



HAL
open science

”Les Français et leur alimentation”. Défendre l’intensification chimique des industries agroalimentaires dans la France des années 1970

Thomas Depecker, Marc-Olivier Déplaude

► To cite this version:

Thomas Depecker, Marc-Olivier Déplaude. ”Les Français et leur alimentation”. Défendre l’intensification chimique des industries agroalimentaires dans la France des années 1970. *Sociologies pratiques*, 2020, 41, pp.67-79. 10.3917/sopr.041.0067 . hal-03131191

HAL Id: hal-03131191

<https://hal.science/hal-03131191>

Submitted on 13 Feb 2021

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.

« Les Français et leur alimentation » : défendre l'intensification chimique des industries agroalimentaires dans la France des années 1970

Thomas Depecker¹ et Marc-Olivier Déplaud²

Publié dans *Sociologies pratiques*, 2020, n° 41, p. 67-79

Résumé

En 1978, un livre intitulé *Les Français et leur alimentation* paraît sous l'égide de la Fondation française pour la nutrition (FFN), une organisation créée quatre années plus tôt par de grandes entreprises agroalimentaires. Comprenant une vingtaine d'entretiens avec des experts, cet ouvrage est une réponse aux critiques dénonçant à l'époque la multiplication des contaminants et additifs présents dans les aliments. S'appuyant sur des archives issues de la FFN, l'article montre que cette publication est caractéristique de nouvelles stratégies visant à faire accepter l'intensification chimique des industries agroalimentaires. Ces stratégies, toujours mobilisées aujourd'hui, se traduisent par une orientation vers le grand public (et pas seulement vers les pouvoirs publics), par la mobilisation des chercheurs et des universitaires, et par la création de formes organisationnelles nouvelles, présentées comme autonomes par rapport aux entreprises et orientées vers l'intérêt général.

Mots-clés : industries, fondations, alimentation, chimie, stratégies d'influence.

¹ Chargé de recherche en sociologie INRAE, CMH (UMR CNRS EHESS ENS), PSL.

² Chargé de recherche en sociologie INRAE, IRISSO (UMR CNRS INRAE Université Paris-Dauphine), PSL.

« Les Français et leur alimentation » : défendre l'intensification chimique des industries agroalimentaires dans la France des années 1970

Introduction

La seconde moitié du 20^e siècle a été marquée par une augmentation sans précédent de la production de substances chimiques dans le monde, et par une pénétration de celles-ci dans un nombre croissant de secteurs économiques³. Ce processus d'« intensification en produits chimiques de l'économie⁴ » concerne notamment les aliments : on assiste après la Seconde Guerre mondiale non seulement à un accroissement très rapide de l'emploi de produits issus de l'industrie de la chimie par les agriculteurs et les éleveurs (engrais de synthèse, produits phytosanitaires, médicaments vétérinaires, hormones de croissance, etc.), mais aussi par les industries de transformation des aliments, à travers l'usage des additifs⁵. Ce développement inédit, soutenu par les pouvoirs publics qui promeuvent la production d'une alimentation abondante et bon marché au sortir de la Seconde Guerre mondiale, se traduit par l'industrialisation de fabrications encore souvent réalisées de manière artisanale (fromages, charcuteries, glaces, produits de boulangerie...) et l'arrivée sur le marché de nombreux « produits nouveaux » (plats cuisinés, soupes déshydratées, desserts pré-préparés, etc.). Ces évolutions accompagnent des transformations plus larges du mode de vie des Français, qui se traduisent par une diminution du temps passé aux achats alimentaires et à la préparation des repas, et par une part croissante des aliments transformés dans les dépenses d'alimentation⁶.

Ce mouvement suscite dans les pays industrialisés des critiques émanant d'associations de consommateurs et de chercheurs à partir des années 1950 et, surtout, des années 1960⁷. Ceux-ci dénoncent la présence d'un nombre croissant de substances nouvelles dans les aliments vendus dans le commerce et le fait qu'elles ne soient pas systématiquement étiquetées, et s'inquiètent de leurs conséquences pour la santé des consommateurs. Ces critiques sont redoublées par les usages croissants de « l'opinion publique » dans les milieux

³ S. Boudia, N. Jas, *Gouverner un monde toxique*, Versailles, Quæ, 2019.

⁴ UNEP, *Global chemical outlook. Towards sound management of chemicals*, Nairobi, United Nations Environment Program, 2013 (cité par S. Boudia et N. Jas, *op. cit.*).

⁵ Voir notamment S. Boudia et N. Jas, *op. cit.* et A. Hisano, *Visualizing taste. How business changed the look of what you eat*, Cambridge, Harvard University Press, 2019.

⁶ D. Besson, « Le repas depuis 45 ans : moins de produits frais, plus de plats préparés », *INSEE Première*, 1208, 2008, p. 1-4.

