



# Sécurité alimentaire et santé du consommateur : quelles stratégies ?



la junior entreprise  
de l'ISARA

Millénaire

## Préambule

La mission prospective et stratégie d'agglomération et la mission écologie urbaine du Grand Lyon ont initié depuis deux ans une réflexion sur le thème santé et environnement, et plus particulièrement sur les évolutions de l'alimentation dans la société mondialisée et urbaine d'aujourd'hui.

Dans ce but, nous avons fait appel à l'expertise des étudiants d'Agro Projets Etudes (APE), la Junior Entreprise de l'ISARA. Ceux-ci ont réalisé un important travail d'étude (analyse documentaire et interviews d'environ quatre-vingt acteurs) qui a permis l'édition de ce document, avec l'aide des moyens logistiques du Grand Lyon. Ce sont également les étudiants d'APE, avec la complicité active des enseignants et de l'administration de leur école, qui sont les organisateurs du forum «sécurité alimentaire et santé du consommateur : quelles stratégies ?»

Trois enjeux ont motivé l'engagement du Grand Lyon dans cette démarche :

- favoriser le débat public dans le cadre de Millénaire 3 sur un sujet qui préoccupe beaucoup la population aujourd'hui. En effet, seuls des débats contradictoires et constructifs permettent d'affronter efficacement les questions de société importantes. C'est d'abord un garde fous contre les dérives de toutes natures ; mais c'est aussi une condition d'adhésion de la société aux politiques publiques mises en œuvre. Ainsi, s'agissant des problèmes d'alimentation, Agro Projets Etudes a montré qu'un décalage existe entre les efforts très importants qui sont accomplis par les agriculteurs, les industriels et les distributeurs pour renforcer la sécurité alimentaire et la faible perception que les

consommateurs ont des progrès réalisés. Si la méfiance demeure aussi forte, n'est-ce pas en partie par manque de larges débats contradictoires sur ces questions ?

- améliorer notre connaissance et notre compréhension des problèmes sur un thème, l'alimentation, qui concerne le Grand Lyon de multiples façons : développement économique (quel avenir pour les industries agroalimentaires de la région lyonnaise ?) ; écologie urbaine (quels enjeux pour la métropole en matière de santé et de sécurité alimentaire ?) ; commercialisation des produits (quelles relations entre les modes de distribution et les représentations que se font les consommateurs des produits qu'ils achètent ?) ; etc. Bien sûr, le travail accompli par APE n'apporte pas de réponses toutes faites à des questions aussi complexes. Toutefois, en mettant clairement en évidence un certain nombre d'attentes fortes des consommateurs en matière de qualité alimentaire, mais aussi en matière de sécurité, d'information et de transparence sur les filières, le travail accompli nous offre des perspectives intéressantes aussi bien sur des dossiers opérationnels comme le transfert à Corbas du Marché d'Intérêt National que sur le travail au quotidien du pôle d'éducation à l'environnement que le Grand Lyon a mis en place il y a deux ans ;

- révéler le potentiel de réflexion et d'action des étudiants, qui sont plus de 100.000 dans l'agglomération lyonnaise, mais dont on valorise insuffisamment les initiatives, comme l'a encore mis en évidence le Forum de l'étudiant organisé par la Ville de Lyon en février 2000.

*Le vice-président du Grand Lyon  
chargé de l'écologie urbaine*

*Le vice-président du Grand Lyon  
chargé de la stratégie d'agglomération*

## Remerciements

Avant de vous laisser découvrir le contenu de ce cahier, nous tenons à remercier les précédents chefs de projet Géraldine PETIT-JEAN et Maryline GIBERT, ainsi que tous les étudiants de l'ISARA ayant travaillé sur cette étude : Sarah BRUNEL, Charlotte VEDEL, Olivier FRANQUIN, Romuald ROCHER, Virginie VACHE, Yves ARDIET, Virginie GUEBEY, Fanny MARCHAL, Lucile MARTON, Jeanne DA SILVEIRA, Marie COQUE, Damien SIBILLE, Pierre FERRAND, Julien CAROTTE et Mickaël RIQUART.

Nous désirons aussi remercier les personnes qui nous ont aidés tout au long de cette étude : Jean-Loup MOLIN, Jean VILLIEN, Laurence VINEL, Patrick ALONSO, Pascal DESAMAIS, Michel BUISSON et Marguerite PARAIRE.

Un remerciement également aux deux étudiants qui ont réalisé ce cahier : Sylvain SEGUIN et Thierry PISTRE. Enfin nous n'oublions pas toute l'équipe d'APE, dont les responsables qualité, Nicolas COUPET et Maryline GIBERT, sans oublier notre président Philippe BERNOT.  
Merci à tous !

Les chefs de projet,  
Marie FREE et Alexandre FORGE.

# Sommaire

## Evolution des pratiques et des enjeux alimentaires des années 1960 à nos jours

### 1960-1970 : l'émergence de la société de consommation

Les IAA émergent et les premiers libres services apparaissent  
Le repas traditionnel mis à mal

### 1980-1990 : le souci d'une plus grande liberté individuelle

La segmentation du marché et l'innovation au cœur des stratégies industrielles et commerciales  
Praticité et qualité alimentaire guident les choix des consommateurs

### De 1990 à nos jours : la sécurité avant tout

La grande distribution accroît son emprise sur les IAA, qui deviennent le premier secteur industriel français  
Les consommateurs en quête d'harmonie veulent être rassurés sur la qualité des produits  
Conclusion

## Les tendances alimentaires actuelles et l'émergence de nouveaux enjeux

### Les nouvelles tendances de la consommation

Les prises alimentaires  
Le snacking, mode d'alimentation de demain ?  
Le consommateur veut des produits pratiques et simples d'utilisation  
L'innovation plébiscitée par les consommateurs  
L'évolution des goûts  
Des habitudes alimentaires encore très régionalisées  
Le BIO, un retour à l'authentique qui rassure  
Les Français de plus en plus soucieux de leur équilibre alimentaire  
La méfiance face à l'aliment  
Conclusion

### Etat des dernières évolutions technologiques

Les Organismes Génétiquement Modifiés  
Les produits issus de l'agriculture biologique

### Interrogations, craintes et attentes des consommateurs

Interrogations : d'où viennent nos aliments ?  
Craintes : les innovations technologiques sont-elles sans risques ?  
Attentes : plus de transparence, une information mieux faite

### Les problèmes sanitaires

Origine des différents problèmes sanitaires touchant l'alimentation  
Réactions des consommateurs  
Les solutions envisageables

## La qualité et la sécurité alimentaire par la traçabilité

### La sécurité, une des multiples composantes de la qualité alimentaire

La qualité alimentaire  
La sécurité alimentaire et les signes de qualité en France  
Conclusion

### Traçabilité : un réel développement malgré des limites persistantes

Traçabilité et production  
Traçabilité et transformation alimentaire  
Traçabilité et vente

### Conclusion

## Regards croisés

Transgénétiques : pour un vrai débat "Les Echos" article collectif	14
Evolution de la consommation : que pensent les professionnels ? interviews	40
Les consommateurs plébiscitent la viande française "Point de vente", article	42
Repères sur la traçabilité par APE	51
<b>Dossier :</b>	
<b>Que pensent les acteurs de la traçabilité ?</b>	<b>57</b>
Synthèse de 50 interviews d'acteurs de la métropole lyonnaise	59
Interview de Patrick Bouvier	62
Interview de Jean Guillaume Mouchel	63
Interview de Bernard Gabelle	65
Assurer la traçabilité pendant les moissons par Olivier Pilat	66



# Introduction

---

Le Grand Lyon a engagé depuis 1997 une démarche de réflexion prospective et stratégique : la démarche « Millénaire 3 ». Son objectif est de donner à l'agglomération l'élan nécessaire pour réussir son entrée dans le troisième millénaire. L'agglomération lyonnaise veut se placer parmi les grandes métropoles européennes étant donné le contexte actuel de compétition entre les territoires à l'échelle mondiale.

Parmi les nombreux thèmes abordés par « Millénaire 3 », celui de la santé est au même titre que pour l'homme, une préoccupation primordiale. Les citoyens se soucient de plus en plus de leur avenir, de leur environnement et bien entendu de leur santé. C'est donc tout naturellement que le thème de l'alimentation est mis en avant. N'est-il que phénomène de mode, battage médiatique ou réelle nécessité de réflexion ? Toujours est-il qu'on ne peut négliger aujourd'hui l'importance que prennent les débats à ce sujet ; ce que nous consommons aujourd'hui conditionne notre avenir, d'où l'utilité d'une réflexion appropriée.

La ville de Lyon et le Grand Lyon se soucient de ce que sont la cité lyonnaise et ses alentours à l'heure actuelle, mais aussi de ce qu'ils seront demain. Les futurs acteurs de la vie lyonnaise sont les jeunes d'aujourd'hui, en partie représentés par les étu-

dants. Il faut de plus prendre en considération le fait qu'ils sont déjà des acteurs en tant que consommateurs. Leur réflexion actuelle prépare la société de consommation de demain, et c'est dans ce sens qu'ils sont désireux de faire connaître leur opinion et leurs souhaits.

Nous-mêmes étudiants, nous sommes conscients que notre alimentation fait partie intégrante de notre état de santé, et nous nous devons de réfléchir à ce sujet. L'alimentation est un vaste domaine, mais après les nombreuses crises révélées au grand jour par les médias (comme l'encéphalite spongiforme bovine, la Listeria, la dioxine...), les thèmes de la qualité et de la sécurité alimentaire sont ceux qu'il nous est apparu nécessaire d'étudier.

Avant d'engager toute réflexion à ce sujet, il nous a semblé utile et logique de nous pencher sur l'évolution de la consommation (et donc des mœurs alimentaires) depuis une trentaine d'années. Après avoir dégagé ses grandes lignes et les principaux changements qui sont intervenus, nous nous sommes intéressés aux tendances alimentaires actuelles et à l'émergence de nouveaux enjeux. Une fois le bilan de la situation dressé, nous avons pu aborder les questions relatives à la sécurité alimentaire et donc à la traçabilité.



# **Evolution des pratiques et des enjeux alimentaires des années 1960 à nos jours**

---



# 1960-1970 : l'émergence de la société de consommation

## Les Industries agroalimentaires émergent et les premiers libre-services apparaissent

En 1960, il y avait très peu de grosses entreprises dans le domaine agroalimentaire, mais plutôt un morcellement de petites.

Ces industries étaient naturellement très dépendantes de l'agriculture et se contentaient de stabiliser les produits agricoles par un simple conditionnement et une activité de stockage. Cette première transformation des produits agricoles est longtemps restée dominante, mais progressivement les Industries agroalimentaires se sont émancipées de l'agriculture.

Cette mutation des IAA s'est produite en France au cours des années soixante et soixante-dix. Durant

cette période, les IAA ont modernisé leur appareil de production par des investissements massifs et ont augmenté la productivité du travail et du capital. La mutation importante des IAA a entraîné un bouleversement tout aussi profond des habitudes alimentaires.

En 1960, les commerces de proximité étaient les lieux privilégiés des achats alimentaires.

Progressivement, on a vu se transformer l'appareil de distribution français avec l'apparition du libre service. Le développement de la consommation alimentaire de masse a amené la création de grands groupes de distribution.

## Le repas traditionnel mis à mal

La part de l'alimentation dans le budget des ménages a diminué entre 1960 et 1970 (33.3% à 26%) ; on attribue ce phénomène à la hausse du pouvoir d'achat.

Les différences entre le menu des riches et celui des pauvres tendent à s'atténuer, mais sont encore bien présentes.

La notion "d'aliment industriel" apparaît à cette époque. Les aliments et plats surgelés ont suscité pendant plusieurs années une certaine méfiance qui s'est cependant rapidement atténuée.

Les ménagères consacraient dans les années 60 beaucoup de temps à l'élaboration d'un repas, puisque peu avaient un emploi. Les repas sont alors très copieux et comprennent une entrée, un plat principal, un fromage et dessert ; ils sont pris en

famille à des heures précises et durent relativement longtemps. La restauration collective est cependant un secteur en rapide expansion. On constate une forte diminution de la consommation de pain, de pomme de terre et de légumes, tandis que celle de viande a fortement augmenté. On constate aussi une grande évolution à partir de 1960 : les protéines végétales et les glucides qui constituaient l'essentiel des régimes alimentaires sont remplacées par les protéines animales. On observe également une augmentation de la part des lipides dans la ration alimentaire des Français .

Le poids des viandes commence à dépasser celui du pain, et on note une forte progression de la consommation de fromage, de sucre et de conserves appertisées en boîte métallique.

# 1980-1990 : le souci d'une plus grande liberté individuelle

## La segmentation du marché et l'innovation au cœur des stratégies industrielles et commerciales

À la fin des années soixante-dix, la grande mutation "fordiste" que nous avons décrit précédemment est achevée ; les industries agroalimentaires sont alors confrontées à de nouveaux bouleversements. La croissance de la consommation de produits alimentaires élaborés retombe. Comme pour les autres biens de consommation courante, on passe progressivement d'une demande peu différenciée à une forte segmentation. Pour animer le marché, l'effort sur les prix n'est plus suffisant, l'innovation-produit devient un facteur déterminant. Ainsi, les

IAA se trouvent confrontées, à partir des années quatre-vingts, aux problèmes qu'ont rencontrés les autres industries de biens de consommation dès le début de la crise des années soixante-dix.

L'évolution des mœurs alimentaires tient en partie à celle de la distribution des produits. La prolifération des supermarchés près des petites et des grandes villes y joue un rôle indéniable.

On note une légère baisse de fréquentation des petits et moyens commerces.

## Praticité et qualité alimentaire guident les choix des consommateurs

On assiste là encore à une diminution de la part du budget consacrée à l'alimentation. Elle représente 21.4 % en 1980. L'accroissement général du pouvoir d'achat n'a toujours pas totalement supprimé les différences traditionnelles en matière d'alimentation. Comme dans tous les domaines, c'est le souci d'une plus grande liberté individuelle qui explique l'évolution des mœurs alimentaires. On voit donc à cette époque se développer des tendances comme le souci de la diététique.

Bien qu'ils aient de plus en plus de temps libre, les Français consacrent de moins en moins à l'alimentation. La séparation est de plus en plus nette entre repas quotidien et repas de fête. Le repas de midi est le plus souvent rapide et parfois frugal. Celui du soir obéit aux mêmes contraintes de temps, même s'il est plus consistant.

Les repas tendent à se déstructurer, à se limiter à un plat principal, éventuellement complété d'un

fromage ou d'un dessert. Le "grignotage" est à la mode, l'horaire variable du travail s'étend peu à peu à l'alimentation.

Les conserves, produits déshydratés et autres plats préparés avaient déjà facilité la vie des Français. En contrepartie d'un gain de temps appréciable, ces produits étaient généralement moins bons que s'ils avaient fait l'objet d'une fabrication "maison". Cet inconvénient a été résolu avec les produits surgelés, dont l'usage a continué à se développer.

Les Français consomment alors toujours moins de pain et de pommes de terre, toujours plus de conserves et de viande.

Dans le domaine des boissons, on assiste à un mouvement semblable vers des produits de meilleure qualité et plus sophistiqués. C'est ainsi que le "gros rouge" est de moins en moins consommé, au profit de vins plus fins et plus chers.

# De 1990 à nos jours : la sécurité avant tout

## La grande distribution accroît son emprise sur les IAA, qui deviennent le premier secteur industriel français

Depuis 1990, les I.A.A constituent le premier secteur industriel français. Avec 17 % de la production de l'industrie (hors énergie), elles réalisent 14 % de la valeur ajoutée et ont aujourd'hui un chiffre d'affaires s'élevant à 792 milliards de francs. En Europe, les I.A.A françaises occupent la deuxième place derrière l'Allemagne, mais la France est le premier exportateur mondial de produits agroalimentaires avec un solde du commerce extérieur de 60 milliards de francs.

En outre, quel que soit le secteur, les industries agroalimentaires possèdent une très grande variété de types d'entreprises, réparties sur tout le territoire. Par rapport aux autres industries de biens de consommation, la principale spécificité des I.A.A. réside dans le secteur coopératif.

Leur seconde particularité est le poids important des petites et moyennes entreprises (moins de 500 salariés).

Ainsi l'industrie agroalimentaire française présentait à la fin des années 1980 une situation contrastée : d'une part, elle est le premier exportateur mondial, d'autre part, elle paraît vulnérable dans de nombreux domaines.

Le premier grand défi provient de la diversification et de la segmentation du marché qui imposent, nous l'avons déjà évoqué, un changement de l'organisation de la production.

Le deuxième grand défi résulte de l'unification du marché européen. En effet, la consommation alimentaire a tendance à la fois à s'homogénéiser autour d'un modèle qui incorpore de plus en plus de produits élaborés relativement standardisés, et à se diversifier en fonction des régions et de modèles de consommateurs. Ce double processus se réalise sous l'emprise de la grande distribution qui prend un poids de plus en plus important sur les I.A.A.

Enfin, le troisième grand défi de l'industrie agroalimentaire a toujours pour origine la demande, et en particulier la segmentation : il s'agit de la capacité d'innovation.

Les investissements nécessaires concernant la masse salariale viennent s'ajouter à des investissements matériels qui sont lourds dans les I.A.A du fait d'une intensité capitalistique élevée ; ils nécessitent ainsi des moyens financiers croissants que les entreprises agroalimentaires ont des difficultés à dégager. Il existe donc un véritable problème de financement qui touche autant les coopératives que les P.M.E. Enfin, en dehors des enjeux liés à leur développement interne, les I.A.A. doivent relever des défis qui résultent de la chaîne dont elles sont solidaires. En effet, la compétitivité des secteurs agroalimentaires performants en France ou à l'étranger provient non seulement de l'efficacité interne aux entreprises, mais aussi de leur capacité à générer des synergies productives avec leur environnement. Dans cette perspective, les I.A.A doivent être l'élément moteur d'une cohésion sectorielle qui va de l'agriculture à la distribution.

Les Français effectuent aujourd'hui environ 60 % de leurs achats alimentaires dans les grandes surfaces. Le poids croissant des hypermarchés est lié à l'intérêt pour les prix bas, et la facilité d'achat dont ils se sont fait une spécialité.

Les grandes surfaces sont aujourd'hui concurrencées dans le domaine des prix par les "hard discount" (magasins vendant des produits de premier prix). On constate une certaine désaffection à l'égard des supermarchés traditionnels.

Ainsi, la baisse d'activité des supermarchés traditionnels, en 1996, a surtout profité aux magasins de "hard discount".

## Les consommateurs en quête d'harmonie veulent être rassurés sur la qualité des produits

Le budget alimentation subit encore une baisse continue. Ainsi en 1990, les ménages ne consacraient plus que 19.3% de leur budget à l'alimentation (en % de revenu disponible). En 1992, la baisse s'est amplifiée pour atteindre 18.2 %, et en 1995 et en 1997, ils n'y consacrent plus que 17.9 %. Cette évolution est d'abord liée à l'accroissement du pouvoir d'achat qui a davantage profité à d'autres types de dépenses, notamment de logement, santé, transports et loisirs, liées à l'évolution des modes de vie des consommateurs. Elle s'explique aussi toujours par la diminution des besoins vitaux d'alimentation, liée au changement de nature des métiers.

On observe aussi, aujourd'hui, un net rapprochement des habitudes alimentaires entre les groupes sociaux. La dilution du sentiment de classe chez les ouvriers et les agriculteurs a entraîné la disparition de certaines habitudes culinaires et amène à une uniformisation.

Parallèlement on assiste à un métissage croissant de la cuisine française avec d'autres cuisines.

En revanche, des différences sensibles existent encore dans les dépenses en fonction des revenus et du statut social. On remarque aussi que les jeunes ont des habitudes alimentaires différentes de celles de leurs parents. Les contraintes de la vie courante moderne font que le temps dont dispose le consommateur est limité et la plupart préfère le consacrer à d'autres tâches que la préparation quotidienne des repas. Il existe donc une forte demande de praticité, concernant l'ensemble des opérations depuis l'achat des produits jusqu'à leur utilisation.

La montée de l'individualisme a favorisé une attitude générale d'autonomie. Aujourd'hui, chacun se sent responsable de sa propre santé et s'efforce de l'entretenir par une alimentation équilibrée. On observe donc un mouvement vers une alimentation plus diététique qui touche toujours plus les jeunes, les femmes et la population urbaine.

Dans une volonté de ne pas perdre de temps, s'inscrit la diminution croissante du temps consacré au repas. Ainsi, les Français ne restaient plus que 1h30 à table en 1991, et ce chiffre s'est encore amoindri pour atteindre 1h20 aujourd'hui. Ce n'est pas le cas des repas de fête, qui restent pour les Français des moments importants de plaisir et de convivialité. Dans la même optique de gain de temps, de praticité et de plaisir s'inscrit la restauration hors foyer. En effet, aujourd'hui, un repas sur cinq est pris à l'extérieur du domicile. Cependant, depuis le début des années 90 une baisse du nombre de repas pris à l'extérieur est enregistrée : 4.3 milliards

de repas servis en 1995 contre 4.6 milliards en 1990. Cette réduction concerne surtout les restaurants commerciaux qui après une longue période de croissance, ont vu leur part diminuer nettement en 1996, au profit des restaurants d'entreprise, scolaires ou universitaires. Enfin, on note une baisse de fréquentation des restaurants qui s'explique par le fait que les Français sont de plus en plus attentifs à leurs dépenses.

La crise de la « vache folle », les épidémies de listériose et l'arrivée des produits transgéniques ont fourni aux consommateurs de nouveaux motifs d'inquiétude, de sorte que la demande de sécurité alimentaire est plus forte que jamais. Le concept de traçabilité s'est donc imposé aux professionnels comme aux consommateurs. On note aussi un besoin de connaissance, de compréhension particulièrement fort en matière alimentaire. Les consommateurs voudraient être informés précisément sur les produits, leur provenance, leur contenu, leur fabrication, leur péremption, etc ... Malgré les progrès réalisés ces dernières années dans ce domaine, cela reste insuffisant aux yeux des consommateurs selon de récentes enquêtes.

En ce qui concerne l'alimentation à proprement parler, les produits frais restent pour les Français la référence absolue. Leur nombre s'est multiplié, les rayons traiteurs des grandes surfaces sont de plus en plus fréquentés.

On constate un très net déplacement des achats depuis le début des années 90, vers des produits de qualité croissante. Les consommateurs sont de plus en plus nombreux à préférer les pâtes "aux œufs frais", les poulets "fermiers", "les œufs extra frais", ...

On observe aujourd'hui un nouvel intérêt pour les produits allégés. L'association entre nourriture et santé a été renforcée chez les consommateurs par l'accroissement du niveau général d'éducation et d'information. Enfin, la consommation de vin ne cesse de diminuer lentement. Cependant, les Français figurent toujours parmi les plus gros consommateurs au monde, devancés par le Portugal et l'Italie.

L'évolution au cours des dernières années montre une diminution du nombre de consommateurs réguliers au profit des occasionnels. Le vin devient une boisson plus festive que quotidienne. Ceci s'accompagne d'un accroissement de la consommation de vin AOC par rapport au vin de table. Cependant, depuis 1992, les vins AOC connaissent eux aussi un déclin.

Aujourd'hui, la moitié des français déclare ne jamais boire de vin, contre 39 % en 1980, et ceci concerne particulièrement les femmes et les jeunes.

## Conclusion

---

Depuis 1960, on constate une évolution du comportement alimentaire des Français liée au développement de l'industrie et de la distribution. Le niveau de vie des Français a augmenté, leurs modes de vie ont changé. Les Français consacrent donc proportionnellement moins d'argent à leur nourriture, mais ils recherchent des produits de plus grande qualité. Bien qu'ils aient de plus en plus de temps libre, les repas quotidiens sont moins longs, moins formels et font une plus large place aux préoccupations diététiques.

Notre alimentation se situe aujourd'hui dans une filière technicienne et industrielle, qui suscite de nombreuses peurs chez les consommateurs, justifiées ou non. Ils regrettent alors de façon nostalgique et imprécise l'époque où l'on prenait le temps de vivre dans un monde moins envahi par la technique. Simultanément, ils voudraient retrouver une alimentation plus "nature", et protestent contre

l'emploi croissant d'engrais et d'insecticides, contre la vache folle, les Organismes Génétiquement Modifiés, la dioxine...

Certes, l'alimentation actuelle mérite certains reproches mais elle offre à l'immense majorité des familles des repas variés, diversifiés, beaucoup plus riches en produits d'origine animale, en fruits et légumes, que celles de nos grands-parents et arrière-grands-parents. On peut dire que l'industrie agroalimentaire a offert à tous, d'une manière démocratique quoique non désintéressée, la possibilité de consommer de tout et d'atténuer les catégories sociales et les différences régionales.

