

Quelles sont les techniques utilisées par les lobbys pour contrer l'harmonisation obligatoire du Nutri-Score dans l'Union Européenne ?

Lucile Bertaux

Master 2 : Promotion et prévention de la santé
2021 – 2022

Promoteur : Jocelyn Raude

Maitresse de stage : Laurence Doughan



With the support of the
Erasmus+ Programme
of the European Union



Je tiens particulièrement à remercier ma maitresse de stage au sein du SPF Santé Publique, Laurence. Elle m'a accompagnée tout au long de mon aventure, elle m'a donné l'opportunité de vivre plusieurs évènements qui me paraissaient comme inaccessibles et de rencontrer d'impressionnantes personnes. Aussi, elle m'a soutenue et a toujours été de très bons conseils.

Sincèrement, merci à toi pour ta joie de vivre au quotidien.

Je tiens à remercier mon superviseur de mémoire, Jocelyn Raude, pour son temps accordé entre son travail et ses recherches à Cuba, sa patience et ses conseils.

Je tiens aussi à remercier ma maman de m'avoir aidé à lire certains documents, me relire et dessiner des illustrations. Elle m'a aussi calmée et rassurée quand il fallait, merci ma.

Table du contenu

1.	Prologue	1
2.	Introduction	3
3.	La santé et l'Union Européenne	5
4.	Les étiquetages nutritionnels frontaux	7
5.	Le Nutri-Score.....	10
6.	Remarques portées au Nutri-Score.....	14
7.	Cadre théorique	16
8.	Méthodologie	21
9.	Visualisation des acteurs du conflit.....	24
10.	Analyse.....	25
	a) Analyse des techniques utilisées par les lobbys	26
	i. Le Cheval de Troie	26
	ii. Le Dentiste	29
	iii. Le Fossoyeur	30
	□ Discréditer	31
	□ Fake news.....	33
	□ Alternatives	35
	□ Arguments légaux	38
	b) Analyse de l'argumentaire des lobbys.....	39
	i. Leurs arguments	39
	ii. Instrumentalisation médiatique	43
	iii. Instrumentalisation politique.....	44
	iv. Instrumentalisation commerciale	45
11.	Discussion sur le conflit lui-même.....	48
	a) Jeu d'acteurs.....	48
	b) Polarisation.....	50
	c) Problématiques sous-jacentes au conflit.....	51
12.	Recommandations	53
13.	Conclusion.....	55

Table d'illustrations

Figure 1 Gouvernements soutenant le Nutri-Score	1
Figure 2 Présentation du Nutri-Score.....	4
Figure 3 Exemple de tableau nutritionnel disponible sur la face arrière des emballages.....	8
Figure 4 Catégorisation des produits selon le score attribué.....	11
Figure 5 Complémentarité du Nutri-Score et du NOVA	15
Figure 6 Comparaisons faisables grâce au Nutri-Score	15
Figure 7 Visualisation des acteurs opposés.....	24
Figure 8 Stratégie du Cheval de Troie illustrée.....	28
Figure 9 Comparaison faite par Roquefort.....	32
Figure 10 Données nutritionnelles des nuggets et du Roquefort.....	32
Figure 11 Fake News sur le rapport de l'EFSA	34
Figure 12 Fake news sur les chips à la sardines classés A	35
Figure 13 Présentation du Nutri Battery Inform	36
Figure 14 Le score SIGA	36
Figure 15 Le Nutri-Score affiché sur le Roquefort	41
Figure 16 Publicité de Delhaize	47
Figure 17 Dépréciation du marketing de Delhaize sur Twitter	47
Figure 18 Menu de Pokawa.....	54

1. Prologue

Il y a trois mois, je commençais mon stage au Service Public Fédéral (SPF) Santé Publique, Sécurité de la Chaîne alimentaire et Environnement à Bruxelles. Cet organisme édicte des normes pour la santé, la sécurité de la chaîne alimentaire et l'environnement. Il est aussi responsable pour l'organisation des soins de santé au niveau national. Mon stage a eu lieu dans la Direction générale Animaux, Plantes et Alimentation, dans la cellule des denrées alimentaires et autres produits de consommation. Ma mission concernait le Nutri-Score, cet étiquetage nutritionnel créé par la France et qui est affiché depuis 2019 en Belgique. Ce dernier est particulièrement discuté depuis quelques années, surtout depuis que la Commission Européenne a énoncé son désir d'harmoniser un étiquetage nutritionnel commun sur la face avant des emballages à travers l'Union. Le Nutri-Score est déjà implémenté dans six pays de l'Union et la Suisse (*Figure1¹*) et devient, de fait, un candidat potentiel pour cette harmonisation. Déjà avant son adoption en France, certains acteurs opposés au Nutri-Score s'étaient manifestés. Maintenant que son affichage obligatoire est discuté, de multiples nouveaux acteurs témoignent de leur mécontentement et de leur opposition. Des données exagérées, des propagandes et des fake news sont répandues tous les jours pour remettre ce logo en question.

Figure 1 Gouvernements soutenant le Nutri-Score



Le SPF Santé Publique soutient le Nutri-Score et défend l'affichage de l'outil, démontré comme efficace pour la lutte contre l'obésité et la prévention des maladies non-transmissibles. Selon de multiples études, cet outil réduirait le risque de devenir obèse et par corollaire, de développer des maladies non-transmissibles (MNT). En effet, derrière le Nutri-Score se cachent des enjeux considérables pour la population. En Belgique en 2019, 28% des décès étaient attribués aux maladies cardio-vasculaires et 27% aux cancers. Le SPF est donc préoccupé par cette problématique dont les enjeux sont cruciaux pour la population belge considérant que 18% d'entre elle est déjà atteinte d'obésité (ISP, 2014). De ce fait, la Belgique qui affiche déjà le score tente de le défendre dans l'espoir

¹ Source: Activity report of the transnational governance of Nutri-Score sur <https://gouvernement.lu/dam-assets/documents/actualites/2022/03-mars/07-nutriscore-mpc/Report-2021-Steering-committee.pdf>

qu'il peut être rendu obligatoire par la Commission Européenne, surtout considérant la vague d'opposition soutenue par de puissants acteurs au niveau européen. Le SPF Santé Publique tenait à élaborer une rubrique sur son site internet nutriscore.be pour défendre le Nutri-Score.

Ma mission de stage consistait en l'élaboration d'une rubrique intitulée « Les mythes et les réalités du Nutri-Score » pour démentir les fausses informations véhiculées à l'égard de l'outil. Le SPF Santé Publique a déjà élaboré du contenu didactique dont deux spots publicitaires et un leaflet pour informer les consommateurs belges. Toutefois, une rubrique élaborée spécialement pour démentir les fausses informations circulantes quotidiennement était nécessaire. Cette rubrique sera prochainement accessible sur le site web du SPF. J'ai conçu cinq brefs articles pour éclairer les consommateurs et démentir les mensonges utilisés par les opposants de ce logo. Les arguments les plus répandus et répétés allant à l'encontre du Nutri-Score ont été repris et clarifiés. J'ai tenté d'utiliser un vocabulaire simple et un affichage ludique avec des illustrations pour que le message soit rapidement compris et accessible à tous.

J'ai apprécié faire mon stage au sein du SPF Santé Publique et surtout travailler sur un outil tel que le Nutri-Score. Je suis personnellement très intéressée par les politiques nutritionnelles tant au niveau national qu'eupéen. J'ai décidé d'étudier la promotion et la prévention en santé pour réaliser mon désir d'aider la population, d'améliorer les environnements qui l'entourent, de rendre chaque individu capable de prendre soin de lui. Dans notre société où la consommation et la nourriture sont abondantes, les individus devraient savoir ce qu'ils consomment et devraient être en mesure de pouvoir prendre soin de leur personne et de leur famille de la meilleure manière. La santé publique ne dicte pas les bonnes conduites, elle travaille de sorte que ces dernières émanent de l'individu. Il est primordial de créer un environnement propice à la santé avec des politiques nutritionnelles adaptées et flexibles pour évoluer avec le temps.

Concernant la rédaction de mon mémoire, ma maîtresse de stage était intéressée de connaître davantage les techniques utilisées par les lobbys pour contrer l'affichage obligatoire du Nutri-Score au niveau européen. C'est, de fait, devenu mon sujet de mémoire. Je dédie mon mémoire à la bataille, cette fois européenne, du Nutri-Score. Ecrire ce mémoire m'a rappelé en partie mon baccalauréat en études européennes, la complexité du processus décisionnel au niveau européen, les conflits d'intérêts nationaux, la vision intergouvernementale versus celle supranationale. Je suis une euro-optimiste et je supporte les mesures telles que l'harmonisation d'un étiquetage nutritionnel. Le sujet de ce mémoire me correspondait parfaitement.

Le Nutri-Score est au cœur des actualités : un important conflit d'intérêts se déroule actuellement sur la scène européenne pour définir quel étiquetage frontal sera l'heureux élu. Ce mémoire essaye de démontrer cette dissension se déroulant au niveau européen. Je tiens à souligner que ce mémoire n'a pas pour but de faire l'éloge du Nutri-Score mais examine les techniques utilisées pour le contrer. J'ai essayé de prendre une opinion neutre pour relater ce conflit de manière impartiale, même si cela n'a pas été toujours évident étant moi-même adhérente du logo.

2. Introduction

Winston Churchill a un jour dit « mieux vaut prendre le changement par la main avant qu'il nous prenne par la gorge » (cité dans Compère & al., 2019). Cette métaphore, initialement associée à la guerre, pourrait aujourd'hui être utilisée pour mentionner la nécessité d'agir contre l'obésité. Les constats du dernier rapport sur l'obésité de l'Organisation Mondiale de la Santé (OMS) sont alarmants : la moitié de la population de l'Union Européenne (UE) est en surpoids ou obèse et un tiers des enfants est obèse (OMS, 2022). L'obésité est non seulement un des facteurs de risque de développer des MNT comme les maladies cardio-vasculaires, le diabète de type 2 et certains types de cancer, mais elle impacte aussi la morbidité, la mortalité et l'incapacité de travail de la population. C'est une des plus importantes causes de décès dans le monde. Considérant que ces décès sont évitables, il est aujourd'hui impératif d'agir en établissant des moyens concrets de protéger la population pour le bien de tous.

Tous les Etats membres sont touchés, y compris les pays méditerranéens comme l'Espagne et l'Italie. L'OMS maintient que la récente crise sanitaire du COVID-19 aurait accentué une dégradation du niveau d'inactivité physique et d'alimentation saine. Un changement de paradigme est nécessaire. La Commission Européenne l'a bien compris et a inséré dans sa stratégie *Farm to Fork* (cette stratégie fait partie du Green Deal), la nécessité de former des politiques alimentaires saines comme une des priorités européennes. Tous les Etats membres sont appelés à agir et à renforcer leurs politiques alimentaires existantes pour assurer la santé de leur population à long terme.

Une des politiques envisagées en priorité par la Commission européenne est l'affichage d'un étiquetage nutritionnel frontal (ENF) commun sur l'avant des emballages des produits alimentaires. La Commission a annoncé sa volonté d'harmoniser un seul ENF à travers l'Union dès la fin de 2022. Cette proposition rentre dans le cadre de la défense des droits des consommateurs afin qu'ils soient correctement informés. Cela assurerait un accès équitable à l'information nutritionnelle pour tous les citoyens européens tout en forgeant un environnement davantage propice à la santé de ces derniers. De plus, les denrées alimentaires étiquetées similairement circuleraient plus facilement à travers le marché commun. Le droit d'afficher un logo nutritionnel repose sur un règlement acté en 2011 par la Commission (JOUE, 2011). Ce dernier visait à favoriser l'accès à l'informations pour les consommateurs. Cependant, toujours selon cette législation, les Etats membres ne sont pas autorisés à afficher un ENF de manière obligatoire dans leur territoire, ils ne peuvent que le recommander.

Plusieurs pays européens ont, de manière volontaire, entrepris l'apposition facultative d'un ENF comme par exemple, le *Keyhole* qui est visible depuis 2007 dans les pays nordiques ou plus récemment depuis 2017, le Nutri-Score qui a été créé par la France. Cet outil coloré décrit la qualité nutritionnelle des aliments tels que vendus. Il résume une information nutritionnelle complexe en une lettre colorée et la rend donc accessible à tous. Ce logo est fondé sur de solides bases scientifiques et a été validé de manière explicite par maintes équipes de scientifiques au niveau international. Le Nutri-

Score s'avère donc être un candidat envisageable pour l'harmonisation au niveau européen considérant qu'il est déjà maintenant affiché de manière facultative dans six états membres, dont la Belgique, et la Suisse.

Figure 2 Présentation du Nutri-Score²



De plus, dans la société actuelle d'hyperconsommation dans laquelle les consommateurs sont confrontés à de multiples produits similaires de qualité différente. Ils se trouvent parfois perdus et incapables d'intégrer toutes les informations nutritionnelles. Le Nutri-Score permet de faire une comparaison rapide et efficace. Parallèlement, le fait d'instaurer un ENF dans les supermarchés crée un environnement davantage propice pour permettre à la population de choisir les produits les plus sains et ainsi contribuer à réduire le taux d'obésité. Toutefois, comme ce logo ne peut être rendu obligatoire légalement, aucune comparaison complète n'est réellement possible à ce jour. Pour créer ce même environnement favorable dans toute l'Union, l'harmonisation de l'outil est nécessaire. Néanmoins, certains acteurs s'opposent vivement à l'apposition obligatoire du Nutri-Score.

Un désaccord au niveau européen entre différents Etats membres a éclos. Plusieurs d'entre eux, dont la France et la Belgique, soutiennent cette initiative. Quand d'autres, comme l'Italie, se montrent réticents, voir opposés, à cette proposition. Le conflit d'intérêts visible au niveau européen rappelle celui au niveau national français ayant eu lieu de 2014 à 2017 avant l'accord de l'affichage facultatif du logo. Cependant, certains acteurs ne s'étant jamais exprimés à ce sujet, se sont vivement manifestés depuis que l'affichage obligatoire à travers l'UE est discuté. C'est le cas de l'Etat italien qui déploie une offensive de grande ampleur. Ceci a mené à une réelle instrumentalisation politique de ce débat de santé publique. En effet, le Nutri-Score est devenu un argument dans la campagne électorale de certains partis italiens.

Aussi des regroupements de syndicats, comme Copa-Cogeca qui fédèrent diverses coopératives agricoles, se font entendre d'une voix au niveau européen. De même des think thanks, comme *Farm Europe*, une association créée par d'anciens eurocommissaires, poursuit les objectifs d'élaborer des recherches et défendre leurs intérêts communs, s'opposent au Nutri-Score. Ou encore, une « No-Nutri-Score Alliance » a émergé en se faisant initialement passer pour une initiative citoyenne. Cette alliance est créée par Luciano Stella, directeur de Must & Partners, une agence de lobby à Bruxelles. Le lobbying est une pratique liée à la défense d'intérêts souvent privés et visant à influencer les actes législatifs. Ces acteurs ont depuis longtemps pénétré le processus décisionnel européen. Cela s'avère être

² Source: Nutri-Score, c'est quoi ? (2022). p.1. <https://www.santepubliquefrance.fr/determinants-de-sante/nutrition-et-activite-physique/articles/nutri-score>

problématique considérant que le lobbying, en entravant aux mesures de santé publique, engendre de considérables impacts et empiète sur les intérêts vitaux de la population.

Déjà en 2014, Serge Hercberg, le créateur du Nutri-Score, déclare avoir vu éclater une « bataille sanglante » en France lors des discussions relevant de l’affichage seulement facultatif du logo (2022). Qu’en est-il au niveau européen ? Depuis 2020, l’harmonisation d’un étiquetage nutritionnel est sur la table de la Commission. Cela fait maintenant deux ans que des opposants luttent contre cette harmonisation et essayent d’influencer le processus décisionnel européen. Par quels moyens ces acteurs contrent un tel outil de santé publique ? Ce mémoire examinera les techniques utilisées par les lobbys pour empêcher que l’affichage du Nutri-Score devienne obligatoire dans l’Union Européenne. Il est pertinent de comprendre le conflit d’intérêts se déroulant actuellement dans l’arène européenne. Premièrement, les thèmes importants de ce mémoire comme la situation légale dans l’Union considérant la santé, les ENF, le Nutri-Score et ses critiques seront développés chacun à leur tour. Deuxièmement, le cadre théorique sur le lobbying sera développé. Troisièmement, la méthode par laquelle les données ont été récoltées et traitées sera décrite. Ensuite, ces dernières seront analysées et discutées. Enfin, les résultats seront présentés.

3. La santé et l’Union Européenne

L’Union Européenne, initialement née d’une alliance économique, s’est transformée en 1992 lors du Traité de Maastricht en une véritable communauté politique. Cela a engendré la nécessité de répartir les compétences entre cette entité et ses Etats membres. Cette répartition est basée sur le principe d’attribution qui soutient que l’Union ne peut agir que dans les compétences lui ayant été attribuées. Il existe trois sortes de compétences dont les compétences exclusives de l’UE pour lesquelles elle est le seul acteur à pouvoir légiférer. Ensuite, les compétences partagées où l’Union comme ses membres sont en capacité d’adopter des actes législatifs. Cependant, les pays membres ont ce droit seulement si l’Union n’a pas encore légiféré elle-même. Enfin, les compétences d’appui pour lesquelles les Etats sont les seuls législateurs. L’Union apparaît comme une aide supplémentaire. Dans le Traité du Fonctionnement de l’UE (TFEU), il existe trois manières d’implémenter une loi, la plus contraignante étant les règlements. Ces derniers ne doivent pas s’inscrire dans le droit national du pays et sont donc directement applicables dans toute l’Union. Ceci signifie l’harmonisation d’une mesure car tous les pays sont soumis exactement à la même loi. Ensuite, il existe des directives où l’Union prescrit les résultats désirés et chaque pays implémente selon son désir. Et ensuite, les décisions sont aussi contraignantes que les règlements mais elles sont réservées uniquement à certains Etats sélectionnés.

La santé publique est une vaste discipline comprenant divers aspects comme la gestion des systèmes sanitaires, la veille épidémiologique, jusqu’à la prévention de la santé. Selon le traité de l’Union Européenne, cette discipline est simultanément une compétence partagée et d’appui. L’Union ne substitue en rien les politiques nationales, elle les complète. La compréhension du droit européen est

parfois complexe car certaines législations concernent différentes thématiques. C'est le cas des étiquetages nutritionnels. L'article justifiant les actions de l'Union sur cette problématique est l'article 169 du TFEU. Cet article traite de la protection des consommateurs. La dernière législation traitant des ENF est le règlement 1169/2011 appelé INCO. Ce dernier a imposé l'affichage d'un tableau nutritionnel comprenant six composants nutritionnels parmi lesquels les glucides, les lipides, l'apport énergétique, les protéines, le taux de sel et de sucre calculé sur base de 100 grammes contenus dans le produit. Cet affichage a été une grande avancée de Santé Publique étant donné qu'auparavant les producteurs n'étaient soumis à aucune obligation d'affichage des ingrédients utilisés. Les consommateurs étaient donc dans l'incapacité totale de savoir ce qu'ils ingurgitaient. Malgré cette avancée législative remarquable, le professeur Hercberg maintient que le processus législatif de ce règlement a fortement été influencé par les lobbys (Hercberg, 2022). A cette époque, l'affichage d'un ENF, les feux britanniques, était très discuté. Néanmoins, ce projet a rapidement cessé de susciter l'intérêt de la Commission car l'industrie agroalimentaire a été très active pour contrer cette proposition. Selon *Corporate Europe Observatory* qui est un groupe de recherche travaillant sur les groupes de pression au niveau des politiques européennes, ces lobbys auraient dépensé un milliard d'euros pour empêcher toute possibilité d'un logo nutritionnel au niveau européen.

Toutefois, malgré le fait qu'aucun ENF n'a été adopté au niveau européen, le règlement 1169/2011 souligne la capacité des pays membres à pouvoir individuellement permettre l'affichage volontaire d'un ENF. Toute décision d'apposition volontaire de telles informations nutritionnelles doit convenir au règlement 1924/2006. Ces critères obligatoires sont que l'ENF doit reposer sur de solides bases scientifiques et doit être compréhensible pour le public ciblé. Les Etats membres sont dans l'incapacité d'imposer de façon obligatoire un ENF sur leur territoire, cela reste une compétence de l'Union. Ceci explique pourquoi aucun ENF est obligatoire jusqu'à présent dans l'UE.

Récemment, la Commission Européenne, le détenteur du pouvoir législatif de l'Union, a lancé une initiative législative pour harmoniser le système d'ENF et avoir un même logo européen. Cela rentre dans sa stratégie *Farm to Fork*, traduit « de la ferme à la fourchette ». Cette dernière a pour objectif la diminution de l'empreinte autant écologique que climatique de l'UE. Elle vise aussi à forger le développement d'une alimentation durable et des régimes alimentaires sains. Cette stratégie liste plusieurs actions envisageables pour 2022-2023, dont l'apposition obligatoire d'un ENF à travers l'Union. Cette action rentre dans la lutte contre l'obésité et le développement des maladies chroniques. De plus, cette initiative renforcerait le droit des consommateurs à être correctement informés et soutient donc un accès équitable à l'information nutritionnelle pour tous les citoyens européens. Cela réduirait l'asymétrie d'information entre les citoyens européens de différents pays. Au cours du temps, l'Union est devenue une communauté dans laquelle tous les citoyens européens partagent les mêmes droits. Il est injustifiable qu'un citoyen belge soit plus légitime d'être informé qu'un consommateur italien. L'affichage obligatoire d'un ENF européen renforcerait la coopération interétatique pour lutter ensemble contre un problème de santé répandu partout dans l'Union. En outre, cela réduirait les

problèmes de concurrence envers les pays qui affichent un ENF dans leur pays et exportent les produits étiquetés à l'étranger où les autres produits ne possèdent pas d'ENF. Toutefois, l'harmonisation d'un ENF à travers l'Union serait actée sous la forme d'un règlement, étant l'acte législatif le plus contraignant pour les Etats membres. Les gouvernements réticents à l'affichage de ENF sont forcés de réfléchir.

La Commission donnera son verdict en novembre 2022 sur quel ENF serait le plus envisageable comme futur logo européen. Ensuite, le Conseil de l'UE et le Parlement Européen voteront. Certains acteurs se sont déjà prononcés publiquement pour faire connaître leur position. C'est le cas de Zdenek Nekula, le ministre tchèque de l'agriculture qui assurera la future présidence du Conseil de l'UE durant le semestre à venir. Cette instance a pour rôle d'adopter et de négocier avec le Parlement les législations venant de la Commission et gère aussi la coordination interétatique et les relations extérieures de l'UE. Sa présidence est gérée par un trio de trois Etats membres qui se répartissent par semestre. Après la France, la République Tchèque assurera la présidence avant celle de la Suède. Monsieur Nekula a annoncé que la problématique des ENF serait une priorité (Fortuna & Foote, 2022). Il a ajouté ne pas soutenir le Nutri-Score mais une autre alternative, comme le Nutri-Inform, présenté ci-après dans ce mémoire.

Au niveau européen, le processus décisionnel est complexe, non seulement dû à la tentative de chaque pays membres de défendre leurs intérêts économiques nationaux, mais aussi à cause des conflits interdisciplinaires. Certains pays portent plus d'importance au niveau de la sécurité alimentaire que d'autres. Les intérêts nationaux, régionaux, économiques, politiques s'opposent souvent à ceux de la santé publique. Même si certains clivages culturels ou religieux persistent sur certaines problématiques telles que les aides sociales, la santé devrait être une priorité et surpasser tout conflit interétatique.

Un souci pointé du doigt au niveau européen est celui du manque de transparence. Depuis 2015, la problématique de la transparence dans le processus décisionnel européen est discutée. Frans Timmermans, vice-président de la Commission Européenne, avait proposé de l'améliorer en tentant de rendre l'influence lobbyiste moins opaque par la tenue obligatoire d'un registre pour les lobbys venant visiter la Commission et le Parlement Européen. Cependant, cette initiative n'a jamais abouti. Une étude de Mulcahy (2015) démontre que l'institution européenne la plus opaque est le Conseil Européen, suivi du Conseil de l'UE et enfin du Parlement. En effet, l'indépendance des décideurs est questionnée surtout que le registre des lobbys est volontaire. Il est donc important de se rappeler que de nombreux intérêts conflictuels risquent d'entraver le processus décisionnel concernant les ENF. Ces derniers sont décrits dans la section suivante.