⁷ W. J. Belasco, *Appetite for change. How the counterculture took on the food industry, 1966-1988*, New York, Pantheon Books, 1989 ; T. Depecker et M.-O. Déplaudé, « Information et désinformation des consommateurs. La constitution d'un répertoire d'action consommériste dans les années 1960 », *Terrain et travaux*, 31, p. 21-44 ; et F. Degreef, « "What's the deal with these strange substances in our food?" The representation of food additives by Belgian consumer organizations, 1960-1995 », *Food and Foodways*, 27(1-2), 2019, p. 144-163.

politiques, marchands et journalistiques, soutenus par la diffusion des techniques de sondage et de marketing et les nouveaux instituts comme l'IFOP ou la SOFRES⁸.

Plusieurs travaux ont mis en évidence les stratégies qu'ont mobilisées les industriels et les pouvoirs publics à cette période pour promouvoir des innovations technologiques contestées⁹. Parmi ces stratégies, nous nous intéresserons ici à celles qui, dans l'ordre du discours, visent à naturaliser et faire accepter ces innovations auprès du grand public, de « l'opinion ». Pour cela, à quels nouveaux types d'actions recourent-ils pour répondre à ces enjeux ? Nous montrerons que comme dans d'autres secteurs économiques, les industries agroalimentaires développent de nouvelles manières de défendre leurs activités, nécessitant la création de formes organisationnelles distinctes de celles défendant leurs intérêts économiques immédiats, et s'appuyant notamment sur des experts reconnus pour relativiser – ou anticiper – les critiques qui leur sont adressées.

Pour le montrer, nous nous intéresserons à un ouvrage édité en 1978 par la Fondation française pour la nutrition (FFN), une organisation fondée par de grandes entreprises du secteur agroalimentaire. Sobrement intitulé *Les Français et leur alimentation*, il propose une analyse des craintes des Français vis-à-vis des aliments vendus dans le commerce, et expose les points de vue d'experts à leur sujet. Dans un premier temps, nous examinerons le contenu de cette publication et ses contributeurs. Puis nous analyserons les modalités et les ressorts de la mobilisation dont cette publication a été le produit.

Encadré 1 – L'enquête

Outre l'ouvrage *Les Français et leur alimentation*, cet article s'appuie principalement sur des archives du Fonds français pour l'alimentation et la santé (FFAS), une organisation fondée en 2010 et issue de la FFN. Les archives utilisées ici regroupent des documents allant de 1969 à 1978, de statuts divers : notes, comptes rendus de réunions, documents de travail, correspondances... Elles permettent de reconstituer de manière précise les circonstances dans lesquelles la FFN a été créée, ce qu'en attendaient ses fondateurs, et la manière dont ses activités ont été progressivement définies et redéfinies. Sauf mention expresse, l'ensemble des citations figurant dans cet article sont issues des *Français et leur alimentation* (dans la première section de l'article) et des archives du FFAS (dans la seconde section). La réalisation de cette recherche a bénéficié du soutien de l'ANR (ANR-18-CE26-0016, projet POLAL).

⁸ L. Blondiaux, *La fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, Paris, Seuil, 1998 ; F. Cochoy, *Une histoire du marketing. Discipliner l'économie de marché*, Paris, La Découverte, 1999.

⁹ Voir notamment C. Pessis, S. Topçu, C. Bonneuil (dir.), *Une autre histoire des Trente Glorieuses. Modernisation, contestations et pollutions dans la France d'après-guerre*, Paris, La Découverte, 2013 ; et D. Pestre (dir.), *Le gouvernement des technosciences. Gouverner le progrès et ses dégâts depuis 1945*, Paris, La Découverte, 2014.

Les Français et leur alimentation

Publié en février 1978, *Les Français et leur alimentation* est présenté au grand public à l'occasion d'une conférence au Palais de la Découverte. D'une longueur de 175 pages, le livre est composé de deux parties. La première, sur les « opinions des Français », regroupe des études concernant les attentes et les craintes des consommateurs vis-à-vis des aliments. La seconde, plus longue, présente sous forme d'entretiens « les réponses de 26 spécialistes du monde scientifique et de la consommation », appelés à se prononcer sur les résultats de ces études. Le pédiatre Pierre Royer, président de la FFN, précise dans sa préface que l'ouvrage constitue une réponse à un vœu formulé par la Secrétaire d'État à la Consommation, qui avait appelé lors d'une visite à la FFN en 1976 l'organisation d'une « large concertation entre médecins, scientifiques, producteurs et consommateurs ».

