



HAL
open science

Information et qualité des aliments : de l'étiquette à l'assiette, comment garantir au consommateur européen le choix de son alimentation ?

Marine Friant-Perrot

► To cite this version:

Marine Friant-Perrot. Information et qualité des aliments : de l'étiquette à l'assiette, comment garantir au consommateur européen le choix de son alimentation ?. François Collart Dutilleul. Penser une démocratie alimentaire (vol. I), Inida (Costa Rica), pp.437, 2013, 9782918382072. hal-00930951

HAL Id: hal-00930951

<https://hal.science/hal-00930951v1>

Submitted on 14 Jan 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



INFORMATION ET QUALITE DES ALIMENTS : DE L'ETIQUETTE A L'ASSIETTE, COMMENT GARANTIR AU CONSOMMATEUR EUROPEEN LE CHOIX DE SON ALIMENTATION ? *

Marine FRIANT-PERROT,
Maître de conférences HDR- Université de Nantes.

Le choix du consommateur est jugé fondamental dans la régulation du commerce. A l'échelle de l'Union européenne, la prise en compte des intérêts des consommateurs apparaît comme une composante de la protection du marché : Le droit de la consommation de l'Union européenne, conçu comme un droit économique d'encadrement du marché, se focalise sur l'idée que bien informé, le consommateur opère des choix rationnels en maximisant son intérêt comme agent économique rationnel. L'Europe fait alors converger les politiques concurrentielles et consuméristes en mettant l'accent sur les mentions informatives de nature à permettre aux consommateurs de prendre leurs décisions d'achat en meilleure connaissance de cause.

Se pose alors la question du **contenu de l'information**, de ce qui est jugé **pertinent, approprié**. Cela dépend bien sûr pour partie de la nature du bien consommé. A cet égard, l'aliment n'est pas un bien de consommation comme les autres. D'une part, la « sophistication » extrême des sciences de l'aliment a conduit à la création de denrées alimentaires pénétrées de chimie et de biotechnologies, composées d'ingrédients venus d'ici et d'ailleurs¹. Dans ce contexte de globalisation des échanges et de développement de technologies de plus en plus complexes, les consommateurs européens ont perdu confiance dans leur alimentation et ont pris conscience des risques sanitaires et nutritionnels associés à cet acte vital et quotidien. D'autre part, les sociologues de l'alimentation nous enseignent que l'aliment doit être saisi de manière spécifique par le droit car ce n'est pas une marchandise comme les autres réduite à sa simple matérialité. L'alimentation relevant de ce que Marcel Mauss qualifie de « fait social total », comme « l'on devient ce que l'on mange », les considérations sanitaires n'expliquent pas à elles seules les choix alimentaires qui sont largement conditionnés par des données sociétales (culturelles, religieuses, considérations

* Cet article a été publié dans *Penser une démocratie alimentaire*, sous la direction de François Collart Dutilleul et Thomas Bréger, éd. Inida, Costa Rica, Volume I, 2013. Le programme Lascaux est un programme européen entant dans le cadre du 7e PCRD - Programme spécifique "IDÉES" – ERC (Conseil Européen de la Recherche) – *Grant agreement for Advanced Investigator Grant* (Sciences sociales, 2008). Il porte sur le nouveau droit agroalimentaire européen, examiné à l'aune des problématiques de la sécurité alimentaire, du développement durable et du commerce international. Il est dirigé par François Collart Dutilleul, professeur à l'Université de Nantes et membre de l'Institut universitaire de France (pour plus d'informations, consulter le site de Lascaux : <http://www.droit-aliments-terre.eu/>).

Les recherches menant aux présents résultats ont bénéficié d'un soutien financier du Centre européen de la recherche au titre du septième programme-cadre de la Communauté européenne (7e PC / 2007-2013) en vertu de la convention de subvention CER n° 230400.

¹ M. FRIANT-PERROT, Les nouveaux aliments, in (Sous la direction de Stéphanie MAHIEU, Katia MERTEN-LENTZ), *Sécurité alimentaire. Nouveaux enjeux et perspectives*, Bruylant, 2013, pp 189-114.



environnementales...). Mettre les aliments dangereux hors commerce ne saurait donc suffire, il convient en outre de donner au consommateur les moyens de choisir l'alimentation qui lui convient en lui fournissant toutes les informations utiles pour ses choix².

