



Comment minimiser des risques nutritionnels : sociologie d'un répertoire d'action patronal

Marc-Olivier Déplaude

► To cite this version:

Marc-Olivier Déplaude. Comment minimiser des risques nutritionnels : sociologie d'un répertoire d'action patronal. INRA sciences sociales, 2016, 4/2015, pp.1-4. hal-02629558

HAL Id: hal-02629558

<https://hal.inrae.fr/hal-02629558>

Submitted on 27 May 2020

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

RECHERCHES EN ECONOMIE ET SOCIOLOGIE RURALES

Comment minimiser des risques nutritionnels : sociologie d'un répertoire d'action patronal

À partir de la fin des années 1970, les autorités sanitaires françaises ont organisé d'importantes campagnes de communication promouvant des pratiques alimentaires plus saines, et préconisant notamment de consommer moins de sucres, de graisses et de sel. Redoutant une diminution de leurs ventes, certains industriels ont réagi à ces campagnes en diffusant des messages concurrents des recommandations nutritionnelles officielles. Ce faisant, ils ont délibérément cherché à brouiller les messages diffusés par les autorités sanitaires et à minimiser leur impact sur les pratiques alimentaires. Nous analysons ces pratiques à travers le cas du Comité des Salines de France (CSF), une organisation représentant les producteurs de sel français. Le CSF a recouru à quatre stratégies principales de communication indirecte et de dissimulation, de déni, de diversion, et enfin de disqualification et d'intimidation. Notant la similitude de ces stratégies avec celles d'autres industriels, nous défendons l'idée que ces stratégies font partie d'un répertoire d'action commun aux acteurs industriels, qu'ils mobilisent lorsque l'innocuité sanitaire ou environnementale de leurs activités ou de leurs produits est mise en cause.

Les industriels face aux recommandations nutritionnelles

Les industries agroalimentaires font l'objet de critiques récurrentes mettant en cause la qualité nutritionnelle de leurs produits. Plus particulièrement, depuis les années 1970, certains aliments sont mis en cause pour leurs teneurs excessives en graisses, en sucre ou en sel, et leur contribution à de nombreuses pathologies, comme les maladies cardiovasculaires, le diabète ou l'obésité. Dans de nombreux pays, les pouvoirs publics ont organisé de vastes campagnes d'éducation à la santé vantant les mérites d'un régime alimentaire équilibré et invitant à modérer ses apports en graisses, en sucre et en sel.

Dans ce contexte, les industries agroalimentaires qui s'estimaient mises en cause par ces campagnes ont recouru à diverses stratégies pour défendre la réputation de leurs

produits et préserver leurs ventes. Nos recherches viennent documenter certaines de ces stratégies en s'intéressant au Comité des salines de France (CSF), une organisation représentant les intérêts de producteurs industriels de sel français. Elles s'appuient sur un cadre d'analyse qui est celui de la « production sociale de l'ignorance » (Kleinman et Suryanarayanan, 2013). Les travaux s'inscrivant dans cette perspective étudient les processus sociaux qui ont pour conséquence que certains risques sanitaires ou environnementaux sont ignorés ou minimisés, ou restent confinés dans des espaces restreints ou marginaux. Cette analyse s'intéresse plus particulièrement aux processus qui résultent de stratégies délibérées de la part des acteurs. Elle montre notamment que ces stratégies s'inscrivent dans un répertoire d'action commun à de nombreux acteurs industriels lorsque l'innocuité sanitaire ou environnementale de leurs activités ou de leurs produits est mise en cause.