4. Les étiquetages nutritionnels frontaux

Les ENF sont considérés comme une des politiques les plus envisageables pour combattre la croissance de la pandémie d'obésité croissante. Cette initiative est conseillée et soutenue par de multiples

associations comme la ligue contre le cancer (IARC) et l'OMS. L'affichage d'ENF augmente de manière considérable l'attention que les consommateurs porteront à l'étiquette. Cela les rend davantage capables d'appréhender l'information et par la suite, de prendre les meilleures décisions selon ces critères. En effet, de multiples auteurs dont Andreeva et al., (2020) affirment que seulement une petite minorité de la population s'attarde sur le tableau nutritionnel. Ce dernier étant calculé pour 100 grammes permettrait aux consommateurs de comparer différents produits. Néanmoins, de tels tableaux (figure 3³) ne sont pas compris par la majorité, voire presque la totalité de la population, par manque de temps et de connaissances en nutrition. Les ENF luttent donc contre le phénomène d'asymétrie d'information entre les consommateurs, surtout les moins susceptibles de comprendre l'information décrite à l'arrière des emballages.

Figure 3 Exemple de tableau nutritionnel disponible sur la face arrière des emballages

	375 kcal	113 kcal
MATIÈRES GRASSES	1,5 g	0,5 g
dont acides gras saturés	0,3 g	0,1 g
GLUCIDES	79 g	24 g
dont sucres	15 g	4,5 g
FIBRES ALIMENTAIRES	4,5 g	1,4 g
PROTÉINES	9 g	2,7 g
SEL	1 g	0,3 g
VITAMINES :	(% AR)	(% AR)
D	8,4 µg (167)	2,5 µg (50)
THIAMINE (B1)	1,8 mg (167)	0,55 mg (50)
RIBOFLAVINE (B2)	2,3 mg (167)	0,70 mg (50)
NIACINE (B3/PP)	13,4 mg (84)	4,0 mg (25)
B6	1,2 mg (84)	0,35 mg (25)
ACIDE FOLIQUE (B9)	334 µg (167)	100 µg (50)
B12	2,1 µg (84)	0,6 µg (25)
SELS MINÉRAUX :		
FER	11,6 mg (84)	3,5 mg (25)

De nos jours, on observe une évolution dans le comportement des consommateurs, toujours plus exigeants quant à l'information donnée sur les produits qu'ils achètent. En effet, la demande sociétale s'avère croissante par rapport au désir d'accéder au maximum d'informations. En effet, l'accès aux informations nutritionnelles est devenu un critère de sélection lors des achats, aussi important que le prix ou la marque du produit. L'affichage d'ENF est une politique publique faisant partie d'une stratégie plus large de prévention de la santé. Cette branche de la santé publique est complexe car elle consiste à motiver les individus à diminuer ou arrêter les comportements néfastes pour leur santé.

Un aspect complexe de la prévention est qu'elle vise à diminuer des comportements donnant de la satisfaction instantanée aux individus comme la consommation de substances alcoolisées, de tabac ou des relations sexuelles non protégées. Or, les conséquences résultant de ces actions se dévoilent souvent à long terme. Il s'avère donc difficile, voire parfois inconcevable pour certains, de changer

³ Source : Comprendre l'étiquetage nutritionnel.

https://www.kelloggsnutrition.com/fr_FR/knowledge/Kelloggs_et_la_Nutrition/Comprendre_letiquetage_nutritionnel.html

leurs gestes au quotidien pour améliorer leur avenir. Les individus maintiennent souvent que « tout le monde doit bien mourir de quelque chose ». Ils croient au destin et sont trompés par le biais d'optimisme, le fait de croire que les malheurs n'arrivent qu'aux autres. De réels changements de comportements sont entrepris suite à la perception d'une réelle menace comme une amende ou un accident routier quand on roule trop vite.

La prévention alimentaire est mise à mal car elle vise à réduire le taux d'obésité et le développement de maladies chroniques qui se développent souvent à long terme. Les risques de ces maladies ne sont donc pas perçus par les individus avant qu'ils ne développent de réels problèmes. Pourtant, certaines astuces pourraient inconsciemment motiver les individus à adopter des comportements favorables à la santé. C'est le cas du *nudging* signifiant « coup de pouce » en français qui est une théorie américaine de la science du comportement. Cette dernière désigne toute action visant à influencer inconsciemment le processus décisionnel de l'individu ou d'un groupe d'individus à adopter un certain comportement de santé. Cette théorie repose sur l'influence des biais cognitifs de telle sorte que les individus ne sont pas conscients d'être influencés. Cambon (2016) maintient que cela crée une « architecture de choix » rendant l'option la moins propice à la santé moins accessible ou déplaisante et, au contraire, les choix favorables à la santé plus attrayants. Le *nudging* permettrait de contrer certains éléments irrationnels du comportement humain tel que le mimétisme des pairs, l'indécision ou la surévaluation des coûts de faire un choix sain. Les comportements alimentaires, bien qu'individuels et propres à chacun, se sont vus intégrés dans les normes sociales et culturelles. Ils sont donc impactés par de nombreux facteurs externes, tel que le marketing et les actions de la majorité du groupe.

Les ENF sont une sorte de *nudging*. En effet, le Nutri-Score motive consciemment et/ou inconsciemment le consommateur. Quand les consommateurs intéressés par la nutrition vont consciemment le regarder, les individus manquant de temps ou de savoirs pourraient inconsciemment y porter attention. D'abord, les lettres D et E étant en orange et en rouge, couleurs assimilées dans l'inconscient à l'interdiction ou l'infraction, pourraient générer un sentiment de désintérêt ou de méfiance pour ces aliments. Certains auteurs, tels que Shanggouan et al. (2019), affirment que les ENF seraient un élément motivateur poussant les consommateurs à manger de manière plus saine. Kim et al. (2012) maintiennent que les facteurs motivant les individus à entreprendre un changement de comportement sont le calcul entre les obstacles à adopter l'action avec les bénéfices rapportés par cette action. Le plus d'obstacles sont perçus, le moins l'individu changera son comportement. Un des obstacles pour adopter une alimentation saine reste la capacité limitée des consommateurs à lire les étiquettes et à retirer l'essentiel des informations figurant sur les emballages qui sont aujourd'hui inondés de marketing pour plaire au public. Temmermans et al., (2021) ajoutent que la littératie en santé serait un obstacle supplémentaire amoindrissant l'impact que pourraient avoir ces étiquetages. Ce concept relate l'aptitude des personnes à trouver, comprendre et appliquer une information de santé. Cette littératie en santé entrave à la compréhension du tableau nutritionnel sur les produits car une

minorité de consommateurs connaît les nutriments et leurs effets sur le corps humain et est capable de mesurer combien de grammes de lipides ou de glucides sont convenables ou démesurés pour leur santé.

Les ENF pourraient être une bonne initiative pour diminuer cet obstacle et donc peser dans la balance pour amoindrir les obstacles perçus par les individus pour arriver à les motiver de choisir des aliments plus sains. Les ENF peuvent avoir différentes fonctions. Certains visent à prévenir le consommateur de certains effets préjudiciables de sa consommation alimentaire tels que les *warning label* au Chili. A l'inverse, certains ENF saluent les effets salubres des produits et agissent comme une sorte de selle de validation, comme le *Key Hole*. D'autres sont un résumé de l'information comme le *Traffic Light* ou le Nutri-Score. De multiples auteurs dont Ares et al. (2018), Egnell et al. (2020), Andreeva et al. (2020), Folkvord et al. (2021) et Dubois (2020) ont désiré comparer l'efficacité entre les ENT existants. Le Nutri-Score apparaît comme le plus performant et capable de modifier les comportements et habitudes d'achats des consommateurs. Ce n'est pas étonnant lorsque le créateur du *Traffic Light*, a manifesté publiquement son soutien pour l'outil français. Ce dernier sera développé dans la prochaine section.

5. Le Nutri-Score

Il est primordial d'informer la population de la meilleure manière considérant qu'avoir un régime alimentaire sain réduit le taux de MNT et favorise la qualité de vie des individus. Le Nutri-Score est un outil qui pourrait remédier à cette problématique. En effet, ce dernier a été initié par Santé Publique France. Il a été créé par le professeur Serge Hercberg, suite à la demande de la Ministre de la Santé Marisol Touraine qui cherchait des politiques de santé réalisables et efficaces pour le Programme National Nutrition-Santé français. Le Nutri-Score a été proposé en 2014 et après maints efforts, a fini par être adopté en 2017 de façon facultative, la France n'ayant pas le droit de l'imposer au niveau national. Le Nutri-Score est un système nutritionnel non-lucratif géré par Santé Publique France et dont l'apposition est facultative. Santé Publique France ne gagne rien par rapport au nombre de producteurs affichant le logo. Ce dernier est un ENF résumant l'information nutritionnelle des aliments tels que vendus en une lettre colorée. Ce logo visible et synthétique s'avère clair et simple à comprendre pour tous. Le Nutri-Score repose sur de solides bases scientifiques. Déjà, il a été conçu en respectant le plan conceptuel et les différentes étapes du processus de validation d'ENF de l'OMS. Il résulte d'un algorithme inspiré d'un score de l'Agence britannique des normes alimentaires (FSA). De multiples études, telle que celle de Adriouch et al., (2016) démontrent l'efficacité de ce dernier à réduire les MNT. De par son inspiration d'origine britannique, la légitimité de l'outil dans l'UE pourrait être questionnée. Toutefois, Julia et al., (2021) démontrent la transposabilité de ce score au contexte Français.

Cet algorithme considère tout produit alimentaire sur une base de 100 grammes et attribue un score selon sa contenance en nutriments à favoriser et à ceux à limiter. Un produit peut donc se voir attribuer au maximum 40 points pour les éléments à limiter tel que l'apport énergétique en calories, les acides gras saturés, le taux de sucre et de sel. De ce nombre sont soustraits les points des constituants à

favoriser comme le taux de protéines, de fibres et le pourcentage de fruits, légumes et oléagineux pouvant aller jusqu'à 15 points. Ce calcul résulte en un score et chaque point attribué rentre dans une catégorie allant de A à E (*Figure 4*⁴). Les boissons et produits alimentaires solides ont deux différentes catégorisations. Moins ce score est élevé, plus le produit sera bien classé.

Figure 4 Catégorisation des produits selon le score attribué

Points		Logo
Solid foods	Beverages	
Min to -1	Waters	
0 - 2	Min - 1	
3 - 10	2 - 5	
11 - 18	6 - 9	
19 - max	10 - max	

Ce calcul résulte des données venant des producteurs et des industriels. Pour éviter toutes données mensongères, la Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des fraudes (DGCCRF) assure de la véracité des données inscrites. Néanmoins, l'algorithme est transparent. Tout un chacun peut effectuer le calcul grâce à un document Excell de chez lui et peut donc vérifier l'attribution du score. Le professeur Hercberg souligne que les producteurs n'ont aucun intérêt à fausser leurs données, cette action étant punissable juridiquement. Cet algorithme est flexible et n'est pas défini strictement.

De fait, un Comité scientifique, composé de deux experts indépendants par pays, gère les possibles modifications de l'algorithme et prend en considération les critiques qui lui sont adressées. Ça a été le cas pour l'huile d'olive, initialement classée D, et qui est désormais classée C et arrive donc au meilleur score attribuable pour une huile. C'est aussi le cas du score attribué aux oléagineux qui a été rehaussé considérant les bienfaits comme les apports en Oméga-3 (huile de noix et de colza pris en compte dans le pourcentage de fruits et légumes). Actuellement, l'amélioration de l'algorithme des matières grasses, des produits de grains entiers et des fruits de mer sont reconsidérés (SCNS, 2021). En effet, le Nutri-Score n'est pas parfait. Il peut encore être améliorée et sera donc revu tous les 3 ans. Un rapport est actuellement attendu pour fin juin 2022. Ce Comité Scientifique est aussi responsable de la compatibilité du Nutri-Score avec les recommandations nationales. Pour assurer la gouvernance

⁴ Source : Questions-réponses sur le Nutri-Score. Scientifique et technique. 01/04/2022. p.34.
file:///C:/Users/Usuario/Downloads/QR_scientifique_technique_310322.pdf

transnationale européenne, un *Steering Committee*, composé de deux représentants par pays, a été formé en 2021 pour superviser les avancées du Nutri-Score et coordonner l’affichage commun à travers les différents pays adhérents.

Le fait que ce score soit déjà affiché dans différents pays a permis l’élaboration de multiples études en conditions réelles. Cela a permis de constater l’efficacité évidente du Nutri-Score, comparé à de multiples ENF existants depuis des années. De plus, il apparaît efficace pour tout type de consommateur et particulièrement pour les foyers à plus faibles revenus et pour les personnes moins éduquées (Egnell & al., 2021). Cela pourrait s’expliquer grâce au caractère compréhensible de l’outil. La compréhension objective a été testée dans 18 pays, même non-européens comme Singapour et le Mexique, et il ressort que le Nutri-Score s’avère le plus apte à permettre aux consommateurs de bien classer les aliments selon leur qualité nutritionnelle (Dréano-Trécant & al., 2020). En effet, plusieurs scientifiques, dont Bossuyt et al., (2021) maintiennent que le Nutri-Score rendrait capable les consommateurs de comprendre l’information nutritionnelle et atténuerait le risque de littéracie en santé.

Ce logo apparaît comme un outil de santé publique pertinent car il conscientise les consommateurs sur la qualité nutritionnelle des produits qu’ils achètent. Des auteurs, tels que Egnell et al., (2021) démontrent que la qualité globale du panier des consommateurs s’améliore grâce au Nutri-Score. Le professeur Herberg affirme qu’en France, une augmentation des ventes des produits classés A de 4,9% est observable ainsi qu’une légère chute de -2,3% des achats de produits E. A long terme, cela pourrait changer les habitudes d’achat des consommateurs (Julia & al., 2021) et par le même biais, participer à la lutte contre l’obésité. Suivant cet argument, une macro-simulation grâce au modèle PRIME a lié le taux de décès évitables grâce à ce logo en France. Il en ressort que 7680 décès, représentant 3,4% des décès, liés au développement de maladies chroniques, auraient pu être évités en France grâce à l’affichage du logo (Egnell & al., 2016). Cette affirmation corrobore les résultats de diverses recherches, dont celle de Egnell et al., (2019), qui maintiennent que consommer des produits bien classés par le Nutri-Score réduit le risque de développer des maladies chroniques comme l’obésité et le cancer. Il existe aussi des études suivant des cohortes de milliers de personnes sur des années démontrant que la consommation de produits ayant un haut score FSA, par corollaire un mauvais Nutri-Score, augmente le risque de développer de maladies chroniques. Deux exemples illustrent cette affirmation. La cohorte SU.VI.MAX de 6435 sujets suivis sur 13 ans démontre une augmentation des cas de cancer de 34%, de maladies cardio-vasculaires de 61% et 61% d’obésité chez l’homme. De même la cohorte Nutri-Net Santé suivie sur 6 ans démontre une augmentation de 40% de maladies cardio-vasculaires et de 52% des cas de cancer du sein (Julia & al., 2015).

Certains pourraient se demander pourquoi le Nutri-Score serait plus apte que d’autres ENF à influencer les comportements d’achats de consommateurs. Des auteurs, comme Szabo De Edelenyi et al., (2019) argumentent que cette performance remarquable serait due à la capacité à discriminer les aliments dans une même catégorie de produits. Grâce à ce score, les consommateurs peuvent visualiser très rapidement quel produit est davantage à favoriser à la place d’autres moins bien classés. D’autres

chercheurs soutiennent que son efficacité serait due à son apparence visuelle, ce logo lettré et graduellement coloré serait facilement associable mentalement à la permission ou l'interdiction. Cette association cognitive se déroulerait de manière inconsciente et serait un facteur d'explication à la courte durée nécessaire pour comprendre l'outil. Gabor et al., (2020) affirment que le Nutri-Score demande aux consommateurs moins de temps de considération visuelle. Cet élément est crucial dans une société d'hyperconsommation où les individus sont pressés et entourés d'une vaste offre de produits.

Leurs achats sont définis par certains critères comme le prix, l'habitude, l'appréciation de la marque, le désir de goûter. Folkord et al., (2021) dénotent que la considération de la santé passe souvent après le facteur de goût. Ce même auteur lie la perception gustative des aliments avec le Nutri-Score et conclut que cette dernière influence positivement. Au-delà d'influencer la perception gustative, le Nutri-Score impacterait la taille des portions de produits mal classés négativement (Egnell & al., 2018). De plus, selon Temmermans et al, (2021), l'apposition d'un score sur la face avant des produits motiverait les industries à la reformulation alimentaire pour tenter d'atteindre un score supérieur. Cela s'est vu exemplifié par de multiples firmes depuis l'affichage du Nutri-Score. C'est le cas de la marque Bonduelle qui a diminué jusqu'à -50% son taux de sel sur plusieurs de leurs produits. Ce phénomène crée un environnement plus propice à la santé. Pour ces raisons, le Nutri-Score apparaît comme un outil de Santé publique efficace.

Toutefois, une étude en Belgique souligne que même si une majorité (92,5%) des individus de son échantillon plébiscite le Nutri-Score et aime le voir affiché, seul 28,5% l'utilise vraiment (Coquillard, 2020). A ce jour, aucune étude démontre la capacité des consommateurs à savoir véritablement utiliser cet outil. De même, les facteurs qui influencent les consommateurs à considérer ou non le Nutri-Score restent flous. Des angles morts sur l'outil restent à explorer. Cela est faisable considérant que le score est implémenté dans un nombre croissant de pays.

Certains critères ont déjà été retenus comme atténuant l'efficacité du Nutri-Score. En effet Vandevijvere et Berger (2021) ont démontré que le score apposé en noir et blanc sur l'étiquette des prix des supermarchés n'est pas aussi efficace et devrait donc être directement disponible sur les emballages. Une deuxième barrière à l'utilisation de l'outil est l'impossibilité de comparer tous les produits d'une même catégorie car certains producteurs se nient encore à afficher le logo. Il serait judicieux d'harmoniser le score au niveau européen pour assurer un certain degré de transparence et offrir la possibilité de comparaison, non seulement entre les produits mais aussi entre les différents Etats membres. Ces derniers devraient lutter ensemble pour contrer les tendances alarmantes.

Les enjeux derrière le Nutri-Score sont cruciaux. Le taux d'obésité en Europe ne cesse d'augmenter et commence de plus en plus tôt chez les enfants en bas âge. L'obésité est significativement corrélée avec un plus haut risque de développer des MNT. Ces maladies sont la première cause de décès prématurés dans le monde. Dans son dernier rapport l'OMS affirme que des actions communes sont nécessaires pour combattre ce phénomène. De plus, ce dernier entraîne des coûts importants pour la sécurité sociale. Une étude de l'OCDE démontre qu'en Belgique un patient obèse demanderait 87% de

coûts supplémentaires qu'une personne sans obésité. Les frais s'accumulent et représentent un total de 13,5% du coût sanitaire total par an des soins sanitaires belges. Tous les pays européens sont touchés. Ces derniers devraient lutter ensemble. Il est possible d'assurer une santé plus prospère pour la population européenne. Toutefois, certains acteurs doutent de la capacité du Nutri-Score à informer les consommateurs. Leurs critiques sont développées dans la prochaine section.

6. Remarques portées au Nutri-Score

Tout au long de son parcours, le Nutri-Score a généré et continue de générer des « tempêtes d'opposition » (Hercberg, 2022, p.11). En effet, ce logo déplait à plus d'un acteur. Certaines remarques, comme la mauvaise position de l'huile d'olive et celle des oléagineux, ont été considérées et intégrées dans l'algorithme. Néanmoins, d'autres remarques ne peuvent être intégrée dans l'outil. La première critique adressée au Nutri-Score vient du monde biologique et traite du fait de catégoriser de la même façon les produits industriels et ceux issus d'agriculture biologique. Néanmoins, le fait qu'un produit provienne de l'agriculture biologique n'influence pas la qualité nutritionnelle du produit.

Une deuxième critique est adressée par les producteurs d'appellation d'origine protégée (AOP) et indication géographique protégée (IGP). Les producteurs de tels produits critiquent le désintérêt du Nutri-Score envers leurs produits et se disent outrés de voir leurs produits mal classés. En effet, les produits d'AOP/ IGP sont soumis à des cahiers des charges stricts et doivent respecter leurs recettes et un certain savoir-faire pour garantir la qualité de leurs produits. Cependant, un produit de qualité en termes de production n'équivaut pas à un produit de bonne qualité nutritionnelle. On rejoint le point fait ci-dessus à propos des produits biologiques, qu'un jambon ait une mention AOP n'influence pas le fait que si ce jambon contient deux grammes de sel, il sera moins bien coté. Le Nutri-Score se centre sur la mesure de la qualité nutritionnelle des produits mais n'est pas pour autant contre les produits de qualité. Serge Hercberg mentionne que les consommateurs devraient modérer leur consommation de produits moins bien classés, en en mangeant moins mais mieux et donc se tourner vers des produits provenant d'AOP/IGP.

La troisième critique est plus générale et se réfère à la non-considération du degré de transformation des aliments. Le Nutri-Score calcule la qualité nutritionnelle du produit final. La composition nutritionnelle est calculée de sorte à informer le consommateur du contenu nutritionnel en nutriments (nombre de calories, taux de sucre, graisse et sel, sel, fibres, pourcentage de fruits et légumes, protéines). En effet, la qualité nutritionnelle est une dimension différente du degré de transformation des aliments. Dans les produits ultra-transformés sont souvent ajoutés des substances tels que les additifs (colorants, émulsifiant, édulcorant, conservateurs). L'effet de certaines substances comme le nitrite de sodium, souvent ajouté dans les charcuteries comme conservateur, a été prouvé comme néfaste sur la santé. Néanmoins, ce n'est pas encore le cas pour tous les additifs. Il manque encore des preuves scientifiques. Cela explique pourquoi le Nutri-Score ne prend pas en compte ces substances. Il existe

déjà un score, le NOVA, calculant uniquement le degré de transformation des aliments. A l'opposé, ce dernier ne considère pas la qualité nutritionnelle des aliments. En effet, la dimension du degré de transformation et celle de la qualité nutritionnelle ne sont pas substitutives mais bien complémentaires. Le professeur Hercberg démontre qu'il est possible de les deux pour informer les consommateurs de la manière la plus complète (*Figure 5*⁵). Il apparaît important d'afficher ces deux informations considérant qu'un tiers de l'apport énergétique de Belges provient d'aliments ultra-transformés (Vandevijvere et al,

Figure 5 Complémentarité du Nutri-Score et du NOVA
2018 ; 2020). A ce jour, aucun logo existant ne comprend les deux dimensions.



Une quatrième remarque part de l'incompréhension de certains scores. C'est le cas des pommes de terre pré-coupées en frites. Ce produit est classé A car ce sont des pommes de terre crues. Le Nutri-Score est calculé sur la composition nutritionnelle du produit tel que vendu et non tel que consommé, donc le calcul ne tient pas compte du mode de cuisson et de consommation (avec ou sans sauces et/ou avec ou sans sel). Elles pourraient être cuites au four, à l'airfryer, à l'huile végétale ou dans une graisse animale. Le Nutri-Score n'est pas le même avant et après cuisson et varie en fonction du mode de cuisson. En comparaison, un produit tel que les pâtes, offre une seule manière de les cuisiner, elles seront cuites dans l'eau obligatoirement. L'incompréhension de certains scores amènent certains individus à comparer des aliments non-homologues comme une huile avec un soda. Or, dans un contexte réel, les consommateurs n'hésitent pas entre ces divers produits. Ils comparent les aliments d'une même catégorie entre eux et ceci est facilité grâce au Nutri-Score (*Figure 6*⁶). Il est judicieux de noter que ce score n'est pas binaire, il ne désigne pas les aliments sains et ceux malsains mais les range en catégories.

