



HAL
open science

L'industrialisation nuit-elle à la santé? La Fondation française pour la nutrition dans les années 1970

Thomas Depecker, Marc-Olivier Déplaude

► To cite this version:

Thomas Depecker, Marc-Olivier Déplaude. L'industrialisation nuit-elle à la santé? La Fondation française pour la nutrition dans les années 1970. Bruno Valat. Les marchés de la santé en France et en Europe au XXe siècle, Presses universitaires du Midi, pp.199-223, 2021. hal-03171315

HAL Id: hal-03171315

<https://hal.science/hal-03171315v1>

Submitted on 23 Sep 2024

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.

L'industrialisation nuit-elle à la santé ? La Fondation française pour la nutrition dans les années 1970

Thomas Depecker¹ et Marc-Olivier Déplaud²

Publié dans : Bruno Valat (dir.), [Les marchés de la santé en France et en Europe au XXe siècle](#), Presses universitaires du Midi, 2021, p. 199-223.

En 1974, une petite dizaine de grandes entreprises et d'organisations du secteur agro-alimentaire s'associent pour créer une entité nouvelle : la Fondation française pour la nutrition (FFN). Officiellement, cette fondation a pour objectif de soutenir les recherches existantes dans le domaine des sciences de la nutrition et de participer à la diffusion de leurs résultats. Associant industriels et scientifiques, elle entend contribuer à une meilleure information des consommateurs, dans un contexte marqué par le développement de controverses sur les aliments industriels. Les entreprises investies dans la création de la FFN subissent en effet des critiques consuméristes portant principalement sur deux points : d'une part, les informations sanitaires qu'elles diffusent sur le marché ne seraient pas objectives et auraient surtout pour but de faire acheter leurs produits ; d'autre part, certains d'entre eux seraient potentiellement dangereux. Contre les associations affirmant vouloir protéger la santé des consommateurs et surveiller le marché des produits alimentaires, il s'agit donc pour la FFN de contester leur légitimité dans ce domaine et de « rassurer » les Français quant à l'innocuité des aliments vendus dans le commerce. Nous nous proposons ici de montrer comment les industriels qui se sont investis dans la création de cette organisation ont, pas à pas, modelé son fonctionnement et ses activités dans le but d'atteindre ces objectifs. Cela nous conduira à nous interroger en fin de compte sur la manière dont la FFN a tenté d'influer sur la constitution de la catégorie de « consommateurs » dans les années 1970, qui a fait l'objet d'intenses investissements sociaux et politiques durant cette période (Pinto, 1990).

Enquêter sur les origines d'une fondation qui a donné naissance, en 2010, à l'actuel Fonds français pour l'alimentation et la santé (FFAS)³, revient à s'intéresser à des formes

¹ CMH, INRA, CNRS, ENS, EHESS.

² IRISSE, CNRS, INRA, Université Paris-Dauphine, PSL Research University.

³ La FFN est devenue, sans changer de statuts, l'Institut français pour la nutrition (IFN) en 1990. Suite à la loi de 2008 ayant créé le statut des « fonds de dotation », elle a été dissoute en 2010 pour laisser place à l'actuel FFAS. Le statut de fonds de dotation permet aux donateurs du FFAS de bénéficier d'importants avantages fiscaux, auxquels le statut précédent de la FFN puis de l'IFN – une simple association loi 1901 – ne donnait pas droit.

originales de représentation et de portage des intérêts économiques. En effet, à la différence des organisations patronales habituellement étudiées par les sciences sociales (Offerlé, 2009 ; Fraboulet et al., 2013 ; Michel, 2013), les activités de cette organisation ne sont pas orientées principalement vers les autorités publiques ou vers les syndicats de salariés. Elles le sont vers d'autres types de publics, plus vastes et plus diffus, qu'elles cherchent à influencer : les journalistes, les professionnels de santé, les enseignants, voire les conseillères en économie ménagère, bref, divers groupes professionnels susceptibles d'influer à leur tour sur les consommateurs, acheteurs finaux des aliments industriels. De telles organisations sont devenues courantes aujourd'hui, mais on sait encore peu de choses à leur sujet : des « fondations », « instituts », « centres d'information » ou « d'études » aux « astroturfs⁴ », de multiples structures visent à porter, souvent de manière masquée, des intérêts économiques auprès d'audiences autres que les seuls gouvernants (Déplaud, 2014 ; Laurens, 2015).

Pour les industriels qui créent la FFN, toute la difficulté est de pouvoir concurrencer les associations de consommateurs sur leur propre terrain – celui de l'information – sans paraître le faire eux-mêmes, mais en le faisant suffisamment bien pour devenir une source d'information incontournable dans le domaine de l'alimentation. Pour cela, ils ont besoin d'alliés : des chercheurs ou des universitaires reconnus, qui seuls pourront donner à la nouvelle organisation une apparence d'autonomie par rapport aux intérêts économiques d'une part, et une présomption de sérieux et scientificité d'autre part. Dans ce chapitre, nous chercherons donc plus précisément à comprendre sur quelles stratégies et sur quels mécanismes sociaux des acteurs économiques se sont appuyés pour convaincre des scientifiques de s'associer à un projet de fondation puis, une fois ces derniers enrôlés, comment ils se sont efforcés d'orienter les activités de cette organisation suivant leurs propres fins. Pour cela, nous allons d'abord exposer contre quoi ce projet de fondation a pris naissance au début des années 1970. Puis nous montrerons comment la FFN a été façonnée et enfin comment son fonctionnement a évolué jusqu'au début des années 1980, période à l'issue de laquelle elle acquiert des traits qui perdureront jusqu'à sa dissolution et à la création du FFAS en 2010.

ENCADRE 1 – Les sources

Nous avons d'abord collecté deux ensembles de données : 1/ d'une part, des documents internes de la FFN (correspondances, notes, documents provisoires, comptes rendus de réunions...), conservés aujourd'hui par le FFAS ; 2/ d'autre part des documents publiés par la FFN et destinés à une diffusion plus ou moins large : plaquettes de présentation, *Lettre d'information* (1976-1977), *Bulletin* (à partir de 1979), rapports d'activité annuels (à partir de 1979), publications diverses (comme le rapport *Les Français et leur alimentation* publié en 1978).

⁴ Les *astroturfs* consistent en des ONG créées par des entreprises, généralement avec l'aide d'une agence de relations publiques, et supposées exprimer, de manière apparemment désintéressée, le point de vue des consommateurs. À l'origine, le mot servait à désigner une pelouse artificielle (turf =gazon), destinée à remplacer les vraies et commercialisée par la société *Astro Turf*.

Ces données ont initialement été recueillies dans le cadre d'une recherche sur l'histoire de la production des recommandations nutritionnelles officielles en France. Toutefois, la richesse de du matériau auquel le FFAS nous a permis d'accéder dans le cadre de cette recherche nous a incités à prendre la FFN pour objet d'enquête en tant que tel. Pour comprendre la genèse de la fondation, et montrer contre quoi et dans quel contexte elle s'est constituée, il nous est apparu nécessaire de rassembler également des données concernant les organisations de consommateurs (exploitation de la littérature secondaire, dépouillement de leurs bulletins et des archives déposées par l'une d'entre elles – le Laboratoire coopératif – aux Archives nationales du monde du travail).

1. La critique consumériste de l'alimentation industrielle

En France, des associations portant des revendications consuméristes ont émergé dès la fin du XIX^e siècle (Chessel, 2012 ; Furlough, 1991). Elles sont issues de mouvements divers (familiaux, ruraux, féminins, coopératifs...) ou de syndicats et se fédèrent dans le courant du XX^e siècle. Mais si ces fédérations peuvent prétendre représenter « les consommateurs », ce n'est généralement pas leur principale occupation, au contraire des nouvelles organisations spécifiquement consuméristes créées après la Seconde Guerre mondiale. Ces dernières entendent promouvoir la protection et l'information du consommateur, en contestant le fait que cette question soit uniquement gérée par l'État, en relation avec des scientifiques et des représentants du monde économique. La question de la qualité des aliments est particulièrement emblématique de cette évolution.

