



LA MALBOUFFE SÉCURITAIRE

© Par Serge Guégan, Directeur Associé de FOOD INTELLIGENCE

•

Comment peut-on oser associer les termes «malbouffe» et sécurité ? Tout simplement parce que manger rime de moins en moins avec qualité (gustative en particulier) et que l'ambiance sécuritaire qui règne de plus en plus sur notre planète n'est pas de nature à favoriser la qualité. Il y avait déjà assez de freins à la qualité ; il ne manquait plus que celui-là !

1- La consommation alimentaire en Occident : un anti-modèle de « malbouffe sécuritaire »

Au plan nutritionnel : mangeons-nous aujourd'hui mieux qu'autrefois ?
- Oui, probablement, dans les pays riches tout au moins...

Au plan nutritionnel toujours : pourrions-nous aujourd'hui manger mieux ?
- Sans aucun doute, dans les pays riches tout au moins...

Au plan nutritionnel enfin : mangerons-nous mieux demain ?
- C'est possible. Mais rien n'est moins certain. Car manger mieux ce n'est pas simplement une affaire de comportement alimentaire. C'est aussi et surtout une affaire de société. Si la seconde n'évolue pas radicalement le premier n'évoluera que marginalement...

Au plan du goût, et du plaisir des sens en général, ce que nous mangeons aujourd'hui est-il meilleur qu'autrefois ?
- Toutes les réponses (nécessairement subjectives) à cette question sont recevables et indiscutables car elles relèvent chacune d'une expérience individuelle unique...

Au plan du goût, et du plaisir des sens en général, ce que nous mangeons aujourd'hui pourrait-il être meilleur ?
- A condition d'avoir un sens gustatif et culinaire «minimum» et d'avoir pu préserver une parcelle d'individualité critique et libre, on peut sans doute répondre positivement et concrètement à cette question.

Au plan du goût, et du plaisir des sens en général, enfin, sera-ce meilleur demain ?
- On peut avoir de sérieux doutes quant à la possibilité de répondre par l'affirmative à cette question...Mais il est permis, il est même recommandé, de rêver.

En résumé (ça ne surprendra, on l'espère, personne) :

- on pourrait manger mieux et ça pourrait être meilleur ;
- si rien ne change fondamentalement on risque de manger moins bien et d'avoir moins de plaisir à manger demain.

C'est une évidence en tout cas : les dimensions «**fonctionnel**» (rapidité, énergie, digestibilité, minceur, santé, fraîcheur, jolie couleur, odeur acceptable, zéro défaut, découverte, convivialité, facilité de préparation, conservation...) et «**sécurité**» (donc le « normatif ») prennent tous les jours un peu plus d'importance, parmi les critères de **la qualité (*)** de notre alimentation, sur les dimensions «**nutrition raisonnée**» et «**plaisir non calculé** ».

Un anti-modèle de consommation (désacralisée, déstructurée, dématérialisée, débarrassée de ses aléas et de ses dangers) s'est répandu progressivement sur la planète. Si ce « modèle » se limitait aux populations les plus riches ce ne serait pas trop grave. Mais voilà qu'il commence à s'abattre sur les plus pauvres. Les riches ont le choix, s'ils le veulent vraiment. Les pauvres ne l'ont pas.

Pourquoi en est-on arrivé là ? A qui la faute ? Que peut-on faire ?

() : **Le sens du mot qualité** n'est pas réductible à une définition claire, objective, etc. Certes ! C'est une notion multidimensionnelle et évolutive. Le mot qualité n'a de sens que par rapport à un référentiel qui, lui, peut être plus ou moins défini...*

Ce qui est sûr c'est que les référentiels utilisés (le plus souvent inconsciemment) aujourd'hui, par les acteurs économiques et techniques/politiques de notre alimentation placent la dimension « gustative » empirique, non mesurable, non pas au-dessus mais au même niveau (au mieux) que d'autres dimensions, souvent plus mesurables : respect des règles (normes, cahiers des charges, usages...), ingrédients, modes de production, et bien sûr fonctions et, last but not least, sécurité... C'est peut-être nécessaire... Mais est-ce mieux (terme à définir...) ?

