

ACTIVITÉS ET CAPACITÉS POLITIQUES DE LA FILIÈRE LAITIÈRE EN FRANCE

Joan Cortinas-Munoz et Daniel Benamouzig
Janvier 2020

TABLE DES MATIÈRES

Table des matières	2
Synthèse	4
introduction	8
1. Cadre conceptuel, méthodes et terrain	9
1.1 Les Activités politiques des entreprises (APE)	9
1.2 Quantifier les ressources des acteurs économiques en action	11
1.3 Méthodes et terrain	13
1.4 Structure du rapport	18
2. Les activités politiques de la filière laitière	19
2.1 Les activités d'ordre cognitif de la filière laitière.....	20
2.2 Les activités d'ordre relationnel de la filière laitière	51
2.3 Les activités d'ordre symbolique de la filière laitière	91
3. Les capacités politiques de la filière laitière	102
3.1 Les ressources structurelles dans la filière laitière	102
3.1.1 Des ressources structurelles importantes mais inégales selon les segments	103
3.2 Les ressources instrumentales dans la filière laitière.....	124
3.3 Le capital social dans la filière laitière	134
3.4 Les capacités politiques des acteurs de la filière laitière	143
4. Conclusion	146
5. Bibliographie	151
6. Table des illustrations.....	154
6.1 Tableaux.....	154
6.2 Graphiques	155
6.3 Documents.....	156
6.4 Figures.....	157
6.5 Listes	157
7. Annexes	158
7.1 Annexe Chapitre 1	158
7.2 Annexe Chapitre 2.....	161
7.3 Annexe Chapitre 3.....	177

7.4 Annexe générale203

SYNTHESE

Ce travail propose un état des lieux des pratiques politiques de la filière laitière en France. Ces pratiques visent à peser sur les politiques publiques en matière de nutrition. Le travail les identifie et en propose une typologie raisonnée. Les activités politiques des entreprises de la filière sont présentées et analysées dans une première partie, tandis qu'une seconde partie s'attache à distinguer les capacités politiques inégales des acteurs du secteur à partir d'indicateurs quantifiés, construits à dessein.

Pour identifier les activités politiques de l'industrie laitière en France, ainsi que la distribution des capacités d'action politique dans cette industrie, nous avons utilisé deux méthodes distinctes, à la fois qualitative et quantitative. Des entretiens semi-directifs ont permis de recueillir des informations sur les pratiques de l'industrie dans différents espaces sociaux (scientifique, politique et associatif). Des données recueillies sur internet sur les différents sites des acteurs de la filière laitière ainsi qu'à travers leurs réseaux sociaux (Twitter et Facebook) ont permis de construire une base de données comprenant les liens de chacun des acteurs de la filière avec des acteurs du monde politique, scientifique et associatif.

Pour défendre leurs intérêts, les acteurs économiques de la filière laitière développent trois principaux types d'activités politiques, d'ordre respectivement cognitif, relationnel et symbolique. Ces pratiques relèvent de registres d'action mis en œuvre par d'autres filières au sein du secteur agroalimentaire (Benamouzig, Cortinas 2019).

Pour développer des activités d'ordre cognitif, les acteurs de la filière laitière interviennent dans des espaces scientifiques pour produire des savoirs, de l'ignorance ou du doute. Ils diffusent leurs propres recherches ou financent d'autres recherches. Ils peuvent notamment publier des articles dans des revues scientifiques par l'intermédiaire de chercheurs travaillant pour l'industrie, financer des numéros hors-séries de revues académiques ou organiser des ateliers lors de congrès scientifiques. La filière laitière met aussi en place des pratiques de « recadrage des débats », qui visent à déplacer l'intérêt de questions scientifiques vers d'autres types d'enjeux, impossibles à argumenter sur le terrain des preuves ou arguments scientifiques. La filière laitière mobilise trois manières de recadrer les débats : elle situe les débats sur la régulation sur un terrain moral et idéologique relatif à la liberté, elle déplace la focale de la thématique des risques pour la santé vers des thèmes culturels tels que le plaisir de l'acte de manger ou fait émerger de nouveaux thèmes présentés comme plus urgents, comme les liens entre précarité et alimentation par exemple. Dans la filière laitière, les activités politiques de nature cognitive sont surtout le fait de *think tanks*. Dix-huit *think tanks* liés à la filière sont actifs dans ce domaine. Ils s'appuient sur des experts académiques et agissent comme intermédiaires entre le monde économique et celui de la recherche. Quatre-vingt-sept scientifiques et/ou praticiens hospitaliers ont pu être identifiés au cours de l'enquête au titre des liens officiels qu'ils entretiennent avec au moins un acteur de la filière laitière, en tant que

membres d'instances de gouvernance créées, dirigées et/ou financées totalement ou en partie par ces acteurs.

Les acteurs de la filière laitière mettent parallèlement en œuvre des activités politiques d'ordre relationnel. Elles leur permettent d'entrer en contact avec des acteurs publics, notamment administratifs et politiques, associés à la régulation du secteur. Les acteurs de la filière sont présents dans cinq arènes gouvernementales : Assemblée nationale, le Conseil national de la consommation, le Conseil national de l'alimentation, l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES) et le Groupement d'Etude des Marchés en Restauration Collective et de Nutrition (GEMRCN). Le deuxième canal par lequel les acteurs du secteur entrent en contact avec le personnel politique est le club parlementaire connu sous le nom de « Club de la table française ». Les activités politiques relationnelles peuvent donner lieu à la création d'alliances stratégiques avec d'autres acteurs économiques. Deux principaux vecteurs permettent de tisser ces liens. Un premier vecteur consiste à devenir un acteur de secteur de l'hôtellerie et de la restauration, en s'impliquant en particulier dans des actions de formation. Les acteurs économiques de la filière laitière participent aussi à l'économie symbolique de la restauration, en s'associant à des concours professionnels reconnus. Ils créent également des partenariats avec des autorités locales et régionales, en finançant des projets promus par ces acteurs institutionnels. L'un des objectifs des alliances avec des acteurs institutionnels locaux est la patrimonialisation des produits laitiers à travers la valorisation des produits alimentaires en « produits locaux », « régionaux » ou « nationaux ». Plus innovants, des acteurs de la filière lait mettent en place des musées dédiés aux produits laitiers. Le groupe Bel a créé « La maison de la vache qui rit », Lactalis le « Lactopôle ». Dans le cadre de ces activités relationnelles, les acteurs de la filière laitière mettent parfois en œuvre des activités de « substitution au politique » : ils deviennent alors eux-mêmes des acteurs de la politique nutritionnelle et alimentaire. Dans la filière laitière, ces pratiques se concentrent sur les impacts environnementaux de l'élevage laitier. Les acteurs du secteur laitier mettent aussi en œuvre des actions de sensibilisation et d'éducation à la santé et à l'alimentation de leur propre initiative ou en relation avec des acteurs institutionnels, à travers une délégation de service public.