1.1. Les associations de consommateurs et le problème de la qualité des aliments

La prise en charge et la protection du consommateur telle qu'elle accompagne l'industrialisation de la production alimentaire après la Seconde Guerre mondiale se réalise surtout dans un cadre technocratique. La qualité des aliments étant censée être garantie principalement par l'expertise d'organismes scientifiques proches de l'industrie agroalimentaire, des dispositifs de financements sont créés dans ce but, ainsi que de nouvelles institutions publiques comme l'Institut national de la recherche agronomique (INRA) en 1946, ou bien le Centre national de coordination des études et recherches sur la nutrition et l'alimentation (CNERNA) la même année. Dans le même temps, si la question des consommateurs est traitée dans certaines instances bureaucratiques (comme le Commissariat général du Plan), elle l'est uniquement par des hauts fonctionnaires, des universitaires et des représentants du monde économique.

Mais des associations créées à partir des années 1950, visant à doter les consommateurs d'outils critiques sur les produits vendus dans le commerce, vont également tenter de faire entendre leur propre voix auprès des pouvoirs publics

(Chambolle, 1983 ; Marcus-Steiff, 1971). Leur apparition est marquée par le recours à de nouvelles formes d'action et par des tentatives de structuration et d'agrégation des revendications portées initialement par les organisations plus généralistes. L'Union fédérale des consommateurs (UFC), qui publie le bulletin *Que choisir ?* à partir de 1961, est ainsi créée en 1951. Le procès que lui intente en 1973 le fabricant *Arthur Martin* la rend célèbre pour sa relation antagoniste avec l'industrie, et elle connaît une croissance rapide, notamment en absorbant des associations locales (Trumbull, 2006). Néanmoins, dans le domaine de l'alimentation, le Laboratoire coopératif est certainement l'organisation la plus importante de l'époque. Fondé et financé par la Fédération nationale des coopératives de consommation (FNCC) en 1955⁵, le laboratoire effectue des contrôles sur les produits de la marque COOP ou pour la centrale d'achat du mouvement coopératif, mais se donne rapidement une autre mission, celle de la surveillance de la qualité des aliments en général. Il s'intéresse non seulement à leur composition, mais aussi aux formes diverses de promotion qui accompagnent leur commercialisation. Il s'érige progressivement en organisme d'expertise en défendant de manière autonome les consommateurs, tentant d'améliorer la qualité des aliments tant par la production d'analyses très détaillées à leur sujet que par des actions au niveau des pouvoirs publics.

L'État tente par ailleurs de structurer la représentation des consommateurs en France et crée en 1960 un organe consultatif, le Conseil national de la consommation, puis l'Institut national de la consommation (INC) en 1966. Doté d'un budget conséquent (plus de six millions de francs lui sont versés en 1973, contre 350 000 à 400 000 francs pour les associations de consommateurs [Savy, 1974]), il regroupe en principe l'ensemble des associations de consommateurs (l'UFC et le Laboratoire coopératif en sont membres, ainsi que diverses fédérations). Il est chargé d'organiser le mouvement dans son ensemble et d'assurer sa collaboration avec le patronat et les pouvoirs publics. Il fonctionne en pratique comme un centre d'essais et de tests, de documentation et de diffusion des études au service des consommateurs, tout en répondant aux demandes des associations ou des pouvoirs publics. Il est cependant épinglé pour son attitude jugée trop complaisante envers le patronat, l'UFC finissant par quitter son conseil d'administration en 1972.

1.2. Des associations mobilisées pour l'information du consommateur

Dans le domaine des aliments, la pratique des « tests » occupe une place majeure au sein du répertoire d'action des associations, du fait du peu d'informations communiquées par les fabricants sur la composition de leurs produits, et de l'apparition de nouveaux aliments industriels. Une loi datant de 1941 avait soumis la mise sur le marché de tels produits à une autorisation préalable et à des conditions particulières concernant leur étiquetage, dans un contexte de pénurie contraignant les fabricants à trouver des substituts à certaines

⁵ Le Laboratoire coopératif a également reçu des subventions de l'État, principalement pour acquérir de coûteux équipements techniques, et pour diffuser des plaquettes d'information ; mais la majeure partie de son budget est issue des subventions versées par le mouvement coopératif.

matières premières. Elle est abrogée en 1955 par un décret sur les « produits nouveaux », au motif que « l'acte dit "loi du 16 octobre 1941" a perdu son objectif premier et est devenu, au contraire, nuisible au développement de la vie économique, par *la menace qu'il fait peser sur les fabricants et vendeurs de produits nouveaux*⁶ ». Ce décret contribue ainsi à l'essor de l'industrie de transformation alimentaire (Rastoin, 2000 ; Drouard et Williot, 2007) et favorise l'introduction de nouveaux types d'aliments sur le marché (plats préparés, préparations instantanées, *etc.*). L'emploi des aliments industriels transformés au sein des repas français augmente alors de manière exponentielle (Besson, 2008).

La multiplication de ces produits nouveaux, dans un contexte marqué également par l'essor du commerce en libre-service et du marketing (Cochoy, 2014 ; Daumas, 2006 ; Leymonerie, 2016), conduit plusieurs associations à s'intéresser plus particulièrement à l'information du consommateur dans le domaine de l'alimentation. Dans le cas de l'UFC, pratiquement tous les numéros de *Que choisir ?* comportent au moins un article sur les aliments, qu'ils soient accompagnés ou non d'un test, et en moyenne huit tests alimentaires sont publiés chaque année dans les années 1960. Alors que ces tests servaient au départ à repérer les produits ayant le meilleur rapport qualité-prix, le début des années 1970 est marqué par un intérêt nouveau pour des enjeux sanitaires et environnementaux. Mettant en évidence la présence de certains contaminants ou additifs dans les aliments, l'UFC appelle à plusieurs reprises les consommateurs à réduire leurs achats voire à boycotter des catégories entières de produits. Les tests du Laboratoire coopératif ne visent pas, quant à eux, à repérer les meilleurs produits et statuer sur leurs qualités respectives (le plus souvent, les marques ne sont d'ailleurs pas nommées), mais à exercer une influence sur les pratiques industrielles dans leur ensemble. L'analyse de la composition des aliments, rapportée aux affirmations des fabricants, est censée améliorer *in fine* la qualité de l'alimentation, « ce que les industriels ne font pas⁷ » ou ne font pas facilement.

Toutefois, c'est la lutte contre la publicité et les allégations de santé mensongères, qui est l'action historique du laboratoire. Le premier numéro de son *Bulletin d'information*, en 1958, affirme que « le plus possible, nous cherchons à remplacer la publicité par une information objective du consommateur⁸ ». Une de ses premières actions d'envergure nationale est la campagne dite des « 100 000 signatures », qui réclamait entre autres une interdiction de la « publicité trompeuse » concernant « les aliments et leur répercussion sur la santé⁹ ». La loi de finances rectificative du 2 juillet 1963 y répond partiellement, en visant particulièrement les allégations médicales fantaisistes : elle interdit ainsi la publicité « faite de mauvaise foi, comportant des allégations fausses ». Toutefois, cette réglementation s'avère insuffisante, beaucoup de ces allégations étant trop peu explicites

⁶ Décret n°55-675 du 20 mai 1955, « Abrogation de la loi du 16 octobre 1941 et des textes pris pour son application (contrôle des produits alimentaires », *Journal Officiel*, 22/05/1955, p. 5201-5202). Souligné par nous.

⁷ « A propos des analyses comparatives de produits alimentaires », *Bulletin d'information du Laboratoire coopératif*, 1968, n° 60, p. 7.

⁸ « Publicité », *idem*, 1958, n° 1, n. p.

⁹ « Ménagères chez le ministre », *idem*, 1962, n° 24, n. p.

pour tomber sous le coup de la loi. Suite à une seconde campagne des associations cherchant à répondre aux projets d'introduire la publicité à la télévision, un projet de loi relatif à la publicité ou à la propagande en faveur des objets, appareils, produits et méthodes présentés comme doués de vertus thérapeutiques est déposé auprès du Parlement en 1971. La loi de 1963 est finalement modifiée et durcie en 1973.

Dans le même temps, le Laboratoire coopératif milite pour l'introduction de nouvelles règles concernant l'étiquetage des aliments. Ses revendications, auxquelles vont s'associer d'autres associations de consommateurs, portent d'abord sur la dénomination des produits, jugée facteur de confusion, puis sur l'inscription de la composition des produits sur leur emballage.

