

# Table des matières

<b>Avant-propos</b> . . . . .	1
Viviane CLAVIER et Jean-Philippe DE OLIVEIRA	
<b>Introduction</b> . . . . .	3
Viviane CLAVIER et Jean-Philippe DE OLIVEIRA	
<b>Partie 1. Espace public, stratégies de communication et légitimation.</b> . . . . .	7
<b>Chapitre 1. L'alimentation comme problème de santé publique : convergences et divergences des jeux d'acteurs publics et privés.</b> . . . . .	9
Sylvie BARDOU-BOISNIER et Jean-Philippe DE OLIVEIRA	
1.1. Introduction. . . . .	9
1.2. La « crise de confiance » vis-à-vis des industries agroalimentaires . . .	11
1.2.1. Alimentation et peur . . . . .	12
1.2.2. Une crise généralisée des entreprises de l'agroalimentaire et de leur communication . . . . .	15
1.2.3. Une évolution des pratiques alimentaires des consommateurs . . .	19
1.3. L'alimentation comme problème lié à la santé publique . . . . .	21
1.3.1. Organisations et émergence d'une question sociétale . . . . .	21
1.3.2. Des publics constitués et des relais d'opinion . . . . .	23
1.4. Le PNNS : communication et logiques d'acteurs. . . . .	25
1.4.1. Un consensus sur la nécessité d'une régulation . . . . .	25

1.4.2. Le PNNS comme dispositif d'encadrement par l'État : mieux produire pour mieux communiquer ? . . . . .	27
1.5. Conclusion . . . . .	29
1.6. Bibliographie. . . . .	30

## **Chapitre 2. De la controverse à la polémique médiatique : analyse des stratégies de communication autour du risque sanitaire de la culture de la pomme du Limousin . . . . . 33**

Christelle DE OLIVEIRA et Audrey MOUTAT

2.1. Introduction. . . . .	33
2.2. La pomme du Limousin au cœur d'une controverse. . . . .	35
2.3. Des stratégies communicationnelles déséquilibrées . . . . .	40
2.4. De la controverse à la polémique médiatique. . . . .	46
2.5. Conclusion . . . . .	50
2.6. Bibliographie. . . . .	52

## **Chapitre 3. Nommer la viande « sans antibiotiques » : la communication de l'industrie agroalimentaire américaine entre engagement et garantie de la qualité sanitaire. . . . . 55**

Estera BADAU

3.1. Introduction : mondialisation de l'antibiorésistance et diversification des programmes d'action . . . . .	55
3.2. Une pluralité de formules pour nommer la viande « sans antibiotiques » aux États-Unis. . . . .	56
3.3. Problématisation, hypothèses et méthodologie . . . . .	58
3.4. Étapes d'une communication progressive . . . . .	62
3.4.1. L'approche volontaire . . . . .	62
3.4.2. Premiers essais de nomination . . . . .	64
3.4.3. Engagements par des actes . . . . .	65
3.5. Émergence et usage des formules <i>no antibiotics ever</i> et <i>no/without medically important</i> . . . . .	66
3.5.1. Revendication de l'industrie privée et reprise d'une formule institutionnelle . . . . .	66
3.5.2. Engagement identitaire et garantie de la qualité sanitaire . . . . .	67
3.6. Conclusion . . . . .	69
3.7. Annexe. Aspects méthodologiques : constitution du corpus . . . . .	70
3.7.1. Le corpus de presse constitué pour notre travail de thèse . . . . .	70
3.7.2. Constitution du corpus pour le présent chapitre . . . . .	71
3.7.2.1. Presse nationale. . . . .	71

3.7.2.2. Titres des documents publiés par McDonald's et Perdue Farms. . . . .	73
3.8. Bibliographie. . . . .	74

**Chapitre 4. De la responsabilité de santé à la responsabilité  
éthique : la légitimation de nouveaux experts alimentaires  
en France, le cas du légume . . . . . 77**