Pour autant, un foisonnement excessif des informations accompagnant l'aliment n'est ni possible ni souhaitable. Il est d'abord impossible de multiplier les mentions informatives obligatoires car les règles d'étiquetage s'inscrivent dans un cadre prescrit par les règles de l'OMC et doivent à ce titre être justifiées pour ne pas être considérées comme constitutives d'entrave aux échanges. Ensuite, si l'on multiplie à foison les informations, le consommateur sera bien démuni face à un maquis de mentions explicatives. Manger doit rester un acte simple et quotidien et le consommateur ne peut pas faire ses courses avec angoisse en intégrant dans son logiciel la quantité de calories consommées, le coût carbone de son panier, le nombre de vitamines, la quantité de pesticides ingérés, l'impact de son alimentation sur le développement des pays du Sud....

Pour déterminer les règles applicables en matière d'information des consommateurs sur la qualité des denrées alimentaires, il faut avant tout rappeler l'importance du paradigme informationnel (I) qui rend essentielle la définition de l'information appropriée en (II) en s'interrogeant sur son contenu et sur la place du consommateur dans sa détermination.

1. La promotion du paradigme informationnel : de la responsabilisation du consommateur

La combinaison du droit de la consommation de l'Union européenne et de la législation alimentaire européenne montre que l'information des consommateurs est la pierre angulaire du système de protection des mangeurs.

A partir du moment où une denrée alimentaire n'est pas dangereuse au sens du règlement (CE) n° 178/2002³, le principe de la liberté de circulation des marchandises s'applique et les denrées traditionnellement consommées sont librement commercialisées dès lors qu'elles contiennent les informations requises conformément à la législation alimentaire. Par essence la qualité sanitaire des aliments est un prérequis non signalé au consommateur, à l'exception toutefois des risques alimentaires que le consommateur peut maîtriser avec une information « *concernant la prévention d'effets préjudiciables à la santé propres à une denrée alimentaire* » (ex- présence d'allergènes).⁴ Lorsque l'on recense les informations obligatoires, autres celles relatives à la protection de la santé et un usage sûr de la denrée, on trouve essentiellement des informations relatives à l'identité, la composition, aux propriétés et aux caractéristiques de la denrée. Ces données (type de nutriments, quantité...) sont censées

² V. M. FRIANT-PERROT, "Droit européen de la consommation", in *Dictionnaire juridique de la sécurité alimentaire dans le monde*, sous la direction de F. Collart Dutilleul et J.-P. Bugnicourt, éd. Larcier, 2013.

³ Règlement (CE) n° 178/2002 du Parlement européen et du Conseil du 28 janvier 2002 établissant les principes généraux et les prescriptions générales de la législation alimentaire, instituant l'Autorité européenne de sécurité des aliments et fixant des procédures relatives à la sécurité des denrées alimentaires, JOUE L 31 du 1.2.2002, p. 1-24.

⁴ Art 14 du règlement (CE) n° 178/2002.



permettre au consommateur de choisir un régime alimentaire « approprié » correspondant à ses besoins individuels.

On peut cependant sérieusement douter que ces nombreuses informations permettent au consommateur de faire le bon choix, ceci d'autant plus que les mentions obligatoires sont souvent complétées par une myriade de mentions communicantes apposées volontairement par les professionnels de l'agro-alimentaire. Avant même de s'interroger sur le contenu de l'information et de sa pertinence, il faut rappeler que les seules mentions informatives ne suffisent pas à protéger le consommateur. Encore faudrait-il améliorer l'éducation des consommateurs pour permettre une compréhension réelle des informations transmises (éducation nutritionnelle, éducation sur les processus d'élaboration des aliments...). Si le paradigme informationnel est au cœur de la stratégie européenne, la Commission concède elle-même dans sa communication du 22 mai 2012 sur l'agenda du consommateur européen que « *la saturation de l'information se solde par un déficit de l'information* »⁵. Les biais cognitifs relevés par les tenants de l'économie comportementale⁶ sont de nature à limiter l'effet protecteur de la simple information. La protection du consommateur nécessite donc une forme d'« autonomisation » des personnes considérées en ajustant les règles protectrices aux capacités réelles du consommateur. Le consommateur est ainsi protégé pour sa composante d'humanité au delà de son rôle d'agent économique. A cet égard, la construction de la figure du consommateur responsable de ses choix alimentaires s'inscrit dans la pensée d'Amartya Sen⁷ qui construit l'idée de justice autour de la « *capabilité* », c'est à dire la possibilité effective qu'un individu a de choisir diverses combinaisons de fonctionnements.