2- Les causes de la « malbouffe sécuritaire »

De nombreux facteurs, dont certains constituent des aspects essentiels, voire fondateurs, de notre société moderne, expliquent l'évolution de notre consommation alimentaire. Parmi eux nous retiendrons ceux qui nous paraissent les plus importants et les plus critiquables :

Un modèle sociétal productiviste qui tue la différence, donc la qualité

1) Un « modèle » de société unidimensionnelle qui a sérieusement dérivé de son cap initial. Né aux Etats-Unis, développé au nom de la liberté, de l'individu et du « progrès », ce modèle s'est répandu dans le monde. Il fait aujourd'hui de la consommation sa finalité première, voire unique, et du travail le pivot central de la

mécanique permettant d'atteindre cette finalité via l'argent et la réussite « sociale » (entendez « matérielle » !).

Le rôle de superpuissance unique jouée par les Etats-Unis et les firmes américaines ou anglo-saxonnes entretient et consolide, bien évidemment, la domination de ce modèle.

Ce modèle de société n'est peut-être pas pire qu'un autre : il a juste l'inconvénient, en raison de l'extrême interdépendance entre les intérêts des principaux acteurs superpuissants du système et celui-ci, de ne pas tolérer l'émergence d'un modèle concurrent...

2) **Un « modèle » économique vieillissant, le capitalisme** (appelons un chat un chat !), permettant le fonctionnement de ce modèle sociétal. Ce modèle économique s'essouffle. De faillite en faillite, de rachat en rachat, de restructuration en restructuration, de drame social en drame social, ce modèle est en train, sur un rythme qui s'accélère, de démontrer ses limites et son absurdité fondamentale. Ce modèle économique n'est peut-être pas pire que d'autres que certains voudraient lui substituer : il a en tout cas l'inconvénient d'être absolu, hégémonique, par nature, c'est à dire incompatible avec tout modèle concurrent.

Toutes les nations, européennes notamment, qui ont essayé et essaient encore de trouver, individuellement et souverainement, des combinaisons « équilibrées » entre risque libéral et protection sociale sont dans l'impasse (l'absence de sanction réelle du « marché », non applicable à court terme aux grands Etats-Nations, donnant l'illusion que l'on pourra s'en tirer...). Une condition nécessaire - mais non suffisante - à la mutation du système capitalisme en un nouveau système, plus respectueux de l'homme et de son environnement dans leur diversité, est la formation d'une véritable contre-puissance politique capable de rivaliser avec les Etats-Unis d'Amérique. Pour nous, Européens, il vaudrait mieux que ce soit l'Europe. On aimerait croire que le train repassera à nouveau et qu'on pourra le prendre...

3) **L'uniformisation planétaire.** Résultats parmi les plus visibles, et aussi les plus discutables, de l'application de ce modèle économique : la concurrence sauvage, l'industrialisation de masse, le productivisme, la baisse incontrôlée des prix, la concentration, le gigantisme, l'internationalisation, et finalement la mondialisation, l'uniformisation généralisée vers le bas. Au revoir la diversité, la différence, au revoir l'homme, au revoir la nature, au revoir la vie ! « C'est comme ça ! Il faut s'adapter, vivre avec son temps, arrêter de regarder derrière ! Il faut juste courir plus vite que les autres... ! » entend-on de-ci, de-là...

Soyons indulgents : il est plus facile d'être mouton et faux-cul mais en sécurité (pour combien de temps ?) que différent et courageux mais dans l'incertitude.

Les conséquences, en agroalimentaire, sont, comme ailleurs, multiples. L'une d'elle est extrêmement grave. C'est la disparition de la diversité, de la pluralité, de l'altérité, du droit de vivre en restant petit... C'est la possibilité donnée à quelques firmes d'imposer leurs stratégies, leurs logiques, leurs produits à la terre entière ou peu s'en faut. Aujourd'hui une centaine d'entreprises industrielles et une centaine de distributeurs président aux destinées de la planète.

4) **Un paradoxe : une nourriture perçue plus chère** (même si la baisse des prix est bien réelle, car inhérente à la mondialisation incontrôlée) **mais...moins valorisée.**

L'application de la dure loi de notre système économique a des vertus positives... pour les individus les plus favorisés, les plus doués et les plus chanceux. Tant mieux pour eux. Le problème c'est que cette catégorie pèse numériquement de moins en

moins lourd dans la population de nos pays développés où toujours plus de productivité entraîne fatalement la paupérisation relative d'une fraction toujours plus grande de la société. La fameuse «fracture sociale»...