Cependant, il faut bien prendre en compte les inquiétudes des consommateurs liées à l'apparition des nouveaux produits. Il en découle une nécessité de développer et d'institutionnaliser des débats contradictoires comme l'explique l'article de presse ci-après.

## Transgéniques : pour un vrai débat

### "Les Echos", 28 avril 98

Par Jean-Marie Albertini, directeur de recherche ; Christian Buson, président de l'Institut de l'environnement ; William Dab, délégué général de l'Appa (Association pour la prévention de la pollution atmosphérique) ; André-Jean Guérin, directeur de la Fondation Nicolas Hulot, président du Groupe X-Environnement ; Jean Laporte, président de Pollutec ; Roger Pellegrini, directeur de la revue « Environnement et technique » ; Christophe Sibieude, directeur Sibenson Environnement ; Thierry Sibieude, professeur à l'ESSEC ; Jean-Pierre Ville, directeur général de l'Institut d'études d'opinion BVA.

En accordant en novembre à Novartis l'autorisation de mettre en culture son maïs transgénique, le gouvernement français s'est engagé à organiser tous les six mois un débat public. L'Office parlementaire des choix scientifiques prépare ce qui doit être une conférence de consensus, calquée sur le modèle danois : un panel d'experts face à un panel de citoyens. C'est d'un véritable débat contradictoire, d'une controverse entre les tenants de deux approches scientifiques opposés dont le pays et le sujet ont besoin.

#### ● Comment organiser le débat et mettre en scène la contradiction ?

Regardons tout d'abord deux exemples éclairants.

Premier exemple : « La Controverse de Valladolid ». Le romancier et scénariste Jean-Claude Carrière a imaginé dans ce roman ce qu'aurait pu être une controverse à l'intérieur de l'Eglise catholique, en 1550, à l'époque de la colonisation de l'Amérique, entre deux hommes de l'institution pour répondre à la question fondamentale: les Indiens du Nouveau Monde sont-ils des hommes comme les autres ? Le débat, qui se déroule durant 4 jours en public et oppose les deux orateurs, soutenus par des assistants, est arbitré par un légat du pape, en présence d'un représentant de Charles Quint.

Autre exemple : le fonctionnement d'une cour d'assises. C'est là encore le terrain du théâtre, de l'effet de

manche et du verbe. Assister à un procès permet d'en saisir les limites, mais les modalités de cette confrontation entre le ministère public et l'accusé présentent un modèle intéressant pour tenter d'organiser un débat sur un sujet prêtant à controverse.

#### ● Ce que pourrait être une méthode de la controverse

L'intérêt réside dans l'organisation de la contradiction et dans la mise en évidence de la nécessité d'un choix. Il n'est pas question de se substituer aux politiques, et notamment au Parlement. Il s'agit d'éclairer le débat et les choix qui doivent être effectués. Dans une telle optique, il est confié aux scientifiques la mission de préparer des plaidoiries sur des questions dont la formulation aura été soigneusement réfléchie. Ils sont payés pour tenir ce rôle. Il leur est demandé de mobiliser les connaissances disponibles, de défendre avec tous les arguments possibles la cause qui leur est confiée et de critiquer la position des tenants de la cause qui leur est opposée. Ils pourront être secondés par des orateurs compétents, bons tribuns, souvent non scientifiques.

Chaque camp intervient devant un jury composé de 4 collèges qui traduisent la diversité des regards sur le sujet et des positions dans la société :

- le collège des publics-relais qui par leurs fonctions et leurs positions

sociales se trouvent en situation de prendre la parole sur le sujet (enseignants, médecins, journalistes, hommes d'église, associations ... ) ;  
- le collège grand public qui représente l'homme de la rue ;  
- le collège de scientifiques non spécialistes de cette question qui apporte un regard interdisciplinaire ;  
- le collège des élus à qui reviendra le rôle de décider ou de recommander la décision.

La joute verbale entre les deux camps, placée sous la direction d'un président, peut durer de 1 à 4 jours. En fin de session, chaque camp présente ses conclusions. Le jury (les différents collèges) se retire, se prononce sur chacune des questions intermédiaires posées et sur la question placée au cœur de la controverse. Le collège des élus propose en fonction de ces résultats des pistes de travail qui pourront inspirer le débat parlementaire.

La clarté des conclusions, et leur traduction en décisions au terme d'un tel débat, dépend de la définition préalable des enjeux et donc des questions auxquelles le jury aura à répondre. Il nous paraît que, dès ce stade, un équilibre doit être trouvé entre le monde scientifique et les profanes. Les scientifiques ne doivent pas définir seuls les enjeux d'une question. Les trois collèges du jury composés de non-spécialistes du sujet peuvent aussi intervenir. L'intérêt de constituer un jury en plusieurs collèges apparaît important dès ce stade.



● ● ●

● **Un nouvel outil d'aide à la décision**

L'enjeu est ici de mettre au point un nouvel outil. C'est aussi de parvenir à définir un nouveau modèle, adapté à la société française.

**Mais pourquoi faut-il ainsi formaliser à ce point la contradiction ? Pour toute une série de raisons :**

- Ne pas cacher que la communauté scientifique est souvent divisée (ce qui est normal : "la vérité" scientifique est aussi une construction intellectuelle).

- Mettre en évidence que, face à ces divisions, les politiques, dépositaires du pouvoir et de l'intérêt collectif, doivent faire des choix (ce qui est

souhaitable : c'est là leur rôle et leur honneur).

- Faciliter l'acceptation par le grand public, par les médias, par les politiques de la notion d'incertitude scientifique.

- Faire comprendre que la décision est intrinsèquement liée à la notion d'incertitude.

- Permettre, par le biais des plaidoiries de chaque camp, des comparaisons entre situations de risque, entre priorités de santé publique pour donner ainsi du recul et un regard global sur l'intérêt général.

- Apporter aux politiques, avant cette décision, un autre reflet de ce qu'est l'opinion.

- Donner aux personnes consultées, interrogées, le temps de la réflexion.

- Placer ces personnes interrogées, au moment de la formulation de leur avis, en position de responsabilité, de décideur.

Les sujets prêtant à discussion scientifique et politique ne manquent pas : il peut s'agir des organismes génétiquement modifiés, bien sûr, mais aussi du nucléaire, du diesel, de l'effet de serre, des nitrates, du plomb dans l'eau, du prion... Nous souhaitons que notre pays (Etat, industriels, médias, associations) expérimente la controverse organisée comme méthode d'aide à la décision sur des sujets complexes...



# Les tendances alimentaires actuelles et l'émergence de nouveaux enjeux

---

*Les pratiques et les tendances évoluent ce qui implique évidemment l'émergence de nouveaux enjeux. Les consommateurs, qu'ils soient acteurs ou spectateurs dans l'évolution du système agroalimentaire, en sont des éléments incontournables. Leurs comportements, leurs réactions et leurs demandes*

*sont intimement liés aux nouvelles tendances de la consommation ainsi qu'à l'état des dernières évolutions technologiques. De plus, il faut garder à l'esprit le fait que les solutions à trouver aux problèmes sanitaires sont régies par la nature intrinsèque de ces derniers mais aussi par les réactions des consommateurs.*



# Les nouvelles tendances de la consommation

Le grand public s'en alarme, les médias s'en font l'écho, les pratiques alimentaires des Français connaissent de profondes mutations. Tout se passe comme si l'appareil normatif régulateur du comportement alimentaire était mis à mal par les transformations de l'organisation sociale (travail féminin,

pratique de la journée continue, mode d'urbanisation, redéfinition des rôles sociaux des sexes, industrialisation de la sphère alimentaire ou encore baisse de la part de l'alimentation dans le budget des ménages au profit des activités de loisirs).

## Les prises alimentaires

### Les repas ne sont pas pris uniquement au domicile

Concernant les repas, pas de grosse surprise : le domicile reste le lieu principal, le restaurant d'entreprise arrive en deuxième position. Notons le retour d'une pratique que l'on croyait révolue : le repas de midi pris sur le lieu de travail. Les produits sont apportés de la maison ou achetés en vente à emporter dans la proximité du lieu de travail, et ceci alors même que les individus ont un restaurant d'entreprise à leur disposition. C'est un peu le retour de la « gamelle ». Ces pratiques essentiellement féminines, touchent une population de cadres aisés. Enfin, la restauration hors domicile ne progresse que le samedi et le dimanche.

### Le grignotage hors repas de plus en plus répandu

Si les repas sont relativement bien implantés sur des horaires précis, les prises alimentaires hors repas, quant à elles s'étalent tout le long de la journée, avec quatre pics décalés par rapport aux trois repas (milieu de matinée, après le déjeuner, milieu et fin d'après-midi, fin de soirée).

Pour cette alimentation hors repas, l'image du grignoteur compulsif et solitaire laisse la place à une tout autre réalité : 56.5% des prises alimentaires hors repas sont consommées sur le lieu de travail. Il s'agit de boissons (café, thé, jus de fruits...), de biscuiterie et de fruits... Ces prises alimentaires sont souvent socialisées ; l'aliment sur le lieu de travail participe à la création et à l'entretien des liens sociaux.

### Le repas « normal » souvent réaménagé

En France, la structure normale du repas (norme sociale) est une unité constituée de quatre catégo-

ries : entrée, plat garni, fromage, dessert. Cette norme se retrouve dans les menus des cantines scolaires, des sociétés de restauration collective et sur les plans alimentaires rédigés par les commissions de menus des institutions scolaires et de santé.

62% des personnes interrogées affirment adhérer à une norme structurée (repas complet). Cependant dans les pratiques observées, le repas complet traditionnel ne représente que 52,8% des repas de midi et moins de 40% de ceux du soir, attestant d'un phénomène de simplification des pratiques, avec notamment des repas sans entrée (33.1%), des repas sans plat principal ni garniture (10.4%) et des repas à un seul élément (11.2%).

Il apparaît que les consommateurs simplifient les repas pour payer moins cher, mais ceci n'explique pas la totalité du phénomène. La simplification des repas des Français se caractérise souvent par la suppression des éléments périphériques au plat garni, c'est à dire les entrées ou les desserts, réduisant ainsi les apports en crudités et fruits, au profit de prises alimentaires hors repas qui dans l'état de l'offre agro-alimentaire contemporaine sont la plupart du temps des produits de biscuiterie (barres céréalières, confiseries...).

Certains nutritionnistes ou média condamnent ces nouvelles pratiques alimentaires et les présentent comme la dégradation d'un ordre alimentaire initial. Ils prônent alors la nécessité de restaurer les bonnes habitudes, 3 repas structurés par jour et pas de prise alimentaire entre les repas.

### Pourtant la cuisine reste ou redevient un plaisir

Les Français apprécient la convivialité d'un repas pris à la maison. La participation croissante des enfants et des conjoints à la préparation des repas favorise le développement de la cuisine de loisirs. La cuisine devient alors aujourd'hui une place centrale dans la maison et un carrefour convivial.

## La durée du repas

L'essor de la restauration rapide et de l'industrie de transformation des aliments pourrait laisser supposer une évolution des comportements alimentaires des Français. Une récente étude du CREDOC montre qu'il n'en est rien. La durée moyenne des repas ne diminue pas (33 min en semaine et 43 min le week-end).

## Le petit déjeuner

Une enquête de 1995 sur le petit déjeuner se veut rassurante puisqu'elle montre qu'il n'y a pas de déstructuration des repas et que la majorité des Français prennent un petit déjeuner, qui reste constitué pour l'essentiel de café au lait, de pain et beurre. (le temps consacré au petit déjeuner a

même tendance à augmenter). Cependant, une étude réalisée auprès d'étudiants en 1995, montre que seulement 3 enquêtés sur 10 restent totalement fidèles au petit déjeuner à la française. 4 sur 10 empruntent des éléments anglo-saxons (céréales, fruits, jus de fruits, thé), mais en conservant toutefois les traits du petit déjeuner « classique » (le bol de café et les tartines). Enfin 3 étudiants sur 10 ont totalement abandonné les caractéristiques du petit déjeuner traditionnel : disparition des tartines et remplacement par des céréales, des fruits ou jus de fruits, ou encore des laitages ; substitution du thé au café et au cacao. Mais aucun étudiant ne consomme pour autant de mets chauds et / ou salés (œufs, charcuterie...). En bref, le petit déjeuner continental résiste au modèle « Breakfast ».

## Le snacking, mode d'alimentation de demain ?

Le snacking ou grignotage correspond à une consommation hors repas et fractionnée. En font partie également le goûter des enfants et l'apéritif. 71% des Français déclarent grignoter régulièrement entre les repas. Les industriels prévoient d'ici 2005 une explosion de la demande des produits traiteurs. Les produits snack traditionnels sont les biscuits sucrés leaders du marché, les produits chocolatés en deuxième place, les produits salés apéritifs et les pâtisseries industrielles. Les nouveaux produits snack (glaces, ultra frais, produits traiteur, frais ou surgelés) sont en pleine croissance et devraient enregistrer une évolution de 5% par an d'ici 2005. Le développement des produits à vocation snacking passe de plus en plus par l'adaptation des formats à la consommation individuelle et nomade : les conditionnements individuels, les barres ou les mini-formats sont caractéristiques des nouveaux produits snack.

Le segment du sandwich est en évolution rapide ces 5 dernières années. Sa praticité en fait un produit moderne inscrit dans les nouvelles habitudes de consommation.

### Le développement de la distribution automatique

Le marché de la distribution automatique est en pleine expansion. Vite acheté, vite distribué, vite consommé. Il s'agit d'une équation typique de l'évolution de la société moderne et qui explique les quelques 10 % de croissance par an du marché. Au début, distribuant exclusivement du café, ces appareils permettent aujourd'hui de distribuer boissons, sucreries, mais aussi des glaces, des produits salés et même des produits laitiers.

## Le consommateur veut des produits pratiques et simples d'utilisation

### Développement de la charcuterie pratique

Selon, une étude menée en 1998, 97% des consommateurs plébiscitent les produits de charcuterie pour leur praticité et leur facilité d'utilisation.

Les industriels surfent sur cette tendance en développant des emballages faciles à utiliser pour le consommateur (emballages refermables pour les jambons, pâtés, terrines et rillettes, charcuteries en libre service en barquettes sous atmosphère contrôlée, ouvertures faciles). Les nouvelles offres

en matière de charcuterie s'orientent donc vers la praticité, la facilité d'emploi, avec par exemple des émincés prêts à l'emploi ou encore des barquettes supportant le passage au micro-onde.

## Essor des produits surgelés

Le marché des produits surgelés a augmenté de 17% en 10 ans. Cette consommation est quasiment universelle, dans la mesure où en 1998, 95% des Français ont consommé des produits surgelés, et chaque Français en a consommé en moyenne 30 Kg. Cette consommation est essentiellement familiale. Conservant les qualités nutritionnelles et gustatives, pratiques, faciles à préparer, variés, tant dans les recettes que dans les conditionnements, les produits surgelés s'intègrent bien dans les nouvelles habitudes alimentaires.

L'innovation est un des moteurs essentiels de ce secteur puisque près d'un produit sur 5 n'existait pas il y a deux ans. Par rapport aux autres pays, on se rend compte que le marché français est loin d'être saturé et le potentiel de développement est important, notamment sur le segment des plats cuisinés, qui a enregistré une forte croissance en 98. Au hit-parade des produits surgelés les plus appréciés : les poissons en filet (aliment facile à cuisiner et permettant de confectionner une très grande variété de repas), les pizzas (avec les glaces, les pizzas sont l'autre grand poids lourd de tout l'univers surgelé) puis les quiches, tartes et tourtes. Le taux de pénétration des glaces est impressionnant : 90% des foyers français sont consommateurs de glaces, sorbets et entremets glacés. En bref, les aliments surgelés en général et les glaces ont acquis un statut de produit de consommation courante.

## L'innovation plébiscitée par les consommateurs

Les industriels mettent sans cesse sur le marché de nouveaux produits pour stimuler la consommation, qui est particulièrement sensible aux innovations. L'acheteur apprécie la nouveauté. Des présentations ludiques, des associations nouvelles sont proposées principalement aux jeunes adultes et évidemment aux enfants. La consommation de fromages par exemple est constamment redynamisée par la mise sur le marché de nouvelles variétés.

Citons par exemple les glaces, qui sont devenues en quelques années un marché dont la santé dépend, outre des aléas climatiques et des investissements publicitaires, de plus en plus des innovations et de leur potentiel à séduire les consommateurs. Ce sont clairement les produits inédits qui recrutent, en créant de nouveaux moments de consommation.

## L'évolution des goûts

La société évolue vers des goûts faciles et consensuels, ce que l'on pourrait caricaturer par le triptyque « mou-sucré-tartinable ». Le sucré a la cote maximale. Cette saveur fondamentale (à côté du salé, de l'acide et de l'amer) est la préférée du nourrisson, et cette référence demeure chez les consommateurs devenus adultes. Chocolat, fruits, produits laitiers et jus de fruits arrivent au hit-parade des produits savoureux. Sans parler des sucres incorporés qui s'immiscent jusque dans les conserves et autres plats cuisinés. Conséquence, l'amer perd du terrain et n'entre dans la palette des goûts qu'au prix d'un apprentis-

sage à l'âge adulte. De ce fait, on gomme l'amertume du café, des endives ou de la bière, et même du chocolat noir. Cet adoucissement du goût passe aussi par le rejet de l'acidité, spécialement dans les produits laitiers. La tendance est aux formules douces et onctueuses qui ont supplanté le laitage acide et caillé d'origine.

La diversité alimentaire ne semble pas menacée : 56% de nos concitoyens atteignent le niveau maximal de diversité en un seul jour (contre 34% aux Etats-Unis).

## Des habitudes alimentaires encore très régionalisées

Les spécificités vont bien au-delà du simple clivage entre la cuisine au beurre dans le Nord et à l'huile dans le Sud. La région Jura-Rhône-Savoie se distingue pour sa prédilection pour les fruits frais et le fromage. De même la région Sud-Est apprécie agrumes, bananes, pommes et fruits secs. Dans le Sud-Ouest la consommation est conforme à son image gastronomique: volaille, gibier, lapin sont des valeurs sûres comme le pain et le vin de table. Le Grand-Ouest se distingue par sa forte consommation de fruits de mer et de poisson. On y consomme également davantage de beurre, de cidre et de lait. Dans le Nord-Picardie, on consomme deux fois plus de pommes de terre et de bière que dans le reste de l'hexagone. Dans le Nord-Est,

on apprécie la bière, les charcuteries, les prunes, le fromage à pâte molle, et les pâtisseries maisons. La région Centre ne montre pas de préférence entre l'huile et le beurre. Le Massif Central est gros consommateur de viande de veau, de poires, de saucissons et de vins de qualité courante. En Ile-de-France on mange plus qu'ailleurs des fruits exotiques, des agrumes, du riz, des champignons de Paris et des sandwiches.

Cependant, ces cultures régionales semblent « globalement menacées » car les différences de consommation devraient peu à peu s'estomper, comme c'est déjà le cas dans les grandes agglomérations.

## Le BIO : un retour à l'authentique qui rassure

### Un rejet massif des Organismes Génétiquement Modifiés

D'après un sondage Louis Harris de 1998, 71% des Français ne veulent pas acheter d'aliments transgéniques (OGM), la majorité pensant que ceux-ci peuvent être dangereux pour la santé. 36% pensent que la vogue du bio correspond à une évolution durable, comme une valeur refuge, face aux inquiétudes par rapport aux problèmes de la vache folle, etc...

### Le « boum » des produits bio

Les produits bio, ou plus précisément issus de l'agriculture biologique, ont le vent en poupe. Ils bénéficient en effet, tant de la part des consommateurs que des distributeurs, d'un fort capital de sympathie. Pourtant la situation des produits bio repose sur un malentendu, un décalage entre les vertus supposées et leurs propriétés réelles. En effet, il s'avère que les consommateurs français attendent des produits biologiques un bénéfice santé, c'est à dire une promesse qu'il est bien difficile de tenir. Certes, les denrées alimentaires sont cultivées sans produits chimiques de synthèse, mais les cultures environnantes peuvent apporter des traces de ces produits, et la teneur zéro en pesticide est difficile à atteindre. Le deuxième argument avancé par les consommateurs est que les produits bio ont meilleur goût. Cependant ce critère du fait de sa subjectivité est difficile à mesurer.

Tandis que les ventes de produits biologiques connaissent une croissance à deux chiffres (+18.9%) la production agricole bio en France est quelque peu à la traîne par rapport à ses voisins européens. Leur fabrication est de moins en moins l'apanage de petites entreprises régionales. Grands industriels et distributeurs commencent sérieusement à s'intéresser à leur cas. Les ventes totales de produits bio pourraient atteindre selon une étude de l'INRA jusqu'à 2.25% du marché total (soit 17 milliards de francs) à l'horizon 2000.

### Retour à des produits « plus naturels »

En cette période de crise alimentaire, engendrée par toute une série de scandales, les consommateurs deviennent de plus en plus attentifs à ce qu'ils achètent et à ce qu'ils consomment. La certification de l'origine constitue un gage de qualité et rassure le consommateur, qui peu à peu s'éduque.

La vogue des produits du terroir semble être plus qu'un phénomène de mode. Les consommateurs essaient de se rattacher à cette idée de terroir, synonyme pour eux de qualité. Il y a une vraie demande sur l'origine des produits, sur leur goût. Face à la mondialisation des échanges, à la standardisation des produits industriels, les consommateurs tentent de retrouver une dimension humaine au produit.

## Les Français de plus en plus soucieux de leur équilibre alimentaire

Le souci d'être mince et de rester en forme est devenu une dimension clé de la consommation des Français. Les gens se sentent de plus en plus concernés par cette question. Fait nouveau, les hommes aussi sont de plus en plus soucieux de leur ligne et surveillent leur alimentation. Les femmes restent cependant majoritaires (69%) dans le choix d'un suivi de régime alimentaire.

Débutée fin 1994, l'étude SU.VI.MAX est l'une des plus grandes études épidémiologiques jamais réalisées dans le monde, dans le domaine de la prévention nutritionnelle des grands problèmes de santé publique. A mi-parcours, la surveillance des bilans alimentaires sur 3 ans met en évidence une légère diminution des apports énergétiques entre 1995 et 1997. La contribution des lipides aux apports énergétiques, tout en restant supérieure aux recommandations, diminue régulièrement. La contribution en protéines reste stable. Celle des glucides et de l'alcool augmente légèrement.

### Les substituts de repas

Tout droit débarqués d'Amérique en 1991, les substituts de repas font aujourd'hui un tabac en France, avec un marché de 650 millions de Francs, en croissance de 20% en 1996 par rapport à 1995. Sous forme de sachets de poudre ou de céréales à diluer dans de l'eau ou du lait, de canettes prêtes à boire ou de biscuits, ces produits entendent se substituer à des repas légers. Ils ne peuvent en aucun cas remplir une fonction de coupe faim. Depuis 2 ans les fabricants se sont penchés sur le petit déjeuner. Ces « en-cas » diététiques à ingérer au saut du lit semblent une alternative aux quelques 20% des Français qui sautent allègrement leur petit déjeuner.

### Les produits diététiques

Les personnes âgées sont surconsommatrices de produits spécifiques. La nouvelle génération du 3ème âge est particulièrement soucieuse de pré-

server son capital santé, et est prête à consacrer une part du budget dans les produits diététiques, qui ont devant eux de belles perspectives de croissance.

Sensibles aux préconisations des nutritionnistes, les Français avalent deux fois plus de compléments alimentaires (phytothérapie, multivitaminés, minéraux et vitamine C), qu'il y a cinq ans pour compenser d'éventuelles carences.

### Les salades entre équilibre et praticité

Soucieuses de leur santé et de leur ligne, les consommatrices sont demandeuses de produits faciles à consommer. Les salades toutes prêtes se diversifient (nouvelles recettes, spécialités régionales, ...) et sont de plus en plus de véritables plats cuisinés à consommer froids. Des formats individuels mais aussi familiaux sont proposés.

### Les jeunes seniors attachés à leur équilibre alimentaire

Il y a trente ans, la notion d'équilibre alimentaire était quasiment inexistante chez les consommateurs de 20-30 ans. C'était la notion de satiété qui prédominait. Aujourd'hui devenus jeunes seniors (entre 50 et 60 ans), leurs comportements alimentaires semblent avoir radicalement changé. Ils valorisent les légumes et les produits laitiers et leur attachement à l'équilibre alimentaire ne se fait pas au détriment du plaisir et de la convivialité. La très grande majorité des femmes de 50 à 60 ans continuent à aimer faire la cuisine.