Encadré méthodologique

L'enquête a été menée initialement dans le cadre d'un post-doctorat portant sur les controverses relatives à l'excès de sel dans les aliments. Les mises en cause dont le CSF a fait l'objet dans ces débats, et les tentatives de ce dernier de les retourner à son avantage, nous ont conduit à centrer une partie de notre travail sur cette organisation. Les données utilisées ici ont d'abord été recueillies dans le cadre d'entretiens approfondis avec des responsables ou consultants du CSF et, surtout, avec des acteurs ayant été en interaction avec eux (des chercheurs ou anciens agents du ministère de la Santé, ainsi qu'un producteur de sel). Parmi ces derniers, certains ont accepté de nous donner accès à leurs archives et ont permis la constitution d'un important corpus composé de documents produits par le CSF (courriers, rapports d'activité, communiqués, publications, etc.). L'accès à ces documents a été rendu possible d'une part par les conflits ayant opposé les industriels aux petits producteurs de sel de la Côte atlantique, qui ont fini par quitter le CSF en 1999, et d'autre part par le procès qu'a intenté le CSF et la filiale française du groupe Salins à un chercheur et à deux journalistes en 2008. Informés de l'objet de notre enquête, ces acteurs ayant eu des relations conflictuelles avec le CSF nous ont communiqué des documents qui, sans cela, n'auraient pas été accessibles (le CSF ayant refusé de nous donner accès à ses propres archives, à l'exception de deux rapports d'activité récents).

Pour contextualiser et interpréter ces documents, deux types de données complémentaires ont été utilisées : tout d'abord, l'ensemble des articles, ouvrages ou brochures écrits par des membres du CSF ou avec le soutien financier ou documentaire du CSF ou de ses adhérents ; ensuite, divers supports de presse, incluant le bulletin du personnel de la filiale française de Salins et plusieurs journaux et magazines nationaux sur une période allant généralement du milieu des années 1970 à aujourd'hui.

Une organisation patronale sur la défensive

Fondé dans les années 1920, le CSF est une toute petite organisation. Il n'a toujours compté, depuis les années 1970, que deux permanents salariés : un « délégué général », assisté d'une secrétaire. Le CSF représente en effet un secteur économique modeste, le sel étant un produit peu onéreux. Il est dominé par le groupe Salins, qui emploie aujourd'hui 1 500 salariés (dont 700 en France), pour un chiffre d'affaires de moins de 300 millions d'euros. Le groupe Salins produit principalement du sel cristallisé pour l'alimentation humaine (le mieux valorisé), l'agriculture, le déneigement des routes et la chimie industrielle. Il est suivi en France par le groupe Solvay, l'un des premiers groupes chimiques mondiaux, qui produit de la saumure pour les besoins de ses installations chimiques, ainsi que du sel cristallisé, dans des quantités moindres, à destination de l'alimentation humaine jusqu'en 2004. Ces deux industriels dominent très largement le conseil d'administration du CSF : depuis le début des années 1970, il est principalement composé par des cadres de Salins et Solvay et a toujours été présidé par un dirigeant de Salins.

À partir de la fin des années 1970, le CSF a été confronté à un défi important, avec le développement, en France et dans d'autres pays occidentaux, de nouvelles campagnes d'éducation nutritionnelle mettant l'accent sur la nécessité de modérer la consommation de certains aliments ou nutriments, comme le sel, soupçonné de favoriser l'hypertension artérielle (HTA) et les maladies cardiovasculaires. Le recours à de nouvelles techniques de communication, comme les médias audiovisuels, assure une large diffusion de ces messages auprès de la population. Après avoir décliné dans les années 1990, de nouvelles campagnes sont organisées à partir des années 2000, principalement dans le cadre de la lutte contre l'obésité.

Confronté à une stagnation des ventes de sel à partir de la fin des années 1970, le groupe Salins est d'autant plus sensible à ces campagnes que le sel destiné à l'alimentation humaine est vendu bien plus cher que le sel destiné à la chimie ou au déneigement. Par l'intermédiaire du CSF, il va donc engager, à partir de la fin des années 1970, des efforts importants pour préserver la réputation du sel sur le plan de la nutrition et de la santé.

