait menée par l'Anses ?

L'Anses n'a été saisie il y a quelques mois que sur une question strictement technique, à savoir la faisabilité, sur la base des informations disponibles (tables de composition des aliments en France), de l'utilisation du modèle de Rayner en France ?

J.-P. Poulain

La question posée en termes d'expertise collective n'est qu'une partie de la question. Il faut savoir ce qui fait

⁵⁷ Nom initial du projet, devenu Loi pour la modernisation de notre système de santé.

consensus et où sont les lignes de fracture et les controverses. Cette double utilisation (consensus/controverse) évite les phénomènes de scénarisation, que l'on retrouve dans les expertises collectives, où les données ne rentrant pas dans le scénario sont écartées. Utiliser les éléments qui font controverse permet de mettre en avant les fractures épistémologiques et les fractures d'intérêts (les lignes de partage selon les catégories d'acteurs qui, au sein ou en périphérie de la recherche, ont des intérêts liés à leur position).

Question

Est-ce que la présentation de l'intérêt individuel *versus* l'intérêt collectif s'applique à une question qui serait uniquement centrée sur la sécurité sanitaire ou sur le bénéfice nutritionnel ? Ou voit-on, du côté individuel, un intérêt en rapport avec la sécurité sanitaire, le plaisir et, du côté collectif, des préoccupations relatives au domaine économique ?

J.-P. Poulain

Il existe trois niveaux d'intérêt :

- l'intérêt individuel : le consommateur choisit de prendre des risques, en privilégiant le plaisir plutôt que la santé, avec des conséquences macro-économiques ;
- les intérêts des catégories d'acteurs : les Industries Agroalimentaires (IAA), les scientifiques, les décideurs publics, etc. ;
- l'intérêt général.

Le CNA est un espace de mise en discussion, d'arbitrage et de recalage des intérêts catégoriels. Les intérêts catégoriels sont très souvent liés à des contextes et à des manières d'appréhender des points d'équilibre, des coûts et des bénéfices.

Question

Il pourrait y avoir un intérêt commun des chercheurs et des IAA pour soulever des questions quant à l'intérêt et l'efficacité de certaines mesures, ce qui permettrait aux chercheurs d'accéder à des financements pour poursuivre les recherches.

J.-P. Poulain

Il est aussi possible qu'il y ait de la concurrence entre chercheurs, positionnés sur des paradigmes différents, entre industriels ou même à l'intérieur de l'entreprise.

Les controverses permettent de dégager deux éléments : d'une part, les lignes de force scientifiques – manque de connaissances, débats, besoins d'arbitrage – et d'autre part, les lignes de force qui permettent d'identifier les acteurs ayant, à un titre ou à un autre, des intérêts. L'analyse des controverses permet d'identifier et de clarifier les intérêts.

Les controverses scientifiques se basent sur des données publiées dans des revues académiques, mais qui peuvent, avec un même niveau d'excellence scientifique, afficher des résultats ou des postures en contradiction. Les controverses socio-techniques ont une dimension scientifique moins forte et peuvent renvoyer à des conflits de position entre des espaces scientifiques très légitimes et des espaces beaucoup moins légitimes, mais dont on ne sait pas s'ils le resteront ou s'ils seront appelés à monter en charge d'un point de vue scientifique et à venir se mettre en compétition avec les arguments les plus légitimes.

L'analyse des controverses, dans une perspective scientifique, correspond uniquement à l'identification, dans le champ des données publiées, des éléments qui sont en contradiction. Le deuxième cercle doit travailler pour essayer de comprendre comment les controverses abritent des intérêts et comment elles sont dynamisées par les intérêts. L'identification des intérêts n'est pas une pratique de dénonciation mais une pratique de mise à plat de phénomènes d'interaction. Les allers-retours entre les acteurs permettent de faire évoluer le système. C'est la fonction essentielle et indispensable du deuxième cercle.

Le point suivant est une spécificité française, qui consiste à considérer que les informations nutritionnelles et les profils nutritionnels correspondent à une conception plutôt individualiste de la décision alimentaire, qui n'est pas la nôtre. La théorie du choix rationnel est dominante dans le monde anglo-saxon : l'individu raisonnerait de façon isolée, en fonction de son équipement cognitif, qui lui permettrait de faire les bons choix. Cette vision est largement discutée par les sciences sociales, notamment dans le cadre des cultures alimentaires françaises : l'accent est mis sur les interactions dans le système de décision, sur le fait que manger n'est pas une activité solitaire et que les décisions se construisent en groupe, même s'il existe des

phénomènes d'individualisation du rapport à l'alimentation.

Plus on pousse à l'individualisation du choix alimentaire, notamment en proposant un étiquetage nutritionnel fort sur les emballages, plus on affaiblit les cultures alimentaires, qui ont des fonctions régulatrices, notamment par le fait de manger ensemble. L'hypothèse d'effets contre-productifs de la sur-individualisation du rapport à l'alimentation ne peut pas être écartée, différents arguments vont dans ce sens.

Inégalités sociales et consommation alimentaire : enjeux de politiques publiques

France Caillavet

Audition du mardi 2 décembre 2014

France Caillavet est Directrice de recherche économie à l'INRA, au sein du laboratoire ALISS (Alimentation et sciences sociales).

Les populations précaires sont très hétérogènes, des populations modestes aux plus pauvres.

4.1. Evolution des inégalités nutritionnelles : politique de revenu ou d'information ?

Des travaux en cours⁵⁸, conduits notamment avec Nicole DARMON, étudient les comportements de consommation sur le long terme, entre 1969 et 2010. À partir de la consommation observée des ménages, il est possible de reconstruire des séries et de les agréger, selon certains indicateurs.

Les données sont issues des enquêtes sur la consommation alimentaire de l'INSEE, pour la période 1969-1991, et des panels de consommateurs SECODIP/Kantar⁵⁹, pour la période de 1989 à 2010. Il s'agit d'achats pour la consommation au domicile. Il n'existe pas de données sur l'auto-consommation ou sur la consommation hors-domicile couvrant cette période. Ces données ne sont pas parfaites, notamment en raison des changements de mode de collecte et/ou de nomenclature. Par exemple, le passage à la collecte par scanner des codes-barres en 1996 provoque des mauvais enregistrements des produits frais achetés sur les marchés.

Les chiffres disponibles, en kilogramme d'aliments achetés, ont été convertis. Seule la table de 1995 a été utilisée sur toute la période, ce qui ne permet pas de prendre en compte les modifications de composition des aliments. Les éléments observés reflètent uniquement les changements de comportement d'achat des consommateurs.

Ces chiffres ont été ramenés en consommation par personne et par an. Les mesures de consommation ont été faites selon 18 grands groupes d'aliments, ventilés en 77 sous-groupes. Les calculs ont été faits selon plusieurs critères : les quartiles de revenu, le niveau d'éducation et les différentes régions.

Plusieurs indicateurs nutritionnels ont été calculés : la contribution des macronutriments (lipides, glucides, protides), la densité énergétique, le score d'adéquation nutritionnelle⁶⁰ sur la base de 15 nutriments.

⁵⁸ En cours : « Is diet quality improving ? 40 years of household purchases in France, 1969-2010 », avec N. DARMON, F. LÉTOILE et V. NICHELE.

⁵⁹ Ces données concernent les ménages modestes mais pas les plus pauvres.

⁶⁰ MAR : mean adequacy ratio.

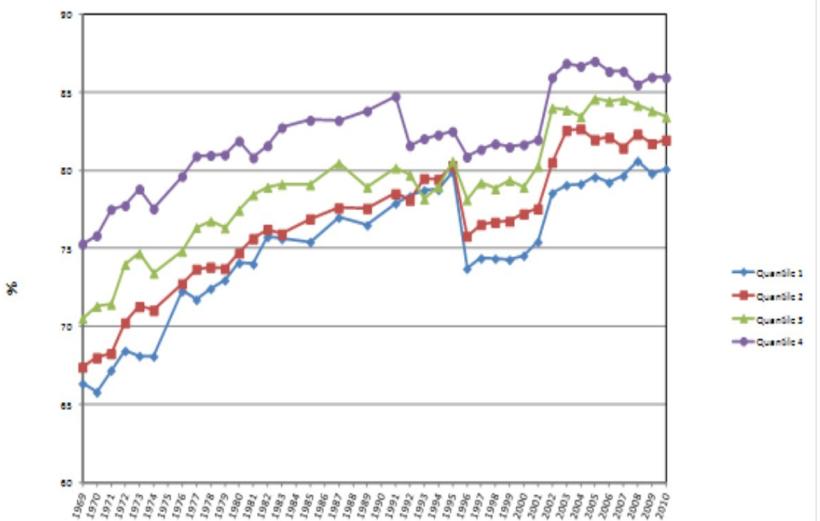


Le Mean adequacy ratio

Toutes les données d'achats ont été rassemblées en 77 sous-groupes ; il est ainsi difficile de regarder le détail par aliment.

Le graphique ci-contre montre une tendance générale à l'amélioration globale de la qualité nutritionnelle de la consommation à domicile au cours des 40 dernières années, avec une stabilisation lors de la dernière décennie⁶¹.

Ces mêmes données ont été ventilées par quartile de revenu par unité de consommation. Le premier quartile correspond aux 25 % des ménages les plus pauvres ; le quatrième quartile aux 25 % des ménages les plus riches, selon ce critère.



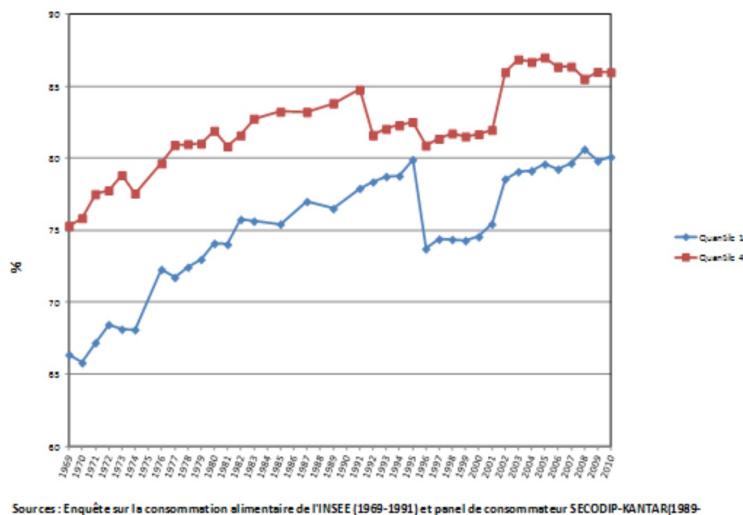
Sources : Enquête sur la consommation alimentaire de l'INSEE (1969-1991) et panel de consommateur SECODIP-KANTAR(1989-2010)

Mean adequacy ratio en fonction du quartile de revenu

La qualité nutritionnelle apparaît liée aux revenus. Plus les revenus sont élevés, plus l'adéquation nutritionnelle est bonne.

On retrouve tout au long de cette période les différences de qualité nutritionnelle dans l'ordre de classement selon les revenus, des plus faibles aux plus élevés. Cependant, les écarts qui pouvaient exister en 1969 sont légèrement moins forts en 2010.

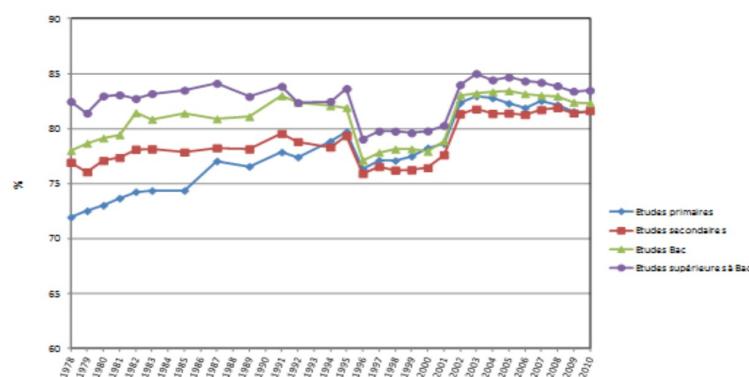
⁶¹ Le creux observé sur ce graphique, à partir de 1996, est dû au changement de mode d'enregistrement des données SECODIP, passant de carnets à un enregistrement par scanner.



Mean adequacy ratio du quartile 1 et 4

Néanmoins, l'écart entre les deux quartiles extrêmes persiste en 2010.

Malgré un léger décalage dans le début du creux observé avec ces données, les tendances sont les mêmes quel que soit le niveau de revenu. La baisse apparaît sans doute comme plus importante chez les ménages les plus pauvres, car ceux-ci pourraient se fournir davantage sur les marchés et auprès de magasins de détail qui utilisaient moins les codes-barres. Le passage du mode de collecte au scanner a pu affecter davantage l'enregistrement de leur consommation.



Mean adequacy ratio en fonction du niveau d'éducation

Ce graphique représente le « mean adequacy ratio » (MAR) en fonction du niveau d'éducation des personnes enquêtées, depuis 1978.

La qualité nutritionnelle de l'alimentation suit la hiérarchie des niveaux d'éducation sur toute la période, mais les inégalités nutritionnelles diminuent progressivement, pour pratiquement disparaître dans les années 2010.

Ces données n'ont pas fait l'objet de redressements statistiques. Or, les personnes ayant un niveau primaire en 1978 ne sont pas les mêmes que celles ayant ce niveau aujourd'hui. Cette population vieillit : l'effet d'âge n'est pas contrôlé dans le cadre de cette étude. Par ailleurs, ces données ne tiennent pas compte du fait que les personnes ayant un niveau primaire en 1978 ont pu augmenter leur niveau de connaissance nutritionnelle tout au long de leur vie. Les données observées sont des données moyennes, qui ne sont pas issues d'une cohorte. La population est ainsi renouvelée totalement ou en partie tous les ans.

La courbe correspondant au niveau d'études supérieures ne progresse pas beaucoup et semble même se

détériorer ces dernières années. Celle du niveau d'études primaires est celle qui augmente le plus.

Ces travaux mettent en évidence le fait que le revenu reste un moteur plus important que l'éducation dans l'évolution des inégalités nutritionnelles. À la différence de l'éducation, qui n'est plus sur ces courbes un facteur discriminant de la qualité nutritionnelle, le revenu continue à creuser les inégalités. À noter que la convergence de la dernière décennie se fait aussi par stagnation, voire détérioration, de la qualité pour les plus éduqués.

Ces tendances suggèrent que, pour lutter efficacement contre les inégalités, il convient d'agir en premier lieu par des politiques de revenu plutôt que par des politiques d'information.

Pour autant, le niveau d'éducation reste une variable-clé pour comprendre la réception de l'information nutritionnelle et celle liée aux cultures alimentaires.

4.2. Accessibilité à une alimentation saine : rôle de l'offre alimentaire ?

La question des déserts alimentaires est apparue aux États-Unis et en Angleterre où, dans les zones défavorisées avec peu de transports, quelques rares commerçants proposant peu ou pas de fruits et légumes et à des prix élevés, les consommateurs n'ont de toute évidence pas accès à certains produits alimentaires, en particulier les fruits et légumes.

La question paraissait moins pertinente en France. Sans aller jusqu'à utiliser les termes de « déserts alimentaires », il peut être néanmoins intéressant de voir s'il existe un lien entre la consommation de fruits et légumes et la densité commerciale.

Une étude⁶² a été menée à partir de données collectées à Paris et en petite couronne. Ces territoires sont disparates, mais les populations ont en commun une bonne connaissance des messages nutritionnels. Ainsi, 97 % déclaraient connaître les messages portés par le PNNS, tels que « Manger 5 fruits et légumes par jour »⁶³. Les chercheurs ont donc pu supposer que les disparités de pratiques de consommation pouvaient être liées, indépendamment des caractéristiques individuelles, aux problèmes d'accès et non pas à un défaut d'informations⁶⁴.

L'intérêt était de disposer d'indicateurs de densité commerciale à un niveau local très désagrégié, par géolocalisation (nombre de magasins, surface de vente alimentaire, type de magasins). Attention cependant : l'étude ne tient pas compte des marchés, où de nombreux fruits et légumes sont achetés. Reconstituer ces données s'avère en effet difficile.

Les données de consommation de fruits et légumes ont été extraites de l'enquête SIRS⁶⁵ menée en 2010 par l'INSERM, le CNRS et l'INRA. La question posée est : « A quelle fréquence mangez-vous les 5 fruits et légumes recommandés ? »⁶⁶. Cette enquête a été menée à Paris et dans les départements du 92, 93 et 94, au niveau de l'IRIS⁶⁷. Un IRIS correspond environ à 2000 habitants ; 50 IRIS ont été pris en compte. Les domiciles des enquêtés ont été géolocalisés.

