



Une conformité par surcroît. Réception et usages des normes nutritionnelles dans le secteur agroalimentaire

Marc-Olivier Déplaude

► To cite this version:

Marc-Olivier Déplaude. Une conformité par surcroît. Réception et usages des normes nutritionnelles dans le secteur agroalimentaire. Thomas Depecker; Anne Lhuissier; Aurélie Maurice. La juste mesure. Une sociologie historique des normes alimentaires, Presses universitaires de Rennes/Presses universitaires François Rabelais, pp.349-371, 2013. hal-01806526

HAL Id: hal-01806526

<https://hal.science/hal-01806526>

Submitted on 3 Jun 2018

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.

Une conformité par surcroît

Réception et usages des normes nutritionnelles dans le secteur agroalimentaire

Marc-Olivier Déplaud (INRA-RiTME)

Publié dans Thomas Depecker, Anne Lhuissier et Aurélie Maurice (dir.), *La juste mesure. Une sociologie historique des normes alimentaires*, Rennes/Tours, Presses universitaires de Rennes/Presses universitaires François Rabelais, 2013, p. 349-371

Introduction

Depuis le milieu du xix^e siècle, les industries agroalimentaires des pays occidentaux recourent aux sciences de la nutrition pour promouvoir certains aspects de leurs produits et en encourager l'achat¹. Dès cette époque, la prétention des industriels à produire des aliments « sains » sur le plan nutritionnel a suscité des critiques à l'intérieur du champ médical². Les qualités nutritionnelles des aliments très raffinés ou transformés sont mises en doute par certains médecins et nutritionnistes, qui recommandent au contraire de consommer des aliments frais et faiblement transformés. Dans de nombreux pays occidentaux, ces critiques se sont multipliées à partir des années 1950-1960 avec la montée en puissance de l'épidémiologie et la publication d'études visant à repérer et quantifier les principaux facteurs de risques des maladies chroniques dégénératives, dont la place dans la mortalité et la morbidité des populations occidentales s'est

¹ Les premiers industriels à avoir entrepris de faire un usage systématique des sciences de la nutrition pour concevoir et promouvoir leurs produits sont les fabricants d'aliments pour nourrissons à partir de la fin du xix^e siècle (APPLE R. D., « Advertised by our Loving Friends : The Infant Formula Industry and the Creation of New Pharmaceutical Markets », *Journal of the History of Medicine and Allied Sciences*, vol. 41, n° 1, 1986, p. 3-23 ; BENTLEY A., « Inventing baby food : Gerber and the discourse of infancy in the United States », W. BELASCO, P. SCRANTON (dir.), *Food Nations. Selling Taste in Consumer Societies*, Routledge, London and New York, 2002, p. 92-112). On trouve également quelques cas d'industriels ayant mis sur le marché des produits supposés avoir des qualités nutritionnelles particulières, comme l'extrait de viande Liebig à partir de 1865 (FINLAY M. R., « Early marketing of the theory of nutrition : the science and culture of Liebig's extract of meat », H. KAMMINGA, A. CUNNINGHAM (dir.), *The Science and Culture of Nutrition, 1840-1940*, Rodopi, Amsterdam, 1995, p. 48-74). Mais ce n'est qu'à partir des années 1920-1930, avec la découverte des premières vitamines et la mise en évidence de leur importance pour la santé, que le recours aux sciences de la nutrition pour promouvoir des aliments se banalise chez les industriels : cf. HORROCKS S. M., « Nutrition science and the food and pharmaceutical industries in inter-war Britain », D. F. SMITH (dir.), *Nutrition in Britain. Science, Scientists and Politics in the Twentieth Century*, Routledge, London and New York, 1997, p. 53-74 ; Hartog A. P. (den), « The making of health biscuits : interaction between nutritional sciences and industrial interests », A. FENTON, *Order and Disorder : The Health Implications of Eating and Drinking in the Nineteenth and Twentieth centuries : Proceedings of the Fifth Symposium of the International Commission for Research into European Food History, Aberdeen, 1997*, East Linton, Tuckwell Press in association with the European Ethnological Research Centre, 2000, p. 312-320.

² Par exemple, en 1853, un des premiers ouvrages de vulgarisation des sciences de la nutrition à avoir été publié en France comprenait une critique acerbe et très détaillée des allégations nutritionnelles fallacieuses utilisées par certains industriels pour promouvoir leurs produits (Payen A., *Précis théorique et pratique des substances alimentaires et des moyens de les améliorer, de les conserver et d'en reconnaître les altérations*, Paris, Hachette, 1853, p. 386-397). Sur ce point, voir aussi l'article de Thomas Depecker figurant dans cet ouvrage.

fortement accrue au détriment des maladies infectieuses³. Avec le tabac, l'alcool et le manque d'exercice physique, l'alimentation est fortement mise en cause dans la survenue de ces nouveaux « fléaux » que sont l'obésité, le cancer, les maladies cardiovasculaires, le diabète ou l'hypertension artérielle⁴. En France, ces recherches ont alimenté à partir de la fin des années 1970 des campagnes d'éducation nutritionnelle encourageant la population à consommer moins d'aliments transformés – notamment les plus gras, sucrés ou salés – et davantage de fruits et de légumes.

Ces entreprises de réforme des conduites alimentaires des individus sont ainsi à l'origine d'une critique des industries agroalimentaires qui ne porte pas seulement sur les allégations nutritionnelles des firmes commerciales, mais également sur les caractéristiques intrinsèques de leurs produits. Certains auteurs ont étudié comment les entreprises agroalimentaires, directement ou par l'intermédiaire de leurs représentants, ont réagi à ces critiques au niveau politique, et ont cherché à influencer sur le contenu des mesures envisagées à leur égard dans la lutte contre l'obésité et les maladies liées à l'alimentation⁵. Nous nous proposons de porter ici notre analyse sur les stratégies technologiques et commerciales des entreprises : comment leurs responsables interprètent-ils les critiques qui leur sont adressées ? Quels types de réponses leur apportent-ils ? Vont-elles dans le sens d'une amélioration de la qualité nutritionnelle des produits alimentaires ? Avec quelles limites ?

Ce chapitre vise ainsi à montrer suivant quels mécanismes les entreprises, soucieuses de préserver la rentabilité de leur activité, se saisissent ou non des injonctions et critiques qui leur sont adressées, et quelles distorsions elles leur font éventuellement subir. Pour ce faire, nous nous sommes intéressés à la manière dont les entreprises agroalimentaires françaises ont répondu aux critiques visant le sel contenu en excès dans les aliments transformés depuis la fin des années 1990 (voir encadré 1 pour une présentation de l'enquête). Nous allons exposer dans un premier temps la teneur de ces critiques et la manière dont les entreprises y ont répondu. Les injonctions visant les entreprises relatives au sel ont été assez faibles, tout comme les autres injonctions qui leur ont été adressées en matière de qualité nutritionnelle, et les réponses qu'elles leur ont apportées ont été très en deçà des objectifs fixés par les autorités publiques. Dans un second temps, nous rendrons compte des logiques ayant conduit les responsables des entreprises visées à réduire ou non le sel contenu dans leurs produits, et la manière dont cette réduction s'est opérée, le cas échéant. En effet, les responsables des entreprises, confrontés à des contraintes inégales et plus ou moins bien armés pour y répondre, ne ressentent pas avec la même intensité les injonctions à réduire le sel contenu dans les aliments. En outre, ils restent globalement hostiles à une valorisation des produits alimentaires qui reposerait principalement sur leurs qualités nutritionnelles, celles-ci représentant au mieux un axe de valorisation secondaire de leurs produits.

³ BERLIVET L. « Une biopolitique de l'éducation pour la santé. La fabrique des campagnes de prévention », D. FASSIN, D. MEMMI (dir.), *Le gouvernement des corps*, Paris, Éditions de l'EHESS, 2004, p. 37-75 ; Berridge V., *Marketing Health : Smoking and the Discourse of Public Health in Britain, 1945-2000*, Oxford, Oxford University Press, 2007 ; WEINDLING P., « From infectious to chronic diseases: changing patterns of sickness in the nineteenth and twentieth centuries », A. WEAR (dir.), *Medicine in Society. Historical Essays*, Cambridge University Press, Cambridge, 1992, p. 303-316.