Cette «fracture sociale » se traduit par **l'affaiblissement du pouvoir d'achat effectif (en tout cas vécu comme tel) d'une partie de plus en plus importante des consommateurs occidentaux**. Même si un des effets pervers du libéralisme, de la mondialisation incontrôlés (ouverture indifférenciée des marchés, etc.) est la baisse incontrôlable des prix, cette baisse ne semble pas encore suffisante. Pour qu'ils puissent continuer de consommer il faut proposer aux consommateurs des produits alimentaires de masse toujours moins chers.

De plus, même pour la minorité qui se trouve du bon côté de la fracture, rien ne va plus non plus. Car à notre époque **l'alimentation n'est plus** (sauf cas très particulier : la bouffe hyperbranchée pour les très riches, etc....) **une composante de la consommation très valorisée**. Le poste alimentation est devenu la variable d'ajustement du budget des ménages aisés, rien de plus. Et dans ce contexte si l'on peut manger pas cher et comme tout le monde pourquoi s'en priver ?

La qualité là-dedans - au-delà de la santé, de la sécurité, des modes nutritionnelles et du marketing – trouve (et risque de trouver) de plus en plus difficilement sa place.

5) La différenciation marketing ou l'anti-différence. La « fracture sociale » dans les pays riches n'est rien en comparaison de l'élargissement du gouffre qui sépare les pays riches des pays pauvres. C'est là qu'il faut chercher la cause principale de la stagnation - ou de la faible croissance - du marché mondial agroalimentaire.

Cette stagnation a pour effet d'obliger les grands acteurs industriels, dont le volume et en tout cas la croissance des profits sont insuffisants, à jouer de tous les subterfuges pour arriver à vendre malgré tout.

D'où l'hypertrophie du marketing : la différenciation qualitative n'étant pas fondamentalement jouable dans notre système, les firmes agroalimentaires les plus grandes et les plus dynamiques résistent tant bien que mal à l'érosion de leurs marchés par la différenciation virtuelle (marketing) et la croissance externe (seule une minorité de grands groupes parvient à croître organiquement). Ce qui est essentiel c'est d'abord la marque. Ce qui est vital c'est de créer/susciter des besoins nouveaux, donc de pousser à consommer du superflu plus que du nécessaire, du virtuel plus que du réel.

La différenciation par la qualité, génératrice de coûts supplémentaires impossibles à répercuter, n'est plus de mise dans ce contexte d'hyper-concurrence.

Une société pressée, surinformée et angoissée : l' « hystérie sécuritaire »

6) L'information «marchandise». «L'hyper-marchandisation» est évidemment un élément central de notre système sociétal et économique. Tout doit pouvoir se vendre et s'acheter. S'il ne s'agissait que d'objets, cela passerait encore dans une certaine limite...Mais tout y passe. Que dire par exemple de l'information «marchandise» totalement incontrôlée par les médias. Une information, vraie ou fausse, quelles qu'en soient les conséquences, est bonne à diffuser dès lors qu'elle peut se vendre ! C'est le seul critère, car c'est le seul qui compte finalement dans notre système !

Sous couvert de la liberté de la presse les médias peuvent dire n'importe quoi, et ce d'autant plus sereinement qu'ils sont trop souvent dans l'incapacité de vérifier leurs sources et d'analyser en profondeur les informations qu'ils détiennent avant de les diffuser (en général plus par incompetence que par manque de moyens...), mais qu'ils ont en revanche, par construction, une forte capacité à manipuler.

7) **L'information «totale», brute et instantanée.** Aujourd'hui tout peut se dire et tout peut se savoir, par n'importe qui, quasiment en temps réel, à n'importe quel endroit de la planète et...n'importe comment. Internet y est pour beaucoup. Dans le principe c'est sûrement un « progrès » considérable rendu possible par les nouvelles technologies de l'information. Dans la pratique cela a des effets pervers difficilement maîtrisables.

En particulier tout incident, tout événement susceptible d'être perçu négativement se trouve systématiquement, immédiatement et considérablement amplifié et déformé. Même les plus puissants n'y peuvent rien !