Ces informations ont été appariées avec des données de structure commerciale : nombre et type de magasins (hypermarchés, supermarchés, supérettes, surgelés, épiceries), les surfaces alimentaires et leur géolocalisation.

Dans cette étude, il s'agit d'estimer la probabilité de fréquence de consommation adéquate de fruits et légumes de l'individu en fonction de la structure commerciale de la zone autour de sa résidence. 4 indicateurs différents de zonage ont été pris en compte : l'IRIS, le TRIRIS, qui correspond aux 3 IRIS adjacents, un cercle autour de la station de métro ou de train la plus proche du domicile et un cercle autour de la résidence. La procédure a été faite en deux étapes afin de contrôler l'endogénéité du choix de résidence par l'individu. En effet, l'individu choisit sa résidence, en fonction de ses revenus et des équipements du quartier. La densité commerciale est endogène au choix de la résidence.

Les relations mises en évidence se révèlent complexes entre la consommation de fruits et de légumes et la structure de l'offre alimentaire en région parisienne.

⁶² <http://www.opnalim.org/les-inegalites-sociales-et-territoriales-des-pratiques-alimentaires-de-lobesite-et-de-l-insecurite-alimentaire-dans-l-agglomeration-parisienne-en-2010%20%80%8E/>

⁶³ « Avez-vous entendu parler des messages recommandant de consommer 5 fruits et légumes par jour ? » (oui/non)

⁶⁴ Note du GT du CNA : les informations fournies par les sociologues sur le fait qu'il n'y a pas de lien direct entre la connaissance d'une recommandation et un changement de comportement, notamment chez les populations les plus défavorisées, seraient sans doute un facteur explicatif à intégrer.

⁶⁵ Santé Inégalités et Rupture Sociale, <http://www.inpes.sante.fr/jp/cr/pdf/2008/ateliers/a_invites/At5-07_Pierre%20CHAUVIN.pdf>

⁶⁶ Les réponses étaient : jamais, occasionnellement, la plupart du temps, la moitié du temps, tous les jours.

⁶⁷ Unité territoriale d'intérêt statistique.

- La probabilité de suivre les recommandations de consommation de fruits et légumes est associée négativement au nombre de magasins. Un magasin supplémentaire fait baisser la probabilité de consommation de 2 à 3 %, selon l'unité spatiale utilisée. Il y a sans doute des substitutions sous-jacentes qui n'ont pas été expliquées pour le moment.
- En revanche, la probabilité de suivre les recommandations de consommation est associée positivement à la surface de vente alimentaire. 1 m² de surface alimentaire supplémentaire fait augmenter cette probabilité de 1 %.

L'offre alimentaire, en région parisienne, s'est développée par une extension des surfaces commerciales plutôt que la construction de nouveaux magasins. Le premier résultat est sans doute un artefact de la législation en vigueur qui restreint la construction de nouvelles surfaces commerciales.

Il est intéressant de constater que, même dans Paris et sa petite couronne, pourtant dense en offre commerciale, il existe des inégalités territoriales dans l'accès à l'offre alimentaire. Ces effets sont indépendants des caractéristiques du consommateur (revenu, sexe, âge, éducation, présence d'enfants, situation d'emploi, connaissance du message sur les fruits et légumes ou régime alimentaire).

Les prix ne sont pas une variable prise en compte dans cette étude.

4.3. Insécurité alimentaire.

	ABENA 2004-2005	ABENA 2010-2011	Inca 2 2006-2007	SIRS 2010
Questionnaires	Bénéficiaires aide alim	Bénéficiaires aide alim	National	Région parisienne
Paris, Seine St-Denis, Dijon, Marseille				
HFSS ^a				6,3
dont insécurité alimentaire modérée				3,9
dont insécurité alimentaire sévère				2,4
FSI (2a) ^b qualitatif (Avoir assez à manger mais pas toujours les aliments souhaités)	46,0	43,0	16,0	19,0
FSI (2b) ^b quantitatif (Ne pas avoir assez à manger, souvent ou parfois)	49,6	31,1	0,9	1,9
Insécurité alimentaire pour raisons financières			12,2	10,5

La prévalence de l'insécurité alimentaire en France au cours de la période 2004-2011

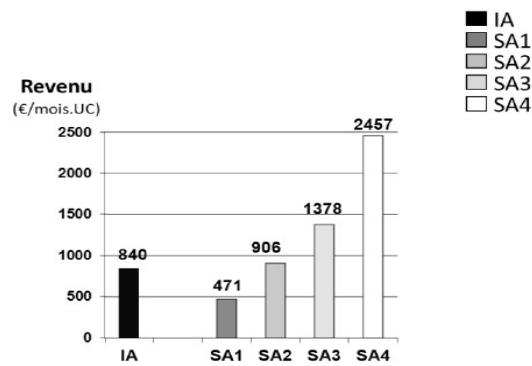
Ces données synthétisent les données disponibles en France sur l'insuffisance alimentaire qualitative⁶⁸ et l'insuffisance alimentaire quantitative⁶⁹. Les questions ont été posées sur la population générale⁷⁰, mais aussi sur les populations bénéficiant de l'aide alimentaire⁷¹.

⁶⁸ Avoir assez à manger mais pas toujours les aliments souhaités.

⁶⁹ Ne pas avoir assez à manger.

⁷⁰ Enquêtes Inca 2 et SIRS.

⁷¹ Enquêtes ABENA.



L'insécurité alimentaire en fonction du revenu

L'insécurité alimentaire ne concerne pas que les populations pauvres. Le revenu moyen des personnes en insécurité alimentaire (à gauche) est de 840 €. Il est supérieur à celui des personnes du premier quartile (471 €) en sécurité alimentaire. Cette insécurité peut aussi toucher les personnes du second quartile qui, pour des raisons diverses, ont des problèmes de budget.

Les comportements d'achats face à différents systèmes d'étiquetage (1)

Bernard Ruffieux

Audition du vendredi 3 avril 2015

Bernard Ruffieux est Professeur d'Université es sciences économiques et Directeur de l'École d'ingénieur Grenoble, INP – Génie industriel. Il est spécialiste d'économie comportementale et expérimentale.

5.1. Introduction.

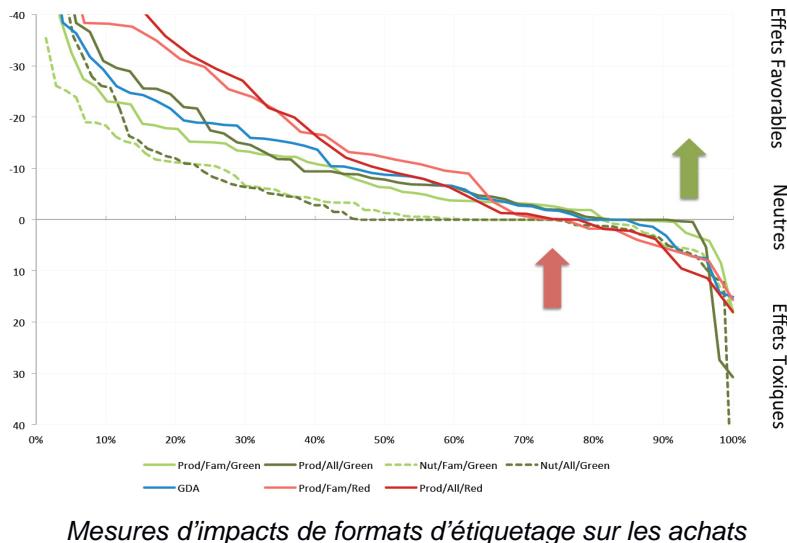
Les économistes s'intéressent à l'interaction entre la demande et l'offre. Ils n'aiment pas parler de l'une ou l'autre isolément. Tout étiquetage, s'il est efficace, a des effets sur les comportements des acheteurs. Les entreprises scrutent les comportements des consommateurs et ajustent leurs stratégies. De la même façon, une action politique ayant vocation à modifier les comportements de consommation va engendrer des réactions stratégiques de l'offre, qui s'adaptera. Introduire un étiquetage sur les produits revient à trouver un nouvel équilibre, statique ou dynamique, résultant d'un changement de l'offre et de la demande. L'intervention publique est bonne si elle permet de faire passer d'un équilibre bas, peu efficace, vers un équilibre haut, plus efficace.

L'offre a de nombreuses façons de réagir à des changements de comportement des consommateurs. Elle peut modifier les technologies de production, les caractéristiques et les attributs des produits, la gamme de produits mise sur le marché, les prix, la promotion. Les consommateurs peuvent aussi changer leurs préférences à l'occasion du déplacement vers un autre équilibre.

Comment tenir la main de l'offre et de la demande ensemble, pour passer d'un équilibre à un autre ?

Un exemple : Un étiquetage « séduisant » est mis en place. Il change les comportements. Le produit étiqueté en vert, par exemple, est plus demandé sur le marché. L'entreprise va alors, légitimement, ajuster ses prix. Les consommateurs vont réagir et ajuster leurs comportements en réaction à l'étiquetage et au prix. Un nouvel équilibre, difficilement prévisible, va émerger.

Les économistes expérimentaux ne font pas d'observation du consommateur dans son environnement naturel, mais dans des laboratoires. Ils suscitent des comportements humains effectifs d'acheteurs pour en observer le contenu et les causalités. Des produits sont utilisés en laboratoire pour créer des magasins virtuels. Des catalogues sont élaborés. Des outils informatiques permettant d'observer les comportements sont créés.



Mesures d'impacts de formats d'étiquetage sur les achats

Ce graphique montre les mesures d'impact d'une expérience où 7 formats d'étiquetage nutritionnel sont observés. Le contexte est contrôlé, reproductible et stabilisé. Des populations sont échantillonnées. Les résultats observés sont individuels. Les impacts des différents types d'étiquetage sont comparés, par rapport à la situation de référence (sans étiquetage). Chaque courbe du graphique représente un format d'étiquetage différent.

Les expériences peuvent également servir pour tester les connaissances et les croyances des consommateurs ou pour modifier les contextes de choix. Dans tous les cas, seuls les achats effectifs, et non les intentions d'achat, sont observés. Quand les cobayes ont fini de prendre les décisions d'achats, ils achètent tout ou partie des produits sélectionnés et repartent avec, après les avoir payés avec leur propre argent.

Les sujets ont fait leurs courses pour 24 heures pour leur famille, sur une offre qui, quel que soit l'étiquetage, est toujours la même. Les produits proposés en magasin sont stabilisés, ainsi que leur prix. On observe comment l'implémentation de chaque format d'étiquetage change les comportements d'achat. Chaque point du graphique exprime un changement de comportement.

Sur l'axe des ordonnées, on peut lire l'amélioration de la qualité nutritionnelle du panier choisi par un individu entre un contexte sans étiquetage et un contexte où un format d'étiquetage a été systématiquement mis en place pour tous les produits. En haut, sont représentés les sujets qui ont plus de 40 % de gain sur un indicateur synthétique de performance nutritionnelle. Lorsque le chiffre est positif (à droite), la qualité nutritionnelle du panier est dégradée à la suite de l'implémentation de l'étiquetage. Lorsque la courbe est sur le point 0, l'effet est neutre. Les deux courbes en pointillés sont, en grande partie, calées sur l'axe du zéro. Ces courbes correspondent à un étiquetage complexe, nutriment par nutriment. Les deux courbes rouges (en haut) correspondent à des indicateurs synthétiques, plus performants.

Cette expérience relève de l'économie expérimentale, laquelle est aujourd'hui proche de la psychologie, des neurosciences, des sciences cognitives, de la neuroéconomie et du neuromarketing.

Les variables clés sont :

- décisions d'achat, choix, changements de choix, substitutions ;
- valeur client, disposition à payer (à ne pas confondre avec le prix : le prix est ce que l'on paie ; la valeur est ce que l'on reçoit) ;
- préférences, changements de préférences, self-contrôle, addictions, arbitrages ;
- incitations, informations, *nudges*, signal ;
- attention, perception, connaissances, représentations, croyances ;
- raison, émotions, heuristiques de choix, *self-control* ;
- changements collectifs, mimétisme, normes sociales.

L'alimentation représente 17 % du budget des ménages, un budget proche de celui de l'automobile.

Cependant, un achat automobile se fait tous les 4 ou 5 ans, contre près de 20 achats par jour dans le domaine alimentaire. Dans le domaine automobile, les achats se font de façon globale alors que les achats alimentaires sont dispersés. Pour l'alimentation, les achats sont routiniers, rapides et émotionnels alors qu'ils sont lents et réfléchis pour l'automobile. Les designers automobile sont convaincus que les dimensions fonctionnelles sont essentielles dans les choix des consommateurs. La dimension hédonique, sensorielle et émotionnelle représente une part faible de la décision d'achat. C'est l'inverse du côté des entreprises alimentaires. Ce rapport est à mettre en lien avec l'interface qui existe entre l'offre et la demande. À budget égal, l'équilibre et la balance entre raison et passion entre ces deux univers sont différents. Les producteurs d'automobiles aimeraient accélérer la procédure de choix, de manière à « monter en émotion ». Les pouvoirs publics, voulant augmenter la part fonctionnelle de l'alimentation⁷², cherchent à ralentir le flux pour rendre les acheteurs plus raisonnables.

5.2. Les formats d'étiquetage.

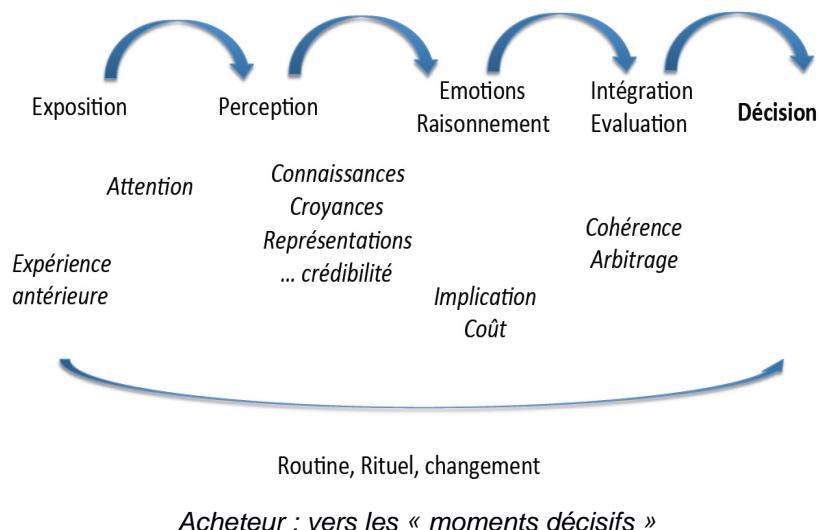
- *L'approche « produit » contre l'approche « diète », « régime ».* Pour reprendre l'analogie avec l'automobile, l'approche produit serait « c'est un bon moteur » ; l'approche régime serait « ce moteur est adapté à ce type de véhicule ». Les repères nutritionnels journaliers (RNJ) sont dans une approche « diète », alors que dire qu'un produit est trop salé renvoie à une approche « produit ».
- *Positif vs normatif.* L'étiquetage porte-t-il un jugement sur le produit ou ne fait-il qu'informer ?
- *Largeur du périmètre de l'information.* À mesure que les enjeux pour les pouvoirs publics de l'alimentation s'élargissent, que le champ de la valeur s'élargit, en particulier en allant de la nutrition-santé aux impacts environnementaux, de plus en plus d'informations cachées, de nature non hédonique, doivent être communiquées.
- *Obligatoire vs volontaire.* Donne-t-on uniquement les évaluations positives ou toutes les évaluations ? Ne signale-t-on sur le marché que les bons produits, en imaginant que, si le système est volontaire, les entreprises auront intérêt, pour une grande partie d'entre elles, à mettre en place un étiquetage, ou marque-t-on d'une pastille rouge les produits qui ne sont pas bons ?
- *Numérique vs chromatique, la précision contre l'approximation.* Nous avons deux cerveaux : un cerveau émotionnel et un cerveau rationnel. À quel cerveau s'adresse l'étiquetage ? S'adresser à l'un est-il plus efficace que de s'adresser à l'autre ? Les pouvoirs publics sont-ils légitimes pour s'adresser à la passion et non pas uniquement à la raison ? La chose publique veut-elle jouer le jeu du marketing ou se l'interdit-elle ?
- *Agrégé vs analytique.* A-t-on un indicateur unique et synthétique, qualifiant toutes les dimensions de l'alimentation durable ou des indicateurs multiples, à focus ? En plus de la dimension émotion/raison, l'enjeu est ici la charge de la tâche à accomplir par le sujet, qui pourra aller plus ou moins vite pour prendre une décision.
- *Référentiel global vs référentiel par catégorie de produit.* Par analogie, est-il intéressant de qualifier un élève par rapport à sa classe ou de le qualifier par rapport à toute son école ? S'il est premier de sa classe, qui est la plus mauvaise, est-il intéressant de lui dire qu'il est premier ou plutôt qu'il est mal classé par rapport aux élèves des autres classes ? Il peut être intéressant de dire les deux, en fonction de ce que l'on cherche à faire. En alimentation, cherche-t-on à ce qu'un produit soit amélioré dans sa catégorie de produits ou cherche-t-on à ce que le consommateur consomme moins de produits d'une catégorie donnée ? Pour aller vers des choix plus sains, pousse-t-on à une substitution à l'intérieur d'une catégorie ou à changer de catégorie ? En observant uniquement le consommateur, sans réaction stratégique de l'offre, deux éléments ressortent : il est plus facile pour le consommateur de bouger à l'intérieur d'une catégorie (changer de chips plutôt que de manger des radis à la place des chips), mais l'impact nutritionnel du changement au sein d'une catégorie est plus faible (il est préférable de remplacer les chips par des radis une fois par semaine plutôt que de consommer tout le temps des chips allégées en sel). L'impact des formats d'étiquetage sur les réactions stratégiques des entreprises sera lui aussi différent. Il serait bon que les concepteurs de chips soient incités à aller vers des produits nutritionnellement plus sains. L'idée, selon laquelle, si un produit est bon, il est mauvais pour la santé (et inversement) est relativement vraie mais ne résiste pas totalement à l'analyse.