La peur de la chimie

Les craintes des consommateurs sur les aliments sont analysées dans deux études. La première, menée par Yvonne Serville, chercheuse à l'INSERM, se base sur des entretiens semi-directifs auprès de cent femmes de divers milieux sociaux¹⁰. La seconde est un sondage commandé par la FFN à la SOFRES, portant sur un échantillon de 2 000 personnes âgées de 18 ans et plus. Toutes deux révèlent que pour beaucoup de Françaises, les aliments ont moins de saveur qu'autrefois, et que le recours croissant à la chimie dans la production et la transformation des aliments présente des dangers pour leur santé. Les femmes interviewées dans le cadre de l'étude de l'INSERM mentionnent principalement des produits non ou faiblement transformés (viande, fruits, légumes) et mentionnent l'emploi de substances telles que les hormones de croissance et les antibiotiques pour les élevages, et les pesticides et les engrais de synthèse pour les fruits et les légumes.

Le sondage de la SOFRES présente des résultats légèrement différents. Il est en effet demandé aux enquêtés « ce qui peut nuire à la qualité des produits alimentaires en France » parmi quatre maillons de la chaîne agroalimentaire : la production, la transformation, le transport et la distribution des aliments. 63 % des sondés désignent la transformation. Concernant les additifs employés par les industriels, le jugement porté « est très sévère ». Après une question ouverte demandant aux sondés ce que sont les additifs, et une explication selon laquelle « un additif c'est un produit que l'on ajoute aux aliments dans le but d'améliorer leur couleur, leur consistance, leur conservation ou leur goût », les enquêteurs les ont invités à se prononcer sur différentes affirmations à leur sujet. Il en ressort que « 77 % des Français sont d'accord avec l'idée que "c'est dangereux pour la santé", 77 % aussi que "cela trompe l'acheteur sur la qualité des produits", 44 % avec l'idée

¹⁰ Le choix d'interroger exclusivement des femmes n'est pas justifié dans l'étude, mais il l'était probablement par leur rôle prépondérant dans les achats alimentaires et la préparation des repas.

que “cela détériore le goût des aliments”. » Bien que la moitié des sondés reconnaissent l’importance d’avoir un régime alimentaire équilibré, pratiquement autant estiment que les substances chimiques créent des risques pour la santé : parmi les substances et procédés listés par les enquêteurs auprès des sondés, ce sont les colorants, suivis des hormones et des emballages plastiques, qui sont associés aux risques sanitaires les plus graves, tels que le cancer.

L’étude de la SOFRES note que ces craintes sont plus fréquentes chez les personnes les plus diplômées et les plus jeunes. Néanmoins, elle précise qu’elles reposent souvent sur des connaissances vagues : par exemple, 30 % des enquêtés déclarent ne pas savoir ce qu’est un additif ou n’en avoir jamais entendu parler, et 27 % disent seulement savoir que c’est « quelque chose que l’on ajoute aux produits sans savoir précisément quoi ». Cela les conduit à exagérer la présence des substances chimiques dans les aliments : « on en voit, on croit en voir, un peu partout ». Autrement dit, les connaissances souvent vagues ou imprécises des consommateurs sur la chimie et ses usages par les industries agroalimentaires alimenteraient des craintes diffuses. L’enjeu majeur est donc, pour les industriels, d’informer les consommateurs sur l’inanité de leurs craintes : c’est précisément ce que s’emploient à faire les experts interrogés dans la deuxième partie du livre.

Des experts rassurants

La seconde partie de l’ouvrage est structurée en huit chapitres comprenant chacun une ou plusieurs interviews, auxquels s’ajoutent une introduction et une conclusion. Deux chapitres fournissent un cadrage général sur les aliments et leur production ; trois autres portent sur les « traitements » des produits (pesticides, engrais, médicaments vétérinaires, additifs, emballages en plastique) ; un chapitre précise les liens entre alimentation et santé (sur le cancer et les allergies, notamment), et enfin les deux derniers abordent les sujets de la protection et de l’information du consommateur.

Qui sont les experts ainsi sollicités ? Comme le montre le tableau 1, deux tiers d’entre eux sont des chercheurs ou des universitaires. La majorité d’entre eux occupent des positions institutionnelles élevées et sont des experts reconnus dans leurs domaines respectifs, comme l’atteste pour la majorité d’entre eux leur participation à des comités d’experts nationaux, européens ou internationaux. Près d’un tiers d’entre eux sont mêmes membres d’au moins une académie. Certains sont des figures centrales de la médecine de l’époque, tels le pédiatre Pierre Royer ou le cancérologue Georges Mathé, ou des sciences mobilisées dans les arènes réglementaires : c’est notamment le cas d’Hugues Gounelle de Pontanel, figure majeure des sciences de la nutrition de la France d’après-guerre et président de la section « alimentation » du Conseil supérieur d’hygiène publique de France, ou encore de Raymond Ferrando et de René Truhaut, qui ont tous deux joué un rôle central dans le développement de la toxicologie en France et à l’étranger à partir des années 1950.