Figure 6 Comparaisons faisables grâce au Nutri-Score



⁵ Source : Equipe de recherche en épidémiologie nutritionnelle (EREN). Diapositives : Un outil de sante publique base sur la science. Ce qu'il peut (ou ne peut pas) apporter. 2022. P.19.

⁶ Source : Equipe de recherche en épidémiologie nutritionnelle (EREN). Diapositives : Un outil de sante publique base sur la science. Ce qu'il peut (ou ne peut pas) apporter. 2022. P.9.

La dernière remarque traite de l'algorithme calculé sur 100 grammes. Certains producteurs d'aliments tels que l'huile d'olive ou les fromages s'opposent à considérer les aliments sur une base de 100 grammes. Ils expriment que cela ne s'aligne pas avec les habitudes de consommation qui s'avèrent bien moindre à cette quantité. De ce fait, ils désirent un calcul par portion. Le fait de se baser sur des portions fixées par les producteurs est problématique. Non seulement cette portion risque d'être sous-estimée par les producteurs mais aussi, il est impossible de fixer une même portion pour tous les consommateurs. Chaque personne devrait avoir une portion personnalisée correspondant à son poids, sa taille et son activité physique. De plus, le logo traduit le tableau nutritionnel déjà présent sur la face arrière qui lui est aussi mesuré par 100 grammes. Cette quantité uniformisée permet aux consommateurs de pouvoir faire des comparaisons entre différents produits. Si les portions inventées par les producteurs venaient à ne pas correspondre, il serait impossible de comparer les apports nutritionnels entre divers produits. Les manipulations faites par les industriels surviennent, déjà quand ils emballent leurs produits par plusieurs en affichant les informations nutritionnelles d'une seule unité.

Ces cinq remarques sont souvent répétées et exagérées. D'autres critiques sont portées envers l'outil mais seront décrites plus bas étant parties des stratégies lobbyistes. Il est important de mentionner que le Nutri-Score ne peut pas plaire à tout le monde. Tous les individus, étant scientifiques, politiciens, bloggeurs ou parents, peuvent porter davantage d'importance à d'autres problématiques comme l'écologie, le degré de transformation des aliments ou l'agriculture biologique. A ce jour, aucun ENF n'est capable de comprendre toutes ces problématiques. Il n'est donc pas saugrenu d'observer des oppositions. Ces personnes-là sont susceptibles d'être insatisfaites du Nutri-Score. Tous les acteurs critiquant l'outil ne sont pas forcément des lobbys. Ce terme est décrit dans la partie suivante.

7. Cadre théorique

Le cadre théorique de ce mémoire s'inspire de deux sources. Premièrement, pour connaître les diverses stratégies de lobbying existantes, le cours de Karine Gallopel Morvan sera utilisé. Ce dernier servira d'entrée pour cerner les principales stratégies existantes. Les moyens utilisables pour influencer les politiques seront décrits. Cela permettra par la suite de discerner les techniques utilisées dans le cadre de l'adoption obligatoire du Nutri-Score. Deuxièmement, le livre du professeur Hercberg « Mange et tais toi » sera étudié. Ce livre explique le parcours difficile du Nutri-Score depuis sa création à son adoption facultative en France. Il discute particulièrement des lobbys de l'agroalimentaire. Ainsi, une comparaison sera faisable entre les techniques utilisées par les lobbys de 2014 à 2017 avec celles déployées à ce jour au niveau européen.

Pour commencer, un lobby pourrait se définir comme étant un groupe de pression visant à influencer les réglementations, les normes ou les décisions législatives dans le but soit d'empêcher un

acte législatif d'être voté, soit d'obtenir quelque chose comme un amendement, ou des subventions. L'essence même du lobbying étant la défense d'intérêts. Les lobbys entreprennent de multiples actions pour rencontrer, informer et sensibiliser les personnes influentes étant au pouvoir pour qu'elles considèrent leurs enjeux. Le mot lobby découle de la langue anglaise dans laquelle il n'a pas de signification péjorative contrairement en Europe où ce mot est perçu négativement et est souvent associé à la corruption et l'opacité allant contre toute éthique. C'est pourquoi certains acteurs utilisent plus volontiers le terme plaidoyer qui signifie la défense d'intérêts.

Ces intérêts à défendre sont souvent privés mais peuvent aussi être publics et peuvent comprendre les intérêts nationaux, locaux, politiques, économiques ou les intérêts de santé publique. Il est nécessaire de mentionner qu'il existe deux sortes de lobbying le grassroots et le rooftop. Lors du lobbying grassroots, le grand public devient un acteur à part entière et participe dans le débat en faisant pression sur les décideurs. Ce lobbying est transparent et est observable sous la forme de manifestation ou pétition. A l'inverse, le lobbying rooftop, aussi appelé lobbying direct, est plus opaque. Il se réfère au jeu d'influence venant soit de cabinets de lobbying ou de grandes firmes envers les décideurs. Cette sorte de lobbying ne considère pas l'opinion populaire. D'ailleurs, la majorité du temps, toutes ces actions restent inconnues du grand public. Les acteurs du rooftop s'occultent même derrière d'autres acteurs « façades » ayant une meilleure image. Les lobbys peuvent aussi faire appel à des acteurs indépendants comme des journalistes ou des experts scientifiques. Toutes ces actions sont conduites dans le but d'harponner les décideurs pour défendre leurs intérêts. Cela peut amener ces derniers à se trouver dans un conflit d'intérêt. Ce terme se réfère à une situation d'interférence entre des intérêts publics et d'autres privés et peut influencer le caractère indépendant d'une fonction. En effet, ceux qui défendent l'intérêt commun sont humains et donc influençables voir corruptibles.

Pour bien cerner la problématique complexe qu'est le lobbying, une brève description des stratégies lobbyistes est nécessaire. Selon Gallopel Morvan, la première étape du lobbying est de rédiger un argumentaire. Il existe d'ailleurs trois moyens de construire ce dernier. Premièrement, leur argumentation pourrait se baser sur la défense du peuple. Dans ce cas-là, les lobbys démontrent aux décideurs que la population s'accorde avec leur avis et donc, leur rapportera des voix électorales et les aidera à être réélus. Deuxièmement, les lobbys peuvent donner à leur argumentaire une dimension internationale, humaine et/ou économique. Les décideurs pourraient être séduits par la mention d'une possible augmentation du taux de chômage, une diminution des ventes ou des exports ou de la perte de reconnaissance internationale. Troisièmement, les lobbys peuvent se centrer sur la discrimination de l'acte législatif en question. Il convient donc de contrer la proposition dérangeante par l'affirmation de son inefficacité. Ces trois techniques servent de base d'argumentaire pour commencer un lobbying dont le but est de convaincre. Les lobbys tentent de montrer de l'empathie pour les politiques qui normalement considèrent l'intérêt général pouvant apporter des voix électorales. C'est pourquoi leurs discours sont agencés pour générer des émotions.

Suite à la rédaction de leur argumentaire, la deuxième étape consiste à porter leur discours aux décideurs, élus ou personnes influentes pour les influencer directement. Indirectement, les lobbys tentent aussi de les convaincre via les médias et sur les réseaux sociaux. Selon Observatoire lobbying, les trois décideurs les plus visés en France sont les parlementaires, le ministère de l'économie et le Premier Ministre. Le lobbying est devenu une véritable profession. Ces acteurs sont formés pour connaître avec précision les étapes du processus décisionnel et savent donc quand il est le plus opportun d'agir. Ils font aussi des études de veille pour, par exemple, pouvoir assister aux réunions parlementaires. Cette étape sert à pouvoir anticiper l'évolution de la situation autant politique qu'institutionnelle pour pouvoir agir avant le dépôt d'un texte. En effet, si le texte est passé, seuls les amendements seront possibles. Enfin, pour défendre leurs intérêts, les lobbys rencontrent les décideurs, leur proposent des réunions informelles dans le but de leur transmettre des informations. Le but étant de rendre le décideur sensible en lui expliquant les conséquences de sa prise de décision. La dernière étape du lobbying est l'élaboration de la stratégie. Madame Gallopel-Morvan dénombre diverses stratégies existantes (*Tableau 1*).

Tableau 1 : Stratégies de lobbying existantes

<i>Cheval de Troie</i>	Cette technique consiste à agir de manière subtile. Les lobbys vont par exemple créer des organisations ou des associations ayant une meilleure image pour défendre leurs intérêts. Ils peuvent aussi tourner l'argumentaire de sorte de paraître garant de la population et des intérêts publics. De là, ils vont tenter de convaincre un maximum de personnes du bien vouloir pour essayer d'être soutenu par une multitude d'acteurs soutenant leur opinion. Cette influence peut se faire à travers les médias ou les réseaux sociaux. Cette panoplie de soutien améliore l'image des lobbys et leur donne de la crédibilité et du pouvoir. Le but étant d'avoir de la visibilité et de communiquer sous toutes les formes possibles. Cette technique peut s'exemplifier par la promotion de la consommation modérée prônée par les alcooliers. Prônant une consommation amoindrie, les derniers deviennent acteurs à part entière dans la prévention de la santé des consommateurs. Ils pénètrent la défense des intérêts de la santé individuelle pour améliorer leur image. Cela augmente leur niveau de crédibilité. De plus, étant acteurs, ils soutiennent l'inutilité de mesures de prévention supplémentaire considérant qu'ils opèrent déjà une stratégie de prévention et sont les plus à même de prendre soin de leurs consommateurs car ils connaissent mieux que personne leurs produits. Cette stratégie les fait passer pour des acteurs conscients et responsables.
<i>Le dentiste</i>	Cette technique consiste en l'élaboration d'un plan graduel en plusieurs étapes. Si un acte de loi ne peut empêcher d'être voté, les lobbys soutiendront réforme après réforme pour arriver à dénaturer l'acte législatif qui les dérange. Cet acte sera donc fragilisé et les intérêts des lobbys seront assurés. C'est le cas de la loi Evin en France amendée de multiples fois par les alcooliers.
<i>Le bon et le mauvais flic</i>	Cette stratégie repose sur la création d'une coalition entre deux groupes d'acteurs complices. Un des deux défendrait une position extrême auprès des décideurs. Ensuite, le deuxième interviendrait avec une perspective suivant la même lignée mais en étant plus envisageable. Les décideurs croient donc que cette opinion et ses intérêts sont soutenus par divers acteurs. Accepter la perspective du deuxième groupe leur paraît donc raisonnable. Cette technique est subtile car les décideurs ne sont même pas conscients de ce jeu d'influence.

<i>La mitrailleuse</i>	Cette stratégie consiste à menacer les décideurs sur leur réélection, une délocalisation économique, des pertes d'emploi. Cette technique est risquée car elle détériore fortement l'image des acteurs. Un exemple pourrait être la menace de perte d'emploi lors de l'interdiction des machines de snacks dans les écoles. Le Syndicat des entreprises productrices avait prédit une considérable augmentation du taux de chômage. Or, il ne s'est rien passé de tel.
<i>Le fossoyeur</i>	Cette stratégie tente d'éjecter la proposition législative de l'agenda politique. Les lobbys essayent donc de semer le doute concernant l'utilité, l'efficacité et la légitimité de la proposition. Ils créent des groupes d'experts, de think tank, d'expérimentations. Ils financent des études appuyant leur opinion. S'ils ne peuvent éviter la prise de décisions, ils la retardent. Un des plus grands lobbys, l'industrie du tabac ou plutôt de la nicotine a longtemps semé le doute sur les effets néfastes de la cigarette sur la santé.

Le lobbying est une pratique courante dans différents domaines. Le lobby agroalimentaire est loin d'être un des plus gros lobbys existants. Pour décrire la puissance qu'ont certains lobbys, prenons le lobby du tabac pour exemplifier. Il est important de noter que le tabac est l'industrie de la nicotine. Le tabac a été longtemps perçu comme un produit n'impactant pas négativement la santé humaine. Les industries, dont la plus connue Philip Morris, faisaient même l'éloge de ses bienfaits. Quand dans les années 60, la nocivité du produit a été démontrée, l'industrie a financé des études semant le doute et elle-même juré devant un tribunal que la nicotine n'était pas addictive. Leur image a pris un coup lors de la publication de certains documents secrets démontrant la connaissance des effets néfastes de leurs produits. En effet, Charles Ellis cite que " la nicotine est une drogue très subtile" (Charles Ellis, BAT, 1962). En 1979, d'autres documents démontrent le désir des producteurs à vendre des produits addictifs et socialement acceptés. Jusque dans les années 90, ils ont publiquement nié le fait que la cigarette pourrait être addictive. Suite aux preuves indénombrables prouvant les effets néfastes des cigarettes sur la santé humaine, un changement de paradigme de la considération du tabac a eu lieu et de nombreuses mesures de prévention ont éclos. L'industrie a dû revoir sa stratégie et a, dès lors, commencé la prévention de réduction de risque. Cela fait partie de la stratégie du cheval de Troie grâce à laquelle les acteurs de l'industrie du tabac pénètrent le champ d'acteurs de santé et se montrent préoccupés pour les consommateurs. Alors que réellement, ils cherchent à maintenir le chiffre d'affaires, ils prônent une consommation modérée, la réduction le nombre de cigarettes ou de paquets pour minimiser les dommages sur la santé des individus. Cela est en réalité une astuce pour éviter l'arrêt total de la consommation du produit. Aussi, ils créent de nouveaux produits correspondant aux désirs des consommateurs comme les e-cigarettes. L'industrie a affirmé ne plus vouloir vendre de cigarettes à combustion. Ils apparaissent donc comme des êtres responsables et respectueux de la santé humaine. Ils sont très visibles, sponsorisent le monde de la mode et du sport. Ils organisent des événements académiques de prévention pour infiltrer le monde de la santé. C'est une avancée masquée, tel le Cheval de Troie.

En gardant en tête ces diverses stratégies existantes, le livre « Mange et tais-toi » du professeur Hercberg est examiné pour décrypter comment les lobbys ont tenté de contrer l'évolution de l'affichage facultatif du Nutri-Score en France jusqu'à 2014 jusqu'à son adoption finale en 2017. Dans son livre, le professeur Hercberg décrit avoir vécu une véritable « bataille sanglante » pendant laquelle le docteur a été accusé de désenchanteur médicalisant les pratiques alimentaires. Il discute les difficultés auxquelles la santé publique est confrontée. Cette discipline est souvent critiquée comme étant celle des hygiénistes, imposant des mesures stigmatisantes et culpabilisantes. Il est intéressant de s'attarder sur comment des acteurs tentent de ralentir ou supprimer l'adoption d'un outil tant soutenu scientifiquement. Le professeur Hercberg maintient que ces acteurs agissent comme une « force invisible » et affirme que les lobbys sont mordants et prêts à tout pour empêcher l'adoption même facultative du logo au niveau national français.

La stratégie « bien huilée » utilisée par les lobbys en France dès 2014 se comporte de diverses étapes. La première étape consistait en l'élaboration d'un argumentaire soutenant l'inutilité de l'affichage d'un ENF. D'abord, les lobbys s'appuyaient sur la nécessité d'éduquer la population. Selon eux, le Nutri-Score infantilise la population. Ils défendent le droit de liberté de l'individu de consommer ce que bon lui semble et maintiennent que chacun devrait être conscient de la nécessité de mener une bonne hygiène de vie et donc de suivre une alimentation saine. Ils prônaient donc la responsabilisation individuelle et s'opposaient au fait d'influencer les choix alimentaires de la population. Simultanément à cette affirmation, ils ont tenté de discréditer le Nutri-Score qu'ils décrivaient comme « stigmatisant, simpliste et réducteur » et s'appuyaient sur l'intérêt des informations déjà existantes sur les emballages comme le tableau nutritionnel. Ils argumentaient que cet étiquetage représentait une réelle menace à la dynamique économique autant interne qu'internationale et touristique. De plus, selon eux, cela allait à l'encontre des produits locaux, du patrimoine et donc de la gastronomie française. Les lobbys soutenaient que la France pouvait perdre sa notoriété culinaire à cause de ce logo. Cette première étape consiste donc en la désinformation et persuasion en utilisant un langage discréditant contre l'outil. De plus, dans le but de semer le doute, ils tentaient de discriminer les preuves scientifiques du Nutri-Score allant jusqu'à maintenir qu'une multitude de scientifiques défendaient le Nutri-Score pour la rivalité interdisciplinaire du monde scientifique. Les lobbys essayaient de convaincre les politiques.

La deuxième étape de leur stratégie a été la proposition d'autres ENF. Il est nécessaire de souligner que cette action allait à l'encontre de leur argument initial soutenant l'inefficacité de ce genre de logos. Carrefour France, initialement très opposé au Nutri-Score, avait proposé un score se basant sur la fréquence de consommation recommandée d'un aliment. Le Big 6, un regroupement de grosses multinationales comprenant Nestlé, Coca-Cola, PepsiCo, Mars, Mondelez et Unilever, a proposé l'Evolved Nutrition Label. Ce logo est aujourd'hui visible sur certains produits, comme sur les emballages de Coca-Cola. Ces logos alternatifs proposés s'avèrent trompeurs pour le consommateur car les données nutritionnelles sont calculées par portion et non par quantité de 100 grammes. Le fait de calculer sur une plus petite quantité réduit les dosages de contenu à limiter comme le taux de sucre

ou de sel et donc renvoie une meilleure image du produit, ou plutôt une moins mauvaise. Par exemple, un paquet de biscuits Oreo calculé par 100 grammes reçoit un Nutri-Score E ; or calculé par portion il se verrait attribué la lettre B. Ces ENF proposés ne sont généralement pas basés sur de solides appuis scientifiques et leur efficacité n'est pas démontrée. Néanmoins, c'est une technique discrète visant à « l'asphyxie » du Nutri-Score pour soit le substituer soit le retirer de l'agenda politique. A l'époque, le Big 6 s'était stratégiquement partagé l'Europe pour accroître leur influence. Dans cette étape, les lobbys entreprennent des actions comme des campagnes de dénigrement contre le Nutri-Score.

La troisième étape consiste à retarder l'adoption du logo. Pour les industriels, plus long est le processus décisionnel, plus tard ce logo arrivera sur le marché ; pour eux, un gain de temps équivaut à des gains économiques. Ils ont donc motivé les décideurs à tester le Nutri-Score pour mesurer son efficacité en conditions réelles. De ce fait en 2017, une expérimentation en conditions réelles a eu lieu. Selon le professeur Hercberg, cette dernière ne s'est pas déroulée de manière réglementaire. Le score n'était pas affiché sur tous les produits. Malgré tout, le gouvernement continuait à soutenir l'outil. Les lobbys ont donc tenté une dernière fois de retarder son affichage en questionnant l'adéquation du Nutri-Score avec les articles 35 et 36 du règlement européen 1169/2011, dit INCO. De ce fait après avoir essayé de discréditer, de substituer l'outil, ils l'ont attaqué sur le plan légal en dernier recours. Un élément ayant mené à l'adoption du Nutri-Score a été l'exposition médiatique de l'outil et le soutien sociétal.

Peu importe les intérêts que les lobbys défendent, le professeur Hercberg dénonce l'opacité et la subtilité de leurs techniques. En effet, souvent ils font pression de manière « amicale » sur les décideurs. Le professeur Hercberg lui-même a questionné son degré d'indépendance après avoir réalisé le caractère sournois de l'influence exercée par ces acteurs. Depuis que la Commission Européenne a mentionné son désir d'harmoniser un ENF à travers l'Union, les lobbys se sont manifestés au niveau européen. Le professeur Hercberg mentionne que divers pays membres dont la République Tchèque, la Pologne, la Hongrie et l'Italie ont cherché des failles juridiques pour compromettre l'adoption de ce logo au niveau européen. Ces pays dénombrent de nombreux industriels. Il apparaît pertinent d'essayer de cerner les stratégies utilisées par ces derniers au niveau européen. Seront-elles similaires à celles employées au niveau français ? Ce mémoire vise à décrypter comment les lobbys tentent de contrer l'affichage du Nutri-Score dans l'Union Européenne. La méthodologie est développée dans la partie suivante.

8. Méthodologie

Dans le but d'analyser les stratégies utilisées par les lobbys, des données provenant de différentes sources vont être considérées. La problématique du lobbying serait difficilement étudiable par un biais quantitatif. Il est vrai que des données numériques, telles celles provenant de transparency.org, pourraient être collectées pour mesurer l'importance des sommes investies et par quels acteurs. Toutefois, ce mémoire a utilisé une technique purement qualitative pour récolter les données

considérant la limite temporelle et la complexité du sujet. Des données de diverses sources ont été recueillies pour apporter de la diversité dans cette recherche. Tout d’abord, des données brutes ont été extraites grâce aux douze entretiens semi-directifs menés avec un panel diversifié d’acteurs. Pour un facteur de la faisabilité, tous les entretiens ont été conduits en ligne via des plateformes telles que zoom ou Microsoft team. Les petits producteurs ont été contactés par téléphone. Les entretiens ont été transcrits complètement pour ensuite être codés et analysés (*Annexe 1*).

Le panel des personnes interrogées est plural et offre une richesse dans les données recueillies. En effet, ayant différentes fonctions, les acteurs interrogés ont leur propre perception et leur propre rôle autour du Nutri-Score. Des acteurs politiques, économiques, agricoles et scientifiques ont été interrogés. Cela comprend deux eurodéputés, Irene Tolleret opposante au Nutri-Score et Marc Tarabella ancien défenseur de l’outil désormais défavorable. Camille Perrin, représentante du BEUC, l’association européenne de consommateur a été interrogé. Serge Hercberg, le créateur du logo Nutri-Score, ayant vécu le conflit au niveau national français lors de la discussion pour rendre l’outil facultatif. Deux responsables de grands distributeurs, Carrefour Belgique et Delhaize et trois producteurs locaux à très petite échelle ont été interrogés. Ces derniers ont été contactés car ils sont souvent oubliés du discours public, ne sont souvent pas au courant des législations européennes, et les subissent. Pour écouter l’avis de producteurs locaux, une panoplie de producteurs vendant différents produits a été sélectionnée considérant un critère de proximité géographique allant à 5 kilomètres, une productrice de glaces artisanales, un arboriculteur producteur de fruits, jus de fruits et de miel et un fermier indépendant producteur de fruits, légumes, yaourts, beurre et fromage. Deux personnes des fromages de Herve, une AOP wallonne ont été entendus et enfin un responsable de promotion des produits AOP dans l’Agence Wallonne pour la Promotion d’une Agriculture de Qualité (APAQ-W). Toutes les personnes interrogées ont été contactées par email, certains grâce aux contacts du SPF Santé, d’autres participants au débat autour du Nutri-Score ont été trouvés sur internet. Certaines personnes ont refusé de participer à un entretien comme Nestlé, Sequoia, la « No-Nutri-Score Alliance » ou Yuka. Coca-Cola a répondu très brièvement. Ces entretiens ont été conduits entre le 10 mai 2022 et le 3 juin 2022.

Tableau 2 : Identité des répondants

1	Serge Hercberg - Créateur du Nutri-Score	Défenseur
2	Camille Perrin – Représentante du BEUC	
3	Responsable chez Delhaize	
4	Responsable chez Carrefour Belgique	
5	Attaché Responsable de Promotion et Export chez APAQ-W	Opposant
6	Productrice des produits AOP Fromage de Herve	
7	Francis Bebronne - Responsable marketing des fromages de Herve	

8	Irène Tolleret - Députée européenne française du parti Renew Europe	
9	Marc Tarabella - Député européen belge du parti Socialists & Democrats	
10	Indépendant gérant de la ferme des cinq épines	
11	Indépendant gérant du Verger du paradis	
12	Indépendant gérant de la Ferme Saint Hubert	Neutre

Considérant que le Nutri Score au cours des années est devenu une problématique politisée et polarisée, deux groupes se sont formés : les défenseurs et les opposants de l’outil. Une majorité des répondants prenaient le sujet à cœur étant pour ou contre l’outil. Traitant un sujet sensible, discuter avec les interlocuteurs à faciliter la mise en confiance et le partage d’opinion sur un sujet autant polarisé. Les entretiens avec les personnes soutenant l’outil ont été plus intimes et plus fluides. Les opposants se montraient dubitatifs au premier abord. Mais grâce au contact humain, ils n’ont pas hésité à faire connaître les raisons de leur mécontentement. Tout de même, certaines personnes interrogées se montraient réticentes à partager totalement leurs idées. Les lobbys sont des représentants d’intérêts pouvant être politiques, économiques ou nationaux. Ces acteurs ont leurs propres raisons pour ne pas valider et supporter cet outil. Pendant la collection de données, de l’empathie a été nécessaire pour comprendre les raisons de cette opposition.