En observant les trois grands objets qui intéressent le consommateur et le citoyen (l'environnement, la nutrition et le goût), la variable la plus flexible est le goût. Il est en effet possible de changer nos préférences.

⁷² La fonction nutritionnelle.

L'alignement des préférences hédoniques avec les enjeux de nutrition et d'environnement est un des éléments d'optimisme les plus importants. Les goûts se construisent (apprendre à aimer le goût du sucre avec des édulcorants s'avère de ce fait tout à fait contre-productif).

- *Échelle binaire stop-go, traffic lights vs échelle multiple 5/7/9.* L'échelle binaire est utilisée partout où il y a des indicateurs de performance rapides. Les échelles multiples nuancent cette vision binaire. Des indications de densité et de quantités peuvent venir s'ajouter à ces indicateurs.
- *Information statique vs information interactive.* Avec un téléphone portable ou un ordinateur, les lieux d'information sont complètement renversés. Il y a quelques années, les consommateurs en savaient beaucoup plus en étant présents dans le supermarché qu'en dehors. Aujourd'hui, le phénomène est inverse : nous en savons potentiellement beaucoup plus de chez nous, sur notre ordinateur ou notre téléphone, sur les produits achetés en grande surface. Malgré les étiquetages, les acheteurs sont dans un environnement pauvre d'un point de vue informationnel en termes d'accessibilité et de facilité d'usage. L'interface informationnelle va alors passer de statique à dynamique et interactive.
- *Masse vs personnalisation.* Dès que le numérique est utilisé, l'information disponible peut être de type « masse », mais peut également être personnalisée. Le consommateur peut lui-même trier les informations, de façon plus ou moins pertinente, par rapport à son profil personnel. D'un point de vue technologique, peu de choses s'opposent aujourd'hui à ce que tout l'étiquetage soit individualisé (en termes de nutrition, d'impacts environnementaux...). Cette personnalisation est aussi possible lors de la conception des produits.



5.3. Méthodologie expérimentale – Comment ?

- Contrôler le contexte et les variables d'action
- Mettre en place et observer les comportements incités (conséquentiel)
- Échantillonner des sujets représentatifs de telle ou telle catégorie de population
- Créer des environnements artificiels d'achat ou de consommation
- Reproductibilité à l'identique ou avec des changements marginaux, pour les sujets ou entre sujets (les changements marginaux étant, dans le cas présent, des changements dans les formats d'étiquetage)
- Objectifs des expériences conduites (des centaines) : évaluer les performances de différents formats d'étiquetages.

5.4. Quelques résultats.

En laboratoire, les étiquetages ont des effets significatifs sur les comportements d'achats alimentaires. Mais

les plus grands obstacles à l'impact d'un étiquetage sont liés à des questions de capture d'attention, de saillance, de temps de décision (souvent élevé) et d'environnement serein : de ce fait, lorsque les consommateurs sont dans un vrai supermarché, l'impact des étiquetages est réduit.

On peut, en laboratoire, comparer l'efficacité des différents formats d'étiquetage. Les consommateurs sont mis dans les meilleures situations possibles ; la question de l'attention est résolue, en supposant que les différents formats ne vont pas avoir des puissances d'action et d'attention différentes. Si le sujet est attentif, alors l'expérience permet de mettre en évidence le système le plus efficace.

Les effets observés en laboratoire sont en général positifs du point de vue des objectifs de pouvoirs publics, mais il existe une très grande hétérogénéité des effets et, pour des sous-ensembles significatifs des échantillons, ces effets peuvent être « pervers ».

Les politiques de prix, taxes et subventions, sont doublement régressives. Hors étiquetages et politiques de prix, les riches mangent mieux. Toute politique de prix, même si elle n'a aucun impact sur les comportements, va avoir un effet d'aubaine pour les plus riches : ils achèteront plus de produits subventionnés et moins de produits taxés. Les personnes aux revenus supérieurs ont des élasticité-prix supérieures : ils s'adaptent mieux aux politiques de prix (en laboratoire). Les écarts se creusent. Une politique de taxe-subvention a certes des effets positifs sur la nutrition pour toute la population, mais elle agit comme une taxe additionnelle, qui viendrait porter davantage sur les pauvres que sur les riches.

Les politiques d'étiquetage ont plus d'effets chez ceux qui savent déjà. Cet effet est faible, mais intéressant à mettre en exergue. Les informations données sur les produits en supermarché agissent comme des rappels ou des confirmations. Plus un consommateur connaît déjà l'information qu'il voit, plus l'effet est fort.

Différents formats induisent des changements de comportements différents. Un format agrégé est plus efficace qu'un format analytique, si le format analytique contient des informations dissonantes (sucre, gras, sel). Avec un format analytique, le fait de multiplier la même couleur permet d'avoir de légers effets améliorants. En revanche, si les couleurs sont différentes, plus de la moitié des acheteurs ne vont pas changer leur comportement. Un format agrégé est moins efficace quand les informations sont consonantes.

Les RNJ⁷³ ont une efficacité contrastée avec les *traffic lights*. En comportement pour soi-même (incluant les préférences hédoniques), les RNJ sont moins efficaces que les *traffic lights* agrégés, mais plus efficaces qu'un *traffic light* analytique. En situation d'expert⁷⁴ (excluant les préférences hédoniques), les RNJ sont plus efficaces que les *traffic lights* dans un contexte non stressé ; la différence disparaît dans un contexte moyennement stressé.

Les effets sur la qualité nutritionnelle d'un *traffic light* construit sur des catégories de produits ne se différencient pas de ceux d'un *traffic light* construit sur la base de tous les aliments. Dans les expériences menées, les résultats sont de même ampleur, mais selon des trajectoires de changement très contrastées. Par exemple, un étiquetage sur des chips conduits les sujets à faire des substitutions à l'intérieur de la catégorie chips. Avec des étiquettes apposées transversalement, d'autres aliments vont être substitués aux chips. Lorsqu'on incite à des substitutions intra-catégories, les individus font plus de substitutions, mais celles-ci ont moins d'ampleur en termes de qualité nutritionnelle ; avec une incitation globale, les individus font moins de substitutions, mais de plus d'ampleur en termes de qualité nutritionnelle.

Les étiquetages incluant des messages négatifs (*traffic lights*) sont plus efficaces que les étiquetages comprenant uniquement des messages positifs (*green key*), mais les étiquetages rouges génèrent plus de comportements pervers, en particulier lorsque des produits sont « rougis » à l'intérieur d'une catégorie considérée comme bonne.

5.5. Consonance et dissonance.

Les consommateurs donnent beaucoup de valeur aux produits qui apparaissent comme « cohérents ». Un produit qui, sur tout son spectre, est un bon produit, sera apprécié par les consommateurs. À l'inverse, un produit qui ne semble pas cohérent pour le consommateur pose problème en termes de choix. Plus il y aura de la saillance sur cette dissonance⁷⁵, plus la valeur accordée à ce produit sera baissée par le consommateur. Dans le meilleur des cas, il ne changera alors pas son comportement, en n'utilisant pas l'information donnée. Dans le pire des cas, les effets seront pervers. Il est important de concevoir des

⁷³ RNJ : repères nutritionnelles journalières.

⁷⁴ Les sujets sont placés en situation de devoir faire des menus pour autrui de manière à neutraliser la dimension hédonique. On observe leur capacité en les ciblant et en leur disant qu'ils seront récompensés en gagnant des euros pour l'élaboration d'un régime nutritionnellement sain pour autrui.

⁷⁵ Un feu rouge et un feu vert, par exemple.

produits les plus cohérents possibles.

Question

Est-ce que, en laboratoire, sont mesurées la notoriété et l'influence de la marque ? Ces deux paramètres sont déterminants pour les habitudes et les décisions d'achats.

B. Ruffieux

Les catalogues sont construits avec des marques. Ils peuvent être également construits dans une configuration « cafétéria », avec les produits disposés dans des assiettes, sans marques. Les marques sont un élément d'inertie. Les consommateurs savent beaucoup de choses en nutrition, en particulier sur les marques. Ils sont, de ce fait, plutôt bons pour trouver l'étiquetage à donner à un produit en fonction de ses qualités, sans document. L'étiquetage va être d'autant plus puissant que le consommateur saura le construire.

Question

Un travail spécifique sur les populations défavorisées a-t-il été mené dans votre laboratoire ?

B. Ruffieux

Les résultats donnés à propos des taxes et subventions ont été faits avec des lots de populations qui étaient les deux derniers déciles pour les populations les plus pauvres et les premiers déciles au-dessus de la moyenne pour les populations les plus riches. Les expériences faites *in situ* à Marseille ont aussi été faites avec des populations pauvres.

Les expériences avec les populations défavorisées sont très coûteuses à mettre en place parce que ces populations ne viennent pas au laboratoire. Il est nécessaire d'aller vers eux, avec des laboratoires ambulants, ce qui coûte 5 à 6 fois plus cher par sujet.

Toutes ces politiques creusent les inégalités, notamment parce que l'information est consonante avec les connaissances et les convictions des sujets. L'étiquetage est d'autant plus efficace qu'il ne fait que renforcer le poids des informations déjà connues.

Question

Ces observations sont-elles durables dans le temps ? Les observations sont faites à un temps T ; les produits sont ensuite goûts, testés par les consommateurs qui pourront éventuellement changer leur choix de consommation. Combien de temps durent les observations ? Laisse-t-on le temps aux sujets de consommer les produits ?

B. Ruffieux

Les mesures sont instantanées et faites avant de goûter les produits. C'est une des faiblesses de l'économie expérimentale. Les achats alimentaires sont très ritualisés. Les changements de comportement alimentaire ne sont stabilisés que lorsqu'un nouvel équilibre est trouvé, suite à un changement de préférence.

Les comportements d'achats face à différents systèmes d'étiquetage (2) Louis-Georges Soler

Audition du vendredi 3 avril 2015

Louis-Georges Soler est économiste, Directeur de recherche à l'INRA et directeur de l'unité de recherche ALISS (Alimentation et Sciences sociales).

L'Observatoire de l'alimentation, OQALI, a été créé en 2008, à l'initiative des ministères chargés de l'agriculture, de la santé et de la consommation. Il travaille en lien avec les industries agro-alimentaires, les associations de consommateurs et la distribution.

Du point de vue des politiques nutritionnelles, deux grandes stratégies d'actions sont possibles. Les unes portent sur l'information du consommateur au sens large, pour le rendre plus conscient et plus expert sur ce qu'est la nutrition, l'alimentation saine et équilibrée et sur les caractéristiques des produits. Les autres portent sur l'environnement du consommateur, depuis la publicité jusqu'aux caractéristiques et à la variété des produits mis sur le marché.

En matière d'alimentation, les déterminants sont multifactoriels. Si un seul levier d'action est pris en compte (taxe, étiquetage...), les effets seront modestes. Les objectifs visés supposent une combinaison de politiques ainsi qu'une pérennisation des interventions sur le long terme. Il ne faut pas attendre de miracle de la mise en place d'un seul levier d'action. Il faut essayer de trouver les bonnes combinaisons de politiques, celles qui vont avoir des effets de synergie.

La dynamique des caractéristiques des produits, sur le plan nutritionnel, peut résulter de différents leviers d'action : les stratégies d'action volontaires des entreprises d'une part et les actions publiques d'autre part. Les actions publiques peuvent être réglementaires (interdiction de certains ingrédients, fixation d'un taux d'acides gras par exemple), relever de l'étiquetage qui contribue à une adaptation et une évolution des caractéristiques des produits alimentaires ou s'inscrire dans d'autres démarches, fondées sur un partenariat public/privé, à travers les chartes d'engagement volontaire, tentatives de co-gestion de cette dynamique de l'offre.

Que peut-on attendre, en termes de bénéfices de santé, d'actions réalistes sur les caractéristiques de l'offre ? Des travaux ont été menés dans un certain nombre de pays pour estimer les bénéfices santé associés à des modifications de l'offre alimentaire. Selon une étude américaine, la diminution de 20 % de la teneur en sucre ajouté pourrait, à consommation constante, diminuer de 2 à 4 % la prévalence de l'obésité et du diabète. Selon ces travaux, les effets seraient supérieurs aux effets qui seraient associés à une taxe sur les sucres ajoutés. L'action sur l'offre, à consommation constante, aurait ainsi des effets significatifs en termes de bénéfices de santé.

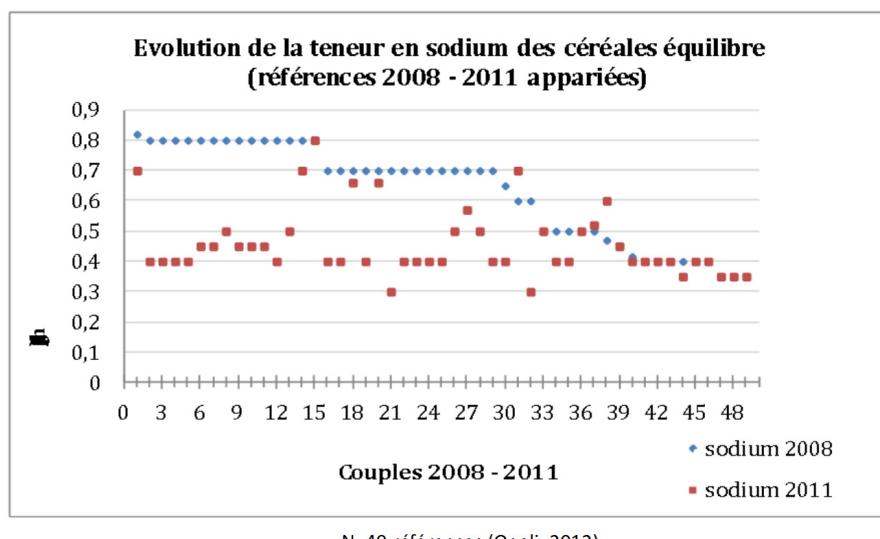
Des travaux menés en Nouvelle-Zélande sur les teneurs en sel ont montré que les effets santé, en termes d'années de vie sauvée, seraient significatifs et supérieurs à ce que seraient les effets induits par une taxe sur le sel. Ces effets sont évalués sur la base de simulations théoriques.

Des travaux similaires ont été développés en France, conduisant à des effets potentiels significatifs, supérieurs aux effets induits par la mise en place d'une taxe.

Il existe ainsi des leviers d'action qui, s'ils sont mis en œuvre, peuvent avoir des bénéfices non négligeables sur la santé.