Si les activités cognitives sont surtout le fait de think tanks spécialisés, les activités relationnelles ouvrent la voie à un autre type d'organisations, les organisations spécialisées dans la représentation d'intérêts. L'enquête a permis de dénombrer seize organisations actives dans le domaine laitier. Ces organisations n'agissent cependant pas seules puisque les entreprises laitières sont aussi très actives en matière de pratiques relationnelles. Au total, vingt-deux entreprises du secteur laitier sont impliquées dans ce type d'activités, auxquelles s'ajoutent sept entreprises de la grande distribution. Les acteurs les plus actifs dans les activités d'ordre relationnelle sont : Casino, Danone, Nestlé, le groupe Triballat, Lactalis, Sodiaal Union, Carrefour et le CNIEL.

Enfin, les acteurs du secteur laitier développent des activités politiques d'ordre symbolique, qui visent à augmenter le crédit en termes d'image dont peuvent bénéficier les acteurs de la

filière. Pour ce faire, ces derniers mobilisent d'importantes ressources dans l'établissement de relations avec des organismes à but non lucratif dans divers domaines d'action sociale et culturelle. Ces démarches leur permettent de bénéficier d'une identité d'acteurs non marchands, actifs dans des domaines d'intérêt général en dehors du domaine de la nutrition. Au cours de l'enquête, le recueil d'informations fait apparaître des relations d'acteurs du secteur laitier avec 112 partenaires à but non lucratif ou poursuivant des finalités d'intérêt général. Ces activités symboliques sont surtout mises en œuvre par des fondations créées par les acteurs du secteur laitier. L'enquête a permis d'en dénombrer huit. Les fondations des distributeurs Carrefour et Auchan apparaissent comme les plus actives dans ce type de pratiques. Elles sont suivies par la Fondation Casino/Monoprix. De manière générale, les entreprises de la Grande distribution sont celles qui investissent le plus dans ces pratiques. Cependant, le poids spécifique de deux entreprises du secteur de la transformation doit être souligné. Le Groupe Bel, par l'intermédiaire de sa fondation et de son laboratoire artistique, est responsable de dix partenariats avec le secteur associatif ; tandis que Danone a développé des collaborations avec six associations en France par le biais du Fonds Danone pour l'écosystème.

Les capacités politiques des acteurs de la filière laitière sont mesurées à partir de trois types de ressources distinctes, quoique liées entre elles. Ces ressources sont respectivement structurelles, instrumentales et relationnelles. La notion de capital structurel permet de quantifier et de comparer le poids économique des différents acteurs à partir de données objectives ; la notion de capital instrumental fait référence aux ressources financières et humaines effectivement mobilisées par les acteurs de la filière laitière pour peser sur les politiques publiques en matière de nutrition. Les ressources relationnelles font enfin référence à la capacité des différents acteurs d'interagir, de manière directe ou indirecte, avec l'ensemble des acteurs participant à la production des politiques nutritionnelles.

L'analyse de la distribution des ressources structurelles au sein de la filière laitière (nombre emplois, chiffre affaires et nombre d'entreprises par segment) fait apparaître des capacités inégales au sein du secteur. Cette inégalité correspond à une logique de concentration ascendante, de l'amont (production) vers l'aval (transformation et distribution) de la filière. Les acteurs ayant le plus gros volume de ressources structurelles sont Lidl, Casino, Carrefour, Intermarché, Leclerc, Système U, Auchan, Lactalis, Nestlé, Sodiaal, Eurial, Savencia, Laita et le Groupe Bel. Les entreprises de la transformation et de la distribution des produits laitiers sont celles qui investissent le plus de ressources instrumentales, c'est-à-dire dans les ressources humaines et financières dédiées à des activités politiques. Auchan, Carrefour, Casino, Danone, Groupe Bel, Triballat, Lactalis, Intermarché/Les Mousquetaires, Nestlé, Sodiaal Union et Unilever arrivent en tête de classement. Enfin les acteurs disposant du volume de capital social le plus élevé sont de nouveau des acteurs de la Grande distribution et de la transformation : Auchan, Carrefour, Casino, Danone, Groupe Bel, Nestlé, Sodiaal Union. Ce groupe de tête est suivi par des acteurs assez bien connectés, disposant d'un

capital social significatif, parmi lesquels apparaissent les représentants des intérêts des éleveurs : Confédération paysanne, Coordination Rurale, FNPL.

Une analyse agrégée de la distribution des trois types de ressources selon les acteurs et les segments de la filière permet de mettre en évidence une corrélation positive entre la distribution des différentes ressources. En d'autres termes, les acteurs de la filière laitière qui concentrent le plus d'emplois et les chiffres d'affaires les plus élevés sont aussi ceux qui investissent le plus haut niveau de ressources pour défendre leurs intérêts et ceux qui disposent des relations les plus nombreuses leur permettant de défendre leurs intérêts. De plus, les acteurs du secteur les plus puissants, qui cumulent les plus grands volumes des trois types de ressources, sont aussi ceux qui contrôlent la production ou la vente d'une large gamme de produits laitiers. Cet ensemble d'acteurs regroupe : Auchan, Carrefour, Casino, Danone, Groupe Bel, Lactalis, Intermarché/Les Mousquetaires, Nestlé, Sodial Union. En contrepoint, peuvent être identifiés des acteurs dont les volumes de chaque type de ressource sont plus faibles. Il s'agit de petites entreprises aux revenus relativement faibles, disposant de peu de capacités politiques. Ce sont pour la plupart des entreprises de transformation leaders sur un ou deux produits du secteur (cf. Beurrerie Foissiat Lescheroux, Chabert, Fléchar, France Crème, Fromagerie Lincet). Les représentants des producteurs de lait (la Coordination rurale, Fédération nationale des producteurs de lait et la Confédération paysanne) occupent des positions intermédiaires quant aux volumes cumulés des trois types des ressources. L'analyse des ressources permet finalement d'établir un lien robuste entre les capacités politiques des acteurs de la filière laitière et la diversité de leurs activités politiques, telles que décrites dans la première partie du travail.

INTRODUCTION

Un précédent rapport de recherche sur les activités politiques des entreprises agroalimentaires visait à établir un premier état des lieux des stratégies, des acteurs et des ressources mises en œuvre par l'industrie agroalimentaire pour faire valoir ses positions en matière de politiques publiques relatives à la nutrition. L'un des résultats de cette recherche était que certains acteurs de la filière laitière figuraient en tête, comparés aux acteurs d'autres filières, dans la défense des intérêts industriels en matière d'action publique. Ce constat a conduit à engager une recherche plus approfondie visant à cartographier plus en détail les activités politiques des entreprises de la filière laitière. Quelles sont les stratégies développées par les acteurs de la filière pour faire valoir leurs positions auprès des acteurs publics ? Quels sont leurs ressources ? Qui sont-ils ? Combien sont-ils ? Agissent-ils tous de la même façon ? Dans quels espaces sociaux sont-ils les plus actifs ? Quelle est la distribution de leurs ressources et de leurs capacités politiques au sein de la filière ?