Clémentine HUGOL-GENTIAL, Sarah BASTIEN, Hélène BURZALA  
et Audrey NOACCO

4.1. Introduction. . . . .	77
4.2. Les nutritionnistes experts et l'effacement progressif de la figure traditionnelle de l'expert . . . . .	80
4.3. Diffusion du discours socio-écologique sur les légumes : la dissolution du discours journalistique au profit de la valeur « éthique » .	86
4.4. Les chefs, experts culinaires : de la reprise du discours sanitaire des pouvoirs publics à un discours intégratif sur l'éthique. . . . .	88
4.5. Conclusion . . . . .	93
4.6. Bibliographie. . . . .	94

**Partie 2. Éducation, prévention : approche critique des discours  
et des dispositifs. . . . . 97**

**Chapitre 5. L'alimentation à l'école : entre sciences et normes . . . 99**

Simona DE IULIO, Susan KOVACS, Christian ORANGE,  
Denise ORANGE-RAVACHOL et Davide BORRELLI

5.1. Introduction. . . . .	99
5.2. L'expertise scientifique au service des politiques publiques . . . . .	102
5.2.1. Études et statistiques sur l'obésité et le surpoids : un ressort des politiques publiques pour l'éducation à l'alimentation . . . . .	102
5.2.2. La rubrique « Éducation à l'alimentation » du portail <i>Éduscol</i> : une science technocratique et ses réécritures. . . . .	104
5.3. L'alimentation au défi de l'interdisciplinarité scolaire . . . . .	107
5.3.1. Des plaidoyers pour le décloisonnement disciplinaire . . . . .	107
5.3.2. L'interdisciplinarité dans les discours des enseignants . . . . .	111
5.4. Les dispositifs de communication et d'éducation à l'alimentation : d'une science auxiliaire vers une science normative ? . . . . .	115
5.4.1. Effacement de la recherche scientifique en faveur d'une science auxiliaire . . . . .	115

5.4.2. La figure de la science ludique pour promouvoir des conduites alimentaires. . . . .	117
5.4.3. Lorsque l'élève prend la posture de l'enquêteur : le relais d'une science technocratique. . . . .	119
5.5. Conclusion . . . . .	121
5.6. Bibliographie. . . . .	122

## **Chapitre 6. Des dispositifs info-pédagogiques pour éduquer les enfants à la nutrition. . . . . 125**

Marie BERTHOUD

6.1. Introduction. . . . .	125
6.2. Éduquer au modèle nutritionnel. . . . .	128
6.3. Concevoir des dispositifs info-pédagogiques pour éduquer à la nutrition dans les écoles. . . . .	130
6.3.1. L'association de multiples professionnels . . . . .	130
6.3.2. Une production homogène. . . . .	132
6.4. Des dispositifs nationaux adaptés. . . . .	135
6.4.1. « Léo et Léa » : des dispositifs info-pédagogiques à destination des écoles . . . . .	135
6.4.2. Un outil des institutions publiques nationales . . . . .	138
6.4.3. Un outil pour mobiliser les enfants. . . . .	140
6.5. Conclusion . . . . .	143
6.6. Bibliographie. . . . .	144

## **Chapitre 7. Communication et nutrition : le point de vue du clinicien. . . . . 147**

Anne-Laure BOREL

7.1. Introduction. . . . .	147
7.2. La physiologie de l'alimentation et son dysfonctionnement dans l'obésité . . . . .	148
7.3. L'effet « confusiogène » de la communication sur la nutrition chez les personnes en situation d'obésité . . . . .	150
7.4. Le risque de renforcement de la stigmatisation des personnes obèses par la communication sur la nutrition . . . . .	152
7.5. Le risque d'augmentation de troubles du comportement alimentaire par la communication sur la nutrition . . . . .	154
7.6. Conclusion . . . . .	155
7.7. Bibliographie. . . . .	156

**Partie 3. Information, alimentation et santé : le point de vue  
des consommateurs et des patients. . . . . 157**

**Chapitre 8. L'information et les pratiques informationnelles  
dans un contexte de médicalisation de l'alimentation. . . . . 159**