Où en est-on aujourd'hui, en termes d'évolutions des caractéristiques des produits observés dans différents secteurs ? Du côté de l'offre, on observe une très forte variabilité des caractéristiques nutritionnelles⁷⁶ de la majorité des produits que nous consommons, y compris au sein de la même famille. Avec les produits tels qu'ils existent aujourd'hui, il est possible de balayer, d'un point de vue technologique, une assez large gamme de caractéristiques au sein de la plupart des familles. Les leviers d'action se situent donc par rapport aux caractéristiques et aux dispersions des produits.

On observe une évolution significative dans les caractéristiques de certains produits qui est, soit associée aux chartes d'engagement, soit portée de façon volontaire et individuelle par les entreprises. Ces évolutions sont, dans un certain nombre de cas, plutôt limitées en termes de nombre de familles concernées. Elles vont dans le sens des recommandations nutritionnelles, mais aussi dans le sens inverse. Les effets sur les consommateurs restent modestes.



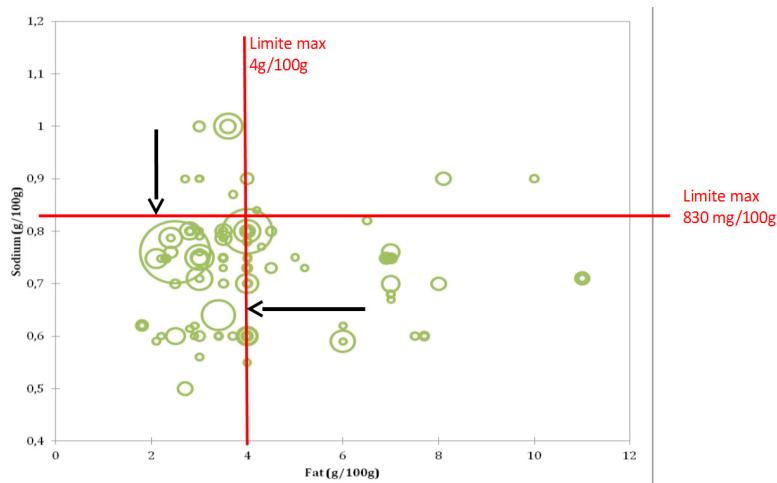
N=49 références (Oqali, 2012)

Evolution de la teneur en sodium des céréales équilibre (référence 2008-2011 appariées)

50 références de céréales de la famille « équilibre » disponibles en 2008⁷⁷ et encore disponibles en 2011 ont été comparées. Les points bleus correspondent au taux de sodium en 2008 et en rouge le taux de sodium en 2011. On observe une évolution assez nette des teneurs en sodium entre 2008 et 2011, avec un alignement d'une grande partie des références autour de 0,4 grammes de sodium pour 100 grammes.

⁷⁶ À partir des 8 nutriments relevés dans le cadre de l'OQALI.

⁷⁷ Les données sont inexistantes avant 2008.



Engagement charte collective : le jambon supérieur (2010-2013)

Ce graphique montre les évolutions dans la famille du jambon supérieur, entre 2010 et 2013, suite à la signature, par la FICT⁷⁸, de la charte d'engagement volontaire en termes d'évolutions des caractéristiques des produits du marché.

Chacun des cercles correspond à une référence du marché. La taille des cercles est proportionnelle à la part de marché du produit considéré.

Les acteurs de la filière se sont engagés à définir deux seuils : un seuil maximum en teneur en matières grasses et un seuil maximum en teneur en sodium. L'engagement a consisté à déplacer certaines références du marché, de façon à ce que tous les produits se situent dans le rectangle inférieur gauche du graphique. Cette charte s'est traduite par la diminution d'environ 7 % de la teneur moyenne en sel dans cette catégorie de produit.

Les dynamiques, lorsqu'elles sont engagées, sont souvent significatives. Cependant, ces dynamiques ne sont engagées que pour certaines catégories de produits particulières et pour certains nutriments.

Evolutions significatives de l'offre alimentaire par famille de produits sans pondération par les parts de marché (Test non paramétrique de Wilcoxon-Mann-Whitney)	Lipides		Sucres		Sodium	
	Evolution en g/100g	Evolution en %	Evolution en g/100g	Evolution en %	Evolution en g/100g	Evolution en %
Produits laitiers frais et assimilés	5 familles sur 18 présentent des évolutions d'intérêt					
Yaourts et laits fermentés sucrés gourmands	+0,6*	+10%				
Fromages frais sucrés et/ou edulcorés classiques			-1,0**	-8%		
Fromages frais sucrés gourmands			-1,6*	-10%		
Desserts lactés frais à base de céréales			-2,5**	-15%		
Desserts frais non laitiers sans chocolat			+1,9*	+9%		
Compotes	1 famille sur 6 présente des évolutions d'intérêt					
Compotes allégées	Non suivi		-0,3**	-2%		
Confitures	Aucune des 5 familles ne présente d'évolutions d'intérêt					
Conсерves de fruits	Aucune des 3 familles ne présente d'évolutions d'intérêt					
Céréales petit-déjeuner	2 familles sur 8 présentent des évolutions d'intérêt					
Céréales fourrées			-2,5**	-7%		
Céréales équilibre					-0,17***	-28%

Les dynamiques engagées (sources : OQALI)

Seules 5 familles sur 18 pour les produits laitiers, 2 familles sur 8 pour les céréales du petit déjeuner, etc. sont dans une dynamique conduisant à des évolutions significatives de l'offre alimentaire.

Des efforts sont engagés mais ne concernent pas dans tous les secteurs. L'impact global reste ainsi modéré.

⁷⁸ Fédération des Industries charcutières, traiteurs et transformatrices de viande.

Un travail sur le sel a été mené en Angleterre. À partir des données disponibles, des chercheurs ont évalué comment l'évolution de la teneur en sel des produits entre 2006 et 2011 avait affecté la teneur en sel moyenne du panier moyen du consommateur, en tenant compte de l'ensemble de ses consommations. La baisse résulte de plusieurs facteurs : la reformulation des produits déjà présents en 2006 et encore présents en 2011, l'introduction de nouveaux produits, le retrait de certains autres, ainsi que le déplacement des consommateurs vers de nouveaux produits, lié aux effets de reformulation ou à d'autres effets de préférences individuelles. L'intensité en sel du panier moyen diminue de 5,3 %. La reformulation des produits a permis une baisse de 7,2 %, l'effet entrée/sortie a engendré une hausse de 0,7 % et le déplacement des consommations a engendré une hausse de 1,2 %.

La même méthode a été appliquée en France dans deux secteurs : les biscuits et les céréales du petit déjeuner. Dans le cas des biscuits, les effets de reformulation vont dans le bon sens (diminution des sucres et des acides gras saturés), de même que ceux du basculement des consommateurs. Pour les céréales du petit déjeuner, il y a un très fort effet des reformulations sur le sel, mais qui n'est plus vrai sur les nouveaux produits, qui apportent plus de sel. Concernant les acides gras, des basculements s'opèrent de la part des consommateurs vers des catégories de produits plutôt contributeurs à l'apport d'acides gras. Des déplacements s'opèrent entre familles de produits, avec des effets n'allant pas dans le sens recherché.

Ces différents travaux visent à quantifier les effets, mais sans pouvoir les expliquer. Ils permettent de mesurer les effets de grandeur de ces mécanismes, sans pouvoir les quantifier.

Pourquoi les dynamiques d'offre ne bougent-elles pas assez vite ou ne vont-elles pas dans le sens de ce que l'on pourrait attendre en termes de santé publique ? Quatre facteurs peuvent expliquer cette situation :

- *Les coûts et les contraintes technologiques.* Changer un ingrédient ou réduire la teneur en sel peut engendrer un coût supplémentaire et créer des blocages technologiques qui ralentissent la dynamique de reformulation des produits.
- *Les effets d'asymétrie d'informations.* Le consommateur ne saurait pas juger des caractéristiques des produits. Cette variable n'intervient pas sur le marché, ce qui ne génère pas d'incitation à la reformulation des produits et à la dynamique de l'offre.
- *Certains chercheurs ont travaillé sur la question des addictions.* S'il y a addiction, les consommateurs sont toujours demandeurs de plus de sucre, ce qui n'incite pas à diminuer les taux de sucre dans les produits alimentaires.
- *Les consommateurs pourraient associer un produit bon pour la santé à quelque chose d'insipide*⁷⁹. À court terme, il est possible de considérer qu'une large part des consommateurs sont dans ce schéma. Les industriels se retrouvent confrontés à un problème de coordination. Par exemple, si un boulanger décide seul de réduire la teneur en sel de son pain, il risque, si le consommateur associe la baisse du taux de sel à un produit moins savoureux, une baisse de ses ventes. Il y a donc de très faibles incitations économiques du marché pour favoriser les dynamiques fortes d'évolution des caractéristiques des produits.

Comment générer une dynamique vertueuse d'ajustement progressif de l'offre et de la demande ?

Les choses ne peuvent bouger que sous certaines conditions. L'amélioration des produits par la reformulation est souvent implicite, afin d'éviter de générer des effets contre-productifs. Dans le cas des nouveaux produits, il y a un risque non négligeable de mettre en avant le fait que le produit est moins gras, moins sucré, etc. La dynamique d'ajustement progressif de l'offre et de la demande ne peut être qu'incrémentale. Les modifications progressives de l'offre peuvent aussi permettre des réajustements progressifs des préférences, qui ne sont pas définies définitivement. Les modifications des produits doivent être progressives.

L'intervention publique est rendue nécessaire par les problèmes de coordination entre les opérateurs. Les chartes d'engagement sont une solution pour engager une dynamique collective.

⁷⁹ Healthy = non tasty.

Quelles sont les substitutions que l'on cherche à promouvoir ?

	Des chips vers les brocolis	Des chips très salées vers des chips moins salées
Consommateurs	Coûts d'adaptation élevés Faibles élasticités prix croisées ⁸⁰	Coûts d'adaptation plus faibles Fortes élasticités prix croisées
Producteurs	Réactions en prix des producteurs de chips (baisse) Faibles incitations à la reformulation des chips	Plus forte intensité concurrentielle intra catégories Moins fortes réactions en prix Plus fortes incitations à la reformulation des chips
Santé publique	Gros bénéfices de santé pour un petit nombre de consommateurs	Petits bénéfices de santé pour un plus grand nombre de consommateurs.

Question

N'y-a-t-il pas un intérêt à appliquer un étiquetage nutritionnel simplifié qui rendrait le plus saillant possible les améliorations de la qualité nutritionnelle des produits à l'intérieur d'une catégorie de produits, permettant de différencier les aliments plus ou moins sains ?

L.-G. Soler

L'enjeu est de mettre en cohérence les différentes dimensions. La stratégie d'aller vers des chips moins salées suppose d'avoir une visibilité des caractéristiques des produits au sein d'une famille. Sans préjuger des logos et des systèmes qui peuvent être adoptés, si l'on renforce la capacité de comparer les produits au sein d'une famille, les incitations à la reformulation sont *a priori* renforcées, mais la possibilité d'un transfert significatif des chips vers les brocolis et les bénéfices pour la santé pour les individus qui changeraient d'alimentation sont perdus.

Les débats en santé publique sur le fait de promouvoir ou non des interventions sur la population générale ou sur les populations ciblées existent depuis longtemps. Vaut-il mieux déplacer la distribution de la population générale ou agir de manière forte sur les catégories les plus à risque ? De nombreux travaux théoriques et empiriques ont été rédigés sur cette question. En termes de rapport coût/efficacité, beaucoup de travaux montrent que les interventions sur la population générale sont beaucoup plus efficaces. Il faut donc trouver une solution qui combine les deux types d'interventions présentées dans le tableau ci-dessus.

Il est cependant important de dissocier les produits avec allégation et les autres. Les produits avec allégation visent une certaine catégorie de consommateurs, qui ont une disposition à payer pour un produit moins salé, moins gras, etc. De fait, le marché, spontanément, permet de rémunérer l'effort fait par l'industriel.

Pour le reste de l'offre, il n'y a pas de disposition additionnelle des consommateurs à payer pour des produits qui seraient moins gras ou moins sucrés. S'il y avait une disposition à payer de tous les consommateurs, il n'y aurait pas besoin d'intervenir. Le marché fonctionnerait de lui-même. L'enjeu de santé publique se situe à ce niveau : comment faire bouger les choses en sachant qu'il n'y a pas d'incitation économique du marché ?

Les réactions par rapport aux prix découlent des réactions des consommateurs. Plus il y a de réactions aux prix, plus le système fonctionne. Si l'on regarde les prix des produits au sein d'une famille particulière (par exemple, les céréales fourrées au chocolat), il n'y a pas de relation entre le prix et la teneur en sel ou en matières grasses, parce que ces variables ne sont pas valorisées par le marché, sur ces segments de produits.

Les réactions au prix ne seront pas les mêmes si l'on cherche à faire des déplacements des chips vers les

⁸⁰ Élasticité prix : si le prix du produit est augmenté de 1 %, de combien baisse la consommation de ce produit ? Élasticité prix croisée : si le produit est augmenté de 1 %, de combien est modifiée la consommation des autres produits ?

brocolis ou des chips salées vers des chips moins salées, ou la combinaison des deux. Si les consommateurs doivent arrêter de manger des chips, la réponse des entreprises sera de baisser les prix pour freiner le mouvement vers les brocolis. En incitant à une substitution au sein d'une famille, l'amplitude des effets prix est réduite, parce que l'intensité concurrentielle et les asymétries de prix sont plus fortes.

Les populations précaires et leurs rapports à l'alimentation

Caroline Rio et Dominique Moutray

Audition du mercredi 3 juin 2015

Caroline Rio est diététicienne libérale à Paris. Elle travaille depuis vingt ans auprès des publics défavorisés, notamment avec Emmaüs, les Petits frères des pauvres et une association qui propose des cours d'alphabétisation.

Dominique Moutray est diététicienne à la Banque alimentaire de Charente-Maritime. Sa mission est de mettre en place des ateliers-cuisine conviviaux, qui permettent de faire passer des messages d'équilibre nutritionnel, sur les sites de distribution alimentaire.

Les populations auprès desquels Mmes Rio et Moutray travaillent au quotidien sont une cible privilégiée du PNNS.

7.1. Caractérisation des populations concernées.

Depuis quelques années, alors que la situation des populations favorisées sur le plan socio-économique s'améliore, celle des populations défavorisées continue à se détériorer. L'obésité a notamment cessé de progresser dans les populations favorisées, alors qu'elle a continué à le faire dans les populations précaires.

Il est très difficile de dresser un « portrait-robot » de ces populations, très hétérogènes.

L'alimentation et les habitudes d'achat dépendent du profil et des trajectoires : célibataire, parcours de vie chaotique, familles monoparentales, personnes d'origine étrangère, personnes sans domicile fixe, retraités, étudiants, personnes travaillant à temps partiel ou ayant un très petit salaire, etc.

Certaines personnes ont parfois l'impression qu'elles mangeaient mieux (en prison, en foyer, etc.) avant qu'elles ne prennent en charge elles-mêmes leur alimentation, en se préparant à manger, en faisant la vaisselle et en dépensant de l'énergie pour ce faire.

L'obésité touche beaucoup les foyers monoparentaux. Pourtant, dans ces familles, de nombreuses femmes ne mangent qu'une fois par jour⁸¹ et sont proches de la dénutrition. Les chiffres de la maigreur restent inférieurs à ceux de l'obésité, mais le sous-poids est très rarement renseigné dans les études. La dénutrition sarcopénique⁸² concerne les personnes obèses qui n'ont pas les apports protidiques ou énergétiques suffisants.

L'insécurité alimentaire commence parfois par le fait de ne pas recevoir à dîner chez soi : ne pas avoir de table ou d'assiettes, de pas pouvoir cuisiner pour des convives.

⁸¹ On notera que demander à des personnes qui ne mangent qu'une fois par jour de ne pas manger des aliments trop denses en énergie n'a aucun sens.

⁸² Un sujet est sarcopénique si sa masse musculaire est inférieure à une dérivation standard par rapport à celle d'un adulte.

7.2. Les habitudes d'achat.

Les personnes qui vivent seules, au jour le jour, vont chercher à faire au plus simple. Les familles nombreuses ont d'autres stratégies et habitudes d'achat.

Les habitudes d'achat se font aussi en fonction des conditions matérielles. Une diététicienne du CHU de Besançon a identifié que certains patients chroniques ne suivaient pas les conseils nutritionnels, n'osant pas dire qu'ils ne disposaient pas de matériel pour chauffer les aliments ou qu'ils ne pouvaient pas payer les factures d'électricité.