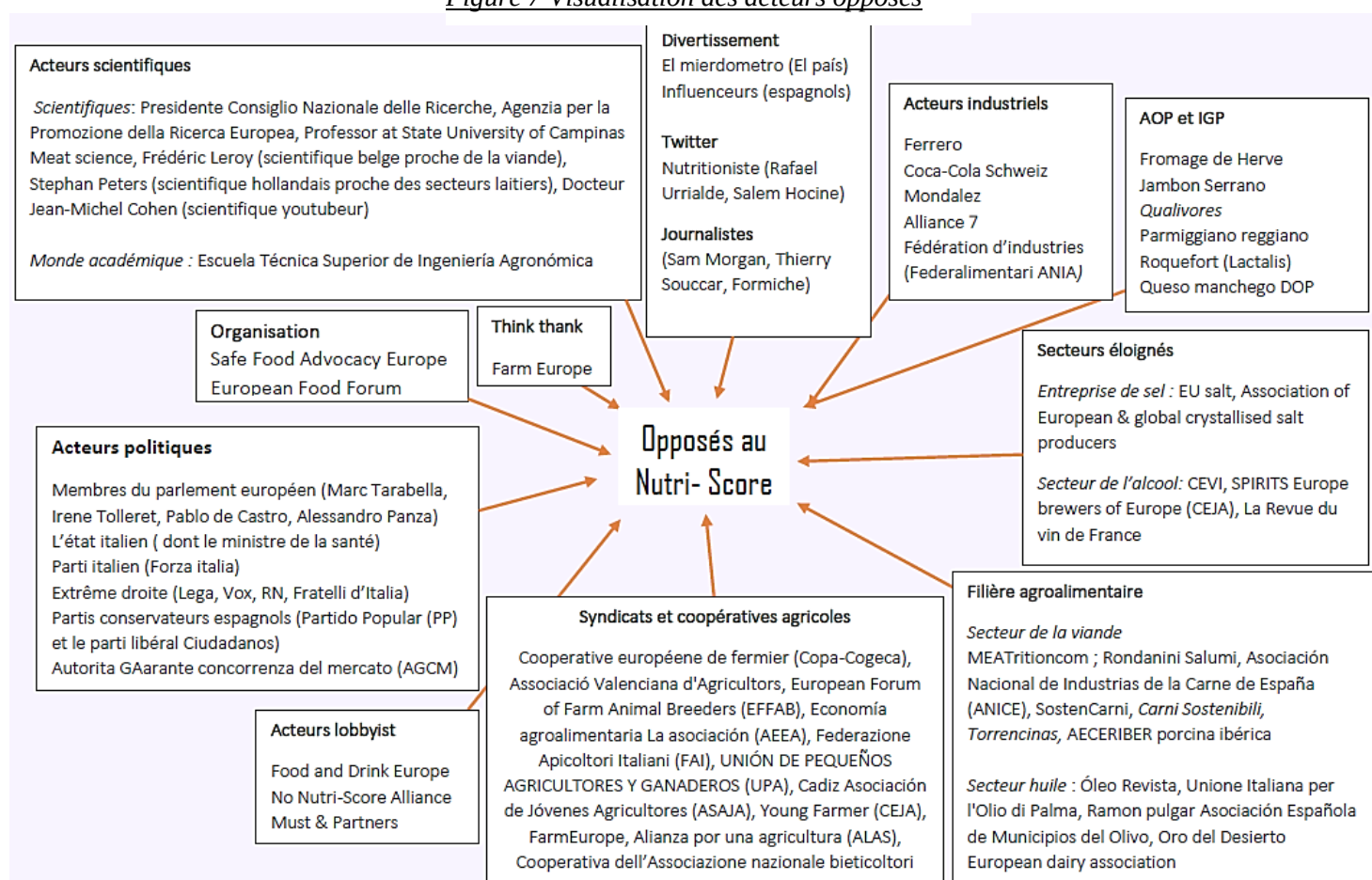
Pour assurer une totale compréhension et appréhension du sujet, des données de l’arène politique ont été récoltées et analysées dont deux discussions parlementaires organisées à propos du Nutri-Score. Ces sources secondaires compléteront les données des sources primaires. De plus, la présence des lobbys aux réunions apparaît comme une opportunité pour analyser leur discours. Par ce biais, les techniques utilisées par les lobbys sont davantage visibles et analysables. De plus, pour avoir une base de données plus conséquente et diverse en sa richesse, dix entretiens faits en février et mars 2022 de jeunes vivant à Grenade sur la capacité du Nutri-Score à influencer leurs habitudes d’achats vont être considérés. Dernièrement, pour exemplifier certains arguments, des données de la sphère médiatique ont été retenues pour leur pertinence, comme des tweets ou des rubriques circulant sur internet. Le discours public est nécessaire pour comprendre comment les lobbys s’expriment.

Dans le but de répondre à la question de recherche, une analyse transversale thématique a été menée. C’est-à-dire que la théorie sur les cinq stratégies de lobbying existantes a été retenue et mise en parallèle avec les données récoltées. Par ce biais, il a été possible de saisir les techniques utilisées dans le cas des discussions autour d’un Nutri-Score européen. Il est important de souligner que le lobbying n’est pas toujours bien considéré en Europe et reste donc un sujet sensible. Ce mémoire n’apportera pas de réponse tangible sur l’identité des lobbys et leurs techniques complètes étant donné un haut degré d’opacité de cette problématique. De multiples actions restent méconnues de tous. Les résultats ont été divisés entre les différentes techniques utilisées et ont été ensuite discutés. Avant tout, les parties prenantes du conflit sont décrites dans la partie suivante.

9. Visualisation des acteurs du conflit

Le terme de lobby employé dans ce mémoire désigne, toute partie prenante dans le débat essayant d'influencer la prise de décision au niveau européen pour contrer l'affichage obligatoire du Nutri-Score. Par conséquent, ce mémoire ne s'attarde pas sur les lobbys soutenant ce logo et désirant son affichage. Au contraire, les acteurs étudiés sont ceux essayant de retarder, voire d'empêcher, la signature de la législation soutenant un Nutri-Score européen. Pour présenter une représentation visuelle de ces lobbys, des acteurs impliqués et opposés au Nutri-Score ont été identifiés et schématisés (Figure 7). Il est pertinent de démontrer la multitude d'acteurs étant directement ou indirectement impliqué dans ce débat. Une majorité des acteurs présentés ci-dessous ont été retrouvés sur Twitter et sont donc actifs sur les réseaux, en postant des publications allant à l'encontre du Nutri-Score, en partageant des publications ou en suivant des acteurs telle que la « No Nutri-Score Alliance ». Pour des contraintes de temps, les acteurs les plus actifs ont été repris. Bien d'autres acteurs n'ont pas été mentionnés mais sont opposés au Nutri-Score.

Figure 7 Visualisation des acteurs opposés



Les différents moyens d'influencer les politiques auraient pu être schématisés, comme le démontre Gallopel-Morvan dans son cours. Cependant, dû à l'important degré de politisation du conflit,

il est difficile de démontrer comment les acteurs politiques ont été influencés considérant que ces derniers sont eux-mêmes partie prenante à part entière du conflit.

Au cours de son développement et de son processus d'acceptation législative en France, le Nutri-Score a déjà rencontré plusieurs opposants. Le principal acteur était celui de l'industrie agroalimentaire défendant leurs intérêts économiques. Toutefois, des acteurs politiques comme le Ministre de l'Agriculture, à l'époque Monsieur Le Foll, n'ont pas hésité à défendre les intérêts de leur région. Le Foll se révoltait du score des rillettes, un produit provenant de la région où il est député. Ce n'est pas surprenant que certains acteurs déjà présents dans le conflit au niveau national français sont observables au niveau européen. C'est le cas des acteurs économiques comme l'industrie agroalimentaire. Certaines multinationales comme Danone et Nestlé, initialement opposées à l'outil, ont décidé d'afficher ce score pour répondre à la demande sociétale de leurs consommateurs. Néanmoins, d'autres firmes comme Coca-Cola refusent encore aujourd'hui d'afficher ce score. Ces puissances économiques pèsent lourd.

Aujourd'hui au niveau européen, deux phénomènes ont pu s'observer : une intensification de l'implication des acteurs déjà actifs et l'apparition de nouveaux acteurs. C'est compréhensible considérant que les enjeux sont plus importants étant donné que l'affichage, non plus facultatif, mais obligatoire du logo est discuté. C'est-à-dire que jusqu'ici les acteurs opposés au score ne l'affichaient tout simplement pas sur leurs produits. Ces acteurs se révèlent aujourd'hui presque agressifs pour lutter contre l'apposition obligatoire de ce score. Deux acteurs de lobbying sont actifs au niveau européen s'opposant au Nutri-Score. Il s'agit de Copa-Cogega, une association syndicale des agriculteurs européens et *Food Drink Europe*, un groupe lobbyiste militant pour la cause des agroalimentaires. La puissance de ces deux groupes entrave la facilité d'accès pour connaître leurs actions menées dans le cadre de l'opposition au Nutri-Score.

Certains acteurs, qui jusqu'ici ne s'étaient jamais manifestés, sont apparus dans ce conflit. C'est le cas de l'Etat italien qui mène une attaque hostile contre le Nutri-Score. Parmi la composition de cette opposition gouvernementale, on compte le Ministre des affaires étrangères, le Ministre de l'agriculture et des forêts, le Ministre du développement économique. Jusqu'ici rien d'anormal. Dans tous les Etats membres même en France, pays créateur de l'outil, les Ministres de l'Agriculture et de l'Economie sont souvent opposés aux mesures de santé publique. Cependant, dans le cas italien, l'élément important à souligné est que le Ministre de la Santé, Mario Draghi, comme le secrétaire d'Etat se montrent opposés au Nutri-Score. La politisation de l'outil est discutée dans la partie suivante.

10. Analyse

Comme souligné dans la partie méthodologie, une variété d'acteurs de divers secteurs tant bien supportant qu'opposant du Nutri-Score ont été interrogés. Une analyse thématique est présentée décrivant en premier lieu, les stratégies utilisées par les lobbys. En deuxième lieu, l'argumentaire construit par les lobbys sera développé.

a) Analyse des techniques utilisées par les lobbys

Grâce au processus de recueil de données, il est maintenant possible de décrypter quelles des cinq stratégies sont utilisées par les lobbys pour s'opposer à un Nutri-Score européen. Dû à des critères de faisabilité, deux des cinq stratégies n'ont pu être mesurées. Il s'agit de la stratégie de la mitrailleuse qui entraîne la réception de menaces par exemple, de délocalisation ou de l'augmentation du taux de chômage. Déjà que le lobbying est un sujet délicat, dans le cas où un répondant aurait reçu une telle menace, il n'aurait pas forcément partagé d'information. Durant les entretiens, quelques questions ont été évitées pour ne pas gêner les répondants. De ce fait, la stratégie de la mitrailleuse n'a pu être observée. La deuxième stratégie non-observable est celle du bon et du mauvais flic consistant à la création de deux groupes secrètement complices défendant les mêmes intérêts avec des positions plus ou moins extrêmes. Cette technique est sournoise. Même si un des répondants aurait pu avoir été convaincu par certains lobbys, cette influence est souvent discrète et les acteurs ne s'en rendent pas compte. Dans le cas où un répondant aurait été informé de cette technique, il n'aurait eu pour lui aucun intérêt à se confier. Les trois stratégies restantes ont pu être observées. Elles vont être analysées ci-dessous.

i. *Le Cheval de Troie*

Dans la première stratégie du cheval de Troie, les lobbys se laissent apparaître comme des acteurs conscients des enjeux de santé, et se manifestent en menant des actions, en soutenant des discours ou en se camouflant derrière d'autres acteurs dans le but d'améliorer leur image. Lors des entretiens, tous les acteurs interrogés affirment être conscients de la nécessité d'agir pour lutter contre l'obésité. Ils se disent concernés des besoins des consommateurs et affirment que leur santé et leur bien-être est au cœur de leurs priorités. C'est pourquoi les opposants au Nutri-Score se disent inquiets car selon eux, ce logo n'aide pas les consommateurs à mieux choisir leurs aliments, bien au contraire il apporterait confusion et mensonges. Par exemple, l'Autorité italienne Garante de la Concurrence du Marché (AGCM) a entrepris de nouvelles recherches sur l'outil prônant mettant en avant qu'il fausse les consommateurs.

Serge Hercberg soutient qu'il existe un réel négationnisme de la science dans le débat du Nutri-Score. Les lobbys questionnent, nient, remettent publiquement en cause les nombreuses recherches supportant le Nutri-Score, voire les détournent pour discréditer l'outil. Le professeur Hercberg raconte qu'en Espagne, des blogueurs, n'ayant aucun diplôme scientifique, ont étudié de nouveau l'outil et ont repris hors contexte les éléments les arrangeant pour ensuite, s'opposer publiquement à l'outil sur leurs réseaux où des milliers d'abonnés verront leurs publications. Ces personnes instrumentalisent le débat du Nutri-Score dans le but d'attirer des abonnés et recevoir des likes. Serge Hercberg soutient qu'il est plus facile de s'opposer à un outil soutenu par le monde scientifique et par le gouvernement pour séduire la toile. Il semblerait qu'en Espagne, ces acteurs aient remplacé la voix de la science et auraient tout autant, si pas davantage, de reconnaissance par le grand public. Par conséquent, ils ont une influence

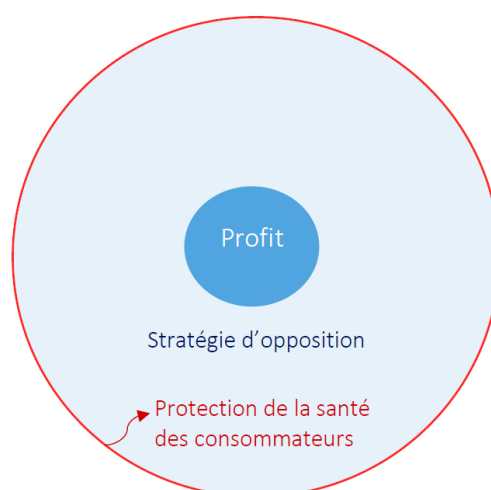
considérable sur les politiques. Ce n'est pas le cas en Belgique ou en France où leur influence n'est pas déterminante sur le gouvernement. Ceci souligne que le jeu d'influence varie de pays en pays.

D'autres acteurs proposent de financer des études et recherches expérimentales pour s'assurer de la véracité des données scientifiques fournies. Une députée européenne interrogée, Madame Tolletet, affirme vouloir vérifier les données provenant des sorties de caisses dans les pays où est affiché le Nutri-Score. Ces données pourraient refléter la réalité existante en situations réelles jusqu'ici. Elle aimerait aussi financer une étude sur la compréhension de l'outil. Le fait de financer des études pourrait servir à créer des évidences allant contre le Nutri-Score et donc semer le doute. Si les lobbys ne doutent pas de sa fiabilité, ils questionnent son efficacité en prônant qu'il existe déjà le tableau nutritionnel apposé à l'arrière des emballages et doutent de la nécessité d'afficher une information supplémentaire. Par exemple, Coca-Cola affirme déjà s'occuper d'apposer ces informations additionnelles grâce au Evolved Nutrition Label. Dans ce cas particulier, l'industrie agroalimentaire se forge une place auprès des défenseurs des consommateurs et pénètre le domaine de la prévention. Cette dernière s'affirme comme capable d'indépendamment mener à bien la prévention de la santé de leurs consommateurs. Cette technique améliore leur image car ils paraissent responsables et conscients.

Les lobbys insistent surtout sur le besoin primordial de protéger le citoyen. C'est d'ailleurs la même stratégie qui est utilisée par certains acteurs s'affichant comme les protecteurs d'intérêts nationaux et/ou locaux qu'ils soient culturels, économiques ou gastronomiques. Par exemple, Roquefort et Société, producteur d'un fromage AOP, oriente leur discours sur le besoin de défendre les producteurs régionaux pour le patrimoine et la culture gastronomique de la France. Ce qu'ils ne laissent pas paraître derrière leur discours est que cette même société est détenue par Lactalis, une des trois plus grosses multinationales laitières au monde et n'est donc pas composée de petits producteurs. Ils se font passer pour des petits producteurs est une technique des industriels pour améliorer leur image et augmenter la possibilité de faire entendre leurs intérêts.

Pour éclairer la situation, un schéma, inspiré du cours de Gallopel-Morvan, exemplifie le fond de leur stratégie (*Figure 8*). Pour arriver à défendre leurs intérêts leur rapportant du profit, les lobbys adoptent une stratégie d'opposition. Cependant, pour améliorer leur image, ils mettent en avant des objectifs pour l'intérêt public, comme la santé des consommateurs, pour justifier leur opinion et apparaître comme des êtres honnêtes et justes. La productrice de fromage AOP belge interrogée souligne qu'il est important de réaliser que derrière toute action lobbyiste se trouvent des intérêts défendus générant du profit. Il est important de souligner qu'on associe le roquefort au géant Lactalis (qui détient 70% des parts de marché du Roquefort) mais qu'il existe encore des petits producteurs de roqueforts qui souffrent de ce logo et qui sont oubliés car stigmatisés avec les gros industriels.

Figure 8 Stratégie du Cheval de Troie illustrée



Aussi, pour épurer leur image, les lobbys se cachent souvent derrière des associations « miroir » pouvant être des groupes pour la recherche scientifique, la défense des consommateurs ou encore l'alimentation durable. Certaines de ces associations sont considérées par beaucoup comme des groupes puissants de lobbying faisant pression sur la Commission Européenne. C'est le cas d'associations comme le *European Food Forum*, composé de différents membres du Parlement Européen. Ce forum a été créé pour discuter plus librement des propositions traitant d'alimentation. Toutefois, comme ses membres semblent avoir des intérêts similaires, ce forum pourrait être un moyen pour se rencontrer et discuter des tactiques d'approches pour défendre leurs intérêts communs. Un deuxième groupe est un think tank, *Farm Europe*. Ce dernier est composé d'anciens commissaires européens, des personnalités très influentes au niveau européen. Ils défendent généralement les intérêts agricoles et agroalimentaires. Ces deux groupes montrent comment des acteurs politiques se regroupent et s'occultent derrière des organisations dans le but de faire valoir leurs intérêts.

Il est intéressant de dénoter un troisième groupe particulier, la « No Nutri-Score Alliance » créée en 2020. L'initiateur de cette alliance est resté anonyme pendant presque deux ans et se faisait passer pour une initiative citoyenne. Il y a peu, son fondateur a fait connaître son identité. Il s'agit de Luciano Stella, gérant d'une société de lobbying à Bruxelles, Must & Partners. Les sources de financement de cette alliance restent opaques. Des journalistes ont essayé d'enquêter sur leur financement mais en vain. Sur leurs réseaux, ils semblent majoritairement défendre les intérêts agricoles. En effet, ils rédigent une chronique hebdomadaire défendant un produit traditionnel en particulier comme le gouda ou le jambon ibérique. Cependant, cela pourrait être une tactique de distraction pour faire croire que cette alliance défend les intérêts agricoles lorsqu'en réalité, un groupe industriel serait derrière. Certains pensent qu'il pourrait s'agir de Ferrero mais personne n'a pu à ce jour, trouver des preuves concrètes.

Cette alliance exemplifie bien la stratégie du Cheval de Troie. En effet, elle a développé une stratégie de communication impressionnante, ludique et hebdomadaire sur Twitter, Instagram et Facebook qui augmente considérablement sa visibilité. Cela leur permet de toucher le plus de personnes

possibles. En effet, une bonne manière de convaincre est la médiatisation de leur propos pour toucher et sensibiliser le grand public et simultanément et indirectement, les décideurs. Parallèlement aux interactions médiatiques, les lobbys, telle que la « No Nutri-Score Alliance » organisent différents événements lors desquels ils ont l'opportunité de discuter avec les décideurs, une opportunité de se faire entendre et de les convaincre.

Le cas de Monsieur Tarabella pourrait exemplifier cette situation. Ce dernier supportait le Nutri-Score en 2020 et avait même signé une carte blanche dans *Le Monde* intitulé « Un Nutri-Score européen dont les lobbys ne veulent pas », avant de changer d'opinion et de rejoindre le camp des opposants. Durant l'entretien, il a mentionné avoir participé au Salon de l'Agriculture. Lors de ce genre d'événements, les lobbys de l'agroalimentaire sont présents et font entendre leur perspective. L'eurodéputé aurait pu se laisser séduire. Aujourd'hui, Monsieur Tarabella affirme vouloir organiser un événement au Parlement Européen sur les incongruences de l'outil, pour certainement convaincre d'autres eurodéputés. Le fait qu'il soit dans le comité d'agriculture pourrait aussi avoir été un élément influençant son opinion. Cela exemplifie la variation d'opinion des décideurs.

Le BEUC affirme que dans le Parlement Européen « on est en train de perdre tout le soutien qu'on comptait au début ». Ces changements pourraient s'être produits de manière individuelle en consommant et en observant ce score affiché dans les grandes surfaces, comme Tarabella l'a mentionné. Néanmoins, les lobbys influencent de manière très subtile. Il est très complexe de dénoter la source réelle de ces changements d'opinion. Les techniques des lobbys sont sournoises et discrètes. Herberg lui-même s'est questionné pour voir s'il avait été influencé, la réponse était négative. Cependant, certains individus peuvent être persuadés d'une idée parfois plantée dans leur esprit par autrui. Ainsi fonctionne l'approche masquée des lobbys lors du Cheval de Troyes.

ii. Le Dentiste

La deuxième stratégie, celle du dentiste, est subtile. Elle consiste en l'élaboration d'un plan étape par étape pour atteindre un objectif final bien défini qui ne serait pas atteignable directement. Dans le cas de la législation traitant d'imposer obligatoirement le Nutri-Score au niveau européen, l'exemption des fromages d'AOP et IGP serait un exemple. En effet, il serait imaginable que la filière laitière d'AOP désirerait une dérogation pour ne pas devoir afficher le Nutri-Score. Cette demande repose sur le fait que les fromages d'appellations protégées sont fabriqués avec peu d'ingrédients et de façon naturelle. Monsieur Bebronne, le directeur marketing des fromages de Herve qui sont une AOP belge, s'exclame « vous êtes rouge ? Pourquoi ? Parce que vous transformez du lait pour faire du fromage [...] Il vous faut du sel, vous êtes obligé de les passer dans la saumure et ça, ça fait partie de la recette traditionnelle du fromage ». Un des éléments problématiques souligné par ces AOP est la facilité des firmes fromagères industrielles à reformuler leurs produits. Monsieur Bebronne continue « pour avoir du light ils mettent des amidons modifiés et rajoutent de l'azote dans leurs produits, ils ont un peu bidouillé pour

arriver à ce score ». Au contraire, les AOP, elles, sont contraintes à des cahiers de charges et ne peuvent donc pas modifier leurs recettes. Un membre de l'APAQ-w complète « si on change la recette, ça ne sera plus du fromage de Herve ». Les producteurs de fromages AOP relèvent aussi le manque de considération pour la fréquence de consommation de leurs produits. Les fromages d'AOP sont des plaisirs que les consommateurs consomment occasionnellement. Selon Madame Tolleret, cette consommation est comparable à celle du champagne ou de foie gras. Elle défend que ces produits soient loin de causer la hausse croissante d'obésité mondiale. Bebronne souligne qu'une alimentation ne se compose pas aliment par aliment mais d'un ensemble d'aliments et donc il est incorrect que le fromage reçoive un mauvais score alors qu'il est souvent dégusté avec une tranche de pain et une soupe. De plus, il mentionne que la couleur rouge est associée négativement dans l'inconscient des clients, il cite « au feu rouge, on ne peut pas passer » et il redoute donc un boycott de leurs fromages AOP.