En France, ces questions ont été abordées par trois types de travaux. Sans qu'il s'agisse ici de reprendre ou de discuter en détail cette littérature, leurs caractéristiques peuvent être mentionnés. Le premier type de travaux regroupe des livres et articles publiés par des chercheurs en santé publique ou en nutrition, qui analysent, et souvent dénoncent, les pratiques de l'industrie agroalimentaire dans le champ politique. Ces travaux ont pour objectif de pointer les effets négatifs des pratiques industrielles sur la santé humaine : Thierry Souccar est l'auteur le plus connu de ce type de travaux en ce qui concerne la filière lait¹. Un deuxième type de travaux regroupe des enquêtes d'investigation journalistique, qui visent aussi à mettre en lumière des pratiques de « lobbying ». Les travaux d'Elsa Casalegno et Karl Laske en sont des exemples saillants². Enfin, un dernier type de travaux regroupe des travaux de sociologie et de sciences politiques, dont ceux publiés par François Vatin³ dans les années 1990. Plus récemment, des travaux portent sur l'organisation de la filière et sur les rapports entre producteurs, transformateurs et distributeurs⁴.

¹ Souccar, T., Robard, I. (2004) *Santé, mensonges et propagande : arrêtons d'avalier n'importe quoi !* Paris, Seuil ; Souccar, T. (2007) *Lait, mensonges et propagande*. Paris, Thierry Souccar éditions.

² Casalegno, E., Laske K. (2016) *Les cartels du lait. Comment ils remodelent l'agriculture et précipitent la crise*. Paris, Seuil.

³ Vatin, F. (1990) *L'industrie du lait*. Paris, L'Harmattan. Vatin, F. (1996) *Le lait et la raison marchande*. Rennes, Presses Universitaires de Rennes.

⁴ Mevel, O. (2010) « Les relations entre la production et la distribution : le cas du partage de la valeur ajoutée dans la filière laitière française », *Annales des Mines-Gérer et comprendre*, N° 3, pp. 38-49. Baritoux, V., Chatellier, V., Trouvé, A. (2018) « La libéralisation des marchés laitiers. Quelles réponses des acteurs économiques et des politiques ? », *Économie rurale* [En ligne], 364, avril-juin 2018, mis en ligne le 14 juin 2018, consulté le 05 juillet 2018 URL : http://journals.openedition.org/Economie_rurale/5484.

Le premier élément à souligner à propos des travaux sur les pratiques de la filière laitière visant à peser sur les politiques publiques est le caractère très minoritaire des travaux scientifiques. L'analyse systématique des pratiques reste limitée lorsqu'on la compare aux récits journalistiques qui mettent en lumière ou dénoncent certaines pratiques économiques ou scandales sanitaires. Peu de travaux de sociologie ou de sciences politiques abordent l'activité politique de la filière laitière auprès des autorités publiques. Ceux qui s'intéressent à la filière étudient plutôt les inégalités en son sein, dans une perspective de régulation du marché du lait. Un article de Mélissa et Jonathan Mialon aborde cependant la filière laitière du point de vue qui nous intéresse (Mialon et Mialon 2017). Le travail de ces auteurs n'a cependant pas vocation à élaborer un panorama complet des pratiques politiques de la filière. Il se concentre sur le travail politique de trois acteurs importants : Danone, Lactalis et le Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière (CNIEL).

Dans ce travail, nous cherchons à établir un état des lieux le plus exhaustif possible des pratiques de la filière laitière visant à peser sur les politiques publiques en matière de nutrition. Il s'agit non seulement d'identifier ces pratiques mais aussi de les classer afin d'en construire une typologie raisonnée. En deuxième lieu, nous n'étudions pas le détail de ces pratiques dans le cours de séquences politiques précises, comme le font certains témoignages ou récits journalistiques. Nous nous situons dans un registre plus analytique, visant à saisir les pratiques des industriels en fonction des univers sociaux dans lesquels ils interviennent, ainsi que des différences de pratiques en fonction des ressources dont disposent les acteurs qui les mettent en œuvre. L'objectif est de créer une cartographie des acteurs de la filière laitière en France, de ses activités et de ses capacités politiques.

Cette recherche est une réponse aux recommandations d'une expertise de l'INSERM sur les messages nutritionnels (Agir sur les comportements nutritionnels), qui conseillait, en avril 2017, de développer les recherches visant à mieux connaître les stratégies des acteurs industriels dans le secteur de l'alimentation et de la nutrition. La cartographie est aussi envisagée comme un instrument de connaissance destiné aux chercheurs souhaitant conduire des recherches ultérieures. Elle s'inscrit dans le cadre d'une convention cadre signée en avril 2017 entre la Direction Générale de la Santé (DGS) du Ministère des Affaires Sociales et de la Santé et Sciences Po. Ces travaux sont réalisés sous la direction scientifique de Daniel Benamouzig.

1. CADRE CONCEPTUEL, METHODES ET TERRAIN

1.1 Les Activités politiques des entreprises (APE)

Depuis les années 1970, une littérature issue des sciences de gestion s'intéresse aux liens entre les acteurs économiques et les acteurs politiques (Hillman 1999, 2004 ; Lawton et al. 2013). Ces travaux cherchent à décrire et à comprendre les raisons de l'engagement des

entreprises dans des activités orientées vers les décideurs politiques, ainsi que les modalités de leurs engagements. Sous l'appellation de *Business political activity* (Baysinger 1984) ou de *Corporate Political activity* (Shaffer 1995), ces travaux inventorient les activités mises en œuvre par les entreprises afin de façonner l'action publique, qu'elles soient ou non couronnées de succès. Ces travaux se focalisent sur les pratiques des entreprises sans faire un détour par leurs effets, souvent difficiles à prouver en raison du caractère multifactoriel de la décision publique. Ils échappent ce faisant aux apories et aux difficultés analytiques liées aux concepts alternatifs de capture, d'influence ou de conflits d'intérêts, qui présupposent quant à eux des liens, difficiles à établir factuellement, entre des activités privées et des décisions publiques. Les travaux issus des sciences de gestion proposent en outre des typologies d'activités politiques des entreprises, qui permettent de disposer d'une première grille de lecture. Cette dernière rend possible une observation empirique structurée des activités des industries de l'agroalimentaire en France.

Le souci de description taxonomique des activités politiques des entreprises mis en œuvre dans ces travaux montre que ces activités ne se limitent pas aux seules arènes législatives, exécutives ou plus généralement étatiques, mais qu'elles s'étendent à d'autres univers sociaux (Baysinger 1984). Des activités directes se rapportent aux arènes législatives ou exécutives, tandis que des activités plus indirectes s'étendent à la société civile, aux activités scientifiques ou aux médias par exemple. Ce travail vise à façonner l'opinion publique pour exercer une pression indirecte sur les élus et les décideurs publics. Dans le travail réalisé en direction de l'opinion publique, les acteurs économiques enrôlent souvent des chercheurs et d'autres experts afin de renforcer la crédibilité de leurs argumentaires, dans le cadre d'un travail qui peut être qualifié de « réputationnel » (Déplaud 2014).