Depuis 2 ans, des ateliers culinaires sans four, uniquement avec des poêles et des casseroles, sont conduits. De même, avoir un réfrigérateur ne va pas de soi pour certaines populations. La possession de matériel électroménager pose de plus en plus de problèmes, notamment pour les populations faisant appel à l'aide alimentaire.

Le travail des diététiciens est de rassurer les personnes afin qu'elles puissent faire avec les moyens qu'elles ont.

Il doit également être appréhendé selon une approche globale. Il ne concerne pas seulement l'éducation du consommateur dans un supermarché. Il existe aussi des contraintes matérielles pour faire les courses.

En région parisienne, les habitats sont exigu : il est parfois difficile de stocker les aliments, donc impossible d'acheter en grande quantité, même pour les denrées non périssables.

Certaines personnes éprouvent de la honte à aller chez les discounteurs et préféreront se rendre dans les magasins « où tout le monde va », même si les prix sont plus élevés. Pour la majorité, le premier critère est le prix ; parfois l'accessibilité.

En régions, il convient de distinguer la ville du milieu rural, où la principale difficulté est de se déplacer. Les populations précaires font leurs courses où elles peuvent et non où elles pourraient trouver des produits moins chers. Si elles ont un moyen de locomotion, elles peuvent choisir de faire plus de kilomètres pour trouver des aliments moins chers, même si l'essence a un coût.

Les populations précaires habitant en milieu rural sont plus attentives aux promotions, ayant plus de place pour les stocker. Il faut cependant leur rappeler d'y faire attention, car les prix au kilo sont parfois plus élevés.

Il est observé que les produits frais peuvent être gardés au-delà de la date limite de consommation (DLC), alors que les produits avec une date limite d'utilisation optimale (DLUO) sont jetés dès que cette date est dépassée.

7.3. Les quantités, les portions.

Ces populations n'ont pas la notion des portions. Elles peuvent acheter de grandes unités, si ce sont des promotions, et oublier ensuite leurs achats dans un placard.

Les diététiciennes accordent, de ce fait, beaucoup d'importance aux notions de quantité et de portion. Il est nécessaire de travailler de façon ludique, afin que les messages puissent être compris.

Un effort doit être fait par les industriels sur les portions. Parfois, la portion recommandée, dessinée sur l'emballage, ne correspond pas à la portion dans l'emballage.

Les gros emballages et les packs familiaux posent des problèmes. Il ne faut pas stigmatiser les personnes qui achètent ces formats, mais leur expliquer qu'ils sont destinés à être consommés sur le long terme. Les mères de famille sont parfois désemparées quand ces produits sont consommés aussi rapidement que les petits formats.

7.4. Les références culturelles.

Les familles avec enfants sont les plus difficiles à gérer. Elles se sentent jugées et dévalorisées dans leur fonction éducative : leur objectif est de faire plaisir à l'enfant et d'investir de l'argent dans un produit ou un objet qui lui plaira.

Pour les populations étrangères, la cantine est souvent la référence pour l'acculturation. Manger français signifie alors manger des cordons bleus, des pizzas, des poissons panés, mais sans avoir de critère de qualité, puisque ces mères ne connaissent pas les produits ou les recettes. Une mère, voulant servir des

poissons panés « comme à la cantine » à ses enfants a été étonnée qu'ils ne les mangent pas ; elle avait acheté des « bâtonnets de la mer » à base de seiche. La langue et la culture sont de véritables barrières, notamment au moment des repas.

La culture de chacun doit être respectée. Comment pourrions-nous nous permettre de dire que telle manière de manger est culturellement moins bonne ? Les mères africaines vont essayer d'acheter des produits qui leur semblent être des produits de qualité, pour montrer qu'elles peuvent les acheter pour leurs enfants. Cependant, ces produits ne sont pas toujours compatibles avec une alimentation équilibrée, alors qu'elles sont capables de cuisiner leurs plats nationaux, équilibrés.

La publicité et le marketing sont déterminants auprès des enfants. Au moment de l'adolescence, ils deviennent de plus en plus prescripteurs, ce qui peut entraîner des problèmes dans la gestion du budget.

Les possibilités identifiées dans l'étude de Nicole Darmon⁸³ pour manger à moindre coût se font avec des choix très contraints, qui sont difficiles à mettre en place sur le terrain. Certains professionnels demandent aux populations précaires de changer d'habitudes, de cuisiner avec des recettes qui ne leur sont pas familières. Il n'est pas possible de leur demander de faire mieux que les personnes ayant un large choix alimentaire ! Elles sont les premières victimes de leur choix contraint. Elles ont aussi des contraintes de temps : habiter dans un logement social très loin du lieu de scolarisation des enfants, rendez-vous administratifs sans leur demander leurs contraintes d'horaire, etc.

7.5. La perception des messages nutritionnels.

Les populations précaires sont avides de renseignements sur l'alimentation. Elles peuvent regarder de nombreux reportages, la télévision étant leur référence. Elles n'ont cependant pas les moyens de trier les informations. Le rôle des diététiciennes est de « rectifier le tir ». Les messages nutritionnels sont connus, mais ils ne sont pas toujours bien compris.

L'un des impacts du message « 5 fruits et légumes » est que, dès qu'un produit est identifié comme naturel, il devient inoffensif. Les sodas sont connus pour apporter du sucre, mais s'ils contiennent des jus de fruits⁸⁴, ils sont perçus comme des produits sains. Des enfants de 10 ans peuvent en boire 75 cl au goûter, alors même que leurs mères pensent leur donner un produit sain, bon pour la santé. Les parents qui font l'effort d'acheter des jus de fruits seront désemparés lorsqu'ils apprendront qu'un verre de jus de fruits contient autant de sucre qu'un verre de soda.

Certaines personnes en situation précaire pensent avoir atteint les 5 fruits et légumes recommandés en mangeant des yaourts aux fruits.

Pour ces populations, le rapport qualité/prix n'est pas lié à la qualité nutritionnelle, mais plutôt à la qualité sensorielle et au plaisir. Le meilleur indice, pour les mères, est de voir les assiettes de leurs enfants vides. Les aliments de bonne qualité nutritionnelle paraissent plus chers, car ils ne sont pas cuisinés et mangés avec le même plaisir. Des mères achètent des gourdes de compote, beaucoup plus chères que les pommes en vrac, ou des « Actimel », en pensant que ces produits sont bons pour la santé.

Il est très important d'accompagner et d'illustrer les messages nutritionnels. Les notions de fréquence, de portions et de variété sont beaucoup plus importantes que celles de diabolisation d'ingrédients ou de valeur nutritionnelle.

Les messages PNNS sont connus mais il n'y a pas de simplification ou d'illustration concrète.

Les fiches-repères PNNS sont encore trop longues et peu illustrées. Il a été possible de les retravailler avec des illustrations, dans un petit format et avec peu de texte à lire, en ne reprenant que les messages qui répondent aux questions les plus fréquentes dans les ateliers-cuisine. Ces fiches, qui ont reçu le logo PNNS, sont utilisées en support d'une animation, parce qu'elles doivent être accompagnées par un discours.

Le danger de la vulgarisation et de la synthèse est d'être dans une approche dualiste (bien/pas bien, bon/mauvais). Il est aussi difficile d'illustrer la variété alimentaire.

Notons aussi que les populations précaires marchent énormément, portent des charges lourdes avec leurs courses, montent les escaliers... Les recommandations en matière d'activité physique sont bien en-deçà de leurs contraintes quotidiennes.

⁸³ Nicole DARMON, « Manger équilibré pour 3,5 € par jour : un véritable défi », <http://www.inpes.sante.fr/SLH/articles/402/02.htm>.

⁸⁴ Notamment lorsque la mention de « vitamines » est présente.

7.6. L'aide alimentaire.

Certaines familles ont recours à l'aide alimentaire provenant de plusieurs associations caritatives. Les denrées proposées sont identiques dans toutes les associations. Lors des ateliers-cuisine, les bénéficiaires pensent toujours ne pas avoir assez d'ingrédients pour cuisiner.

L'idéal serait que les compléments de courses effectués par la suite permettent de rectifier l'équilibre nutritionnel des produits donnés. Mais l'argent qui reste permet de payer les factures ou de faire plaisir aux enfants, plutôt que de faire des courses complémentaires pour équilibrer les repas.

Les dons sont en partie constitués d'aliments qui pourraient être qualifiés de « plaisir » (soda, chewing-gum etc.) et qui peuvent parallèlement être stigmatisés dans certains ateliers. Il existe une injonction paradoxale entre les conseils donnés et les produits reçus.

Les produits disponibles à l'aide alimentaire ne sont pas toujours d'excellente qualité nutritionnelle ou vont revenir trop fréquemment. Le rôle d'une diététicienne dans une Banque alimentaire est de faire un travail de fond : créer un lien de confiance et ne surtout pas faire culpabiliser les personnes. Il faut trouver ensemble des astuces. Il est toujours difficile de demander de l'aide. Une fois le choc passé, les personnes assistent aux ateliers culinaires. Elles sont installées dans un système depuis longtemps et ancrées dans leur idée de se nourrir de telle ou telle façon. L'assemblage est souvent la seule cuisine pratiquée.

Les nouveaux bénéficiaires de l'aide alimentaire sont des étudiants et des jeunes retraités. Ces personnes sont mieux intégrées et ont des exigences différentes.

Pour les populations retraitées, les problématiques sont encore plus complexes, avec des personnes souffrant des effets du vieillissement : état bucco-dentaire dégradé, difficulté à mastiquer, alimentation très carencée, etc. Ces populations en souffrent, car elles savent comment il faudrait manger mais n'y arrivent pas. Souvent, les travailleurs sociaux et les bénévoles sont plus exigeants avec ces populations qu'avec les autres. Pourtant, les populations retraitées ont à gérer tellement de contraintes qu'elles ne savent plus ce qu'elles apprécient ou non. Elles mangent pour ne plus avoir faim.

7.7. Valoriser les pratiques existantes.

Il est vraiment important d'humaniser ces populations et de se rendre compte de leur quotidien, où règne le « système D ».

Sur le terrain, les professionnels de la nutrition sont toujours dans l'injonction paradoxale. Les Agences Régionales de Santé (ARS) financent des ateliers, dans le cadre d'appels à projet, qui doivent relayer des messages en accord avec les repères du PNNS, mais ceux-ci ne sont pas toujours adaptés aux profils des personnes qui participent aux ateliers. Dans le cadre du PNNS 3, un groupe de travail a réfléchi sur la façon de créer des formations pour les travailleurs sociaux sur l'alimentation, l'activité physique et la précarité. Il a été difficile de faire entendre à la Direction générale de la santé qu'il était compliqué de parler de l'excès de sucre quand le groupe de personnes participant à l'atelier n'est pas homogène. Il faut faire en sorte que les messages soient adaptés au cas par cas. Les professionnels sont toujours dans le quantitatif, plutôt que dans le qualitatif. Il est indispensable d'observer les personnes qui participent aux ateliers cuisine : la personne mange-t-elle assise ? A-t-elle pris soin d'elle avant de venir ? etc. Ces critères d'évaluation sont fiables.

Les pistes sont nombreuses. Dans le groupe de travail du PNNS 3, il avait été souligné qu'il fallait considérer ces populations comme pleines de ressources et valoriser leur potentiel et le « système D » qu'elles mettent en œuvre au quotidien pour s'en sortir. Il ne faut pas partir du principe qu'elles ont de mauvaises habitudes.

Il y a également un problème lorsque les bénévoles ne sont pas formés pour délivrer les bons messages. Par exemple, parler d'aliments ou de nutriments n'est pas la même chose.

Le premier message à faire passer est d'inviter les gens à manger à table. Le centre du repas est bien souvent la télévision. Avant de préparer un repas, il est nécessaire d'apprendre à anticiper, à faire les courses au marché ou au supermarché. Se familiariser avec de nouveaux produits – l'acculturation – est aussi déterminant. Il est parfois demandé d'apprendre à des personnes n'ayant pas la même culture de cuisiner moins gras. Mais accepterions-nous d'apprendre à cuisiner un Paris-Brest sans beurre ou un Cassoulet sans graisse d'oie ? Il faut expliquer que ce qui fait grossir n'est pas le fait de manger des plats traditionnels gras, mais de les associer avec des aliments qui ne sont pas consommés habituellement.

D'un autre côté, les relais d'information peuvent être très rigides. Même si les bénévoles sont formés, il est

difficile de changer leurs propres représentations. La mère de famille bénévole pense que la meilleure façon est de faire comme ce qu'elle a fait pour ses enfants. Il est difficile de faire comprendre que ces méthodes ne sont pas forcément adaptées au profil des bénéficiaires. Il y a une différence entre les salariés, qui sont mieux formés, et les bénévoles.

Il est important d'être dans une optique d'éducation thérapeutique du patient, de cheminer avec les messages que le patient est capable de s'approprier. Lorsque les bénéficiaires de l'aide alimentaire refusent de prendre des brocolis et des poireaux, les bénévoles et les travailleurs sociaux sont parfois dans l'incompréhension. Ce n'est pas parce que cette population a faim qu'elle doit manger tout ce qu'on lui donne.

7.8. Rassurer.

Il y a une ambiguïté sur la cuisine faite maison. Les formations faites par les travailleurs sociaux et les bénévoles diffusent souvent des idées reçues, partant par exemple de l'idée que, quand l'argent manque, les pâtes et les pommes de terre sont les principaux aliments, alors que ces personnes peuvent acheter des frites surgelées (moins chères).

Lors d'un groupe de travail dans une banque alimentaire, les participants étaient très surpris d'apprendre que les lasagnes surgelées premiers prix coûtent moins cher que les lasagnes maison. Les personnes en situation de précarité sont rassurées de consommer un aliment qui sera réussi. Une personne qui n'a pas confiance n'osera pas cuisiner.

Lors d'un atelier d'alphabétisation, une femme avait apporté l'étiquetage d'un dessert « Bonne Maman ». Elle était rassurée, car sur l'étiquetage il y avait la recette, afin de pouvoir le refaire chez elle. Pourtant, elle avait payé plus cher ce dessert mais avait confiance en ce produit transformé.

Les femmes jeunes retraitées ne consomment pas de soupe en brique, alors que les hommes en utilisent souvent. Tout l'enjeu est de dédiaboliser ces produits, en disant que les aliments transformés peuvent être de bons produits.

Avec l'arrivée des enfants, notamment en région parisienne, certains parents essaient de leur donner un maximum de produits bio, allant jusqu'à se priver et ne manger qu'une fois par jour. En achetant un aliment bio, les parents s'achètent une image de consommateur et de bons parents.

7.9. Impacts des actions expérimentales.

Les programmes mis en place dans le cadre d'appels à projet sont évalués, mais les accompagnements ne se font que sur 9 mois, alors que les changements de comportements se font dans la durée. Il y a un biais méthodologique lié au financement des programmes. Il faudrait des structures relais. Dans le projet du Conseil général du Val-de-Marne, des enfants ont été suivis pendant 6 mois, mais au bout de 2 ans, il s'est avéré nécessaire de faire un rappel, en réunissant les enfants concernés. Il est toujours difficile d'avoir des activités financées de façon pérenne.

Les actions financées par les ARS doivent répondre à un cahier des charges, incluant l'évaluation du public touché et l'éventuelle amélioration des pratiques de consommation. Il est difficile d'avoir du recul, mais certains changements peuvent cependant apparaître. Par exemple, un groupe de femmes a mis en place des achats collectifs, en faisant le marché ensemble. Il faut également que l'environnement soit propice. Le travail avec les travailleurs sociaux est indispensable.

Les ateliers culinaires durent 6 mois, en gardant les mêmes personnes ou en faisant tourner pour que le maximum de personnes puisse en bénéficier. Il est intéressant de demander quelles sont les recettes qui sont reproduites à la maison : certaines femmes sont heureuses de refaire les recettes à la maison, avec très peu d'ingrédients, alors que d'autres viennent pour sortir de chez elles. Seuls les produits issus de la banque alimentaire sont utilisés lors de ces ateliers-cuisine.

Les personnes seules n'ont pas vraiment envie de cuisiner. Elles ne vont pas manger à table, ni cuisiner pour elles seules. Elles apprennent à faire des choses simples. Il est aussi important de valoriser les ingrédients et de travailler à la présentation.