ENCADRE 2 – Les tests et la publicité selon le Laboratoire coopératif

NOM DES MARQUES	Dates d'achat (année 1973)	Proportion en % de la matière grasse		Fabricant ou pays d'origine
		COLZA	ANIMAUX MARINS	
Beffin	juin	0	+	Importée de Belgique
Vitelma	juin	0	+	Importée de Belgique
Coop	février-septembre	0	++	Sobéal
Coop	mars-septembre	0	++	Soprodal
Hedor	septembre	0	++	Importée de Belgique
Forza	juin-septembre	0	++	Soprodal
Frangrix	juin	0	++	Importée de Belgique
Ilerva	juin	0	++	Importée de Belgique
Risso	juin	0	++	Importée de Belgique
Le Commet	juin	0	+++	Importée de Belgique
Milo	juin	0	+++ (50-60 %)	Soprodal
Marva	juin	0	+++ (60-70 %)	Astra-Calvé
Favor	juillet	+	++	Maillard
lola	juin	+	+++	Dumortier
Egoco	juin	++	++	Maillard
Félix Potin	juin	++	++	Maillard
Cercle Rouge	juillet	++	++	Maillard
Sélection J	juin	++	++	Maillard
lola	juin	++	++	Sobéal
Casino	juin-septembre	++	+++	Pellerin
Hendrie	septembre	++	+++	Sobéal
Dorsoy	juin	++	+++ (45-55 %)	Pellerin
Nesica	juin	++	+++ (45-55 %)	Pellerin
Astra	juillet-septembre	+++	+++	Astra-Calvé
Beumont	octobre	+++	+++	Sobéal



Source : « Margarine et information du consommateur », *Bulletin d'information du laboratoire coopératif*, 1974, n° 94, p. 3-33.

Les margarines et autres corps gras comptent parmi les produits les plus directement incriminés (voir encadré 2). Il s'agit, alors que les fabricants n'en donnent pas la composition, de mettre au jour cette dernière par des analyses chimiques et de les comparer aux publicités, en laissant le choix aux consommateurs de décider si la croissance heureuse des adolescents ou l'assaisonnement des petits pois (pour reprendre les exemples du document) s'accommodent de la graisse d'animaux marins ou de substances faisant l'objet de controverses sanitaires. Ces campagnes, dont certaines sont largement commentées dans la presse grand public et relayées à l'aide de documents éducatifs largement diffusés par le laboratoire, conduisent les pouvoirs publics à s'emparer de la question. En 1971, le gouvernement rend public le « rapport François », commandé par le Premier ministre, sur la politique de qualité des produits agricoles et

alimentaires. Il recommande notamment de prendre des mesures en vue d'une meilleure information des consommateurs sur la composition des aliments. En 1972, après l'échec d'une démarche volontaire associant le Conseil national du patronat français et l'INC sur « l'étiquetage informatif ¹⁰ », un décret obligeant les industriels à indiquer la composition des aliments sur les emballages – additifs inclus – est finalement promulgué.

1.3. Les controverses sur les huiles alimentaires

Les huiles alimentaires sont les produits le plus souvent analysés dans le cadre des campagnes du bulletin du Laboratoire coopératif sur l'étiquetage, notamment en raison de l'insatisfaction suscitée par les appellations et la composition de ces produits. En effet, à partir des années 1960, les huiliers recourent de plus en plus au colza pour remplacer l'huile d'arachide, jusque-là très utilisée mais dont les coûts ont sensiblement augmenté. Selon Robert Féron, directeur scientifique du Groupe *Astra-Calvé*, la part du colza-navette dans la consommation d'huiles fluides végétales, qui était de 12 % en 1955, atteignait 33,2 % en 1971. Dans le même temps, la part de l'huile d'arachide avait baissé de 80 % à 38 %¹¹. Or, les bouteilles et marques d'huiles vendues aux consommateurs restent sensiblement les mêmes : le plus souvent, la mention « huile d'arachide » a été remplacée progressivement par « huile supérieure », sans que soit mentionnée la présence d'huile de colza (voir encadré 3). Les industriels ont profité dans ce domaine de l'imprécision d'un décret paru en 1964 qui les autorisait à utiliser des dénominations génériques comme « huile de table » ou « huile supérieure », plutôt que d'inscrire en clair la composition du produit sur l'emballage¹².

Cette mésinformation apparaît d'autant plus problématique que dès les années 1960, des chercheurs soulignent les dangers potentiels de l'huile de colza pour la santé, en raison de sa teneur élevée en acide érucique. André François, chef du département de nutrition de l'INRA, avait demandé en 1963 au chercheur Jean Causeret de lancer des études sur ce sujet. Les recherches ayant mis en évidence des effets de retards de croissance sur les cobayes et surtout des lésions cardiaques, André François organise à la fin de l'année 1970 une réunion pour le compte du secrétariat d'État à l'Agriculture, en présence de scientifiques, de représentants des huiliers, des producteurs de colza et de François Custot, le directeur du Laboratoire coopératif. François Custot et Jean Causeret

¹⁰ « L'étiquetage d'information : une opération à « corps ouvert » pour ne plus acheter les yeux fermés », *50 millions de consommateurs*, 1970, n° 1, 6-10.

¹¹ R. Féron, « Évolution de la consommation de corps gras depuis 1950 », *Cahiers de nutrition et de diététique*, 1973, vol. 7, n° 3, p. 198.

¹² Ce texte, attendu depuis longtemps (il était prévu en application d'une loi adoptée en 1933) accordait l'appellation « d'huile supérieure » (sans précision) à tout produit ne dépassant pas une certaine teneur d'acide linoléique. Il permettait ainsi aux fabricants de commercialiser des mélanges contenant des huiles peu prisées par les consommateurs – telles que l'huile de lin – sans que ces derniers en soient informés. « Huiles supérieure ? », *Bulletin d'information du laboratoire coopératif*, 1965, n° 40, n. p. ; « Huile de noix huile de quoi ? », *Ibid.*, 1967, n° 55, p. 30.

n'acceptent pas cette gestion confinée du problème. Jean Causeret mobilise alors son réseau scientifique et notamment la Société de nutrition et de diététique de langue française (éditrice des *Cahiers de nutrition et de diététique* et organisatrice des rencontres annuelles de nutrition au palais du Luxembourg, largement médiatisées) pour faire connaître les recherches existantes sur la nocivité du colza. De son côté, François Custot, qui est également membre du Conseil supérieur d'hygiène publique de France (CSHPF), est chargé de faire un rapport sur l'huile de colza, qui débouche sur un avis cherchant à en limiter l'usage. Malgré le refus du ministère de la Santé de lever la confidentialité de l'avis du CSHPF, la presse se saisit de l'affaire.

ENCADRE 3 – la « valse des étiquettes »



1964-1968



1969 et début 1970



Fin 1970 et 1971

Source : « Huile de colza », *Bulletin d'information du laboratoire coopératif*, 1971, n° 80.

Le scandale est sporadiquement mentionné par la presse grand public avant d'éclater avec la journée « Nutrition 71 », organisée en avril 1971. Plus de cent articles de presse seront publiés sur la question entre avril 1971 et juillet 1972 (Thomas et Bonneuil,

2004)¹³. En décembre 1971, un film diffusé par l'ORTF reprend les critiques formulées à l'encontre de l'huile de colza, ce qui suscite un communiqué de l'association des producteurs d'oléagineux, un autre, commun, de l'Institut national de la santé et de la recherche médicale (INSERM), de l'INRA et de la délégation générale à la recherche scientifique et technique, et enfin une intervention du secrétaire d'État à l'Agriculture à la radio, cherchant tous trois à relativiser les risques (alors même que l'INRA et les services du ministère de l'Agriculture avaient fait du colza une solution nationale face aux problèmes posés par la dépendance trop grande de la France aux importations d'oléagineux).

Qualifiant les pratiques commerciales des fabricants de « valse des étiquettes ¹⁴ », le Laboratoire coopératif estime pour sa part que « le secteur des corps gras est un de ceux où la voix des consommateurs a jusqu'ici été la moins entendue ¹⁵ ». En 1973, suites aux pressions des associations de consommateurs et à la médiatisation de l'affaire, un nouveau décret supprime la dénomination « huile de table », qui permettait aux huiliers de ne pas préciser la composition de leurs produits. Il reste cependant muet sur plusieurs sujets comme la composition des margarines et, surtout, l'interdiction de l'usage du colza dans les huiles alimentaires, obligeant simplement à signaler sa présence dans les produits qui en contiennent. Le laboratoire estime cependant que la nouvelle réglementation est insuffisante pour suppléer à la vigilance du consommateur : « il n'y a plus d'autre solution que l'action des consommateurs eux-mêmes et le choix qu'ils feront d'acheter ou de ne pas acheter l'huile de colza ¹⁶. »

Le répertoire d'action que développe le Laboratoire coopératif montre bien qu'à partir des années 1960, outre le lobbying visant à interdire tel ou tel procédé ou à augmenter les contrôles, c'est par l'information scientifique des consommateurs que certaines associations entendent agir sur les pratiques industrielles et commerciales. La controverse sur le colza, très médiatisée, a montré aux industriels du secteur agroalimentaire – et plus particulièrement aux huiliers, qui ont été à l'initiative de la future Fondation française pour la nutrition – toute l'importance qu'il y avait d'apporter une réponse adéquate à ces mobilisations nouvelles.