En revanche la recherche de cet équilibre alimentaire associe des notions de plaisir, de partage et l'expression d'une identité ; en deux mots l'harmonie alimentaire, alors que le terme diététique est pratiquement rejeté.

## La méfiance face à l'aliment

### La consommation de viande à la baisse

Après le scandale de la vache folle, les mesures gouvernementales (interdiction momentanée d'importation de viande anglaise, étiquetage de la provenance, mesures sanitaires, destruction des cheptels contaminés) n'ont pu éviter la chute de la consommation de viande bovine. Celle-ci s'est reportée en partie sur la volaille. Mais peu après la viande de volaille a subi le même sort que la viande bovine après l'affaire de la dioxine. Cependant, une fois l'affolement médiatique passé, la consommation de viande en France a retrouvé son ancien niveau.

### La Listeria à l'assaut des fromages au lait cru

Saint Marcellin, Epoisses, Camembert ont été montrés du doigt par l'annonce de contaminations par la bactérie Listeria. Ces « coups médiatiques » ont porté un coup très dur aux fromages au lait cru, qui, impliqués ou non, ont enregistré une chute importante des ventes. La psychose aurait pu être jugulée par une meilleure information des consommateurs, compte tenu du fait que la Listeria est une

bactérie très courante (on la retrouve sur les fruits, les légumes, les poissons...) et n'est dangereuse principalement que pour les personnes immunodéprimées. De plus, des études montrent que l'élimination systématique de telles bactéries de notre alimentation, aurait des effets désastreux sur notre pouvoir immunologique (aux Etats-Unis, les cas de listériose se comptent par milliers chaque année, alors qu'il n'y a eu que deux cas en France en 1998).

### L'eau minérale en bouteille, une alternative à l'eau du robinet polluée

Les Français se détournent de l'eau du robinet. En effet, chaque année de nouvelles enquêtes relayées par les médias dressent un état de pollution chimique des sols, des nappes phréatiques et par voie de conséquence, de l'eau de consommation courante. La désaffection des consommateurs pour l'eau du robinet est logiquement tout à l'avantage des eaux en bouteille. Le taux de pénétration très élevé est stable, preuve qu'un plafond est atteint. Mais les quantités achetées par foyer consommateur ont, elles fortement augmenté. Premier bénéficiaire : l'eau de source.

## Conclusion

Toutes les études sur les comportements alimentaires des Français tendent vers la même constatation, la France reste une terre de gastronomie et les Français restent profondément attachés à leur culture culinaire. Si la société moderne impose quelques aménagements à la structure traditionnelle des repas (grignotage, plats préparés, etc...) et à notre alimentation, on ne peut pas pour autant conclure à une « américanisation » uniformisant nos pratiques alimentaires. Suite aux récentes psychoses alimentaires, le consommateur a appris à être plus regardant sur ce qu'il y a dans son assiet-

te. Il exige la sécurité alimentaire et s'interroge sur la production de ses aliments. De plus en plus réticent face aux évolutions technologiques, diabolisées par les médias, le consommateur rejette en bloc les OGM, les farines animales, les additifs chimiques alimentaires, et se réfugie dans des valeurs jugées, à tort ou à raison plus sûres (produits bio, produits frais, produits de terroir...). D'une façon générale, on pourra conclure que les Français, plus que l'équilibre alimentaire, recherchent l'harmonie alimentaire.

# Etat des dernières évolutions technologiques

## Les Organismes Génétiquement Modifiés

### Mais qu'est ce qu'un OGM?

On appelle OGM, Organisme Génétiquement Modifié, ou « transgénique » les êtres vivants (animaux, bactéries ou plantes) ayant subi l'introduction technique d'un gène supplémentaire - celui d'une autre espèce, d'une bactérie ou d'un virus - dans un but précis. Les techniques de « génie génétique » (ou manipulations génétiques) permettent de transférer dans l'ADN (le code génétique) d'un organisme vivant un gène intéressant prélevé dans un autre organisme : un gène qui permet de ralentir le pourrissement, d'améliorer le rendement... A titre d'exemple, un maïs transgénique peut dorénavant résister à certains insectes, ce qui n'est pas le cas du maïs classique.

Tous les grands pays céréaliers, les Etats-Unis, mais aussi le Canada et l'Argentine, ont déjà adopté l'agriculture biotechnologique, et nombre d'autres grands pays s'y préparent.

### En France existe-il des cultures transgéniques ?

Le maïs transgénique a été autorisé en France en 1998, mais représente moins de 0,05% de l'ensemble des cultures. Entre 1998 et 1999, le nombre d'hectares consacrés au transgénique a été divisé par dix. En effet si le 5 février 1998, le ministre de l'Agriculture et de la Pêche a pris un arrêté autorisant la mise en culture de trois variétés de maïs génétiquement modifiées, par un arrêté du 25 septembre 1998, le Conseil d'État a ordonné le sursis à exécution de cet arrêté. Cette décision innove en ce qu'elle constitue la première application jurisprudentielle du principe de précaution, et elle suscite non seulement de nouvelles interrogations sur le régime juridique applicable aux OGM, mais aussi sur celui applicable aux nouvelles technologies en général.

L'Europe importe des Etats-Unis quatre espèces de maïs et une de soja, tolérants à l'herbicide Round Up. Cette dernière et le désherbant sont tous deux produits par la firme américaine Monsanto. Tous ces OGM servent à la fabrication de sous-produits qui entrent dans la composition de denrées courantes.

Les risques environnementaux sont évidents quand il s'agit d'OGM résistants à un herbicide : les culti-

vateurs pourraient être tentés d'utiliser cet herbicide sans discernement, polluant encore davantage sols et eau. Les scientifiques s'inquiètent également des échanges de gènes incontrôlés et désastreux : un colza cultivé expérimentalement a ainsi transmis son gène de résistance à un herbicide à des mauvaises herbes que celui-ci était censé éliminer. On parle aussi de déséquilibre de l'écosystème. Par exemple, des plantes modifiées pour tuer certains insectes pourraient faire disparaître des espèces entières.

La création de ces plantes transgéniques par les laboratoires de biotechnologies végétales a relancé, un peu tardivement, les travaux sur la biologie des hybridations. On sait maintenant que plusieurs plantes de grandes cultures peuvent se croiser avec des espèces proches. Ce qui entraîne forcément une diffusion de caractères transgéniques hors variétés d'origine. Dès lors, il est illusoire d'espérer, par exemple, qu'un colza auquel on a greffé un gène de résistance aux herbicides va le garder pour lui tout seul. Tôt ou tard, il est à craindre que telle mauvaise herbe hérite de cette résistance et qu'on ne puisse plus s'en débarrasser.

Les OGM peuvent être trouvés dans différents aliments. Le soja et le maïs transgéniques sont principalement utilisés pour nourrir le bétail. La lécithine (additif, E 322), issue du soja transgénique, se retrouve dans les plats cuisinés, les sauces préparées, les biscuits...mais ne représente que 0,2 à 0,5% du produit fini. Toutefois, soja classique et transgénique étant mélangés, il est quasi impossible de savoir si les lots de soja utilisés en France dans près de 60% des aliments courants contiennent des OGM ou non. Le soja peut être consommé en tant que tel ou sous forme de fromage, de lait... Surtout il permet de fabriquer de nombreux dérivés dans l'industrie agroalimentaire, qu'on retrouve sur les étiquettes : huile de soja (ou huile végétale), protéines et farine de soja. Quant au maïs transgénique, on l'utilise pour fabriquer des semoules, des farines, des huiles, de l'amidon, du sirop de glucose. Il peut comme tout produit issu du maïs classique, entrer dans la composition d'aliments pour bébé, de barres de céréales, biscuits apéritifs, bière, huile, margarine, confiseries, boissons, dentifrices, vitamines...

## Les OGM sont-ils dangereux pour la santé des consommateurs ?

Cette question est parfaitement légitime. Si légitime d'ailleurs qu'avant de mettre sur le marché un maïs, un soja, une tomate ou un melon génétiquement modifiés ces graines et fruits doivent obtenir, comme les médicaments, l'équivalent d'une véritable A.M.M. (autorisation de mise sur le marché). Délivrée en France par la Commission du Génie biomoléculaire (CGB), elle prouvera que le gène supplémentaire dont on a doté la plante ne lui fait pas produire une substance dangereuse pour l'homme. Dans ces conditions, il n'a jamais été prouvé qu'un OGM puisse présenter un danger pour le consommateur. Un consommateur qui, comme l'a montré la première Conférence de citoyens organisée sur ce thème en mai 1997, se forge une opinion beaucoup plus sereine si l'on prend le temps et les moyens de l'informer.

Les laboratoires de biotechnologie ont parfois recours à un gène de résistance à un antibiotique pour mettre au point un OGM. Ce gène n'a aucune utilité pour la plante. Il s'agit d'un résidu technologique qui facilite l'élaboration de l'OGM. La dissémination, dans les champs et dans les mangeoires des animaux, de plantes transgéniques porteuses d'un tel gène peut-elle favoriser le développement de résistance dans des populations de bactéries pathogènes pour l'homme ou l'animal, aggravant ainsi un phénomène déjà très préoccupant ?

La Commission du génie biomoléculaire (CGB)-l'instance française chargée d'évaluer l'innocuité des OGM a, quant à elle, considéré que le risque était théoriquement possible, mais avec une probabilité extrêmement faible. Une opinion qui n'est pas partagée par la majorité des spécialistes du phénomène de résistance des bactéries aux antibiotiques : 57% de ces experts considèrent que le risque induit par le maïs Novartis est inacceptable, 34% le jugent faible, mais estiment cependant que des évaluations complémentaires sont indispensables avant d'autoriser sa dissémination.

Il n'en reste pas moins que le consommateur doit rester libre de ses choix. Dans ces conditions, on peut considérer que l'étiquetage signalant l'OGM est une mesure purement et simplement de démocratie.

Cependant, si dès qu'un aliment génétiquement modifié est détecté dans la composition d'un produit l'Europe impose d'en faire mention, il se peut en revanche que certains aliments (à base de glucose de maïs) se situent en dessous de la limite de

détection. De plus, pour relever la présence d'un OGM dans un aliment, il faut que tout le monde utilise la même méthode. Pour ces raisons, l'Europe a défini le seuil à 1% et la méthode a été déterminée pour que l'étiquetage des OGM soit efficace. En effet, comme il a été dit précédemment, le projet européen fixant les modalités de l'étiquetage oblige les fabricants à indiquer la présence d'OGM seulement quand on peut déceler la présence d'ADN ou de protéines issus de modifications génétiques. Dans ces deux cas, beaucoup de produits échapperaient à l'étiquetage car ces éléments ne sont plus identifiables lorsque des processus industriels tels que la purification des ingrédients ou des traitements thermiques importants sont intervenus. La commission de Bruxelles envisage d'admettre la mention « peut contenir des OGM » lorsque le fabricant est dans l'incertitude. Mais cette possibilité est problématique car, au bout du compte, tous les aliments pourraient afficher cette mention et le consommateur ne serait plus informé du tout.

Finalement, ces questions ne peuvent être réglées que si on impose une traçabilité des produits.

Elle est un moyen pour vérifier la véracité de l'étiquetage. Cette idée est défendue par la France.

Elle consiste à suivre à la trace l'OGM du champ aux rayons du magasin, via des documents d'accompagnement (comme pour la viande bovine). Les contrôleurs peuvent alors remonter en sens inverse. Mais aujourd'hui, cette traçabilité n'est pas obligatoire pour les OGM, ni en Europe ni en France. Pour les productions autorisées en Europe (comme le maïs Novartis), rien n'empêche pourtant Bruxelles et les gouvernements nationaux de l'imposer dès le départ. Pour le soja se pose le problème de la mauvaise volonté des Etats-Unis (80% de la production mondiale) qui mélangent soja traditionnel et transgénique. Il existe cependant des solutions alternatives.

Il serait possible d'envisager des produits garantis sans « OGM ». Les industriels peuvent se fournir chez des producteurs américains garantissant le caractère conventionnel de leurs semences ou encore au Brésil, pays où la production de soja OGM est interdite. Ils peuvent également se passer de soja dans certains cas. Il existe ainsi des substituts à la lécithine de soja. De nombreuses enseignes de la grande distribution souhaitent mettre en place des produits « garantis sans OGM ». Ils pourront le faire si les pouvoirs publics imposent la traçabilité. Les industriels soulignent toutefois la complexité de sa mise en œuvre.

Cette initiative devrait être suivie de beaucoup

d'autres, même si le nouveau round de négociations menées dans le cadre de l'Organisation Mondiale du Commerce, à Seattle, fin novembre, n'a pas abouti, comme le souhaitait l'Europe, à l'étiquetage obligatoire de tous les produits contenant des OGM. L'agriculture "biotech" pourrait être mise en difficulté mais ces nouvelles plantes sont encore loin d'être mises hors circuit.

Déjà tous les grands pays céréaliers, tels les Etats-Unis, les ont adoptés et d'autres attendent impatiemment de pouvoir utiliser ces nouvelles variétés. Les semences « modifiées » ont en effet l'avantage d'être des produits « marketing », qui s'adaptent, en fonction de la demande et des besoins des agriculteurs ou de l'industrie agroalimentaire, mais aussi de la santé publique (lutte contre le cholestérol, par exemple).

Il y aura donc une production OGM, qui, plus rentable, plus abondante, risque de devenir dominante. S'il veut avoir le choix de ce qu'il mange, le gastronome du XXI<sup>e</sup> siècle devra en assumer l'addition. Déjà, au Japon, on estime que la créa-

tion de filières non-OGM pourrait faire grimper le prix du maïs de 50% et celui du soja de 30%.

Les Français qui soutenaient les agriculteurs de la Confédération paysanne seront-ils prêts, demain, à payer le prix de la « bonne bouffe »?

Enfin, une dernière innovation concernant les OGM pose bien des questions. Monsanto a imaginé une technique rebaptisée « Terminator » qui permet de créer des semences génétiquement modifiées qui donnent des plantes poussant normalement et produisant une récolte normale, mais dont le grain ne germe pas. Mais cette technique menace le fondement de l'agriculture traditionnelle : la sauvegarde des semences d'une année sur l'autre. Pis, le « cocktail de gènes » qu'elle met en œuvre augmentera les risques de contamination de la chaîne alimentaire par des toxines et des allergènes nouveaux. De plus, précisons que cette technique, si elle a été brevetée, n'a jamais été testée. Il est donc difficile de savoir si elle fonctionne réellement. Ses détracteurs ont toutefois gagné puisque l'Europe l'a refusée.

## Les produits issus de l'agriculture biologique

Aujourd'hui le marché des produits issus de l'agriculture biologique explose. Trois Français sur dix achètent régulièrement du bio. Pourquoi un tel engouement ? Parce que les Français veulent manger sain, manger sûr.

Mais qu'appelle-t-on un produit biologique ? C'est un produit issu de l'agriculture biologique qui est soit un produit agricole, soit une denrée alimentaire. Pour mériter cette dénomination, il faut qu'il résulte d'un mode de production agricole exempt de produits chimiques de synthèse. Tous les produits alimentaires sont concernés : fruits et légumes bien sûr, mais aussi viandes, charcuteries, œufs, laits, beurres, huiles, céréales, pâtes, riz, biscuits, plats préparés, soupes, conserves, surgelés, confitures, vins, etc.

Contrairement à l'idée répandue, l'agriculture biologique n'est pas une agriculture simplifiée ou simpliste. Au contraire, elle emploie des méthodes de travail très élaborées et diversifiées, fondées sur le recyclage des matières organiques naturelles et sur la rotation des cultures. Il y a quelques années, sur les marchés bio, carottes, choux, navets, pommes... avaient un petit air anémié et peu appétissant. Certains vendeurs laissaient même la terre dessus pour renforcer leur aspect « terroir ». Aujourd'hui, fruits et légumes bio sont mieux présentés et ne

semblent plus directement sortis de leur champ. Mais ils sont souvent moins volumineux que les autres, les producteurs n'utilisant ni pesticides ni engrais chimiques.

L'appellation "produit biologique" couvre l'ensemble de la filière, en se référant à des règles strictes propres à chacun des stades du cycle de vie des produits. Depuis la production des matières premières, chacune des étapes de la préparation, de la transformation, du stockage, du conditionnement, et du transport des ingrédients et des produits issus de l'agriculture biologique doit être conforme à un cahier des charges rigoureux pour que le consommateur puisse avoir la garantie, non seulement, de savoir ce qu'il mange réellement, mais surtout, de savoir comment tel produit est parvenu jusqu'à lui.

En général, les aliments bio ont plus de goût. Mais comme dans d'autres secteurs, il existe de bons et de mauvais professionnels. Le bio n'est donc pas une garantie absolue de saveur. Cela dit, il respecte mieux les délais de maturité des végétaux, ne joue pas sur les dates d'abattage des animaux, etc... Les fruits et les légumes bio sont souvent meilleurs parce qu'ils sont issus de variétés plus rustiques, que l'on retrouve dans des pays qui ne connaissent pas encore d'agriculture intensive.

De plus, les variétés proposées sont très diverses. Nombre d'espèces longtemps négligées ont été remises au goût du jour : sarrasin, épeautre (variété de blé), courge, potiron, roquette (salade)... Les variétés cultivées en bio sont d'autant plus spécifiques que les agriculteurs doivent, depuis le 1er janvier 1999, acheter des plants issus de l'agriculture biologique. Cette obligation s'étendra ensuite aux semences, bulbes et tubercules.

Le bio a fait également une percée dans l'assiette des petits. Sa part sur le marché de la diététique infantile continue de progresser : on estime qu'il représente aujourd'hui environ 4% des volumes du baby food. Après Hipp et Nestlé, Carrefour a lancé à son tour en octobre dernier une gamme entièrement bio pour bébé. Par ailleurs, de nouvelles marques ont fait leur apparition fin 1997 par le biais du bio : Babybio de Vitagermine et Maternelle, La vie en partenariat avec Senoble, par exemple. Mais ce sont les laits qui assurent la croissance du marché. Ils s'octroient plus de 40% du chiffre d'affaire et affichent de belles progressions : + 4,6% en valeur et + 12,2% en volume. L'arrivée des produits bio est en grande partie à l'origine de ce nouvel essor.

Pour comprendre les avantages réels des produits bio, examinons les effets, à long terme, des techniques de l'agriculture conventionnelle. Ces effets peuvent être rangés en quatre grandes catégories. Les deux premières relèvent de l'écologie et du souci de préserver la qualité de notre environnement, en distinguant les effets sur les milieux (dégradation des ressources naturelles : sol, eau, air) et les effets sur les êtres vivants (risque pour le patrimoine génétique et diminution de la biodiversité). La troisième catégorie concerne les effets directs sur l'homme (micropollution chronique et cumulative des denrées ingérées, entraînant des risques nouveaux pour la santé de l'organisme et des descendants). Enfin, la dernière catégorie d'effets à long terme recouvre à la fois des enjeux de santé et d'écologie : elle est relative aux effets induits par la chimie ajoutée et la culture intensive (pollution diffuse de l'environnement).

Toutefois l'engouement des Français pour le bio repose-t-il sur un malentendu ? « Le bio, c'est essentiel pour la santé » : 76% des consommateurs réguliers de produits issus de l'agriculture biologique expliquent ainsi leur acte d'achat. Dans les pays du nord de l'Europe, la protection de l'environnement arrive en tête des motivations d'achat, alors qu'en France elle est reléguée en quatrième position,

selon l'INRA. C'est dire que les Scandinaves achètent bio en connaissance de cause, alors que nous courrons au devant des désillusions. L'image santé du bio est en effet très largement usurpée. Des résultats d'analyses, portant sur 120 aliments sélectionnés dans quatre familles : aliments céréaliers, jus de fruits, laits UHT et salades, sont probants en la matière. Nitrates, dioxines, pesticides, mycotoxines... les aliments biologiques sont loin de pouvoir revendiquer une qualité supérieure à celle des aliments conventionnels.

« Contrairement à une idée très largement répandue, un produit issu de l'agriculture biologique ne se définit pas par l'absence de résidus pesticides, s'empresse-t-on de préciser à la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes (DGCCRF). Dans un souci de loyauté de l'information envers le consommateur, il serait temps de dissiper cette vision erronée des produits dits bio ».

Les technologies bio ne se sont pas uniquement développées dans le domaine végétal. Avec la crise de la « vache folle » leur essor s'est transmis à l'élevage. Les lignes directrices consistent non seulement à améliorer l'état de santé du troupeau, mais aussi à développer sa longévité et sa fécondité, principalement en prenant en compte son bien-être.

Elles reposent sur de simples principes de bon sens : une alimentation biologique saine et variée, des conditions d'élevage sans stress (plutôt que des batteries surpeuplées pouvant comprendre des milliers de volailles, disposant chacune de quelques centimètres carrés), une médecine vétérinaire préventive et homéopathique (plutôt que l'usage excessif d'antibiotiques et de produits anabolisants), des choix de races guidés par les caractéristiques locales.

Cependant faute de certitudes scientifiques, les méthodes de la filière des produits biologiques restent celles qui apportent au consommateur une garantie maximale aujourd'hui.

Le succès grandissant que connaît aujourd'hui la filière bio pourrait donc révéler, au-delà des effets de mode et des attentes actuelles en matière de santé, de sécurité et de recherche d'authenticité, une prise de conscience nouvelle quant au prix à payer pour accélérer le changement de nos pratiques industrielles, et inscrire la filière agroalimentaire moderne dans une logique de développement durable, respectueuse de la nature, dans toutes ses composantes, y compris l'homme.

# Interrogations, craintes et attentes des consommateurs

## Interrogations : d'où viennent nos aliments ?

De la vache folle au poulet à la dioxine, en passant par le veau aux hormones, l'actualité décline au fil des jours les avatars successifs d'une crise de notre alimentation. Cette crise semble grave. En effet le doute qu'elle génère porte sur des produits - des aliments- qui nécessitent la confiance. Le consommateur attend de juste droit santé et plaisir. Et, si ceux-là sont dangereux, pourquoi pas ceux-ci, et au fond, pourquoi pas tous?

Quant à la qualité de la nourriture d'aujourd'hui, il faut, pour mieux l'apprécier, la rapporter à celle de la nourriture d'hier. On pourrait prendre l'exemple du lait, un aliment qui, dans l'imaginaire, incarne la pureté. Que reste-t-il aujourd'hui de tout le cortège de maladies graves et fréquentes dont il était vecteur ? Quelques cas de listériose, certes, mais isolés, vite identifiés et contrôlés, et surtout soignables.

Notre « peur » de manger s'est installée sur un terrain qui l'avait préparée. Depuis plusieurs décennies, notre relation aux aliments, par nature intime et essentielle, apparaît en effet déstabilisée. D'abord, les évolutions de notre mode de vie urbain qui nous coupe de la nature et, le manque de temps aidant, nous incite à nous en remettre à l'industrie pour la préparation de nos aliments. De cela est née une incertitude permanente sur leur origine et leur identité, une angoisse diffuse que le moindre incident suffit à faire flamber.

C'est ainsi que les Français se sont tournés, avec un appétit grandissant, vers le marché des produits biologiques. Ils déclarent acheter bio d'abord dans le souci de préserver leur santé. Mais cette motivation d'achat ne repose-t-elle pas sur un mirage ? Les consommateurs savent-ils que l'agriculture biologique ne s'est pas engagée à produire des aliments d'une qualité sanitaire supérieure?

Afin de satisfaire à la demande croissante en ce qui concerne les produits biologiques, le marché ayant augmenté de 135% en 1997, la filière française ne parvient plus à satisfaire la demande des consommateurs et doit recourir en masse aux importations. Actuellement plus d'un Français sur cinq en consomme régulièrement et beaucoup ont testé certains produits. Mais ils se trouvent confrontés à un dilemme : les aliments bio importés offrent-ils les mêmes garanties que ceux produits en France sous haute sur-

veillance ? D'autres avouent qu'ils ont été tentés, mais n'ont pas encore franchi le pas. Pour ceux là, tout un problème d'information se pose. Certains doutent de l'authenticité des produits biologiques et refusent de payer des prix plus élevés pour des aliments dont ils ne connaissent pas les règles de production.

Or c'est là précisément un grand sujet d'inquiétude pour le consommateur contemporain. La transformation croissante des produits par les filières agroalimentaires et la mondialisation des filières d'approvisionnement crée une distance entre lui et ses aliments, perçus de plus en plus comme mystérieux, louches, sans histoire ni identité connue. Il suffit d'interroger les consommateurs pour entendre l'expression de ce malaise : « Le risque nous est imposé. On ne sait pas ce qu'il est. On ne sait pas ce qu'on mange. » (Institutrice, Paris, juillet 96, enquête sur la crise de la vache folle).