Communication indirecte et dissimulation de soi

À la fin des années 1970, le CSF décide de suivre de près les débats qui se développent sur les effets du sel sur la santé. En 1983, il fonde un groupe de travail « relations publiques »

composé de cadres de Salins et de Solvay. Son but est d'œuvrer pour que « l'image du sel alimentaire ne soit pas ternie, comme cela s'est produit notamment aux États-Unis et en Grande-Bretagne » (d'après les termes du rapport d'activité du CSF de 1986). Il choisit de concentrer ses efforts sur trois publics principaux, censés relayer ses messages auprès d'un public plus large : les journalistes, les professionnels de santé et les enseignants. Ce choix d'une communication indirecte peut être interprété de deux manières. D'une part, cela est moins coûteux que les vastes campagnes de communication dans les médias grand public. En effet, le CSF dispose de faibles ressources financières et ses adhérents préfèrent sans doute réserver ces moyens de communication à la promotion de leurs propres produits. D'autre part, le CSF sélectionne ces trois catégories de professionnels pour leur rôle de prescripteur. Il espère ainsi que non seulement ils relayeront ses messages auprès d'un public plus large, mais également qu'ils leur conféreront la force de leur propre autorité, tout en brouillant et en dissimulant leur relation avec des intérêts économiques.

La voie privilégiée pour faire évoluer les opinions des journalistes consiste à leur adresser des dossiers de presse et des communiqués, voire à les solliciter individuellement. Pour ce qui est des professionnels de santé, le délégué général du CSF réussit à intervenir dans des congrès de diététiciens et à faire publier des notes ou des articles dans des revues de diététique. Le CSF édite également, à partir de 2008, un bulletin électronique trimestriel présentant des études scientifiques récentes sur les relations entre sel et santé. Enfin, à l'intention des enseignants et de leurs élèves, le CSF élabore des kits pédagogiques distribués principalement auprès des écoles primaires et des collèges. Dans un esprit proche, plusieurs livres sur l'histoire, les techniques de production et les usages du sel bénéficient d'un soutien documentaire ou financier du CSF, de Salins et de Solvay, quand leurs dirigeants n'en sont pas eux-mêmes les auteurs.

Pour réaliser ce travail de communication, le CSF s'appuie sur trois moyens principaux. Il mobilise, en premier lieu, le service de documentation de Salins, qui possède une collection d'ouvrages et de travaux consacrés à l'histoire et aux usages du sel. Il fait appel, en second lieu, aux services d'une agence de communication, dont la principale mission consiste à suivre la presse, à apporter son concours à l'élaboration des documents destinés aux publics externes et à assurer leur bonne diffusion. Enfin, à partir de 1987, il recourt à un consultant, néphrologue et directeur d'une unité de recherche située

dans un prestigieux hôpital parisien. Ce dernier est chargé de faire des synthèses régulières de la littérature médicale sur le thème « sel et santé », de suivre les travaux de l'Organisation mondiale de la santé (OMS) et de participer aux congrès médicaux portant sur des thématiques intéressant les producteurs de sel. En contrepartie, le CSF verse des fonds à son hôpital pour y financer des opérations de recherche et prend probablement en charge ses déplacements à des congrès.

En s'appuyant sur ces ressources, le CSF réussit à accumuler un important volume de données qu'il va ensuite mobiliser pour relativiser la nocivité du sel pour la santé, ou détourner l'attention de cette question.

Les stratégies de déni

L'analyse des documents élaborés et diffusés par le CSF conduit à mettre au jour un deuxième ensemble de stratégies : celles consistant à faire un usage sélectif de la littérature scientifique et à mettre en scène les débats internes aux milieux académiques. Elles peuvent être qualifiées de *stratégies de déni*, leur principal objectif étant de nier le fait que le sel dans l'alimentation présenterait des dangers pour la santé ou, du moins, que ces dangers seraient tels qu'ils mériteraient l'attention des autorités publiques. Les stratégies de déni consistent ainsi à nier le fait qu'une question donnée constitue un problème digne d'attention, quelles que soient les données existantes à son sujet.