⁴ BUFTON M. W., BERRIDGE V., « Post-war nutrition and policy making in Britain c. 1945-1994 : the case of diet and heart disease », D. F. SMITH, J. PHILLIPS (dir.), *Food, Science, Policy and Regulation in the Twentieth Century : International and Comparative Perspectives*, London, Routledge, 2000, p. 207-221 ; GARRETY K., « Science, Policy, and Controversy in the Cholesterol Arena », *Symbolic Interaction*, vol. 21, n° 4, 1998, p. 401-424. HILGARTNER S., *Science on Stage. Expert Advice as Public Drama*, Stanford, Stanford University Press, 2000.

⁵ Voir par exemple BOSSY T., *Poids de l'enjeu, enjeu de poids. La mise sur agenda de l'obésité en Angleterre et en France*, Thèse de l'Institut d'études politiques de Paris, 2010. Cette question est au cœur de l'ouvrage engagé, très documenté, de NESTLE M., *Food Politics : How the Food Industry Influences Nutrition and Health*, Berkeley/Los Angeles, University of California Press, 2002.

Encadré 1 – Présentation de l'enquête

L'enquête, effectuée entre octobre 2008 et mai 2011, a comporté deux volets principaux. Le premier, réalisé avec le concours de Didier Torny, a porté sur l'évolution en France des débats médicaux sur les effets du sel sur la santé depuis les années 1960 et leur diffusion auprès de publics plus larges. Ce volet de l'enquête s'est d'abord appuyé sur des sources écrites : manuels de médecine et de diététique, revues médicales, presse écrite grand public, médias audiovisuels (journaux télévisés de début de soirée et émissions thématiques) et documents émanant d'institutions publiques intervenant dans les domaines de la santé et de l'alimentation (ministères, Agence française de sécurité sanitaire des aliments, Institut national de prévention et d'éducation à la santé). Ces données ont été complétées par quatorze entretiens approfondis effectués auprès d'experts, d'agents de l'État, de cadres salariés d'associations de consommateurs et de représentants des producteurs de sel. Dans certains cas, ces entretiens ont permis d'accéder à des archives personnelles et de compléter des archives institutionnelles difficiles d'accès, comme celles de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments.

Le second volet de l'enquête a porté sur les entreprises agroalimentaires et leurs organisations professionnelles. Nous avons fait le choix de centrer cette partie de notre recherche sur la filière des charcuteries, particulièrement visée par les débats relatifs à l'excès de sel dans les aliments, tout en effectuant des incursions ponctuelles dans d'autres filières pour disposer de points de comparaison, comme celles de la boulangerie, du fromage et des plats cuisinés. Nous avons sélectionné vingt entreprises au total, très diverses du point de vue de la taille, des types de produits fabriqués et des marchés dans lesquels elles étaient insérées. Parmi ces entreprises, sept étaient situées dans l'Ouest de la France (Bretagne et Pays-de-la-Loire), c'est-à-dire dans une portion du territoire caractérisée par une forte implantation de l'industrie agroalimentaire⁶ ; sept autres étaient situées en Ardèche, un département réputé pour ses produits « traditionnels » ; les six autres étaient principalement situées en région parisienne⁷. Au total, vingt-six entretiens ont été effectués dans le cadre de ce second volet de l'enquête, dont six avec des responsables ou cadres d'organismes professionnels. Ces données ont été complétées par un recueil systématique des informations disponibles sur les entreprises rencontrées et des documents produits par les syndicats et organismes professionnels sur le sel.

1. Une mise en cause des entreprises agroalimentaires

1.1. « Le sel tue »

En septembre 1998, un chercheur de l'Institut national de la santé et de la recherche médicale, Pierre Meneton, publie avec deux médecins hospitalo-universitaires parisiens (dont l'un est alors Directeur général de la santé) un long article consacré aux rapports entre sel et hypertension artérielle (HTA) dans la revue de vulgarisation *La Recherche*. L'article met directement en cause « l'industrie agroalimentaire qui, pour de bonnes ou de moins bonnes raisons, introduit [...] force chlorure de sodium dans nos aliments⁸ ». Des journalistes de l'hebdomadaire *Le Point* et du magazine *Que Choisir ?*, édité par l'Union fédérale des consommateurs (UFC), se saisissent du sujet. Ils sollicitent directement Pierre Meneton, qui les aide à se documenter. De manière quasi-simultanée, en février 2001, *Le Point* et *Que Choisir ?* consacrent leur une à la question du sel dans l'alimentation. Convoquant les avis de plusieurs chercheurs français et étrangers, tous deux insistent sur la gravité du problème du point de vue

⁶ La Bretagne et le Pays-de-la-Loire sont, dans l'ordre, les deux premières régions françaises dans le domaine agroalimentaire, tant du point des effectifs employés que du chiffre d'affaires réalisé (source : Agreste et INSEE).

⁷ L'ensemble des entreprises citées dans cet article ont été anonymisées, leurs noms réels étant remplacés par des noms fictifs.

⁸ MENETON P. *et al.*, « Sel et hypertension : le dossier s'épaissit. Faut-il imposer des normes à l'industrie agroalimentaire ? », *La Recherche*, n° 312, 1998, p. 50.

de la santé publique et sur la nécessité d'une action de l'État auprès du secteur agroalimentaire. Ainsi, « l'excès de chlorure de sodium serait responsable chaque année en France d'au moins 75 000 accidents cardio-vasculaires, dont 25 000 décès », soit « plus de trois fois le nombre de tués sur les routes⁹ ». En outre, la population n'aurait pas la possibilité de consommer moins de sel, puisque « 80 % du sel que nous avalons est préincorporé dans les aliments par l'industrie agroalimentaire, le plus souvent à notre insu, puisqu'il n'est pas obligatoire en France d'indiquer sur l'étiquette la présence de chlorure de sodium¹⁰ ». L'UFC pointe du doigt certaines catégories d'aliments contribuant fortement à la consommation quotidienne de sel des Français, comme le pain, les charcuteries, le fromage et les plats cuisinés. Elle demande donc aux « industriels, ainsi qu'aux boulangers, de réduire la quantité de sel dans leurs produits¹¹ ». Par ailleurs, la mention de la teneur en sel sur les produits préemballés devrait être rendue obligatoire. Ces exigences sont redoublées par une mise en cause directe de l'Agence française de sécurité sanitaire des aliments (AFSSA), accusée d'avoir eu une oreille complaisante pour des scientifiques contestant ou minimisant le rôle du sel dans la pathogenèse de l'HTA et, de surcroît, liés au « lobby du sel » qui aurait financé certaines de leurs recherches.

La mise en cause des effets du sel sur la santé n'est pas nouvelle. Depuis le début du xx^e siècle, la question des relations entre sel et HTA a suscité de nombreux travaux en raison de la forte prévalence de cette dernière dans la population et de sa mise en cause dans la survenue des accidents cardiovasculaires. Dès cette époque, des régimes pauvres en sel ont été prescrits aux hypertendus et, pendant longtemps, ces régimes ont constitué le principal moyen à la disposition des médecins pour traiter l'HTA. Toutefois, certains médecins et chercheurs se sont intéressés non seulement aux moyens de soigner l'HTA, mais également aux moyens d'en prévenir l'apparition, et ont exploré l'hypothèse selon laquelle le développement de l'HTA avec l'âge pourrait être favorisé par une consommation excessive de sel. À partir des années 1970, les recherches menées sur ce sujet ont conduit des associations de consommateurs, des organisations internationales et les administrations sanitaires de plusieurs pays occidentaux à défendre la nécessité d'une réduction des apports en sel de la population¹². En France, l'importation de ces débats n'a alors pas conduit à une mise en cause du sel déjà contenu dans les aliments transformés, à l'exception des aliments pour nourrissons, dont la teneur en sodium est réglementée en 1976. Dans les années 1980, les campagnes d'éducation nutritionnelle du Comité français d'éducation à la santé (CFES) ont diffusé le message selon lequel « manger juste » impliquait d'avoir une alimentation équilibrée et variée et de « diminuer les recettes traditionnelles en sucre, en graisse et en sel¹³ ». Mais, si ces campagnes incitaient les consommateurs « à dépister les graisses et sucres cachés¹⁴ » dans les aliments transformés, il n'en allait pas de même pour le sel, les consommateurs étant simplement invités à ne pas « rajouter “mécaniquement” du sel à tous les plats¹⁵ ».