L'industrialisation de l'alimentation a modifié la perception des sujets et leur rapport à l'alimentation en général. Ce facteur explique que, depuis les débuts de l'industrie agroalimentaire, des tensions et des peurs ont surgi cycliquement, ont culminé avec des crises plus ou moins graves, puis sont résolues provisoirement, avant de réapparaître. La crise de la vache folle a été jusqu'ici la plus violente de ces crises. Mais si avant elle la tension existait déjà, le même thème, la même formule revient constamment dans la bouche des consommateurs : « On ne sait pas ce qu'on mange ».

Cette phrase prend tout son sens quand on sait qu'en 1998 en France pas moins de quarante alertes alimentaires ont été déclarées. Pourtant, jamais les produits n'ont été aussi contrôlés. Alors? Sommes nous devenus paranoïaques? Surtout quand on sait que 80% de notre alimentation sort d'usine. Quel consommateur n'a pas déjà pris l'habitude de consulter l'étiquette, sa première source d'information sur la qualité, l'origine et l'hygiène du produit, même s'il est parfois difficile de s'y retrouver dans les labels? Sachez, par exemple, que la moutarde de Dijon n'est plus nécessairement fabriquée en Bourgogne. Que la législation européenne sur l'étiquetage des organismes génétiquement modifiés (OGM) ne concerne toujours pas certains additifs transgéniques (lécithines

de soja, amidon de maïs). On peut donc absorber des OGM sans le savoir.

Les OGM : derrière ces trois lettres, des interrogations, des inquiétudes et trop de tergiversations.

Si son étiquetage est, en théorie, obligatoire depuis 1997 en Europe, Bruxelles a tergiversé pendant des mois pour en fixer les modalités. Faute de textes d'application, les organismes de contrôle ne peuvent donc pas sanctionner l'absence d'étiquetage.

Quant au bio, il est là pour montrer que le risque alimentaire zéro est une chimère. Si les mérites de ce marché ne sont plus à démontrer côté goût, le bio a le défaut de ses qualités : non traité, il peut receler des aflatoxines, une bactérie qui occasionne des can-

cers du foie. Une enquête de 60 Millions de consommateurs a même montré la présence de nitrates dans certains produits. Mais pas de panique, l'agriculture biologique reste globalement une des plus sûres.

L'inconvénient majeur sont les prix élevés des aliments bio, environ 30% plus chers, qui sont un frein au développement de ce marché. La production, soumise à de nombreuses contraintes et pénalisée par de faibles rendements, se paye plus cher. Là encore le doute est permis : le surcoût payé par le consommateur est-il justifié? Le consommateur se demande si, outre les contraintes de production, il ne rémunère pas les distributeurs qui en profitent pour saler l'addition.

## Craintes : Les innovations technologiques sont-elles sans risques ?

Depuis trois décennies à peine, l'alimentation est devenue un marché de grande consommation. Elle s'est industrialisée, constituée en filières de transformation de plus en plus complexes. Or, depuis le début de ce processus, on a pu déceler une réticence du consommateur moderne devant ces nouveaux produits. D'un côté, leurs avantages (prix, régularité, disponibilité ...) sont bien réels. De l'autre côté, ils souffrent d'une sorte de mystère identitaire.

Comme pour les OGM qui ont été introduits récemment et dans la précipitation, on manque de recul sur leurs risques éventuels.

Les spécialistes craignent surtout une multiplication des allergies à ces nouveaux aliments.

« Il y a 25 ans, constate Denise Moneret-Vautrin, à la tête du Centre d'immunologie clinique et d'allergologie de l'Hôpital central de Nancy, j'avais en consultation un cas d'allergie alimentaire tous les deux mois. En 1983, j'en avais un par semaine, et en 1995, un par jour... » si la prévalence de ce type d'allergie reste faible - 3,6% de la population totale selon une récente enquête épidémiologique- elle a néanmoins été multipliée par 5 en l'espace de dix ans. Des analyses montrent que l'allergie alimentaire est plus fréquente chez l'enfant, et que sa gravité augmente avec l'âge. Si les mécanismes sont encore mal connus, et les données, tant cliniques qu'épidémiologiques, insuffisantes, le consommateur est de plus en plus attentif aux risques d'allergie alimentaire. Il n'hésite pas à contacter, via les numéros de téléphone mis à sa disposition sur les étiquetages, les industriels concernés. En effet, des allergènes peuvent être présents à l'état de traces, sans pour autant entrer dans la composition d'un produit : si celui-ci comporte des fruits secs, par exemple, les sacs de jute les ayant transportés ont pu

servir antérieurement au transport d'arachides. Il s'agit donc, autant que faire se peut, de bien séparer les chaînes de production.

L'affaire de la dioxine, même si elle a remis en avant les atouts du Label, a obligé la filière avicole à envisager son avenir à plus long terme. Il est inquiétant de constater que le consommateur n'a pas été spontanément rassuré par la présence du Label Rouge.

Survenue en 1996, la crise de la vache folle est devenue la crise de référence de la modernité alimentaire. Sans doute la phase la plus aiguë est-elle passée. Mais, d'une part, elle est loin d'être terminée dans ses effets les plus graves; d'autre part, ses conséquences ne cessent de se dérouler, dans une cascade de crises secondaires. Au fond, l'incertitude est la même aujourd'hui qu'hier car les effets durables n'ont fait que se préciser et s'accroître. Que contiennent les aliments ? D'où viennent-ils ? Une distance presque irréductible c'est alors installée entre le consommateur et les produits manufacturés, certes commodes, parfois attrayants, mais souffrant d'un trouble d'identité : des OCNI, « Objets comestibles non identifiés ».

En particulier parce que les causes du fléau se situent dans ce qui apparaît comme une transgression suprême, insupportable. On a en effet « transformé des herbivores en carnivores », sinon en cannibales en leur administrant des « farines animales » issues du recyclage de résidus d'abattoirs et de cadavres.

A l'intérieur même de la filière, les réponses qui essaient de se mettre en place face aux attentes des consommateurs, que sont la traçabilité ou la certification, par exemple, incitent à établir des relations de partenariat entre producteurs, industriels et distributeurs.

La montée des réticences vis-à-vis de l'alimentation moderne remonte au moins aux années soixante. On annonçait avec angoisse l'arrivée de la pilule alimentaire, qui satisferait tous les besoins nutritionnels sans perte de temps. Les enquêtes sur la perception de

l'alimentation moderne dans le public révèlent que, selon une majorité d'interviewés, on mange moins bien aujourd'hui qu'hier, que ce soit en termes de santé et de goût. Les consommateurs sont de plus en plus exigeants en matière de sécurité mais aussi de qualité.

## Attentes : plus de transparence, une information mieux faite

L'origine des nombreuses crises ne réside pas que dans l'appât du gain des fabricants. Nous venons de vivre quarante années d'une agriculture intensive adepte des antibiotiques, fongicides, pesticides, engrais et autres farines animales. Les consommateurs sont désormais des gens soucieux de la qualité de leur alimentation, mais aussi très attachés au goût des produits qu'ils consomment.

La mise en place de procédures de garanties et d'engagement semble donc une voie susceptible de produire de la confiance chez le consommateur lorsque survient une crise majeure comme celle de la « vache folle ».

En France, il existe quatre signes officiels de qualité et d'origine: l'Appellation d'Origine Contrôlée (AOC), le Label Rouge, la certification de conformité et la mention Agriculture Biologique. Leurs fonctions sont bien distinctes. L'AOC est un signe d'origine du produit et non de qualité, qui protège la dénomination géographique. Le Label Rouge garantit la qualité supérieure d'un produit à tous les stades de production, d'élaboration et de commercialisation. Créée en 1990, la certification de conformité atteste de la véracité de l'étiquetage. Enfin, le logo AB signale les aliments issus de l'agriculture biologique. Mais il n'est pas obligatoire. Depuis 1992, s'ajoutent des dénominations européennes pour valoriser le patrimoine culinaire dans le cadre de l'aménagement du territoire. Un produit peut-être commercialisé sans ces labels. Mais certaines mentions sont obligatoires sur les étiquettes: dénomination du produit, ingrédients, quantité, lieu et lot de fabrication, prix.

Le nouvel étiquetage de la viande bovine n'a pas rempli sa mission. Seulement 5% des consommateurs citent spontanément les trois indications sur l'étiquette à la fin de l'année 1998, alors qu'il est obligatoire depuis le 1er octobre 1997. Si la notion d'origine est bien perçue, la race et la catégorie de l'animal indiffèrent. Le flou qui règne autour des différentes terminologies ne facilite guère la compréhension des consommateurs. A tel point que 48% d'entre eux demeurent indifférents à l'indication de catégorie. « Le nouvel étiquetage ne correspond pas aux aspirations des consommateurs, déplore Jean-Luc Perrot,

chargé d'études à l'Observatoire des IAA de Bretagne. On a préféré mettre en avant la race ou la catégorie animale alors qu'ils sont plus préoccupés par l'alimentation ou le bien-être des animaux ».

En outre, la confiance dans la viande bovine a davantage reposé sur la relation avec le boucher. Globalement la confiance est envisagée selon trois dimensions : la crédibilité, l'intégrité mais aussi la bienveillance attribuées à la marque par le consommateur.

En ce qui concerne la question des OGM, l'attitude des Français à l'égard de ces techniques modernes de production, qui permettent d'obtenir des plantes - maïs, soja notamment - « autoprotégées » aux qualités nutritionnelles renforcées, est beaucoup moins figée qu'on ne le pensait. En effet, la méfiance des consommateurs à l'égard de ces aliments pourrait être levée pour peu qu'on leur apporte certaines assurances. Ainsi à la question « si l'on vous garantit que les aliments transgéniques sont sans risques pour la santé, en achèteriez-vous? », 43% des sondés répondent « peut-être », 22% « probablement », et 11% « oui, certainement ». En clair, 76% des Français sont donc prêts à changer d'attitude pour peu qu'on les rassure...alors qu'ils sont 63% à dire aujourd'hui qu'ils ne sont pas prêts à acheter ce type de produits. Ce sondage, réalisé par AC Nielsen, a également révélé que les Français réclament des informations sur le sujet, mais 76% d'entre eux les attendent de l'Etat, car ils font peu confiance aux fabricants et encore moins aux distributeurs.

Actuellement les attentes des consommateurs reposent principalement sur la fiabilité de l'étiquetage. En effet comment être sûr de la nature des produits que l'on mange ? La première solution envisageable est le contrôle en laboratoire, mais ce dernier coûte très cher (plusieurs milliers de francs par analyse) et nécessite le concours de la firme productrice d'OGM qui doit révéler la conformation du nouveau gène. La seconde est la traçabilité. Elle consiste à suivre à la trace l'OGM du champ aux rayons du magasin. Cette traçabilité n'est pas obligatoire pour les OGM, ni en Europe ni en France.

Une des éventualités pour les consommateurs serait l'arrivée sur le marché de produits « garantis sans OGM ». Ce serait possible pour les différents OGM produits en Europe. Mais les industriels ne pourront le faire que si les pouvoirs publics imposent la traçabilité. Deux groupes français, Glon-Sanders, numéro un de l'alimentation animale et Bourgoïn, leader européen de la volaille lancent la première filière « non OGM ». Ils l'ont mise en place avec les agriculteurs français dans laquelle le soja est contrôlé tout au long de sa transformation. La production est alors tracée à toutes les étapes. Ces récentes dispositions tendent à répondre à l'incertitude des consommateurs relative à la chaîne de production agricole et sur la façon dont les produits et les ingrédients ont été conçus.

En février 1999, trois cas de listériose, dont deux mortels, avaient dénoncé un fromage de type époisses. Cependant le nombre de cas de listériose dus à ce germe ubiquiste diminue : 225 en 1997, soit trois fois moins qu'en 1987. Cette baisse signe l'efficacité des contrôles, effectués en majorité par les producteurs eux-mêmes, mis en place en 1993 et rendus obligatoires l'an dernier, une meilleure connaissance de la maladie par les médecins et aux vastes plans de surveillance déployés par les instances gouvernementales. Aujourd'hui donc, des contrôles à toutes les étapes sont effectués, chaque directeur disposant d'un champ d'action précis. Mais sur le terrain il en va un peu autrement. Ils agissent parfois en ordre dispersé, avec, pour conséquences, là des redondances, ici des lacunes en matière de surveillance. Mais les administrations de l'Agriculture et des Finances s'efforcent d'agir en coopération, l'une sur la production, l'autre sur la distribution des denrées. Au final, après avoir établi la suspicion d'un produit précis, il s'écoule un peu plus d'une semaine entre la déclaration de listériose, l'identification et le retrait du produit responsable. Mais en attendant, faut-il, comme dans l'affaire « des poulets à la dioxine », mettre en quarantaine tous les produits suspects ? Voici pourquoi des procédures d'alerte plus précises s'imposent, afin d'éviter des paniques inutiles, comme on l'a vu récemment sur plusieurs aliments.

De son côté, l'écologie microbienne au cours de la vie de l'aliment est un secteur clef que devra défricher la toute nouvelle Agence française de sécurité sanitaire des aliments, créée le 26 mars 1999 et en pleine structuration. Une de ses premières missions sera de « plancher » sur une meilleure information auprès des consommateurs « à risque ». Mais restons lucides : dans le monde vivant, le risque zéro n'existe pas.

Si l'on considère la question des allergies, outre les numéros de téléphone mis à la disposition du client, les

industriels concernés mettent en place, depuis quelques années, des procédures permettant de déterminer les sources de contamination potentielles de leurs produits par un allergène, puis d'agir pour prévenir leur introduction par des contrôles appropriés.

Les procédés technologiques (stockage, chauffage...) ne doivent pas rendre allergéniques des protéines qui ne l'étaient pas. Ainsi des études sont notamment menées avec le concours de la recherche publique au niveau national (dans le cadre du programme Aliment Qualité Sécurité) et européen (Adverse Reactions to Foods, FAIR). Centré sur lui et ses proches, le citoyen-consommateur est à la recherche d'une nouvelle harmonie personnelle. Cette quête donne la priorité au manger sain et à la beauté naturelle. Le consommateur considère en effet que les technologies sont « guidées par le profit et pas assez surveillées ». En réaction, 70% d'entre-eux s'en remettent à « l'école de la mère nature ». Le portrait de ce consommateur des années 2000 délaissera définitivement la consommation du paraître au profit de la santé, la nature et la sécurité.

Actuellement à l'intensité des goûts rustiques, les consommateurs préfèrent les saveurs rassurantes. Le sucré et l'onctueux gagnent du terrain, au détriment de l'amer et de l'acide. Mais le goût n'est pas perdu : il joue sur un registre plus subtil en puisant de nouvelles harmonies dans de nouvelles textures et le mariage d'arômes.

L'adoucissement du goût passe aussi par le rejet de l'acidité, spécialement dans les produits laitiers. Le consommateur se coupe de plus en plus des « goûts sauvages ».

C'est pour cela que des cocktails aromatiques sont conçus spécifiquement pour la France. « Il existe un « goût » français tellement spécifique qu'il est impossible de formuler de la même façon des arômes pour notre pays ou pour un autre. »

La perte de confiance a une dimension très large, y compris politique et civilisationnelle. Dans les propos des consommateurs, il apparaît qu'un glissement s'opère aisément de la dénaturation de la nourriture vers la pollution de l'air, de la terre et, de là, vers la corruption des mœurs et de la chose publique. Il faut donc combler la béance qui s'est installée entre les consommateurs et leurs aliments, permettre aux premiers de se réapproprier les seconds et, ce faisant de se retrouver eux-mêmes. Mais il faut aussi admettre qu'il s'agit ici de bien davantage que de consommation. La confiance qu'il s'agit de rétablir, ce n'est pas seulement celle des consommateurs dans les produits alimentaires : c'est aussi celle des citoyens dans les institutions, dans la technique et la science, dans l'avenir de la civilisation.

# Les problèmes sanitaires

Regardons maintenant les problèmes sanitaires, en tentant de retranscrire les informations principales données par la presse française concernant la liaison entre l'alimentation et la santé, les réactions

des consommateurs face aux crises générées, et les solutions ou pistes d'actions envisagées pour limiter l'impact de ces problèmes.

## Origine des différents problèmes sanitaires touchant l'alimentation

Ce genre de problèmes a toujours existé, et existera tant que les hommes et les animaux se nourriront, puisque les différentes étapes composant la production d'aliments, et surtout la production à grande échelle, ne peuvent être totalement maîtrisées. Les problèmes alimentaires susceptibles d'apparaître sont aussi nombreux que le nombre de personnes qui passent à table chaque jour...

### L'affaire de la dioxine

L'origine de cette affaire n'a pas encore été élucidée à l'heure actuelle. Tout d'abord, il faut savoir qu'il n'y a pas une, mais des dioxines. En effet, les éléments chimiques considérés font partie d'une seule et même famille, et n'ont pas tous les mêmes pouvoirs cancérogènes. D'où est venu le problème des dioxines ? Que sont les dioxines ? Ces éléments chimiques, solubles dans les graisses seulement, sont produits par toute combustion de matière organique. En temps normal, les principales sources en sont les incinérateurs et la métallurgie, mais toute combustion, comme un feu de forêt, un barbecue, en produit. Il y en a donc naturellement dans l'air, et nous les respirons. En temps normal, chacun de nous stocke donc une partie des dioxines assimilées par la nourriture ou l'air, dans les graisses corporelles. A faibles doses, les effets peuvent être considérés comme négligeables, mais à doses fortes et régulières, l'accumulation est telle que les dioxines deviennent cancérogènes, et ont des effets néfastes sur le système immunitaire, neurologique et hormonal. Ces effets eux-mêmes sont différents, plus ou moins forts selon le type de dioxine stockée dans le corps.

L'expérience a montré qu'il faut une augmentation très forte du taux de dioxines dans le corps pour que des effets se fassent sentir, puisqu'une aug-

mentation de 250 % du taux de dioxines ne double pas les probabilités de développer un cancer (Multiplication du nombre de cancers de 1,6 % dans ces cas là). D'après ces critères, certains scientifiques affirment donc que l'affaire de la dioxine dans les volailles n'aura pas de répercussions sur la santé de l'homme à long terme.

Reste que la source de cette pollution n'a toujours pas été identifiée : d'après les rapports parus à la Commission de Bruxelles, plusieurs hypothèses seraient envisageables, parmi lesquelles, une fuite d'huile provenant du circuit de chauffage dans l'usine qui se chargeait de fournir certains élevages de volailles en graisses destinées à l'alimentation des animaux. Les autres hypothèses seraient un mélange accidentel entre deux bidons d'huile, dont l'un refermait de l'huile minérale (à l'usage des machines), ou bien un recyclage sauvage d'huiles usées, coûtant trop cher à recycler par les circuits habituels, ou encore l'utilisation de vieilles huiles de friture...

En France, le problème des dioxines va beaucoup plus loin que la crise qui a touché les volailles : d'après les normes, la DJA (Dose Journalière Admissible) concernant les dioxines s'élève à 1pg (picogramme) par unité de masse corporelle, pour l'homme. Cette DJA est calculée en fonction de tests réalisés sur des rats, qui sont beaucoup plus sensibles que l'homme aux dioxines. De plus, des marges de sécurité très larges sont adoptées lors du calcul. Il n'en reste pas moins que la dose moyenne quotidiennement absorbée par l'homme est supérieure à la DJA, puisqu'elle est de 1,2pg. Pourquoi ? Alors que les autres pays en Europe ont décidé de limiter l'incinération des ordures, la France, au contraire, s'est engagée dans la voie du « tout incinération ». On le note par exemple dans

la loi qui prévoit l'interdiction de mise en décharge des ordures ménagères à partir de 2002. Or, nous le savons, l'incinération est productrice de dioxines (Elle produit en outre de nombreux métaux lourds, très nocifs lorsqu'ils intègrent notre alimentation.) Pour ce qui est des dioxines, on a déjà constaté dans le nord de la France, qu'elles s'accumulent particulièrement dans le lait de vache et le lait maternel, donc, en dehors de toute crise, dans notre alimentation...

## Les farines animales

On peut tout d'abord se demander « pourquoi ces farines ? » Dans quel but, quel est l'intérêt ? Ces farines sont utilisées dans les élevages, pour la production de viande (viande de volailles, de porc, de bœuf, poisson...). Or, pour obtenir une bonne production de viande, il n'y a rien de moins cher que d'utiliser de la viande directement, mais ces animaux n'étant pas faits pour en manger, il faut la transformer...en farines, par exemple. L'utilisation des farines a donc été justifiée par l'apport à bas prix de protéines acceptables par les animaux : l'incinération des carcasses coûte plus cher que leur « valorisation », alors que cette dernière offre la possibilité d'engraisser d'autres animaux... La valorisation des carcasses en farines est donc apparue comme une activité fortement rentable.

Dans tous les cas, ces farines ne peuvent pas être constituées à partir des morceaux « nobles » des carcasses utilisées (ce sont en général des carcasses de bovins), qui sont vendus pour la consommation humaine. On procède donc à une valorisation des carcasses, qui consiste à récupérer sur celles-ci tous les petits bouts de viande qui ne seraient pas achetés par les consommateurs. Théoriquement, la viande utilisée est de la viande saine, qui, sauf son aspect, serait propre à la consommation (si on y enlève les os qui sont aussi récupérés). Le problème est que la commission de Bruxelles a noté dans diverses entreprises un certain nombre de négligences, fraudes, ou autres bizarreries dans l'élaboration des farines animales.

La première de ces « négligences » a été l'intégration dans les farines des boues résiduelles issues de la fabrication des farines elles-mêmes. Ces boues auraient normalement dû être éliminées : la loi européenne en interdit normalement l'utilisation, mais certains arrêtés préfectoraux le permettaient... Encore faut-il savoir que dans ces cas-là, la loi européenne est dominante...

Autre problème : l'incorporation de boues issues de stations d'épuration à ces farines. En temps normal,

ces boues sont épandues dans les champs, mais pour des raisons pratiques (une saison pluvieuse empêchant l'épandage), ceci n'avait pas pu se faire. On assiste ensuite à une absence de séparation, dans une entreprise, entre les produits à haut risque (animaux morts ou malades) et les produits à bas risque (viande consommable). Normalement, les animaux à haut risque sont incinérés, alors que les autres sont dirigés vers la découpe pour la consommation humaine et pour la valorisation. Cette absence de séparation avait donc pour double effet un risque de contamination de la nourriture humaine et des farines animales, à partir des carcasses à incinérer.

Enfin il a été noté la présence de résidus de fosses sceptiques dans certaines farines, ce qui laisse sous-entendre encore quelques manipulations douteuses. Pour la plupart, ces erreurs ne touchent pas directement à l'alimentation humaine, mais il est à noter tout de même qu'elles sont en amont de la production de produits de consommation, ce qui doit nous inciter à ne pas les négliger.

## La crise de la vache folle

Nous avons expliqué comment sont fabriquées les farines animales. Il est à noter que suite à la crise concernant la maladie de la « vache folle », la production et l'utilisation des farines animales ont été fortement réglementées.

- Au niveau de la production, il est désormais interdit d'utiliser, en valorisation, la viande directement en contact avec les os, puisqu'il est possible que le prion responsable de l'ESB (Encéphalopathie Spongiforme Bovine), soit plus particulièrement stocké dans la moelle épinière. De plus, la viande récupérée doit subir un traitement thermique censé détruire les prions : Cuisson à 133°C pendant une durée de 20 minutes, à une pression de 3 bars, la taille des morceaux de viande ne dépassant pas 5 cm.
- Au niveau de l'utilisation des farines, il est désormais interdit de les donner aux bovins, le « cannibalisme » mis en place par ce type d'alimentation ayant été fortement critiqué, et le risque de transmission de l'ESB restant très fort.

Il est cependant à noter que cette dernière réglementation n'a cours qu'en France, ce qui fait que les bovins des autres pays sont encore alimentés avec ces farines (notamment ceux d'Amérique).

Actuellement, l'embargo mis en place par la France sur la viande bovine anglaise n'a toujours pas été levé, et ceci contre l'avis de la commission de Bruxelles (cet embargo a été levé dans la plupart des

autres pays d'Europe), car les scientifiques français chargés de l'affaire considèrent que les risques alimentaires ne sont pas écartés. Il est cependant à noter que cela n'empêche pas l'Angleterre de congeler de la viande pour la réintroduire sur le marché une fois que cet embargo sera levé. D'autres moyens pour écouler la production en France ont d'ailleurs déjà été trouvés, comme le « blanchiment » de la viande bovine en la faisant passer par l'Irlande puis l'Espagne. On peut donc ici noter un problème majeur posé par la libre circulation de marchandises en Europe, alors que les normes concernant l'alimentation ne sont pas les mêmes dans tous les pays (il est dit qu'une marchandise produite en Europe en respectant les lois données par le pays de production peut être exportée dans toute l'Europe même si elle ne répond pas aux normes du pays de destination.).

