

L'alimentation à la loupe

Le gaspillage alimentaire a suscité une discussion animée durant la table ronde organisée par des étudiants en sociologie de l'Université de Fribourg. Tour d'horizon des initiatives, des démarches et des problématiques liées à l'alimentation.

ANN-CHRISTIN NÖCHEL

Q

u'est-ce qu'on

mange demain? Pour répondre à cette vaste question, un petit groupe d'étudiants en bachelor de sociologie a organisé un cycle de conférences sur le thème de l'alimentation. Chapeautés par Muriel Surdez, professeure au Département des sciences sociales (Faculté des lettres et sciences humaines) et sociologue, les douze étudiants ont dû choisir les intervenants.

Le résultat? Deux journées ouvertes à tous. L'une s'est tenue vendredi passé et la prochaine aura lieu le 30 novembre. Une table ronde, «Manger sans gaspiller?» a clôturé la première. Plusieurs associations étaient présentes, ainsi que Christophe Joerin, du Service de l'environnement de l'Etat de Fribourg. Des discussions animées par deux étudiants, durant lesquelles chacun a pu exprimer sa vision de la lutte antigaspillage.

Des parcours différents

Les intervenants présentent leur association à tour de rôle. Xavier Ballansat est le gérant d'Ass-Bar Fribourg. La succursale, déjà implantée du côté alémanique, a ouvert une bou-



Plusieurs associations de lutte contre le gaspillage alimentaire, dont Frütile, étaient présentes à la table ronde organisée par l'Université.

langerie d'invendus au centre-ville, tout près de la BCU, il y a deux ans. Karin Mader est la présidente de l'association Frütile, elle est bénévole au sein de cette organisation à but non lucratif. Celle-ci récupère les fruits «trop moches pour les supermarchés», depuis quatre ans, pour en faire des confitures.

Enfin, la NEUF, représentée par une étudiante, qui propose des solutions de pratiques durables au sein de l'université. Face à cet élan associatif, Christophe Joerin, responsable au sein de l'administration fribourgeoise, a dû mettre en avant toute la bonne volonté du canton en matière de durabilité et de recyclage alimentaire.

Un impact direct

Les chiffres frappent. Chez Ass-Bar, 14 tonnes de marchan-

dises sont récupérées chaque année. La boulangerie attire 250 clients par jour en moyenne. «Le premier aspect de l'association, c'est celui de sauver la nourriture et de la revendre le lendemain», explique Xavier Ballansat. Plus modestement, la NEUF a aussi eu un impact notable dans le cadre de l'université. Grâce à des subventions de l'AGEF (l'Association générale des étudiants de Fribourg), des gobelets réutilisables sont distribués gratuitement durant les événements universitaires et, à la cafétéria, on peut désormais manger végétarien.

De petites victoires. Elles restent minimes face aux faits: «30% de la nourriture finit à la poubelle», lance Christophe Joerin, en insistant sur l'impact de la production et de la consommation de viande en Suisse. En moyenne, un citoyen mange neuf portions de viande

«Si vous arrivez quand le magasin est plein et qu'il déborde d'invendus, vous commencez à réaliser ce que ça veut dire le gaspillage alimentaire.»

XAVIER BALLANSAT, ASS-BAR

par semaine, alors que la recommandation de l'Office fédéral de la santé est de trois portions.

Repenser l'alimentation

La NEUF aimerait responsabiliser l'université à plus large échelle. «Le but n'est pas de rester entre étudiants qui sont déjà sensibles au gaspillage alimentaire.» Pour cela, l'association continue à mettre la pression sur la commission de durabilité de l'université. Karin Mader réagit à cette volonté. Elle voit les choses de manière plus globale: de la consumma-

tion au cadre politique, en passant par la production, il faudrait repenser certains modèles et inciter à une économie circulaire.

Qu'en pense Christophe Joerin? «Le gaspillage est un thème en lien direct avec le citoyen, sa façon de consommer peut orienter les grands distributeurs.» Il ajoute que le recyclage et la récupération ne résolvent pas tout: c'est au début qu'il faudrait agir car la surconsommation épuise les ressources. Revoir la façon de se nourrir donc. Mais n'est-ce pas utopique face au pouvoir de l'in-

dustrie agroalimentaire, des gros distributeurs et des lobbies? Les intervenants sont unanimes à ce sujet: leur place est immense.

Au Service de l'environnement, Christophe Joerin tente néanmoins de promouvoir un message positif. Celui d'un dialogue possible, mais encore à construire, afin que les messages deviennent concordants entre les différents acteurs du marché alimentaire. «Il faudrait, entre autres, raccourcir les chemins entre production et consommation», explique-t-il.