7.10. Un étiquetage nutritionnel graphique ?

L'étiquetage nutritionnel ne doit pas contribuer à stigmatiser davantage ces populations, au risque de les voir réagir en opposition. Les mères de famille ne peuvent pas toujours suivre les conseils.

Les personnes en situation précaire ne vont pas choisir un produit en fonction de l'étiquetage nutritionnel. Elles n'aiment pas vraiment faire les courses, puisqu'elles sont contraintes financièrement. Dans ce contexte, lire les étiquettes est encore plus compliqué. Les produits ne doivent pas être diabolisés.

Des pictogrammes peuvent être une solution, à condition de faire attention aux portions. Le partage se fait en fonction du nombre de convives et non en fonction de l'indication. Bien distinguer les repères différents entre les enfants et les adultes est important.

Un étiquetage avec de code couleurs risquerait de stigmatiser ces populations, qui sont contraintes d'acheter du « orange » et du « rouge ». En mangeant du « vert », il risque d'y avoir une déstructuration de l'alimentation. Nous constatons déjà que des femmes peuvent commencer à grignoter parce qu'elles ont décidé de ne manger que des légumes, en supprimant les féculents. Les populations précaires ont l'impression de ne pas manger comme les autres. Le regard des autres à la caisse est très important. Le fait d'acheter des produits étiquetés rouge ou orange n'est pas un choix et est contraint par la situation.

Pour ce qui est des RNJ, ces populations ne les regarderont probablement pas. Nicole DARMON a montré que, même s'il y avait un étiquetage santé dans les rayons, certains consommateurs pensaient que les produits étaient en promotion. Seuls le prix, la date limite et le poids peuvent être regardés. Les nutriments, sur lesquels sont basés les RNJ, ne sont pas la priorité des populations précaires. La langue est un obstacle : ce qui est visuel est préférable.

Par ailleurs, les mères essaient souvent d'améliorer les produits premiers prix, en rajoutant, par exemple, des ingrédients (sur les pizzas par exemple). L'étiquetage nutritionnel n'aurait aucun sens dans ce cas.

Guy Le Boterf a illustré la pédagogie par un triangle ; pour changer les comportements, il faut atteindre le savoir, le vouloir et le pouvoir. Jean-Pierre Corbeau ajoute la notion de croire. Le PNNS et les systèmes d'étiquetage ne sont que de la connaissance. Il faut connaître les possibilités d'actions matérielles et la motivation des personnes. Le pouvoir d'action et le vouloir sont tout aussi importants que la connaissance.

Un protocole expérimental pour tester *in situ* l'étiquetage nutritionnel simplifié

Pierre Combris

Audition du lundi 2 novembre 2015

Pierre Combris est économiste, Directeur de recherche à l'INRA au laboratoire ALISS (Alimentation et sciences sociales). Il est spécialiste des questions de la mesure du comportement des consommateurs en économie expérimentale.

Selon les thématiques, il n'est pas indispensable de conduire des expérimentations. La fiscalité nutritionnelle, par exemple, ne nécessite pas d'expérimentation. Seules des simulations pour estimer les effets possibles des mesures envisagées sont nécessaires. À l'inverse, il est impossible de simuler et d'évaluer les effets d'une nouvelle information sur les choix des consommateurs. Il faut se donner les moyens d'observer les changements de comportement dans des contextes rigoureusement contrôlés.

Le FFAS a engagé une réflexion sur une proposition de protocole expérimental pour tester en situation habituelle d'achat, *ex-ante*, différents systèmes d'étiquetage nutritionnel simplifié. Un protocole de ce type permettrait aussi de bâtir des indicateurs permettant de suivre l'évolution des comportements lorsqu'un système d'affichage nutritionnel simplifié aura été choisi et mis en application.

Ce travail est, par nature, collectif. Il est nécessaire que les scientifiques se mettent d'accord avant qu'un protocole soit utilisé dans une expérimentation. Il doit respecter certains principes, mais aussi tenir compte de différentes contraintes. Les compromis sont ainsi inévitables. Il est nécessaire de s'adapter à chaque situation spécifique. L'élaboration d'un protocole est un travail scientifique, mais c'est aussi un contrat entre les parties prenantes, s'impliquant de fait dans le protocole. Il est important qu'ils adhèrent tous au processus.

8.1. Le contexte et les motivations.

8.1.1. Évaluation des politiques publiques : les expérimentations sociales.

L'expérimentation sociale s'est développée aux États-Unis à partir de la fin des années 1960. La thèse d'Heather Ross⁸⁵ au MIT⁸⁶ a été à l'origine d'une expérimentation sur l'impôt négatif⁸⁷. Il s'agit de la première expérimentation à grande échelle dans laquelle une politique a été testée en assignant aléatoirement des individus à différents programmes ou à un groupe de contrôle. Le protocole a ensuite été repris sur le terrain dans plusieurs expérimentations conduites entre 1969 et 1982. Elles ont alimenté un débat de plusieurs années sur l'impôt négatif, qui n'a finalement pas été mis en place. Les études avaient montré, en particulier, que l'impôt négatif réduisait l'offre de travail.

⁸⁵ An experimental study of the negative income tax, <<http://dspace.mit.edu/handle/1721.1/13874>>.

⁸⁶ Massachusetts Institute of Technology.

⁸⁷ New Jersey Income Maintenance Experiment 1968-1972.

En 2004, près de 200 expérimentations sociales ont été répertoriées, essentiellement en Amérique du Nord et en Europe⁸⁸. La France n'a pas de tradition des expérimentations sociales.

Aux États-Unis, l'USDA⁸⁹ met en place de nombreuses mesures d'aide et d'assistance à des sous-populations particulières. Tous ces programmes sont évalués, si possible, avec des essais randomisés contrôlés ou, quand ce n'est pas possible, avec des méthodologies qui s'en inspirent et qui essaient de s'en rapprocher le plus possible.

Ces méthodologies sont donc connues et utilisées, même si elles ne sont pas courantes en France. Favoriser le développement de ce type d'expérimentations serait certainement souhaitable.

8.1.2. Économie du développement et pauvreté : les « randomistas ».

Dans le domaine de l'économie du développement, l'expérimentation a été popularisée sous l'impulsion d'Esther DUFOLO, chercheuse française au MIT. Des expérimentations mises en place dans ce cadre portent souvent sur des questions limitées. Il s'agit d'étudier les effets de « petites » mesures, qui peuvent avoir des conséquences importantes : faut-il donner des livres à l'école aux enfants ? ; faut favoriser les programmes de désinfection ? ; distribuer gratuitement ou faire payer les filets protégeant des piqûres de moustiques ?, etc. Environ 240 expérimentations en cours ont été recensées fin 2010.

Ce courant de recherche, qui fait le lien entre la théorie économique, le laboratoire et le terrain, est en pleine expansion.

8.2. Pourquoi tester en situation réelle dans le cas de l'étiquetage simplifié ?

8.2.1. Pour étudier les effets non identifiables au laboratoire.

L'expérimentation de terrain n'est pas la première chose à faire pour étudier les effets d'une mesure. Elle n'intervient qu'après des tests concluants, conduits en laboratoire. Il serait inutile de tester sur le terrain, ce qui coûte cher et qui prend du temps, des mesures qui n'auraient pas les effets prévus ou présenteraient de graves défauts, qu'il serait possible de mettre en évidence grâce à une expérimentation en laboratoire avec quelques dizaines de personnes.

Cependant, ce n'est pas parce qu'un dispositif fonctionne dans le cadre rigoureusement contrôlé du laboratoire, avec des participants dont l'attention est captée, qu'il va fonctionner dans la réalité et la durée. Sur le terrain, les sujets étudiés ont une grande quantité d'informations à traiter et de nombreuses sources de distractions⁹⁰ qui peuvent modifier ou annuler les effets d'un dispositif. L'expérimentation dans un environnement habituel d'achat visera en particulier à étudier les points suivants :

- Visibilité du dispositif

Il s'agit de savoir si l'information est vue et comprise. Certaines expériences concernant des informations affichées sur des produits fonctionnaient très bien en laboratoire, alors que dans les points de vente, une majorité de clients n'avait même pas remarqué l'information.

- Effets non-intentionnels

Certains effets ne sont pas ceux imaginés par les promoteurs d'un dispositif. Les personnes observées dans les expérimentations utilisent à leur façon les informations qui leur sont fournies. Dans le cas de l'étiquetage nutritionnel simplifié, il est possible que les gens se trompent, qu'ils interprètent l'information de façon imprévue ou qu'ils essayent d'équilibrer les différents types de pictogrammes dans leur caddie, etc.

- Hétérogénéité des réactions individuelles des acheteurs

Deux personnes peuvent réagir de deux façons différentes et n personnes de n façons différentes. C'est un des enseignements majeurs de toutes les expérimentations. La réaction moyenne est bien sûr importante, mais elle peut être nulle. Par exemple, il est possible qu'un étiquetage nutritionnel simplifié n'ait pas d'effet,

⁸⁸ Surtout en Europe du Nord.

⁸⁹ United States Department of Agriculture.

⁹⁰ Par exemple, dans les grandes surfaces.

en moyenne, sur l'ensemble de la population, alors qu'il pourrait avoir un effet très fort sur une sous-population, dans un sens, et un effet très fort sur une autre sous-population, dans un autre sens. Des enfants, interrogés sur des étiquetages simplifiés « santé », répondaient qu'ils l'identifiaient mais ne consommaient pas les produits correspondants, considérés comme ayant moins de goût. Le signal « bon pour la santé » fait fuir certaines personnes et en attire d'autres. Il est donc très important de savoir comment les gens réagissent, de quantifier les effets, de savoir ce que chacun fait et pourquoi.

- Réactions stratégiques des producteurs et des distributeurs

Il est indispensable de tester le dispositif sur la durée. Des dispositifs, quels qu'ils soient (étiquetage, nouvelles règles, taxation nutritionnelle), agissent sur les comportements d'individus qui ont leur propre stratégie et qui suivent des objectifs multiples. Les individus vont adapter leur comportement en fonction des nouvelles règles. Observer la résultante de toutes les stratégies d'adaptation prend du temps. Ce constat sera encore plus vrai avec le dispositif d'étiquetage nutritionnel simplifié, puisqu'il ne sera pas obligatoire. Chaque opérateur, fabricant ou distributeur, aura la liberté de l'utiliser ou pas, ce qui ajoute encore une dimension à l'évaluation de ce type de dispositif.

8.2.2. Pour élargir et alimenter le débat sur l'évaluation des systèmes d'information nutritionnelle simplifiée.

Un des objectifs de l'expérimentation est de favoriser la discussion et la formation d'un consensus autour d'un dispositif d'analyse. Il s'agit de structurer le débat autour de quelques questions importantes :

- Déterminer les critères et les indicateurs d'efficacité

Avant de commencer une expérimentation, il est important de se mettre d'accord sur ce qui doit être mesuré. Dans le cas de l'étiquetage nutritionnel simplifié, les questions peuvent être : « Quel est le critère de réussite du système ? Quels sont les résultats attendus ? ». Par exemple, doit-on s'attendre à ce que cet étiquetage modifie la teneur moyenne en calories pour 100 g de tous les caddies ou la composition nutritionnelle moyenne des achats ? Dans le cas de la fiscalité nutritionnelle, on s'attend à ce que la consommation soit déplacée de certains produits vers d'autres via des changements comportementaux, ce qui peut être le cas aussi pour l'étiquetage.

- Établir un point de référence

L'expérimentation pourrait servir à établir un point de référence. Il est important d'avoir mesuré, avant l'entrée en vigueur d'un système d'étiquetage nutritionnel simplifié, les indicateurs qui paraissent pertinents pour observer ses effets. Sinon, le risque serait de ne pas être capable de voir s'il y a eu ou non un changement et encore moins d'en apprécier les effets.

- Préparer un protocole de suivi longitudinal

Cette mesure mérite d'être suivie dans le temps pour observer et comprendre ses effets et éventuellement pour préparer d'autres mesures.

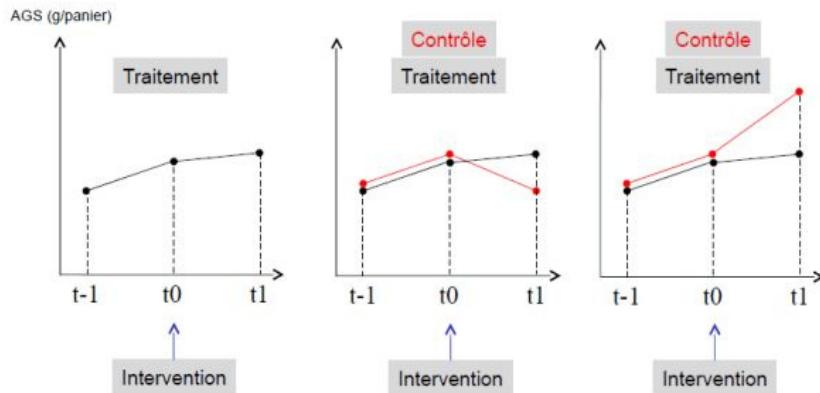
8.3. Les principes de l'expérimentation contrôlée randomisée.

Un protocole n'est rien d'autre qu'un accord sur certaines règles : déterminer ce qui est mesuré et comment, choisir les tests qui indiqueront si le dispositif observé a un effet ou non. Le protocole peut être vu comme un contrat entre les différentes parties prenantes. Tous les participants n'interviennent pas au même titre sur le protocole, mais tout le monde peut intervenir.

Dans son principe, le protocole d'un test contrôlé randomisé est simple. Une mesure est appliquée à des personnes. Pour savoir si cette mesure a eu un effet, il faut observer ce que fait une personne exposée au dispositif et comparer à ce qu'elle aurait fait si elle n'y avait pas été soumise. Comme il est impossible de le savoir puisqu'elle a été soumise au dispositif, il faut comparer avec une personne qui ressemble à la personne soumise au dispositif. Pour éviter les biais, deux groupes d'individus sont tirés au sort : l'un est soumis au dispositif et l'autre non.

8.3.1. Nécessité d'un contrefactuel : « ce qui se serait passé en l'absence d'intervention ».

Le contrefactuel est le groupe de contrôle qui n'est pas exposé au dispositif testé. Il permet d'estimer ce qui se serait passé en l'absence d'intervention.



L'intérêt d'utiliser un groupe de contrôle

Graphiques : Un indicateur a été pris au hasard (par exemple, la teneur en acides gras saturés dans la moyenne des paniers qui sortent d'un ensemble de supermarchés, pendant une période donnée de semaines ou de mois).

Graphique 1 : En t-1, l'indicateur était à un certain niveau ; en t0, une intervention est décidée (par exemple, mettre un étiquetage nutritionnel simplifié). En t1, la courbe continue de monter, mais moins vite. Si ce sont les seuls résultats, il est impossible de conclure. On peut seulement dire que la mesure a *peut-être* été efficace.

Graphique 2 : Avant l'intervention, des sujets sont tirés au sort pour faire partie du groupe de contrôle. Ils ont les mêmes comportements que les autres avant l'intervention. Après l'intervention, l'indicateur du groupe contrôle baisse plus vite. Dans ce cas, il vaut mieux ne rien faire. En n'intervenant pas, le résultat est meilleur (si, par exemple, faire baisser la teneur en acides gras saturés était le résultat recherché).

Graphique 3 : Dans ce cas de figure, le résultat est bon. Il est même meilleur que ce qui avait été imaginé en l'absence de contrôle, parce que, dans le groupe de contrôle, la teneur a augmenté beaucoup plus vite que dans le groupe de traitement.

Sans groupe de contrôle, il est impossible de connaître l'effet d'un traitement. L'utilisation de groupes de contrôle est systématique dans le cadre des tests de médicaments.

8.3.2. Contrôler la sélection (ou l'auto-sélection) des sujets traités et des sujets du groupe de contrôle.

Les membres des groupes de traitement et du groupe de contrôle sont tirés au sort. La sélection dans les groupes doit être contrôlée, afin qu'elle ne soit pas biaisée. Il faut également faire attention à bien maîtriser l'exposition au traitement.

8.3.3. Maîtriser l'exposition et les facteurs de confusion.

Le groupe de contrôle ne doit pas être « contaminé » par le groupe exposé. Cette maîtrise est parfois difficile⁹¹. Si l'expérience est faite dans des points de vente géographiquement éloignés, il y a peu de chance que les personnes se déplacent d'un magasin à l'autre. En tirant au sort deux magasins proches, la contamination est très probable. Il est important aussi de bien maîtriser l'exposition et les facteurs de

⁹¹ Par exemple, dans les pays en développement, lorsque des vaccins ou des dispositifs sanitaires sont testés.

confusion. Les facteurs qui agissent de la même façon sur les deux groupes sont éliminés dans l'estimation de l'effet différentiel. En revanche, si une opération de promotion est organisée dans le magasin de contrôle pendant l'expérimentation, alors les résultats seront fortement biaisés.