Tableau 1 – Les « spécialistes » sollicités par la FFN pour *Les Français et leur alimentation**

	Effectif	FFN	Fonctions de direction	Membre d'un comité d'experts	Membre d'une académie
Hauts fonctionnaires	4	1			
Institut national de la consommation (INC)	2	0			
Association nationale des industries agroalimentaires (ANIAA)	1	0			
Total hors chercheurs et universitaires	7	1			
Médecins hospitalo-universitaires	7	4	7	6	3
Autres universitaires et chercheurs**	13	5	9	5	3
Total chercheurs et universitaires	20	9	16	11	6

Légende

FFN : membre du conseil d'administration ou du conseil scientifique de la FFN.

Fonction de direction : chef de service hospitalier, directeur d'un laboratoire, d'un département de recherche ou d'enseignement, d'une institution d'enseignement supérieur...

Membre d'un comité d'experts : membre d'au moins une commission ministérielle, d'un comité d'experts de la CEE, ou d'autres comités d'experts internationaux.

Membre d'une académie : membre titulaire ou correspondant de l'Académie nationale de médecine, de l'Académie d'agriculture de France ou de l'Académie vétérinaire de France.

*Outre les personnalités interviewées, nous incluons l'auteur de la préface au livre, professeur de médecine et président de la FFN. Concernant les fonctions occupées par les chercheurs et les universitaires, les chiffres figurant dans le tableau sont des minimums.

**En incluant ici la directrice de l'École nationale supérieure de biologie appliquée à la nutrition et à l'alimentation (ENSBANA, Dijon).

Sources : outre *Les Français et leur alimentation*, ce tableau s'appuie sur les ressources accessibles en ligne de diverses organisations, telles que le Comité des travaux historiques et scientifiques (École nationale des chartes), l'Académie nationale de médecine, le Comité pour l'histoire de l'INSERM, etc.

À côté de ces chercheurs et universitaires, les consommateurs sont représentés par deux responsables de l'Institut national de la consommation (un organisme financé par le ministère chargé de l'industrie), les industriels par le président de l'Association nationale des industries agroalimentaires, et les pouvoirs publics par quatre fonctionnaires, dont trois sont des inspecteurs généraux d'administration. Au total, ce sont des personnalités

occupant des positions élevées dans leurs domaines respectifs que la FFN est parvenue à rassembler pour cette publication, donc dix étaient alors membres de son conseil d'administration ou de son conseil scientifique.

Ces experts s'efforcent d'analyser et de répondre aux craintes évoquées par les consommateurs. Celles-ci seraient l'expression d'une peur anthropologique face aux innovations techniques, de sorte que beaucoup de dangers perçus par les consommateurs seraient « irréels ». Deux thèmes principaux ressortent ainsi des interviews. Un premier ensemble d'arguments consiste à expliquer que la chimie n'est pas ce qu'on prétend. Le chimique ne s'oppose pas au naturel : comme l'explique le chef du département d'agronomie de l'Institut national pour la recherche agronomique (INRA), dans la nature, « tout est chimique [...], l'univers et la vie sont fait de chimie ». En outre, le recours à des traitements en agriculture ou dans la conservation des aliments n'a rien de nouveau et a toujours été une nécessité. La réduction des surfaces agricoles et du nombre d'agriculteurs, l'augmentation de la population ou la demande des consommateurs sont autant de facteurs avancés pour expliquer l'inéluctabilité d'un recours accru à la chimie. Les engrais, comme les pesticides et les médicaments vétérinaires, sont indispensables. Loin de nuire aux consommateurs, les produits chimiques concourent à assurer leur subsistance et leur bien-être et à les protéger de nombreux fléaux.

Un deuxième ensemble d'arguments consiste à rappeler que, de surcroît, les Français sont bien protégés. En effet, plusieurs experts expliquent que l'emploi des produits phytosanitaires, des médicaments vétérinaires ou des additifs est réglementé et contrôlé. Leurs conditions d'utilisation sont définies par des experts vigilants sur le plan de la santé publique, tels qu'ils le sont eux-mêmes. Tant en raison des progrès des connaissances que du renforcement de la réglementation, le consommateur serait même mieux protégé que jamais. Les associations de consommateurs ne sont pas les seules à se soucier de ces derniers. Un toxicologue, professeur d'université à Toulouse, explique ainsi : « Le consommateur peut faire confiance aux experts. [...] Le consommateur doit savoir que les toxicologues se préoccupent, eux aussi, et sérieusement, de son intérêt. » Pour le président de l'Association nationale des industries agroalimentaires, la protection des consommateurs serait même mieux assurée « par des gens dont c'est le métier », plutôt que par des associations dont les membres ne disposent pas des compétences techniques nécessaires et qui, en voulant faire de la politique, affolent les consommateurs plus qu'elles ne les informent.

Les Français et leur alimentation constituent donc un ensemble de réponses argumentées, dont une partie émanent d'experts alors reconnus, aux craintes que suscite le développement de l'emploi des substances chimiques par l'agriculture et les industries de transformation agroalimentaires. Il vise expressément à dissiper ces craintes et à justifier la présence de ces substances dans les aliments.