8) **«L'hystérie sécuritaire» : une «pathologie» encore mal connue...**La possibilité de tout savoir immédiatement - dans un monde où l'homme a le pouvoir technologique de modifier les grands (mais aussi, et peut-être surtout, les petits !) équilibres de la nature et de l'esprit, à une époque où la mondialisation des échanges s'intensifie et où la circulation des biens, des animaux et des personnes s'accélèrent - conduit à une «hystérie sécuritaire» collective généralisée.

Pour se prémunir, se couvrir le mieux possible contre cette menace permanente qui pèse désormais sur tous les acteurs (en vue ou pas) de la planète il n'y a qu'un seul moyen (illusoire peut-être) : tout verrouiller, tout sécuriser, supprimer le maximum de risques au point de prévoir l'imprévisible...Dans ce contexte le droit à l'erreur ne peut plus exister, le droit à une vie privée n'existe plus, etc.

Notre société pressée et stressée est devenue extrêmement angoissée, peureuse (il y a de quoi !) et donc conservatrice, frileuse, sinon profondément dépressive, oppressive et répressive. Car, malheureusement, et l'on en trouve la démonstration dans bien des domaines de notre quotidien, *sécurité rime de plus en plus souvent avec police et répression !*

Pour se rassurer, apaiser ses peurs, tout est bon, en particulier l'irrationnel, la pseudoscience. Le consommateur, dans ce contexte, troque son sens critique contre un cocon individualiste douillet (tant pis s'il est illusoire) et est prêt à exiger en même temps l'impossible et son contraire...

Bref un terrain idéal pour le développement d'une hystérie sécuritaire générale.

Cette hystérie se traduit par l'omniprésence du principe de précaution (aujourd'hui principe...constitutionnel !?), avec ses corollaires : le «risque zéro», la traçabilité. Elle se traduit aussi par une propension des pouvoirs publics à s'agiter sans recul au gré des annonces médiatiques et à «pondre» des textes et des mesures - très souvent inutiles - qui ont in fine pour effet d'augmenter la peur collective plutôt que de régler le problème et de rassurer.

Cette hystérie atteint des sommets (surtout en ce moment) dans le domaine de la santé alimentaire. Une des raisons principales de la démesure des crises sécuritaires

qui font la une des médias, de façon presque continuelle, est que nos sociétés n'ont pas encore appris à vivre avec ces problématiques nouvelles de risques sanitaires-alimentaires à l'échelle planétaire, à les gérer et à les anticiper sereinement et vigoureusement...

L'idéal serait bien évidemment d'anticiper ces crises et de parvenir à supprimer/limiter ce type de risques. A l'évidence, au-delà des difficultés inhérentes à la prévision de l'imprévisible, il semble qu'on ait du mal, à anticiper objectivement les grandes crises sanitaires. Il semblerait que dans ce cas rien ne puisse vraiment bouger tant que la conscience de l'imminence du danger n'est pas prise, tant que l'on n'est pas dans l'urgence, voire tant que la catastrophe n'est pas arrivée, sinon tant qu'il n'est pas trop tard.

Le développement de cette «pathologie» sécuritaire est largement lié à la multiplication dans les pays développés d'un virus extrêmement nuisible : l'expert irresponsable. Entre les experts qui se comportent comme des médias et les journalistes qui se prennent trop facilement pour des experts...Sans parler des politiques qui se prennent à la fois pour les uns et pour les autres...

La sécurité totale : la défaite de l'aléatoire vivant, la victoire du normatif mort

9) « Norme » : la grande déesse ruineuse du monde sécuritaire

L'hyper-sécurité (la sécurité érigée en principe premier, en contrainte absolue, donc en but suprême, de la société) tue l'aléatoire en évacuant, via la norme (le standard, la réglementation dans toutes les dimensions de notre alimentation), l'incertitude et la singularité, donc la qualité.

Car la qualité n'est pas dissociable de l'imprévisible, du risque, du spontané, de la subjectivité, de la singularité, de la diversité, de la sensibilité, de la créativité, de l'art. L'objectivation excessive de la production alimentaire condamne celle-ci à la médiocrité, à un nivellement vers le bas.