Partant de ces constats, notre recherche vise à décrire les activités politiques de l'industrie agroalimentaire qui visent à peser sur l'action publique et à façonner l'opinion publique.

Ces activités sont multiples et peuvent être classées par catégories, afin de cartographier de la manière la plus précise possible, en fonction des informations disponibles, les différents acteurs analysés. Plusieurs travaux ont proposé des catégorisations de ces activités (cf. Hillman 1999 ; Savell et al. 2014 ; Mialon et al. 2015 ; Mialon et al. 2016 ; Mialon et al. 2017 ; Mialon et Mialon 2018 ; McCambridge et al. 2018 ; Mialon et da Silva Gomes 2019 ; Hernández-Aguado et Chilet-Rosell 2018). Notre travail reprend et adapte ces propositions afin de construire une taxonomie des activités politiques de l'industrie agroalimentaire, et plus singulièrement ici de la filière laitière. A partir de notre travail sur les activités politiques du secteur agroalimentaire en France nous distinguons trois types de stratégies, définies en fonction des objectifs et moyens mis en œuvre (Cortinas et Benamouzig 2019).

Une première stratégie vise la production de discours, d'énoncés et de messages traduisant les positions d'acteurs économiques dans le cadre d'un débat. Elle illustre le besoin des acteurs économiques de construire des énoncés visant à étayer leurs positions et à défendre leurs intérêts dans les arènes de décision. Un second ensemble de stratégies, qualifiées de

« représentation d'intérêts », donne lieu à une présence effective auprès des espaces de décision : la mise en relation et la circulation de messages dans des arènes de décision en constituent une modalité privilégiée. Elle passe par des relations directes, telles que des auditions parlementaires ou des rendez-vous avec des parlementaires, et des relations plus « indirectes », établies à travers la création de « groupes écrans » voire par des « incitations financières ». Une autre modalité des stratégies de « représentation d'intérêts » vise à sceller des alliances avec d'autres acteurs économiques, issus des secteurs de la communication ou des annonceurs dans le cas de l'agroalimentaire par exemple, voire en dehors du monde économique. Un troisième et dernier type d'activités identifiées dans le secteur agroalimentaire ne relève ni de la production ni de la mise en circulation de positions défendues par des acteurs économiques. Elles visent à renforcer le crédit ou le discrédit symbolique de certains acteurs. Ces activités visent à construire ou à détruire une image. Des actions philanthropiques renforcent le crédit symbolique de certains acteurs, dont les activités apparaissent plus positives. Diverses méthodes peuvent à l'inverse discréditer des adversaires en mettant en cause leur intégrité ou leur qualité scientifique par exemple. En tenant compte de ces trois types d'activités – d'ordre respectivement cognitif, relationnel et symbolique – les différents acteurs peuvent être étudiés et catégorisés en fonction du type et de l'intensité des activités mises en œuvre.

1.2 Quantifier les ressources des acteurs économiques en action

Certains auteurs travaillant sur les pratiques politiques des entreprises se sont efforcés de quantifier les ressources qui permettent aux acteurs économiques de peser sur l'action publique (Fuchs 2007 ; Levy and Egan 1998 ; Newell and Paterson 1998). La plupart de ces travaux associent la capacité d'action des entreprises à leur taille sur un marché, estimée à partir des parts de marché (cf. MacMillan 2005). Selon ces auteurs, une part de marché importante constitue une ressource précieuse pour une entreprise, mais elle est cependant insuffisante pour en comprendre le poids politique. De ce fait, Clap et Fuchs (Clap et Fuchs 2009) divisent le pouvoir d'une entreprise en trois dimensions. La première dimension est instrumentale. Elle fait référence aux ressources financières, humaines et relationnelles dont dispose l'entreprise pour agir sur le champ politique. Il s'agit d'une capacité de pouvoir faire du lobbying auprès des décideurs, de tisser avec eux des liens stables. La deuxième dimension est structurelle. Il s'agit des capacités que procure une position économique au sein d'un secteur pour peser sur sa régulation. Plus l'entreprise est centrale dans un secteur économique, plus elle a une capacité à peser de manière directe ou indirecte en matière de décisions publiques. Une entreprise peut faire peser son poids structurel en annonçant des décisions liées à l'investissement ou à l'emploi. S'appuyant sur les travaux de Lukes (Lukes

2004), les auteurs défendent l'idée que la capacité à produire des discours et des arguments pour peser sur les débats constitue une ressource à part entière. Il s'agit de la dimension discursive du pouvoir. Un aspect de cette dimension discursive tient à la légitimité politique et vise à déployer des stratégies rendant crédible certaines décisions auprès du public, afin de rendre audible une argumentation.

Ces travaux peuvent être repris et adaptés au secteur laitier, en tenant compte des informations disponibles et de critères plus théoriques. En premier lieu, si les ressources humaines et financières des entreprises disponibles pour exercer des activités politiques sont évidemment fondamentales pour évaluer leur poids politique, ces informations sont souvent difficiles d'accès. Il est difficile de connaître les ressources qu'une entreprise consacre aux activités politiques, et davantage encore les ressources dont disposent les instances créées par ces entreprises pour mettre en œuvre ces activités, qu'il s'agisse de fondations, de *think tanks* ou de groupes écran financés par des entreprises par exemple. En conséquence, nous ne quantifions pas la capacité instrumentale des acteurs économiques en fonction des budgets et des ressources humaines qu'ils consacrent à ces activités, mais à partir de leur volume d'activité. Ce volume d'activité est estimé à partir du nombre de présences qu'une entreprise a dans les trois univers investis par les entreprises pour mettre en œuvre des activités politiques : à savoir des espaces respectivement scientifiques, politiques et associatifs. Il est par exemple plus aisé de compter le nombre d'organisations scientifiques financées par un acteur économique que de connaître les ressources économiques qu'il leur consacre.

Ensuite, il nous semble que ce que les auteurs mentionnés appellent pouvoir instrumental regroupe des éléments de nature différente, qui méritent d'être distingués. Les ressources mises en œuvre par les entreprises sont au cœur de la dimension instrumentale du pouvoir des acteurs économiques. Mais ces auteurs intègrent les relations des acteurs économiques au sein de leur secteur dans la dimension instrumentale. Dans ce travail, nous distinguons ressources instrumentales et ressources relationnelles pour plusieurs raisons⁵. Le travail politique des acteurs économiques se fonde, tout d'abord, comme le montrent l'ensemble de travaux sur la question ainsi que notre travail sur l'agro-alimentaire en France, sur l'établissement de relations stables et de qualité avec des acteurs d'univers sociaux variés. Les relations établies par ces acteurs constituent un élément central du travail politique et méritent à ce titre une analyse distincte et détaillée. Ensuite, en nous fondant sur les connaissances issues de la sociologie des réseaux, le volume de ressources matérielles dont dispose un acteur ne prédétermine pas, du moins totalement, son pouvoir au sein d'un réseau