Dans l'optique de la stratégie du dentiste, cette exemption pourrait s'avérer être un premier pas pour ouvrir la possibilité à d'autres produits AOP de demander une exemption. Pourtant, les produits AOP de charcuterie, en contraste aux produits laitiers, contiennent des nitrates de potassium ou du nitrite de sodium, des composants chimiques sont utilisés comme conservateurs et colorants. Or, de nombreuses études démontrent la toxicité de ces éléments qui ont d'ailleurs été limités par l'Autorité Européenne de sécurité des aliments (EFSA). Ayant le titre d'AOP ou IGP, les producteurs de ces produits pourraient tenter de demander, comme leurs collègues laitiers, une exemption.

Cette stratégie pourrait aller plus loin jusqu'à prévoir une dérogation pour tous les fromages. L'eurodéputée Madame Tolleret soutient que la consommation de fromages n'est pas le déterminant de l'obésité et cite « Je ne suis pas sûre et certaine que les jeunes qui deviennent obèses passent leur temps à se gaver de Brie car ça coûte de l'argent, ça coûte cher ! Par contre les pommes de terre surgelées alors ça pardon ! ». Ici l'eurodéputée compare les fromages classés D ou E avec les pommes de terre surgelées et pré-coupées en frites qui sont classées A, n'étant pas encore cuisinées. La technique du dentiste consisterait à exempter par le biais de différentes réformes la gamme de tous les fromages. En France, 44 républicains ont porté une proposition de loi à l'assemblée nationale demandant l'exemption des produits AOP (EREN, 2022). Le risque est donc que si l'exemption aux AOP est accordée, d'autres AOP et ensuite, des producteurs de tous fromages pourraient demander de même de cette exemption.

iii. Le Fossoyeur

La stratégie du Fossoyeur vise à faire sortir la proposition législative dérangeante de l'agenda politique, ici l'affichage obligatoire du Nutri-Score dans l'UE. Pour atteindre leur objectif, les lobbys utilisent diverses tactiques. Il est intéressant de noter que certaines d'entre elles se chevauchent. C'est le cas de la propagation de fake news qui sont réparties sur les réseaux sociaux et servent non seulement à discriminer le Nutri-Score mais en plus à semer le doute à propos de sa fiabilité. Quatre tactiques pour enterrer la proposition de l'outil ont été observées et sont énumérées ci-dessous.

❖ *Discréditer*

Pour convaincre les décideurs de ne pas considérer une initiative législative, les lobbys tentent de discréditer cette nouvelle idée. Serge Hercberg affirme que les lobbys utilisent un langage spécifique. Par exemple, plusieurs acteurs interrogés opposés au logo mentionnent que ce dernier est un score « réducteur » qui n'est pas une simplification mais fait preuve de « simplisme », « pseudo facilité d'information ». Monsieur Bebronne décrit que « c'est une fausse bonne idée ou une vraie mauvaise idée ». Ils ne reconnaissent pas l'utilité du Nutri-Score de guider les consommateurs lors de leurs achats. Au contraire, ils dénoncent l'inutilité d'une telle mesure et avertissent les risques que pourraient entraîner l'outil. L'eurodéputé Tarabella maintient qu' «on infantilise les gens et on se donne bonne conscience en ayant cette mesure-là dans un pays et on dira que c'est pour la santé mais ce n'est pas vrai ». De cette manière, la nécessité du Nutri-Score est remise en cause.

Une majorité des lobbys appuient sur le besoin d'éduquer les individus pour qu'ils développent une conscience individuelle. Les lobbys positionnent alors le Nutri-Score comme une action inutile n'aidant pas les individus mais leur dictant les bonnes décisions et les rendant donc incapables et dépendants. La capacité du Nutri-Score à guider la population à améliorer la qualité de son régime est dénigrée. Alors que les experts de santé publique mettent en évidence les avancées rendues possibles grâce au logo, les opposants de l'outil trouvent ce résumé trop simpliste. Ils ne considèrent en rien les études prouvant l'efficacité de l'outil dans différents contextes culturels mais expriment que ce dernier est trop simple et répètent leur argument. Ceci fait partie d'une technique lobbyiste de questionner les preuves scientifiques. Cela remet en doute la crédibilité, la fiabilité et l'efficacité de l'outil.

Les lobbys contrent l'idée d'attribuer un score aux aliments les classifiant dans une catégorie car ils proviennent généralement de productions agricoles ou industrielles ayant des articles moins bien classés. Tous les acteurs interrogés s'opposant au Nutri-Score paraissent atterrés de voir un Coca-Cola zéro noté B et de l'huile d'olive ou lait C. Ils comparent des produits alimentaires se trouvant dans différentes catégories. Le Nutri-Score ne classifie pas tous les articles entre eux, mais bien entre divers produits homologues. Il est utile et efficace pour confronter entre eux les articles d'une même catégorie de produits pour identifier plus facilement le meilleur choix nutritionnel (une pizza peut être classée B tandis qu'une autre peut être classée D). Le Nutri-Score n'a pas été conçu pour comparer des aliments de catégories différentes, ainsi comparer du cola zéro avec de l'huile d'olive n'a pas de sens.

Ces acteurs ridiculisent le logo faisant croire qu'il est mal conçu et n'est pas fiable. Certains vont jusqu'à dire qu' «il fausse les consommateurs ». Ce genre de commentaires se voit répété en boucle, telle une propagande. De cette manière, ils s'assurent de discréditer l'outil car le public ne comprendra pas pourquoi un soda obtient le score B quand le lait reçoit un C. Il y a de fortes probabilités que leurs affirmations soient reprises et crues par le grand public. Par exemple, Roquefort et Société a lancé un hashtag, #RoquefortsansNutriScore, et a posté sur le site internet différentes informations opposées au logo. Ils utilisent notamment l'argument de comparaison entre un Roquefort, classé E et

des nuggets de poulet classés B. Sur la photo ci-dessous (Figure 9⁷), un slogan « où est le naturel ? » qui fait penser que le Nutri-Score défend les produits transformés et pénalise les produits naturels. Cette critique a fait l'objet d'une communication grand public. Or, elle n'est complétée par les tableaux nutritionnels respectifs (Figure 10^{8,9}), lesquels aideraient à comprendre que les nuggets non-cuisinés reçoivent ce score. En fait, ils contiennent moins de graisses et plus de protéines que le roquefort, ce qui justifie leur score. Le professeur Hercberg rappelle de ne pas comparer ce qui n'est pas comparable. Si un consommateur désire acheter du fromage, il achètera du fromage et ne se tournera pas vers des céréales.

Figure 9 Comparaison faite par Roquefort



Figure 10 Données nutritionnelles des nuggets et du Roquefort

Informations nutritionnelles	Tel que vendu pour 100 g / 100 ml	Tel que vendu pour 100 g / 100 ml
Énergie	938 kJ (225 kcal)	1 531 kJ (366 kcal)
Matières grasses	11,2 g	32 g
Acides gras saturés	1,99 g	24 g
Glucides	16,8 g	0,5 g
Sucres	1,31 g	0 g
Fibres alimentaires	1,5 g	?
Protéines	13 g	19 g
Sel	1,17 g	3,5 g

Aussi les acteurs argumentent qu'un régime composé d'aliments bien classés serait désastreux. Monsieur Bebronne argumente que si l'on suit un régime prenant en compte l'indice du Nutri-Score, « lundi, on fait des fish sticks, mardi on fait des lasagnes, mercredi, on fait les frites... On reste dans les A et B bien sûr ! ». Cette pensée découle de l'idée que le Nutri-Score dicte les comportements

⁷ Source : Publication sur Twitter de @RoquefortAOP. 21/10.2021.

<https://twitter.com/RoquefortAOP/status/1451224258793857025>

⁸ Source : Open Food Facts. (2018, avril 7). Roquefort.

<https://fr.openfoodfacts.org/produit/0297041012790/roquefort>

⁹ Source : Open Food Facts. Nuggets de poulet. <https://fr.openfoodfacts.org/categorie/fr:nuggets-de-poulet>

alimentaires à adopter et qu'il faudrait supprimer de l'alimentation les catégories de produits D et E, et ne consommer que les A et B en abondance. Ils détournent l'idée initiale du logo de guider et informer les consommateurs. Aussi, ils publient du contenu sur les réseaux sociaux pour discréditer et délégitimer le Nutri-Score. Aussi, certaines publications circulant sur les réseaux sociaux laissent croire que les aliments bien classés selon le Nutri-Score regroupent uniquement des aliments à limiter tels que des pizzas, des frites ou des céréales. Les lobbys ne publient jamais des comparaisons faisables grâce à l'outil entre aliments d'une même catégorie.

Un autre argument utilisé pour dénigrer le Nutri-Score est l'argument de maintenir qu'il est orchestré par l'industrie. L'eurodéputé Tarabella affirme « l'industrie essaye de l'imposer ». La productrice d'AOP belge tient le même discours et paraît persuadée que l'outil est une invention de l'industrie. Ce sont des idées reçues ou crues, du fait de fortes pressions et à l'omniprésence des lobbys sur les réseaux sociaux. Or, le score n'est pas un système lucratif au contraire. La responsable de Carrefour maintient justement que les industriels se sont affiliés au système et ont dès lors entrepris des reformulations dans leurs recettes pour, par exemple, substituer le contenu de beurre par des huiles dans le but d'améliorer leur Nutri-Score. Ceci fait partie d'une stratégie commerciale leur rapportant du bénéfice, mais simultanément aussi à la population. Cette situation est détournée et présentée de telle façon à donner une image du Nutri-Score comme étant une invention, non-scientifique et un outil purement marketing bénéficiant aux entreprises.

❖ *Fake news*

La diffusion de *fake news*, appelées intox en français, est une autre tactique utilisée pour discréditer le Nutri-Score. Ces dernières rentrent dans une technique de communication visant à volontairement truquer la réalité sur les réseaux sociaux pour influencer l'opinion publique. Cela mène au phénomène de désinformation où les individus croient être correctement informés mais en réalité sont loin de l'être. Berriche et Yesilaltay (2020) dénotent tout de même une différence entre percevoir des informations sur internet et s'en saisir en les repartageant. Certains auteurs maintiennent que ce phénomène n'a jamais été aussi courant qu'à ce jour. Dans le cadre du lobbying contre le Nutri-Score, le BEUC constate que Twitter est comme « une petite bulle un petit peu déformante ». En effet, sur twitter, de nombreuses informations circulent quotidiennement. Le principe de twitter est de publier son opinion. Certains acteurs entreprennent des actions pour répandre de fausses informations sur le Nutri-Score. Les *fake news* apparaissent comme un élément détracteur dans le débat. C'est une technique très utilisée par les lobbys qui n'hésitent pas à partager les publications des uns et des autres. Le problème n'étant pas la circulation d'informations sur les médias mais bien la non-vérification de ces mêmes informations qui seront partagées et adhérees par certains individus. La responsable du BEUC s'exclame que les lobbys se permettent de tagger des personnalités importantes ayant de nombreux abonnés tels que des eurodéputés pour acquérir leur soutien. D'autres acteurs, tels que des journalistes, reprennent ces *fakes*

news et partagent l'information sans vérifier la source. Cela mène à la circulation en boucle des fausses informations allant contre le Nutri-Score et rameutant des internautes à se méfier de l'outil.

Cette situation se passe quotidiennement. Néanmoins, un exemple frappant est celui du rapport de l'EFSA. Cette institution était appelée à rendre une opinion concernant les différents ENF. Les lobbys se sont emparés du long rapport très technique et ont retiré, hors contexte, des éléments des extraits qui ont été repris pour les tourner à leur avantage. Ils ont ensuite propagé l'information que l'EFSA avait donné une opinion défavorable au Nutri-Score. Malgré le démenti public de l'EFSA sur leurs dires, les lobbys continuent à répandre et partager cette *fake news*. Sur Twitter, les opposants et les défenseurs du Nutri-Score échangent publiquement leur opinion. Concernant la propagation de la non-validation de l'EFSA, le Professeur Hercberg est intervenu mentionnant que ceux publiant cette nouvelle n'avaient pas lu le rapport entier de l'EFSA dans lequel ne figure pas la non-validation du Nutri-Score. La Figure 11 démontre le débat médiatique sur un réseau comme Twitter. Stephan Peters, un lobby hollandais de l'industrie laitière répond et affirme avoir lu le rapport de l'EFSA. Il sous-entend donc la véracité de son information diffusée et même après le démenti de l'EFSA, il continue à soutenir et rependre cette *fake news*. Le fait qu'une instance européenne ne soit pas favorable au Nutri-Score s'avère être pour les lobbys une opportunité non-négligeable pour semer le doute. Comme la figure ci-dessous le montre, les lobbys, ici la « No Nutri-Score Alliance », repartage le tweet de Stephan Peeters sur son compte pour augmenter leur visibilité respective et profiter aussi par le biais des tags de noms en bleu, de la notoriété de Serge Hercberg sur Twitter.

Figure 11 : Fake News sur le rapport de l'EFSA



Un autre exemple démontre la ténacité des lobbys de continuer à répandre une *fake news*, même déjà démentie. C'est le cas du poisson d'avril posté par une entreprise bretonne de chips qui pour l'occasion avait créé un packaging de chips à la sardine sans arrête classées A (Figure 12¹⁰). Les lobbys se sont directement emparés de la nouvelle et ont blâmé le Nutri-Score pour classer des chips aux sardines A alors que les sardines en boîte atteignent un score de C. L'entreprise a communiqué sur son poisson d'avril. Certains lobbys qui avaient déjà posté la nouvelle ont annoncé la blague, quand d'autres

¹⁰ Source : Publication de Stephan Peters du 1 avril 2022.
<https://twitter.com/StephanPetersNL/status/1509889253760811016>

n'ont toujours pas démenti et laissent croire au grand public que le Nutri-Score classe mieux les chips aux sardines que les sardines. Les lobbys reprennent le moindre argument pour les tourner comme bon leur semblent et n'hésitent pas à répandre leurs dires sur plusieurs réseaux et plusieurs fois. Le professeur Hercberg maintient que ces acteurs « sont trop contents » de pouvoir discréditer le Nutri-Score peu importe l'argument. Le BEUC ajoute « on ose même plus pointer du doigt les petites faiblesses du score car on se dit que ça va être repris en boucle et c'est dommage car on pourrait tous veiller à l'améliorer ». En effet, les lobbys ridiculisent l'outil auprès de leurs internautes pour les convaincre de l'inefficacité de l'outil.

Figure 11 Fake news sur les chips à la sardines classés A



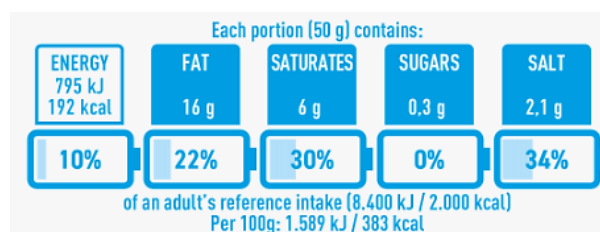
❖ Alternatives

Une dernière technique pour éliminer la proposition législative de l'agenda est de la subsister avec une autre proposition moins dérangeante. Pour contrer l'obligation d'un Nutri-Score européen, certains industriels comme Coca-Cola maintiennent leur désir d'apposer le Evolved Nutrition Label qu'ils affichent déjà depuis 2019. Cet étiquetage calcule les apports nutritionnels contenus par portions définies par les fabricants eux-mêmes. Cela améliore les données des produits et fait croire aux consommateurs qu'ils ne sont pas si néfastes. Une deuxième tentative est le logo proposé par l'Etat italien, le Battery Nutri-Inform, un nouveau ENF (*Figure 13¹¹*) basé sur les références nutritionnelles journalières. Cette batterie exprime ce qu'une portion de produit représente en apports journaliers. Toutefois, cette batterie n'est pas facilement compréhensible et n'est pas appuyée par de solides bases scientifiques. De plus, ce score ne considère pas les protéines ni le contenu en fruits, légumes ou encore d'oléagineux comme le fait le Nutri-Score. Le visuel retenu d'une pile est tout-à-fait questionnable car il n'est pas nécessaire d'atteindre le niveau maximum de sel, de graisses, de graisses saturées, de sucre ni de calories que du contraire. Or le principe d'une pile par définition dans l'inconscient collectif c'est

¹¹ Source : Nutrinform Battery. <https://www.nutrinformbattery.it/en/home>

d'être chargée complètement, ce qui contredit tout bon sens en matière de nutrition. En effet, il vaut mieux limiter d'absorber quotidiennement la dose journalière de sucre et de graisses. Ces données sont des limites à ne pas dépasser et non à atteindre.

Figure 12 Présentation du Nutri Battery Inform



L'Etat italien apparaît comme un acteur extrêmement opposé au Nutri-Score. Pour empêcher le Nutri-Score d'être accepté et imposé dans l'UE, le gouvernement italien tente de convaincre le plus d'acteurs possibles. Selon le BEUC, l'Italie aurait lancé une campagne de promotion pour leur ENF dans diverses capitales européennes pour convaincre les décideurs mais aussi le grand public. De plus, sur twitter, une réunion a récemment été organisée avec les parties prenantes et le gouvernement italien pour soutenir leur logo, et parallèlement discréditer le Nutri-Score.

Certains lobbys essayant de dénigrer le Nutri-Score appuient aussi sur le manque de considération du degré de transformation des aliments. Ces acteurs soutiennent donc davantage le logo SIGA (*Figure 14¹²*). Ce dernier est un ENF qui catégorise les produits selon leur degré de transformation des aliments. Les créateurs de SIGA eux-mêmes se sont montrés opposés au Nutri-Score. En effet, ce dernier est géré par Santé Publique France, une institution publique qui ne gagne rien de l'affichage du logo. En contraste, le logo SIGA fait partie d'un système lucratif. Ce logo a séduit certains comme l'eurodéputé Tarabella qui le décrit comme « plus intelligent ». Suite à une question sur les possibles améliorations du Nutri-Score, Monsieur Tarabella répond que même si ce dernier est améliorable, il préfère le SIGA. Ceci ferme le discours sur les améliorations du Nutri-Score car ce dernier ne peut pas considérer le degré de transformation des aliments qui convient d'une autre dimension.

Figure 13 Le score SIGA



¹² Source : Le score SIGA présenté aux consommateurs. <https://siga.care/indice-siga/>

Le degré de transformation et la qualité nutritionnelle des aliments sont deux dimensions distinctes influençant certes la santé de la population mais de différentes manières. La qualité nutritionnelle est liée à une alimentation saine ou malsaine et prévient donc des risques de surpoids et d'obésité significativement liés avec le développement de MNT. Le degré de transformation est davantage lié à l'ajout de substances chimiques comme des conservateurs et des additifs par les industriels. Certaines de ces substances, comme le nitrite de sodium, ont été démontrées comme néfastes pour la santé humaine causant la formation de composés cancérogènes. Le score SIGA considère cette problématique et avertit le consommateur. Au contraire, le Nutri-Score prend en compte la problématique de la qualité nutritionnelle. Les fervents défenseurs d'autres problématiques le voit comme un score trompeur car il ne considère pas ces autres dimensions. Monsieur Bebronne affirme que « cette approche nutritionnelle, elle ne sert à rien ». L'opposition de certains acteurs provient du fait que ces derniers ne considèrent pas la dimension nutritionnelle comme importante.

Il existe différentes dimensions considérées à un degré d'importance relatif à chaque individu. Il est vrai qu'aujourd'hui, la population a un désir croissant de retourner vers une alimentation simple et brute. Manger local est devenu une problématique-phare ces dernières années. Une autre tendance est de consommer moins de viande pour diminuer l'empreinte écologique, cela est mesuré par l'Eco-Score. Une autre dimension populaire est celle du monde biologique se préoccupant de la culture du naturel et l'interdiction de mettre des pesticides et divers produits chimiques. En Belgique, lors du lancement du Nutri-Score en Belgique au début de l'année 2020, le groupement biologique Sequoia a « poussé un coup de gueule » dans les médias, radio et télévision et sur les réseaux sociaux. Serge Hercberg affirme que cette montée a été particulièrement agressive. La responsable Delhaize affirme qu'elle n'avait eu aucun écho de cette protestation. Elle explique que la diffusion médiatique néerlandophone et wallonne, sont très différentes. Cette remarque souligne l'importance du rôle des médias dans la diffusion d'information. Sequoia a eu un important accès médiatique étant passé sur la principale chaîne publique francophone, RTBF, de même que le journal la Dernière Heure (Van Hoof, 2020). Ces divers acteurs sont attachés à leur problématique et défendent leur score étant 'Eco-Score ou le sigle Bio. Ils taclent le Nutri-Score qui ne considère pas leur dimension. Néanmoins, le Nutri-Score n'a jamais clamer pouvoir résoudre tout. Il n'existe aucun score à ce jour étant capable de regrouper toutes les dimensions car ces dernières sont complémentaires. Hercberg maintient que « c'est une limite des ENF qu'il faut accepter ».

Outre le fait que les lobbys proposent et soutiennent leur logo de prédilection. Les deux eurodéputés s'opposent au fait d'imposer aux producteurs l'affichage du score sur leurs étiquettes. Ils proposent la création d'une base de données regroupant chaque aliment sur base d'un QR code ou d'un scan grâce auquel le consommateur pourrait accéder à toutes les données, dont le Nutri-Score. Même si cette proposition s'accorde avec l'âge digital, il est important de souligner qu'une majorité des consommateurs ne prendrait pas le temps de vérifier les données de chaque aliment et cela réduirait l'efficacité du Nutri-Score. Cette initiative ne toucherait que les plus intéressés et creuserait davantage

les inégalités sociales en matière de santé déjà existantes. Néanmoins, cette proposition moderne pourrait séduire certains décideurs, permettant aux lobbys d'enterrer l'affichage obligatoire du logo.

Il existe, néanmoins, des problèmes d'étiquetages pour les producteurs tout en permettant aux consommateurs d'accéder à l'information. Monsieur Tarabella souligne que l'apposition des ENF est une initiative qui touche plusieurs problématiques comprenant la protection du droit des consommateurs à accéder à des informations, la protection de leur santé mais aussi la problématique environnementale. Ces diverses problématiques sont liées. Par exemple, de nos jours, les consommateurs désirent accéder au maximum d'informations et donc les producteurs sont soumis à de multiples obligations pour pouvoir vendre leurs produits. Or, la superficie des étiquetages n'est pas extensible. Il devient donc compliqué de combler le désir des consommateurs à savoir plus sur leur consommation et simultanément réduire les emballages pour créer moins de déchets. Il est nécessaire d'énoncer que les producteurs sont soumis aux mesures prises par l'UE mais aussi les mesures nationales. Par exemple, actuellement en Belgique l'obligation d'apposer une troisième langue, l'allemand est fortement envisagée. Pour ces diverses raisons, certains acteurs s'opposent donc au Nutri-Score et lui préfère soit un autre logo considérant une dimension différente, soit une autre manière de communication pour présenter l'information aux consommateurs.