Viviane CLAVIER

8.1. Introduction. . . . .	159
8.2. La prise en compte du contexte dans l'étude des pratiques informationnelles et de l'information . . . . .	161
8.2.1. La médicalisation de l'alimentation . . . . .	161
8.2.2. De l'information nutritionnelle à la nutritionnalisation des connaissances. . . . .	164
8.2.3. Trois logiques sociales dans le domaine de la santé. . . . .	166
8.3. Des pratiques informationnelles plus diversifiées que dans le domaine de la santé . . . . .	167
8.3.1. Des pratiques ciblées et intentionnelles . . . . .	169
8.3.2. Des pratiques flottantes et non intentionnelles . . . . .	170
8.4. Les sources d'information et les formes de médicalisation des connaissances . . . . .	172
8.4.1. Les professionnels de la nutrition comme ressources . . . . .	172
8.4.2. L'alimentation dans les forums de discussion sur la santé . . . . .	174
8.5. Conclusion . . . . .	178
8.6. Bibliographie. . . . .	179

**Chapitre 9. L'étiquetage au service d'une alimentation durable :  
le point de vue des consommateurs. . . . . 185**

Anne LACROIX, Laurent MULLER et Bernard RUFFIEUX

9.1. Le rôle potentiel de l'étiquetage dans une perspective d'alimentation durable . . . . .	185
9.2. Techniques de recueil des données . . . . .	187
9.2.1. Observer les comportements d'information lors de l'achat . . . . .	190
9.2.2. Définir les priorités pour l'information . . . . .	191
9.2.3. Cerner les opinions et croyances . . . . .	194
9.2.4. Évaluer les attentes . . . . .	195
9.3. Un usage limité de l'information lors des achats. . . . .	196
9.3.1. Consultation d'une faible part de l'information disponible . . . . .	196
9.3.2. Prix et origine : des repères majeurs . . . . .	197

9.3.3. Influence des niveaux d'étude et de revenu sur l'usage de l'information . . . . .	197
9.3.4. Des repères diversifiés pour l'alimentation durable . . . . .	198
9.4. Un souhait largement partagé pour disposer de plus d'informations . . . . .	199
9.4.1. Une demande d'informations importante des consommateurs les moins aisés . . . . .	199
9.4.2. L'emballage : un support privilégié . . . . .	200
9.4.3. Priorités aux informations de clarification sur l'emballage . . . . .	200
9.5. Des opinions empreintes de croyances et de méfiance . . . . .	201
9.5.1. L'origine, vecteur de croyances sur l'alimentation durable . . . . .	201
9.5.2. Méfiance vis-à-vis de tous les acteurs de la chaîne alimentaire . . . . .	202
9.5.3. Un étiquetage plus simple et plus pratique . . . . .	202
9.5.4. Un plaidoyer pour une information exhaustive. . . . .	203
9.6. Conclusions. . . . .	203
9.6.1. Des informations souhaitées... aux informations utilisées . . . . .	204
9.6.2. L'alimentation durable vue par les consommateurs . . . . .	204
9.7. Implications pour les parties prenantes. . . . .	205
9.8. Annexes . . . . .	206
9.8.1. Annexe 1. Copie d'écran de l'expérience en ligne. . . . .	206
9.8.2. Annexe 2. Copie d'écran de l'enquête en face-à-face. . . . .	208
9.9. Bibliographie . . . . .	209

## **Chapitre 10. Appropriations sociales de l'information « alimentation-santé » : des campagnes de santé publique aux outils numériques . . . . . 213**

Faustine RÉGNIER

10.1. Introduction . . . . .	213
10.2. Diffusion et appropriation de l'information « alimentation-santé » dans les campagnes de santé publique. . . . .	216
10.2.1. La diffusion d'une information générale. . . . .	216
10.2.2. L'information générale : une réception inégale socialement . . . . .	217
10.3. Information « alimentation-santé » et outils numériques personnalisés : enjeux et déplacements . . . . .	221
10.3.1. Les outils de personnalisation, des vecteurs efficaces ? . . . . .	221
10.3.2. Premiers enseignements : déplacements et appropriations plurielles de l'information <i>via</i> le numérique . . . . .	224
10.4. Conclusion . . . . .	229
10.5. Bibliographie . . . . .	230

<b>Postface</b> . . . . .	235
David DOUYÈRE	
<b>Liste des auteurs</b> . . . . .	239
<b>Index</b> . . . . .	241