Une mobilisation des industries agroalimentaires

Bien plus qu'une réponse à une demande d'une responsable politique, *Les Français et leur alimentation* est l'aboutissement d'une mobilisation initiée par de grandes entreprises de transformation agroalimentaire, qui aboutit à la création de la FFN en 1974. Au départ, ses missions consistent principalement à financer des recherches. Mais, très rapidement, elle se réoriente vers des activités de veille et de communication.

Naissance de la Fondation française pour la nutrition

La FFN naît au sein de l'Institut de liaisons et d'études des industries de consommation (ILEC), qui regroupe de grandes entreprises produisant des biens de consommation courante. Lors d'une assemblée générale de l'ILEC, en avril 1972, le directeur des relations extérieures de l'entreprise Lesieur & Cotelle, produisant principalement des huiles alimentaires, propose la création d'un « laboratoire commun qui permettrait d'analyser les produits et de répondre ainsi aux tests comparatifs des unions de consommateurs ». En septembre, il communique à l'ILEC une note de Bernard Lesieur, conseiller scientifique de Lesieur & Cotelle, décrivant les contours d'un futur « institut français de l'alimentation ». Sur la base de cette note, le directeur général adjoint de l'ILEC met en place un groupe de travail constitué initialement par des cadres de grandes entreprises de l'agroalimentaire et, plus marginalement, des cosmétiques. Les réunions aboutissent à la création de la FFN en mars 1974. Elle compte alors onze adhérents au sein du secteur agroalimentaire, dont sept entreprises (voir encadré 2).

Le principal sujet de préoccupation de Bernard Lesieur et des membres du groupe de travail de l'ILEC réside dans le développement et les transformations des associations de consommateurs dans les années 1960-1970. Initialement encouragées par les pouvoirs publics, qui souhaitent disposer d'interlocuteurs habilités à représenter les « consommateurs », ces organisations connaissent une transformation importante au début des années 1970, marquée par une posture plus critique à l'encontre de la société industrielle et de ses conséquences sanitaires et environnementales¹¹. Cette évolution, qui se fait sous l'influence des puissants mouvements écologistes qui se développent alors en France et dans le monde, est particulièrement marquée chez l'Union fédérale des consommateurs (UFC). Elle édite le magazine *Que choisir ?*, dont le tirage mensuel passe de 35 000 à 300 000 exemplaires entre 1971 et 1974. À partir de 1973, *Que choisir ?* publie des articles dénonçant les effets de la pollution environnementale et de l'industrialisation de l'agriculture sur la qualité des aliments. En raison de la multiplication des sources de contamination, les consommateurs n'auraient pratiquement plus la possibilité d'acheter

¹¹ L. Pinto, *L'invention du consommateur. Sur la légitimité d'un marché*, Paris, PUF, 2018.

des aliments sains. Se référant à *The Chemical Feast*, un ouvrage récemment traduit en français de l'activiste nord-américain Ralph Nader, un dossier consacré à la viande se conclut ainsi sur le constat que « notre alimentation est devenue un festin empoisonné. Le cercle des aliments non pollués se restreint dangereusement¹² ».

Encadré 2 – Les membres fondateurs de la FFN

Entreprises

Astra-Calvé (Unilever)	Huiles, margarines
BSN Gervais Danone	Produits diversifiés
Lesieur & Cotelte	Huiles, margarines
SOPAD (Nestlé)	Produits diversifiés
Bel	Produits laitiers
SPM (Société des produits du maïs)	Produits à base de maïs
Biscuiterie nantaise	Biscuits

Organisations professionnelles

Association nationale des industries agroalimentaires
 Institut de liaison et d'étude des industries de consommation
 Syndicat national des fabricants de sucre
 Union intersyndicale des industries françaises de biscuiterie, biscotterie, entremets et desserts instantanés, aliments diététiques et de régime

Dans sa note de septembre 1972, Bernard Lesieur explique ainsi que le développement des associations de consommateurs s'accompagne de la propagation d'informations contradictoires ou partisans, nourrie par les rivalités entre chercheurs. Selon lui, la mission du futur « Institut français de l'alimentation devrait donc être de « fédérer » les principaux laboratoires existants dans ce domaine et de coordonner leurs programmes de recherche, afin de diffuser au public une information unifiée et « pouvant [...] faire le poids auprès des associations de consommateurs et de la presse ».

