

Requiem pour l'industrie agro-alimentaire

L'industrie agro-alimentaire va mal. Le grand public prend conscience qu'on lui vend des cochonneries. L'application appelée i-boycott permet de scanner n'importe quel article au supermarché pour connaître le scandale sanitaire qui se cache derrière. Les industriels paniquent. Richard Girardot de l'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA), un lobbyiste pur jus, a convoqué la presse pour dénoncer le fait : « *Il faut lutter contre les attaques caricaturales et incessantes contre l'alimentation qui entraînent la destruction sans fin de la valeur. (...) Les icônes, les marques que l'on a adorées, on les brûle. On est en face d'un marketing de la panique.* », a-t-il dit, puis d'ajouter : « *Tout est fait pour assurer la qualité et la sécurité alimentaires. A priori, **il n'y a plus de morts liés à l'alimentation.*** »

« *Il n'y a plus de morts liés à l'alimentation* ». Mais sur quelle planète vit-il ? La malbouffe est la principale cause de l'épidémie de surpoids et d'obésité, qui est derrière l'augmentation dramatique des maladies cardiovasculaires et du diabète de type 2 dans le monde. Ces maladies font des millions de morts. Le surpoids et l'obésité sont en outre associés à un risque de développer des cancers. Tout ceci est montré sur le site de l'Institut National du Cancer. Il n'existe pratiquement pas une maladie (dépression, arthrose, reflux, prostate, impuissance...) où l'on ne conseille pas aux patients de perdre du poids pour améliorer leur état.

Richard Girardot est l'ancien président de Nestlé-France. Quand il explique qu'il n'y a « *plus de morts liés à l'alimentation* », il parle de produits contaminés. D'où cette impression d'avoir *rempli sa mission* si le consommateur ne part pas aux urgences après avoir ingurgité un soda ou un yaourt. Il ne voit aucun problème à vendre par milliers de tonnes des barres chocolatées ou des poudres cacaotées à grand renfort de matraquage publicitaire ciblant les petits enfants. Et il trouve scandaleux que des citoyens responsables dénoncent certaines pratiques.

L'agro-industrie vend de la malbouffe. Elle est aussi le plus gros annonceur publicitaire ciblant les tout-petits. Age où se prennent les (mauvaises) habitudes alimentaires. Les tout-petits sont vulnérables aux publicités. Lorsque des spots leur promettent le bonheur, le rire, la popularité auprès de leurs amis, la joie en famille, à condition de se gaver de sucreries, ils n'ont aucune barrière de protection mentale. Il n'y a pas mystère derrière la « fulgurante hausse » du diabète de type 2 chez les jeunes, alors que cette maladie était réservée aux adultes. On sait.

L'industrie du tabac a été mise à genoux. Monsanto est inquiété par des milliers de personnes. Le même phénomène va se produire pour l'agro-industrie. Des gens vont venir demander des comptes. Ils retraceront les campagnes de publicité, les incitations innombrables, infernales, qui les ont poursuivis partout depuis le berceau, depuis les maternités, pour les pousser à acheter des produits qui ne sont pas bons pour eux, aux effets à long terme non mentionnés.

C'est pourquoi ces entreprises doivent changer de stratégie. Diminuer la part des produits transformés. Augmenter celle des produits bruts, frais, locaux. Cela va être douloureux car ce sont les produits transformés qui font les plus grosses marges. Il est beaucoup plus cher, compliqué, lent, de produire des aliments frais, de bonne qualité. Mais cela permettra de créer des emplois, rétablir des métiers oubliés, rendre à la population un rapport sain avec la nourriture, qui est à la base de la santé, à la base de la vie ! Cela permettra de soigner les gens, mais aussi la société, car une société saine ne peut manger malsain.

Dr Bruno Bourgeon, président d'AID
aid97400.re