## Le bœuf aux hormones et aux antibiotiques

Doit-on ou non accepter le bœuf aux hormones américain dans nos assiettes ? Que penser des antibiotiques qui leur sont administrés ?

Les hormones utilisées pour la production de viande bovine en Amérique permettent, pour la même quantité d'aliments consommés par l'animal, d'obtenir une quantité de viande supérieure. C'est d'ailleurs la même chose pour les antibiotiques (en fait, une partie des antibiotiques est utilisée à juste titre pour lutter contre les maladies des animaux, et une autre partie l'est pour augmenter la production). L'augmentation moyenne est de 2,5 à 5 % en masse corporelle.

Le problème posé par les hormones est qu'elles ne restent pas dans la viande, ou ne sont pas dégradées par l'animal après ingestion, mais passent dans le corps humain lorsqu'il consomme la dite viande. Or, il a été maintenant prouvé qu'elles ont une action sur l'homme, dont les répercussions, qui n'ont pas encore totalement été cernées, peuvent être cancérogènes.

Pour ce qui est du reste, « les antibiotiques utilisés comme accélérateurs de croissance entraînent l'apparition de bactéries résistantes. Certaines d'entre elles, comme la salmonelle et E.Coli, peuvent se transmettre à l'homme, au risque de provoquer des épidémies qu'aucune arme médicamenteuse actuelle ne pourra combattre ». D'autres « produits destinés à lutter contre des germes particulièrement résistants à l'origine de méningites et de pneumonies » sont utilisés, qui s'ajoutent à la liste. Mais il ne faut pas croire que le problème se limite

à la viande américaine, et qu'il suffirait de la refuser indéfiniment, si encore ceci était possible : Actuellement, « 80% de la viande produite industriellement en France a subi des traitements pharmaceutiques illicites et indécélables », et qui dit indécélables ne dit pas sans danger, car si ces produits ne sont plus actifs au moment de la vente de la viande, il n'en reste pas moins qu'ils ont pu agir bien avant, en augmentant la résistance des bactéries traitées.

## Les cultures bio et l'aspect sanitaire.

Actuellement, on assiste à un engouement grandissant pour les productions biologiques. Il est important de noter que « Biologique » ne rime pas forcément avec « Naturel », à l'heure où la quasi-totalité des productions est menée de manière forcée et plus ou moins contrôlée. En effet, les cultures biologiques ne sont pas exemptes de pesticides, dont elles absorbent les débordements à partir des champs voisins, malgré les précautions qui sont prises.

De même, ces cultures ne sont pas dispensées des problèmes de dioxines, qu'elles captent dans l'air ambiant. C'est par exemple le cas avec les salades. Nous avons aussi remarqué que le lait, biologique ou non, a tendance à concentrer les dioxines.

Enfin, des analyses ont montré que les cultures biologiques, n'étant pas traitées contre certains champignons microscopiques, alors que l'intégralité des autres cultures l'est, ont tendance à développer ces champignons de manière beaucoup plus importante que cela se ferait normalement dans la nature. Il en résulte la présence, sur certaines cultures, de champignons toxiques en concentrations élevées.

## Quelques autres petits tracas

Les grosses crises alimentaires ne sont pas les seules à tenter de nous couper l'appétit, mais sont appuyées par des séries de petites crises, qui résultent souvent de petites erreurs, qui, malheureusement, peuvent avoir des conséquences importantes.

- Toxicité du Coca-Cola : la cause exacte de la toxicité de certaines bouteilles de Coca-Cola n'a toujours pas été trouvée. « Des analyses effectuées par la commission de Bruxelles ont révélé un taux anormalement élevé d'essence aromatique dans les échantillons incriminés », ce qui pourrait laisser croire à une erreur de dosage lors de la fabrication

du produit. On a aussi parlé d'un fongicide provenant des palettes de transport des bouteilles, qui serait passé dans le coca-cola. L'utilisation de certaines plantes dangereuses a aussi été mentionnée.

- Salmonelles et Colibacilles: ceux-ci semblent aussi se développer à cause de certains manques d'hygiène, tant au niveau des élevages (volailles) que de la restauration : chaîne du froid brisée pour des aliments sensibles, œufs mal lavés, non respect du temps maximum entre la préparation et la consommation... Il est important de noter que « 67 % des intoxications françaises surviennent dans les fast-foods et les restaurants ». La restauration

collective est donc plus sensible à ce genre de problèmes, tant au niveau de la fréquence d'apparition des intoxications que du nombre de personnes touchées à chaque problème.

- L'eau : « La France détient le record absolu de l'eau chargée en plomb » et en nitrates. Ceci est fortement lié à l'industrialisation, puisque les zones les plus industrialisées (nord de la France) en sont le plus victimes. Ces produits sont libérés par toutes sortes d'industries et par toutes sortes de rejets (fumées, boues industrielles...). Ils contaminent l'eau des nappes par infiltration, et on les retrouve ainsi dans nos aliments ou dans l'eau du robinet.

## Réactions des consommateurs

Au travers de l'étude de presse réalisée, nous pouvons remarquer que la première réaction des consommateurs face à ces problèmes est une méfiance accrue, qui se traduit par des chutes importantes de consommation à la moindre alerte. On remarque en outre que ces chutes de consommation ne concernent pas seulement les produits incriminés, mais aussi d'autres produits, qui y sont assimilés d'une manière ou d'une autre. Ainsi, lors de la dernière crise concernant la présence de dioxine dans la volaille, une chute de consommation de 30 % à 40 % a pu être observée dans les volailles, mais sans distinction du type de volailles : les marques portant des labels (Label rouge...), ont été autant touchées que les autres, alors que par définition, elles ne devaient pas être concernées par la crise de la dioxine, puisque ces animaux ne sont pas nourris de farines ni de graisses animales. De même, on a pu remarquer que la consommation des légumes belges a diminué pendant un certain temps, pour la seule raison qu'ils étaient belges. Cette chute de consommation s'est pourtant stabilisée rapidement, ce qui semble montrer que "la crainte n'est cependant peut-être pas telle qu'elle modifie complètement le mode de vie du consommateur".

En temps normal, on peut remarquer actuellement une hausse de consommation des produits labellisés (83 % des français préfèrent consommer ce type de produits), ce qui semble montrer que le consommateur est normalement sensible à ce genre d'argument. Pourquoi donc une telle confusion lors d'une crise comme celle de la dioxine ?

On peut se dire que cela est dû à un manque important de communication concernant les produits alimentaires. Le consommateur se sent noyé dans une masse d'informations toutes contradictoires les unes par rapport aux autres, et n'a aucun point de repère fiable selon son jugement. Or, le domaine de l'alimentation est un domaine très sensible, puisque "l'homme, en incorporant sa nourriture, devient ce qu'il mange". Il est donc tout naturel qu'il tente de savoir précisément ce dont on le nourrit. Or on assiste actuellement à une industrialisation de plus en plus poussée de la nourriture :

« Celle-ci est de plus en plus indifférenciée, modifiée, technicisée ». Le consommateur ne sait donc plus exactement ce qu'on met dans son assiette, ce qui peut aboutir rapidement à des comportements de consommation totalement incohérents, du moment qu'il n'a pas l'information requise, d'où des réactions démesurées à la moindre alerte.

Les réactions des consommateurs sont accentuées par le fait qu'ils ne peuvent pas agir sur le risque alimentaire qu'ils prennent : à l'inverse d'une cigarette, qu'on choisit ou non de fumer, le consommateur se voit contraint à manger ce qu'on lui propose, or, les gens acceptent tout à fait de prendre un risque individuel (ce qui arrive pour certains sports), mais le risque collectif, qui est pris par des industriels de réputation peu scrupuleuse qui décident ici pour le consommateur, est très mal accepté.

On peut noter que la perception de l'alimentation est faussée par rapport à la réalité des chiffres : en 1950, on dénombrait 15 000 morts par toxi-infections, sur une population qui était moins nombreuse qu'aujourd'hui, alors qu'on n'en comptait que 200 en 1998. Malgré ces chiffres, qui sont d'ailleurs très peu connus du grand public, et qui démontrent que la nourriture est beaucoup plus saine actuellement, "une bonne moitié des consommateurs européens est d'avis que la nourriture est plus dangereuse aujourd'hui".

"L'homme est génétiquement programmé pour avoir peur de sa nourriture", ceci est dû à sa qualité d'omnivore qui l'incite à se méfier de ce qu'il consomme. Cette méfiance se traduit par une demande de transparence qui était présente bien avant les dernières crises alimentaires, mais qui s'est beaucoup renforcée depuis : le consommateur cherche maintenant à savoir exactement ce qu'il mange ; il réclame des garanties, des certifications, comme nous le montrent les choix qu'il opère dans les grandes surfaces : l'origine compte pour 69 % dans le choix de la viande (90 % des consommateurs achètent de la viande française actuellement, contre 70 % avant la crise de la vache folle...). On assiste donc, depuis les dernières crises, à une re-nationalisation du marché.

## Les solutions envisageables

### Normes, interdictions et contrôles

Les normes peuvent être fixées par l'État, mais beaucoup de contrôles sont effectués par la commission européenne de Bruxelles.

Quand des normes quantitatives sont prises, de grandes marges sont mises en place par rapport aux risques. Prenons l'exemple des dioxines : des tests ont été réalisés en laboratoires pour mesurer le taux de dioxines qu'il faut pour que les effets de celles-ci soient mesurables. Sachant que les rats sont beaucoup plus sensibles que les hommes aux dioxines, on a en plus divisé par 100 la dose "inoffensive" maximum, ce qui donne la DJA (dose journalière admissible). On remarque que de grandes précautions sont donc prises pour fixer cette DJA.

Si la DJA a été calculée avec une grosse marge, il n'en reste pas moins que la dose effectivement absorbée est supérieure à ladite DJA en France. On constate en effet qu'il n'y a actuellement pas de norme concernant les rejets de dioxines...

Concernant les farines animales, la réglementation suivante a été mise en place (Directive n° 96/26) : « les cadavres d'animaux décédés hors abattoir sont proscrits ; les saisies sanitaires ne peuvent être recyclées ; la moelle épinière et les matières cervicales sont interdites dans les farines. Il faut de plus que les organes soient cuits durant 20 minutes à 133°C sous une pression de 3 bars ». De plus, les abattoirs doivent désormais contenir une enceinte « bas risque » pour les viandes consommables, et une enceinte « haut risque », pour les viandes à éliminer.

Pour lutter contre l'ESB, l'interdiction d'incorporation de farines animales à l'alimentation des ruminants a été décidée depuis 1994, mais ceci ne concerne que l'Europe, et les graisses animales ne sont pas concernées. De même, les volailles, porcs et poissons peuvent être nourris de farines.

En France, certains antibiotiques ont été interdits d'usage pour les animaux, et la liste des produits interdits augmente régulièrement. De plus, aucun antibiotique utilisé en médecine humaine ne doit être utilisé pour des animaux, ce qui évite la création de résistances bactériennes à des antibiotiques utilisés pour l'homme. Il est à noter que ceci est mis en place pour la France, mais pas pour l'Amérique, qui utilise largement toutes sortes d'antibiotiques et d'hormones. De manière générale, aucune garantie stricte ne peut tout de même être don-

née concernant la viande française, compte tenu du manque de contrôles dans les élevages, et du manque de rigueur des contrôles qui sont effectués. « L'an dernier, sept personnes, dont certains dirigeants d'abattoirs et un fournisseur d'aliments ont été condamnés, à Auch, à des peines comprises entre 4 ans d'emprisonnement ferme et 2 ans avec sursis pour un trafic d'anabolisants destinés à des veaux. »

En France, l'interdiction de vente des viandes « aux hormones » a été mise en place en 1989, et des embargos sont décidés contre les pays étrangers qui produisent ce type de viandes. On peut ici aussi remarquer que ce genre de viandes pourrait tout de même se retrouver sur le marché français après un transit par d'autres pays européens, qui, eux, les admettent.

Concernant la listériose, qui provient d'une bactérie, « un renforcement des normes d'hygiène a été mis en place à toutes les étapes de vie d'un fromage. Les fromages pasteurisés présentent beaucoup moins de risques que les fromages au lait cru ou à pâtes molles. »

### Garanties, information du consommateur

En réponse à la demande croissante d'information du consommateur, un gros travail sur la traçabilité des produits a été effectué, qui demande encore à être amélioré puisque des fraudes ont encore lieu. Ceci permet de donner des garanties au consommateur concernant l'origine, la catégorie, la race des animaux.

En parallèle à cette volonté de transparence ont été mises en place toutes sortes de garanties de qualité : Viande garantie CQL (Critères Qualité Contrôlés), certifications, produits vendus sous label rouge qui doivent correspondre à un cahier des charges axé sur la qualité (des contrôleurs peuvent faire des visites et prélèvements inopinés pour analyses), label AB (Agriculture Biologique) qui garantit que les produits ont une « teneur en ingrédients agricoles supérieure à 95 % (définition donnée par le Ministère de l'Agriculture) »...

Il est cependant important de se méfier des fausses marques de qualité : « Produit naturel », « ...du terroir », « produit diététique »...qui jouent sur les mots à la manière des slogans publicitaires pour attirer le consommateur.

Enfin on constate la mise en place de plus en plus rapide de cellules d'urgence en cas de crise alimentaire, qui centralisent l'information et font l'inventaire des produits suspects.

### **Autres terrains d'action**

De nombreux investissements peuvent être mis en place, être encouragés financièrement ou encore servir d'argument publicitaire pour les sociétés qui les entreprennent. C'est le cas pour les équipements de stérilisation de la viande servant aux farines.

Des équipements ont aussi été encouragés pour réduire les déjections de dioxines : ce sont des filtres disposés à la sortie des incinérateurs. Cependant, « le taux de dioxines dans les fumées

est certes très réduit, mais il n'est pas nul ». Peut-être faudrait-il alors limiter l'incinération ? « Pour diminuer la part de l'incinération, il faut recourir à d'autres filières : réduction du volume des ordures, tri sélectif, recyclage, compostage... »

On assiste aussi parfois à la mise en place de nouvelles techniques, qui permettent d'améliorer la sécurité alimentaire : agriculture raisonnée (moins encline au naturel que l'agriculture biologique, mais beaucoup plus propre que l'agriculture intensive), récolte d'œufs en batteries (beaucoup plus hygiénique que la ponte en poulaillers) ...

Les solutions envisageables le sont par les consommateurs mais aussi par les professionnels (qui sont d'ailleurs des consommateurs) dont il paraît essentiel d'étudier le point de vue.

## Evolution de la consommation : que pensent des professionnels ?

### Synthèse de 19 interviews

Afin de valider les tendances dégagées lors de l'analyse de presse et de la synthèse bibliographique, nous avons réalisé 19 entretiens auprès de professionnels de l'alimentation : 5 artisans, 5 restaurateurs, 3 industriels, 3 distributeurs, 2 chercheurs et une association de consommateurs. Cette synthèse des interviews permet d'autre part de comparer les différents points de vue de ces acteurs sur l'évolution de la demande alimentaire.

### Évolution de la demande

De nombreux professionnels ont noté que la nature de leurs clients avait évolué au cours des dix dernières années. En règle générale, les moins de 40 ans se dirigent vers une consommation de masse (grande distribution), alors que les catégories socioprofessionnelles plus aisées et les personnes âgées se tournent plutôt vers les petits commerces et les artisans, qui sont garants de qualité. Face à ces changements sont évoquées plusieurs causes : le mode de vie a changé et le temps accordé à l'alimentation ne cesse de diminuer. On constate de plus en plus de restauration hors foyer. L'évolution de la cellule familiale (de plus en plus de foyers monogames) est aussi à prendre en compte pour comprendre l'évolution. Mais c'est principalement la taille de la bourse qui va déterminer l'alimentation choisie par les gens : le choix de la qualité se fera au détriment du prix. On peut parler d'élitisme.

Sur le plan de la demande alimentaire, les professionnels notent aussi une évolution. Il y a un déplacement du budget alimentaire vers le budget réservé aux loisirs, surtout chez les jeunes (18 - 25 ans). Les gens attachent de moins en moins d'importance à leur alimentation. De ce fait, leur demande va être différente. Ce qu'ils attendent en premier lieu, c'est la rapidité : en effet, une

femme ne passe plus que 25 minutes par jour dans sa cuisine contre 2h30 en 1960. A cette demande de rapidité s'ajoutent des demandes de praticité et de simplicité. Afin de satisfaire ce type d'attente, les professionnels proposent de plus en plus de plats cuisinés et prêts à l'emploi. Rapidité, praticité et simplicité correspondent à une évolution des mœurs.

Bien que les consommateurs désirent des produits rapidement consommables, ils souhaitent aussi une certaine authenticité du produit et une image de frais et de naturel. Les industriels essayent de proposer des produits pratiques et authentiques. Ce retour à l'authentique peut aussi s'exprimer par un retour de la clientèle vers les commerçants de proximité ou les producteurs. On cherche à faire disparaître les intermédiaires. Même si ce type de produits est plus cher, les consommateurs sont prêts à payer la différence car il sont sûrs de la qualité de ce qu'ils achètent. On peut donc dire que le consommateur se tourne vraisemblablement vers la qualité et le traditionnel, car il désire un gage de sécurité alimentaire.

Cette sécurité alimentaire est une forte préoccupation depuis les récentes crises : « Vache Folle »,

« Dioxine », « Listeria », ... Ce qui semble assez paradoxal, c'est que la consommation alimentaire n'a pas réellement changée suite à ces crises. Ce qui en est ressorti, c'est une demande de traçabilité et de reconnaissance de l'origine des produits plus marquée qu'avant. Mais cette demande de traçabilité est surtout utilisée par les grands distributeurs qui cherchent à rassurer leur clientèle, en leur proposant des produits « labellisés ». Il est aussi important de noter que la baisse de la consommation suite à une crise est principalement due au battage médiatique. En effet, les consommateurs sont très influençables par les médias. L'alimentation dite « biologique » n'est pas vraiment porteuse pour la profession, car la demande se fait attendre. Même si le consommateur ne recherche actuellement qu'une image de marque des produits, il faudra s'attendre dans les années futures à le voir plus méfiant et suspicieux.

Enfin une autre catégorie de demande est la diversité, l'originalité et la cuisine étrangère. Ce type de demande dépend de l'évolution du mode de vie des gens qui voyagent de plus en plus, et qui recherchent les saveurs rencontrées dans un pays étranger. Le lancement de nouveaux produits répond simplement aux attentes des consommateurs.



## Priorités et perspectives

Les professionnels sont conscients des évolutions qui ont eu lieu au cours des dix dernières années. C'est pourquoi ils vont adapter leur travail dans le but de répondre aux attentes des consommateurs. Ils vont tout d'abord leur proposer des produits pratiques, simples et rapidement consommables, car le consommateur désire de plus en plus une alimentation de type « snacking ». On est passé de la notion de repas plaisir à celle de repas utile. Il est important de noter que face à cette évolution de l'alimentation, on a un manque d'éducation du goût chez les jeunes, ce qui risque de conduire à une certaine standardisation des goûts. Pour contrer ce phénomène, les artisans cherchent à proposer des fabrications prêtes à la consommation. S'ils jouent la carte de la rapidité, les artisans peuvent tirer profit de l'évolution de la demande alimentaire, car ils seront toujours porteurs d'un gage de qualité.

Le second point sur lequel les professionnels devront axer leur travail est la demande d'authenticité et de qualité. En effet, on assiste à un retour aux vraies valeurs, c'est à dire aux valeurs du traditionnel. Les professionnels pensent qu'ils tireront profit de cette évolution quels qu'ils soient. Les artisans pensent que ce retour au traditionnel et à l'authentique se fera par leur petits commerces, alors que les grands distributeurs sont convaincus que les clients se tourneront vers les GMS pour plus de qualité.

Une chose est sûre pour tous les professionnels, c'est que demain n'est pas synonyme de standardisation de nos assiettes. En effet, les consommateurs attendent beaucoup de nouveaux produits.

Cependant tous les professionnels s'accordent à dire que le retour à une alimentation de qualité et authentique ne sera possible qu'avec une légère augmentation des prix. Le risque majeur

que craignent les professionnels est une discrimination alimentaire par l'argent. La qualité et l'authentique seront alors réservés à une élite de personnes aisées.

On sent de nombreuses craintes dans les propos des professionnels. Ils sont persuadés que les consommateurs sont manipulés par les médias et qu'il ne font pas assez attention à ce qu'ils mangent. En effet, ils vont acheter des produits en fonction de leur image (labels), sans chercher à se poser des questions plus précises.

Toutefois il semble que la cuisine de demain se décline de deux manières : une cuisine pratique d'une part, et une cuisine authentique d'autre part. Le principal travail des professionnels sera de résoudre l'équation : prix, qualité gustative, hygiène et praticité.

## Les consommateurs plébiscitent la viande française

### Extrait de "Points de vente", 2 juin 99

**Exception française ou modèle français ? Le système de traçabilité choisi par la France est accusé par ses détracteurs d'être coûteux et de renchérir le prix de la viande. C'est pourtant grâce à lui que la consommation ne s'est pas effondrée.**

La dernière étude Louis Harris, commandée par le Centre d'information des Viandes (CIV), est formelle : « La problématique de l'encéphalopathie spongiforme bovine reste présente dans l'univers émotionnel, mais rééquilibrée grâce à l'information sur l'origine ». Ainsi, la politique de traçabilité généralisée depuis mars 1996 porte ses fruits en donnant aux consommateurs les garanties qu'ils attendaient depuis longtemps. S'appuyant sur l'existant (l'identification des bovins a été mise en place en 1978), l'interprofession a pu rassurer rapidement le consommateur grâce au sigle Viande Bovine française.

La crise aura permis le développement et la pérennisation de l'étiquetage mentionnant l'origine, la catégorie et le type racial en France. En attendant de convaincre nos voisins européens d'en faire autant. Et l'intérêt de la grande distribution pour des partenariats durables avec les éleveurs, permettant de proposer des viandes plus personnalisées tout en impliquant plus étroitement l'image de l'enseigne, a également apporté une nouvelle dynamique.

A quelques mois de la levée de l'embargo sur la viande bovine britannique, la possibilité d'acheter de la viande clairement identifiée paraît donc un bénéfice acquis, sur lequel il sera difficile de revenir. En moyenne, l'origine compte pour 69 % dans le choix des consomma-

teurs. A l'inverse, le fait que le prix soit inférieur de 10 % au standard du marché n'a qu'une très faible influence. Résultat : 90 % des consommateurs achètent de la viande française, contre 70 % avant la crise. On a donc assisté à une renationalisation du marché. Une « exception » française plutôt négative pour les transformateurs.

#### L'origine devient incontournable

Reste que cette volonté de transparence a un coût. « Aujourd'hui, le prix de la viande en France est de 20 à 30 % plus cher que dans le reste de l'Europe », souligne l'un de ces transformateurs. Le prix du kilo de viande au départ de l'abattoir s'établit dans l'Hexagone à 17,50 francs (2,66 euros) en moyenne, contre 14,50 F (2,21 E) dans d'autres pays de la CEE, voire moins en Irlande du Nord. Au regard de ce handicap tarifaire, Louis Orenga, directeur du CIV, évoque plutôt ce « modèle français » qui a permis de perdre le moins de consommateurs possible. « Au moment de la crise, l'Allemagne par exemple, a perdu un consommateur de viande rouge sur deux. En France, les gens ont continué à acheter, en moindre quantité certes, mais de la viande dotée de plus fortes garanties. A la fin de l'année 1996, nous n'avons perdu que 10 % des volumes commercialisés et 1 % des consommateurs. Nous avons su restaurer la confiance, donc sauvegarder le marché en répondant enfin à une demande d'identification exprimée par les consommateurs depuis la fin des années quatre-vingt », explique Louis Orenga. A l'époque, 88 % des consommateurs jugeaient déjà indispensable de connaître l'origine de la viande. Et si l'indication d'ori-

gine des viandes n'est pas obligatoire pour tous les pays européens, pourtant « ce n'est pas à nous de faire moins, mais aux autres de faire plus », souligne ce dernier.