Un petit pourcentage

Pour Xavier Ballansat, le citoyen a lui aussi sa place dans ce cheminement complexe entre producteurs, consommateurs, politiques et lobbies. Selon lui, chaque individu peut agir. Il prend pour exemple la mise en place des initiatives populaires. Un outil de pression non négligeable sur les politiques. Même si les deux dernières initiatives de septembre ont été balayées. «C'est en faisant que les choses vont changer, affirme-t-il. L'Etat a de la force, mais pour qu'il l'active il faut qu'il y ait des actions.» Et les actions découlent d'une prise de conscience: «On essaye de faire réfléchir les gens», déclare le gérant d'Ass-Bar.

Il évoque aussi le réseau créé grâce aux initiatives durables: «On est bien reliés dans cette petite famille du gaspillage alimentaire à Fribourg». Le terme est lancé: «Petite». Le consommateur-citoyen, malgré ce qu'en disent les associations de lutte contre le gaspillage, n'est pas celui qui tient la barre de l'immense navire de l'alimentation.

Rémi Schweizer, qui est intervenu sur la place des consommateurs dans les processus décisionnels juste avant, le rappelle dans le débat: «Les modèles alternatifs de commercialisation des aliments, c'est-à-dire les paniers, la vente directe ou les associations, ne représentent que 5% du marché. En agissant sur ces 5% on ne va pas changer le visage des modèles alimentaires actuels. Si on veut changer on doit agir sur les grosses entreprises, celles qui ne sont pas là ce soir.» ■

Manger suisse, en fait, ça veut dire quoi?



INTERVIEW.

Rémi Schweizer est politologue et coauteur du livre *Manger suisse. Qui décide?* Mis en vente au printemps dernier, l'ouvrage a fait parler de lui: le sujet de l'alimentation devient de plus en plus politique – donc médiatisé – et

il suscite de l'intérêt chez un lectorat plus large que celui des chercheurs. Le bouquin est tiré d'un projet de recherche lancé en 2014, qui fait partie du Programme national de recherche (PNR 69) autour du thème «alimentation saine et production alimentaire durable». Une question principale est abordée: quel est le degré d'accès des citoyens consommateurs aux décisions liées à l'alimentation?

Un cas fédéral est analysé, le manger suisse. Le groupe de recherche se base sur la loi mise en place en janvier 2017, qui détermine quels sont les produits à pouvoir imprimer la croix blanche sur fond rouge. Le fameux *Swissness*.

L'ouvrage interroge ce qui se cache derrière cette croix suisse...

Le bouquin se base sur ce cas, oui, mais il l'enrichit aussi pour le mettre en perspective. On a essayé de thématiser de manière plus générale le rapport à la provenance de notre alimentation. La question de l'origine des produits réunit des consommateurs très variés. Chacun a sa propre idée du manger local et des motivations différentes à acheter suisse.

Est-ce que le consommateur a un impact réel aussi fort que ce que l'on veut nous faire croire?

Lorsque le sujet est traité par la littérature ou les médias, le consommateur semble avoir

un vrai pouvoir d'influence. Ce n'est pas le cas. Mais c'est aussi faux de dire qu'il n'a pas de pouvoir du tout. Dans le cas de la loi liée au *Swissness*, on se retrouve dans une forme traditionnelle du dispositif politique suisse. L'implication des consommateurs est donc restée très passive et indirecte. Par le biais de sondages d'opinion par exemple, mais ils servaient plutôt les intérêts des grands acteurs de l'alimentation.

Quels sont les acteurs dominants dans les prises de décision?

Les grands compromis se sont faits entre les groupes d'intérêt paysans – notamment l'Union suisse des paysans – les grands distributeurs et les grosses entreprises agroalimentaires. Les éléments déterminants ne sont pas dans les mains des consommateurs ni dans celles des associations qui les représentent. Même si les fédérations des consommateurs ont un certain

poids politique, elles le perdent lorsque la loi est validée et qu'il faut passer aux exceptions.

Un exemple d'exception?

La loi a défini le critère permettant à un produit transformé d'obtenir la croix blanche: la disponibilité des matières premières sur le sol suisse. Celles-ci doivent être disponibles à un certain taux d'autoapprovisionnement... c'est là que tout devient plus complexe.

Certaines exceptions se comprennent facilement. C'est le cas du café ou du chocolat: il n'y en a tout simplement pas en Suisse. Il semble donc logique de faire une exception, à condition que le produit soit transformé intégralement sur le sol suisse. D'autres cas le sont un peu moins. Prenons celui de la bière. Si l'eau qu'elle contient vient du sol suisse, elle l'est aussi, même si le houblon ou le malt viennent d'un autre pays. L'argument a été de dire que l'eau donne une typicité particulière à la boisson. ACN