❖ *Arguments légaux*

Lorsque les lobbys se rendent compte qu'ils ne seront pas en capacité d'arrêter la législation dérangeante d'être votée, ils essaient de ralentir son adoption. C'est le cas de la tentative de l'Italie qui a fait appel à la vérification des articles 35 et 36 pour s'assurer de la bonne conformité du Nutri-Score avec le règlement européen 1169/2011. Un autre exemple pourrait être l'opposition des industriels faite auprès des distributeurs comme Delhaize et Carrefour. La responsable de Delhaize explique qu'il y a 4 ans Delhaize a demandé aux industriels leurs données pour être en mesure d'afficher le Nutri-Score de tous les produits sur les étagères du magasin. Ils n'ont eu aucun souci sauf avec l'industrie Ferrero. Cette multinationale a été jusqu'à interdire Delhaize d'afficher leur Nutri-Score sur les étiquettes de prix dans les rayons et sur le site web. En effet, les fabricants de produits alimentaires sont propriétaires de leurs propriétés intellectuelles et donc de leurs marques et de leur droit d'afficher ou non le Nutri-Score sur leurs produits même s'il s'agit de l'apposer sur les étagères des grandes surfaces et non sur leurs emballages. Cette situation se voit répétée chez Carrefour Belgique. La responsable explique que les AOP italiennes se sont récemment montrées réticentes à l'affichage du logo. En effet, certains aliments de la marque Carrefour sont produits en Italie, comme l'AOP italienne de la mortadelle. Ces AOP ont interdit à Carrefour d'apposer le logo sur leurs produits. De même, Carrefour se voit obligé de faire différents étiquetages spécialement pour exporter ses produits en Italie car cet Etat refuse l'affichage du Nutri-Score. Or, sur base du Traité de Rome, ils n'ont pas le droit de l'interdire du fait que le Nutri-Score est autorisé en Belgique et du fait de la libre circulation des biens et de la reconnaissance mutuelle,

l'Etat italien n'a pas le droit de refuser la commercialisation de produits avec Nutri-Score sur son territoire. De ce fait, les lobbys n'utilisent pas uniquement la discrimination, le dénigrement et la ridiculisation mais vont jusqu'à utiliser des arguments légaux pour éviter l'affichage du logo. Après avoir analysé les trois stratégies utilisées par les lobbys, leur argumentaire est décrit dans la partie suivante.

b) Analyse de l'argumentaire des lobbys

Cette section décrit d'abord les divers arguments utilisés par les lobbys dans leurs stratégies. En addition d'utiliser des arguments bien établis, les lobbys ont instrumentalisé le Nutri-Score. On observe son instrumentalisation à trois niveaux : médiatique, politique et commercial. Ces phénomènes observables sont décrits. Ensuite, une brève discussion sur le conflit en lui-même sera conduite.

i. Leurs arguments

L'argument-phare des lobbys contre le Nutri-Score est de faire paraître que leurs intérêts reposent sur la défense de la population et des consommateurs. Dans la réunion parlementaire organisée par l'eurodéputée Rivasi en mai 2022, Monsieur Luciano Stella de la « No Nutri-Score Alliance » affirme se battre contre cet outil pour la santé de ses enfants. Ceci démontre que Stella est un acteur responsable réfléchissant pour la santé à long terme des générations futures. Il fait appel aux sentiments de protection et de responsabilité parentale. Continuant dans cette optique, les lobbys décrivent le score comme simpliste et affirment vouloir éduquer les individus pour ne pas les abrutir et les rendre assistés, incapables de choisir leurs aliments indépendamment. Cet argument ne considère en rien la théorie du *nudging* qui suggère indirectement un comportement plus favorable à la santé sans l'imposer. Selon le professeur Hercberg, les lobbys redoutent le fait de devoir afficher le score non pas pour désinformer les consommateurs mais bien pour occulter la réalité sur la qualité nutritionnelle de leurs produits.

Certains acteurs interrogés, comme Monsieur Bebronne craignent que les consommateurs désinformés interprètent mal ce score et arrêtent de consommer les produits tel que le fromage classé D. La responsable de Carrefour Belgique reporte une inquiétude similaire que les clients prennent ce logo à l'extrême et boycottent des catégories complètes d'aliments. Les acteurs mentionnent que par opposition, les aliments A et B seront très, trop bien perçus. Bebronne s'exclame que « ça peut indirectement entraîner des gens peu ou pas informés vers de la malbouffe de manière décomplexée ! ». Il exemplifie sa pensée en parlant des frites surgelées classées A et souligne que les consommateurs pourraient manger le double de la portion qu'ils mangeaient auparavant dû à la perception d'un score A et soumet l'urgence d'informer la population sur la bonne utilisation de l'outil. En effet, plusieurs personnes interrogées s'inquiètent sur la capacité des consommateurs à réellement comprendre l'outil. Parmi les jeunes que j'ai interrogé à Grenade en février, ceux utilisant ce score ressentent un haut degré de fiabilité en l'outil. L'un dans eux, Turki démontre une confiance presque aveugle dans l'outil et mentionne « je vois un A, je le prends juste pour goûter ». Il associe les produits classés A avec des

produits sans lactose, sans gluten, ni sucre ajouté. Selon ses mots, les produits A représentent « les produits, les plus sains qu'il puisse y avoir ». Cela démontre qu'il est nécessaire de s'assurer du degré de compréhension des individus l'utilisant. Aucune étude en ce jour ne peut répondre à cette question en détails.

Parmi l'échantillon interrogé à Grenade, les consommateurs ayant modifié leurs habitudes d'achats semblent changer ces dernières uniquement pour certains produits qu'ils considèrent comme superflus. En effet, ils continuent d'acheter leurs produits favoris. Jordan affirme « je continuerai à manger du fromage. Je ne regarde pas le score car c'est mon produit favori ». Turki, lui, semble être très influencé par le logo, il a changé divers produits comme le lait ou les cookies pour ceux ayant un meilleur score. Néanmoins, il continue de consommer les produits nécessaires, tel que le beurre, même s'il a un mauvais score. Tout comme Jordan, Turki continue à consommer ses céréales favorites car ils ont un bon goût même apposé d'un mauvais score. Ces données rassurent sur le fait que les individus adhérant au Nutri-Score n'ont pas tendance à boycotter tous les aliments D et E, juste ceux qu'ils jugent superflus dans le régime alimentaire.

Les lobbys utilisent un langage spécifique dans le but de faire valoir leurs intérêts. Déjà, ils amoindrissent les données à leur avantage. Comme par exemple, l'eurodéputé Tarabella qui montrait son mécontentement du classement des « produits issus d'artisanat mais qui sont un peu gras » quand certains fromages contiennent presque 30 grammes de matières grasses, dont 20 grammes d'acides gras saturés pour 100 grammes. Ce langage utilisé améliore l'image des produits. Il rajoute « les belles productions risquent d'être pénalisées même si elles sont un peu grasses ». On dénote que les AOP sont décrites comme « belles » et la qualité nutritionnelle de ses produits est surévaluée. La productrice d'AOP s'exclame « on ne tient pas compte de la façon dont les produits sont faits et ça, c'est détestable ». Quand les opposants du Nutri-Score le décrivent, ils utilisent un vocabulaire péjoratif et n'hésitent pas à le compromettre en employant des mots forts allant jusqu'à dire que cet outil représenterait un « danger » pour la population. Ce genre de vocabulaire appelle à la peur, c'est un style de communication jouant sur les sentiments des individus pour attiser leur curiosité et attention et de cette manière, leur cerveau associera négativement le Nutri-Score par certains biais cognitifs. Les lobbys essayent aussi de titiller l'empathie des individus mettant en avant la difficulté pour les producteurs de contrer l'industrie. Bebronne affirme « on ne peut que se révolter ». La productrice d'AOP déplore que le Nutri-Score les mette dans « la galère ». Cela fait croire que le Nutri-Score est conçu pour aider les industries et noyer les producteurs locaux.

Mis à part des appels aux sentiments, des exagérations sont aussi utilisées. Monsieur Tarabella déprécie le fait qu'un coca zéro est A et qu'une huile d'olive sera toujours classée E. Or, le coca zéro se voit attribuer un B et l'huile d'olive, un C. Ici, il est difficile de conclure si l'eurodéputé exagère ou est tout simplement désinformé. Une deuxième exagération répandue est l'argument soutenant la suppression des produits D et E du régime alimentaire prônée par le logo. La productrice d'AOP s'exprime qu'un individu qui doit « acheter des scores A et des scores B et qui doit laisser de côté des

scores D et E. Regardez ce que vous allez laisser de cotés ! Vive l'obésité ! ». En utilisant de l'ironie, elle lie le Nutri-Score à l'obésité, non comme un outil visant à la diminuer mais, au contraire, qui y contribuerait. Le professeur Hercberg rappelle que « là encore Nutri-Score ne communique pas en disant qu'il faut éliminer les produits D et E mais il faut être attentif [...] c'est une information pas une interdiction ».

Aussi, les lobbys appellent à l'identité nationale, l'appartenance à sa région et sa gastronomie du patrimoine. C'est le cas, par exemple, des critiques adressées envers le score donné au Kouign Amann, une spécialité bretonne à base de beurre et de sucre. Or, même un citoyen breton confirmerait que ce produit est gras et sucré et qu'il ne faut pas en abuser. Les opposants se servent de l'identité locale pour essayer de remonter la population contre l'outil et de le faire passer pour une invention des industriels. Les producteurs d'aliments AOP, comme le Roquefort, utilisent le même appel à la culture gastronomique et le savoir-faire régional ancestral. Néanmoins, une récente étude démontre que deux tiers des produits AOP en France sont bien notés et reçoivent un bon score (UFC, 2022). En effet, beaucoup de produits AOP ressortent avec un score A comme les pommes du Limousin ou encore les lentilles du Puy. Toutefois, plusieurs personnes des AOP interrogées soulignent leur difficulté, voire leur impossibilité à améliorer ce score. Ils ne peuvent modifier le cahier des charges contrairement aux firmes industrielles. Hercberg mentionne que les AOP ne sont en rien appelées à modifier leur recette. Leur inquiétude que les consommateurs modifient leurs habitudes alimentaires vers les fromages avec de meilleurs scores est compréhensible. Il est tout de même important de signaler que Carrefour, distributeur belge, affiche le Nutri-Score du Roquefort (*Figure 15*¹³).

Figure 14 Le Nutri-Score affiché sur le Roquefort



Certains arguments touchent les aspects plus techniques du score en prônant un calcul par portion et non par 100 grammes. Avant tout cette référence provient du règlement de 1169/2011 INCO. Cet acte législatif a imposé à tout producteur de denrées alimentaires d'afficher les informations nutritionnelles pour une quantité de 100 grammes de produit. Cette proportion est donc une référence pour permettre aux consommateurs de comparer le contenu nutritionnel de divers produits similaires.

¹³ Source : Site de Carrefour. Roquefort AOP CARREFOUR EXTRA. <https://www.carrefour.fr/p/roquefort-aop-carrefour-extra-3560070046775>

Dans certains magasins, comme ceux en vrac, le prix au kilo est affiché mais leurs clients consomment rarement un kilo. C'est une référence de comparaison. Un calcul sur base d'une portion définie serait impossible à réaliser tout d'abord parce que cette même portion serait définie par les producteurs qui diminueraient volontairement la portion pour que les proportions de sel, de graisses et de calories paraissent amoindries. Deuxièmement, une portion universelle ne pourrait être conçue car chaque individu nécessite ses propres besoins nutritionnels selon sa taille, son poids et son activité physique.

D'autres arguments concernent le contenu du Nutri-Score comme la non-prise en compte des micro-nutriments. Les lobbys décryptent entièrement l'outil et attaquent chacune de ses faiblesses. Serge Hercberg trouve cette remarque déplacée considérant que le règlement européen 1169/2011 lui-même ne considère aucun micro nutriment. De plus, il souligne que le logo considère le taux en fruits et légumes présents dans les aliments, ce qui reflète le taux de vitamines d'un produit et aussi les protéines qui reflètent le calcium et le fer. En fait, les fruits, légumes et les protéines sont ce qu'on appelle de bons « proxy » pour estimer la valeur en micro-nutriments d'un produit donné.

Aussi, le manque de considération des fréquences de consommation des aliments est critiqué. Madame Tolleret montre son incompréhension face au mauvais score des fromages car elle souligne qu'on attribue alors indirectement l'augmentation du taux d'obésité à ces produits. Elle affirme que le Roquefort est un plaisir occasionnel. Bebronne ajoute que la classification du score attribué sur les produits vendus est injuste considérant qu'aucun consommateur ne mange un fromage pour son repas mais l'associe avec d'autres ingrédients. La somme de son repas n'équivaut donc pas à un D. Or, une lasagne B achetée et calculée sur 100 grammes, si une personne l'achète en croyant manger sainement mais consomme le double de la ration recommandée son repas n'équivaut plus à un B. Ceci rappelle la nécessité de mener des actions parallèles sur la bonne utilisation de l'outil.

Deux personnes interrogées montrent leur inquiétude face à l'illusion d'un produit présenté comme sain. Les lobbys maintiennent que ce score pourrait entraîner du *Nutri-Washing*. Ce phénomène consiste à ajouter des vitamines, minéraux ou fibres à des produits ultra-transformés. De ce fait, les producteurs apposent sur leur emballage des notions telle que « riche en vitamine C ». Néanmoins, il vaudrait mieux consommer des produits bruts tels qu'une orange pour avoir son apport journalier. Cet argument est pertinent car le *Nutri-Washing* est utilisé comme une technique de marketing et pourrait fausser les consommateurs. Toutefois, le Nutri-Score considère aussi les composants à limiter comme les matières grasses, le taux de sel et de sucre et n'accorde donc pas un bon score à des produits ayant un haut taux de ces composants.

Une dernière tactique de l'argumentaire de l'opposition est de remettre en cause l'efficacité du logo et son pouvoir à réellement améliorer le régime alimentaire des individus. L'eurodéputé Tolleret doute de la capacité du Nutri-Score à diminuer la consommation de produits occasionnels, tel que les fromages AOP. Cet argument l'appelle à penser que le logo ne serait donc pas nécessaire sur ce genre d'articles. On pourrait dès lors se demander pourquoi alors certains se montrent si réticents à son affichage. Lors des étudiants que j'ai interrogé à Grenade, Jordan qui adore le fromage, ne semble pas

limiter sa consommation car justement, c'est le seul produit pour lequel elle s'accorde une exception. Cela contre l'argument de Madame Tolleret jugeant la notion de plaisir à une fréquence raisonnable. Un point à noter est qu'ici en effet le score n'influence pas Jordan car elle ne désire pas modifier sa consommation.

Aussi, elle maintient que le consommateur vient avec sa liste pré-faite et s'il désirait acheter du fromage, il l'achètera car il est déjà conscient de la salubrité de ces aliments. Selon elle, ces plaisirs ne s'accordent pas tous les jours. Ici, le niveau de connaissance en nutrition du consommateur est à considérer. Certains pourraient n'avoir aucune expertise et penser qu'il peut abuser de fromages. Tout est question du niveau de littéracie en santé de chacun. Même si les individus les plus renseignés savent déjà la composition nutritionnelle de leur consommation, le Nutri-Score ne peut que réduire les inégalités des chances entre les consommateurs. Les politiques publiques visant à améliorer ce critère dépendent énormément de l'attention gouvernementale portée à cette problématique. En effet, la sphère politique influence le domaine de la santé publique. La prochaine partie décrit le souci de l'instrumentalisation du Nutri-Score.

ii. Instrumentalisation médiatique

L'opposition au Nutri-Score a été médiatisée de manière importante. Les lobbys utilisent énormément les plateformes telles qu'Instagram, Facebook et Twitter pour répandre leur opinion et tenter de convaincre l'opinion publique. Par exemple, la « No Nutri-Score Alliance » possède un compte sur ces trois réseaux et y publie du contenu de façon quotidienne. Un élément à souligner est que lorsqu'il s'agit de l'Etat italien ou de la « No Nutri-Score Alliance », cette propagation médiatique s'explique par leur stratégie du cheval de Troie. Toutefois, de multiples publications d'individus lambda sont visibles sur la toile. Il est possible que ces individus se sont faits influencer par les lobbys et répandent de même leur opinion, non pas dans le but d'influencer et affecter le processus décisionnel mais bien pour donner leur avis à leurs followers. Il est aussi probable que ces individus soient d'autres lobbys visant à défendre leur intérêt. C'est le cas des bloggeurs Espagnols, qui selon le professeur Hercberg, contrent publiquement le Nutri-Score pour attirer l'attention et recevoir davantage de followers. Il note qu'une concurrence s'est installée entre ces bloggeurs. Ces derniers développent une communication d'opposition de plus en plus importante car les followers suivront à l'opinion la plus virulente. Le Nutri-Score est donc réduit à un moyen d'attiser la curiosité de la toile dans le but de rapporter des mentions like ou des followers à ces bloggeurs.

De plus, le Nutri-Score s'est vu repris dans diverses émissions TV ou radio où il est souvent parfois péjorativement décrit. Par exemple, une vidéo a été publiée dans El Pais dans laquelle un diététicien influenceur compare le Nutri-Score avec un « merdomètre » (Domingo-Aldama, 2022). De pareilles actions réduisent le Nutri-Score à un logo sans aucune base scientifique. Au-delà de

l'instrumentalisation médiatique, le Nutri-Score s'est vu utilisé dans les campagnes électorales et les tactiques de marketing commercial. Ces deux instrumentalisations supplémentaires sont décrites.

iii. Instrumentalisation politique

Depuis qu'un Nutri-Score européen est discuté, ce logo a été fortement utilisé à des fins politiques, surtout par l'Etat italien. Le professeur Hercberg décrit ce dernier comme « le grand laboratoire politique anti-Nutri-Score ». Il maintient que l'opposition italienne n'est pas surprenante considérant que c'est le plus important exportateur de denrées alimentaires au niveau européen et que cet Etat est éternellement opposé aux mesures de santé publique. La responsable de Carrefour énonce avoir l'obligation de créer de emballages différenciés pour pouvoir exporter en Italie les articles produits en France car « aucun Nutri-Score ne peut entrer le pays ». De même, Madame Perrin du BEUC déclare qu'une affaire au tribunal a éclaté lorsqu'une petite entreprise italienne a voulu afficher le score sans l'accord gouvernemental. Le cas est encore au tribunal.

Il n'est pas étonnant de constater la proximité du gouvernement italien avec les industriels du pays. Plusieurs évènements se sont vus organisés dans le but de discréditer le Nutri-Score et à l'inverse promouvoir leur proposition de Battery Nutri-Info. En février, un débat parlementaire, réunissant divers Ministres dont celui des Affaires Etrangères, de l'Agriculture, du Développement Economique et de la Santé, a été organisé pour présenter ce nouveau ENF, Nutri-Info Battery. Ils le caractérisent comme un système non-discriminatoire qui respecte le régime méditerranéen contrairement au Nutri-Score. Madame Perrin affirme que l'Etat italien aurait fait des campagnes de promotion de leur ENF à travers l'UE pour essayer de convaincre l'opinion publique et donc, les décideurs de différents pays. De plus, le 30 mai 2022, une réunion entre les parties prenantes dont la « No Nutri-Score Alliance », a été organisée à Bruxelles par l'Ambassadeur d'Italie, Stefano Verrecchia, et le Conseiller d'Etat Giovanni Donato. L'Italie n'apparaît donc pas seulement comme un Etat dubitatif et réticent à l'apposition obligatoire du Nutri-Score mais comme un réel opposant agressif utilisant des techniques de lobbying pour contrer l'affichage obligatoire de ce score dans l'UE. Cette implication compromet davantage l'acceptation du Nutri-Score considérant le degré d'influence des acteurs opposés à l'outil.

De plus, les partis politiques italiens se révoltent et instrumentalisent le Nutri-Score lors de leur campagne électorale. C'est le cas du parti populiste de Salvini qui prône la défense de l'économie, de la culture traditionnelle et de l'honneur italien. Son discours génère énormément d'émotions. Les arguments utilisés par ces politiques sont ancrés dans la défense des intérêts nationaux, régionaux et locaux. Ils prétendent défendre l'Italie et ses valeurs, sa gastronomie et sa fierté. Ils se servent des sentiments identitaires dérivés du nationalisme et décrivent le Nutri-Score comme une invention française que l'UE, cette bureaucratie dominante, tente d'imposer. C'est comme si le gouvernement appelait son peuple à contrer cette invention française et protéger ensemble leur patrimoine. Ils présentent réellement l'outil comme une menace qui s'oppose aux valeurs italiennes et donc à l'Italie.

Les populistes utilisent les émotions, l'identité de son peuple et appellent à des valeurs communes comme la fraternité, contre les élites responsables qui sont leur bouc émissaire, et ne sont pas légitimes pour cet affichage obligatoire.

La politisation du conflit sur le Nutri-Score a des conséquences considérables. En effet, les individus considèrent énormément l'appartenance à un parti, à ses valeurs. La politique est une part de l'identité de chaque individu. Cela signifie que même un citoyen indifférent à ce logo sera indirectement impacté par l'opinion de son parti. Un outil de santé publique, visant à apposer des lettres de couleurs sur les produits alimentaires a pris des proportions disproportionnées. Cela se voit refléter dans la tension palpable lors des débats parlementaires, par exemple celui organisé par Michèle Rivasi.

Selon Fialon et al., (2022), la puissance de l'attaque italienne est due au manque d'implication des acteurs scientifiques italiens même si en Italie une série de scientifiques dont Vineis, Riboli, Ricciardi et d'autres se mobilisent pour défendre le logo. Un souci entravant à l'établissement de politiques favorables à la santé publique est la proximité de certains acteurs avec le monde soit agricole, industriel ou politique. Ces acteurs priorisent d'autres intérêts que ceux de la santé publique. L'instrumentalisation commerciale du Nutri-Score est décrite ci-dessous.

iv. Instrumentalisation commerciale

La dernière utilisation du Nutri-Score est l'instrumentalisation de l'outil faite par les industriels. En effet, plusieurs d'entre eux ont entrepris un processus de reformulation alimentaire qui consiste en la modification de leurs recettes. Depuis l'affichage du Nutri-Score, ce processus est entrepris dans le but de se voir attribuer un score plus avantageux. C'est le cas de Carrefour qui confie que ce dernier n'est pas un procédé facile. La responsable de Carrefour explique que tout dépend de la différence entre la cotation initiale du produit par rapport à la catégorie supérieure. C'est-à-dire si ce produit change de catégorie à la près d'un point, la reformulation est faisable. Mais ce n'est pas le cas si le produit nécessite beaucoup plus de points pour augmenter son score ; dans ce cas-là, le produit ne pourrait pas atteindre la catégorie de Nutri-Score supérieure. Carrefour a amélioré la qualité nutritionnelle de plus de 300 de ses produits parmi lesquels seulement un tiers a pu améliorer leur Nutri-Score. Ce processus de reformulation a un effet positif pour la population car les produits disponibles contiennent alors moins de matières grasses, de sucre et de sel. Les industriels promeuvent donc leurs produits grâce au Nutri-Score amélioré. Aussi, il est véridique que les distributeurs, comme Carrefour et Delhaize, ont moins de difficultés à afficher le logo sur toute leur gamme de produits car cette dernière est variée et composée de toutes sortes de produits. En opposition, les producteurs de produits spécifiques, tels que les biscuits, perçoivent le score attribué comme une injustice et une fatalité.

Le processus de reformulation est vu d'un mauvais œil par les producteurs d'AOP et les petits producteurs. En effet, il y a un revers à ce processus. Les répondants soulignent que les industriels visent généralement à vendre des produits bons au niveau gustatif à un prix abordable pour générer du profit. Considérant les techniques de production des aliments, ils ont davantage de facilité à modifier la

composition nutritionnelle par le biais d'ajouts de produits chimiques. Ils peuvent diminuer le taux de sucre et le remplacer par des édulcorant et ils se verront attribuer un meilleur score. Ce n'est pas le cas des AOP qui sont soumises à des réglementations strictes et sont dans l'incapacité de modifier leur recette inscrite dans un cahier des charges. Ces recettes ancestrales sont un héritage familial et par respect des traditions, elles ne peuvent être modifiées. De plus, les petits producteurs interrogés expliquent déjà faire face à de multiples réglementations nationales concernant l'hygiène notamment. Ceci crée un désavantage pour les plus petits producteurs les mettant dans l'ombre des grands distributeurs.