En France, la mise en cause des industries agroalimentaires pour leur contribution aux apports en sel de la population est donc récente. Pour les acteurs qui portent cette critique, le sel ingéré ne provient plus principalement du sel ajouté à table ou en cuisine, mais du sel contenu dans les aliments transformés. Le rôle de l'État ne doit donc plus se borner à informer

⁹ *Le Point*, 16 février 2001.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ *Que choisir ?*, n° 380, mars 2001.

¹² ANCELLIN R. *et al.*, « Sel et santé. Des apports nutritionnels aux politiques de santé publique », *Cahiers de nutrition et de diététique*, vol. 38, n° 2, 2003, p. 114-121 ; ORGANISATION MONDIALE DE LA SANTÉ [OMS], *Prévention primaire de l'hypertension essentielle*, Genève, OMS, 1983.

¹³ CFES, *Présentation de la campagne « Santé et plaisir de la table »* – Conférence de presse, CFES, Paris, 1981.

¹⁴ CFES, *Les principes à respecter pour une meilleure alimentation* – Dossier de presse, Paris, CFES, 1978.

¹⁵ Cette formule est présente dans la brochure « La santé dans l'assiette » et dans la plaquette « Bien manger c'est facile », éditées respectivement à partir de 1982 et de 1984.

la population des méfaits de l'excès de sel pour la santé, mais il doit exiger des industriels du secteur agroalimentaire qu'ils réduisent le sel contenu dans leurs produits¹⁶.

1.2. Des injonctions faibles

Dès le mois de mars 2001, l'AFSSA met sur pied un groupe de travail réunissant principalement des experts et des représentants du secteur agroalimentaire, dans le but d'examiner la faisabilité technique d'une réduction de la teneur en sel des aliments contribuant le plus aux apports en sel des Français. Les conclusions du groupe sont rendues publiques par le ministre délégué à la Santé en janvier 2002, à l'occasion d'un colloque international organisé par l'AFSSA sur le thème des rapports entre sel et santé. Le groupe de travail propose « une réduction de 20 % étalée sur 5 ans de l'apport moyen en sel, soit une réduction d'environ 4 % des apports sodés par an¹⁷ ». Certains acteurs économiques sont particulièrement visés par cette recommandation, comme les boulangers et les entreprises fabriquant des charcuteries, du fromage, des plats cuisinés ou des potages en raison de la forte contribution de leurs produits aux apports en sel quotidiens des Français¹⁸. Toutefois, cet objectif doit être atteint grâce à des actions « volontaires » de la part des entreprises agroalimentaires, par le moyen d'une évolution graduelle des recettes et/ou d'une réduction de la variabilité des teneurs en sel à l'intérieur d'une même famille de produits. À l'exception du cas des boulangers, pour lesquels le groupe propose une réglementation de la teneur en sel du pain, des mesures contraignantes sont donc exclues. Les préconisations de l'AFSSA sont modulées par le souci de ne pas heurter de front les intérêts des entreprises agroalimentaires en leur laissant le soin de définir elles-mêmes ce qu'il est possible de faire, « notamment en termes organoleptiques (acceptabilité par les consommateurs), technologique et hygiénique (faisabilité par les acteurs économiques)¹⁹ ».

Le rapport de l'AFSSA constitue une reconnaissance officielle du problème que constituerait l'excès de sel contenu dans les aliments transformés. La diffusion de messages informant la population des dangers de l'excès de sel pour la santé et de la présence de sel dans de nombreux aliments transformés est favorisée par la mise sur agenda gouvernemental, au même moment, de la lutte contre l'obésité et les maladies liées à l'alimentation et à la sédentarité²⁰. L'action publique dans ce domaine prend principalement la forme d'un programme d'action piloté par le ministère de la Santé, le Programme national nutrition santé (PNNS). Lancé en 2001 pour une durée de cinq ans, il est renouvelé en 2006 et 2011. Le PNNS comprend majoritairement

¹⁶ Ces débats ne sont pas spécifiques à la France. Les critiques adressées aux industries agroalimentaires françaises et aux pouvoirs publics constituent la déclinaison, en France, d'une controverse internationale très vive sur les effets du sel sur la santé, controverse qui a conduit certains chercheurs à se mobiliser auprès des autorités publiques de leurs pays pour demander l'adoption de mesures visant à réduire les apports en sel de la population. Pour saisir sous une forme synthétique les soubassements et la teneur de ces débats, voir MÉNARD J., « Expertise, gestion et communication d'un risque : sel de l'alimentation, hypertension artérielle et maladies cardiovasculaires », *Réalités cardilogiques*, n° 183, 2003, p. 19-27 ; MÉNARD J. et GONZALES M. F., « Science et société : quelques repères pour suivre le débat sur le contenu en sel de l'alimentation », *ibid.* p. 5-10 ; TAUBES G., « The (Political) Science of Salt », *Science*, vol. 281, n° 5379, 1998, p. 898-907.

¹⁷ AFSSA, *Rapport sel : évaluation et recommandations*, Maisons-Alfort, AFSSA, 2002, p. 79.

¹⁸ D'après les données de l'enquête individuelle et nationale sur les consommations alimentaires (dite enquête « INCA ») de 1999, citées par l'AFSSA, le pain et les biscottes représentaient le premier vecteur de sel (25,1 % des apports totaux de sel présent dans les aliments), suivis par la charcuterie (13,1 %), les soupes (10,3 %), les fromages (8,8 %) et les plats composés (8,5 %). D'autres produits souvent fabriqués par les boulangers ou les industriels de la charcuterie et des plats cuisinés (sandwichs, pizzas, quiches, viennoiseries et pâtisseries sucrées ou salées) représentaient 12,6 % des apports en sel. Ces données ne portent que sur le sel déjà contenu dans les aliments et n'incluent donc pas le sel ajouté à domicile, qui représenterait suivant diverses études entre 10 et 20 % des apports totaux en sel (*ibid.*, p. 21-25).

¹⁹ *Ibid.*, p. 80.

²⁰ BOSSY T., *op. cit.*

des mesures visant à mieux sensibiliser la population aux effets de l'alimentation et de l'activité physique sur la santé. Ces mesures se traduisent par l'édition de multiples plaquettes, affiches ou brochures et par la diffusion de spots télévisés comportant des recommandations nutritionnelles, autant de supports qui véhiculent une critique des aliments transformés riches en sucres, en graisses ou en sel. Par exemple, la plaquette éditée par le PNNS sur le sel recommande de « limiter la consommation » des « aliments qui apportent le plus de sel : la charcuterie, les chips et les biscuits apéritifs, certains fromages, les plats cuisinés, les pizzas, les quiches, les viennoiseries, les sauces et condiments ». Au contraire, les « aliments “bruts”, non préparés, qui contiennent naturellement moins de sel », doivent être privilégiés. Ces messages vont donc directement à l'encontre des intérêts de certaines filières agroalimentaires, la population étant invitée à consommer de moindres quantités de leurs produits.

En outre, depuis 2007, les messages publicitaires en faveur de certaines boissons et des aliments transformés font l'objet d'une réglementation spécifique : quel que soit le média utilisé (télévision, radio, presse écrite), ils doivent obligatoirement être accompagnés de recommandations nutritionnelles²¹. Enfin, au niveau communautaire, un projet de règlement déposé en 2008 prévoit de rendre obligatoire l'étiquetage nutritionnel sur l'ensemble des produits préemballés, avec des systèmes d'information simplifiés censés permettre aux consommateurs de voir instantanément si tel ou tel aliment est riche en graisses, en sucres ou en sel²².