Cette objectivation a, en effet, un coût, pour le producteur, pour l'industriel, pour la société (l'hyper-administration bruxelloise nécessaire pour hyper-normaliser a un...hyper-coût...). S'agissant d'un produit « haut de gamme », ce coût s'additionne à celui inhérent à la qualité. Au final ce produit, devenu trop cher, ne trouve plus sa place dans la demande du consommateur (si tant est que le distributeur se risque encore à le lui proposer et l'industriel à le fabriquer...). C'est le cercle anti-vertueux de la « Norme ». Ô Norme, nous t'implorons, règle nous !

10) La fin des produits frais

Au naturel, au vivant, non maîtrisable par « nature », on préfère désormais l'artificiel, maîtrisable par construction : vive les aliments « reconstruits » !

Si le mal sécuritaire continue ses ravages, une chose est sûre, ce sera la fin des produits frais, bruts en particulier, car ce sont des produits vivants. Peut-on envisager la qualité alimentaire sans produits frais bruts ? Nous ne le pensons pas. Pourtant c'est le chemin que nous prenons : il suffit de voir à quelle vitesse les grands groupes agroalimentaires dégagent de leurs portefeuilles produits tout ce qui est frais, tout ce qui est aléatoire et ultrasensible à la critique ou au risque sécuritaires-sanitaires !

Il suffit de voir le peu d'importance accordée de facto à la dimension « conseil-éducation gustative » des clients dans les magasins de la grande distribution et donc à la compétence et/ou à la formation du personnel en charge des rayons dits « à services » (coupe/traiteur...).

Un petit exemple pour la route ? Nous prendrons l'exemple de feu le saucisson « sec » : ce produit n'existe plus en GMS (au LS comme à la Coupe) et chez bon nombre de détaillants traditionnels, sauf dans sa version «non sec », marquetée, chère et sans intérêt gustatif.

11) **Vers une nourriture « blanche »**

On le sait, la fabrication industrielle de produits alimentaires est loin de l'artisanat. C'est sans doute nécessaire. Mais trop près de la chirurgie et de la haute technologie aseptisées. C'est sans doute excessif !

Il en est de plus en plus de même de la production agricole. Peut-on réellement espérer tirer la qualité vers le haut si la partie cultivée (pour combien de temps ?) de nos campagnes devient une immense « salle blanche » où tout fonctionne selon un ensemble unique de standards en voie de mondialisation ?

3- Les acteurs de la « malbouffe sécuritaire »

Cinq groupes d'acteurs

A qui la faute, si faute il y a ? Certes, comme on l'a vu plus haut, c'est consubstantiel à la société dans laquelle nous vivons. En ce sens, c'est un peu notre faute à tous ! Mais, sauf à s'en tenir au «tout est dans tout et réciproquement», c'est beaucoup la faute de quelques uns...

En effet, le pouvoir n'étant pas, loin s'en faut, la chose du monde la mieux répartie certains acteurs individuels jouent, on s'en doute, un rôle plus négatif que d'autres.

Au-delà des acteurs individuels il y a cinq ensembles de « grands coupables ». Ce sont dans l'ordre décroissant de responsabilité : 1) les politiques (*et les groupes majeurs de pressions dont ils tiennent, hélas, trop compte*), 2) les médias (*et les puissances financières dont ils dépendent trop souvent*), 3) les consommateurs (*et les perceptions/images qui commandent leurs attitudes*), 4) les distributeurs (*et leurs faibles marges*) et 5) les industriels de l'agroalimentaire (*et leur pouvoir de négociation par trop insuffisant*).

Ces 5 ensembles peuvent se recouper. Il existe des sous-ensembles qui appartiennent à plusieurs groupes, voire à tous. Il y a aussi des boucles, chacun influençant ou contraignant l'autre, chacun dépendant de l'autre...et vice versa.

1) Comme souvent dans un spectacle, les acteurs secondaires sont les moins bons. Dans un système triangulaire pur - consommateurs, distributeurs, fournisseurs - non pollué par les médias et les politiques, ces trois premiers groupes trouveraient peut-être à long terme un équilibre de fonctionnement plus ou moins acceptable par et profitable à chacun, par la force des choses, sinon par la raison.

Mais les médias compliquent considérablement la relation des consommateurs avec les distributeurs et les fournisseurs (producteurs : industriels, agriculteurs, éleveurs, pêcheurs...).

Les distributeurs sont dépeints comme des profiteurs irresponsables qui jouent sur leur pouvoir de négociation pour exploiter le fournisseur et le consommateur. Les producteurs sont présentés comme des profiteurs irresponsables qui détruisent la nature, fabriquent des produits dangereux pour la santé et jouent abusivement sur leur pouvoir de séduction du consommateur.