Aux côtés de Bernard Lesieur, Robert Féron, directeur scientifique d'Astra-Calvé (une filiale d'Unilever), est choisi par les membres du groupe de travail pour conduire ce projet et diriger le futur organisme. Au cours d'une réunion de travail organisée par l'ILEC en octobre 1972, les participants s'accordent sur « une formule : [celle de la] fondation ». Ils entendent ainsi créer une organisation distincte de celles vouées explicitement à la défense des intérêts des entreprises agroalimentaires, et apparaissant comme orientée prioritairement vers le bien public. Le choix de cette formule organisationnelle a sans doute été influencé par l'existence d'organisations similaires à l'étranger : les fondateurs de la FFN connaissent en effet l'existence de la *British Nutrition Foundation*, créée en 1967, dont ils s'inspirent pour rédiger les statuts. L'autonomie de la future organisation doit notamment être

¹² *Que choisir*, n° 78, juillet-août 1973. Raph Nader a été invité au tout premier Salon des consommateurs organisé en France en 1972.

attestée par la mise en place de deux instances à la composition paritaire : le conseil d'administration de la fondation et son conseil scientifique, tous deux composés à parts égales de chercheurs du secteur public et de représentants des industriels. Ces instances doivent également être présidées par des personnalités scientifiques.

Or, comme l'affirme une note de l'ILEC de mars 1973, cette fondation ne pourra acquérir un début de « crédibilité » auprès des « formateurs d'opinion » et du grand public que si elle compte en son sein des scientifiques renommés. Pour cela, Robert Féron s'appuie sur les réseaux qu'il a constitués dans le domaine des sciences de la nutrition. Pour convaincre des universitaires et des chercheurs de siéger dans le conseil d'administration et le conseil scientifique de la future fondation, il leur promet de nouveaux financements pour leurs recherches. Cependant, certains des universitaires et chercheurs sollicités négocient leur soutien. C'est notamment le cas de Jean Trémolières, qui occupe alors une place centrale dans le domaine des sciences de la nutrition en France : professeur au Conservatoire national des arts et métiers (CNAM), où il dirige un important laboratoire dans le domaine des sciences de la nutrition, il a co-fondé en 1963 la Société de nutrition et de diététique de langue française, et a présidé le comité de nutrition de la Direction générale à la recherche scientifique et technique (DGRST) – tout en se rapprochant des industries alimentaires pour augmenter les budgets de la recherche en nutrition. Il est également une personnalité connue du grand public, tant par ses ouvrages de vulgarisation que par ses interventions fréquentes à la radio et à la télévision. La surface sociale de Jean Trémolières fait ainsi de son ralliement un enjeu majeur pour les industriels. Or, ce dont a besoin ce dernier, c'est de l'argent pour financer les salaires de jeunes chercheurs attendant d'être recrutés sur des postes statutaires. Pour cela, il obtient que le budget de la future fondation soit sensiblement supérieur à celui qu'envisageaient initialement les industriels (500 000 francs par an, au lieu de 150 000 à 200 000 francs), et que ce budget serve avant tout à financer des recherches. Fort du ralliement de Jean Trémolières, Robert Féron démarche avec succès d'autres chercheurs et universitaires, dont plusieurs figureront quelques années plus tard parmi les experts interviewés dans les *Français et leur alimentation*.

Le tournant communicationnel

Dans un premier temps, les actions de la FFN consistent essentiellement à financer des recherches dans le domaine des sciences de la nutrition, conformément aux exigences de Jean Trémolières. Sous l'impulsion de Robert Féron, nommé délégué général de la FFN dès sa création, il est décidé que seront financées en priorité des recherches portant sur des sujets susceptibles d'intéresser l'ensemble des industriels, et d'aboutir à des résultats rapides (sous deux à quatre ans). Entre 1974 et 1976, la FFN verse au total 900 000 francs à des laboratoires de recherche. Mais bien que ces financements représentent une partie importante du budget de la FFN, ils demeurent modestes. Les bourses versées à de jeunes chercheurs absorbent environ la moitié du budget scientifique. Les subventions accordées

à des projets de recherche sont comprises entre 5 000 et 60 000 francs, ce qui est peu par rapport aux fonds publics que reçoivent leurs bénéficiaires. Dès lors, il apparaît que la capacité de la FFN à influencer sur les choix des objets de recherche et à contribuer à la production de savoirs originaux susceptibles d'être mobilisés par les industriels est faible.

Ce constat conduit des représentants des industriels au sein du conseil scientifique de la FFN à défendre l'idée que le financement de recherches scientifiques ne devrait pas absorber une part trop grande du budget de la fondation, ce dernier devant également servir à financer des activités de veille et de communication. Celles-ci viseraient notamment à mieux anticiper les critiques des associations de consommateurs et à disposer d'argumentaires tout prêts pour y répondre. Lors de l'assemblée générale de la FFN en juin 1976, « une discussion très animée s'est instaurée sur le thème des additifs et de l'attitude de la presse ». Les associations de consommateurs s'érigeraient en « censeurs qui ignorent souvent les données exactes du problème » et affolent inutilement les Français. En outre, la mise en place d'activités de veille et de communication permettrait d'accroître la notoriété de la fondation, jugée insuffisante. Lors d'une réunion du conseil scientifique en septembre 1977, Bernard Lesieur estime ainsi que « faire connaître la fondation est nécessaire maintenant ». Sans aucun doute, le décès prématuré de Jean Trémolières en juillet 1976 facilite cette réorientation.