L'interprofession bovine va communiquer dès la rentrée prochaine auprès du grand public autour de deux axes : en faveur des produits élaborés, comme le bifteck haché, pour montrer que la viande peut être aussi une alternative moderne et pratique : en relançant la campagne au profit des viandes certifiées. L'ensemble de la création publicitaire a été revue et insistera, cette fois-ci, moins sur l'aspect « contrôle », souligné lors des campagnes précédentes, que sur le « plaisir » de consommer la viande garantie CQC (Critères Qualité Contrôlés). En coulisse, les parties concernées travaillent à la recherche de solutions pour alléger le processus de certification qui concerne industriels et distributeurs.

#### La viande hachée innove

Avec 62 132 tonnes, le marché de la viande hachée figure, au même titre que la saucisserie, comme l'un des piliers du rayon viandes en libre-service. Malgré une hausse du prix moyen au kilo de 3,2 % en un an (de fin 1997 à fin 1998), sa progression en volume (+ 4,8 % en 1998) a été assurée à la fois par les marques nationales (47,4 % des volumes commercialisés, +5,1 %) et par les marques de distributeurs (52,6 % des ventes volume, +4,6 %). « Le nombre de consommateurs s'accroît », résume Anne-Marie Ferrari, responsable marketing chez So.

# La qualité et la sécurité alimentaire par la traçabilité ?

---

*Les questions de sécurité alimentaire et de qualité sont sans cesse évoquées par les consommateurs. Cette sécurité va être une des multiples composantes de la qualité alimentaire. Mais peut-on réellement parler de qualité, et si oui à quelle échelle ? En effet, lorsqu'on parle de qualité, on peut sous-entendre différentes conceptions de cette dernière. Et puis il convient ensuite de pouvoir en déterminer les différents aspects. C'est pourquoi nous nous pencherons sur les caractéristiques d'un produit alimentaire et les soucis d'information sur ces produits.*

*Il sera aussi intéressant de dresser un petit bilan des signes dit de qualité en France, après avoir défini auparavant la notion de traçabilité. A partir de cette définition sommaire nous mettrons en avant l'émergence des « produits dits de qualité », et ce que souhaitent les consommateurs. Mais un tel système présente toutefois des limites.*

*Ces deux notions de sécurité et de traçabilité semblent difficilement dissociables l'une de l'autre, c'est pourquoi nous axerons notre étude sur la mise en place de cette traçabilité au sein de la filière agroalimentaire.*



# La sécurité, une des multiples composantes de la qualité alimentaire

Que ce soit le fabricant dans son usine, le chercheur procédant au développement d'un produit nouveau, le spécialiste du "marketing", le vendeur, les associations de consommateurs, les contrôleurs des services officiels, et enfin les consommateurs, tout le monde est concerné par la qualité alimentaire. Mais de nombreux quiproquos naissent autour de la notion de qualité, mal précisée, et comprise différemment selon les âges, les cultures, les catégories socioprofessionnelles, l'époque, ou encore le lieu géographique.

Aussi, nous assistons à de nombreux débats sur la qualité qui font apparaître des avis souvent contradictoires et générateurs de confusion. Que faut-il entendre par qualité ?

Aujourd'hui, le consommateur est de plus en plus attentif à l'impact de son acte alimentaire sur sa santé et sur l'environnement. Il veut tout à la fois être rassuré par un produit constant et sans risque, et émer-

veillé par un produit qui flatte sa gourmandise, qui satisfait sa demande d'authenticité et qui se démarque des produits banalisés.

La mise sur le marché de produits agroalimentaires de plus en plus sophistiqués, l'abondance de l'offre, l'internationalisation des échanges, des événements comme la crise de l'encéphalopathie spongiforme bovine (ESB) et les débats sur les organismes génétiquement modifiés (OGM) ont amené les consommateurs à réaffirmer leurs préoccupations essentielles sur l'origine, le mode d'élaboration et la qualité des produits qu'ils consomment, ainsi que sur leur identification et leur traçabilité.

La politique de qualité et d'origine, développée en France depuis de nombreuses années avec les appellations d'origine contrôlée, les labels agricoles, la certification de conformité et l'agriculture biologique, se révèle être en parfaite adéquation avec les aspirations les plus actuelles des consommateurs.

## La qualité alimentaire

### La qualité est-elle un gadget ?

La qualité existe et se développe, dans les entreprises industrielles de grande taille comme dans les PME et dans les entreprises artisanales, parce qu'elle correspond à un besoin actuel. Besoin d'abord de réduire l'incertitude dans laquelle se trouvent des consommateurs coupés le plus souvent du contact direct avec les produits et les producteurs, émerveillés mais aussi ébahis, par la multiplicité des produits nouveaux cherchant le maintien de points d'ancrage, de confiance et de garantie. Besoin ensuite, bien entendu, pour les entreprises désireuses de rassurer leurs clients, d'augmenter leur productivité globale, de conquérir ou tout simplement de conserver des parts de marchés dans le cadre d'une concurrence sans cesse plus dure... En d'autres termes, et pour résumer à l'extrême, la qualité présente un double intérêt, managérial et marketing.

La qualité n'est donc pas un jouet ou un gadget, elle correspond profondément au fait que dans le monde moderne la filière doit s'adapter aux besoins du consommateur, et elle doit également essayer d'avoir une gestion au plus juste, parce que les marges sont de plus en plus restreintes.

### La qualité à différentes échelles

Prenons *le monde artisanal* : les artisans qui ne vendent qu'à une clientèle locale dans leur magasin de proximité n'ont sans doute pas besoin d'une assurance qualité certifiée. Ils peuvent au contraire marquer la différence de leurs produits, tout en organisant bien sûr leur entreprise dans le respect des grands principes de la démarche qualité. Si nous prenons par contre le cas de petites entreprises vendent souvent à des acheteurs éloignés, par correspondance, ou celui des charcutiers fabriquant des rillettes de Tours qu'ils livrent aux supermarchés ou aux coopératives de bouchers, il est assez probable que leur "donneur d'ordre" qui ne "voit" pas le producteur, qui n'a pas avec lui de liens directs, demandera qu'un système d'assurance qualité lui donne des garanties sur la régularité de la production et l'élimination des risques microbiologiques...

A fortiori la grande entreprise dotée d'une marque forte (Danone, Nestlé) sera avant tout intéressée par la mise en place d'un système qualité "complet", qui évitera les coûts de non-qualité et facilitera, en particulier à l'exportation, la confiance nécessaire aux relations entre fournisseurs et clients...

## Les différentes conceptions de la qualité

### Les composantes psychosociales de la qualité

Les composantes psychosociales ont un effet direct sur la perception de la qualité et cela quel que soit le niveau (agricole ou industriel). En effet, on peut citer, par exemple, des comportements liés à différentes motivations telles que :

- la religion,
- l'expression du niveau social,
- La recherche du dépaysement et de l'exotisme,
- la crainte vis-à-vis des aliments irradiés, ou vis-à-vis des additifs,
- les habitudes alimentaires ancestrales,
- les pays : aujourd'hui, le saumon doit avoir une couleur soutenue, orange pour un irlandais et rose pour un français, que l'on obtient dans un élevage en ajoutant des caroténoïdes à l'alimentation des poissons...

L'absence de références précises fait que l'élément psychosocial de la qualité d'un aliment est très irrationnel et varie énormément en fonction du pays, de l'époque, du milieu social de l'individu ; c'est à la fois un argument de marketing et une grande difficulté pour les produits nouveaux.

A ce niveau, la qualité d'un aliment, ou du moins, la perception immédiate qu'en a le consommateur, est aussi influencée par l'emballage qui le protège. D'où l'importance qui lui est accordée par le service marketing.

### Le comportement du consommateur

Pour tenter de mieux cerner la notion de qualité dans le secteur des produits agricoles alimentaires, il faut d'abord revenir au constat que l'arbitre le plus important de la qualité est bien le consommateur. Le consommateur n'a pas toujours la même conception de la qualité d'un produit que le producteur ni même que le nutritionniste ou le toxicologue. Pour le consommateur, un bon produit, un produit de qualité, doit être agréable au goût et également bon pour la santé. Le toxicologue sait qu'à coup sûr une consommation excessive d'alcool, de graisse, un régime pauvre en ballast, en fibre, un régime déséquilibré, mènent à des désordres nutritionnels et même à des accidents toxiques. Les représentations que se font les consommateurs de la qualité de leur alimentation peuvent aussi se faire par l'approche de leurs pratiques. La tradition montre que les disparités sociales s'accompagnent de conceptions fort dif-

férentes de ce que doit être l'alimentation. Les travaux de P. Bourdieu, C. et Ch. Grignon (1980,1986) montrent que les goûts populaires semblent plus orientés vers une alimentation "nourrissante", constituée de produits souvent autoproduits, référés à une tradition. Les références gastronomiques sont bien sûr plus bourgeoises. Il s'agit là d'une qualité plus "élitiste", qui fournit un modèle dominant à l'ensemble de la société : les produits de "qualité" semblent alors définis implicitement comme étant ceux qui sont consommés par des gens de qualité.

### Les aspects de la qualité

Même si intuitivement chacun pense percevoir ce qu'est la qualité, il n'est pas facile de la définir avec précision.

Comme nous l'avons vu, la notion de qualité est tout à la fois complexe et globale. En effet, dans une assiette, un aliment prêt à être mangé a accompli un long parcours. Provenant de l'agriculture, mettant en œuvre des techniques de production parfois sophistiquées, il a été transformé, conservé, distribué, et enfin cuisiné.

### Les différentes notions de la qualité

L'aptitude du produit à bien nourrir est évidemment, dans le cas d'un aliment, la qualité essentielle. La fonction de l'aliment est en effet d'apporter à son consommateur, dans des conditions de sécurité complètes, les nutriments et l'énergie nécessaires à son métabolisme vital. Toutefois, la qualité alimentaire est une propriété complexe et l'on peut distinguer plusieurs paramètres :

- **La qualité hygiénique** : c'est la non-toxicité de l'aliment. C'est une exigence de sécurité, en principe absolue. L'aliment ne doit comporter aucun élément toxique à des doses dangereuses pour le consommateur. La cause de la toxicité de l'aliment peut-être de nature chimique ou bactériologique. Les "risques santé" liés à l'alimentation se situent dans des rapports que l'on peut classer ainsi :
  - pollution microbienne = 100 000
  - déséquilibre nutritionnel = 100 000
  - pollution par l'environnement = 100
  - toxines naturelles = 100
  - résidus de pesticides = 1
  - additifs = 1

Ainsi, les consommateurs ont 100 000 fois plus de risque d'avoir des problèmes avec une pollution microbienne ou un déséquilibre nutritionnel que par des résidus de pesticides ou des additifs.

- **la qualité nutritionnelle** : c'est l'aptitude de l'ali-

ment à bien nourrir. On peut distinguer deux aspects :

- un aspect quantitatif : c'est l'énergie stockée sous forme chimique, apportée par l'aliment à la machine physiologique, et mesurable à la bombe calorimétrique ; le consommateur peut rechercher, selon le cas, un aliment très énergétique (ration pour les sportifs) ou au contraire, un aliment peu calorique (produits de régime).

- un aspect qualitatif : c'est la recherche de l'équilibre nutritionnel de l'aliment au regard des besoins du consommateur, ou d'un enrichissement en un élément particulier (vitamine, fer...), ou encore d'une composition spéciale répondant à certaines pathologies, telles que les aliments sans sel ou sans gluten (produits diététiques).

#### - la qualité hédonique (ou organoléptique) :

elle est très importante mais subjective et variable dans le temps, dans l'espace et selon les individus. Elle est parfois considérée comme un luxe dans la mesure où elle n'est pas indispensable à la survie de l'individu mais seulement envisageable en situation de suffisance alimentaire.

Elle comporte en fait deux niveaux :

- le niveau purement sensoriel : dans une situation donnée, chaque consommateur attend d'un aliment des sensations gustatives, olfactives, tactiles, visuelles voire auditives (craquement de pain) bien déterminées

- le niveau psychologique (qui interfère continuellement avec le précédent) : on connaît par exemple, l'effet trompeur d'un emballage séduisant, ou l'effet positif que peut avoir sur la perception sensorielle le fait d'être dans une situation euphorisante (fête joyeuse et animée par exemple). Dans certains cas, on peut définir des standards dans la qualité hédonique en fixant assez étroitement les matières premières, le lieu géographique de fabrication (terroir), le process de fabrication ou le mode de production agricole : c'est le domaine des labels, appellations d'origine simples ou contrôlées.

### L'incertitude liée à la nature du produit

La première source d'incertitude sur la qualité est évidemment liée à la spécificité du produit alimentaire lui-même, dont la caractéristique principale est d'être biologique, c'est-à-dire vivant et complexe. L'ensemble des phénomènes dont nous venons de parler amène à "rationaliser la vie" à tous ses niveaux, puisque l'agroalimentaire va du biologique au biologique". Le moins que l'on puisse dire est que cette vie résiste. Le temps joue fortement sur la

vie, dans un sens de dégradation (putréfaction, rancissement...), et d'amélioration (fermentation, vieillissement, affinage). La composition du produit est biochimique, bien sûr (multiplicité des composants), et organique (nombre de produits dérivés d'une carcasse animale).

## Les caractéristiques d'un produit alimentaire

### Les caractéristiques d'hygiène et de santé

Le consommateur veut être sûr de l'innocuité de ce qu'il ingère et préserver sa santé à long terme. S'il recherche de l'énergie, des nutriments et du plaisir, il veut aussi éviter les effets potentiellement nuisibles de certains composés (micro-organismes, résidus divers, additifs...) susceptibles de nuire à plus long terme à sa santé.

### Les caractéristiques sur l'origine

Avant de devenir un aliment, le produit élaboré par le fabricant passe par toute une série d'opérations qui comprend des phases de transport, de stockage, de transformation, de combinaison et de mélange avec d'autres produits... Ces opérations sont effectuées par de nombreux agents en aval de la filière. Le personnel de la distribution, celui qui achète le produit dans le magasin, le préparateur et le consommateur final sont concernés. En effet, ce dernier souhaite connaître l'origine du produit qu'il achète. L'environnement et les conditions de production sont importants pour le consommateur.

### Les qualités d'usage ou de service

Elles recouvrent, sous différents aspects, l'intérêt ou les avantages que le consommateur peut trouver dans l'usage d'un aliment, autres que les qualités strictement alimentaires ou psychosociales. Ces différents aspects sont les suivants :

- l'*aptitude à la conservation* ;
- la *commodité d'emploi du produit* ;
- l'*aspect économique* ;
- des *aspects commerciaux* ;
- des *aspects réglementaires* ;

Globalement, l'appréciation ou la perception de la qualité d'un aliment est le résultat d'une pondération subtile faite par les producteurs (dans leur désir de satisfaire le client potentiel, et donc de vendre) et par le consommateur (dans sa recherche du plus haut degré de satisfaction) entre les différents paramètres évoqués ci-dessus qui correspondent à un compromis entre des exigences souvent contradic-

toires (qualité hédonique et prix par exemple). La bonne adéquation entre le compromis choisi et proposé par le fabricant, et celui recherché par le consommateur, est, pour l'industriel, un objectif essentiel, mais difficile à saisir.

En conclusion, *"La qualité est l'ensemble des propriétés et caractéristiques d'un produit, d'un process ou d'un service qui lui confère l'aptitude à satisfaire des besoins implicites ou explicites"* (définition donnée par l'organisation internationale de normalisation -ISO)

Autrement dit, la définition de la qualité d'un aliment passe, en même temps que les qualités hygiéniques par l'éducation et l'information du consommateur.

## Vers un souci de l'information sur les produits

L'expérience le montre, l'information est rarement utilisée au moment de l'acte de l'achat (il faut moins d'une seconde pour choisir un produit de base dans un rayon). Par contre, ultérieurement, et souvent après avoir goûté au produit, le consommateur va y chercher les notions et le vocabulaire qui lui permettent de formuler son expérience, de la mettre en mémoire, de la comparer, ...

Tous les consommateurs ne font pas ainsi, mais

ceux qui le font sont leaders d'opinion et sont écoutés par leur entourage.

L'information qui est donnée étant souvent brève et confuse, il faut s'efforcer d'accroître sa cohérence et sa pertinence. Ce qui est en cause, c'est donc bien le cahier des charges qui définit le produit et le rôle des différents professionnels tout au long de la chaîne de la qualité.

Trois critères fondamentaux se révèlent déterminants.

- clarté et lisibilité ;
- cohérence dans les rayons ;
- valeur ajoutée pertinente ;

Enfin, l'origine et les process de production et de transformation doivent être certifiés. Baser l'information du consommateur sur le seul étiquetage peut engendrer des distorsions de concurrence et une tromperie sur la nature réelle du produit, d'autant que le consommateur consacre un temps très court à l'achat et que la liste des ingrédients figurant sur l'étiquette du produit ne lui permet pas d'apprécier le niveau de la qualité.

Il convient donc face à ces problèmes de s'interroger sur les signes de qualité en France. Ces derniers sont garants d'une sécurité alimentaire recherchée par les consommateurs. Nous verrons les différents systèmes mis en place ainsi que leur limites de réalisation.

## La sécurité alimentaire et les signes de qualité en France

### Définition de la traçabilité

La traçabilité est l'aptitude à garder en mémoire et à retrouver l'historique de l'aliment. Il y a plusieurs niveaux de traçabilité :

- historique des seuls paramètres de fabrication ;
- historique relatif à des matières (et à des fournisseurs) ;
- historique de l'intervention de plusieurs opérateurs et de leurs observations.

Non seulement la traçabilité est l'aptitude à retrouver l'historique, mais aussi l'utilisation ou la localisation d'une entité au moyen d'identifications enregistrées.

Elle constitue un moyen de donner confiance aux clients ou aux consommateurs mais elle n'est pas un objectif en soi.

Le sentiment des français sur l'évolution de la qualité des produits alimentaires est très partagé : pour 4 sur 10 de nos concitoyens, celle-ci s'est améliorée,

mais un tiers des enquêtes diagnostiquent plutôt une détérioration et 30 % jugent qu'il n'y a pas eu de changement sensible (CREDOC, juin 1997).

C'est principalement au moyen de trois critères que les français jugent de la qualité d'un produit alimentaire : la fraîcheur et l'apparence du produit viennent en tête (30 %), le goût du produit est le deuxième critère retenu et enfin la composition du produit.

Pour choisir un produit alimentaire, les français donnent la préférence à quatre éléments de reconnaissance : la marque (29 %), le Label Rouge (22 %), l'information sur l'origine (20 %) ou sur la composition (19 %).

En effet, le système français des signes d'identification de la qualité et de l'origine leur apporte les garanties qu'ils attendent sur :

- l'origine, le mode d'élaboration, la qualité ou la spécificité des produits grâce à un cahier des charges validé par les pouvoirs publics ;

- leur identification grâce à un étiquetage clair et informatif lui aussi validé par les pouvoirs publics ;
- et leur traçabilité, donc leur crédibilité, grâce à des contrôles par tierce partie.

## La naissance progressive "des produits de qualité"

La réglementation se limite aux exigences impératives que sont la protection de la santé et la sécurité du consommateur, son information, la loyauté de la concurrence, la protection de l'environnement et l'harmonisation des contrôles. Elle fixe des exigences de résultats laissant aux producteurs et aux entreprises le choix des moyens, notamment à travers l'utilisation de guides de bonnes pratiques sanitaires et hygiéniques. A cette évolution du contexte réglementaire s'ajoute le fait que le marché européen des produits agricoles et alimentaires est aujourd'hui globalement saturé. La concurrence est vive, voire parfois déloyale. Il est donc nécessaire de sortir d'une logique d'offre et de rentrer dans une logique de réponse à la demande, c'est-à-dire dans une démarche de qualité.

## Le souhait des consommateurs

Auparavant, la consommation des produits agroalimentaires était très dépendante des catégories socio-professionnelles. Aujourd'hui, une personne peut acheter le même jour, au même endroit, des produits de premiers prix et des produits de haut de gamme. Elle cherche à se rassurer sur le mode d'obtention et l'origine de ces produits, étant donné la complexification des filières de production, et souhaite des produits plus authentiques et ayant plus de goût.

C'est pourquoi, ont été mis en place les signes officiels d'identification de la qualité et de l'origine : appellation d'origine contrôlée (A.O.C.), label agricole avec ses deux composantes Label Rouge et Labels régionaux, certification de conformité et mention "Agriculture Biologique". Ils apportent la garantie officielle des pouvoirs publics sur la qualité et l'origine géographique des produits.

## Les signes français de qualité

### Les Appellations d'Origine Contrôlée: A.O.C.

Une AOC est définie comme "la dénomination géographique d'un pays, d'une région ou d'une localité servant à désigner un produit qui est originaire et dont la qualité ou les caractères sont dus

exclusivement ou essentiellement au milieu géographique, comprenant les facteurs naturels et les facteurs humains" (loi du 6 juillet 1966).

Pour être reconnu en A.O.C., le produit unique et fruit d'une expérience ancestrale, doit :

- provenir d'une aire de production délimitée ;
- répondre à des conditions de production précises ;
- posséder une notoriété dûment établie ;
- faire l'objet d'une procédure d'agrément.

### Les labels agricoles

Ils sont définis comme des "marques collectives, attestant qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé (semences, gazons, fleurs...) possède un ensemble distinct de qualités et de caractéristiques spécifiques préalablement visées et établissant un niveau de qualité « supérieure » le distinguant des produits similaires (loi du 5 août 1960). Ils sont soit le "Label Rouge", soit un label régional.

### La certification de conformité

La certification de conformité atteste qu'une denrée alimentaire ou qu'un produit agricole non alimentaire et non transformé est conforme à des caractéristiques spécifiques ou à des règles préalablement fixées portant, selon le cas, sur la fabrication, le conditionnement et, depuis la loi du 3 janvier 1994, l'origine.

### La mention "Agriculture Biologique"

Elle est reconnue officiellement depuis 1980 et depuis, il y a eu une loi d'adaptation le 30 décembre 1988. Elle devient un atout de communication des enseignes.

Un produit "Bio" est un produit agricole ou une denrée alimentaire :

- résultant d'un mode de production exempt de produits chimiques de synthèse ;
- appliquant des méthodes de travail fondées sur le recyclage des matières organiques naturelles et sur la rotation des cultures ;
- respectant un plan de conversion des terres de deux ans avant ensemencement pour les cultures annuelles, de trois ans avant récolte pour les cultures pérennes ;
- utilisant des moyens de lutte biologique ;
- limitant l'emploi d'intrants (additifs, conservateurs, désinfectants, nettoyants...) et privilégiant les intrants naturels.

En ce qui concerne les produits animaux et d'origine animale, l'élevage est conduit selon un

modèle extensif permettant la réduction des pollutions, le maintien de la diversité biologique et le bien-être des animaux. L'alimentation provient de fourrages et aliments produits sur l'exploitation, la santé des animaux est assurée grâce aux soins préventifs.

## Les limites

On a pu constater que dans la reconnaissance du produit par ses usagers (les consommateurs), l'origine constitue une référence particulièrement importante aujourd'hui, d'où une activation des débats autour du droit d'utiliser l'origine géographique pour dénommer un produit. La notion d'origine est actuellement en pleine transformation, on assiste à son élargissement. La question est : "origine de

quoi?". En effet, dans tous les signes officiels de qualité, la notion d'origine est présente. Mais elle n'a pas le même contenu : elle va de la référence à une localisation, à la référence à une certaine manière de faire. L'origine apparaît désormais comme une propriété non réductible à une spécificité de lieu. L'origine est incontestablement un facteur de confiance auprès des consommateurs d'un côté, support de notoriété et de réputation pour les producteurs.

Que sait-on des processus de production de la confiance ? Que sait-on des phénomènes de réputation ? Ce qu'on peut dire, c'est que ce serait une erreur de continuer à associer quasi exclusivement, comme on le fait spontanément et "culturellement", la notion d'origine au "modèle de l'A.O.C".

## Conclusion

La notion de qualité peut être perçue différemment selon le niveau auquel on se situe (agricole ou industriel). De nombreux aspects, tels que l'aspect hygiénique, nutritionnel, hédonique... sont importants pour le consommateur mais, actuellement, celui-ci est inquiet et manifeste surtout le besoin de connaître l'origine du produit qu'il achète car les qualités d'usage et de service sont considérées comme acquises. Le consommateur veut également de plus en plus être informé sur les produits alimentaires car il s'intéresse à sa santé.