Par ailleurs les médias, bien intentionnés au demeurant (objectif : plus de lecteurs !), entretiennent et amplifient les peurs des consommateurs qu'ils transforment en véritables phobies et autres psychoses.

Au final les médias radicalisent ainsi la relation du consommateur avec le distributeur et le producteur et empêche la formation d'un équilibre (ou la construction rapide d'un nouvel équilibre si un événement majeur vient rompre le « consensus »).

Quant aux politiques, également bien intentionnés (objectif : plus d'électeurs !), à défaut de pouvoir montrer leur utilité pour résoudre un problème sans en créer d'autres, ils démontrent trop souvent leur nocivité en contribuant, bêtement et en fanfare, non seulement à aggraver mais à «institutionnaliser» les crises, au lieu de contribuer à les faire disparaître sobrement et intelligemment.

2) La logique négative du prix bas. Le consommateur a un budget alimentaire qui évolue peu dans l'absolu, voire régresse. Son pouvoir d'achat global augmente peu et ses dépenses alimentaires ne sont pas prioritaires au-delà du seuil minimum qu'il se fixe pour se nourrir...pour vivre. Cela ne l'empêche pas, comme indiqué plus haut, de vouloir toujours plus pour moins cher...

Même si le libéralisme et la mondialisation incontrôlés génère une course structurelle à la baisse des prix, cela ne suffit pas. Le distributeur n'a pas le choix : il doit avoir les prix les plus bas possibles, donc encore plus bas que bas. Donc il tire sur les marges de ses fournisseurs (les industriels) qui finissent par tirer sur la qualité des leurs produits ou par les «dénaturer»...

Pour s'en sortir, l'industriel appelle l'innovation, la valeur ajoutée à son secours.

Cette logique du moins cher et plus rentable explique la multiplication des produits superflus (élaborés, stables, très différenciés, à marque) et la disparition relative des produits nécessaires (qualitatifs, bruts, frais, peu différenciés, sans marque) des rayons de la grande distribution. Les premiers sont peu sensibles à une évaluation critique qualitative ou sanitaire/sécuritaire. Les seconds y sont au contraire ultrasensibles : ce n'est pas le moindre de leurs défauts pour les distributeurs, comme pour les industriels, comme pour les consommateurs qui n'acceptent plus l'aléatoire, l'imparfait, le risque...

Le consommateur : un « roi » très pratique, car totalement impuissant

Dans leur communication les quatre autres groupes (distributeurs et industriels, relayés par les médias et les politiques) pointent du doigt la pression exercée soi-disant par le consommateur «roi».

Pourtant le consommateur n'a pas de réel pouvoir (de choisir, de refuser, de donner son point de vue et d'être entendu) dans notre société !

C'est le consommateur, au contraire, qui est l'objet de toutes les pressions, de toutes les influences, de toutes les manipulations, de toutes les sollicitations, de toutes les

récupérations. Bien sûr il n'est pas blanc : il n'a qu'à être moins naïf, moins bête, moins mouton, plus rationnel, plus éduqué et plus riche (il n'a qu'à travailler plus et mieux !), moins soucieux d'imiter son voisin, de pouvoir faire comme les autres, comme les riches et les modèles du star-système, etc.

Facile à dire. Si le consommateur en est là, si nous en sommes là c'est qu'on n'en peut plus, qu'on a perdu des valeurs essentielles, qu'on manque de repères, de choses solides sur quoi s'appuyer.

Nous, consommateurs, sommes déboussolés. Tout ce que l'on peut encore faire c'est essayer de diminuer notre angoisse, nos peurs, notre désarroi en sombrant dans le rêve et l'irrationnel.

Qu'on arrête de dire « c'est le consommateur qui veut ça... » !

Redevenons tous responsables, en tant qu'individus et en tant que groupes !

4- Conclusion : pour en finir avec la « malbouffe sécuritaire », ou comment réhabiliter la diversité et la différence

A défaut de pouvoir (et/ou de vouloir) changer radicalement la société et son système économique - quoique...- on peut peut-être malgré tout redresser la barre et reprendre progressivement un cap plus « qualitatif ».