C'est dans ce contexte qu'il faut comprendre la genèse des *Français et leur alimentation*. Immédiatement après la demande faite par la Secrétaire d'État à la consommation au président de la FFN, un groupe de travail composé de trois membres du conseil scientifique, auxquels s'ajoute Yvonne Serville, est chargé de préparer cette manifestation. Il décide, sur la base de l'étude préparatoire d'Yvonne Serville, de commander un sondage à la SOFRES sur le thème des « craintes du consommateur ». La FFN consacre des ressources conséquentes à la conduite de ces deux études : elle dépense pour cela 381 000 francs en 1976 et 1977, soit un montant équivalent à plus de la moitié des dépenses consacrées au financement de la recherche durant ces deux années. Au total, le livre est imprimé à 3 000 exemplaires, diffusés auprès de chercheurs, de médecins, de diététiciennes, d'enseignants, d'industriels, de fonctionnaires, de parlementaires et de journalistes spécialisés.

Les financements importants consacrés à ces études suscitent des critiques de la part de plusieurs chercheurs. En 1977, le président du conseil scientifique écrit ainsi au délégué général de la FFN :

Il y a une certaine « grogne » chez les scientifiques qui ont eu l'impression d'être joués avec l'enquête SOFRES, puisque selon leurs dires, celle-ci n'avait pas été proposée au comité scientifique avant d'être programmée. D'autre part, les scientifiques ont l'impression que l'orientation se ferait de plus en plus vers l'utilisation des scientifiques pour couvrir l'industrie. Je pense donc qu'il faut mettre assez rapidement les choses au clair.

De fait, cette publication marque un tournant dans les activités de la FFN. Il se traduit notamment par le développement d'un service de documentation, chargé de suivre la presse et de faire connaître aux adhérents les ouvrages et articles pouvant les intéresser, parfois en les faisant traduire à leur intention. Ce tournant est également marqué par la mise en place en 1978 d'un « groupe communication », regroupant des universitaires et des cadres dirigeants d'entreprise. À partir de 1979, il supervise l'édition d'un bulletin trimestriel, comprenant principalement des comptes rendus d'événements scientifiques et une veille bibliographique. D'abord réservé aux adhérents, ce bulletin est ensuite adressé à toutes les personnes ou organisations intéressées. Il entreprend également d'organiser, en relation avec le conseil scientifique, des colloques s'adressant prioritairement aux « milieux intermédiaires » (journalistes, fonctionnaires, chercheurs, professionnels de santé, enseignants...). À travers ces différentes activités, les dirigeants de la FFN s'efforcent ainsi de perpétuer le travail engagé avec la publication des *Français et leur alimentation*, consistant à relativiser les critiques adressées aux industries agroalimentaires et à montrer que les industriels peuvent, avec les scientifiques, servir l'intérêt général.

Conclusion

Au début des années 1970, la montée en puissance des associations de consommateurs et la multiplication des discours dénonçant la présence d'un nombre croissant de substances chimiques dans les aliments conduisent de grandes entreprises agroalimentaires françaises à créer une organisation nouvelle : la FFN. Avec la publication des *Français et leur alimentation*, sa première réponse substantielle à ces débats, elle vise à mieux faire accepter l'emploi de ces produits dans les aliments, en mettant en évidence leur nécessité, mais aussi et surtout leur innocuité et leurs bienfaits.

L'histoire de la FFN ne s'arrête pas avec la publication des *Français et leur alimentation*. Cette organisation, devenue en 2010 le Fonds français pour l'alimentation et la santé (FFAS), existe toujours aujourd'hui et regroupe les principales entreprises et fédérations professionnelles françaises de l'agroalimentaire. Avec des organisations similaires créées dans d'autres pays européens, elle forme une fédération en 1983. Parallèlement, de grandes entreprises agroalimentaires américaines créent en 1978 l'International Life Sciences Institute (ILSI) : visant comme la FFN à rapprocher des industriels et des scientifiques, et se présentant comme orienté vers le bien public, il s'implante en Europe en 1986. Tant en France qu'à l'échelle européenne et internationale, ces organisations participent activement aux débats sur l'alimentation et les politiques alimentaires et tentent d'influer sur leur orientation.