Plusieurs filières agroalimentaires sont donc confrontées à une stigmatisation de leurs produits sous le rapport de leur teneur en graisses, en sucres ou en sel. Les entreprises sont enjointes de manière directe ou indirecte à réduire la teneur en sel de leurs produits. Toutefois, si ces injonctions sont plus prégnantes aujourd'hui qu'autrefois, il ne faut pas en surestimer la portée, tant du point de vue de leur diffusion que de leur contenu. En effet, si ces injonctions ont été largement diffusées, elles l'ont été avec des moyens bien plus réduits que ceux dont disposent les entreprises pour valoriser leurs aliments auprès des consommateurs²³. Quant à leur contenu, les injonctions en matière de qualité nutritionnelle restent faibles par comparaison avec celles visant les entreprises en matière de sécurité sanitaire des aliments. Tout d'abord, elles n'ont pas, à la différence des secondes, un caractère juridiquement contraignant. En outre, elles suscitent un intérêt limité de la part des médias, les « crises » en matière de sécurité sanitaire des aliments faisant l'objet d'un traitement médiatique bien plus important²⁴. Enfin, les exigences imposées par la grande distribution à leurs fournisseurs en matière de sécurité sanitaire sont nettement plus rigoureuses qu'en matière de qualité nutritionnelle²⁵.

1.3. Des effets limités

²¹ Sur les luttes auxquelles la réglementation de la publicité alimentaire a donné lieu, voir BOUBAL C., *Publicité et obésité. Naissance d'une controverse*, Paris, INA Éditions, 2011.

²² SÉGUY L., « La genèse de l'étiquetage nutritionnel dans le droit européen », *Sciences de la société*, n° 80, 2011, p. 29-44.

²³ Dans un communiqué publié en juin 2010, l'UFC-Que choisir estimait ainsi que le budget nutrition de l'Institut national de prévention et d'éducation à la santé (INPES), de l'ordre de huit millions d'euros, était deux cents fois inférieur à celui des industries agroalimentaires. L'INPES bénéficie d'une remise de 60 % pour la diffusion de ses messages, mais cela ne permet pas de réduire sensiblement cet écart.

²⁴ Cf. MULLER S., *À l'abattoir. Travail et relations professionnelles face au risque sanitaire*, Paris, Éditions de la MSH/Quae, 2008 ; Nollet J., *Des décisions publiques « médiatiques » ? Sociologie de l'emprise du journalisme sur les politiques de sécurité sanitaire des aliments*, Thèse de l'Institut d'études politiques de Lille, 2010.

²⁵ Comme certains travaux l'ont montré, les distributeurs ont aujourd'hui un rôle normatif important vis-à-vis de leurs fournisseurs en matière de sécurité sanitaire des aliments (cf. BONNAUD L., COPALLE J., *Qui contrôle ce que nous mangeons ? La sécurité sanitaire des aliments*, Paris, Ellipse, 2011). Leurs exigences en matière de qualité nutritionnelle sont beaucoup moins strictes, et s'assortissent de contrôles nettement moins fréquents et contraignants.

Diverses organisations professionnelles (fédérations, organismes techniques) ont relayé les injonctions des pouvoirs publics relatives à l'excès de sel contenu dans les aliments transformés auprès des entreprises, par le moyen de listes de diffusion électroniques, d'articles publiés dans des revues spécialisées, de plaquettes, de guides de bonnes pratiques ou lors de formations, de journées d'étude, de colloques ou de conférences organisées à l'occasion de salons agroalimentaires. Au niveau des entreprises, l'effet le plus visible des discours dénonçant l'excès de sel contenu dans les aliments transformés a été le lancement, à partir de 2001, de produits présentés comme ayant une « teneur réduite en sel », c'est-à-dire des produits comportant 25 % de sel en moins que la moyenne des produits analogues existant sur le marché²⁶. Un important fabricant de charcuteries et de plats cuisinés a commercialisé, le premier, des tranches de jambon cuit préemballées portant cette allégation nutritionnelle. D'autres entreprises ont suivi, pour d'autres marques de jambon et pour d'autres aliments, comme les lardons, les saucisses de Strasbourg, les pâtés, le camembert ou les chips.

Par ailleurs, un petit nombre d'entreprises se sont engagées publiquement à réduire de manière progressive le sel contenu dans leurs produits en soumettant aux pouvoirs publics des « chartes d'engagement de progrès nutritionnels²⁷ ». Depuis janvier 2008, vingt-cinq chartes ont été signées par des entreprises, dont vingt-et-une comportent des engagements relatifs au sel²⁸. À l'exception de Gouennach, un fabricant de charcuteries employant moins de deux cents salariés, ces chartes ont toutes été signées par de grandes entreprises de transformation ou par des distributeurs s'engageant à ce que la qualité nutritionnelle des produits vendus sous leur propre marque (les produits à marque de distributeur, dits MDD²⁹) soit améliorée.

Cependant, de manière plus discrète, d'autres entreprises ont entrepris de réduire le sel dans leurs produits, dans des proportions variables. Elles l'ont fait de leur propre initiative ou sous la pression de leurs fédérations professionnelles³⁰ ou de leurs clients, comme les entreprises fabriquant des produits MDD.

Bien que l'ampleur des efforts effectués par les entreprises soit difficile à mesurer, plusieurs éléments permettent de l'approcher. D'après les enquêtes INCA 1 et INCA 2, les apports

²⁶ Cette norme a été fixée en juillet 2002 par la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes.

²⁷ Le dispositif des chartes d'engagement de progrès nutritionnels a été mis en place par le ministère chargé de la Santé en 2007. Il vise à encourager les entreprises à s'engager dans une démarche d'amélioration volontaire de la qualité nutritionnelle de leurs produits en leur apportant une reconnaissance officielle. Jusqu'en 2010, ces chartes pouvaient également être proposées par des organisations professionnelles au nom des entreprises de leur filière. Pour être validées par le ministère, les chartes doivent proposer des améliorations nutritionnelles jugées significatives sur un volume important de produits, sans que cela se traduise par une majoration excessive de leurs prix. En 2008, un Observatoire de la qualité alimentaire (OQALI), placé sous la supervision de l'AFSSA et de l'Institut national de la recherche agronomique, a été mis en place dans le but d'assurer un suivi des efforts accomplis par les entreprises.

²⁸ Ces chartes ont été signées par vingt entreprises différentes, certaines en ayant signé plusieurs, comme Nestlé (cinq chartes) et Bel (deux chartes).

²⁹ Les produits MDD sont fabriqués par des filiales des distributeurs ou des sous-traitants. Ils se distinguent des produits dits de « marque nationale » (MN), c'est-à-dire des produits commercialisés par les entreprises sous leurs propres marques. Une même entreprise peut fabriquer à la fois des produits MDD et MN. Sur ce sujet, cf. GRANDCLÉMENT C., « Le marketing des similarités. Les produits à marque de distributeur », *Réseaux*, n° 135-136, 2006, p. 221-252.

³⁰ Peu de fédérations professionnelles ont pris des engagements sur la réduction de la teneur en sel des aliments. La Fédération française des industriels charcutiers traiteurs (FICT), qui a signé une charte d'engagements nutritionnels en 2010, constitue une exception. Même si les engagements proposés restent modestes sur le sel, ils sont les seuls engagements pris par une fédération professionnelle à revêtir une dimension contraignante pour les entreprises. En effet, à partir de 2012, une teneur en sel maximale sera fixée pour chacune des recettes figurant dans le Code des usages de la charcuterie. Toute entreprise qui fabrique un aliment dont l'appellation figure dans le Code des usages (par exemple, le jambon cuit supérieur) est tenue d'en respecter la recette, faute de quoi elle peut être exposée à des poursuites.

moyens en sel provenant des aliments ne se sont réduits que de 5,2 % entre 1998-1999 et 2006-2007, soit très en deçà des 20 % souhaités par le groupe sel de l'AFSSA³¹. Les tests effectués par des associations de consommateurs confirment ce résultat. En novembre 2008, le magazine *60 millions de consommateurs*, édité par l'Institut national de la consommation, publie une étude sur l'évolution de la teneur en sel des aliments contribuant le plus aux apports en sel des Français entre 2003 et 2008. Cette étude, menée grâce à un partenariat avec l'AFSSA sur vingt-sept familles d'aliments regroupant plus de trois cent cinquante produits commercialisés dans les grandes surfaces (à l'exception du pain et des viennoiseries, achetés dans des boulangeries artisanales), aboutit à la conclusion que « beaucoup reste à faire³² » : sur les vingt-sept familles d'aliments analysées, seize ne présentent pas une baisse significative de leur teneur en sel³³, comme les produits de boulangerie artisanale, la grande majorité des charcuteries et des fromages, les soupes liquides et plusieurs catégories de plats préparés ou de snacks. En revanche, anticipant l'adoption du nouveau règlement européen sur l'étiquetage nutritionnel, de nombreuses entreprises affichent désormais la teneur en sel ou en sodium sur leurs produits : en 2008, celle-ci figure sur 40 % des aliments pris en compte dans l'étude, contre 9,5 % en 2003.