Le phénomène d'instrumentalisation commerciale du Nutri-Score est aussi visible dans la stratégie marketing des distributeurs comme Delhaize. Ce dernier a apposé l'outil sur toute sa gamme de produits. La responsable de Delhaize affirme que le Nutri-Score est une part entière de leur stratégie marketing car ils désirent promouvoir le bien-être et la bonne santé de leurs clients. De plus, Delhaize a instauré un système de réduction des produits classés A et B fonctionnant avec le système de fidélité, avec carte Delhaize + (*Figure 16¹⁴*). Cette promotion apparaît très intéressante sachant qu'il existe une corrélation significative entre le taux d'obésité et le niveau de revenus des ménages, les ménages à faible revenu souffrent davantage d'obésité. De fait, grâce à ce genre de marketing, les produits sains deviennent davantage accessibles à cette tranche de la population. L'un pourrait commenter que cette dernière ne se rend peut-être pas chez Delhaize, étant réputé pour être un distributeur plus cher. Or, ce genre de promotion pourrait donner une raison aux plus faibles revenus de se rendre dans ce supermarché. Cette initiative est saluée par des associations de consommateurs comme le BEUC mais crainte par l'eurodéputé Tarabella. En effet, si les produits A et B sont en promotion pour promouvoir la santé des clients, cela signifie par corollaire que les achats D ou E ne sont pas sains et à éviter. Cela pousse davantage les consommateurs à ne pas en acheter alors que ces aliments sont déjà pénalisés par ce score. En effet, ils associent cette action à la participation des industriels à la création de l'outil qu'ils perçoivent alors comme une invention purement marketing soutenant l'industrie.

Un autre distributeur belge Colruyt lui est devenu un des précurseurs de l'Eco-Score, ce score qui mesure l'empreinte de différents produits, même non-alimentaires. Cet exemple démontre que les distributeurs s'approprient une problématique ou un thème telle que l'alimentation saine pour rameuter les clients sensibles à ces problématiques. Un écolo serait plus intéressé d'aller au Colruyt quand une personne intéressée par la nutrition serait plus tentée d'aller au Delhaize.

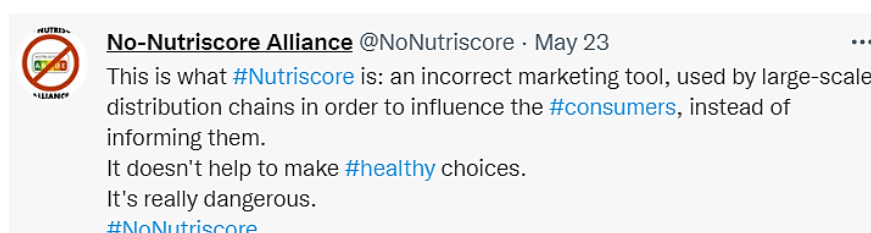
¹⁴ Source : Promotion chez Delhaize avec le Nutri-Score. <https://milled.com/delhaize-be/encore-1-1-sur-plein-de-produits-nutri-score-a-and-b-DByHRcZbfsnjsPkA>

Figure 15 Publicité de Delhaize



Pendant l'entretien, monsieur Bebronne confie avoir vécu une friction avec Delhaize. Ce distributeur envoie quotidiennement des mails à ses clients. Une cliente des fromages de Herve leur a fait part que Delhaize lui avait conseillé par mail de modifier sa consommation de fromage de Herve classé D pour un fromage classé C. Monsieur Bebronne affirme que les fromages classés C contiennent moins de matières grasses car ils pourraient ajouter des amidons modifiés, ce qui n'est pas forcément sain à long terme. La technique de marketing de Delhaize de promouvoir des produits mieux classés joue sur le caractère discriminatoire du Nutri-Score. Cette stratégie de promouvoir certains produits à la place des autres directement par mails ne corrobore pas avec une politique de laisser libre choix aux consommateurs. Rejoignant cette remarque, la « No Nutri-Score Alliance » montre sur twitter leur mécontentement (Figure 17¹⁵). Ils trouvent cette démarche marketing aberrante car pour eux le Nutri-Score n'est en rien un outil légitime de marketing. Ils utilisent un langage fort jusqu'en allant dire que c'est « dangereux ». Ils suivent les techniques de lobbying et essayent de discréditer l'outil en assurant que ça trompe les consommateurs.

Figure 16 Dépréciation du marketing de Delhaize sur Twitter



Lors de la réunion parlementaire organisée par Madame Rivasi en mai 2022, Monsieur Stella maintient que les grands distributeurs vont être les grands gagnants de ce logo car ils l'utilisent sur leurs produits. L'eurodéputée, Madame Tolleret ajoute avoir vu une publicité de Carrefour France

¹⁵ Source : Publication sur twitter de la NO Nutri-Score Alliance. 23/05/22.
<https://twitter.com/NoNutriscore/status/1528675507641929728>

promouvant une collation saine pour les enfants. Ce spot publicitaire montrait des biscuits et des compotes classés A de la marque Carrefour. Elle pointe qu'aucun fruit ni produit laitier n'étaient exposés. Cette stratégie de marketing devrait être punissable selon l'eurodéputée car c'est un spot mensonger prônant des produits de leurs propres marques pour motiver les consommateurs à acheter ces aliments alors que le meilleur des goûters reste un fruit frais.

Prenant en compte ces remarques, il est important de souligner que même si les intérêts économiques se cachent derrière l'initiative des distributeurs, leur transparence d'afficher le Nutri-Score aide davantage les consommateurs à s'orienter et à mieux choisir leurs aliments. De plus, l'initiative de Delhaize de diminuer les prix des produits A et B est intéressante et favoriserait l'accès économique des produits de bonne qualité nutritionnelle aux différents clients. Ce genre d'initiatives favorise l'établissement d'environnements favorables à la santé. La complexité du conflit et les différents acteurs y participant sont décrits dans la section suivante.

11. Discussion sur le conflit lui-même

Le monde des lobbys est un monde opaque cette profession n'est pas toujours perçue d'un bon œil en Europe. La rédaction sur ce sujet s'est avérée parfois compliquée car derrière ces lobbys il pourrait y avoir de la corruption, des échanges entre différents secteurs de coups de mains et services. Or, ces actions et relations sont cachées du grand public. Il existe un réel manque de transparence. Tout acteur est légitime de faire entendre ses intérêts. Gallopel-Morvan (2022) affirme que les lobbys sont nécessaires pour défendre certains intérêts et apporter des expertises et considérations pour les fonctionnaires européens. Toutefois, le problème découle du fait qu'une partie des actions menées restent dans l'opacité car ces relations et ces arrangements pourraient devenir des privilèges, et d'écouler d'opportunités offertes grâce à certains accès financiers ou relationnels. Divers acteurs ont pu être observés dans le débat contre un Nutri-Score européen.

a) Jeu d'acteurs

Un élément générant de la complexité dans le conflit du Nutri-Score se trouve dans la diversité des acteurs. Cette dernière peut s'avérer positive et apporter différentes perspectives au débat. En effet, lors d'un processus décisionnel, si les acteurs ne supportent pas les mêmes intérêts, un jeu d'influence puissant naît pour impacter ce processus. Cette panoplie d'acteurs impliqués dans le débat génère de la cacophonie. Le professeur Herberg maintient que certains acteurs, comme certains bloggeurs, n'ayant aucune compétence scientifique ni technique requise se sont permis de revoir l'algorithme du logo. Ceci est dû au développement des réseaux sociaux sur lesquels tout un chacun est légitime de faire valoir son opinion et la publier. Tous les acteurs s'en mêlent. Il devient donc difficile de repérer les sources fiables, les fake news ou les informations exagérées.

Aussi, dans le débat contre un Nutri-Score européen, des acteurs peu concernés par le sujet sont observés, comme par exemple les alcooliers. En effet, le professeur Hercberg avait énoncé l'idée d'élargir le Nutri-Score sur toutes les boissons alcoolisées. Lors de son entretien, Madame Tolleret a énoncé être très opposée à voir une lettre F noire apposée sur les boissons alcoolisées. Elle mentionne que positionner une bière à 4%, avec un vin à 12% et un alcool à 40% est un non-sens. L'industrie des alcooliers se mobilise donc contre l'affichage du Nutri-Score même si aujourd'hui au niveau européen, son affichage est discuté uniquement sur les denrées alimentaires. Les lobbys de l'alcool pourraient donc aussi influencer le conflit. Déjà, on retrouve dans les followers sur twitter de la « No Nutri-Score Alliance » plusieurs alcooliers.

Outre des acteurs peu concernés, dans le conflit autour du logo se trouvent un bon nombre d'acteurs politiques. Il est important de souligner que de multiples intérêts frictionnent dans la sphère politique. Au niveau national, les différents ministres défendent les intérêts de leur secteur, mais au niveau européen, la situation se complique. Au Parlement Européen, les eurodéputés sont divisés et organisés par groupes. Tout de même, lors de votes législatifs, les groupes politiques sont rarement tous du même avis. Selon la problématique en cause, différents clivages se forment, parfois politiques ou culturels, géographiques ou même religieux. Concernant les problématiques alimentaires selon l'eurodéputé Tarabella, les clivages politiques ne sont pas marqués mais ceux culturels le sont. Les pays comme l'Espagne et l'Italie luttent pour défendre leurs produits traditionnels et leur régime méditerranéen. Monsieur Tarabella affirme que le Nord est moins attaché à leurs cultures culinaires et se montre très adhérent aux ENF. De même qu'au Parlement Européen, divers intérêts s'entrechoquent à la Commission européenne. Cette dernière est composée de Commissaires responsables d'un Directeur général (DG) chacun se voyant attribuer un portfolio ayant ses propres intérêts. Les acteurs y travaillant devraient être impartiaux et considérer le bien commun. Sachant que chacun d'entre eux provient d'un pays en particulier, inconsciemment les individus pourraient vouloir défendre les intérêts de leur pays. Chaque initiative législative oppose différents intérêts. Si l'on mentionne la santé publique, ce domaine est souvent confronté aux DG trade, DG agriculture ou encore DG des affaires étrangères.

Parmi toute cette multitude d'acteurs, il est impératif de souligner qu'une différenciation se laisse observer parmi les opposants au Nutri-Score. Il existe des acteurs opposés au logo n'étant pas pour autant des lobbys désirant influencer les politiques. Par exemple, certaines AOP ne sont pas forcément des lobbys car elles ne cherchent pas à influencer le processus décisionnel. Elles prédilectionnent les valeurs de l'origine savoir-faire au lieu de la qualité nutritionnelle. Aussi, la démarche des AOP est compréhensible. Ces productions protégées sont soumises à des cahiers de charges strictes et ne peuvent modifier la recette sans conséquence. Ils se doivent de respecter les traditions ancestrales pour ne pas rompre leur image de gardien des valeurs du patrimoine. L'eurodéputée Tolleret affirme « les fabricants de roquefort m'ont expliqué qu'ils pourraient très bien passer à un meilleur Nutri-Score. Il suffisait de remplacer le sel par un produit chimique ». De plus, Bebronne travaillant pour une AOP belge cite « c'est certain, on n'est pas suffisamment puissant en

termes de lobby pour arrêter ce score pour qu'il ne soit pas obligatoire ». En effet, certains individus semblent désinformés de la puissance et de l'énergie investie par les opposants au niveau européen pour contrer l'adoption du score.

La position des opposants ne s'explique en effet pas toujours par la défense d'intérêts. Souvent leur position se justifie par des valeurs comme celle de consommer localement. C'est le cas des petits producteurs interrogés qui ne sont pas connus au niveau national, juste dans le Hainaut en Wallonie. Ils ne se montrent pas opposés au Nutri-Score en soit mais déplorent l'obligation d'afficher du logo. Ils sont davantage préoccupés par les problèmes techniques et pratiques émergeant de l'apposition de ce score, plus que d'une diminution de leurs ventes. Il serait difficilement faisable de changer les étiquettes produites à l'avance car cela demanderait un investissement supplémentaire. Les petits producteurs sont non seulement soumis aux règlements européens mais aussi nationaux, comme à ceux de l'Agence Fédérale de la Chaîne Alimentaire en Belgique qui s'avère assez stricte. Les petits producteurs doutent de l'utilité de devoir apposer le score car ils vendent leurs produits à très petite échelle, dans leur propre propriété, dans leur ferme ou leur verger donc le lieu de production même. Ils ne possèdent souvent que peu de sortes de produits et de ce fait, soutiennent que leurs clients savent qu'un lait entier est plus gras qu'un lait écrémé. L'arboriculteur interrogé redoute la perte de clientèle se tournant vers des produits light mieux classés et s'exclame « on doit à chaque fois se battre contre les grande surfaces ».

Une deuxième sorte d'acteurs apparaît comme plus bornés, centrés sur leur idées et fermés au discours. Ces acteurs monopolisent exagèrent et répètent les mêmes arguments. Leur opposition n'est pas causée par des valeurs mais par des intérêts. Dû à la ténacité de ces acteurs, une polarisation s'est créée entre ces opposants et les adhérents du score. Cette dernière est décrite dans la prochaine partie.

b) Polarisation

Un autre phénomène remarquable lors du conflit autour du Nutri-Score est la polarisation naissante entre deux groupes, les opposants contre les adhérents de l'outil. Il semblerait que les acteurs opposés soient devenus fermés à toute discussion, voire hostiles. Un élément cocasse est que la fermeture à toute discussion est perçue des deux côtés. Madame Tolleret mentionne qu'elle ne peut même plus dire qu'il serait nécessaire d'améliorer le Nutri-Score et ajoute « des gens ont refusé de venir parler à des *hearrings* car il y en a qui ont été harcelés. Ils ont reçu des menaces ». Cette même remarque est vécue aussi par les partisans. Madame Perrin mentionne qu'elle n'ose plus faire une remarque sur de possibles améliorations du logo car elle sait à l'avance que cela sera repris dans le discours des opposants.

Le professeur Hercberg confirme que les opposants s'emparent du moindre défaut du Nutri-Score et répètent leurs arguments en boucle pour essayer de convaincre. Ils apparaissent persuadés de ce qu'ils avancent et ne veulent ni discuter, ni entendre la moindre explication. Un des entretiens ne s'est pas très bien déroulé, celui avec une productrice de fromages d'AOP belge. Cette productrice était fermée à la discussion et braquée sur ses idées disant « Madame ! Allez c'est bon, j'ai fini, je ne

m'énervé pas sur ça. Ça ne sert à rien. Allez dans les magasins, faites vos courses et vous imaginez ce que vous allez devoir acheter du A et du B et si ça, ça vous satisfait, après vous ferez votre article toute seule ». Le Nutri-Score est devenu un sujet qui fâche. Durant la réunion parlementaire organisée par Madame Rivasi, Monsieur Stella répétait que les frites étaient mieux classées que les pâtes et que si l'outil était suivi, on pouvait manger un kilo de frites par jour. Ces acteurs répètent leurs arguments et coupent court aux explications scientifiques. Les conversations ne sont alors plus possibles avec les opposants.

Le Nutri-Score a mené à un débat presque religieux entre ceux qui considèrent la qualité nutritionnelle des produits importantes contre ceux valorisant davantage l'origine, la provenance, les intérêts parfois économiques. C'est malheureux que les opposants reprennent les défauts du logo pour en faire de la propagande. Le BEUC affirme que tous ensemble, le score pourrait être amélioré. Néanmoins, tout est une question d'intérêts et de la puissance de l'influence de ce détenteur d'intérêts.

c) Problématiques sous-jacentes au conflit

Une problématique découlant de l'affichage des ENF se trouve dans les limites de cet outil. Il est nécessaire d'instruire et d'informer les consommateurs sur leurs habitudes alimentaires. Il s'avère qu'un consommateur lambda n'est pas capable de lire les tableaux nutritionnels et n'est pas informé sur quels nutriments il devrait favoriser. Les individus actuels ne prennent plus le temps de faire leurs courses, ils sont entourés par une multitude de produits essayant de se différencier les uns des autres. Chaque consommateur choisit un certain produit pour différents facteurs tels que le goût, le prix, la qualité, l'origine. Connors et al., (2001) maintiennent que chaque individu construit son propre système de valeurs alimentaires et que ces dernières influencent le processus décisionnel des individus.

D'année en année plus d'informations apparaissent sur les emballages. Parfois, les industries augmentent la quantité d'information pour répondre à la demande des consommateurs et adopte alors une approche commerciale. D'autres fois, ce sont des actions de santé publique comme pour l'apposition de la liste des ingrédients. Ceci rentre dans la législation concernant les droits des consommateurs de pouvoir être informé. Toutefois, l'eurodéputé Monsieur Tarabella dénote que certaines législations s'avèrent légèrement poussées voir exagérées. Il mentionne l'obligation aux brasseries d'afficher le logo des femmes enceintes lors de l'exportation de bières régionales belges à l'étranger. Il déplore qu'«on infantilise les gens». Toute personne ayant des allergies, souci de santé ou des circonstances exceptionnelles comme une grossesse devrait avoir développé une conscience individuelle de surveiller sa consommation alimentaire et connaître les conséquences dans le cas où il ne le ferait pas. Bebronne ajoute que selon lui, les consommateurs devraient agir comme des individus responsables et être capable de faire les bons choix. Ces acteurs perçoivent l'affichage obligatoire du Nutri-Score, comme la dévalorisation des capacités des individus à choisir de manière indépendante. Cela ramène à la nécessité de permettre *l'empowerment* de la population.

Manger sainement est un concept très relatif et subjectif. Une personne sportive va s'assurer de son apport en protéines, quand un diabétique regardera le taux de sucre des aliments. En effet, le Nutri-Score est associé à un logo de santé classifiant les aliments de sains ou malsains. Or, un aliment A peut s'avérer malsain pour un consommateur considérant les produits chimiques tels que les édulcorants ajoutés. Un souci découle de l'association de salubrité des produits et d'un bon score, comme l'ont démontré Folkvord et al., (2021). Ce phénomène est source d'opposition à l'affichage du logo. Il est compréhensible de noter un mécontentement venant des consommateurs et producteurs des produits qu'ils considéraient eux-mêmes comme sains, comme pour l'huile d'olive. Il est important de souligner que pour les consommateurs indifférents, ce score s'avère bénéfique car il est visible et les guide vers le choix d'un meilleur produit dans une même catégorie. Or, ceux davantage concernés par la provenance bio et l'origine des produits regarderont encore les logos spécifiques à ces problématiques. Le Nutri-Score n'est pas une obligation mais bien une information améliorant l'environnement de santé pour la population.

L'environnement comporte des éléments déterminants comme l'accès physique, l'accès économique, l'accès géographique, l'offre de choix. Par exemple, l'excès de marketing promouvant des produits malsains sur différentes chaînes, entre autres sur celles pour les enfants, est un facteur empiétant sur la formation d'un environnement favorable à la santé. En effet, de cette promotion commerciale naissent des envies superflues introduites dans la tête des consommateurs. Par exemple dans notre société, les publicités de Coca-Cola pour lesquelles des moyens énormes sont déboursés ont impacté la notoriété du produit qui est devenu aujourd'hui une référence. Certaines tendances alimentaires sont portées par des publicités impactant l'image de ce qui est tendance et du comportement à adopter. Ceci arrive aussi sur la promotion de comportements dit « sains » comme par exemple, la consommation du curcuma étant soi-disant un remède anti-inflammatoire. En effet, l'avis sociétal et la culture influencent les changements de comportements.

Les normes sociétales forment les comportements des individus. Ceci est observable chez les personnes âgées qui consomment énormément de viandes parce que dans leur éducation, il était bon, presque obligatoire d'en manger. Or de nos jours, la consommation quotidienne de viande est perçue négativement par l'opinion publique, pour la considération de la nécessité de réduire l'empreinte écologique. Il est nécessaire de souligner que les traditions culturelles ancestrales équivalaient aux besoins physiologiques de l'époque. Anciennement, l'homme n'était pas sédentaire. Aujourd'hui considérant le taux de sédentarité et d'inactivité physique grandissant, il est nécessaire d'améliorer la qualité nutritionnelle du régime alimentaire de la population. Les comportements répétés depuis longtemps ne signifient pas toujours qu'ils sont, de fait, les bons à opérer. Ces derniers peuvent être faits par habitude ou mimétisme. Bien que l'humain soit réticent au changement, le Nutri-Score apporte un changement de paradigme et sera un pas considérable vers la prise de conscience collective de la qualité des produits, consommés depuis un certain temps.

Il est impératif d'agir dès aujourd'hui. Dans la société actuelle, beaucoup de jeunes ont perdu les habitudes de préparer leur repas. Ils ont moins de temps et achètent des repas pré-préparés. Considérant que les consommateurs ne lisent pas les étiquettes de leurs produits, le Nutri-Score apparaît comme un outil utile. Folkord et al., (2021) soulignent que même si une majorité (92,5%) de son échantillon apparaît satisfaite du score, une minorité l'utilise. Un facteur influençant les individus à modifier leur comportement d'achat serait la motivation intrinsèque. Il ne suffit pas d'éduquer et de conseiller des conduites aux individus. Les individus sont informés et décident comment ils désirent considérer ces données. Si l'individu n'a pas la volonté de changer ses habitudes alimentaires, il n'opérera pas de changement de comportement. Cette motivation doit venir de lui, c'est ce que l'on appelle la motivation intrinsèque. Les acteurs possédant cette motivation intrinsèque seraient davantage prompts à changer leurs habitudes alimentaires. Il faudrait réussir à motiver les individus à générer cette motivation intrinsèque en eux.

12. Recommandations

Dans le conflit au niveau européen autour du Nutri-Score, certaines remarques sont à considérer si ce dernier vient à être imposé obligatoirement, comme par exemple la bonne compréhension de l'outil pour éviter des phénomènes comme le boycott des aliments classés D et E. D'autres remarques ne pourront pas être prises en compte. C'est le cas du degré de transformation qui est une dimension parallèle à celle de la qualité nutritionnelle.

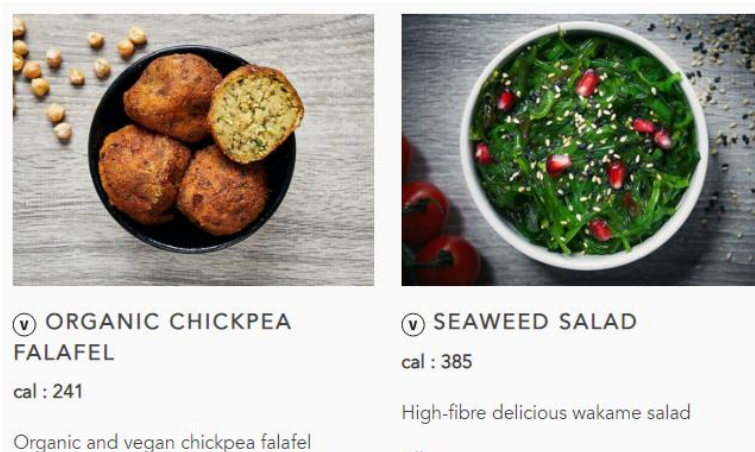
Tout de même, le Nutri-Score apparaît comme un outil de santé publique efficace. Toutefois, il n'est pas l'unique pas possible pour diminuer l'augmentation croissante du taux d'obésité. Il est nécessaire d'instaurer des politiques publiques au niveau national visant à améliorer l'alimentation de la population, en promotionnant l'adoption de régimes sains par exemple. D'autres politiques sont envisageables comme l'utilisation d'outils fiscaux comprenant des subventions ou taxations en considérant la qualité nutritionnelle des aliments. Cette mesure est déjà existante dans certains pays européens comme la *Soda Tax* en Belgique qui taxent les boissons sucrées et édulcorées depuis 2016, c'est-à-dire 1 cent par canette et 3 cents par litre. Aussi, aux Pays-Bas, la baisse de prix sur les fruits et légumes a été instaurée. De la même façon, subventionner les producteurs de produits sains pourrait améliorer la qualité de l'offre alimentaire. Partant de l'utilisation de ces outils fiscaux, un système de taxation pourrait être envisageable grâce au Nutri-Score où les aliments classés D ou E seraient davantage taxés. Néanmoins, ceci désavantagerait les producteurs de produits artisanaux comme les AOP et pourrait favoriser la modification et l'ajout de substances chimiques par les industries voulant atteindre un meilleur score. Une autre politique envisageable et discutée depuis maintes années est la restriction de publicités de produits malsains, surtout visant les enfants et les jeunes. Cette tranche d'âge de la population est celle où les comportements alimentaires sont adoptés et souvent garder au cours de

leur vie. Il est nécessaire de réguler la publicité et cela serait imaginable en limitant le temps de promotion des produits classés D et E.