Depuis une quinzaine d'années, des recherches qui se revendiquent de « l'agnotologie » ou des études sur l'ignorance, issues pour partie de la sociologie des sciences, ont profondément renouvelé l'analyse des stratégies mobilisées par les acteurs économiques

lorsque l'innocuité de leurs activités ou de leurs produits pour la santé ou l'environnement est mise en cause¹³. Ces travaux ont de ce fait largement contribué à enrichir l'analyse des répertoires d'action des industriels et de leurs organisations. Alors que de nombreuses recherches s'étaient focalisées à ce propos sur les rapports entre les représentants d'intérêts économiques, les syndicats de salariés et les pouvoirs publics, l'apport des études sur l'ignorance a permis de montrer que les industriels agissent souvent auprès d'audiences beaucoup plus variées (administrations, entourages politiques, médias, milieux académiques, enseignants, autres milieux professionnels...) et à diverses échelles, des communautés rurales aux grandes organisations internationales. Ils mobilisent, dans chacune de ces arènes, des stratégies spécifiques, et ont donc des répertoires d'action très diversifiés. Notre reconstitution de la genèse du livre *Les Français et leur alimentation* montre que pour agir auprès de certaines de ces audiences, les industriels s'appuient également sur la création de nouvelles formes organisationnelles. Ainsi, la création d'une organisation présentée comme autonome par rapport aux intérêts industriels et orientée vers l'intérêt général doit d'une part permettre d'enrôler des chercheurs et des universitaires, et d'autre part de produire des analyses auprès de certains milieux professionnels vus comme des « relais d'opinion » auprès du grand public : journalistes, professionnels de santé, enseignants, conseillères en économie sociale et familiale, etc. Autrement dit, la FFN doit permettre de toucher des audiences différentes de celles auxquelles s'adressent les organisations orientées directement vers la défense des intérêts économiques, telles que l'Association nationale des industries agroalimentaires.

Au-delà de l'analyse des stratégies des industriels et des répertoires d'action dont ils disposent pour défendre leurs intérêts, cette enquête invite ainsi à développer des recherches sur les organisations et les réseaux qu'ils construisent pour les mettre en œuvre. Cela peut se traduire par l'invention de formes organisationnelles inédites, telles que l'était en France la FFN pour le secteur agroalimentaire dans les années 1970. La construction et la consolidation de ces organisations et réseaux sont souvent le produit d'un travail continu, pouvant s'étaler sur des décennies¹⁴. Du point de vue des sciences sociales, des recherches prenant en considération cette dimension du temps long seraient indispensables pour comprendre les formes d'influence qu'exercent aujourd'hui les industries agroalimentaires à travers de telles organisations.

¹³ Voir notamment R. N. Proctor et L. Schiebinger (dir.), *Agnology. The making and unmaking of ignorance*, Stanford, Stanford University Press, 2008, et M. Gross et L. McGoeey (dir.), *Routledge international handbook of ignorance studies*, London/New York, Routledge, 2015.

¹⁴ Voir L. Tournès (dir.), *L'argent de l'influence. Les fondations américaines et leurs réseaux européens*, Paris, Autrement, 2010.

Références

- BELASCO W. J. (1989), *Appetite for change: how the counterculture took on the food industry, 1966-1988*, New York, Pantheon Books.
- BESSON B., « Le repas depuis 45 ans : moins de produits frais, plus de plats préparés », *INSEE Première*, 1208, 2008, p. 1-4.
- BLONDIAUX L., *La fabrique de l'opinion. Une histoire sociale des sondages*, Paris, Seuil, 1998.
- BOUDIA S., JAS N. (2019), *Gouverner un monde toxique*, Versailles, Quae, coll. « Sciences en questions ».
- COCHOY F., *Une histoire du marketing. Discipliner l'économie de marché*, Paris, La Découverte, 1999.
- DEGREEF F. 2019, « "What's the deal with these strange substances in our food?" The representation of food additives by Belgian consumer organizations, 1960–1995 », *Food and Foodways*, 27 (1-2), p. 144-163.
- DEPECKER T., DEPLAUDE M.-O. (2017), « Information et désinformation des consommateurs. La constitution d'un répertoire d'action consumériste dans les années 1960 », *Terrain et travaux*, 31, p. 21-44.
- GROSS M., MCGOEY L. (dir.) (2015), *Routledge international handbook of ignorance studies*, London/New York, Routledge.
- HISANO A. (2019), *Visualizing Taste: How Business Changed the Look of What You Eat*, Cambridge, Harvard University Press.
- PESSIS C., TOPÇU S., BONNEUIL C. (dir) (2013), *Une autre histoire des Trente Glorieuses : modernisation, contestations et pollutions dans la France d'après-guerre*, Paris, La Découverte.
- PESTRE D. (dir.) (2014), *Le gouvernement des technosciences. Gouverner le progrès et ses dégâts depuis 1945*, Paris, La Découverte.
- PINTO L. (2018), *L'invention du consommateur. Sur la légitimité d'un marché*, Paris, PUF.
- PROCTOR R. N., SCHIEBINGER L. (dir.) (2008), *Agnology. The making and unmaking of ignorance*, Stanford, Stanford University Press.
- TOURNES L. (dir.) (2010), *L'argent de l'influence. Les fondations américaines et leurs réseaux européens*, Paris, Autrement.
- UNEP (2013), *Global chemical outlook. Towards sound management of chemicals*, Nairobi, United Nations Environment Program.