La peur de l'assiette décortiquée

À TABLE Cette enquête montre que la « fabrique de la peur alimentaire » sert le « lobby bio » et la grande distribution



Le marketing du sans prospère dans les rayons. PHOTO ARCHIVES « S.O. »

Il y a une pensée unique qui gagne du terrain en France – le « méchant » monde agroalimentaire qui « bidouille » les aliments, contre le « gentil » univers écologiste qui défend nos assiettes – et ceux qui en prennent le contre-pied. Fondateur de la revue « Agriculture et Environnement », Gil Rivière-Wekstein délivre une enquête fouillée qui ébranle ce postulat. Telle un thriller, elle met en lumière les stratégies des « marchands de peur » qui instrumentalisent nos inquiétudes pour leurs propres profits. Un travail mené dans les arrière-boutiques de la distribution, du bio business et autres ONG.

Sur fond de débats « hystériques » autour des OGM ou des pesticides, nos concitoyens perdent confiance… alors que la qualité et la sécurité alimentaires n'ont jamais été aussi grandes. L'image bucolique du « c'était mieux avant » résiste peu à la réalité des chiffres. Du coup, le « marketing du sans » prospère : sans gluten, sans huile de palme… « Des milliers de personnes se croient allergiques au gluten ou aux produits laitiers… ce qui fait le bonheur des distributeurs. » Qui réalisent de belles marges.

Au final, 2 millions de personnes sont malades d'orthorexie, soit l'obsession de contrôler toute la nourriture ingérée. Choisir, peser, analyser, tout préparer soi-même…

Une situation où l'agriculture a sa part de responsabilité : à forcer de mettre en avant le « gentil paysan en propriété familiale », elle n'assume pas sa modernité et son approche industrielle qui fiabilise la chaîne alimentaire. Mais en France, « industriel » est un gros mot…. Surtout dans l'alimentaire. **C.C**

« Panique dans l'assiette. Ils se nourrissent de nos peurs », de Gil Rivière-Wekstein, éd. Le Publieur, 212 p., 19 €.