Force est donc de constater qu'à la fin des années 2000, les efforts effectués par les entreprises ne sont pas à la hauteur de ce qui était attendu. Et, pourtant, ils n'ont pas été nuls. Cette observation soulève donc la question des écarts entre les ambitions affichées des pouvoirs publics et les résultats de leur action, mais aussi des mécanismes qui conduisent, malgré tout, certains acteurs à se saisir des injonctions qui leur sont adressées.

2. Des entreprises inégalement mobilisées

L'enquête menée auprès des entreprises agroalimentaires a permis d'identifier plusieurs facteurs qui favorisent ou non l'appropriation par les entreprises des injonctions nutritionnelles qui leur sont adressées. Nous n'en proposons pas ici une présentation exhaustive : il s'agit simplement de présenter ceux qui sont ressortis le plus fréquemment et le plus nettement de notre recherche³⁴.

2.1. Des ressources et des marges de manœuvre variables suivant les entreprises

Comme n'ont eu de cesse de le rappeler les représentants des entreprises agroalimentaires, réduire la teneur en sel des aliments transformés n'est pas toujours une chose aisée, en raison du rôle que joue le sel comme conservateur, exhausteur de goût et auxiliaire technologique. Dans ses propositions pour le groupe sel de l'AFSSA, l'Association nationale des industries agroalimentaires (ANIA), principale organisation représentant leurs intérêts en France, rappelait :

³¹ D'après une présentation faite par un cadre de l'AFSSA lors du colloque « PNNS : la situation nutritionnelle en France en 2007 », qui s'est tenu à Paris en décembre 2007. Les résultats de l'enquête INCA 1 portent sur environ trois mille individus âgés de trois ans et plus, et l'enquête INCA 2, sur plus de quatre mille.

³² *60 millions de consommateurs*, n° 432, novembre 2008, p. 42.

³³ Pour les auteurs de l'étude, une baisse n'est significative sur le plan statistique que si elle est supérieure à 8 %.

³⁴ Nous avons pu repérer d'autres facteurs qui favorisent probablement l'appropriation par les entreprises des injonctions qui leur ont été adressées sur le sel contenu dans les aliments, comme la proximité entretenue avec les organisations professionnelles (et notamment les organismes techniques) et les trajectoires socioprofessionnelles des cadres et des entrepreneurs. Toutefois, nos données étaient trop insuffisantes sur ces points pour donner lieu à des développements spécifiques dans le cadre de cet article.

« [Le sel] joue un rôle fondamental pour la qualité des aliments. Ainsi pour les secteurs de la charcuterie et des fromages, le salage constitue une étape indispensable dans la fabrication des produits ; de plus, le sel est essentiel pour assurer la stabilité microbiologique et donc la conservation. Pour les produits de boulangerie et de la panification fine, l'adjonction de sel est nécessaire à la fermentation et à l'homogénéité de la mie. Pour d'autres secteurs, cette fonction technologique et sanitaire ne revêt pas la même priorité, mais la fonction organoleptique demeure primordiale comme dans l'ensemble des produits. » (Document daté du 09/11/2001. Source : archives privées.)

Si cette prise de position a le mérite de rappeler que le sel joue un rôle variable suivant les aliments, et que pour une partie d'entre eux il n'a aucune fonction technologique ni sanitaire³⁵, elle revient néanmoins à essentialiser les aliments, c'est-à-dire à faire comme s'ils étaient dotés de caractéristiques immuables, consubstantielles à leur identité. Or, divers travaux ont montré que la perpétuation d'une même dénomination (comme, par exemple, le lait) s'accompagne souvent de transformations profondes des caractéristiques matérielles de l'aliment qu'elle désigne et des manières de le produire³⁶. Or, les obstacles que présente la réduction de la teneur en sel des aliments ne résultent pas uniquement de leurs caractéristiques intrinsèques, mais également de l'organisation sociotechnique de leur production et de leur distribution. Ainsi, sur le plan de la sécurité sanitaire des aliments, les entreprises sont d'autant moins enclines à réduire la teneur en sel de leurs produits qu'elles ont une moins bonne maîtrise de leur hygiène. Certains organismes techniques sont bien conscients des disparités existant entre les entreprises et en tiennent compte dans les recommandations qu'ils leur adressent. Par exemple, s'appuyant sur une étude menée entre 2002 et 2004, le Pôle d'innovation technologique (PIT) du Centre européen des professions culinaires (CEPROC³⁷) recommande aux artisans charcutiers de ne pas descendre en dessous de 18 grammes de sel par kilogramme de viande dans la fabrication des jambons, saucisses à pâte fine et pâtés :

« 18 grammes c'est bien réalisable par tous et il n'y a pas de soucis sanitaires, 15 grammes il faut quand même être bon au niveau sanitaire. Vous voyez ? Il faut avoir des bonnes pratiques d'hygiène » (entretien avec deux responsables du PIT du CEPROC, 25/03/2011).

En matière de sécurité sanitaire des aliments, une deuxième source de difficultés réside dans la maîtrise de la régularité des produits. Plus les produits sont homogènes, plus les marges de manœuvre sont importantes pour réduire leur teneur en sel. Par exemple, le jambon cuit est composé de différents muscles, qui absorbent le sel de manière variable. Certaines entreprises séparent les différents types de muscles, les salent séparément, puis les réassemblent avant de les faire cuire. D'autres, ne disposant pas d'installations aussi sophistiquées, salent davantage l'ensemble du jambon, puisque les quantités de sel ajoutées sont fixées en fonction des types de muscles qui l'absorbent le moins bien. En effet, il est impératif que la teneur en sel de chaque partie du jambon ne descende pas en dessous d'un certain seuil, faute de quoi celui-ci risquerait de ne pas se conserver aussi longtemps qu'annoncé sur l'emballage.

Les risques que ferait courir aux entreprises une diminution de la teneur en sel de leurs produits sur le plan sanitaire sont donc variables non seulement suivant les produits, mais également suivant les installations dont elles disposent. Or, toutes n'ont pas la volonté de moderniser leur outil de production. Cela est tout d'abord dû au fait que les injonctions émanant

³⁵ Cela est vrai, par exemple, pour tous les produits pasteurisés ou appertisés, dont certaines charcuteries comme les pâtés en conserve.

³⁶ ATKINS P., *Liquid Materialities : A History of Milk, Science, and the Law*, Farnham, Ashgate, 2010.

³⁷ Le CEPROC a été fondé en 1969 par la Confédération nationale des charcutiers traiteurs (CNCT), qui représente les entreprises de charcuteries artisanales.

des pouvoirs publics et des médias en matière de qualité nutritionnelle sont bien moins fortes que celles touchant à la sécurité sanitaire des aliments. En outre, une modernisation des outils présenterait dans certains cas un coût prohibitif au regard des bénéfices attendus, la qualité nutritionnelle étant souvent moins valorisée par les entreprises que d'autres attributs de leurs produits, comme nous le verrons plus loin.

Par ailleurs, pour les produits frais, une réduction des teneurs en sel peut favoriser un développement plus rapide de certains microorganismes, et donc conduire à une diminution de leur durée de vie commerciale. Or, les grandes surfaces demandent aux entreprises de leur livrer des produits ayant une longue durée de vie commerciale pour allonger les cycles d'approvisionnement et réduire les frais de logistique. Pour les cadres des entreprises agroalimentaires fabriquant des charcuteries vendues en rayon frais, cela constitue une « contrainte fondamentale³⁸ », l'amélioration de la qualité nutritionnelle n'étant pas considérée comme un argument suffisant pour convaincre les distributeurs d'accepter une diminution de la durée de vie des produits³⁹.