Le principe des expérimentations contrôlées randomisées est simple, mais la mise en œuvre nécessite souvent des adaptations.

8.4. Quelques éléments pour mettre en œuvre l'expérimentation contrôlée randomisée.

8.4.1. Détermination d'une population de référence.

Il est important de bien déterminer les caractéristiques de la population sur laquelle on souhaite travailler. L'échantillonnage peut être stratifié ou non. Veut-on voir les effets d'une mesure sur une seule partie de la population (par exemple, les populations défavorisées dans le cadre de l'étiquetage simplifié) ? Il est possible d'échantillonner la population de façon à être sûr d'avoir un nombre suffisant de personnes de la sous-population d'intérêt. Ce choix doit être fait *a priori*.

8.4.2. Assignation d'individus tirés au sort au groupe de traitement ou au groupe de contrôle.

Les individus sont tirés au sort et répartis dans un groupe ou dans l'autre. Dans le cas de personnes, cet exercice est relativement facile si l'on dispose d'une bonne base de sondage. Ce choix risque d'être plus difficile dans le cas de points de vente, en particulier si le dispositif d'information testé est coûteux à mettre en œuvre.

8.4.3. Choix d'un indicateur de résultat.

8.4.4. Mesure de la variation de l'indicateur entre les deux groupes.

Il faut ensuite fixer une fréquence et une durée de mesure des variations de l'indicateur choisi dans les deux groupes, en fonction de ce qui est testé. Si un médicament agit en 3 semaines et que la mesure est faite au bout de 2 jours, il est peu probable de voir des résultats.

Les caractéristiques du protocole doivent être fixées *a priori*, pour que les opérateurs, les parties prenantes et les personnes concernées soient d'accord, mais aussi pour la fiabilité des tests statistiques. De nombreuses données sont collectées dans un test de cette nature *via* les achats du groupe de contrôle et ceux du groupe témoin. Les chercheurs, qui n'aiment pas ne rien trouver dans leurs données, multiplient parfois les tests statistiques afin de trouver des éléments probants. C'est le *data mining*. C'est pourquoi il est important de bien spécifier *a priori* les indicateurs qui seront mesurés et éventuellement sur quels sous-groupes. Cette méthode n'exclut pas de réaliser d'autres tests sur les données et de regarder si un ou des sous-groupes sont intéressants. Dans ce cas, le seuil de significativité des tests devra tenir compte du fait que cette exploration empirique a été réalisée dans un deuxième temps.

Dans le cas de l'étiquetage nutritionnel simplifié, des adaptations du protocole seront nécessaires.

8.4.5. Choix d'un contrefactuel avec une randomisation « limitée ».

- Sélection de quelques points de vente de caractéristiques comparables

Dans ce test, l'idéal serait d'appliquer la randomisation aux points de vente. Quelques dizaines de points de vente seraient répartis aléatoirement en deux groupes (un pour l'expérience et un groupe de contrôle). C'est la « puissance du test ». L'individu statistique est le point de vente.

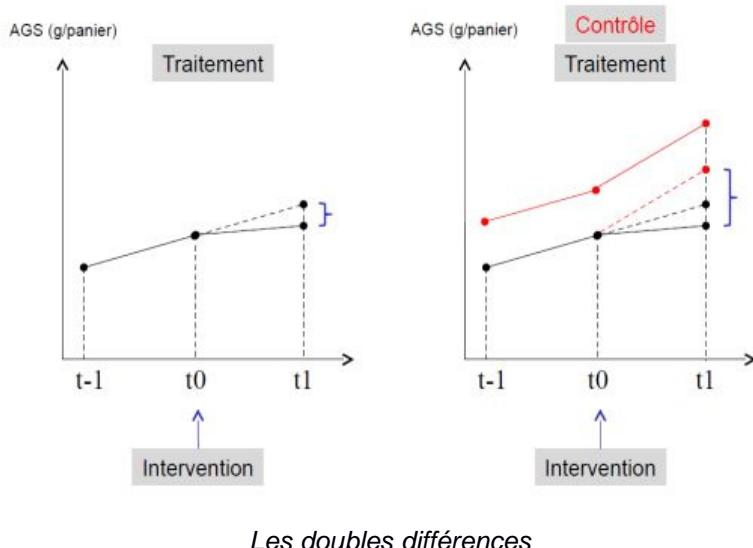
- Prise en compte de toutes les caractéristiques observables

Dans la mesure où il sera probablement nécessaire de limiter drastiquement le nombre de points de vente, la sélection devra être raisonnée. Il faudra sélectionner des points de vente ayant des caractéristiques très proches et les appairer. Il sera nécessaire de mesurer toutes les caractéristiques possibles (même celles qui

n'ont pas nécessairement un rapport direct avec le test). Les points de vente devront être observés pendant une période suffisante avant de mettre l'expérimentation en place, de façon à pouvoir contrôler statistiquement l'écart entre le groupe traité et le groupe témoin avant le démarrage de l'intervention. Nicole DARMON, qui a fait deux expérimentations très intéressantes dans des points de vente⁹², insiste beaucoup sur les questions de fluctuation saisonnière des ventes selon les produits.

8.4.6. Modèle en doubles différences.

Après avoir contrôlé toutes les différences entre le groupe de traitement et le groupe de contrôle, il est possible de tester la différence entre les tendances dans les deux groupes.



Graphique doubles différences. Sur le graphique de droite, le groupe de contrôle n'est pas identique au groupe de traitement avant t0. Les valeurs dans le groupe de contrôle en rouge sont systématiquement plus élevées. En outre, elles pourraient aussi avoir un profil différent (selon la saison par exemple).

Il est possible de prendre en compte ces différences et de projeter à partir de t0, en appliquant au groupe de traitement, la tendance observée dans le groupe de contrôle. Par exemple, en traitant ce cas en « double différences », le petit effet observé à gauche apparaît comme beaucoup plus important lorsqu'il est comparé à la tendance du contrôle.

8.5. Les 5 points clés.

- Un groupe de magasins traités et un groupe de contrôle de caractéristiques comparables

Le groupe de magasins traités et le groupe de contrôle doivent respectivement comporter suffisamment de points de vente. Il pourra y avoir plusieurs groupes de magasins traités s'il est envisagé des traitements différents⁹³.

- Sélection des familles ou des produits à tester

Si les pictogrammes des systèmes d'information analysés doivent être apposés manuellement sur les produits, le test sera nécessairement limité, non seulement à quelques magasins, mais aussi à quelques rayons. Le protocole devra indiquer les familles testées, leurs caractéristiques et leurs parts dans les ventes.

- Choix des indicateurs de résultat (composition nutritionnelle des paniers)

⁹² « Vita + » et « Manger Top ».

⁹³ Ce point dépendra du nombre de systèmes d'information à tester.

Le choix des indicateurs de résultat est très important. L'ensemble de la communauté concernée par le test doit être d'accord, en amont du test, sur le choix des indicateurs. Ces indicateurs peuvent être de type nutritionnel, par exemple en analysant le flux des paniers sortant des points de vente en fonction de leur teneur en calories ou en nutriment. De façon plus simple, il est possible de mesurer l'évolution des ventes des produits en fonction de leur affichage nutritionnel.

- Enregistrement des achats avant et après la mise en œuvre de l'étiquetage simplifié.

Ces données sont en principe collectées lors des passages en caisse.

- Un modèle en doubles différences

Ce modèle permet de contrôler les effets fixes et les écarts entre les tendances. Il peut permettre de compenser certaines faiblesses de l'échantillonnage.

8.6. Les points à préciser.

- Choix du nombre et des caractéristiques des points de vente
- Variables de contrôle des caractéristiques des points de vente

Quelles seront les variables de contrôle pour les caractéristiques des points de vente : la localisation, la fréquentation, les caractéristiques socio-démographiques de la clientèle des points de vente, qui représente un point important si l'on s'intéresse à l'impact sur les populations particulières.

- Produits ou familles de produits à tester

Sur quels produits ou familles de produits va porter en premier l'étiquetage nutritionnel volontaire ? Le choix est plus difficile à faire que pour une mesure qui serait obligatoire. Dans le cas de l'étiquetage nutritionnel simplifié, s'il y a trop peu de produits testés, il sera difficile de voir des effets. Mais par ailleurs, il n'est pas possible d'étiqueter les produits sans l'accord des fabricants⁹⁴. Les distributeurs ont dans leurs marques de distributeur (MDD) de nombreuses familles de produits. Ils pourraient choisir d'étiqueter l'ensemble de leurs produits, même si cela signifie que, dans chaque famille, seules les MDD seraient étiquetées, ce qui limiterait la portée du test.

- Information des clients des points de vente du groupe test

Ce point est très important. Lors des opérations Vita+ et Opticourses, les expérimentateurs ont été confrontés au manque de visibilité des dispositifs : beaucoup d'acheteurs ne les ont pas remarqués. Si un opérateur important décide d'apposer un étiquetage nutritionnel simplifié sur ses produits, il le fera savoir par une campagne de communication. Dans le cas de l'expérimentation, il faut trouver un juste milieu entre ne pas faire de communication et en faire trop, au risque de biaiser le test.

Comment informer ? Une solution serait d'avoir deux groupes de traitement : un groupe dans lequel un dispositif sans informer serait mis en place, en attendant que les personnes remarquent le nouvel étiquetage. Le risque est alors d'attendre longtemps avant qu'un changement soit perceptible. Le second groupe serait informé, en dosant les informations données pour qu'elles n'apparaissent pas comme une promotion ou une opération marketing. L'information ne doit pas non plus être excessive au point d'attirer des consommateurs qui ne viennent pas habituellement dans le point de vente où se déroule le test.

- Durée de l'expérimentation

En analysant les séries chronologiques de vente, il est possible d'estimer le temps nécessaire pour retrouver des régularités et des évolutions significatives. Les durées ne doivent pas être trop courtes. Le problème de la saisonnalité doit être pris en compte. Des facteurs externes, en particulier les prix et les promotions, peuvent agir sans que les expérimentateurs puissent les contrôler. 90 % des consommateurs accordent une

⁹⁴ Un accord explicite du titulaire des droits de propriété intellectuelle sera nécessaire.

grande importance au critère du prix. L'information nutritionnelle n'est parfois regardée qu'une fois les courses faites, à la maison. La moindre modification de prix d'un produit par rapport à un autre va entraîner des déplacements de consommation qui ne seront pas dus à l'étiquetage. Les chercheurs savent prendre en compte ces effets à l'aide de modèles économétriques, mais encore faut-il collecter les informations nécessaires sur les prix et les promotions dans chaque point de vente.

- Indicateurs principaux et complémentaires

Les expérimentateurs peuvent également souhaiter recueillir certains éléments complémentaires sur les raisons ayant conduit les consommateurs à modifier, ou non, leurs achats. Ont-ils vu l'étiquetage testé ? L'ont-ils compris ? Les travaux de Nicole Darmon montrent qu'il peut y avoir confusion : les consommateurs peuvent penser que les produits avec un signal nutritionnel favorable sont de meilleure qualité donc plus chers, sans pour autant regarder s'ils le sont effectivement ou, à l'inverse, qu'ils sont en promotion. Le nombre d'interprétations possibles est très important. Il est donc nécessaire de les identifier, à la fin de la période de test, de façon à éviter de focaliser l'attention des clients sur l'étiquetage et de modifier leur comportement pendant le déroulement de l'expérience.

- Traitements à spécifier *a priori*, par exemple, en fonction des caractéristiques des clients

Quels sont les groupes ou les sous-groupes auxquels il faut s'intéresser ? Quels sont les types de traitements en termes de produits, de consommateurs, etc. ?

8.7. Les limites.

- Nombre de familles ou de produits inclus dans le test

Moins il y aura de produits inclus dans le test, plus les possibilités de substitution seront limitées, ce qui engendrera une sous-évaluation des effets. Par ailleurs, l'étiquetage d'un nombre limité de produits peut être une source de confusion, à cause, notamment d'effets de proximité. Nicole DARMON le signale dans un article⁹⁵ présentant les résultats de l'expérimentation « Vita+ » : des plats cuisinés avec un étiquetage étaient positionnés à côté de légumes, sans étiquetage. Certains consommateurs ont pensé qu'il était préférable de manger des plats cuisinés plutôt que des légumes.

- Durée d'observation

Lors de l'apparition d'une nouvelle information, il y a souvent des effets transitoires de démarrage, qui s'expliquent par un effet de curiosité. Les équilibres sont dans un premier temps changés, avant de retrouver une stabilité lorsque les consommateurs introduisent une partie de ces changements dans leur routine. Un temps suffisant est nécessaire pour observer un nouvel équilibre. Des stratégies adaptatives de l'offre peuvent aussi apparaître, mais l'expérimentation ne sera sans doute pas d'une durée suffisante pour que les producteurs et les distributeurs modifient les caractéristiques des produits offerts. Pourtant, ce seront probablement les effets les plus importants à terme.

8.8. Les perspectives.

- Méthodologie partagée pour le suivi de la mise en place effective de l'étiquetage nutritionnel simplifié

Quel que soit l'avenir de ce protocole, il est souhaitable que la méthodologie soit partagée. Il est important de favoriser le développement d'une culture commune de l'expérimentation et de l'évaluation pour conduire des tests *a priori* de ce genre de dispositif et pour en suivre les effets après leur entrée en application.

- Analyse coût-efficacité de l'information nutritionnelle

Un protocole de cette nature peut déboucher sur des analyses de coût-efficacité de l'information nutritionnelle. De telles analyses permettent une meilleure allocation des moyens consacrés à améliorer le statut nutritionnel de la population.

⁹⁵ Cf. Cahiers de Nutrition et de Diététique, 2015, 50, 16-24.

- À moyen terme, des indicateurs de l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'offre

À l'occasion de ce test, des indicateurs permettant de suivre l'évolution de la qualité nutritionnelle de l'offre et des paniers des consommateurs seront constitués et évalués. L'OQALI, qui suit l'évolution de la qualité des produits mis sur le marché, pourrait bénéficier de la mise en place d'outils de ce type permettant de suivre directement les achats des familles.

Question

L'intérêt, dans une expérimentation *in situ*, est de ne pas avoir de consigne donnée à l'utilisateur. Quelle consigne serait donnée au point de vente ? Les produits seront-ils mis en avant en tête de gondole ? La mise en avant sera-t-elle la même dans tous les magasins ?

P. Combris

La mise en place des produits est au moins aussi importante que le prix, même si les consommateurs qui recherchent les prix les plus bas les cherchent où qu'ils soient. Il est possible d'agir sur de nombreux paramètres dans un point de vente. Il sera difficile de les maintenir constants (routines, opérations promotionnelles...). Les modifications doivent être enregistrées à chaque fois qu'elles interviennent. Une liste des variables confondantes possibles doit être établie, afin d'être prises en compte et contrôlées. D'autres paramètres sont aussi à prendre en compte : les références qui disparaissent, les produits qui sont re-packagés, ou redéfinis, etc. À l'OQALI, lors des études d'évolution à 2 ou 3 ans d'écart, seul un peu plus de la moitié des produits sont retrouvés.

Question

Quel est l'empan temporel de la prise de mesure ? 1 semaine, 1 heure, 1 mois ? Que mesure-t-on à t0 ?

P. Combris

Le t0 est un point de départ. Il correspond au moment où les produits sont mis en rayon avec le nouvel étiquetage. La prise de mesure est indépendante. Dans les magasins, les ventes sont enregistrées en permanence et identifiées par la date, l'heure et la référence des produits. Les cartes de fidélité⁹⁶ permettent en outre de relier les achats dans le temps. La mesure est ainsi continue. En revanche, il reviendra aux expérimentateurs de déterminer le bon pas de temps pour analyser les données. Les données hebdomadaires sont plus intéressantes que les données heure par heure ou jour par jour. Les effets de fin de mois sont identifiés : les consommateurs ne dépensent pas les mêmes sommes la première semaine du mois ou la 2^e ou à la fin du mois. Si les individus font leurs courses 1 fois par semaine, l'unité pertinente est la semaine. Si les consommateurs font leurs courses 1 fois par mois, l'unité pertinente est le mois⁹⁷. La durée doit être suffisante pour éviter les effets conjoncturels. Il faudra déterminer empiriquement la durée la plus pertinente.