⁵ Nous utiliserons dans ce travail la notion de *capital* plutôt que celle de *dimension* pour faire référence aux trois composantes du pouvoir des acteurs de la filière laitière. La notion de capital du fait de son enracinement dans la théorie économique est plus ajustée à notre objectif de quantification du pouvoir des entreprises. Elle permet de penser en termes de volume, d'accumulation. Elle permet également de faire référence à la capacité d'un capital d'obtenir de biens matériels ou symboliques étant donné sa nature fongible. Le concept de *dimension* est plus adapté à une réflexion en termes spatiaux qu'économiques.

d'acteurs. Ce pouvoir relationnel dépend non seulement des ressources de cet acteur mais aussi de la structure du réseau, des positions occupées par les autres acteurs ainsi que de la qualité des liens dont cet acteur dispose au sein du réseau (Mercklé 2011). De ce fait, certains acteurs bénéficiant de ressources matérielles limitées peuvent néanmoins disposer d'une grande capacité d'influence au sein d'un réseau, étant donné leur position stratégique en termes relationnels. Cette capacité relationnelle peut être, de plus, calculée à travers des indicateurs quantitatifs tels que la centralité ou l'intermédiarité, telles que permet de les calculer l'analyse de réseaux.

Enfin, la notion de pouvoir discursif nous paraît problématique. Tout d'abord et au niveau pratique il est très laborieux de systématiser l'ensemble de communications publiques, souvent très nombreuses, émises par l'ensemble des acteurs d'une filière. Ensuite, il nous paraît redondant avec la dimension instrumentale du pouvoir. Pour ces deux raisons nous n'analyserons pas dans ce travail la dimension discursive du pouvoir des acteurs de la filière laitière.

Partant de ces principes, ce rapport propose une cartographie des acteurs de la filière laitière et de leurs activités politiques, puis estime leurs capacités politiques au sein de la filière à partir de trois types de ressources distinctes, quoique liés entre eux, respectivement structurel, instrumental et relationnel. La cartographie des activités politiques des entreprises de la filière fait l'objet de la première partie du rapport et l'évaluation de la capacité des acteurs économiques à partir de la distribution des trois capitaux fait l'objet de la seconde partie.

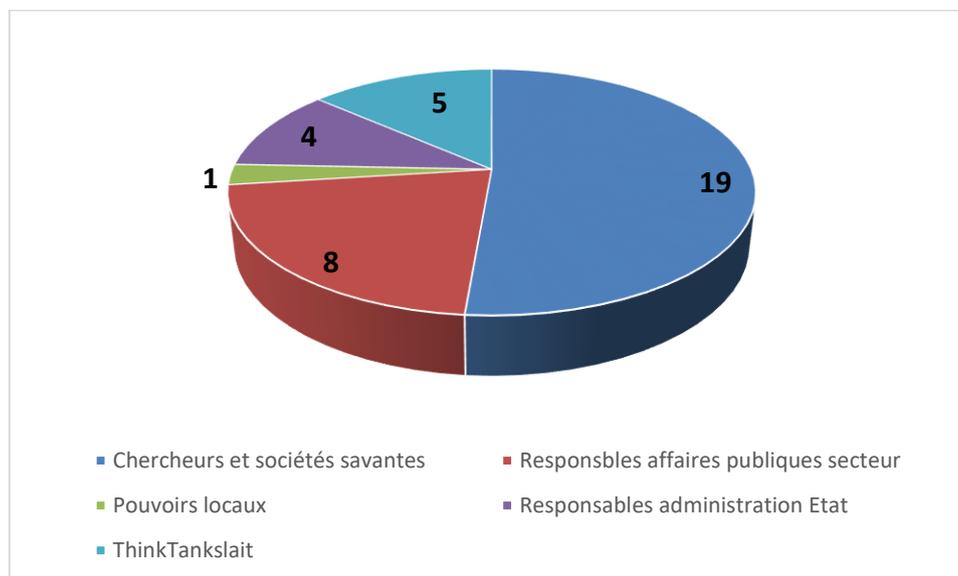
1.3 Méthodes et terrain

Pour identifier les activités politiques de l'industrie laitière en France, ainsi que la distribution des ressources politiques dans cette industrie, nous avons utilisé deux méthodes distinctes, à la fois qualitative et quantitative. Cette démarche reprend et complète à propos de la filière laitière une démarche mise en œuvre de manière plus transversale à propos de la filière agroalimentaire dans son ensemble (Benamouzig, Cortinas, 2019).

Des entretiens semi-directifs ont permis de recueillir des informations sur les pratiques de l'industrie dans différents espaces sociaux. Trente-cinq entretiens ont été réalisés (cf. graphique 1) auprès d'acteurs évoluant au sein de quatre types d'institutions, avec une prédominance d'acteurs issus du monde de la recherche (n=19) ; puis de responsables des affaires publiques (n=8), de responsables de *think tanks* liés aux acteurs de la filière (n=5), d'acteurs étatiques (n=4) et enfin avec un représentant de collectivité locale. Les entretiens ont été réalisés en questionnant les acteurs à propos de débats récents relatifs aux recommandations nutritionnelles sur le lait, qui préconisent de réduire la consommation de produits laitiers de trois à deux par jour (Hammani, 2019 ; Boubal, 2019 ; Boubal et Benamouzig, 2020). Ces débats ont donné lieu à l'expression de positions diverses, voire de

contestations de la part d'acteurs de la filière laitière. Les entretiens réalisés au cours de l'enquête ont aussi permis d'aborder, dans certains cas, des questions relatives aux pratiques professionnelles des personnes interrogées, plutôt qu'aux seules recommandations. Ces éléments ont permis de recueillir des informations sur la mise en œuvre d'activités politiques des entreprises, ainsi que sur les métiers liés à ces activités, en termes de compétences mobilisées ou de conditions de travail. Cette première méthode de recherche a permis d'établir un panorama des activités politiques mises en œuvre par la filière laitière dans différentes arènes institutionnelles. Elle a permis de faire émerger, à partir des connaissances des acteurs de terrain, les ressorts dont les acteurs économiques disposent pour agir dans différentes arènes et d'identifier ainsi des lieux et des modalités d'action souvent « invisibles » de l'extérieur.

Graphique 1: Personnes interviewées par institution principale d'appartenance (auteurs)



Source : Auteurs

Une fois établi un premier panorama des stratégies d'action, il est apparu nécessaire de formaliser ces observations en les associant aux différents acteurs de la filière laitière. Pour ce faire, un recueil d'informations complémentaires a visé à observer de potentielles différences dans les activités politiques des acteurs économiques, selon des critères tels que le secteur d'activité ou le type d'organisation (entreprises, représentants d'intérêts etc.), ainsi que de potentielles différences de ressources disponibles et de capacités d'action au sein de la filière. Des indicateurs quantitatifs ont permis de mesurer les activités et les capacités politiques des entreprises en termes d'étendue et de volume, en complétant à partir d'éléments quantifiés les données qualitatives recueillies au cours de l'enquête.