2. La naissance de la FFN

¹³ On trouvera également une étude détaillée du traitement par la presse de l'affaire du colza dans Robert de Montvalon, « L'information sur l'alimentation dans la presse écrite. Brève étude de l'information publiée dans une partie de la “grande” presse française au sujet de l'huile de colza en 1971-1972 », *Cahiers de nutrition et de diététique*, 1972, vol. 7, n° 3, p. 203-208, ainsi que dans le numéro « spécial corps gras » du *Bulletin d'information du laboratoire coopératif* de septembre-octobre 1971.

¹⁴ « Huile de colza », *Bulletin d'information du laboratoire coopératif*, 1971, n° 80, p. 6.

¹⁵ Id. p. 14.

¹⁶ « Huiles alimentaires : la nouvelle réglementation », *Bulletin d'information du laboratoire coopératif*, 1973, n° 90, p. 48.

La FFN naît au sein de l’Institut de liaisons et d’études des industries de consommation (ILEC), un organisme qui regroupe de grandes entreprises produisant des biens de consommation courante et qui vise principalement à promouvoir les « produits de marque » dans un contexte marqué par l’essor de la grande distribution¹⁷. Lors d’une assemblée générale de l’ILEC, en avril 1972, le directeur des relations extérieures de l’entreprise *Lesieur & Cotelte*, qui produit 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 consommateurs¹⁸ ». Cinq mois plus tard, il communique à l’ILEC une note de Bernard Lesieur, « conseiller scientifique » de *Lesieur & Cotelte*, décrivant les contours d’un futur « Institut français de l’alimentation¹⁹ ». 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 (*SOPAD-Nestlé*, *BSN*, *Gervais-Danone*²⁰, *Lesieur*, *Astra-Calvé*, etc.) et, plus marginalement, des cosmétiques (qui se retirent rapidement). 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 4).

ENCADRE 4 – Les membres fondateurs de la FFN (mars 1974)

Entreprises

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

¹⁷ L’ILEC a été fondé en 1959, à l’initiative du PDG de la société Astra, produisant des huiles alimentaires et des margarines, et filiale en France du groupe Unilever. Initialement, les entreprises membres de l’ILEC produisent principalement des produits dans les domaines de l’alimentation, de l’hygiène et des cosmétiques (*Bulletin de l’ILEC*, n° 403, 2009, dossier « Les cinquante ans de l’Ilec »).

¹⁸ D’après une lettre du directeur général adjoint de l’ILEC, 8 septembre 1972, archives de la FFN. Sauf mention particulière, tous les documents cités par la suite sont issus des archives de la FFN.

¹⁹ Note datée du 01/09/1972, intitulée « Institut français de l’alimentation ».

²⁰ Les groupes BSN et Gervais-Danone ont fusionné en décembre 1972.

2.1. Une réponse à la montée du consumérisme

Le principal sujet de préoccupations de Bernard Lesieur et des membres du groupe de travail de l'ILEC réside dans le développement des associations de consommateurs. C'est en effet dans le cadre d'un exposé sur « l'information du consommateur » que le directeur des relations extérieures de *Lesieur & Cotelte* a proposé aux membres de l'ILEC la création d'un organisme capable de rivaliser avec les associations. Dans sa note de septembre 1972, Bernard Lesieur part également du constat qu'« on assiste, aujourd'hui, à une prise de conscience du consommateur concernant les problèmes de santé en général et de l'alimentation en particulier²¹ ». Le développement des associations de consommateurs s'accompagne, selon lui, de la propagation d'informations contradictoires dans l'espace public, nourrie par les rivalités existant au sein du champ académique. Ainsi, le futur institut devait se fixer pour objectif de « fédérer » les principaux laboratoires publics existant dans le domaine des sciences de la nutrition et de coordonner leurs programmes de recherche. Il pourrait également mener des « recherches confidentielles » pour les entreprises qui le souhaiteraient, à leurs frais, et avec la caution scientifique de l'institut.

Le projet présenté par Bernard Lesieur s'appuie sur deux modèles. L'un, explicite, est celui du « groupe lipides et nutrition » (GLN), issu des collaborations nouées à partir de 1956 par la Chambre syndicale de la margarinerie avec le médecin nutritionniste Jean Trémolières, alors chef de section de la nutrition à l'Institut national d'hygiène, sur la « valeur santé²² » des margarines. Les activités du GLN, devenu une association loi 1901 en 1963, se sont ensuite élargies pour inclure l'ensemble des matières grasses. Il s'agissait non seulement, grâce à des financements industriels, de favoriser des recherches sur les matières grasses et de permettre aux chercheurs du secteur public d'avoir accès à des ressources fournies par les entreprises (études internes, échantillons, outils, *etc.*), mais aussi de produire des avis de référence sur les lipides, considérées comme « indispensables au maintien de la santé²³ », auprès de certaines fractions du champ scientifique et du grand public²⁴.

Le second modèle, moins explicite, est celui de l'Institut national de la consommation (INC) qui vient tout juste d'être créé par l'État (en 1967). Commentant la note de Bernard Lesieur, Francis Gautier, alors directeur général de la Société européenne de brasserie

²¹ *Ibid.*

²² Note sur le Groupe lipides et nutrition, datant probablement de 1969 ou 1970. Voir aussi Robert Féron, « Introduction », *Cahiers de nutrition et de diététique*, 1969 vol. 4, n° 2 (suppl.), p. 5-10

²³ *Ibid.*

²⁴ Les membres du GLN publient ainsi régulièrement des travaux issus des programmes initiés et financés par le groupe, par exemple dans les *Monographies de l'INH* ou dans les *Cahiers de nutrition et de diététique* à partir de 1966.

(filiale du groupe *BSN*), estime ainsi que le futur Institut français de l'alimentation serait, « face aux laboratoires utilisés par l'Institut national de la consommation, une sorte de "fédération" de laboratoires approuvés par les fabricants²⁵ ». Significativement, les cadres qui s'investissent le plus fortement dans la création de l'institut de l'alimentation sont tous deux issus de l'industrie des corps gras, qui a été l'objet d'attaques récurrentes par le Laboratoire coopératif puis par des médias « grand public » à partir des années 1960 : aux côtés de Bernard Lesieur, Robert Féron, directeur scientifique de la filiale d'*Unilever*, *Astra-Calvé*, est choisi par les membres du groupe de travail pour conduire ce projet et diriger le futur organisme dès le mois de septembre 1972.

2.2. Une formule institutionnelle

La note de Bernard Lesieur est discutée dans le cadre d'une réunion organisée par l'ILEC en présence des représentants des industriels en octobre 1972. Au cours de cette réunion, à laquelle participe aussi officieusement Henri Bour, professeur de clinique médicale à l'université Paris V, les participants semblent s'accorder sur « une formule : [celle de la] fondation²⁶ ». En effet, si la future organisation est dirigée contre les mouvements de consommateurs, il importe qu'elle ne soit pas perçue comme telle. Une note rédigée en vue d'une réunion tenue en mai 1973 l'affirme de manière très explicite :

« L'idée fait son chemin de créer une fondation dans laquelle se trouveraient les industriels et les chercheurs. [...]

Objectif officiel : encourager la recherche en matière de nutrition en apportant au monde de la recherche les fonds qui lui manquent et en travaillant en étroite liaison industrie-science.

Objectif caché : pouvoir répondre aux attaques pseudo-scientifiques des consommateurs par des travaux réalisés par une fondation incontestable (qui devrait donc avoir une bonne notoriété²⁷). »

Pour les industriels, il s'agit bien de créer une organisation qui fasse autorité face aux associations de consommateurs. Or, celle-ci 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. Cependant, pour que ces derniers acceptent de s'associer à la future organisation, il faut non seulement les assurer qu'ils pourront en retirer des subsides pour la conduite de leurs recherches, mais également qu'elle bénéficiera d'une certaine autonomie par rapport aux milieux économiques. Une note de l'Association nationale des industries agroalimentaires (ANIAA) sur le « projet de création d'un organisme de liaison entre les milieux scientifiques et les IAA » explique ainsi :

²⁵ D'après un courrier adressé au directeur général adjoint de l'ILEC, 14 novembre 1972.