2. Quelle information appropriée sur les denrées alimentaires ? Replacer le consommateur au cœur du système alimentaire⁸

A la lecture des textes relatifs à l'information des consommateurs sur les denrées alimentaire, on retrouve généralement les formulations suivantes pour déterminer la manière dont sont sélectionnées les informations données au consommateur : « information appropriée »⁹, le plus souvent, ou « informations fiables »¹⁰, « information complète et

⁵ COM (2012) 225 final

⁶ R. THALER et C. SUNSTEIN, *Nudge. La méthode douce pour inspirer la bonne décision*, Vuibert, 2010 ; Conseil d'analyse économique (X. GABAIX, A. LANDIER et D. THESMAR), La protection du consommateur : rationalité limitée et régulation, Rapport n° 101, 11.09.2012, <http://www.cae.gouv.fr/IMG/pdf/101.pdf>, consulté le 15 mars 2013.

⁷ A. SEN, *L'idée de justice*, Flammarion, 2010.

⁸ V. Manifestations Lascaux-25-27 novembre 2013- Table ronde sur l'information du consommateur.

⁹ Considérant (3) du règlement (UE) n° 1169/2011 du Parlement européen et du Conseil du 25 octobre 2011 concernant l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires, modifiant les règlements (CE) n° 1924/2006 et (CE) n° 1925/2006 du Parlement européen et du Conseil et abrogeant la directive 87/250/CEE de la Commission, la directive 90/496/CEE du Conseil, la directive 1999/10/CE de la Commission, la directive 2000/13/CE du Parlement européen et du Conseil, les directives 2002/67/CE et 2008/5/CE de la Commission et le règlement (CE) n° 608/2004 de la Commission (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE), JOUE L 304 du 22.11.2011, p. 18–63 ; art 22 du règlement (CE) n°1333/2008 du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2008 sur les additifs alimentaires (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE), JOUE L 354 du 31.12.2008, p. 16–33 ; art 15 du règlement (CE) n° 1334/2008 du Parlement européen et du Conseil du 16 décembre 2008 relatif aux arômes et à certains ingrédients alimentaires possédant des propriétés aromatisantes qui sont destinés à être utilisés dans et sur les denrées alimentaires et modifiant le règlement (CEE) n° 1601/91



fiable »¹¹, « informations nécessaires »¹² ou encore « information précise »¹³. Ainsi, le règlement (CE) n° 178/2002 relatif à la législation alimentaire indique dans son article 8 relatif à la protection des intérêts des consommateurs que « *La législation alimentaire vise à protéger les intérêts des consommateurs et elle leur fournit une **base pour choisir en connaissance de cause** les denrées alimentaires qu'ils consomment* ». Le règlement (UE) n° 1169/2011 relatif à l'information des consommateurs sur les denrées alimentaires précise qu'« *il convient que ceux-ci disposent d'informations appropriées sur les denrées alimentaires qu'ils consomment* ». L'analyse montre que les informations ne doivent pas induire le consommateur en erreur (« fiable », « précise »...) et qu'elles doivent se conformer à des besoins (« nécessaires »), qu'elles doivent convenir (« appropriées »). En réalité, ce deuxième aspect est essentiel car il faut définir ce qu'est une information « appropriée » : qui convient pour qui ? Qui est définie par qui ? A cet égard, la version en langue anglaise du règlement (UE) n° 1169/2011 utilise une formulation différente qui soulève des questions sémantiques essentielles. Ainsi, le considérant (3) précité dispose que « *it should be ensured that consumers are appropriately informed as regards the food they consume* ». Etre « **appropriately informed** » fait référence au résultat de l'information et non pas seulement au contenu de l'information. Selon cette formulation, l'information doit conduire à ce que le consommateur soit « informé de manière appropriée ». La version du texte en anglais permet de s'interroger sur les critères permettant de distinguer les informations appropriées de celles qui ne le sont pas. Si l'on se réfère à l'effet pertinent de l'information sur les actes d'achat du consommateur, on devrait nécessairement s'attendre à ce que le contenu de l'information soit défini par les consommateurs eux-mêmes afin de faciliter ses choix. Pourtant, on porte essentiellement à la connaissance du consommateur des informations sur la composition et sur le mode d'emploi de l'aliment sans que le parcours subi par l'aliment lui soit dévoilé malgré ses multiples attentes dans ce domaine. On ne peut sur ce point s'appuyer sur les seules mentions volontaires apposées sur l'aliment et sur la logique concurrentielle de création de segments de marchés (bio, équitable...). L'aliment a une histoire et une géographie que le consommateur souhaite connaître, mais ses attentes se heurtent à un système de régulation du commerce des aliments qui ne prend que très partiellement en compte ses intérêts en focalisant l'attention sur la seule protection de la sécurité et de la santé humaine.

du Conseil, les règlements (CE) n° 2232/96 et (CE) n° 110/2008 et la directive 2000/13/CE (Texte présentant de l'intérêt pour l'EEE), JOUE L 354 du 31.12.2008, p. 34–50.