Pour minimiser le rôle du sel dans le développement de l'HTA, le CSF défend à de multiples reprises l'idée que les apports en sel des Français seraient moins élevés qu'on ne l'affirme communément, et qu'ils sont généralement compris dans une fourchette correspondant aux capacités de régulation du rein. Il insiste également sur l'idée que l'HTA est liée à de multiples facteurs, tels que le surpoids ou la génétique. Ces arguments présentent ainsi l'avantage de ne pas faire porter la responsabilité du développement de l'HTA sur le sel et donc sur les industriels qui en encouragent la consommation.

Le CSF ne peut nier l'existence des travaux ayant conduit les autorités sanitaires à préconiser une diminution des apports en sel de la population. Mais il tire argument de l'existence des travaux relativisant le rôle du sel dans l'HTA pour affirmer que la question des effets du sel sur la santé est encore fortement controversée au sein des milieux académiques, et donc que toute action publique visant à réduire les apports en sel de l'ensemble de la population est prématurée. Autrement dit, le CSF ne se contente pas d'affirmer que la question des effets du sel sur la santé fait l'objet de débats, mais il *met en scène* ces débats. Il le fait de diverses manières. La plus spectaculaire a consisté à organiser en 2001 et 2002 des contre-colloques, c'est-à-dire des événements réunissant des scientifiques français et étrangers concurrençant les structures d'expertise officielles.

De même, le bulletin électronique trimestriel que le CSF édite à partir de 2008 met en scène l'abondance et la diversité des travaux scientifiques portant sur les relations entre sel et santé. Par le simple fait d'éditer ce bulletin, le CSF entend montrer que les relations entre sel et santé constituent un sujet complexe et débattu. Autrement dit, il s'agit d'entretenir le doute ou, plus précisément, d'accomplir un « travail de confusion » (Auyero et Swistun, 2008) consistant à diffuser dans l'espace public des données présentées comme contradictoires. Cette confusion est savamment entretenue par l'emploi, en parallèle, de stratégies de diversion.

Faire diversion

Les stratégies de diversion que mobilise le CSF consistent principalement à attirer l'attention sur les bienfaits du sel et les pratiques vertueuses de l'industrie salinière. À partir de

la deuxième moitié des années 1980, le CSF choisit notamment de mettre en avant le rôle du sel comme vecteur d'iode et de fluor. En effet, en 1952, les pouvoirs publics ont permis aux saliniers d'ajouter de faibles quantités d'iode au sel pour combattre le goitre. En 1985, l'État les autorise également à enrichir le sel en fluor, dans le but de réduire la prévalence des caries dentaires. Aliment consommé par tous en petites quantités, le sel est en effet considéré par les autorités sanitaires comme un bon vecteur pour limiter les carences en iode puis en fluor au niveau de l'ensemble de la population.

Immédiatement, Salins et Solvay commercialisent, à côté du sel iodé, du sel iodé et fluoré. Ce dernier présente le double avantage d'être vendu plus cher que le sel ordinaire et d'associer le sel à une cause de santé publique pouvant intéresser l'ensemble de la population. Tirant argument du rôle prophylactique du sel iodé et fluoré, le CSF réussit à intéresser de nouvelles fractions du champ médical au sel. En 1988, le délégué général du CSF présente, lors des Journées nationales de la diététique à Marseille, les bienfaits du sel iodé et fluoré pour la santé. Des sessions thématiques consacrées au sel comme vecteur de prévention sont également organisées dans le cadre de congrès médicaux. Mieux, en 1990, le Comité français d'éducation pour la santé organise, en partenariat avec l'Union française pour la santé bucco-dentaire, une vaste campagne de prévention insistant sur les bienfaits du fluor. Cent mille affiches portant le slogan « changez de sel » sont distribuées pour être apposées dans les salles d'attente des praticiens, ainsi que plusieurs centaines de milliers de dépliants.