²⁶ D'après des notes manuscrites prises lors de cette réunion (auteur non connu).

²⁷ Note probablement datée d'avril ou mai 1973. Les passages soulignés le sont dans document original.

« Bien qu'émanation de l'organisation professionnelle, il doit avoir une structure et un fonctionnement autonomes.

Son acceptation par les milieux scientifiques est conditionnée par l'assurance de l'attitude objective des milieux professionnels à l'égard des problèmes posés par l'alimentation et des recherches dont ils font l'objet. Pour leur part, les milieux scientifiques œuvrent en toute indépendance dans le cadre de leurs rapports avec l'organisme.

La caution des milieux scientifiques assure sa crédibilité auprès des formateurs d'opinion – praticiens, presse, corps enseignant, organisations de consommateurs... et de l'opinion elle-même²⁸. »

La formule institutionnelle de la fondation doit ainsi permettre de distinguer clairement la future FFN d'autres organisations représentant les industries agroalimentaires et visant officiellement à défendre leurs intérêts²⁹ : le nouvel organisme aura ainsi officiellement pour mission de soutenir la recherche publique dans le domaine des sciences de nutrition, en garantissant aux scientifiques qui s'associeront à ses activités que l'emploi des fonds alloués à la recherche se fera dans le respect des critères en vigueur parmi leurs pairs. Le choix de cette formule 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 leurs statuts. L'autonomie de la future organisation doit notamment être attestée par la mise en place de deux instances à la composition paritaire : le conseil d'administration de la fondation, composé à parts égales de chercheurs du secteur public et de représentants des industriels ; et son comité scientifique, constitué, lui aussi à parts égales, de chercheurs du secteur public et du secteur privé, issus notamment des services de recherche et développement (R&D) des entreprises. Ces instances doivent également être présidées toutes deux par des personnalités scientifiques reconnues. Elles sont flanquées par deux « collèges » regroupant les adhérents de la FFN, constitué l'un par des industriels ou des organisations professionnelles, et l'autre par des chercheurs et des cadres R&D des entreprises.

2.3. Enrôler les scientifiques

Associer des chercheurs du secteur public à la création de la fondation constitue donc un enjeu majeur pour les industriels. Cela l'est, non seulement en raison du fait qu'ils pourront contribuer à l'élaboration et à la mise en œuvre des programmes scientifiques financés par la fondation tout en donnant à ses activités des gages d'indépendance et de sérieux, mais aussi parce que ces chercheurs contribuent, en tant qu'experts, à l'élaboration de normes réglementaires affectant directement les activités des industriels :

²⁸ Note datée du 14 mars 1973.

²⁹ Jusqu'à la loi du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat, l'usage du terme de fondation n'était pas réglementé en France. Seule l'était la dénomination « d'utilité publique ».

« [L'organisme de liaison assurera] l'information permanente des chercheurs sur les préoccupations des industries, les chercheurs ignorant souvent les besoins et les contraintes de celles-ci alors qu'ils sont souvent à la source des prescriptions légales et réglementaires³⁰. »

L'enrôlement de personnalités scientifiques reconnues pour constituer les instances de direction de la fondation – son conseil d'administration et son comité scientifique – constitue donc un enjeu majeur pour les représentants des industriels. Ceux-ci font le choix de contacter initialement un petit nombre de chercheurs occupant des positions institutionnelles importantes dans le domaine des sciences de la nutrition, en espérant que si ces chercheurs s'associent au projet, les autres accepteront plus facilement de le faire. Robert Féron, qui dispose d'un vaste réseau de relations au sein des sciences de la nutrition, constitué notamment au sein du GLN, sollicite, avec l'aide de Bernard Lesieur et de René Basdevant, PDG de Guigoz France, deux universitaires. Le premier, Henri Bour, est professeur de clinique médicale à l'Université Paris V et praticien à l'Hôtel-Dieu. Le second, Jean Trémolières, est professeur au Conservatoire national des arts et métiers (CNAM), où il dirige un important laboratoire dans le domaine des sciences de la nutrition³¹. Ces deux universitaires, co-fondateurs de la Société de nutrition et de diététique de langue française en 1963, occupent des positions centrales dans leur domaine de recherche. Tous deux sont également engagés dans des activités de vulgarisation, le premier dans le cadre du Palais de la Découverte, dont il dirige la section « Alimentation », le second à travers la publication d'ouvrages grand public et des interventions répétées à la radio ou à la télévision³². Ayant obtenu leur accord, Robert Féron entreprend de contacter d'autres scientifiques. Sur les huit chercheurs du secteur public membres du conseil scientifique de la fondation à partir de 1974, cinq ont ainsi été membres du GLN. Lorsqu'il le faut, on n'hésite pas à employer de grands moyens : ainsi, ce ne sont pas moins de quatre personnes, dont Robert Féron et le PDG de Guigoz France, qui se rendent ensemble au domicile d'un « grand nom de la recherche³³ », Hughes Gounelle de Pontanel, directeur d'un important centre de recherche sur la nutrition, membre de l'Académie nationale de médecine et président du Conseil supérieur d'hygiène publique de France, pour le convaincre de siéger au conseil d'administration de la fondation.

³⁰ Note de l'ANIAA datée du 14 mars 1973.

³¹ Jean Trémolières a également fait partie du Groupe lipides et nutrition. René Basdevant avait également lié connaissance avec lui dans la cadre de la Jeunesse ouvrière chrétienne après la guerre (« Un entretien avec René Basdevant : Monsieur Trémolières », *Bulletin de de la FFN*, 1979, n° 2, p. 23-27).

³² Ses participations à des émissions telles que « Vivre en France », « La France défigurée » ou encore « Signe des temps » étaient pour Trémolières l'occasion d'exposer ses réflexions sur la faim, l'alimentation industrielle et le comportement alimentaire. Ses écrits sur le sujet sont nombreux. On peut notamment mentionner *Manger pour vivre*, publié en 1955, ainsi que la vague de textes des années 1970 qui seront synthétisés par deux ouvrages tardifs, *Partager le pain* et *Diététique et art de vivre* (publiés en 1975, un an avant sa mort).

³³ D'après l'expression employée dans une note de l'ILEC, datant de 1973.

Les démarches de Féron et ses collègues sont largement couronnées de succès. Pour comprendre les adhésions des scientifiques à la FFN, plusieurs raisons peuvent être avancées. La première est financière. Cela est crucial pour certains chercheurs qui déplorent la faible reconnaissance institutionnelle des sciences de la nutrition en France et le manque de moyens qui lui sont consacrés. Jean Trémolières, présenté dans les statuts de la FFN comme l'un de ses membres fondateurs, avec Henri Bour, l'ILEC et l'ANIAA, estime ainsi que la FFN doit permettre de financer les salaires de jeunes chercheurs attendant d'être recrutés sur des postes statutaires :

« La nutrition humaine disparaîtra en 10 ans si l'on s'en tient au système actuel de recrutement par l'INSERM et le CNRS. Le nombre actuel des chercheurs « publics » en nutrition humaine est de l'ordre de 60. Le recrutement public de techniciens est nul depuis 5 ans et celui des chercheurs est de moins de un par an.

Ainsi, la condition *sine qua non* [...] est que le premier financement soit d'assurer le salaire de 4 chercheurs avec un rythme de progression de 25 % par an pendant 6 ans³⁴. »

Tirant profit du capital symbolique associé à son nom, Jean Trémolières exige – et 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.