Question

L'individu correspond au magasin, mais, à travers les cartes de fidélité, il est possible d'aller jusqu'au consommateur. Ne prend-t-on pas le risque d'induire un biais ou de perdre une certaine quantité d'informations si toutes les données de tous les caddies ne sont pas prises en compte ? Si les magasins ont été randomisés sur le profil sociologique de leurs acheteurs, est-il nécessaire de retourner vers l'individu ?

P. Combris

Il est possible de faire une analyse à deux niveaux. Il y a un flux de produits qui sort du point de vente, qui correspond à la quantité des produits vendus dans chaque magasin. Elle doit pouvoir être calibrée pour avoir un indicateur. Il est possible de savoir quel est le flux d'aliments qui a traversé le magasin pendant une période et comment ce flux s'est modifié. Cette mesure est globale, mais il est possible de faire une mesure pour un magasin ou une moyenne pour l'ensemble des magasins étudiés.

L'« individu », dans l'échantillonnage, est bien le point de vente. Il serait cependant dommage de se priver,

⁹⁶ Les porteurs de carte sont anonymisés et correspondent à un numéro sans signification pour les chercheurs.

⁹⁷ Sauf pour les produits qui sont achetés une fois par an, mais ils sont sans doute très rares.

pour aller plus loin dans l'analyse, de la possibilité d'analyser certaines données plus détaillées, au niveau de sous-ensembles de clients, par exemple.

Le caddie est l'unité de passage en caisse. La question est de relier deux caddies d'un même client, à deux moments différents. S'il n'y a pas d'identifiant de l'individu, les deux caddies seront considérés comme indépendants. Réussir à identifier qu'un caddie appartient à la même personne à 15 jours d'intervalle est une information supplémentaire très intéressante. Avec l'étiquetage nutritionnel simplifié, il peut être intéressant de voir si, dans un caddie avec une certaine proportion de produits avec une bonne qualité nutritionnelle, se trouve également une proportion de produits avec une « mauvaise » qualité nutritionnelle.

D'autres éléments doivent aussi être contrôlés. Par exemple, les réassorts en rayon obligent à replacer des stickers sur les produits. La dimension logistique est loin d'être négligeable, notamment si de nombreuses familles de produits sont testées.

Question

Est-il nécessaire qu'il y ait toute une palette des produits, ou que, comme le système est volontaire, seuls des produits verts soient étiquetés ? Est-il prévu d'étudier comment seront considérés les produits qui ne sont pas étiquetés ? Vont-ils être catalogués comme étant vraiment mauvais ? L'étiquetage peut-il être un levier pour pousser certains distributeurs et producteurs, dans la stratégie d'adaptation, à étiqueter quand même lorsqu'ils sont dans les couleurs intermédiaires, pour justement basculer l'image du produit ?

P. Combris

Vous faites l'hypothèse qu'il pourrait y avoir un choix à la carte. Un producteur pourrait décider de n'étiqueter que 50 produits sur les 500 de son catalogue. Cette pratique n'est plus de l'étiquetage nutritionnel, mais devient un signe de qualité. A-t-on le droit d'imposer à un producteur d'étiqueter l'ensemble de son catalogue ou rien ?

L'étude des stratégies d'adaptation de l'offre est un point clé dans ce protocole.

Les fabricants ont le contrôle de la possibilité de réaliser l'expérience. Le choix pour les MDD sera plus facile, puisque les distributeurs ont le contrôle d'un ensemble de marques. Il serait aussi intéressant que les familles de produits concernées soient celles avec une large variabilité de composition⁹⁸.

Il pourrait être intéressant de tester aussi des familles dans lesquelles il peut y avoir des surprises : les consommateurs ne s'attendent pas à trouver un étiquetage favorable ou défavorable. Il faudrait regarder aussi les changements de comportements de consommateurs qui achèteraient des produits ayant un étiquetage favorable et qu'ils ne consommaient pas habituellement. L'inverse serait également intéressant.

Question

Des effets peuvent être visibles à court terme mais aussi à long terme. Concernant la durée, il peut y avoir un effet à court terme et un autre à long terme. Les différents systèmes testés peuvent avoir des effets différenciés : un système peut avoir un effet sur les consommateurs en fonction d'un certain nombre d'occurrences de vues. Un système peut avoir un effet immédiat, mais qui ne dure pas dans le temps. Un autre, plus informatif, ne va peut-être fonctionner que la 3^e ou 4^e fois, mais aura un impact sur le long terme.

P. Combris

Cette question préoccupe beaucoup les chercheurs qui mettent en place des expérimentations, y compris en laboratoire. Les consommateurs sont des gens curieux. Lorsqu'un produit est nouveau, ils le prennent, pour voir.

Question

Ne serait-il pas intéressant de simuler un certain type de communication complémentaire sur chacun des systèmes testés dans l'expérimentation ?

P. Combris

⁹⁸ Par exemple, le rayon du *snacking* frais, qui comprend de nombreux produits, allant de la salade de lentilles aux plats très sophistiqués.

Le fait d'avoir déjà vu un logo est majeur. Des expérimentations ont été menées en cafétéria⁹⁹ : aucun client ne voyait les nouveaux stickers apposés sur les produits. En revanche, le sticker « bio », connu de tous, attire l'attention.

Il faudrait faire en sorte que l'information donnée ressemble le plus possible à l'information institutionnelle, en essayant de procéder de la même façon et avec les mêmes canaux. Ce choix exclut de fait d'avoir des traitements et des témoins dans la même zone géographique, où les gens pourraient être « contaminés ».

⁹⁹ Univers moins « bruité » qu'un supermarché.

Composition du groupe de travail

Président : Ambroise MARTIN

Secrétariat interministériel du CNA : Marion BRETONNIERE-LE DÛ
Véronique BELLEMAIN
Karine BOQUET

STRUCTURES MEMBRES DU CNA

Collège des consommateurs et des usagers

ADEIC :	Dominique LASSARRE
AFOC :	Florence DURBECQ
CLCV :	Marine DESORGE
CNAFAL :	Patrick CHARRON, Jean-Luc FLINOIS
Familles rurales :	Anne LEGENTIL, Michel PILLON
UFC-Que Choisir :	Olivier ANDRAULT

Collège des producteurs agricoles

APCA :	Guillaume CLOYE
FNSEA :	Étienne GANGNERON, Annick JENTZER

Collège de la transformation et artisanat

ANIA :	Magali BOCQUET, Brigitte LAURENT, Cécile RAUZY
CGAD :	Sandrine BIZE
Coop de France :	Astrid ETEVENAUX, Yvette SOUSTRE
SYNABIO :	Maria PELLETIER

Collège de la distribution

CGI :	François FRETTE, Alexia FROMANGER
FCD :	Lionel DESENCE, Émilie TAFOURNEL

Collège de la restauration

AGORES :	Jean-Jacques HAZAN, Christophe HEBERT
SNARR :	Marie-Hélène BRARD, Bérénice CHARLES, Sébastien PEROCHAIN
SNRC :	Carole GALISSANT
SYNHORCAT :	Bruno BAZI
UMIH :	Jean MATHIEU

Collège des personnalités qualifiées

Jean-Louis BRESSON
François COLLART-DUTILLEUL
Jean-Pierre CORBEAU
Daniel NIZRI
Louis ORENGA

Membres de droit

Anses	Irini MARGARITIS
-------	------------------

Participants de plein droit

MAAF, DGAL :	Gwenaëlle BIZET
MAAF, CGAAER :	Eric BARDON, Denis FEIGNER
MASS, DGS :	Michel CHAULIAC, Magali NAVINER

Invités permanents

FFAS :	Constance BELLIN, Daniel NAIRAUD
--------	----------------------------------

STRUCTURES ET PERSONNALITÉS NON MEMBRES DU CNA ASSOCIÉES AU GROUPE DE TRAVAIL

AFDIAG :	Catherine REMILLIEUX-RAST
AFDN :	Brigitte COUDRAY
APPIC Santé :	Landy RAZANAMAHEFA
CENA :	Danièle COLIN, Marie-Christine LABARTHE
Sociologues :	Jean-Pierre POULAIN, Claude FISCHLER

Personnes auditionnées par le groupe de travail

(ordre chronologique des auditions)

Jean-Pierre Corbeau, Professeur émérite de sociologie à l'Université de Tours, le 25 septembre 2014 ;

Fabrice Etilé, économiste, Directeur de recherche à l'INRA et affilié à l'École d'économie de Paris, le 14 novembre 2014 ;

Jean-Pierre Poulain, Professeur de sociologie à l'Université de Toulouse-Le Mirail, le 2 décembre 2014 ;

France Caillavet, Directrice de recherche, économiste à l'INRA, équipe ALISS, le 2 décembre 2014 ;

Bernard Ruffieux, Professeur d'université es sciences économiques, spécialiste d'économie comportementale et expérimentale et **Louis-Georges Soler**, économiste, Directeur de recherche à l'INRA et Directeur de l'unité de recherche ALISS (Alimentation et Sciences sociales), le 3 avril 2015 ;

Caroline Rio, diététicienne et membre du CENA (Club Experts Nutrition et Alimentation) et **Dominique Moutray**, diététicienne à la Banque alimentaire de Charente-Maritime, le 3 juin 2015 ;

Pierre Combris, Directeur de recherche, économiste, chargé d'animer, dans le cadre du FFAS, une réflexion sur les caractéristiques d'un protocole expérimental destiné à évaluer les effets de la mise en place de l'étiquetage nutritionnel simplifié, le 2 novembre 2015 ;

Émilie Tafournel, Directrice qualité de la Fédération du Commerce et de la Distribution, le 2 novembre 2015.

Bibliographie

Études et rapports d'expertise :

- *Actualisation des apports nutritionnels conseillés pour les acides gras, Rapport d'expertise collective*, mai 2011, Anses.
- France Caillavet, Nicole Darmon, Anne Lhuissier, Faustine Regnier, « L'alimentation des populations défavorisées. Synthèse des travaux dans les domaines économique, sociologique et nutritionnel », *Les travaux de l'Observatoire*, INRA, 2005-2006.
- Patrick Etievant, France Bellisle, Jean Dallongeville *et alii*, *Les comportements alimentaires – Quels en sont les déterminants ? Quelles actions, pour quels effets ? Synthèse du rapport d'expertise*, Expertises collectives, INRA, juin 2010.
- Fabrice Etilé, *Obésité – Santé publique et populisme alimentaire*, CEPREMAP, 2013.
- Étude Opticourse, menée à Marseille sur les produits avec un étiquetage spécifique par le laboratoire Nutrition, Obésité et Risque Thrombotique, UMR 1260 INRA, le laboratoire d'Économie Appliquée de Grenoble (Gael), UMR 1215 INRA et Université de Grenoble, la société MS-Nutrition, le laboratoire Population Environnement Développement (LPED), UMR 151 Aix-Marseille Université, Link Up et Célia Chischportich, sous la direction scientifique de Nicole DARMON.
- Bernard Ruffieux et Laurent Muller, *Étude sur l'influence de divers systèmes d'étiquetage nutritionnel sur la composition du panier d'achat alimentaire*, UMR GAEI, INRA et université de Grenoble, février 2011.

Ouvrages :

- Catherine Esnouf, Marie Russel, Nicolas Bricas, *Pour une alimentation durable – Réflexion stratégique du ALIne*, Quae, Paris, 2011.

Articles :

En anglais

- L. Bonneux, J.J. Barendregt, W.J. Nusselder, P.J. Der Mass, 1998, « Preventing fatal diseases increases healthcare costs : cause elimination life table approach ». Disponible sur : <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2665317/pdf/9451262.pdf>
- A. Chernev et D. Gal, « Categorization effects in value judgement : averaging bias in evaluating combinations of vices and virtues », *Journal of Marketing research*, 47, 738-47.
- Corinne Hodgson, « Cost-effectiveness of palliativecare ». Disponible sur : <http://hpcintegration.ca/media/24434/TWF-Economicsreport-Final.pdf>
- Geoffrey Rose, « Sick individuals and sick population », *International Journal of Epidemiology*, 1985, 14, 32-38. Disponible sur : <http://ije.oxfordjournals.org/content/30/3/427.full>
- Pieter Van Baal, 2008, « Lifetime Medical Costs of Obesity : Prevention No Cure for Increasing Health Expenditure ». Disponible sur : <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC2225430/>

Grand public

- Bryan WALSH, « Don't blame fat », *Time*, 23 juin 2014.

En français

- Pierre Chandon, Titulaire de la chaire L'Oréal en marketing, innovation et créativité à l'INSEAD (école de commerce à Fontainebleau et Singapour), Directeur de recherche en sciences sociales à l'INSEAD, « Calories perçues : l'impact du marketing », *Cahiers de nutrition et de diététique*, 2010, 45, 174-179.
- Jean-Pierre Corbeau, « Impact des messages nutritionnels médiatiques sur les adultes et les seniors », *Réalités en nutrition*, n°4, octobre 2007
- Jean-Pierre Corbeau, « Les effets pervers de l'information nutritionnelle sur les enfants et les adolescents », *Réalités pédiatriques*, n°138, mars 2009.
- Groupe de réflexion sur l'obésité et le surpoids (GROS), *Propositions pour une politique de santé publique en matière d'obésité*, février 2006.
- Faustine Régnier, « Obésité, goûts et consommation. Intégration des normes d'alimentation et appartenance sociale », *Revue française de sociologie*, 2009/4 Vol.50, p. 747-773
- Bernard Ruffieux, Louis-Georges Soler, « L'étiquetage nutritionnel face à l'arbitrage goût-santé », *INRA Sciences sociales – Résultats de recherche*, n°5-6/2012, juin 2013.

Grand public

- « Pour rester mince, mangez gras », *Elle*, 18 août 2014.
- « Le beurre enfin réhabilité », *UFC-Que Choisir*, novembre 2014.
- Pierre-Antoine Delhommais, « Les vertus du vice », *Le Point*, n°2167, mars 2014.
- Ophélie Neiman, « Les fumeurs et les obèses, bonne affaire pour la Sécu ? », *Rue89/Le Nouvel Observateur*, 27 février 2008, disponible sur <rue89.nouvelobs.com/2008/02/27/les-fumeurs-et-les-obeses-bonne-affaire-pour-la-secu-6931>

Liste des sigles

ADEIC :	Association de Défense, d'Éducation et d'Information du Consommateur
AFDIAG :	Association Française Des Intolérants au Gluten
AFDN :	Association Française des Diététiciens Nutritionnistes
AFOC :	Association Force Ouvrière Consommateurs
AGORES :	Association nationale des directeurs de la restauration collective territoriale
ANIA :	Association Nationale des Industries Alimentaires
Anses :	Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail
APCA :	Assemblée Permanente des Chambres d'Agriculture (Chambre d'Agriculture France)
APPIC santé :	Agir Partager Prévenir Intervenir Convaincre
CENA :	Club Experts Nutrition et Alimentation
CGAAER :	Conseil Général de l'Alimentation, de l'Agriculture et des Espaces Ruraux
CGAD :	Confédération Générale de l'Alimentation de Détail
CGI :	Confédération Française du Commerce Inter-entreprise
CLCV :	Confédération de la Consommation, du Logement et du Cadre de Vie
CNA :	Conseil National de l'Alimentation
CNAFAL :	Conseil National des Associations Familiales Laïques
CNAFC :	Conseil National des Associations Familiales Catholiques
CSP :	Catégorie socioprofessionnelle
DGAL :	Direction Générale de l'Alimentation (MAAF)
DGS :	Direction Générale de la Santé
FCD :	Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution
FFAS :	Fonds Français Alimentation Santé
FNSEA :	Fédération Nationale des Syndicats d'Exploitants Agricoles
GEM-RCN :	Groupement d'Étude des Marchés en Restauration Collective et de Nutrition
GT :	Groupe de Travail
MAAF :	Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt
PNA :	Programme National pour l'Alimentation
PNNS :	Programme National Nutrition Santé
SNARR :	Syndicat National de l'Alimentation et de la Restauration Rapide
SNRC :	Syndicat National de la Restauration Collective
SYNHORCAT :	Syndicat Français de l'Hôtellerie, des Restaurateurs, des Cafetiers et des Traiteurs
UFC-Que Choisir :	Union Fédérale des Consommateurs-Que Choisir
UMIH :	Union des Métiers et des Industries de l'Hôtellerie



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