La première opération mise en œuvre pour comparer les acteurs de la filière laitière a visé à constituer un échantillon d'acteurs. Prendre l'ensemble des acteurs de la filière n'était guère envisageable en raison de leur nombre et du volume d'informations à prendre en compte dans un temps limité. L'étude se concentre sur les acteurs les plus importants de la filière. Pour les identifier, il importait avant toute chose de circonscrire la notion de filière laitière. Pour ce faire nous nous sommes librement inspirés de la définition donnée par Sacks de la notion d'industrie agroalimentaire, déjà prise en compte dans la cartographie des activités politiques de la filière agroalimentaire (Cortinas et Benamouzig, 2019). Selon Sacks et ses collègues (2013), l'industrie alimentaire est une nébuleuse d'acteurs du secteur privé qui participent à la production, à l'emballage, à la distribution et au marketing de produits alimentaires et de boissons de toutes sortes (Sacks et al. 2013 : 39). Il s'agit, poursuit l'auteur, des industries agricoles (agriculteurs, éleveurs), des industries productrices des produits alimentaires et des

boissons manufacturées, des détaillants de produits alimentaires et de boissons (supermarchés compris), des distributeurs de ces produits (importateurs et exportateurs compris), des restaurateurs industriels (restauration collective), de l'industrie publicitaire, du marketing et de la communication. Finalement, l'industrie agroalimentaire est aussi composée de regroupements sous forme d'associations ou de toute autre forme juridique ayant pour objet de représenter les intérêts des acteurs de cette industrie. Le dernier type d'acteur concerne les fondations et autres organisations à but non lucratif issues ou directement liées à ces acteurs (Sacks et al. 2013 : 41).

Une première liste d'acteurs de la filière laitière a été établie à partir de la notion de capital structurel (Clap et Fuchs 2009). Cette notion vise à quantifier le « poids » des acteurs de la filière, et permet de retenir les principaux acteurs. Concrètement, il s'agissait de se concentrer sur les acteurs disposant des plus grandes parts de marché en France, du plus grand nombre d'emplois et du chiffre d'affaires le plus important. Cette liste d'acteurs a été composée à propos des différents segments de la filière : la production de lait, la collecte et la transformation de lait et enfin la commercialisation de produits laitiers. Ce travail de caractérisation des acteurs de la filière par segments et en fonction de leur capital structurel a permis de fixer une première liste d'acteurs, qui ont constitué notre échantillon. Cette première liste est composée de cinquante-deux acteurs, majoritairement des entreprises, sauf du côté des producteurs où nous avons fait le choix de prendre comme acteur source du segment les organisations de représentation d'intérêts, faute de pouvoir identifier des entreprises suffisamment importantes pour pouvoir être intégrées à l'analyse.

Cette première liste établie, il s'est agi de caractériser les activités politiques des acteurs identifiés, ainsi que leurs ressources. Le classement des pratiques politiques en trois catégories (activités cognitives, activités relationnelles et activités symboliques) a permis de situer ces pratiques dans des espaces sociaux différenciés. Les pratiques cognitives impliquent d'investir le champ scientifique, ses institutions et acteurs. Les pratiques de représentation d'intérêts nécessitent un investissement du champ politique, de ses instances et acteurs (Assemblée nationale, Sénat, administrations, pouvoir local, médias). Finalement, les pratiques d'ordre symbolique sont orientées vers le monde associatif et celui des ONG.

Compter les liens de chaque acteur de l'échantillon avec les acteurs et les institutions des trois espaces sociaux mentionnés permet non seulement d'appréhender les pratiques privilégiées par différents types d'acteurs économiques, mais aussi d'évaluer l'intensité de ces liens, le cas échéant sous forme de classements indicatifs, et quantifier ainsi la distribution de leurs modes d'action privilégiés. Plusieurs stratégies de recueil de données ont permis de mettre en relation les acteurs de l'échantillon avec les espaces sociaux différenciés, correspondant aux trois grandes catégories d'activités politiques.

Dans un premier temps, il s'agissait d'identifier pour chaque acteur sa présence ou son absence dans différentes arènes politiques, dans lesquelles sont mises en œuvre des activités d'ordre relationnel. Plus concrètement, ce travail visait à déterminer pour chaque acteur s'il

avait une représentation permanente à l'Assemblée nationale à partir du registre des représentants d'intérêt accessible sur le site de la Haute autorité pour la transparence de la vie publique⁶. Il s'agissait ensuite d'établir la présence des acteurs de l'agroalimentaire dans les groupes de concertation du ministère de l'Agriculture, consultables sur le site du Ministère. Nous avons procédé de même pour le Conseil National de l'Alimentation, le Conseil National de la Consommation, le Conseil d'administration de l'Anses et enfin pour le GEMRCN, instances en charge, jusqu'en 2016, de définir des orientations nutritionnelles dans la composition des menus de la restauration collective. Les sites de ces institutions ont permis de recueillir les informations utiles. Ce premier travail a été complété par une recherche de liens partenariaux entre les acteurs agroalimentaires et d'autres instances publiques, telles que le ministère de l'Éducation Nationale, le Conseil national pour le développement du sport ou les collectivités territoriales. Ce travail a été réalisé à partir d'une veille des comptes Twitter et des sites web de chacun des acteurs pendant une période d'un an (de juin 2018 à juin 2019). Au terme de ce travail, il était possible d'estimer la quantité des liens directs de chaque acteur économique avec les instances liées à la décision publique. La notion de « liens directs » fait référence à une présence institutionnelle et publique des acteurs économiques dans les instances mentionnées.

Dans un deuxième temps, il s'agissait d'identifier et de quantifier les acteurs les plus actifs en matière d'activités d'ordre cognitif. Pour ce faire, nous avons identifié les liens existants entre chacun des acteurs de l'industrie agroalimentaire et des *think tanks* (institut de recherche privés, centre d'informations), ainsi que des liens de financement et de partenariat entre ces acteurs et des sociétés savantes, des universités et des centres de recherches universitaires et scientifiques publics. Ce travail a été réalisé à partir d'une veille des comptes Twitter des acteurs étudiés, de leurs sites web ainsi que d'une veille exercée sur les activités des principales sociétés savantes et sur l'organisation des congrès de nutrition en France (Société française de nutrition, Journées françaises de nutrition, Institut Pasteur, Société française des diabétiques et d'autres associations de malades). Ce travail a permis d'identifier un certain nombre de *think tanks* liés à l'industrie, ainsi que de nombreux liens entre chercheurs, instances de recherche et acteurs de la filière laitière. Des liens directs ont pu être établis lorsque des scientifiques en poste dans des universités et des centres de recherche faisaient partie de comités d'experts ou de comités scientifique mis en place de façon durable par des acteurs de la filière. Seules les formes publiques et officielles de partenariat d'acteurs économiques avec des instances de recherche sont comptabilisés comme liens directs avec des instances du champ scientifique. Les financements ponctuels d'acteurs économiques à des chercheurs ou à des instances de recherche ne sont pas pris en compte, faute de registre répertoriant ce type d'informations.