En second lieu, la plupart de ces scientifiques ont déjà travaillé en collaboration avec des industriels, dont certains sont partie prenante de la FFN : leur participation aux instances de la fondation s'inscrit dans le prolongement de ces collaborations, qu'ils cherchent à poursuivre. Plusieurs d'entre eux ont fait partie du « groupe lipides et nutrition », comme nous l'avons noté plus haut. Certains, comme Henri Bour ou Henri Dupin, professeur de nutrition humaine à l'École nationale de santé publique, espèrent que la création de la FFN leur permettra d'avoir accès à des données produites par les industriels, comme celles issues des études de marketing. En troisième lieu, si certains de ces chercheurs ont pu exprimer des positions très critiques vis-à-vis de certains aliments industriels, tel Jean Causeret à propos de l'huile de colza, ils estiment néanmoins qu'en travaillant avec les industriels, ils pourront contribuer à améliorer les qualités nutritionnelles de leurs produits. Enfin, certains scientifiques voient dans la fondation un outil pouvant participer à une meilleure diffusion des savoirs issus des sciences de la nutrition auprès du grand public : ils estiment ainsi que la FFN pourrait contribuer à une meilleure information et éducation des consommateurs. En résumé, les scientifiques qui acceptent de siéger dans les instances de la FFN ont généralement eu des collaborations avec des industriels et partagent, pour certains d'entre eux, la vision qu'ont ces derniers des consommateurs. Une association à la FFN leur paraît donc tout à fait acceptable et doit leur permettre d'avoir accès à de nouvelles ressources pour leurs recherches ou de mener des actions visant à mieux éduquer les consommateurs.

³⁴ Jean Trémolières, note sur les projets de statuts de la FFN, juillet 1973

3. Une organisation dominée par les industriels

Pour ses promoteurs, la FFN devait contribuer au financement de la recherche dans le domaine des sciences de la nutrition, et inciter les scientifiques à travailler sur des sujets intéressant les industriels. Néanmoins, très rapidement, les faibles ressources financières de la Fondation la conduisent à privilégier des activités de veille et de communication visant principalement à prévenir les critiques dont les produits alimentaires pourraient être l'objet, et à rassurer les Français sur leur innocuité.

3.1. La politique scientifique de la FFN

Dans un premier temps, les actions de la FFN consistent essentiellement à financer des recherches dans le domaine des sciences de la nutrition. Sous l'impulsion de Robert Féron, nommé délégué général de la FFN dès sa création³⁵, il est décidé lors de la première réunion du conseil scientifique, qui se tient en avril 1974, que seront financées en priorité des recherches portant sur des sujets transversaux susceptibles d'intéresser l'ensemble des industriels, et d'aboutir à des résultats rapides (sous deux à quatre ans). Les premiers financements accordés viennent avant tout récompenser les scientifiques ayant accepté de participer aux instances de la FFN. Sur les cinq subventions accordées à des « groupes de recherche » en 1974, trois le sont à des groupes dirigés par des membres du conseil d'administration ou du comité scientifique, une quatrième l'étant à un groupe co-dirigé par Bernard Lesieur et chargé de préparer un ouvrage grand public sur la conservation des aliments.

Les types de financements accordés et leurs modalités d'attribution font l'objet d'un travail de formalisation à partir des années suivantes. En 1975, le comité scientifique se dote d'un règlement intérieur qui précise que la FFN peut verser deux types de financements pour des recherches : des subventions renouvelables d'un an pour des projets, et des bourses de trois ans pour de jeunes chercheurs. Enfin, à partir de 1977, la FFN diffuse un appel à projets en vue d'inciter des chercheurs extérieurs à lui adresser des demandes de financement.

Ce travail de formalisation s'accompagne également d'une réflexion au sein du comité scientifique sur les critères devant être remplis par les demandes de soutien. En février 1976, une longue discussion a lieu au sein du conseil sur ce sujet. Robert Féron y rappelle qu'un critère important, du point de vue de la FFN, « est l'utilité *à la fois* pour la nutrition et pour l'industrie, les recherches fondamentales à long terme étant probablement exclues,

³⁵ Tout en assurant cette fonction, qu'il exerce jusqu'en avril 1977, Robert Féron reste directeur scientifique d'Astra-Calvé (la FFN versant une indemnité annuelle à cette entreprise en compensation).

pour le moment, de la liste des priorités³⁶». L'ensemble des présents s'accordent sur ce point. L'un d'entre eux, directeur R&D du groupe *Bel*, explique ainsi ce que les industriels attendent de la FFN :

« Les industriels attendent de la Fondation qu'elle les aide sur deux plans :

1/ Ils pressentent certaines réactions d'unions de consommateurs et ne savent pas sur quels points ils seront attaqués ; c'est pourquoi leurs questions sont vagues (métaux lourds, mycotoxines) ;

2/ Les comportements alimentaires sont très intéressants pour la création de produits nouveaux³⁷. »

Les chercheurs du secteur public approuvent ces orientations, en estimant que la FFN pourrait contribuer à la réalisation de recherches peu soutenues par les organismes de recherche publique. Entre 1974 et 1976, la FFN verse ainsi 900 000 francs à des laboratoires de recherche. Les financements accordés sont au total assez modestes. Les bourses versées à de jeunes chercheurs (50 000 francs par an et par chercheur) 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 par ailleurs leurs bénéficiaires. Pour les laboratoires financés, les subventions versées par la FFN visent simplement à compléter le financement de recherches déjà engagées par ailleurs. Dès lors, il apparaît que la capacité de la FFN à influencer sur les choix des objets de recherche et à contribuer ainsi à la production de savoirs originaux susceptibles d'être mobilisés par les industriels est faible. Pour cela, il aurait fallu que la FFN dispose de ressources financières plus importantes. Celles-ci dépendent principalement des cotisations versées par les industriels adhérents, fixées à 30 000 puis 35 000 francs³⁸. En 1977, Robert Féron réussit à faire accepter une modulation des cotisations des industriels suivant leur chiffre d'affaires, celle des entreprises les plus importantes étant relevée à 80 000 francs par an. Toutefois, même si une telle mesure permet de mieux faire face aux frais de fonctionnement de la fondation, qui ont augmenté en raison du remplacement de Robert Féron par un délégué général à temps plein et du renforcement des moyens en secrétariat, elle ne permet pas d'accroître significativement ses capacités de financement scientifique. En fin de compte, la FFN n'est guère en mesure d'influer sur la définition des recherches menées dans le domaine des sciences de la nutrition, contrairement à ce qu'espéraient initialement ses fondateurs. Le financement de la recherche représente un coût élevé pour la FFN, pour des retombées finalement assez maigres du point de vue des industriels.

³⁶ Compte rendu par la FFN de la réunion du conseil scientifique du 4 février 1976. Souligné dans le texte.

³⁷ Source : *ibid.*

³⁸ L'ANIAA et l'ILEC versent des cotisations moindres (10 000 francs par an).

3.2. Une redéfinition des priorités de la FFN sous l'impulsion des industriels

En 1974-1975, les membres du comité scientifique de la FFN s'étaient accordés sur le fait que cette dernière pourrait s'engager dans des actions d'information et de communication consistant, sur la base d'un « consensus » scientifique, à rendre publiques des « positions raisonnables » sur des sujets étudiés par les groupes de recherche financés par la fondation³⁹. Par exemple, chacun des projets de recherche financés pouvait se conclure par l'organisation d'un « symposium européen », regroupant des chercheurs « faisant autorité », et dont les actes seraient publiés⁴⁰. L'organisation d'un colloque sur les standards nutritionnels, sous l'égide de Jean Trémolières, est alors programmée pour l'année 1976 ; mais il est annulé en raison du décès prématuré de ce dernier en juillet 1976.

À cette date, plusieurs représentants des industriels au sein du comité scientifique estiment que le financement de recherches scientifiques ne doit 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. Bernard Lesieur estime ainsi que la FFN pourrait être « le lieu où se rassemble l'information⁴¹ ». Des synthèses seraient produites principalement à destination de certains « milieux intermédiaires⁴² » ou « professions relais⁴³ », c'est-à-dire de groupes professionnels (journalistes, enseignants, professionnels de santé, conseillers en économie sociale et familiale) susceptibles de diffuser à leur tour les informations produites par la FFN auprès d'un public plus vaste.

Pour les représentants des industriels, le développement des activités de veille et de communication vise avant tout à mieux anticiper les critiques des associations de consommateurs et disposer d'argumentaires tout prêts pour y répondre. Résumant des discussions antérieures, le président du comité scientifique explique, lors d'une réunion de ce comité en septembre 1977 :

« Pour le moment, il semble que les industriels prennent conscience de problèmes uniquement lorsqu'ils sont attaqués. Ils réclament alors les moyens de se défendre rapidement. La fondation doit au contraire anticiper l'actualité et devenir un lieu de réflexion prospective⁴⁴. »

Les cadres d'industrie présents souscrivent entièrement à ce constat. En effet, à partir de 1973, le magazine *Que Choisir ?* de l'UFC multiplie les articles dénonçant les effets de la pollution environnementale et de l'industrialisation de l'agriculture sur la qualité

³⁹ Compte rendu d'activité du conseil scientifique de la FFN pour l'année 1974, daté du 27 mai 1975.