Ainsi, on a pu constater que la France se singularise, au niveau des états membres de la communauté européenne, par la multiplicité des signes de la qualité applicable aux produits agroalimentaires. Une telle multiplicité s'explique par la richesse alimentaire de la France et par des raisons historiques. Au-delà de l'importance accordée par les consommateurs à la qualité intrinsèque des produits agricoles et alimentaires et à la connaissance de leur origine, le succès des signes officiels de qualité et d'origine tient largement au capital confiance dont ils jouissent auprès d'eux. Mais aujourd'hui, c'est de plus en plus derrière le thème

de la traçabilité que les consommateurs manifestent le besoin de connaître l'origine de leurs produits afin de pouvoir se rassurer. Toutefois, de nombreuses questions restent en suspens quant à l'origine, le lieu, telles que : comment gérer les liens au lieu géographique face aux changements techniques et sociaux (possibilité de reproduire les conditions naturelles comme le degré d'hygrométrie, la température, la maîtrise des ferments, ou la codification des savoir-faire...) ? Est-il alors nécessaire de protéger juridiquement l'origine ? Une race locale ne peut-elle être créatrice de produits de qualité en dehors de son berceau d'origine ? Que penser des nouvelles indications géographiques pour des produits nouveaux qui ne sont pas issus d'un savoir-faire traditionnel ou local ? Sur quelle extension territoriale peut se réaliser le lien : celle d'un « terroir » (dans le sens agronomique du terme), d'un village, d'un pays, d'une région... et corrélativement à quelle échelle peut-on protéger l'origine (par exemple, la parcelle pour certains vins ou plusieurs départements pour quelques fromages) ?

## Bibliographie

AIP Construction Sociale de la Qualité – Rapport Final, la qualité dans l'agroalimentaire : émergence d'un champ de recherches, INRA, 344 pages, juin 1996

## Repères sur la traçabilité

La traçabilité est « l'aptitude à retrouver l'historique, l'utilisation ou la localisation d'une entité (végétale, animale, denrée) au moyen d'identifications enregistrées » au sens de la norme ISO 8402. On peut distinguer deux types de traçabilité :

- la traçabilité descendante (qui permet de trouver la destination de l'entité) ;
- la traçabilité ascendante (qui permet de trouver l'origine, l'historique de la dite entité).

C'est un puissant outil de gestion des filières agroalimentaires et un intéressant support d'information, notamment à destination du consommateur final pour peu qu'elle soit encadrée et organisée.

Il appartient aux pouvoirs publics (notamment aux services du ministère en charge de l'agriculture et de la consommation) d'accompagner l'utilisation de cet outil qui a pour finalité la transparence des échanges et la sécurité alimentaire.

La mise en place d'un outil aussi utile et performant est bien sûr délicate et fait apparaître un certain nombre de problèmes. Outre les problèmes administratifs et législatifs qu'elle entraîne, dans le sens où elle représente une demande d'efforts communs de la production à la distribution, nous pouvons ici souligner quelques obstacles et limites à sa réalisation.

Tout d'abord, la traçabilité a un coût, difficile à évaluer, que l'on peut diviser selon différents postes : le matériel, le fonctionnement, le personnel. Le coût sera différent selon l'étendue recherchée pour l'application de la traçabilité. Néanmoins la défaillance en matière de traçabilité engendre aussi des coûts très lourds pour l'entreprise. C'est ce qui a été montré à travers les différentes crises alimentaires qui ont surgi ces dernières années dans le secteur agroalimentaire. Néanmoins, la mise en place de la

traçabilité permet des économies et engendre aussi très souvent un accroissement de la productivité et des améliorations au sein de l'entreprise.

Ensuite, elle risquerait d'engendrer à long terme des menaces d'ordre conjoncturel. D'une part, la tentation sera forte pour les grandes entreprises, de marques et d'enseigne, de s'approprier et/ou manipuler les procédures et/ou l'image de la traçabilité et d'en tirer à leur avantage la sécurité de marché et la valeur des produits. D'autre part, l'agriculture pourrait manifester ici sa tendance récurrente à passer de la différenciation à la division, filière contre filière, région contre région, coopération contre négoce, groupement contre groupement, accords contractuels contre accords contractuels.

On rencontre aussi des problèmes quant à la généralisation des moyens de réaliser un bon suivi des entités alimentaires. Chaque famille de produits a son schéma de vie, physique et temporel, ses structures sectorielles et ses circuits particuliers, y compris le commerce extérieur. Chacune doit répondre et anticiper sur des préoccupations à la fois générales et spécifiques des citoyens-consommateurs. Ainsi, la nébuleuse des fruits, légumes et pommes de terre (espèces, variétés, saisons, parcelles, etc.) a-t-elle apparemment peu à voir avec l'univers de la viande rouge (élevage, âge, découpe, etc.). Ici apparaissent des questions liées au choix du mode d'étiquetage. Après les réponses d'urgence, puis un premier système général (1997), la filière viande remet ces questions sur l'établi pour un étiquetage basique commun résumant la traçabilité et ouvrant sur des caractéristiques d'usage du produit final (le consommateur étant toujours inquiet des résultats de sa cuisson). En fruits et légumes, de nombreuses initiatives localisées existent, facilitées par l'inté-

gration coopérative ou contractuelle et par la spécialisation.

La question difficile est celle de la généralisation, donc de l'informatisation avec de nombreuses « boucles » (saisies de paramètres plus ou moins fréquents à chaque étape de la filière, échanges horizontaux à chaque niveau, découpe/transformation, regroupements massifs en distribution). L'identification des bovins a facilité le travail en amont de la viande mais l'allotement en négoce/abattage puis celui des pièces en coupes peut le compliquer diaboliquement pour certaines entreprises.

Un des problèmes le plus évident car le plus médiatisé à l'heure actuelle est celui des OGM (Organismes Génétiquement Modifiés). Ces OGM ont provoqué une méfiance de l'opinion publique, malgré l'existence d'une réglementation contraignante pour leur mise sur le marché. Face à ce rejet des consommateurs, les pouvoirs publics ont réagi en obligeant l'étiquetage des OGM, et les industriels en essayant d'éviter ces produits autant que possible.

Etant donné que la traçabilité peut être considérée comme un instrument mis en place pour la sécurité et le bien-être du consommateur, il est intéressant de prendre en considération ses réactions. Dans un contexte de crises alimentaires, la traçabilité a fait récemment son apparition en grande consommation. Mais les références à la qualité (labels et autres) étant multiples, la confusion peut régner chez le consommateur : de même que « trop de signes tuent le sens », trop de traçabilités tueraient la Traçabilité.

Traces de l'histoire de l'alimentation, historique des traces des produits, la traçabilité ne se fera pas en un jour. C'est à la fois une culture, une stratégie et un métier à développer.



# Traçabilité : un réel développement malgré des limites persistantes

Où en est la traçabilité ? Il semble aujourd'hui que cette notion se porte chaque jour un peu plus haut, reliant petit à petit tous les aspects de notre alimentation, en passant par la sécurité sanitaire mais aussi par des notions de contenu de notre alimentation (exemple : traçabilité en filières non-OGM), et par des notions de méthodes de production (exemple : traçabilité et alimentation biologique). Cette notion, qui a pris naissance il y a quelques années avec le développement des crises alimentaires, semble donc être beaucoup plus complexe qu'une simple question d'étiquetage de provenance sur les aliments disposés à la vente. Elle pourrait

même être un des enjeux primordiaux de la confiance du consommateur, et ainsi jouer sur les modes de consommation des français. C'est sans doute pour cette raison qu'elle est devenue un des points d'intenses réflexions, non seulement des associations de consommateurs, mais aussi des industriels.

Par une étude et une analyse de presse sur l'année 1999, nous verrons comment ces questions de traçabilité en viennent à affecter non seulement la vente, mais aussi la transformation et la production de denrées alimentaires.

## Traçabilité et production

### La production végétale

Actuellement, une des principales causes de la demande de traçabilité au niveau de la production végétale est la méfiance rencontrée à l'égard des aliments OGM, qui sont très loin d'être acceptés par tout le monde en Europe. Une autre cause de cette demande est la motivation de la sécurité alimentaire, qui devient de plus en plus forte depuis les dernières crises touchant à notre alimentation. Au niveau de la législation, la traçabilité de la production végétale OGM laisse insatisfait un grand nombre de personnes, puisque la réglementation concernant les OGM en France et en Europe est jugée comme étant beaucoup trop laxiste, et ne permet pas de répondre à une séparation efficace des filières OGM et non-OGM.

Pour certains, la traçabilité doit commencer par un système de contrôles rigoureux, qui soit en mesure de garantir l'exactitude de la notion véhiculée par l'image de la traçabilité, qui est l'identification précise des aliments produits. Or, on peut constater qu'au niveau des exploitations, la certification « non-OGM » se fait sur déclaration seulement, et très peu sur des vérifications basées sur des tests réels. Ceci permet de contrôler les bonnes volontés, mais pas forcément les résultats : la déclaration faite par les producteurs apporte la garantie qu'ils cautionnent l'idée de production non-OGM, mais n'est pas une certitude en soi. En outre, les tests qui pourraient permettre d'identifier les productions OGM coûtent très cher (1 600 FF HT par analyse en moyenne).

Actuellement, la traçabilité en matières d'OGM est clairement définie comme imposant des garanties de moyens, et non pas de résultats. De plus, si les techniques actuelles permettent de détecter la présence d'OGM dans les matières premières destinées à la confection d'aliments, elles ne peuvent pas en garantir l'absence, car elles se fondent sur des principes statistiques, et ne constituent donc pas des tests exhaustifs sur les produits de l'agriculture, ce qui serait techniquement irréalisable. De même, leur fiabilité quant aux échantillons analysés n'est pas absolue non plus. Enfin, dans l'hypothèse d'un développement de tels tests, la première chose à faire serait peut être de commencer par homogénéiser les normes de détection des OGM entre les différents pays, sinon, un produit déclaré comme étant exempt d'OGM dans un pays, pourrait être refusé par un autre pays ayant des normes de détection plus strictes...

Nous avons vu que le contrôle des bonnes volontés n'est pas forcément suffisant, mais il nous reste à expliquer pourquoi. Si on exclut la possibilité de fausses déclarations à propos de la présence d'OGM dans les productions, on peut cependant noter que toute bonne foi ne garantirait pas leur absence. En effet, de nombreux échanges de pollens sont effectués de manière naturelle entre les champs qui sont proches les uns des autres, et une variété de colza OGM pourrait ainsi féconder, selon les conditions climatiques, d'autres variétés, dans un rayon allant jusqu'à 2 kilomètres...

Il serait même possible à juste titre, pour contester la faisabilité de mise en place d'une filière non-OGM, d'évoquer la grande difficulté d'une maîtrise totale des approvisionnements en semences chez les agriculteurs. Ainsi, malgré toutes les précautions susceptibles d'être prises, il semble qu'il serait impossible d'assurer totalement la récolte de produits non-OGM. Autant dire qu'à ce niveau, la traçabilité ne servirait donc plus à rien.

Nous avons vu à propos des OGM, que dans certains cas, l'idée de traçabilité est très difficile à mettre en place, compte tenu du type de produits manipulés (Problème des croisements de pollen en champs entre des variétés OGM et non-OGM). Des inconvénients similaires sont trouvés à propos du soja, qui, à l'heure actuelle, est stocké, transporté et transformé en vrac. Il est donc impossible pour le moment d'identifier clairement la provenance des stocks de soja, qui sont, en quelque sorte, des "stocks composites". Autrement dit, il est impossible de définir un système de traçabilité fiable sur les aliments qui contiennent du soja.

### La production animale

Au niveau de la production animale, le gros problème de la traçabilité réside dans l'alimentation des animaux : on a très bien su mettre en place des systèmes efficaces permettant, à l'arrivée à l'abattoir, de savoir d'où proviennent précisément les animaux, et à de rares exceptions près, ces règles sont respectées par les éleveurs, et permettent de retrouver de manière relativement précise certains

lots de produits alimentaires soupçonnés d'être impropres à la consommation.

Par contre, il apparaît aujourd'hui comme étant très difficile de contrôler ce que les agriculteurs donnent à manger à leurs animaux. On pourrait donc dire que la traçabilité animale prend tout à fait en charge l'animal lui-même, mais pas ce qui gravite autour de lui (alimentation et soins). Un exemple très compréhensible peut expliciter cette idée : il s'avère que les producteurs d'animaux qui adhèrent au marché biologique ont beaucoup de mal à trouver, pour leurs animaux, des aliments "bio", de par le fait que ceux-ci ne sont pas produits en quantités suffisantes. Ce secteur étant très oligopolistique, ceci donne une certaine puissance aux vendeurs d'alimentation animale, qui peut parfois les encourager à certains abus. On peut tout à fait comprendre alors la tentation qui est celle des agriculteurs, de donner à leurs animaux des aliments non biologiques. On pourra alors trouver sur le marché des animaux certifiés AB qui auront consommé des aliments non issus de l'agriculture biologique, sans que cela puisse être mesuré par quelque test que ce soit. Comment garantir alors que les viandes biologiques le soient vraiment ? Car il est à noter pour finir, que, selon le règlement CEE n° 2092/91 modifié, l'alimentation des animaux élevés selon le mode de production biologique doit être certifiée biologique et conforme aux règles communautaires et nationales concernant le mode de production biologique.

## Traçabilité et transformation alimentaire

Au niveau de la transformation, la première remarque à faire est qu'une bonne traçabilité se base sur la séparation rigoureuse des moyens et lieux de transformation des aliments : aucune traçabilité rigoureuse ne pourrait être menée de façon sérieuse s'il s'avérait que les aliments qu'on tente de distinguer les uns des autres ont, à un moment ou à un autre, eu des contacts entre eux. Cette idée de séparation des moyens et lieux de transformation représente donc l'isolement matériel et temporel nécessaire entre les différents produits ou entre les produits que l'on souhaite différencier. Si on prend le cas des OGM, une bonne traçabilité devrait donc passer par la division par deux de toute la filière de transformation des produits en deux "sous-filières", dont l'une traiterait les pro-

duits OGM, et l'autre, les produits non-OGM. Il devrait en outre n'y avoir aucun croisement de produits, dans le temps et dans l'espace, entre ces deux filières. Ceci ne manquerait pas de générer un coût facilement appréciable... Qui serait donc prêt à en assumer la charge ? Sans compter que le nombre de divisions nécessaires augmente encore si on prend en compte l'agriculture raisonnée, l'agriculture biologique, et tout autre système existant...

Pour les entreprises qui souhaiteraient mettre en place un système de traçabilité efficace de leurs produits, il s'avère que celui-ci pourrait donc demander un changement radical d'organisation, qui pourrait représenter un investissement sérieux. S'ajoute aux problèmes d'organisation des flux de

produits utilisés, un investissement lié à une réorganisation physique de l'entreprise, puisque s'il faut assurer une traçabilité efficace des produits, alors il faut aussi assurer la séparation totale des différents lots ou types d'aliments traités, tout au long de la filière. Ceci pose des problèmes physiques et organisationnels de stockage, transformation, ...etc. Un exemple significatif a déjà été donné quant aux OGM.

En ce qui concerne la question de la traçabilité, d'autres problèmes se posent, qui n'ont pas que des sources organisationnelles ou pratiques. La question de l'harmonisation des normes de traçabilité entre les différents pays est notamment mise en avant. Cette harmonisation, qui n'est pas toujours faite, rend complexes les échanges de produits alimentaires entre les différents pays. L'harmonisation doit se faire, d'une part sur l'étiquetage, mais aussi sur les normes de séparation des produits entre eux : quel niveau de sécurité quant à la séparation des produits doit-on prendre, pour que tous les pays considèrent que la traçabilité puisse être sûre ? Vraisemblablement, tous les pays ne sont pas toujours en accord en ce qui concerne ces normes, et cela peut être gênant lors des échanges.

Il est important, par exemple, de noter qu'à l'heure actuelle, la traçabilité est souvent organisée autour de la notion de lots de production, considérés comme étant homogènes. En réalité, cette notion,

nullement définie précisément, est laissée à l'appréciation des industriels, ce qui en fait finalement une notion très floue, ce type de manque de rigueur étant source de litiges.

Nous avons vu précédemment, qu'il est très difficile de mettre en place une bonne traçabilité concernant le soja. Il faut savoir que les aliments qui en renferment représentent 70 % environ des produits transformés en France. Certains industriels pensent que la maîtrise de la traçabilité, dans de tels cas, ne peut se faire que par la maîtrise totale de la filière concernée, depuis la production jusqu'à la vente, en passant par la transformation. C'est ce qu'essaient de faire des industriels comme les produits "Duc" (Volaille). A cette idée s'opposent les craintes de certains agriculteurs, qui affirment que de telles pratiques, qui se soldent par la mise en place de systèmes de contractualisation de la production agricole, leur font perdre un certain niveau de liberté.

Un autre aspect de la traçabilité est celui, rattaché à la notion de lots d'aliments produits, qui vise non pas à promouvoir une agriculture biologique ou exempte d'OGM, mais à assurer la qualité sanitaire des produits vendus. Nous avons pu constater qu'une des dernières "crises alimentaires" en date (*Listeria* contenue dans des rillettes et de la langue) s'est résolue sans dommages, par la diffusion immédiate des numéros des lots à ne pas consommer. On peut donc dire que la traçabilité marque tout de même un point non négligeable concernant l'aspect sanitaire des aliments.

## Traçabilité et vente

La vente est également concernée par les problèmes de traçabilité. On remarque la même incohérence que pour la production quant à certaines listes d'aliments contenant ou non des organismes génétiquement modifiés (Greenpeace) : ce genre de listes est principalement fondé sur des déclarations, et non sur des tests. On peut noter qu'il n'y a aucun certificat existant, prouvant au consommateur l'absence d'OGM dans les produits alimentaires (des certificats du même type que celui de "l'agriculture biologique" pourraient-ils être mis en place pour les OGM ?). Il est à noter dans le même temps que la mise en place de tels certificats n'est pas aisée, car elle demanderait le contrôle de toutes les productions à déclarer comme étant exemptes d'OGM, ce qui serait très onéreux, nous l'avons vu dans la première partie. Le manque de certificats n'est pas la seule cause d'inquiétudes des

consommateurs. En effet, aucune loi ne concerne spécifiquement le problème de la protection des consommateurs et agriculteurs vis-à-vis d'éventuels dommages causés par les OGM, si bien qu'ils se sentent démunis : rien n'est prévu en ce qui concerne les dommages éventuels causés par les OGM, puisqu'ils ne sont pas encore considérés comme des produits susceptibles d'être défectueux. Une proposition de loi pour toute l'Europe est cependant envisagée pour les additifs alimentaires tels que les lécithines de soja ou l'amidon de maïs.

Le problème de la traçabilité pose aussi celui de l'étiquetage, et à ce niveau, une question particulièrement pertinente a été soulignée, qui illustre tout à fait les difficultés qu'on peut rencontrer pour l'étiquetage des aliments : alors qu'on ne sait pas comment mettre en place un système de traçabilité correct pour les produits dérivés d'OGM, comment

serait-il possible d'étiqueter les viandes provenant d'animaux ayant mangé des produits dérivés d'OGM ?

A propos de l'étiquetage, il est toutefois à noter que de nombreux efforts sont faits en matière de législation. Ainsi, au mois d'octobre 1999, un règlement a été adopté par la commission de Bruxelles afin d'augmenter la quantité d'informations qui est donnée aux consommateurs sur les étiquettes de viande bovine : devront être indiquées en outre les lieux de naissance et d'élevage de l'animal.

Il paraît important de se rendre compte du fait que la traçabilité, vue par le consommateur, n'est pas qu'une question d'origine du produit, mais aussi une question de confiance : l'information qui lui est apportée doit pouvoir, selon lui, lui garantir que l'aliment est sain, non seulement à un niveau sanitaire, mais aussi à un niveau moral et éthique. Le consommateur semble prendre conscience d'un fait nouveau : les aliments produits actuellement le sont par des méthodes qui sont de plus en plus éloignées de méthodes "naturelles", ce qui semble le décevoir. Certains industriels s'en rendent compte, et témoignent de la difficulté qu'ils ont à communiquer avec les consommateurs : certains

dénoncent le fait que la plupart des dossiers scientifiques de recherche concernant la qualité alimentaire restent secrets, ce qui ne permet pas aux industriels ou aux distributeurs de faire une information suffisante en continu, auprès des consommateurs. Il en résulte une perte de confiance de ces derniers, qui ne croient plus aux informations de dernière minute qu'on leur donne lors des crises.

Selon les distributeurs, l'information devrait se faire en dehors de toute crise, car lorsque la crise se déclenche, il est alors trop tard pour informer le consommateur. Certains accusent aussi les journalistes d'écrire des choses fausses sur certains aspects des crises, ce qui augmente la confusion chez le consommateur. Ceci est aussi dû, selon eux, à un manque de sens critique vis-à-vis des médias de la part des consommateurs. On peut en effet se poser la question : les consommateurs, compte tenu de leur niveau de connaissance sur les raisons des crises, décident-ils lucidement de ce qu'ils refusent de manger ? Ne s'en laissent-ils pas plutôt conter par les médias ? La traçabilité fait donc bien aussi intervenir des notions d'information plus générale au consommateur...

## Conclusion

La question de la traçabilité semble a priori très simple à mettre en place, mais il apparaît après étude, qu'elle relève de notions extrêmement complexes.

On peut mettre en avant les problèmes d'harmonisation des normes et usages entre les pays, qui peuvent conduire à des dysfonctionnements du système de traçabilité, mais, sans parler d'échanges entre pays, il paraît évident que tout système de traçabilité ne peut être efficace que si les différents acteurs d'une même filière communiquent intelligemment entre eux, sans se "cacher leurs cartes"... Dans le cas contraire, lorsque des "mensonges" permettent d'écouler certains stocks dans des filières où ils n'ont pas leur place, le grand perdant est le consommateur.

Nous avons pu noter que si la traçabilité est actuellement relativement efficace concernant l'aspect sanitaire des produits, un contrôle rigoureux des productions agricoles est encore quasiment impossible, ce qui limite le développement des filières biologiques et non-OGM.

De nombreux efforts sont faits cependant, afin de rechercher une solution optimale. Au plan national, la France vient de se doter de structures nouvelles

pour étendre les possibilités d'intervention des divers agents de l'Etat en charge des contrôles officiels tout au long de la chaîne alimentaire avec une agence, qui sépare l'évaluation des risques de leur gestion. Ainsi, les personnes qui évaluent les risques alimentaires ne seront pas les mêmes que celles qui les gèrent (par exemple : les entreprises de transformation de produits alimentaires). Sur le même mode que celui de la séparation des pouvoirs en France, ceci permet un double contrôle des risques alimentaires.

Dans ce cadre, l'agence française de sécurité sanitaire des aliments, placée sous la tutelle des ministres chargés de la santé, de l'agriculture et de la consommation, aura pour mission de faire assurer par ses agents et inspecteurs la sécurité sanitaire dans le domaine de l'alimentation depuis la production jusqu'à la distribution.

Pour terminer, on peut dire qu'à l'heure actuelle, la notion de traçabilité semble englober autant l'idée de sécurité alimentaire que celle de transparence commerciale et technique entre les industriels et le consommateur. La traçabilité s'érige donc en nouveau concept marketing, qui vise entre autres à gagner la confiance des consommateurs.

**Dossier**

**Que pensent les acteurs  
de la traçabilité ?**



## Synthèse de 50 interviews d'acteurs de la métropole lyonnaise

La démarche d'APE a été de concrétiser son analyse de presse et de synthèse documentaire par la réalisation de 50 entretiens, dont voici la synthèse :

### **Les industriels :**

Ils ont en général une définition assez unanime de la traçabilité. C'est une identification et un suivi d'un produit depuis le producteur jusqu'au consommateur.

Les industriels mettent en général en place les systèmes de traçabilité en même temps que les démarches qualité. Cette traçabilité leur semble maîtrisée au sein de leur entreprise mais certains industriels interviewés se posent des questions sur ce qui est réalisé en amont et en aval.

Selon eux, ce sont les diverses crises alimentaires et la réaction des consommateurs qui leur ont fait prendre conscience de la nécessité et de l'utilité d'un outil de traçabilité performant.

Au sein des entreprises, la mise en place du système de traçabilité semble relativement difficile à chiffrer du fait qu'elle fait partie intégrante de la démarche qualité. La traçabilité semble se généraliser puisque, pour la plupart, la connaissance de l'origine des produits qu'ils achètent est un critère principal lors du choix des fournisseurs.

Les contrôles effectués pour éprouver le système semblent relativement stricts et sévères tout en étant assez bien acceptés de manière générale. Les entreprises enquêtées semblaient plus ou moins toutes disposer d'un système de traçabilité depuis plusieurs années, mais les récentes crises ont amené à renforcer et améliorer ce système. Il semble relativement difficile d'utiliser la traçabilité comme un argument marketing vis à vis des consommateurs car ceux-ci ne se rendent pas compte des efforts entrepris en amont et pensent, peut-être à juste titre, que la sécuri-

té « totale » est un dû et non un privilège. Le consommateur ne sait pas exactement ce qu'il veut. L'essentiel consiste à réaliser une analyse complète et approfondie de l'ensemble de la filière afin d'identifier les points faibles ou les freins. La traçabilité constitue en ce sens un enjeu essentiel pour certaines entreprises en manque de dynamisme.