Finalement, pour ce qui est de la mise en relation entre acteurs économiques et pratiques politiques d'ordre symbolique, nous avons comptabilisé les liens directs de chaque acteur de

⁶ <https://www.hatvp.fr/le-repertoire>

l'échantillon avec des associations, ONG ou toute autre organisation située en dehors du champ économique. La veille des comptes *Twitter* et des sites web de tous les acteurs de l'échantillon entre juin 2018 et juin 2019 ont été les deux principales sources pour le recueil de ces informations. Il s'agissait à nouveau d'identifier des liens institutionnels, liés à la signature de partenariats et de collaborations récurrentes.

Ce recueil d'information systématique sur le nombre de liens de chaque acteur avec des acteurs des trois univers investis a permis de construire un réseau de l'ensemble des acteurs concernés par les activités politiques de la filière laitière. Ce réseau a été construit à partir d'une base de données à quatre colonnes (voir annexe générale). Dans la première colonne, figurent les acteurs du réseau. Dans la deuxième colonne, figurent les acteurs qui « dérivent » des acteurs de la première colonne. Par exemple, si l'acteur source de la première colonne est Danone, les acteurs dérivés sont les instances auxquelles Danone participe (comme l'ANIA par exemple), ainsi que les *think tanks* créés par l'entreprise. De la même façon, si Danone a mis en place un comité d'experts, ces experts apparaissent comme acteurs « dérivés » de Danone. Ensuite, les acteurs dérivés des institutions liés à Danone sont notés comme acteurs dérivés de ces institutions plutôt que de Danone directement. Ainsi, Nutricia Research, qui est un institut dérivé de Danone, est noté dans la deuxième colonne du tableau et dans la ligne Danone. Les experts du comité d'experts de Nutricia Research sont notés comme acteurs dérivés de cet institut, et apparaissent dans la deuxième colonne dans la ligne de Nutricia Research (voir annexe générale).

A partir de cette base de données, l'usage du logiciel Kumu.io a permis de produire une représentation du réseau. Le logiciel a aussi permis de calculer les métriques servant à quantifier le capital relationnel des différents acteurs économiques de la filière. La base de données issue de ce recueil d'information a fait l'objet de plusieurs analyses multivariées, détaillées dans chacune des parties.

1.4 Structure du rapport

Le rapport est structuré en deux parties. La première partie décrit les activités politiques des acteurs du secteur laitier en France. Elle a pour objectif de donner un aperçu aussi complet que possible de ces activités, ainsi que des acteurs collectifs et individuels qui les mettent en œuvre. Cette première partie est organisée par type d'activités politiques, respectivement cognitives, relationnelles et symboliques. Pour chaque type d'activité politique, sont décrites les stratégies mises en œuvre par le secteur laitier, ainsi que les espaces et mécanismes spécifiques par lesquels agissent les acteurs de la filière. Pour chaque activité politique, les acteurs collectifs impliqués dans leur mise en œuvre sont précisés. Dans la mesure du possible, des acteurs individuels en charge de ces activités sont aussi décrits à partir de leur

profil académique et professionnel. L'identité de ces personnes a été anonymisée dès la phase de recueil des données afin de respecter la réglementation sur la protection des données personnelles (RGPD-2018). Pour ce faire, les noms et prénoms ont été remplacés par des numéros dans les bases de données.

La deuxième partie étudie les capacités politiques des entreprises du secteur laitier à partir de trois types de capitaux, respectivement structurel, instrumental et social. Cette analyse mobilise fréquemment des techniques d'analyse multivariée, qui sont successivement détaillées. Pour chaque composante des capacités politiques des acteurs économiques du secteur laitier, une analyse à deux niveaux est effectuée. Un premier niveau d'analyse concerne les différents segments du secteur laitier : production, transformation et distribution. Un second niveau d'analyse décrit la répartition de chacun des trois types de capitaux analysés parmi les différentes entreprises du secteur. L'objectif de ce deuxième niveau d'analyse est d'identifier des groupes ou des classes d'acteurs selon leur volume de capital détenu. La dernière section de cette seconde partie produit une analyse intégrée des capacités politiques des acteurs de la filière, ici aussi par segment et par acteur économique. En d'autres termes, la répartition des capacités politiques des acteurs de la filière est analysée en tenant compte des trois types de capitaux étudiés.

2. LES ACTIVITES POLITIQUES DE LA FILIERE LAITIERE

Comme la plupart des industries agroalimentaires, la filière laitière met en œuvre des activités politiques visant à conforter ses intérêts économiques. Ces activités politiques se déploient à travers une large gamme de stratégies, dont les activités directement orientées vers des acteurs politiques ne constituent qu'une partie limitée. Un travail de cartographie transversal sur l'industrie agroalimentaire en France nous a conduits à référencer trois types de stratégies, qui regroupent elles-mêmes des dizaines d'activités politiques, orientées vers trois espaces sociaux sensiblement différents (Benamouzig et Cortinas 2019). Des activités d'ordre cognitif, souvent orientées très en amont de toute intervention proprement politique, sont orientées vers des espaces académiques et scientifiques et visent à la production de connaissance, d'ignorance et de doutes permettant à l'industrie de promouvoir ou de critiquer certains savoirs, arguments ou experts, selon qu'ils sont favorables ou défavorables à ses intérêts. Des activités d'ordre relationnel visent à établir des contacts directs ou plus indirects, le plus souvent réguliers voire institutionnalisés, avec des acteurs administratifs ou politiques participant à la régulation publique.

Il s'agit bien souvent de faire circuler des arguments favorables à l'industrie pour éviter une régulation jugée défavorable, en s'appuyant autant que possible sur des connaissances ou des zones d'ignorance et de doute produites à la faveur des stratégies d'ordre cognitif. Enfin,

des stratégies d'ordre symbolique jouent sur l'image des protagonistes en présence, à travers l'association d'acteurs et d'intérêts industriels à des causes sociales vertueuses, qui renforcent le crédit des acteurs économiques et de leurs fondations, ou à travers des actions délibérées de discrédit symbolique d'opposants à l'industrie, dont l'intégrité est mise en cause. Chacune de ces trois grandes stratégies est mise en œuvre à travers des acteurs et des organisations différenciées, dont les principes, les modes d'organisation et les acteurs diffèrent sensiblement, selon les objectifs et les modalités d'action mises en œuvre. Dans le cas de la filière laitière, ces acteurs sont identifiés à l'échelle collective et caractérisés à l'échelle individuelle selon des principes d'analyse sociologique (dénombrements, analyses multivariées). Cette analyse se fonde sur des éléments empiriques recueillis au cours de l'enquête, et mobilise à titre illustratif des extraits d'entretiens ainsi que d'autres éléments empiriques, tels que des documents ou des captures d'écran recueillis sur les réseaux sociaux. Détaillée à propos de la filière laitière, l'analyse enrichit, confirme et valide l'intérêt de la typologie établie de manière plus transversale, mais moins précise, à l'échelle du secteur agroalimentaire.