Les obstacles que présenterait la diminution de la teneur en sel de certains aliments en matière de sécurité sanitaire résident donc bien à la fois dans les caractéristiques matérielles des aliments eux-mêmes et dans l'organisation sociotechnique de leur production et de leur distribution. Il en va de même pour les autres fonctions que remplit le sel dans la fabrication des aliments, comme agent technologique et exhausteur de goût à faible coût. Par exemple, à la fin des années 1950, la rapide diffusion de la technique du pétrissage intensifié, permettant de produire des pains très blancs et très volumineux, a conduit les boulangers à augmenter d'au moins 20 % la dose de sel ajoutée à la farine pour compenser la perte de saveur du pain ainsi fabriqué. L'introduction, plus récemment, de la technique de la surgélation par les entreprises de boulangerie industrielle, utilisée pour fabriquer des pains à destination des grandes surfaces, des dépôts de pain ou des chaînes de restauration collective, a encore conduit à relever les doses, tant le goût de ces pains fabriqués suivant cette technique est fade⁴⁰. Là encore, la teneur en sel du pain n'a rien d'intangible : s'il faut bien du sel pour faire du pain (le pain sans sel n'étant guère apprécié), les doses de sel effectivement utilisées dépendent pour partie des techniques de fabrication et des circuits de distribution du pain.

Les difficultés que peut poser une réduction de la teneur en sel des aliments sont donc d'ampleur variable suivant les entreprises. Toutefois, indépendamment de ces obstacles techniques et économiques, les injonctions adressées aux entreprises en termes de qualité nutritionnelle ont été inégalement prises au sérieux suivant les filières.

2.2. Des injonctions ressenties de manière inégale

Les boulangers et les entreprises fabriquant des charcuteries, des plats cuisinés, du fromage et des potages étaient les plus directement visés par les préconisations du groupe sel de l'AFSSA. Ce sont également les acteurs économiques dont les produits sont les plus cités par les journalistes lorsqu'ils abordent la question de l'excès de sel dans les aliments, comme on peut le voir dans le cas des journaux télévisés de début de soirée (tableau 1). Voici par exemple

³⁸ Entretien avec un ingénieur de l'Institut du porc (IFIP), 06/12/2010.

³⁹ Le cas des fabricants de rillettes constitue une exception significative : à la suite du décès de trois personnes ayant consommé des rillettes contaminées par la bactérie *Listeria monocytogenes* en 1993, ils ont réussi à imposer collectivement à la grande distribution une réduction de moitié de la durée de vie des rillettes. Cela a facilité, dans les années 2000, une réduction de leur teneur en sel : le directeur qualité d'une entreprise de charcuteries bretonne nous faisait ainsi remarquer que la teneur en sel de leurs rillettes avait diminué de moitié en moins de dix ans, soit bien plus que pour leurs autres produits (entretien, 14/04/2011).

⁴⁰ BROCHOIRE G., « Le pain et le sel, un enjeu de santé publique ? », *NAFAS*, vol. 1, n° 1, 2003, p. 51-56.

comment débute un reportage consacré à ce sujet dans le journal de vingt heures de TF1 du 10 janvier 2002, au moment où les conclusions du groupe de l'AFSSA sont rendues publiques :

« Quatre kilos de sel par an, voilà ce que consomment 40 % des Français. Près de deux fois la dose limite. Mais nous n'avons pas vraiment le choix. 80 % de nos apports quotidiens viennent en effet de produits préparés : les plats cuisinés, la charcuterie, les fromages, et en tête de peloton : le pain » (source : Institut national de l'audiovisuel).

Tableau 1 – Les catégories d'aliments les plus citées dans les journaux télévisés (JT) de début de soirée pour leur contribution aux apports en sel des Français (janvier 2001-janvier 2009)*

<i>Nombre de JT mentionnant au moins une fois :</i>	
Les charcuteries	10
Les plats cuisinés	9
Le pain	8
Les fromages	8
Les « aliments carnés »	4
Les potages industriels	4
Les biscottes, viennoiseries ou gâteaux	4
Les céréales de petit déjeuner	3
D'autres aliments	3

*Seuls les JT de TF1, France 2, France 3, Canal + et M6 ont été pris en compte. Au total, vingt JT abordent la question de l'excès de sel dans les aliments durant la période étudiée. Source : Institut national de l'audiovisuel.

Les charcuteries, les plats cuisinés, le pain et les fromages sont donc plus particulièrement mis en cause par les pouvoirs publics et les médias pour leur contribution aux apports en sel de la population. Parmi les filières concernées, c'est celle des charcuteries qui, au niveau collectif, s'est le plus mobilisée sur la question du sel – celle-ci étant souvent incluse dans celle, plus large, de la qualité nutritionnelle. En effet, la mise en cause des charcuteries pour leur teneur excessive en sel vient s'ajouter à une critique plus ancienne : celle de leur teneur excessive en matières grasses. Cette stigmatisation accrue des charcuteries sur le plan nutritionnel conduit la Fédération française des industriels charcutiers traiteurs (FICT⁴¹) à se mobiliser pour restaurer leur image. En 2006, elle met sur pied un groupe de travail sur la nutrition. En 2007, lors d'une intervention devant le comité directeur de la FICT, le rapporteur de ce groupe rappelle que les charcuteries sont « mal considérées sur le plan nutritionnel⁴² ». En effet, d'après un sondage commandé à l'IPSOS, 92 % des consommateurs les trouvent grasses, et 78 %, trop salées. Si les charcuteries ont « une image de plaisir, de praticité, de tradition » qui « contrebalance encore la mauvaise image "nutritionnelle"⁴³ », cela pourrait ne pas durer. Les charcuteries apparaissent donc « particulièrement exposées » aux injonctions exprimées par les pouvoirs publics en matière de nutrition. Ces évolutions obéiraient à un « mouvement inévitable », auquel il s'agit de s'adapter : les entreprises doivent faire des efforts pour réduire la teneur en

⁴¹ La FICT revendique 250 entreprises adhérentes représentant 80 % de la production de charcuteries et produits traiteurs.

⁴² Présentation Powerpoint datée du 23 mai 2007 (source : site internet de la FICT). Les citations qui suivent sont extraites du même document.

⁴³ Souligné dans le document d'origine.

sel de leurs produits, faute de quoi leurs produits risqueraient d'être davantage stigmatisés sur le plan nutritionnel et de subir une désaffection de la part des consommateurs.

Si les dirigeants de la FICT cherchent à convaincre leurs adhérents de réduire la teneur en sel de leurs produits, c'est qu'il leur est difficile d'opposer aux accusations portées contre les charcuteries des qualités nutritionnelles qui leur seraient communes, comme c'est le cas, au contraire, pour les fromages et pour le pain. En effet, les fromages bénéficient d'une meilleure image nutritionnelle, leur consommation étant par exemple encouragée par le PNNS avec les autres produits laitiers pour leur teneur en calcium. Deux cadres dirigeants d'un grand groupe laitier français nous disaient ainsi :

« [Cadre 1] Le produit [le fromage] est [...] considéré comme beaucoup plus sain qu'une tranche de mortadelle, hein ! Faut quand même dire les choses comme elles sont !

« [Cadre 2, enchaînant :] On a la chance d'être un secteur qui... Je crois quand même qu'on doit avoir une image nutritionnelle, entre autres, positive. C'est que beaucoup de produits d'autres secteurs essaient de nous copier, hein. Le soja essaie de copier le lait et autres, parce qu'ils essaient de s'approprier l'image bénéfique des produits laitiers » (entretien, 14/03/2011).