Pour cela il faut que tous les acteurs concernés agissent de manière plus responsable. Nous proposons ci-après, pour chaque groupe d'acteurs, quelques axes de réflexions et de recommandations.

1) Les politiques : la seule manière légitime d'être réélu c'est d'être courageux !

En relation avec la problématique principale de cet article, le premier objectif des politiques devrait être de créer les conditions et d'encourager la diversité, la créativité, l'entreprise (au sens le plus large et le plus profond du terme). Ils y parviendront plus sûrement si la diversité les caractérise.

Ce n'est pas le cas si le choix politique se limite à la possibilité de choisir entre Droite ou Gauche (autrement dit entre libéral-social ou social-libéral). Le choix doit se faire entre des projets différents (quels que soit leur dite « couleur » politique : on s'en tape !), portés par des hommes différents...

Une deuxième recommandation concerne l'identification, l'évaluation et l'anticipation des risques sanitaires-alimentaires. Sur ce sujet il y a trop à dire et nous ne sommes pas...«experts».

Dès lors, nous ne lancerons qu'un seul mot d'ordre : sagesse et calme ! C'est-à-dire : plus de discrimination entre ce qui doit être considéré comme très grave et ce qui doit être seulement pris au sérieux.

Et surtout : apprendre à faire de la prévention et de la précaution dans la discrétion, sans faire de vagues médiatiques tapageuses ! Cela évitera le développement de «l'hystérie sécuritaire» (*petite précision, au passage : quand le mal est là il n'y a plus d'hystérie ; c'est l'angoisse du mal possible qui rend hystérique, pas le mal effectif*).

Cela permettra, un meilleur traitement du fléau si, par malheur, celui-ci s'abat sur nous.

La troisième et dernière recommandation que nous voudrions faire concerne la préservation et le développement du potentiel qualitatif de l'offre agroalimentaire française...

En particulier, si l'agriculture française s'appauvrit et dépérit - faute d'une industrie nationale suffisamment vigoureuse au plan international, faute d'une Union Européenne qui renoncerait à défendre les intérêts de ses agriculteurs (c'est-à-dire, en fait, les intérêts bien compris de tous les Européens) au nom d'une mondialisation inévitable qui mélange tout et nivelle tout par le bas - c'est clair que la question de la qualité, devenue alors très secondaire par rapport à la question de la quantité, ne se posera même plus.

2) **Les médias** doivent pouvoir exercer leur métier dans des conditions de liberté et d'indépendance les plus parfaites possibles. Mais la liberté d'informer va de pair avec le devoir de responsabilité. Au-delà d'un certain seuil, la concentration des entreprises, on l'a vu plus haut, est un fléau. C'est encore plus vrai lorsqu'il s'agit de la concentration des médias. De notre point de vue, seule la préservation d'une saine concurrence, d'un véritable pluralisme de visions et d'opinions, et ce partout dans le monde, peut limiter le danger de l'information monolithique, non vérifiée, non analysée, propagée et amplifiée jusqu'à...l' « hystérie » paralysante ou explosive.

Internet, accessible et utilisable par tout le monde (ou presque), permettant la diffusion de tous les points de vue, donc apte à favoriser la diffusion de l'information et de la pensée alternatives, pourrait être, a priori, cette source de contre-pouvoirs informationnels susceptibles de préserver la diversité médiatique. En principe, oui ! En pratique c'est moins évident. En effet, nous ne sommes pas égaux devant l'Internet. Là comme ailleurs tout est une question de moyens financiers. La diversité d'Internet est menacée. Un des grands défis que l'humanité aura à relever au XXI^e siècle sera la protection et l'accroissement de cette diversité.

3) **Les citoyens « consommateurs »** que nous sommes tous doivent, sans doute, développer un sens critique plus aigu, une indépendance d'esprit et de jugement plus grande, et au final une personnalité plus affirmée. Plus les consommateurs seront différents les uns des autres, moins on pourra les cataloguer, les enfermer dans des catégories (les « seniors », les « ruraux », les « branchés », etc.) qui nient la diversité et la singularité, et mieux ce sera pour notre alimentation. Il est clair que plus le niveau d'éducation et de culture sera élevé - à condition qu'il s'agisse d'une éducation et d'une culture plurielles, qui préserve et surtout génère de la différence - plus le consommateur sera à même d'exiger une alimentation qualitative.