À partir du milieu des années 1990, le CSF s'associe également à la campagne du Fonds des Nations Unies pour l'enfance (UNICEF) en faveur de l'iodation universelle du sel, visant principalement les enfants des pays du Sud. Le service marketing de Salins s'empare également de ce motif, d'abord dans le cadre d'un partenariat avec le Centre international de l'enfance, puis avec l'UNICEF, à la notoriété plus grande. Les emballages des boîtes de sel alors commercialisées par Salins mentionnent ouvertement ce partenariat. La promotion du sel iodé et fluoré permet ainsi au CSF et à ses adhérents de se présenter comme vertueux et de retourner l'image négative du sel en l'associant à la santé et à une cause noble : l'aide aux enfants dans les pays du Sud.

À travers ce type de stratégies, le CSF et Salins cherchent non seulement à mettre en valeur les bienfaits du sel et leur sens des responsabilités, mais aussi à faire oublier les caractéristiques négatives du sel, bref, à *faire diversion*. En fin de compte, les stratégies de diversion consistent à construire une façade de respectabilité, le but étant que celle-ci soit si brillante, si éclatante qu'elle rende le public aveugle à d'autres pratiques des entreprises ou à d'autres attributs des produits.

Disqualifier et intimider ses adversaires

À partir de 2000, l'image du sel est de nouveau écornée par des campagnes d'éducation nutritionnelle et par des prises de position très médiatisées mettant l'accent sur le « sel caché » dans les aliments et sur sa contribution importante à la mortalité cardiovasculaire. Les prétentions à la vertu du CSF et de ses adhérents sont également contestées, ceux-ci étant accusés d'avoir désinformé le grand public sur les effets du sel sur la santé et influé sur la rédaction des recommandations nutritionnelles officielles concernant le sel.

Face à ces critiques, le CSF continue à recourir aux stratégies déjà mentionnées, tout en mobilisant de nouvelles stratégies visant à disqualifier et intimider ses adversaires. Il emploie pour cela des stratégies de *renvoi du stigmate*, c'est-à-dire des stratégies consistant, pour un acteur donné, à nier le stigmate et à le rejeter sur d'autres acteurs. Ainsi, le CSF affirme

que le scandale ne réside pas dans le « sel caché » et dans le lobbying de l'industrie salinière, mais au contraire dans les accusations injustes dont les industriels feraient l'objet.

Se drapant dans sa vertu, le CSF ne s'efforce pas seulement de dénigrer collectivement ses adversaires, mais également de les discréditer individuellement. Ces attaques se concentrent plus particulièrement sur un chercheur de l'Institut national pour la santé et la recherche médicale, Pierre Meneton, très présent dans les médias et très critique des industries agroalimentaires. Elles prennent trois formes. En premier lieu, le CSF met en cause les compétences et l'impartialité de Pierre Meneton dans des communiqués de presse. En second lieu, il tente de le réduire au silence en alertant sa hiérarchie et en lui demandant de prendre des sanctions à son encontre. Toutefois, ses demandes étant restées sans suite, le CSF, avec le concours de la filiale française de Salins, en vient à recourir à un troisième stratagème en attaquant Pierre Meneton en justice pour une interview publiée en 2006 et faisant un parallèle entre le sel et le tabac. Le CSF et Salins perdent néanmoins leur procès en 2008, Pierre Meneton ayant réussi à rassembler de nombreux documents produits par le CSF permettant d'établir une ressemblance manifeste entre les stratégies de relations publiques de cette organisation et celles des cigarettiers.

Un répertoire d'action patronal

Les stratégies utilisées par le CSF pour défendre une image positive du sel présentent des similarités frappantes avec celles mobilisées par d'autres acteurs industriels, dans les secteurs de la chimie (Markowitz et Rosner, 2002) et du tabac (Proctor, 2011), confrontés à des enjeux semblables. S'appuyant sur des ressources beaucoup plus faibles, les stratégies du CSF en ont constitué des variations ou des recombinaisons. Quand des industriels cherchent à défendre leur réputation ou celle de leurs produits au regard d'enjeux sanitaires ou environnementaux, tout se passe comme s'il n'existait pas un nombre infini de manières de le faire, mais au contraire un ensemble préétabli d'outils et de modes d'action à l'intérieur duquel les organisations patronales ou les entreprises viennent puiser en fonction des impératifs du moment.