Il ne serait pas envisageable de restreindre la vente de produits néfastes à la santé. En effet, si l'individu désire opérer un comportement, il le fera même en connaissance des effets néfastes. Du moins, ce qu'il faut est de ne pas promouvoir ces comportements nocifs. Comme mentionné plus haut, l'humain fait ses choix par des biais cognitifs et n'est pas toujours conscient de ces derniers. Parfois, un certain comportement est réalisé par mimétisme de ses pairs. Pour minimiser ces phénomènes, le *nudging* est utilisé. L'architecture de choix est modelée de sorte à ce que les individus soient tentés de choisir la meilleure option pour leur santé et au contraire, qu'ils soient plus réticents de choisir la moins bonne option. Par exemple, en Belgique, la population consomme plus de sel que les recommandations de l'OMS et presque un cinquième de la population a une tension trop élevée en Belgique. Le Nutri-Score serait un indice pour choisir inconsciemment des produits contenant moins de sel.

D'autres extensions de l'outil sont envisageables, comme l'apposition du score en restauration. Le fait d'afficher certaine indication nutritionnelle comme les calories est déjà existant en Europe. C'est le cas de la chaine Pokawa qui affiche les calories sur leur menu (*Figure 18*¹⁶). Le Nutri-Score pourrait très bien être apposé de même sur les menus considérant que lui prend en compte davantage de facteurs que les calories, bien que l'affichage de l'apport calorique soit déjà très intéressant et permet une comparaison entre les différents plats proposés. Le *nudging* améliore l'environnement autour des individus et le rend plus propice à la santé

Figure 17 Menu de Pokawa



Le concept d'*empowerment* de l'individu est aussi important. Ce dernier vise à renforcer les capacités des individus à prendre soin de leur santé de manière indépendante. L'estime de soi est nécessaire dans ce processus. En effet, il s'avère que les individus doivent se sentir capables d'eux même subvenir à leurs besoins pour mieux atteindre un comportement de santé désiré. C'est à dire que

¹⁶ Source : Menu des accompagnements de Pokawa. <https://pokawa.com/en/menus-2/>

si un individu perçoit un comportement de santé comme inatteignable, il ne se donnera pas la peine d'essayer de le réaliser. L'éducation n'est pas suffisante, il faudrait rendre les individus capables de pouvoir prendre soin de leur santé. Créer un environnement propice à la santé s'avère donc primordial.

Le Nutri-Score pourrait agir comme un facteur influençant *l'empowerment* des individus car ces derniers comprennent cette information à la différence du tableau nutritionnel disponible. De fait, l'estime des consommateurs pourrait se voir augmentée grâce à la possibilité de dès lors distinguer et choisir les meilleurs produits pour leur santé. Cette nouvelle possibilité pourrait leur donner envie d'améliorer d'abord leur régime alimentaire en général en modifiant leurs habitudes d'achats vers les produits mieux classés. Ensuite, mener une alimentation saine est un facteur motivant les individus à améliorer leur qualité de vie en général et de fait, les individus pourraient être plus prompts à maintenir une vie active et non sédentaire. Le Nutri-Score est une avancée considérable pour permettre aux consommateurs de choisir le meilleur produit dans une catégorie. Etant donné son affichage dans différents pays européens, des données seraient récupérables pour s'assurer que les consommateurs le comprennent et savent s'en servir. La prévention de la santé vise à générer du changement par une augmentation des savoirs et des connaissances des individus.

13. Conclusion

Ce mémoire a tenté d'éclairer les stratégies utilisées par les lobbys dans le cadre de l'harmonisation du Nutri-Score à travers l'UE. Le but de ce mémoire était bien l'analyse des techniques utilisées pour contrer l'affichage obligatoire du Nutri-Score. Les lobbys s'emparent des arguments, en ridiculisant l'outil et en discriminant ses appuis scientifiques. Ces arguments se voient répétés en boucle sur différents réseaux pour tenter de convaincre l'opinion publique et par le même biais, les décideurs. Ils détournent le but premier du logo mentionnant que ce dernier soutient les industries, dicte les comportements, interdit certaines catégories complètes d'aliments. De plus, les lobbys font circuler des *fake news* et désinforment donc la toile. La réalité est extrapolée et les données scientifiques sont truquées. Sur les réseaux sociaux, les internautes ne sont même pas conscients de se faire influencer. Le conflit autour du Nutri-Score a mené à l'affrontement d'une multitude d'acteurs impliqués. Cela a donné lieu à l'apparition d'une polarisation entre deux groupes clairs et bien distincts entre lesquels l'échange est devenu de plus en plus problématique et est aujourd'hui presque impraticable. Au lieu de rejeter cet outil catégoriquement ces acteurs pourraient travailler ensemble à son amélioration.

Il a été démontré qu'autour du Nutri-Score gravitent une multitude de problématiques liées considérant la santé des individus. En effet, cet outil considère la qualité nutritionnelle influant sur le développement des MNT, d'autres scores calculent l'impact écologique qui lui influe aussi sur la santé à long terme. Ces problématiques représentent de grands enjeux pour lesquels il devient aujourd'hui impératif d'agir et de prendre des actions avant qu'il ne soit trop tard. Un argument très utilisé pour contrer le Nutri-Score est la nécessité de responsabilisation individuelle et le besoin d'éduquer les citoyens sur leur consommation alimentaire. Il faudrait éduquer les citoyens et consommateurs sur

qu'est-ce que le Nutri-Score, que considère-il, que ne considère-t-il pas et surtout comment l'utiliser. Beaucoup d'individus se questionnent sur la raison de l'attribution d'une lettre B verte à un coca light rempli d'aspartame et un E pour un fromage AOP régional. La qualité nutritionnelle, la provenance et le degré de transformation des produits sont trois problématiques différentes. Un même logo reprenant ces dernières est pour l'instant impossible selon Hercberg (2022).

La solution ne repose pas seulement sur la quantité d'informations disponibles sur les emballages, ni du niveau d'éducation du consommateur. Il faut donner aux consommateurs le moyen de pouvoir exercer les comportements sains, promouvoir l'accès à tous pour pouvoir accéder à la nourriture saine. Ceci aiderait à lutter contre les inégalités sociales de santé et permettrait aux moins aisés et/ou informés de pouvoir prendre soin de leur santé. La formation d'un environnement propice à la santé est nécessaire pour permettre aux individus eux-mêmes de s'emparer du pouvoir de décision et d'action pour se maintenir en bonne santé. Le Nutri-Score a été pensé dans ce sens car il est accessible à tous les consommateurs et ne laisse aucun individu délaissé. Il ne dicte pas quel aliment manger et lequel éviter, il conseille lesquels sont à favoriser et lesquels on devrait limiter. Cependant inconsciemment, les consommateurs comprennent qu'il vaudrait mieux ne plus consommer tels aliments s'ils ont un si mauvais score. Il serait judicieux de s'assurer du degré de compréhension et d'utilisation du Nutri-Score. Aussi, de nombreuses recherches démontrent le pouvoir du logo à influencer les habitudes d'achats des consommateurs quand les facteurs déterminant ce changement restent flous. Divers éléments du Nutri-Score restent encore à explorer.

Cette discussion se termine sur une réflexion personnelle. Dans ce mémoire, il est apparent que tout acteur défend son propre l'intérêt du groupe auquel il s'identifie, que cela soit son parti politique, sa nation ou sa culture gastronomique. Il défendra ses intérêts pour des valeurs, des sentiments, des croyances ou simplement pour des raisons économiques. Néanmoins, les intérêts derrière la santé publique sont ceux des individus, de la population. Sans les professionnels de santé publique, personne ne défendrait l'intérêt général de la population à une grande échelle, certaines mesures de prévention pour réduire ou modifier certains comportements de santé n'auraient pas été opérées. Les intérêts défendus par la santé publique se heurtent à d'autres intérêts, souvent plus soutenus numériquement et/ou financièrement parlant. Leur discours se base sur la responsabilisation individuelle et la prise de conscience sur l'impératif de mener un régime sain. Ils défendent les droits des individus de décider pour leur personne. Il est nécessaire de rappeler que la santé publique suggère les bons comportements à adopter mais ne les impose pas. Certains éléments sont nécessaires pour guider les individus à décider correctement. Il faut partir du point initial auquel les individus sont mal ou peu informés et qui nécessitent recevoir plus d'informations.

Le Nutri-Score part de cette réflexion et résume une information difficilement compréhensible en un score visible et intelligible pour tous. Ce logo n'est pas un outil parfait mais est le premier pas vers on l'espère, l'amélioration des régimes alimentaires de la population. Le combat a commencé. Il est loin d'être fini. Plusieurs intérêts frictionnent. De ce fait, les politiques publiques en santé devraient

pouvoir être édictées en considérant uniquement les intérêts enjeux pour la santé de la population avant tout. Il est malheureux de réaliser que les intérêts de la santé publique passent derrière certains intérêts privés ou pour certains cas comme l'Etat italien, publics. Il est nécessaire d'augmenter la vigilance et l'encadrement de la pratique du lobbying pour combattre l'opacité rendant capable l'influence inconsciente par des techniques sournoises.

Le nombre important de preuves scientifiques soutenant le Nutri-Score reste un atout incontestable. Considérant le choix d'un ENF européen, comme ce dernier est déjà implanté dans six pays de l'UE, et la Suisse, cela faciliterait l'harmonisation européenne et serait pertinent et moins déroutant pour les consommateurs. De plus, un avantage non-négligeable du Nutri-Score est sa capacité de discriminer les aliments entre eux. Cela permettrait de comparer les différents produits à travers le marché européen. Toutefois, il est impératif d'informer le consommateur de l'objectif du Nutri-Score et de ses considérations pour instaurer sa bonne utilisation et empêcher les dérives comme la stigmatisation des produits D et E. Le Nutri-Score pourrait être un pas vers davantage de coopération européenne qui permettrait de combattre ensemble des enjeux telles que la hausse d'obésité à travers l'Union.

Références

- Adriouch, S., Julia, C., Kesse-Guyot, E., Méjean, C., Ducrot, P., Péneau, S., Donnenfeld, M., Deschasaux, M., Menai, M., Hercberg, S., Touvier, M., & Fezeu, L. K. (2016). Prospective association between a dietary quality index based on a nutrient profiling system and cardiovascular disease risk. *European Journal of Preventive Cardiology*, 23(15), 1669-1676. <https://doi.org/10.1177/2047487316640659>
- Andreeva, V, A., Egnell, M., Handjieva-Darlenska, T., Talati, Z., Touvier, M., Galan, P., Hercberg, S., Pettigrew, S., & Julia, C. (2020). Bulgarian consumers' objective understanding of front-of-package nutrition labels: a comparative, randomized study. *Arch Public Health*. 2020 Jun 9; 78:35.
- Basset, B., & Rigaud, A. (2016). Le lobby de l'alcool contre la santé. *Alcoologie et addictologie*, 38(1), 7-20.
- Basset, B., & Rigaud, A. (2021). La loi Evin : visionnaire, emblématique et donc constamment attaquée. *Journal du Droit de la Santé et de l'Assurance - Maladie (JDSAM)*, N° 28(1), 21-25. <https://doi.org/10.3917/jdsam.211.0021>
- BAT. (1979). Key Areas for Product Innovation Over the Next 10 Years, *Minnesota Trial Exhibit 11*, 283.
- Berriche, M., & Yesilaltay, S. (2020). Fact check: Trois infox sur les infox. *The Conversation*. <https://theconversation.com/fact-check-trois-infox-sur-les-infox-136809>
- EREN (Sorbonne Paris Nord University. (2022, 20 avril). Autopsie d'une proposition de Loi visant à dénaturer Nutri-Score portée par des députés qui, soit ne connaissent pas le sujet (et n'ont pas souhaité s'informer auprès des scientifiques), NUTRI-SCORE. <https://nutriscore.blog/2022/04/19/autopsie-dune-proposition-de-loi-visant-a-denaturer-nutri-score-portee-par-des-deputes-qui-soit-ne-connaissent-pas-le-sujet-et-nont-pas-souhaite-sinformer-aupres-des-scien/>
- Bossuyt S, Custers K, Tummers J, Verbeyst L, & Oben B. (2021). Nutri-Score and Nutrition Facts Panel through the Eyes of the Consumer: Correct Healthfulness Estimations Depend on Transparent Labels, Fixation Duration, and Product Equivocality. *Nutrients*. 2021; 13(9):2915. <https://doi.org/10.3390/nu13092915>

- Cambon, L. (2016). Le nudge en prévention. . . troisième voie ou sortie de route ? *Santé Publique*, Vol. 28(1), 43-48. <https://doi.org/10.3917/spub.161.0043>
- Compère, V., Ramen, J., & Moriceau, J. (2019). Le « Lean santé » pour améliorer le parcours de l'opéré. *Le Praticien en Anesthésie Réanimation*, 23(4), 201-206.
<https://doi.org/10.1016/j.pratan.2019.07.011>
- Connors, M., Bisogni, C. A., Sobal, J., & Devine, C. M. (2001). Managing values in personal food systems. *Appetite*, 36(3), 189–200. <https://doi.org/10.1006/appe.2001.0400>
- Coquillart, A. (2020). *Quelle influence exerce le label alimentaire "Nutri-Score" sur le comportement du consommateur ?* Louvain School of Management, Université catholique de Louvain, 2020.
Prom. : Sinigaglia, Nadia. <http://hdl.handle.net/2078.1/thesis:24428>
- Domingo-Aldama, F. (2022, 2 juin). Si quieres que la gente coma bien, hay que ponerselo a mano y que lo pueda pagar. El Pais. <https://elpais.com/salud-y-bienestar/2022-06-02/jose-maria-ordovas-si-quieres-que-la-gente-coma-bien-hay-que-ponerselo-a-mano-y-que-lo-pueda-pagar.html>
- Dréano-Trécant, L., Egnell, M., Hercberg, S., Galan, P., Soudon, J., Fialon, M., Touvier, M., Kesse-Guyot, E., & Julia, C. (2020). Performance of the Front-of-Pack Nutrition Label Nutri-Score to Discriminate the Nutritional Quality of Foods Products : A Comparative Study across 8 European Countries. *Nutrients*, 12(5), 1303. <https://doi.org/10.3390/nu12051303>
- Dubois, P., Albuquerque, P., Allais, O., Bonnet, C., Bertail, P., Lahlou,., Rigal & Chandon, P. (2020). Effects of Front-of-pack Labels on the Nutritional Quality of Supermarket Food Purchases: Evidence from a Large-Scale Randomized Controlled Trial. *Journal of the Academy of Marketing Science*. 10.1007/s11747-020-00723-5.
- Egnell, M., Crosetto, P., D'Almeida, T., Kesse-Guyot, E., Touvier, M., Ruffieux, B., Hercberg, S., Muller, L., & Julia, C. (2019). Modelling the impact of different front-of-package nutrition labels on mortality from non-communicable chronic disease. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 16(1). <https://doi.org/10.1186/s12966-019-0817-2>
- Egnell, M., Kesse-Guyot, E., Galan, P., Touvier, M., Rayner, M., Jewell, J., Breda, J., Hercberg, S., & Julia, C. (2018). Impact of Front-of-Pack Nutrition Labels on Portion Size Selection : An

- Experimental Study in a French Cohort. *Nutrients*, 10(9), 1268.
<https://doi.org/10.3390/nu10091268>
- Egnell, M., Boutron, I., Péneau, S., Ducrot, P., Touvier, M., Galan, P., Buscail, C., Porcher, R., Ravaud, P., Hercberg, S., Kesse-Guyot, E., & Julia, C. (2021). Randomised controlled trial in an experimental online supermarket testing the effects of front-of-pack nutrition labelling on food purchasing intentions in a low-income population. *BMJ open*, 11(2), e041196.
<https://doi.org/10.1136/bmjopen-2020-041196>
- Enquête de l'UFC-Que Choisir sur les aliments traditionnels - Le Nutri-Score, meilleure illustration de la qualité nutritionnelle de notre patrimoine culinaire ! - Action UFC-Que Choisir. (2022, 10 mai). UFC-Que Choisir. <https://www.quechoisir.org/action-ufc-que-choisir-enquete-de-l-ufc-que-choisir-sur-les-aliments-traditionnels-le-nutri-score-meilleure-illustration-de-la-qualite-nutritionnelle-de-notre-patrimoine-culinaire-n100652/>
- Farrand, C. (2021). Front-of-pack food labelling policies in the WHO European Region, *OMS Europe*. Disponible sur https://cdn.who.int/media/docs/default-source/thailand/ncds/ppt_clare_fopl1_final-presentation_cf.pdf?sfvrsn=388ab823_3
- Fialon, M., Nabec, L., Julia, C. (2022). Legitimacy of Front-of-Pack Nutrition Labels: Controversy Over the Deployment of the Nutri-Score in Italy. *International Journal of Health Policy and Management*, (), -. doi: 10.34172/ijhpm.2022.6127
- Folkvord, F., Bergmans, N., & Pabian, S. (2021). The effect of the nutri-score label on consumer's attitudes, taste perception and purchase intention: An experimental pilot study. *Food Quality and Preference*, 94, 104303.
- Fortuna, G., & Foote, N. (2022, 31 mai). Green deal is not dead, Czech agri minister states ahead of EU Presidency. *Www.Euractiv.Com*. <https://www.euractiv.com/section/agriculture-food/news/green-deal-is-not-dead-czech-agri-minister-states-ahead-of-eu-presidency/>
- Gallopel-Morvan, K. (2022). Cours sur le plaidoyer et le lobbying. EHESP.

- Gabor, A. M., Stojnić, B., & Ostić, D. B. (2020). Effects of different nutrition labels on visual attention and accuracy of nutritional quality perception—Results of an experimental eye-tracking study. *Food Quality and Preference*, 84, Article 103948.
- Hafner, E., & Pravst, I. (2021). Evaluation of the Ability of Nutri-Score to Discriminate the Nutritional Quality of Prepacked Foods Using a Sale-Weighting Approach. *Foods*, 10, 1689. 10.3390/foods10081689.
- Hercberg, S. (2022). *Mange et tais-toi : Un nutritionniste face au lobby agroalimentaire*. HUMENSCIENCES.
- Institut scientifique de Santé Publique, ISP-IWV (2014). Enquête alimentaire. Enquêtes, mode de vie et maladies chroniques. Disponible sur https://fcs.wiv-isp.be/nl/Gedeelde%20%20documenten/FRANS/Resume_FR_finaal_web.pdf
- Julia, C., Ducrot, P., Lassale, C., Fézeu, L., Méjean, C., Péneau, S., Touvier, M., Hercberg, S., & Kesse-Guyot, E. (2015). Prospective associations between a dietary index based on the British Food Standard Agency nutrient profiling system and 13-year weight gain in the SU.VI.MAX cohort. *Preventive Medicine*, 81, 189-194. <https://doi.org/10.1016/j.ypmed.2015.08.022>
- Julia, C., Kesse-Guyot, E., Ducrot, P., Péneau, S., Touvier, M., Méjean, C., & Hercberg, S. (2015). Performance of a five category front-of-pack labelling system – the 5-colour nutrition label – to differentiate nutritional quality of breakfast cereals in France. *BMC Public Health*, 15(1). <https://doi.org/10.1186/s12889-015-1522-y>
- Julia, C., Méjean, C., Touvier, M., Péneau, S., Lassale, C., Ducrot, P., Hercberg, S., & Kesse-Guyot, E. (2015). Validation of the FSA nutrient profiling system dietary index in French adults—findings from SUVIMAX study. *European Journal of Nutrition*, 55(5), 1901-1910. <https://doi.org/10.1007/s00394-015-1006-y>
- Julia, C., Touvier, M., Galan, P., & Hercberg, S. (2021). Le Nutri-Score, un étiquetage nutritionnel s'appuyant sur des bases scientifiques solides. *IRESP*, N°42, juin 2021. Disponible sur https://iresp.net/wp-content/uploads/2021/09/Web_QSP42_IReSP_VF.pdf

- Kim, H. S., Ahn, J., & No, J. K. (2012). Applying the Health Belief Model to college students' health behavior. *Nutrition research and practice*, 6(6), 551–558.
<https://doi.org/10.4162/nrp.2012.6.6.551>
- Mulcahy, S. (2015). Lobbying en Europe, influence cachée et accès privilégié. *Transparency International*.
- Muller, L. & Spitz, E. (2012). Les modèles de changements de comportements dans le domaine de la santé. *Psychologie Française, Volume 57, Issue 2, pp.83-96, ISSN 0033-2984*
- Musura, G, A., Stojnic, B & Ban-Ostić, D. (2020). Effects of different nutrition labels on visual attention and accuracy of nutritional quality perception – Results of an experimental eye-tracking study. *Food Quality and Preference*. 84. 103948. 10.1016/j.foodqual.2020.103948.
- RÈGLEMENT (UE) DU PARLEMENT EUROPÉEN ET DU CONSEIL du 25 octobre 2011. (2011, 22 novembre). *Journal officiel de l'Union européenne*.
No 1169/2011, L 304/18
- Scrinis, G., & Parker, C. (2016). Front-of-Pack Food Labeling and the Politics of Nutritional Nudges. *Law & ; Policy*, 38(3), 234-249. <https://doi.org/10.1111/lapo.12058>
- Shangguan, S., Afshin, A., Shulkin, M., Ma, W., Marsden, D., Smith, J., Saheb-Kashaf, M., Shi, P., Micha, R., Imamura, F., Mozaffarian, D., & Food PRICE (Policy Review and Intervention Cost-Effectiveness) Project (2019). Meta-Analysis of Food Labeling Effects on Consumer Diet Behaviors and Industry Practices. *Am. J. Prev. Med.* 2019, 56, 300–314.
- Szabo De Edelenyi, F., Egnell, M., Galan, P., Druesne-Pecollo, N., Hercberg, S., & Julia, C. (2019). Ability of the Nutri-Score front-of-pack nutrition label to discriminate the nutritional quality of foods in the German food market and consistency with nutritional recommendations. *Archives of Public Health*, 77(1). <https://doi.org/10.1186/s13690-019-0357-x>
- Temmerman, J.D., Heeremans, E., Slabbinck, H., & Vermeir, I. (2021). The impact of the Nutri-Score nutrition label on perceived healthiness and purchase intentions. *Appetite*, 157.
- The Tobacco Institute. (1988). Claims That Cigarettes are Addictive Contradict Common Sense, 16 May, Minnesota Trial Exhibit 14,384; *Minnesota Plaintiff's Exhibit 22(1)*, TI 00125189, p189.

- Update of the Nutri-Score algorithm* (N° 2021). (2021, janvier). Scientific Committee of the Nutri-Score. https://solidarites-sante.gouv.fr/IMG/pdf/annual_report_2021.pdf
- Vandevijvere, S., & Berger, N. (2021). The impact of shelf tags with Nutri-Score on consumer purchases : a difference-in-difference analysis of a natural experiment in supermarkets of a major retailer in Belgium. *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, 18(1). <https://doi.org/10.1186/s12966-021-01207-7>
- Vandevijvere, S., de Ridder, K., Fiolet, T., Bel, S., & Tafforeau, J. (2018). Consumption of ultra-processed food products and diet quality among children, adolescents and adults in Belgium. *European Journal of Nutrition*, 58(8), 3267-3278. <https://doi.org/10.1007/s00394-018-1870-3>
- Vandevijvere, S., Pedroni, C., de Ridder, K., & Castetbon, K. (2020). The Cost of Diets According to Their Caloric Share of Ultraprocessed and Minimally Processed Foods in Belgium. *Nutrients*, 12(9), 2787. <https://doi.org/10.3390/nu12092787>
- van Hoof, T. (2020, 30 janvier). *Le coup de gueule de Sequoia contre le Nutri-score : "Il ne donne que l'illusion d'un bon choix, on. . .* DH Les Sports +.
https://www.dhnet.be/conso/consommation/le-nutri-score-ne-donne-que-l-illusion-d-un-bon-choix-5e24a0e0d8ad5830318adc06?fbclid=IwAR0ArHdPcwz5bMj_Ym0Q9KbcCyNaZOdlko9GS_ThCZFj6z871C8iaa3pxVQM
- World Health Organization. (2022). *EUROPEAN REGIONAL OBESITY REPORT*. ISBN : 978-92-890-5773-8. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/353747/9789289057738-eng.pdf>