4) **Les distributeurs** doivent impérativement élargir et diversifier vers le haut les niveaux qualitatifs de leur offre, en particulier dans le domaine des produits frais bruts ou peu élaborés (et souvent peu ou mal marketés) : viandes, fromages, fruits et légumes, produits de la mer en particulier !

Qu'ils essaient vraiment de le faire et ils s'apercevront vite que ça rapporte plus que de vouloir à tout prix faire du volume avec une offre de masse réduite (en nombre de références) et bas de gamme.

Le but du jeu ce n'est pas juste de vendre et de satisfaire les pulsions les plus primaires et les moins nobles du consommateur. Le but du jeu c'est de vendre et de contribuer à l'éducation du consommateur dans les domaines où ils peuvent le faire.

Un bon moyen de dynamiser les équipes sur le terrain dans cette voie serait de décerner des labels à leurs meilleurs magasins. Comme pour les plages !

Les critères d'attribution des Signes Officiels de Qualité (SOQ) ne concernent et n'interpellent aujourd'hui que l'amont du distributeur. A l'avenir un produit sous SOQ ne devrait pas pouvoir être vendu chez un distributeur qui ne respecte pas certaines règles, lesquelles devraient figurer dans les textes officiels décernant ces SOQ.

Il est impératif que les pouvoirs publics veillent à préserver, et si possible renforcer, le niveau de concurrence entre les enseignes généralistes de la grande distribution.

Le maintien et le développement des circuits de détail spécialisés apparaissent clairement, dans ce contexte, comme une nécessité absolue.

Le consommateur doit avoir le choix, non seulement entre des produits qualitativement différents, non seulement entre des magasins concurrents proposant des concepts de distribution voisins, mais encore et surtout entre des formes de distribution radicalement différentes et surtout qualitativement différentes.

Moins il y aura d'intermédiaires entre une production agricole (ou une pêche) solidaire et organisée et le distributeur et mieux ce sera.

Plus les agriculteurs et les gens de la mer seront organisés et exigeants sur la qualité des produits qu'ils consentent à vendre aux distributeurs et aux industriels et mieux ce sera. Ils doivent se réapproprier leurs produits et reprendre le pouvoir en amont !

5) **Quant aux industriels**, leur marge de manœuvre est réduite aujourd'hui, en raison de la pression radicale et indifférenciée des distributeurs (qui n'ont guère le choix, il faut aussi l'admettre !) sur les prix.

Ce problème ne peut être résolu (partiellement au moins) sans l'application de traitements différents pour les PME et les grands groupes multinationaux.

Aux distributeurs d'être solidaires des petites entreprises qui font la richesse de notre pays, par exemple, en transférant une partie de la marge prélevée chez les leaders mondiaux de l'agroalimentaire aux PME.

Si le consommateur veut pouvoir acheter un bonne entrecôte (issue d'une viande charolaise sous SOQ ayant suffisamment murie...) de temps en temps il faut peut-être qu'il accepte de payer sa barre chocolatée et son paquet de céréales petit-déjeuner quelques centimes d'Euros plus chers...

Naturellement on n'est jamais mieux servi que par soi-même !

Les PME seront d'autant mieux traitées qu'elles seront capables de s'unir pour parler d'une seule voix et peser d'un seul bloc sur les négociations commerciales.

Si l'on n'accepte pas de renoncer à une partie de sa petite souveraineté individuelle...alors il ne faut pas pleurer.

Beaucoup dirons : une telle union sacrée ne peut pas se produire tant la situation (la guerre !) concurrentielle entre les industriels leaders sur un même segment de marché est devenue tendue (meurtrière !).

Certes, mais la sagesse populaire ne dit-elle pas que « *le pire n'est jamais...sûr* » ?

Quelque part ***dans l'Ouest***, le 19 Mars* 2006
© 2006- Serge Guégan, Directeur Associé de Food Intelligence

La reproduction ou la diffusion, même partielles, de cet article sont strictement interdites.

•

FOOD INTELLIGENCE

Conseil en Intelligence Stratégique Agroalimentaire

68, Bd des Champs Marot,
85200 Fontenay Le Comte - FRANCE
33 (0)2 28 13 03 67
foodintelligence@foodintelligence.fr
<http://www.foodintelligence.fr>
<http://www.strategaworld.com>