⁴⁰ Source : *ibid.*

⁴¹ D'après le compte rendu de réunion du comité scientifique de la FFN du 4 février 1976.

⁴² D'après le compte rendu de la réunion du comité scientifique du 26 septembre 1978

⁴³ D'après Henri Bour, « La création de la Fondation française pour la nutrition », in FFN, 1974/1984. *Dix ans d'activité au service de la nutrition*, Paris, FFN, 1984, p. 4.

⁴⁴ D'après le compte rendu de réunion du comité scientifique de la FFN du 1^{er} septembre 1977.

des aliments. En raison de la multiplication des sources de contamination (pollution des eaux, produits phytosanitaires, médicaments vétérinaires, emballages plastiques, *etc.*), les consommateurs n'auraient pratiquement plus la possibilité d'acheter des aliments sains. Un dossier de *Que choisir* 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 dangereusement⁴⁵. »

La multiplication de ces critiques préoccupe vivement les industriels. 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 presse⁴⁶ ». Les associations de consommateurs s'érigeraient en « censeurs qui ignorent souvent les données exactes du problème⁴⁷ » 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, tant auprès des milieux intermédiaires que des industriels, trop peu d'entre eux ayant adhéré à la FFN. Lors de la réunion du conseil scientifique de septembre 1977, Bernard Lesieur estime ainsi que « faire connaître la fondation est nécessaire maintenant⁴⁸ ».

Ces discussions aboutissent à la mise en place d'actions visant à répondre à ces différents objectifs. Un « comité communication », regroupant des universitaires et des cadres dirigeants d'entreprise, est créé. Il développe, en premier lieu, 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 intention⁴⁹. A partir d'avril 1976, il édite une courte *Lettre d'information* destinée aux adhérents puis, à partir de mars 1979, un bulletin trimestriel plus substantiel (le *Bulletin de la Fondation française pour la nutrition*), 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. En second lieu, toujours à partir de 1979, le « comité communication » organise, en relation avec le comité scientifique, des « mini-colloques scientifiques » et des « mini-colloques communication » s'adressant prioritairement aux « milieux intermédiaires ». Trois à quatre colloques sont ainsi organisés chaque année, tant à Paris qu'en province. Enfin, la même année, la FFN crée un prix scientifique annuel, sur le modèle du prix de la

⁴⁵ *Que choisir*, n° 78, juillet-août 1973. L'expression de « festin empoisonné » vient du titre donné à un recueil de textes de l'activiste Ralph Nader, publiés en français en 1972.

⁴⁶ *Lettre d'information* de la FFN, n° 3, septembre 1976.

⁴⁷ Plaquette de présentation de la FFN, non datée (1974/1975).

⁴⁸ D'après le compte rendu de réunion du comité scientifique de la FFN du 1^{er} septembre 1977.

⁴⁹ Par exemple, en 1977, la FFN propose à ses adhérents une commande groupée d'un livre édité par la *Nutrition Fondation* américaine, *A Teaching manual on food and nutrition for non science majors*, consistant en une compilation d'arguments prêts à l'emploi pour les industriels, élaborés « dans un pays où le consumérisme débridé fait aussi des ravages » (d'après *La lettre d'information* de la FFN, n° 6, décembre 1976, et n° 7, janvier 1977).

Fondation pour la recherche médicale, afin d'obtenir « une action promotionnelle maximale en faveur de la fondation⁵⁰ ».

3.3. Les Français et leur alimentation

Pour ce faire une idée du type d'informations et de messages que la FFN s'efforce de diffuser, il est très éclairant de se pencher sur la première grande manifestation publique de la FFN, la conférence de presse qu'elle organise en février 1978 pour la parution du livre *Les Français et leur alimentation* (FFN, 1978). Cet événement a pour origine une demande adressée par la toute nouvelle secrétaire d'Etat à la Consommation, Christiane Scrivener, au président de la FFN, en février 1976. Il s'agissait d'organiser « un colloque réunissant consommateurs, scientifiques et industriels de l'alimentation, afin d'étudier en commun, et au besoin de démystifier, un certain nombre de problèmes dont la presse fait grand bruit⁵¹ ». Au sein de la FFN, un groupe de travail composé de trois membres du conseil scientifique, auxquels s'ajoute Yvonne Serville, chercheuse à l'INSERM et collaboratrice de Jean Trémolières, se charge de préparer cette manifestation. Il décide, sur la base d'une étude préparatoire conduite par 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. Outre les résultats des deux études, la publication finale comprend des interviews réalisées auprès de vingt-six personnes, constituées aux trois-quarts par des scientifiques ou des médecins.

Sans surprise, il ressort des deux études commandées par la FFN que les Français redouteraient tout ce qui n'est pas « naturel », qu'il s'agisse des substances chimiques utilisées en agriculture (produits phytosanitaires, médicaments vétérinaires) ou ajoutés aux aliments (colorants, conservateurs, exhausteurs de goût, *etc.*). Il ressort par exemple du sondage de la SOFRES que :

« Le jugement porté sur les additifs est très sévère. 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 que « cela détériore le goût des aliments⁵². »

Toutefois, comme le souligne l'étude de la SOFRES, ces manifestations de défiance envers la chimie ne seraient pas fondées sur des connaissances solides :

⁵⁰ D'après le compte rendu de la réunion du comité scientifique du 16 mai 1978. Le prix est doté initialement de 30 000 francs, puis de 40 000 francs en 1977 (soit l'équivalent de 22 800 euros en 2015).

⁵¹ *Lettre d'information* de la FFN, n° 2, mai 1976.

⁵² FFN, *Les Français et leur alimentation*, FFN, Paris, 1978, p. 35.

« Cette mise en question des “traitements” ne s’appuie pas nécessairement sur un fort degré d’information mais se nourrit au contraire volontiers de craintes vagues, imprécises⁵³. »

Les interviews réalisés et regroupés par la FFN dans *Les Français et leur alimentation* constituent la réponse de cette dernière à ces craintes. Celles-ci seraient l’expression d’une peur d’ordre anthropologique face aux innovations techniques, de sorte que beaucoup de dangers perçus par les consommateurs seraient « irréels »⁵⁴. 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, puisque, dans la nature, « tout est chimique [...], l’univers et la vie sont fait de chimie⁵⁵ ». 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. Un deuxième ensemble d’arguments consiste à rappeler que 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 – tels qu’eux-mêmes – vigilants sur le plan de la santé publique. Tant en raison des progrès des connaissances que du renforcement de la réglementation, le consommateur serait même mieux protégé que jamais. Les associations ne sont pas les seules à se soucier de ce dernier : « Le consommateur peut faire confiance aux experts. [...] Le consommateur doit savoir que les toxicologues se préoccupent, eux aussi, et sérieusement, de son intérêt⁵⁶. »

La protection des consommateurs serait même mieux assurée « par des gens dont c’est le métier⁵⁷ », 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. Le président de l’ANIAA, qui s’attaque à l’UFC sans la citer, explique ainsi :

« Pour ce qui est des associations de consommateurs, il y a deux problèmes : le premier est de savoir au nom de qui elles parlent, qui les a réellement mandatées. Le second problème est celui de leur compétence. On ne peut pas dialoguer efficacement avec une “organisation de consommateurs” qui se confondrait avec un mouvement politique, et dont le but serait de contester une certaine forme de société. On a parfaitement le droit de le faire, dans le cadre d’un mouvement politique, mais dans ce cas, le but recherché n’est pas la défense du consommateur⁵⁸. »

⁵³ *Ibid.*, p. 26

⁵⁴ *Ibid.*, p. 58

⁵⁵ *Ibid.*, 79.

⁵⁶ *Ibid.*, p. 103.

⁵⁷ *Ibid.*, p. 136.

⁵⁸ *Ibid.*

Au fond, seule une organisation telle que la FFN, qui réussit à mobiliser des « experts » issus aussi bien du champ académique que de la haute administration, serait à même non seulement d'identifier et de mesurer les opinions des consommateurs (en faisant réaliser un coûteux sondage par la SOFRES), mais également de leur apporter des informations objectives, dénuées d'arrière-pensées politiques. Dans les années ultérieures, la FFN va ainsi redoubler d'efforts pour se constituer comme un « lieu neutre⁵⁹ » dans le domaine des sciences de la nutrition, notamment à travers l'organisation régulière de colloques ou de conférences, et va favoriser le développement d'un discours d'expertise sur les « besoins alimentaires des français ». Mais eut égard à ses objectifs premiers, et faute de bénéficier de financements suffisamment importants de la part des industriels, sa capacité à structurer l'espace des sciences de la nutrition en France est restée très limitée.