De même, lorsque Gérard Brochoire, le directeur de l'Institut national de la boulangerie-pâtisserie (INBP⁴⁴), essaie de convaincre les dirigeants de la Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie française de mobiliser les artisans pour qu'ils réduisent la teneur en sel du pain, il peine à les intéresser. L'argument selon lequel « il y va de l'intérêt de l'ensemble de la profession de sauvegarder l'image du pain "bon pour la santé"⁴⁵ » porte peu car, bien que le pain soit pointé du doigt pour sa teneur excessive en sel, sa consommation reste, avec les féculents, fortement encouragée par les campagnes d'éducation nutritionnelle. Le pain demeure, en France, une composante essentielle de l'alimentation quotidienne. En outre, contrairement aux charcuteries, le pain n'est pas perçu par les consommateurs comme un aliment très salé. Les boulangers reçoivent donc peu de remontrances de la part de leurs clients sur ce sujet :

« Quand vous interrogez [...] les gens sur le pain, vous dites : "Est-ce qu'il est trop salé ?" Tout le monde – vous trouverez peut-être des exceptions – mais tout le monde répond non. Le consommateur ne le trouve pas trop salé. Donc expliquer au boulanger que son pain est trop salé, ce n'est pas simple. Parce que quand le consommateur lui dit il est trop cuit, il n'est pas assez cuit, ça il le constate, tout de suite, donc il va réagir. Mais pour le sel il ne le constate pas, parce qu'il n'y a pas de réactions » (entretien avec le directeur de l'INBP, 06/01/2010).

Les entreprises, artisanales ou industrielles, sont donc plus ou moins incitées à se conformer aux injonctions qui leur sont faites de réduire la teneur en sel de leurs produits suivant la manière dont ces derniers sont, selon elles, perçus par les consommateurs sous leur rapport de leurs qualités nutritionnelles et de leur goût salé. Leurs stratégies dans ce domaine sont donc fonction de la manière dont elles perçoivent leur environnement et des paris qu'elles font sur ses transformations à venir en s'appuyant sur divers éléments : remarques des clients, lettres

⁴⁴ Situé à Rouen, l'INBP a été fondé en 1973 par la Confédération nationale de la boulangerie-pâtisserie française (CNBF), initialement dans le but de former les enseignants intervenant dans les Centres de formation des apprentis. Il emploie aujourd'hui plus de 50 personnes à temps plein. Premier organisme de formation continue dans le domaine de la boulangerie et disposant depuis les années 1990 de laboratoires d'analyse et de recherche, il est sollicité par la CNBF et les pouvoirs publics pour son expertise technique dans le domaine de la boulangerie artisanale.

⁴⁵ BROCHOIRE G., « Le sel », *Filière gourmande*, n° 87, suppl. 3, 2002, p. 7.

d'information diffusées par les organisations professionnelles, veille concurrentielle, organisation de tests de dégustation, etc.

2.3. Valoriser les aliments : le primat du goût

Certaines entreprises ont fait le pari que la qualité nutritionnelle de leurs produits – dont, entre autres, une teneur modérée en sel – pouvait constituer, face à ceux de leurs concurrents, un atout supplémentaire pour qu'ils soient plébiscités par les consommateurs. Par exemple, l'entreprise bretonne Gouennach, qui produit principalement des pâtés en conserve sous sa propre marque à destination des grandes surfaces, a fait de la qualité nutritionnelle un des axes de valorisation de ses produits. En 2004, elle a entrepris avec l'aide d'ADRIA Développement, un organisme technique situé à Quimper, de faire valoir auprès des professionnels de santé les qualités nutritionnelles de son pâté de jambon – produit qui représente à lui seul près de la moitié de ses ventes et sur lequel elle a bâti sa notoriété – en le présentant comme moins gras que les autres pâtés vendus dans le commerce. En 2005, Gouennach décide également de faire figurer un étiquetage nutritionnel de type 1 sur tous ses produits⁴⁶. En 2008, l'entreprise lance deux nouveaux produits, un pâté de foie et un pâté de campagne, fabriqués à partir de viandes issues de la filière Bleu Blanc Cœur⁴⁷, riches en oméga 3, et contenant 30 % de sel en moins que les produits analogues existant sur le marché. L'allégation « moins 30 % de sel » figure bien en évidence sur l'emballage. Gouennach a ensuite entrepris de baisser, par paliers, la teneur en sel de son pâté de jambon et a fini par soumettre, toujours avec l'aide d'ADRIA Développement, une charte d'engagement de progrès nutritionnels au ministère chargé de la Santé, qui l'a validée en 2010.

Si l'entreprise Gouennach a entrepris de valoriser les qualités nutritionnelles de ses produits, de faire évoluer leur composition et d'en concevoir de nouveaux, c'est tout d'abord parce que ses cadres et dirigeants sont convaincus du fait que la nutrition « est une tendance très lourde sur les marchés agroalimentaires⁴⁸ » et que « le goût des gens actuellement par rapport au sel est en train d'évoluer⁴⁹ ». Ils estiment donc nécessaire de faire évoluer la composition et la présentation de leurs produits face à cette nouvelle donne. Cependant, une autre raison les a incités à concevoir des produits porteurs d'une allégation nutritionnelle sur leur teneur réduite en sel : le souci de maintenir leurs parts de marché et de préserver leurs marges sur un marché très concurrentiel, caractérisé par une forte montée en puissance des MDD. En 2004, celles-ci représentaient 46 % des parts de marché en valeur des charcuteries vendues en libre service dans les grandes surfaces, contre 24 % en 1997⁵⁰. Or, les entreprises dont les produits vendus sous leur propre marque sont retirés des rayons en raison de leur similarité avec des produits MDD ou de leurs mauvaises performances commerciales sont contraintes, pour survivre, de fabriquer à leur tour des produits MDD, sur lesquels elles réalisent des marges très faibles. Dès lors, pour rester présentes dans les rayons des supermarchés sous leurs propres marques et maintenir leurs marges, les entreprises sont contraintes de recourir à des stratégies de

⁴⁶ Ce type d'étiquetage indique la valeur énergétique du produit ainsi que sa composition en macronutriments (protéines, glucides, lipides). Il se distingue de l'étiquetage de type 2, qui inclut également les teneurs en sucres, acides gras saturés, fibres et sodium.

⁴⁷ Les animaux issus de cette filière bénéficient d'un régime alimentaire particulier, contenant des aliments végétaux riches en oméga 3 (acides gras valorisés pour la prévention nutritionnelle des maladies cardiovasculaires), comme les graines de lin.

⁴⁸ D'après la responsable du développement des produits de Gouennach (entretien, 12/04/2011).

⁴⁹ D'après le directeur Recherche et développement de Gouennach (entretien, 12/04/2011).

⁵⁰ BERGÈS F. *et al.*, « L'impact économique du développement des marques de distributeur », *Économie & prévision*, 189, 2009, p. 41-56.

différenciation de leurs produits par rapport à ceux des distributeurs, comme a dû le faire Gouennach en lançant des pâtés à teneur réduite en sel :

« [...] La montée des MDD nous a inquiétés quand même, nous a bousculés, donc il a fallu qu'on se trouve un axe de différenciation par rapport aux MDD – et qui justifie notre écart de prix, parce qu'on est fatalement plus cher qu'eux » (entretien avec la responsable du développement des produits, 12/04/2011).

Les cadres chargés du marketing et de la recherche et du développement au sein de Gouennach estiment ainsi que le lancement de pâtés de campagne et de pâtés de foie à teneur réduite en sel leur a permis de limiter la baisse des ventes qu'ils avaient subie pour ces produits en raison de la concurrence des MDD. Avec les mises en cause de l'excès de sel contenu dans les aliments transformés dans les débats publics⁵¹, la commercialisation de produits porteurs d'une allégation « teneur en sel réduite » constitue donc pour certaines entreprises une nouvelle manière de distinguer leurs produits de ceux de leurs concurrents, et vient donc enrichir le « répertoire » des stratégies de différenciation des entreprises.