En s'inspirant des travaux classiques de Tilly (1978) sur l'action collective, on peut affirmer que cet ensemble préétabli de modes d'action constitue un *répertoire d'action collective*. Pour Tilly, la notion de répertoire d'action collective implique une stabilité relative des modes d'action auxquels a recours une catégorie d'acteurs donnée pour défendre un intérêt ou une cause.

De même, pour les industriels, les types d'action auxquels ils recourent pour promouvoir une image positive de leurs produits ou accomplir un travail de confusion sont toujours très limités, quelles que soient les ressources dont ils disposent. Ils n'inventent pas systématiquement de nouvelles formes d'action, même si cela n'exclut pas, de manière ponctuelle, des innovations ou des adaptations qui peuvent conduire à une transformation graduelle du contenu du répertoire.

L'existence d'un répertoire d'action commun aux acteurs industriels cherchant à défendre leur réputation ou celle de leurs produits au regard d'enjeux sanitaires ou environnementaux présuppose que les pratiques des industriels ou de leurs organisations en matière de relations publiques circulent entre les secteurs économiques et entre les pays. Cette circulation est probablement favorisée par des facteurs touchant à la morphologie des entreprises ou des organisations patronales, tels que la multi-activité ou l'internationalisation des firmes, les participations croisées entre les entreprises ou encore l'existence d'organisations patronales multisectorielles et/ou transnationales intriquées entre elles. Cela favorise l'entretien de réseaux de sociabilité débordant les cadres sectoriels ou nationaux parmi les cadres des grandes entreprises et des organisations patronales, et donc la circulation des savoirs et des savoir-faire. Il en va de même des multiples instances consultatives, au niveau national et international, dans lesquelles siègent de très nombreux représentants des industriels, notamment dans le gouvernement des risques sanitaires et environnementaux. Enfin, les consultants et agences de communication, auxquels les industriels et les organisations patronales ont largement recours, ont probablement un rôle important dans la circulation des savoir-faire et des pratiques en matière de relations publiques.

En dernière analyse, les attaques directes contre des chercheurs, comme l'illustre le procès intenté par le CSF à Pierre Meneton en 2008, ne constituent qu'un type de stratégie parmi beaucoup d'autres. Si spectaculaires que soient ces pratiques, ce ne sont ni les plus fréquentes ni, sans doute, celles dont les effets sont les plus puissants : les stratégies de déni et de diversion, parce qu'elles favorisent la cohabitation de messages contradictoires dans l'espace public, contribuent probablement bien davantage à l'occultation ou à la minoration de certains risques sanitaires ou environnementaux. De ce point de vue, même si certains travaux ont insisté sur le fait que « l'invisibilisation » de ces risques est le résultat de différents processus sociaux, l'impact des stratégies des entreprises et de leurs organisations collectives ne doit pas être sous-estimé.

Marc-Olivier Déplaude INRA, UR 1320 RITME,
F-94205 Ivry-sur Seine, France.
marc-olivier.deplaude@ivry.inra.fr

Pour en savoir plus

Auyero J., Swistun D. (2008). The social production of toxic uncertainty. *American Sociological Review* 73: 357-379.

Déplaude M.-O. (2015). Minimizing dietary risk: The French association of salt producers and the manufacturing of ignorance. *Health, Risk & Society*, 17(2) : 168-183.

Déplaude M.-O. (2014). Les infortunes de la vertu. Sociologie d'un répertoire d'action patronal. *Sociologie du travail*, 56 (4) : 411-434.

Kleinman D. L., Suryanarayanan S. (2013). Dying bees and the social production of ignorance. *Science, Technology & Human Values*, 38: 492-517.

Markowitz G., Rosner D. (2002). *Deceit and denial: The deadly politics of industrial pollution*. Berkeley, CA: University of California Press.

Proctor R. N. (2011). *Golden holocaust: Origins of the cigarette catastrophe and the case for abolition*. Berkeley: University of California Press.

Tilly C. (1978). *From Mobilization to Revolution*. New York: Random House.