¹⁰ Art 1^{er} règlement (CE) n° 1151/2012 du Parlement européen et du Conseil du 21 novembre 2012 relatif aux systèmes de qualité applicables aux produits agricoles et aux denrées alimentaires, JOUE L343, 14.01.2012, p 1.

¹¹ Considérant (11) du règlement (CE) n° 1830/2003 du Parlement européen et du Conseil du 22 septembre 2003 concernant la traçabilité et l'étiquetage des organismes génétiquement modifiés et la traçabilité des produits destinés à l'alimentation humaine ou animale produits à partir d'organismes génétiquement modifiés, et modifiant la directive 2001/18/CE, JOUE L 268 du 18.10.2003, p. 24–28.

¹² Considérants (8) du règlement (CE) n° 258/97 du Parlement européen et du Conseil du 27 janvier 1997 relatif aux nouveaux aliments et aux nouveaux ingrédients alimentaire, JOUE L 43 du 14.2.1997, p. 1–6 et du règlement (CE) n° 1924/2006 du Parlement européen et du Conseil du 20 décembre 2006 concernant les allégations nutritionnelles et de santé portant sur les denrées alimentaires, JOUE L 404 du 30.12.2006, p. 9–25 .

¹³ Considérant (4) du règlement (CE) n° 1830/2003 du Parlement européen et du Conseil du 22 septembre 2003 concernant la traçabilité et l'étiquetage des organismes génétiquement modifiés et la traçabilité des produits destinés à l'alimentation humaine ou animale produits à partir d'organismes génétiquement modifiés, et modifiant la directive 2001/18/CE, JOUE L 268 du 18.10.2003, p. 24–28.



Si le consommateur a pu après des années de controverses obtenir l'étiquetage des OGM et des aliments produits à partir d'OGM, l'information obligatoire sur les modes de reproduction par clonage pour la viande et le lait issus des descendants d'animaux clonés a provoqué un « *casus belli* » entre les institutions de l'Union qui montre la difficulté de définir les moyens juridiques utilisables pour satisfaire une attente de la grande majorité des consommateurs européens¹⁴. La crise dite « de la viande de cheval » a pareillement mis en lumière les attentes des consommateurs concernant les indications de l'origine ou du lieu de provenance des aliments et de leurs ingrédients. Lors de la discussion précédant l'adoption du règlement (UE) n°1169/2011, le Parlement européen avait souhaité accroître les informations obligatoires sur l'ancrage géographique des aliments et de leurs composants, comme par exemple la viande utilisée en tant qu'ingrédient de produit transformé. Cette réforme aurait été de nature à assurer plus de transparence sur les circuits de fabrication des plats cuisinés contenant de la viande de bœuf (qui n'en était finalement pas...). Toutefois, les amendements du Parlement européen qui reflétaient les attentes des consommateurs se sont heurtés à l'opposition des lobbys de l'industrie agro-alimentaire et de la grande distribution et l'article 26 du règlement (UE) n° 1169/2011 n'y fait plus mention sauf à préciser que qu'un rapport devra être adopté sur la question avant fin 2013.

Pour replacer le consommateur au cœur du système alimentaire, les moyens juridiques sont divers et doivent articuler une perspective internationale et européenne. Le droit de savoir du consommateur européen suppose que soit réglée en amont la question de la prise en compte des considérations culturelles, environnementales, éthiques propres au commerce des aliments dans les règles du droit de l'OMC. Ce qui est alors fondamental, c'est de permettre à la collectivité des consommateurs (par le biais des associations de consommateurs, ou par d'autres formes d'expression collective) de faire reconnaître le droit de savoir du consommateur en lui fournissant des informations réellement « appropriées » en ce qu'elles correspondent à leurs attentes.

¹⁴ C. DEL CONT et M. FRIANT-PERROT, Quel cadre normatif pour la viande clonée : enjeux sociaux, éthiques et juridiques in *Droit, sciences et techniques : quelles responsabilités*, Lexisnexis, collection « Colloques et débats », 2011, pp. 345-366.