Conclusion

La création de la FFN en 1974 n'a pas consisté en une réaction purement mécanique des industriels face aux « attaques » des associations de consommateurs, mais en une action modulée par l'idée que les membres de la fondation se faisaient de leurs revendications et de leur pouvoir actuel et à venir. Et ce n'est peut-être pas tant le contrôle des informations diffusées aux consommateurs qui intéressait la fondation, que la mise en forme même de ce qu'était – ou plutôt devait être – le consommateur.

En effet, alors qu'à partir de l'après-guerre les pouvoirs publics soutiennent l'industrialisation de la production des aliments, des associations de consommateurs se mobilisent rapidement sur la question de ses effets sur la qualité et l'innocuité des aliments industriels. Les fabricants sont sommés de répondre à ces critiques qui, si elles ne sont pas entièrement nouvelles, sont à la fois plus armées (notamment à travers la pratique des tests) et plus médiatisées qu'autrefois. La santé devient ainsi un enjeu majeur pour le développement du marché des produits issus de l'agro-industrie.

La première formule de la FFN est une réponse relativement frontale à ces mobilisations, où il s'agit d'argumenter contre les informations portant sur les effets sanitaires néfastes de tels ou tels additifs ou procédés. En s'adjoignant des noms scientifiques qui comptent parmi les plus importants de l'époque dans le domaine des sciences de la nutrition, les membres de la FFN cherchent ainsi à produire un discours scientifique solide. Cependant, cette ligne n'est pas longtemps tenue de manière exclusive. En effet, il apparaît aux industriels membres de la FFN que celle-ci ne doit pas seulement soutenir et diffuser des recherches scientifiques, mais doit également effectuer un travail symbolique sur la notion même de « consommateur » : il faut apaiser les esprits, montrer que les associations de consommateurs produisent des fables qui entretiennent les conduites irraisonnées et la phobie du nouveau, voire expliquer que donner trop

⁵⁹ Luc Boltanski, Pierre Bourdieu, « La production de l'idéologie dominante », *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 2, 1976, p. 3-73.

d'informations aux consommateurs peut être néfaste. Il en ressort que les industriels participent pleinement à la construction sociale de la catégorie de consommateur, qui n'est pas seulement le fruit du marketing, du travail de représentation des associations ou bien encore du développement des politiques publiques mises en œuvre en leur nom (Dubuisson-Quellier, 2016)⁶⁰. Notre enquête sur la FFN montre ainsi tout l'intérêt qu'il y a à mettre en regard le mouvement consumériste tel qu'il se construit, dans son rapport à l'État et aux industriels, et ce qu'en font ces derniers. Des recherches ultérieures pourraient étudier comment la ligne défendue par la FFN a évolué, examiner comment les industriels vont jouer un rôle de plus en plus actif dans la mise en forme et la diffusion d'informations sanitaires à destination du consommateur (et produire eux-mêmes des données sur la consommation des Français, sur les apports journaliers recommandés, etc.), ou encore interroger l'historicité des discours arguant qu'un consommateur informé est aussi un consommateur responsable de sa santé. Notre enquête demanderait ainsi à être prolongée par d'autres recherches explorant plus avant la manière dont les industriels et les organisations patronales s'emparent de la question de l'information des consommateurs, qui constitue, toujours aujourd'hui, un objet important de luttes dans le domaine de l'alimentation, comme en témoigne la controverse récente sur l'étiquetage nutritionnel des aliments⁶¹ : le fait que le ministère de la Santé ait confié au Fonds français pour l'alimentation et la santé, issu de la FFN, la conduite d'une expertise officielle sur ce sujet montre que les efforts accomplis par cette organisation depuis le milieu des années 1970 pour s'ériger en lieu neutre n'ont pas été totalement dénués de succès.

Références citées

BARLÖSIUS E., SCHIEGRITZ M. Consommateurs Imaginaires. Modèles de la politique des consommateurs. *Actes de La Recherche En Sciences Sociales*. 2013 ; 199 : 68–77.

BESSON D. Le repas depuis 45 ans : moins de produits frais, plus de plats préparés. *INSEE Première*. 2008 ; 1208 : n. p.

CHAMBOLLE M. La prise en compte de l'alimentation par les organisations de consommateurs. *Économie Rurale*. 1983 ; 154 ; 4–9.

CHESEL M-E., *Consommateurs engagés à la belle époque. La ligue sociale d'acheteurs*, Presses de la fondation nationale des sciences politiques, Paris, 2012.

COCHOY F., *Aux origines du libre-service. Progressive grocer (1922-1959)*, Le Bord de l'eau, Lormont, 2014.

⁶⁰ Même s'il existe une littérature critique qui étudie la genèse de cette catégorie, les définitions concurrentielles qui lui sont apportées et les intérêts politiques et économiques qui y sont liés (Pinto, 1990 et 1992 ; Barlösius et Schiegritz, 2013), on ne sait au final que peu de choses sur le rôle qu'ont joué les acteurs économiques dans ce domaine.

⁶¹ Voir notamment Stéphane Horel, Pascale Santi « Scandale autour de l'étiquetage alimentaire », *Le monde*, 08/07/2016, en ligne : www.lemonde.fr/planete/article/2016/07/08/intoxication-agroalimentaire-au-ministere-de-la-sante_4966213_3244.html [accédé le 09/03/2017]

- DAUMAS J.-C. Consommation de Masse et Grande Distribution. Une Révolution Permanente (1957-2005). *Vingtième Siècle. Revue D'histoire*. 2006 ; 91 (3) : 57–76.
- DEPLAUDE M.-O., Les infortunes de la vertu. Sociologie d'un répertoire d'action patronal. *Sociologie du travail*. 2014 ; 56 (4) : 411–434.
- DROUARD A., WILLIOT J.-P. (dir.), *Histoire des innovations alimentaires XIXème et XXème siècles*, L'Harmattan, Paris, 2007.
- DUBUISSON-QUELLIER S. (dir.), *Gouverner les conduites*, Paris, Presses de la fondation nationale des sciences politiques, 2016.
- FRABOULET P., VERNUS P., DRUELLE-KORN C. (dir.), *Les organisations patronales et la sphère publique : Europe, XIXe et XXe siècles*, Presses universitaires de Rennes, Rennes, 2013.
- FURLOUGH H., *Consumer cooperation in France : the politics of consumption, 1834-1930*, Cornell university press, Ithaca, 1991.
- LAURENS S. *Astroturfs* et ONG de consommateurs téléguidées à Bruxelles. Quand le *business* se crée une légitimité « par en bas ». *Critique internationale*. 2015 ; 67 : 83-99.
- LEYMONERIE C., *Le temps des objets. Une histoire du design industriel en France (1945-1980)*. Cité du design, Saint-Etienne, 2016.
- MARCUS-STEIFF J. L'information comme mode d'action des organisations de consommateurs. *Revue Française de Sociologie*. 1977 ; 18 (1) : 85-107.
- MICHEL H. (dir), *Représenter le patronat européen. Formes d'organisation patronale et modes d'action européenne*, Peter Lang, Bruxelles, 2013.
- OFFERLE M., *Sociologie des organisations patronales*, La Découverte, Paris, 2009.
- PINTO L. Le consommateur : agent économique et acteur politique. *Revue française de sociologie*. 1990 ; 31 (2) : 179-198.
- PINTO L. La gestion d'un label politique : la consommation. *Actes de la recherche en sciences sociales*. 1992 ; 91 : 3–19.
- RASTOIN J.-L. Une brève histoire de l'industrie alimentaire. *Économie Rurale*. 2000 ; 255-256 : 61–71.
- RUMPALA Y. « Sustainable consumption » as a new phase in a governmentalization of consumption. *Theory and Society*. 2011 ; 40 : 669–99.
- SAVY R. La protection des consommateurs en droit français. *Revue Internationale de Droit Comparé* 1974 ; 26 (3) : 591–625.
- BONNEUIL C., THOMAS F., *Gènes, pouvoirs et profits. Recherche publique et régimes de production des savoirs de Mendel aux OGM*, Quae, Versailles, 2009.
- TRUMBULL G., *Consumer capitalism. Politics, product markets, and firm strategy in France and Germany*, Cornell university press, Ithaca, 2006.