Au sein de ce répertoire, cette stratégie occupe toutefois une place marginale par rapport aux autres stratégies de différenciation que mobilisent les entreprises. Les produits dont la teneur réduite en sel est mise en avant sur l'emballage constituent des produits *de niche* visant principalement des personnes surveillant de près la qualité nutritionnelle de leur alimentation ou de celle de leurs proches, comme les hypertendus devant limiter leur apport en sel ou les familles de catégories socioprofessionnelles supérieures ayant de jeunes enfants. Les responsables des entreprises restent en effet convaincus qu'à un niveau de prix donné, les consommateurs achètent leurs produits principalement pour leurs qualités gustatives. Cela est vrai tout d'abord des entreprises qui fabriquent des fromages ou des charcuteries haut de gamme, qui mettent en avant leur savoir-faire et le caractère « traditionnel » de leurs produits. Par exemple, sur la page d'accueil de son site Internet, une petite entreprise de charcuterie ardéchoise dont les produits sont vendus en vente directe ou chez des petits détaillants rappelle que son implantation à une haute altitude lui permet « de pratiquer toute l'année *le séchage à l'air libre*, qui est un des éléments déterminants dans la qualité de [ses] produits », et que « [ses] méthodes de fabrication n'ont pas changé depuis [sa] création »⁵². Les responsables de ce type d'entreprises sont convaincus que leurs produits sont consommés principalement pour leurs qualités organoleptiques et non pour leurs caractéristiques nutritionnelles. Il en va de même des industriels fabriquant des fromages ou des charcuteries pour les rayons moyen de gamme des grandes surfaces qui comptent davantage sur les qualités organoleptiques de leurs produits que sur leurs caractéristiques nutritionnelles pour plaire aux consommateurs. Ainsi, un cadre d'une grande entreprise de charcuteries et de plats cuisinés signataire d'une charte d'engagement de progrès nutritionnels prenait soin de nous rappeler que « les gens [...] achètent encore du plaisir, de la convivialité. Enfin, le plat c'est d'abord ça : je me rassasie, je me fais plaisir. Ce n'est pas : je me ressource en protéines, en énergie, en indice glycémique lent » (entretien, 10/01/2011).

On comprend donc mieux pourquoi, de manière apparemment paradoxale, beaucoup d'entreprises ayant réduit de manière globale la teneur en sel de leurs aliments n'ont pas cherché à le faire savoir au grand public, même lorsqu'elles en avaient les moyens (si certaines entreprises ont signé des chartes d'engagement nutritionnel, elles ont fait peu d'efforts pour en

⁵¹ Un responsable Recherche et innovation d'un important groupe agroalimentaire estime ainsi que le sel « a été sans doute le point nutritionnel le plus traité d'un point de vue médiatique » au cours des dernières années (entretien, 13/05/2011).

⁵² <http://www.charcuterie-rome.com/>, page consultée le 17/11/2011. Souligné dans le texte d'origine.

informer les consommateurs⁵³). En outre, elles ont fait en sorte que leur démarche ne soit pas perçue par les consommateurs au niveau du goût de leurs produits – en la décomposant, si besoin, en plusieurs étapes. Cela est dû à deux raisons principales. En premier lieu, pour les responsables de ces entreprises, informer les consommateurs de la diminution de la teneur en sel de leurs produits ou procéder à des baisses perceptibles sur le plan organoleptique pouvaient présenter des risques économiques à court terme. Informés de cette démarche, ou trouvant les aliments auxquels ils étaient habitués moins salés qu'avant, certains consommateurs risquaient de les trouver plus fades et leur préférer ceux d'une entreprise concurrente. D'autres, plus soucieux de la qualité nutritionnelle de leur alimentation, et découvrant que des produits qu'ils croyaient peu salés étaient en fait riches en sel – comme le pain – pouvaient être amenés à en manger de moins grandes quantités. En second lieu, les responsables des entreprises dont les produits sont mis en cause pour leur teneur excessive en sel estiment qu'à *plus long terme*, ils auraient tout à perdre d'une « nutritionnalisation » du rapport aux aliments, c'est-à-dire d'une valorisation des aliments sous le seul angle de leurs caractéristiques nutritionnelles⁵⁴. Pour ces entreprises, les charcuteries, les fromages ou les plats cuisinés *doivent* rester associés au plaisir et à la convivialité, car quels que soient les efforts que pourraient accomplir leurs entreprises en matière de qualité nutritionnelle, leurs produits resteraient difficiles à valoriser sous ce rapport. Dans leurs campagnes de publicité à destination du grand public, ces entreprises continuent à mettre en avant principalement les qualités organoleptiques de leurs produits et non leurs caractéristiques nutritionnelles – celles-ci constituant éventuellement un axe secondaire de valorisation de leurs produits.

Conclusion

À la fin des années 1990, certains scientifiques et responsables d'associations de consommateurs se sont mobilisés, en s'appuyant sur les médias, pour faire de l'excès de sel contenu dans les aliments transformés un problème majeur de santé publique. Cette mobilisation a abouti à une reconnaissance rapide de ce problème par les autorités publiques ; mais elle n'a pas conduit ces dernières à faire peser des injonctions puissantes sur les entreprises concernées, par comparaison avec d'autres types d'injonctions visant les entreprises agroalimentaires en matière de santé publique, comme pour la sécurité sanitaire des aliments.

Les entreprises, incitées à réduire de manière volontaire les quantités de sel présentes dans leurs aliments, ont fait des efforts en ce sens. Cependant, au niveau global, ces efforts sont restés en deçà des objectifs fixés par les autorités publiques et, en outre, ils ont été partagés inégalement par les entreprises. Plusieurs éléments permettent de comprendre ces résultats mitigés. Tout d'abord, les entreprises font face à des contraintes inégales, en termes de sécurité sanitaire des aliments et de procédés de fabrication. Les entreprises confrontées aux contraintes les plus fortes sont ainsi faiblement incitées à réduire de manière significative le sel contenu dans leurs produits, les injonctions qui leur ont été adressées en ce sens étant faibles. En second lieu, suivant les filières, les responsables des entreprises et des organisations professionnelles ressentent ces injonctions de manière différente : pour certains, les critiques sur le contenu en sel de leurs produits portent peu car ils bénéficient d'une bonne image nutritionnelle ou sont perçus comme des aliments peu salés. À l'inverse, pour d'autres professionnels, comme les fabricants de charcuteries et leurs représentants, l'accumulation de discours nutritionnels négatifs sur leurs produits pourrait menacer leurs ventes, et doivent donc être pris au sérieux.

⁵³ De ce point de vue, ces chartes apparaissent davantage comme des instruments de mobilisation interne ou comme des signes de bonne volonté adressés aux autorités publiques que comme des moyens pour les entreprises de valoriser leurs produits auprès des consommateurs.

⁵⁴ POULAIN J.-P., *Sociologie de l'obésité*, Paris, PUF, 2009.

Certains d'entre eux, convaincus d'une moindre appétence des consommateurs pour les produits très salés, ont ainsi baissé, parfois de façon importante, la teneur en sel de leurs produits.

Néanmoins, dans l'ensemble, les entreprises visées par les injonctions des pouvoirs publics continuent à valoriser leurs produits davantage pour leurs qualités organoleptiques, voire « traditionnelles », que pour leurs qualités nutritionnelles. En outre, leurs responsables sont souvent convaincus que la grande majorité des consommateurs accordent peu d'importance aux caractéristiques nutritionnelles des aliments au moment de l'achat, à l'exception de certaines catégories de consommateurs à l'intention desquels des produits spécifiques, pouvant comporter des allégations nutritionnelles, sont mis au point. Une partie des responsables des entreprises doutent également de la moindre appétence des consommateurs pour le sel, même lorsque ces derniers affirment vouloir manger moins salé. Lorsque leurs entreprises ont réduit le sel contenu dans leurs produits, elles l'ont donc fait de manière à ce que ce ne soit pratiquement pas détectable au goût.

Dès lors, on peut affirmer que quelles que soient les stratégies des entreprises, celles-ci s'efforcent moins de se conformer aux injonctions des pouvoirs publics, des médias, des médecins ou des associations de consommateurs en matière de qualité nutritionnelle que de mettre sur le marché des aliments correspondant à ce qu'elles estiment être les préférences des consommateurs. Les injonctions touchant à la qualité nutritionnelle sont retraduites par les responsables des entreprises en termes proprement économiques, et ils ne s'y conforment que si ils estiment que cela n'affectera pas sensiblement leur rentabilité ou, mieux, qu'ils pourront ainsi préserver ou accroître leurs ventes en commercialisant des produits correspondant au goût des consommateurs. Autrement dit, les entreprises poursuivent des logiques économiques propres qui peuvent parfois coïncider avec les injonctions qui leur sont adressées en matière de qualité nutritionnelle, et parfois non. Lorsqu'elles se conforment à ces injonctions, elles le font principalement *par surcroît*.