### **Les producteurs :**

La traçabilité se définit comme une connaissance et une maîtrise des différentes étapes subies par le produit. Cela passe donc par la connaissance de leur origine, ce qui concerne les producteurs en premier lieu.

Il semble pour l'instant que la traçabilité soit de type "artisanal" mais elle est en cours d'informatisation. Ce sont les réglementations et la loi qui sont à la base du développement de ce type de pratiques. Il convient toutefois de relativiser cela par le fait que les exploitants réalisant de la « transformation produit » sur leur site sont obligés d'avoir des pratiques plus strictes (rigueur, bagues, Direction des Services Vétérinaires...)

Les producteurs sont nombreux à mettre en doute l'efficacité de la traçabilité en aval sur l'ensemble de la filière. Cependant, ils accueillent cette pratique avec attention car elle constitue un bon moyen pour eux de se défendre lorsqu'on les accuse lors des crises alimentaires. Ils pensent que la traçabilité va se banaliser et devenir obligatoire. Ils préconisent, de ce fait, un contrôle de l'information à divulguer au consommateur en terme de qualité et de quantité afin de ne pas lasser et de ne pas réduire la crédibilité des acteurs.

### **Les restaurateurs :**

Les restaurateurs semblent bien informés en ce qui concerne la traçabilité, qui est un phénomène récent. Elle est à leurs yeux aujourd'hui indispensable car il y a eu trop d'abus. Pour eux il s'agit d'une garantie qui tranquillise les consommateurs. Elle devrait se développer encore dans l'avenir (bien qu'elle coûte cher). Ils se sentent très concernés, et ont pour devoir de proposer de bons produits et donc de bien choisir leurs fournisseurs. Ensuite, ils leur font confiance. Eux n'interviennent pas vraiment dans le travail de traçabilité et ne pensent pas que cela viendra dans leur profession. Ce n'est pas leur rôle. Les consommateurs demandent rarement l'origine des produits (surtout la viande), et sont peu intéressés directement par la traçabilité. Il y a quand même une prise de conscience sur l'importance de la qualité et certains restaurateurs mettent en avant la provenance de leurs produits (France). En tant que consommateurs, ils semblent peu sensibles aux crises alimentaires et ne changent pas leurs habitudes de consommation.

### **Les laboratoires :**

Selon le responsable du laboratoire d'analyses César, la traçabilité est tout bénéfique pour les consommateurs, mais aussi pour les producteurs car elle assure une couverture irréprochable en cas de problème. Pour lui, les consommateurs ne sont pas conscients de l'importance du dispositif de traçabilité et de qualité mis en place tout le long des



filrières. Les médias ont tendance à exagérer les crises et ne mettent pas assez en évidence les efforts déployés par les acteurs de la filière. Il y a un gros problème de communication. Le problème est que la traçabilité est invisible pour le consommateur. Pour lui, la traçabilité n'est jamais totale, et dépend de chaque filière. Elle n'est qu'une partie de l'assurance qualité. Dans le futur, les principaux risques alimentaires seront les bactéries virulentes, les OGM et les dioxines. La traçabilité permettra de fournir un peu plus de transparence.

#### **Les enseignants-chercheurs (Mr Bouvier et Mme Vachette)**

Le consommateur privilégie la traçabilité descendante. La traçabilité résulte d'une volonté des pouvoirs publics, qui ont un rôle de santé publique (sécurité du consommateur), et ce besoin a été conforté par les récentes crises alimentaires. La traçabilité se développe très vite dans la filière bovine, et s'étend aussi aux autres filières viandes. Parallèlement se développent les concepts de qualité, HACCP, normes ISO. D'ici à 5 ans ce phénomène devrait se développer dans l'ensemble des secteurs (il n'y a pas encore de réglementation pour les produits non carnés). La traçabilité doit être élaborée par l'ensemble d'une filière. Si le consommateur n'est pas trop exigeant en terme de traçabilité (manque d'information et de connaissance du problème), il est en revanche très sensible aux crises alimentaires. Il se focalise sur l'origine française du produit. Le coût du dispositif de traçabilité est très important, mais indispensable. La grande distribution pousse à la traçabilité.

#### **Les artisans**

Les boulangers interrogés se sont montrés peu prolixes à ce sujet et ont même eu tendance parfois à fuir les questions. Si l'un définit cor-

rectement le terme de «traçabilité», l'autre semble se limiter à sa propre position dans la chaîne du pain : provenance de sa farine (or la farine est issue de tel blé, lui-même issu de tel champ sur tel sol dans telle région,...). Globalement, ils ne semblent pas vraiment avoir assimilé complètement la notion de traçabilité. La confusion avec la notion de qualité est forte.

Le cas du poisson est particulier car, comme l'explique lui-même le poissonnier sollicité, la notion d'origine reste floue (produits de la mer) et il y a peu d'intermédiaires. Le seul document dont se sert le poissonnier est le certificat vétérinaire apposé lors de la vente à la criée. Selon lui, la notion de traçabilité n'a donc de sens dans ce secteur que pour le saumon d'élevage Label Rouge pour lequel on garantit l'origine de la nourriture distribuée aux poissons. Il explique qu'il ne s'agit cependant pas d'un retard par rapport aux autres filières, mais simplement d'une absence de nécessité étant donné que le produit est beaucoup plus « naturel ».

Un ancien boucher qui s'est reconverti dans la sandwicherie, est fortement imprégné de la culture viande. Il connaît la notion de traçabilité et a des idées sur la question. Toutefois, son commerce n'est pas impliqué. Le terme de «confiance» surgit à nouveau, et les renseignements qu'il demande et obtient sur ses produits sont flous.

En revanche, un patron de boucheries a eu un discours qui impliquait beaucoup plus sa marchandise. Baignant complètement dedans, le boucher de métier apparaît comme étant passionné par l'évolution de la traçabilité et la formidable perfection du circuit viande actuel. Alliée à un label rouge charolais, la grande étiquette sur portoir vert indique clairement que la traçabilité est ici un argument de vente. La sécurité du consommateur, le fait qu'il se sente rassuré lorsqu'il vient

acheter son bifteck, tels sont les soucis d'un boucher professionnel. Contrairement aux précédents, les clients du boucher questionnent au sujet du produit et boycottent la viande bradée depuis les crises médiatiques de ces dernières années. Ainsi le boucher n'achète plus que de la carcasse française, garantit un niveau de qualité avec son label, et affiche ostensiblement la carte d'identité du bovin tué correspondant aux morceaux du jour. Comme un peu tous les autres interrogés sauf le boucher professionnel, un fromager pense que le stade atteint aujourd'hui est suffisant et qu'aller plus loin signifierait davantage d'astreintes administratives, de documents à conserver, et amplifierait le phénomène de psychose alimentaire. Bien qu'il ne possède qu'un petit commerce, le fromager retire un produit en cas de doute, car c'est son image qui est alors en jeu.

#### **Les distributeurs**

Avec les distributeurs l'implication est plus grande. La notion de traçabilité est apparue plus tôt et leur rend service sur le plan de la logistique. Ils semblent convaincus de l'état d'avancement des choses. Un manque d'homogénéité a été exprimé, toutes les régions n'ayant pas les mêmes exigences. Il n'est pas surprenant qu'un responsable de chez Auchan nous annonce que la traçabilité fait partie des critères de choix d'un fournisseur. On apprend que chez Casino, c'est chaque semaine un produit ayant suscité des remarques de plusieurs clients qui revient au « service achat » pour y être analysé avant d'être remis en rayon. Si un problème est détecté, ils remontent la filière pour chercher les causes et prendre des mesures. Les clients sont vus comme ayant changé leur comportement d'achat (attention, méfiance/prix bas, etc.). On peut noter qu'à



leur sens, l'étiquetage et la traçabilité ont une grande importance sur le choix des produits mis en vente, alors que les producteurs estiment que seul le prix des entités alimentaires vendues intéressent les distributeurs. La norme ISO 9002 impose à certains distributeurs un auto-contrôle strict (audit) et des contrôles extérieurs annuels (AFAC). La signature d'un cahier des charges avec un industriel ne se fait pas sans une garantie de provenance du produit.

### Les consommateurs

Les consommateurs interrogés semblent peu préoccupés par la quantité d'informations présentes sur les emballages : la plupart du temps, elle est estimée suffisante. Les données qui sont recherchées sont les suivantes : composition, matière grasse, date limite de consommation, prix, fibres. Les critères de qualité de l'alimenta-

tion leur sont très difficiles à déterminer. Certains critères sont souvent cités : marque, composition, prix. D'autres personnes sont imprécises et mentionnent leur expérience dans le produit, la provenance, le type de production ou le lieu d'achat. La confiance dans le vendeur ou le producteur semblent être de mise. Presque tous déclarent avoir été sensibles aux crises alimentaires, sans savoir toutes les énumérer, même si dans l'ensemble des entretiens on arrive tout de même à en recenser la plupart. Elles déclarent aussi dans la moitié des cas ne pas avoir changé leur système d'alimentation, ni être plus exigeantes quant à la qualité de ce qu'elles consomment. Dans tous les cas, l'origine est un critère important en ce qui concerne les attentes des consommateurs, tant sur les produits viande que sur les légumes, fraises, fromages, fruits, poissons ou laitages.

Le thème de la traçabilité ne leur est pas inconnu, puisque beaucoup d'entre eux en ont entendu parler à la radio ou à la télévision. Ceux qui nous en donnent une définition sont très proches de la réalité. Les implications supposées de la mise en place de la traçabilité sont par contre très hétérogènes : on parle de rentabilité supérieure pour le producteur, de meilleure image donnée au produit, de complexification du travail du producteur ou du transformateur, et d'investissements lourds. Pour certains, ceci permettra de limiter l'achat de produits étrangers, et pour d'autres, cela n'empêchera pas les "magouilles". Dans tous les cas, les personnes interrogées se déclarent prêtes, quand ce n'est pas déjà le cas, à prendre ce critère pour critère d'achat.

## Interview de Patrick Bouvier

enseignant-chercheur à l'ISARA (Institut Supérieur d'Agriculture Rhône-Alpes)

### **APE : pouvez vous nous donner une définition de la traçabilité ?**

Mr Bouvier : c'est ce qu'il faut mettre en place pour retrouver l'origine d'un produit en cours d'élaboration ou fini, et pour prévoir quelle va être l'affectation des matières premières ou d'un produit fini. La traçabilité peut être ascendante ou descendante. Le consommateur privilégie la traçabilité ascendante, c'est-à-dire de pouvoir remonter à l'origine d'un produit. C'est donc ce volet de la traçabilité qui est le plus marqué actuellement.

### **Quelle est l'origine de la problématique ?**

C'est à la base une volonté des pouvoirs publics qui n'est pas récente. Des éléments récents ont accéléré le processus notamment dans la filière viande bovine en France. Au niveau européen et mondial, l'ESB a réactivé ce problème. D'autres « incidents majeurs » (dioxine, listeriose, Coca-Cola...), qui ne sont pas forcément des phénomènes nouveaux, confortent le besoin de traçabilité sur l'ensemble des produits alimentaires.

### **Quels sont les principaux acteurs de la traçabilité ?**

En premier lieu, on peut citer les pouvoirs publics qui se préoccupent de questions de santé publique. Ils ont un rôle prépondérant. Les autres acteurs sont ceux des filières entières :

agriculteurs, transformateurs (intéressés pour des questions d'argent), distributeurs et consommateurs (intéressés pour des questions de santé). La traçabilité ne peut pas se raisonner de manière individuelle, mais seulement par filières entières. Les différents acteurs ont donc des intérêts communs, à des niveaux différents.

### **Quelle est selon vous la position actuelle du consommateur ?**

Le consommateur, par manque d'information, n'est peut être pas aussi exigeant qu'on le dit sur ces questions de traçabilité et de sécurité alimentaire. Par contre, il prend peur à la moindre alerte. Les chefs de boucheries ont actuellement peu de questions venant des consommateurs, et surtout des questions d'origine (anglaise ou non). Ils pensent que le consommateur va se mobiliser, mais qu'il n'est encore pas trop au courant. C'est donc actuellement surtout un problème État/filières. Le consommateur mélange un peu tous les termes (traçabilité, qualité...). Il est informé, mais pas formé. Sur la masse globale, les consommateurs ne sont donc actuellement pas très conscients mais ça pourrait venir.

### **Quels sont les principaux problèmes de la traçabilité ?**

On ne peut pas mettre toutes les informations concernant les produits

sur une simple étiquette. Pour l'instant, les consommateurs sont rassurés par les numéros de lots correspondants à la traçabilité. Le but de la traçabilité est de donner le plus d'informations transparentes possible. Quand il fait ses courses, le consommateur est plutôt passif. Il n'a pas le temps d'être acteur. Les associations de consommateurs agissent un peu mais pas les consommateurs individuels. Sur la filière viande, il y a de gros changements depuis quelques années (étiquettes, code barres à faire suivre à chaque découpe supplémentaire, ce qui est très contraignant). Ceci demande du temps, de la main d'œuvre, des adaptations de matériel ...

### **Quelle est votre vision de l'évolution à court terme de la traçabilité ?**

On avance très vite sur les viandes bovines. Certaines personnes anticipent et mettent en place la traçabilité dans les autres filières viande. Ceci est renforcé par un mouvement du gouvernement. Les secteurs non viande sont aussi concernés par la traçabilité. Ce phénomène est à mettre en lien avec les notions de qualité, HACCP, normes ISO... Dans les 5 ans, il pourrait y avoir anticipation et généralisation dans tous les secteurs.

## Interview de Jean Guillaume Mouchel

restaurateur (Comptoir des Marronniers)

### **APE : Qu'est ce que la traçabilité à votre sens ?**

Mr Mouchel : Je pense que c'est un moyen de retrouver l'origine d'un produit. Cette traçabilité est devenue importante à cause de crises comme la "Vache Folle", et est née à cause des abus de l'homme.

### **Ces abus existent-ils toujours dans le monde professionnel ?**

Bien au contraire, on a aujourd'hui tendance à aller dans le sens opposé, de manière un peu excessive peut-être. Mais dans l'ensemble, producteurs et transformateurs ont pris conscience du problème et se sentent réellement concernés.

### **Et vous en tant que restaurateurs, avez-vous des contraintes quant à cette traçabilité ?**

Nous avons le devoir de choisir un bon produit, mais si le travail est fait correctement à la base, il n'y a pas de problèmes.

### **Quels sont vos critères de choix lorsque vous achetez vos produits ?**

Le principal facteur sur lequel je peux jouer pour avoir des produits de qualité, ce sont les fournisseurs. Je les choisis en fonction de ce que je souhaite proposer à mes clients.

### **Vous faites allusion à la qualité, est-ce un de vos arguments marketing ?**

Je m'inscris dans une démarche qui tend à proposer des produits de qualité, c'est pourquoi l'origine des produits est inscrite sur ma carte. Je reconnais qu'il s'agit d'un argument de vente, mais j'estime que c'est le minimum que l'on doit fournir à ses clients si l'on souhaite qu'ils aient confiance.

### **Avez-vous déjà eu des problèmes avec des clients ?**

Ça ne m'est jamais arrivé et j'espère que cela ne m'arrivera jamais. Ma

clientèle a confiance en la qualité de mes produits et je les en informe.

### **Donc selon vous, les clients sont conscients des efforts entrepris pour la traçabilité.**

Je crois que le consommateur en est conscient, mais il n'est pas encore prêt à payer la différence. Le problème que l'on entend souvent ressortir lorsqu'on parle de traçabilité ou de qualité, c'est le prix.

### **Pensez-vous que cette nouvelle tendance rentrera dans les mentalités des gens ?**

Je reste très pessimiste face à cette possible évolution. En effet, bien que les gens soient conscients qu'une alimentation de qualité soit meilleure pour eux, je crains qu'on ait la mise en place dans les années futures de deux régimes de qualité alimentaire, selon le niveau de vie des gens.

## Interview de Bernard Gabelle

arboriculteur

**APE : Selon vous, que signifie le terme « traçabilité » ?**

Mr Gabelle : C'est la possibilité de suivre le produit depuis sa production jusqu'à sa vente. Elle permet de connaître toutes les transformations subies et elle s'est surtout développée après la crise de la « Vache Folle ».

**Existe-t-il une traçabilité au sein de votre entreprise ?**

Notre système de traçabilité permet de connaître la parcelle sur laquelle ont été produits les fruits. Le producteur est également identifiable grâce à un système de numérotation.

**Les efforts engagés dans la mise en place du suivi traçabilité permettent-ils de répondre aux exigences des consommateurs ?**

Je le pense sincèrement. Les

consommateurs (mais surtout les distributeurs) exigent des marchandises garanties par un système de traçabilité. Ils sont de plus en plus soucieux et se posent beaucoup de questions suite aux crises alimentaires.

**A propos de ces crises, croyez-vous que la traçabilité est un moyen sûr de les contrer ?**

Toutes les démarches de traçabilité d'un produit visent à apporter un service de sécurité alimentaire aux consommateurs. Mais ces phénomènes vont se banaliser et devenir obligatoires.

**La généralisation d'une telle pratique ne risque-t-elle pas d'apporter l'effet contraire souhaité ?**

Cette banalisation de la traçabilité va atteindre ses limites d'ici peu de

temps, c'est pourquoi il convient de s'interroger sur sa vraie signification. La traçabilité devrait être un argument de qualité et non de vente. En fait c'est pour le client un moyen de sélectionner ses fournisseurs. Cependant elle devrait permettre d'augmenter le prix du produit. Les industriels cherchent actuellement à utiliser ce filon.

**Vous paraissez relativement sceptique face à cette traçabilité. Que reprochez-vous à son utilisation ?**

Tout simplement qu'elle est trop abusive.

## Assurer la traçabilité pendant les moissons

enquête menée par Olivier Pilat, revue "Réussir", novembre 1999

**Une bonne valorisation des blés de qualité demande une logistique rigoureuse pendant la moisson. Un mauvais aiguillage d'un lot ou une erreur d'analyse peuvent annuler tous les efforts consentis pendant la campagne. Capafrance, une coopérative du Val d'Oise, a mené la réflexion jusqu'au bout. Reportage.**

Les exigences des consommateurs en terme de qualité se répercutent jusqu'aux producteurs. Il faut obtenir à la fois un produit avec des garanties sanitaires irréprochables, qui répond aux critères technologiques des industriels et qui prenne en compte l'environnement. Le tout doit être prouvé pour rassurer tous les intervenants de la filière. L'enjeu est de taille puisque qu'il s'agit d'obtenir une traçabilité totale depuis la parcelle. Capafrance, une coopérative du Val d'Oise, a fait le pari avec ses clients meuniers et une enseigne de la grande distribution d'obtenir cette qualité et de la certifier par un organisme indépendant, Qualité France. Elle a mis en place une logistique très intéressante pour valoriser au mieux les lots de blé. De la ferme aux meuniers, le produit subit des contrôles draconiens visant à supprimer les risques d'erreurs. Une démarche qui s'inspire des certifications Iso, mais plus contraignante car elle impose une garantie de la qualité intrinsèque du produit. Partant du constat simple qu'il est très difficile techniquement d'alloter le blé quand tout est livré à la coopérative pendant la moisson, Capafrance a favorisé le recours au stockage à la ferme. Près de 80 % de sa collecte est stockée en ferme. Une prime spécifique de la coopé-

rative de 3,5 francs le quintal (quelque soit la période de livraison) aide à l'investissement. Mais le stockage à la ferme doit répondre à certaines exigences : échantillonnage de chaque benne, lots par variété et par parcelle, ventilation recommandée (sinon une seule matière active insecticide autorisée : la deltaméthrine). Tout doit être consigné sur le plan de stockage, un document mentionnant par espèce, le numéro de lot, la variété, la parcelle.

### Traçabilité parfaite

Pour les livraisons à la coopérative, une procédure a été instaurée pour éviter les erreurs d'aiguillage. « Sur chaque benne est indiqué le numéro de l'adhérent, cela facilite le travail de la personne à la bascule », indique Bernard Hecquet, directeur de la coopérative. L'échantillon de la benne subit une batterie d'analyses : humidité, protéines, indice de Hagberg, force boulangère (pour la première benne d'une parcelle, sur les autres si la première est déclassée). Des tests qui prennent 6 minutes par échantillon ! Et effectivement, il y a un bouchon devant la bascule, entre ceux qui arrivent et ceux qui veulent repartir ! De quoi favoriser le stockage à la ferme ! « Nous avons changé toute notre chaîne informatique. Selon les critères de qualité du blé, l'ordinateur propose la cellule adaptée », poursuit Bernard Hecquet. Et il a le choix, pas moins de 64 cellules sont disponibles pour isoler les lots ayant les mêmes caractéristiques. Avant de quitter la bascule, on remet au livreur un « bon de déchargement » indiquant le numéro de la fosse où il doit benner et qu'il doit donner au

responsable du silo. « Une procédure qui évite les oublis et bien des erreurs de manipulation. Une benne dans une mauvaise fosse et toute une cellule peut être déclassée ! », indique le directeur. Un échantillon est conservé par la coopérative indiquant le nom du livreur, la variété, le numéro de cellule et le numéro du bon de livraison. Un moyen de remonter rapidement la chaîne en cas de problèmes.

### Acteur de la filière

Ainsi, la récolte est dès le départ bien répartie, soit à la ferme, soit dans les cellules de la coopérative. Il est maintenant beaucoup plus facile de répondre aux besoins des clients. « On peut faire des mélanges à la carte très précisément quand on connaît les caractéristiques intrinsèques du produit et ses méthodes de production », précise Bernard Hecquet. Un moyen d'accéder à des marchés plus haut de gamme et d'accroître la valeur ajoutée des céréales. Le Camp Rémy a été payé à l'agriculteur 90 francs le quintal cette année pour un rendement de 70 à 80 quintaux à l'hectare. L'équivalent d'un blé fourrager dont le rendement dépasse les 100 q/ha. Les agriculteurs connaissent leurs clients et le marché, un moyen d'être acteur de la filière, de participer plutôt que de subir. Une façon aussi de retrouver un sens à son métier d'agriculteur, et d'après Bernard Hecquet « dans l'absolu, de manger son blé à travers le pain qu'il achète dans son hypermarché ».



## Conclusion

---

Au travers de cette étude, nous avons pu mettre en évidence l'ambivalence qui apparaît à nos yeux aujourd'hui : les différentes crises alimentaires et leur médiatisation ont entraîné un phénomène de prise de conscience massive (se traduisant par un souci de qualité et de sécurité alimentaire) qui s'oppose aux tendances de la société de consommation de la dernière décennie, à savoir rapidité, praticité et simplicité du mode de restauration.

Face à cette nouvelle demande des consommateurs, l'ensemble des acteurs du domaine agroalimentaire ont pris conscience du phénomène et prennent les mesures nécessaires à un meilleur suivi des entités alimentaires. La mise en place de la traçabilité, dans une optique d'amélioration de la qualité et de la sécurité alimentaire, est donc aujourd'hui intensifiée. Malgré cela, ne doit-on pas admettre l'existence d'un réel problème social, lié à la généralisation de la vie urbaine. Tenu à l'écart de la production des aliments qu'il consomme, le consommateur développe un sentiment d'inquiétude.

Mais les consommateurs, que nombre de professionnels affirment considérer comme les acteurs et décideurs de l'évolution du système agroalimentaire,

sont-ils réellement acteurs ou simples spectateurs ? On est en droit de se demander si le système évolue en fonction des attentes du consommateur ou si l'attitude parfois alarmiste des médias, l'exagération soudaine de l'attention qui lui est portée ne sont pas les facteurs qui conditionnent sa demande et nous font penser qu'il reçoit une réponse à ses attentes.

Si l'on ne veut pas que la traçabilité devienne un simple attrait "publicitaire" aux vertus apaisantes et rassurantes, il faut avant tout travailler dans le sens d'un souci d'information et de formation.

Conscients du fait que ce que nous consommons aujourd'hui conditionne ce que nous serons demain, nous avons voulu, en tant qu'étudiants et jeunes acteurs de la vie lyonnaise, partager notre réflexion et notre point de vue sur nos préoccupations alimentaires. Les rencontres avec des professionnels de l'agroalimentaire nous ont permis d'enrichir nos idées et d'en débattre.

A l'occasion du forum « Qualité et sécurité alimentaire : quelles stratégies ? », étudiants et professionnels seront amenés à partager leurs réflexions et leurs points de vues.