2.1 Les activités d'ordre cognitif de la filière laitière

Pour défendre leurs intérêts, les acteurs économiques de la filière laitière mobilisent des connaissances et interviennent dans le domaine scientifique pour produire de l'ignorance ou du doute. La notion d'activités politiques d'ordre cognitif fait référence aux pratiques de production et de diffusion de savoirs et d'arguments mobilisés par les acteurs de la filière. Il s'agit pour ces acteurs de produire ou de diffuser des savoirs scientifiques, des arguments techniques, économiques, légaux, philosophiques ou moraux visant à conforter, à nuancer, affaiblir ou invalider des savoirs scientifiques et des arguments favorables à leurs intérêts (Benamouzig et Cortinas 2019). Selon la typologie que nous avons établie, ces activités comportent trois modalités : la fabrication de connaissances et de l'ignorance, la production du doute et le cadrage du problème et des solutions (cf. tableau).

Tableau 1 : Les APE d'ordre cognitif et leurs modalités

Modalités	Activités	Acteurs dédiés
a. Fabriquer de connaissances et de l'ignorance	Financer des recherches favorables Participer à des événements scientifiques Isoler les informations positives (<i>Cherry pick data</i>)	Chercheurs, <i>Think tanks</i> , Chargés communication scientifique
b. Produire du doute	Mettre en contradiction les enquêtes Identifier des points de controverse Souligner les limites de la recherche Faire parler des chercheurs « amis »	<i>Idem</i>
c. Recadrer les débats	Mobiliser des personnalités légitimes Organiser des événements scientifiques	<i>Idem</i>

Source : Benamouzig et Cortinas (2019).

2.1.1 Les modalités des activités d'ordre cognitif

La fabrication de connaissances, de l'ignorance et du doute

Comme d'autres acteurs industriels, les acteurs de la filière laitière consacrent une partie de leurs activités à la production de connaissances, par leur soin ou par l'intermédiaires d'acteurs scientifiques avec lesquels ils tissent des liens. Ces activités peuvent non seulement favoriser la production de nouvelles connaissances, mais produire aussi de l'ignorance et du doute. La production de l'ignorance fait référence aux mécanismes par lesquels des acteurs empêchent la circulation ou l'émergence de savoirs et de connaissances dans différents espaces sociaux (Gross et McGoey 2015 ; Proctor 1996, 2001, 2012 ; Henry 2017 ; Counil et Henry 2016 ; Dedieu et Jouzel 2015 ; Jouzel 2019). La fabrication du doute fait référence, comme l'indique David Michaels (Michaels 2008), aux tentatives des acteurs économiques de discréditer et contredire les éléments de preuves scientifiques justifiant une politique publique. Concrètement, cette pratique consiste à mettre en lumière les incertitudes inhérentes à l'activité scientifique

Dans les activités cognitives de production de connaissances, d'ignorance et de doute, une division du travail cognitif semble pouvoir être observée, en fonction des organisations impliquées. Tout d'abord, certaines organisations ont pour tâche principale de produire des connaissances en mobilisant des chercheurs employés dans des *think tanks* ou des chercheurs invités à faire partie de comités d'experts. Dans la filière laitière, ces activités sont mises en œuvre par des organisations comme le CERIN, L'Institut Danone, l'Institut Olga Tribalat, le *Nestlé Institute of Health Science*, le *Nestlé Nutrition Institute*, le *Nutricia Research institute*, le *Nestlé Nutri pro* et Unilever pro nutrition santé. Ces organisations se consacrent à la production de connaissances à travers diverses activités. Une première modalité d'action consiste à financer des recherches scientifiques sur des sujets ou avec des orientations susceptibles de favoriser les intérêts économiques du secteur ou de ses entreprises. Comme nous le rapporte le responsable de l'un de ces groupes de réflexion, il s'agit de voir les enjeux émergents dans le domaine de la nutrition qui peuvent représenter un intérêt pour le secteur et d'investir de l'argent pour faire prospérer ces enjeux.

Au-delà de leur contribution à la production de connaissances, ces financements destinés à la recherche peuvent contribuer à la production d'ignorance et de doute de deux façons différentes. La modalité la plus explicite consiste à lier des financements à des résultats favorables à l'industrie. Il s'agit d'orienter les recherches afin de faire émerger des résultats favorables au financeur, aux dépens d'autres types de résultats. Dans le document qui suit le CNIEL, organisation représentant les intérêts du secteur laitier, lance un appel d'offres pour des équipes

de recherche qui voudraient travailler sur les liens entre consommation de produits laitiers et fonctions cognitives. Les projets sollicités sont clairement orientés dans un sens favorable aux intérêts du financeur, les projets de recherche devant se focaliser sur les potentiels bénéfiques des produits laitiers sur la santé cognitive des êtres humains, et non sur d'autres types d'effets, potentiellement moins favorables ou plus clairement défavorables.

Document 1 : Appel à candidatures santé cognitive CNIEL, février 2018



APPEL A CANDIDATURES 2018 PROJET DE RECHERCHE

Produits laitiers et fonctions cognitives

Date de clôture des candidatures : 15/02/2018

Pour une meilleure compréhension du rôle des produits laitiers et/ou de leurs constituants dans le fonctionnement du cerveau

Cet appel à candidature du Cniel * a pour ambition d'encourager les recherches pour accroître les connaissances scientifiques sur l'interaction entre l'alimentation, et plus spécifiquement les produits laitiers, et les fonctions cognitives, telles que l'attention, la mémoire, la pensée, les apprentissages, la perception, ...

- Le développement cognitif des enfants est prédictif des réussites scolaires ultérieures. Parmi les facteurs déterminants du développement cognitif, l'alimentation joue un rôle important, notamment à certaines périodes critiques au cours desquelles le cerveau est particulièrement sensible à l'influence de facteurs extérieurs. Les travaux portant sur les effets neurocognitifs d'une consommation de lait et autres produits laitiers dans l'enfance et l'adolescence sont peu nombreux.
- Par ailleurs, le rôle que pourrait jouer l'alimentation dans la prévention du vieillissement cérébral, le déclin cognitif lié à l'âge et les démences semble de plus en plus clair. En revanche, comment les produits laitiers spécifiquement (et/ou leurs différents constituants) contribuent à la santé cognitive est une question aujourd'hui sans réponse.

Le(s) projet(s) proposé(s) devront porter sur l'influence de la consommation de produits laitiers sur les fonctions cognitives de l'enfant ou de la personne âgée. Ils adopteront de préférence une approche clinique : études épidémiologiques ou d'intervention.

Le Cniel dispose d'un budget maximum de 400 000 € HT sur 3 ans, qui pourra être réparti entre un ou plusieurs projets.

Demande des dossiers de candidature auprès de Constance Gayet-Boyer : cboyer@cniel.com

*Le Cniel, Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière, est l'interprofession du lait de vache, créé en 1974. Il rassemble producteurs, coopératives et industries privées dans le but de mener des actions collectives au service de la filière laitière.

Conditions de candidature : Toute équipe de recherche justifiant d'une expérience dans la compréhension des liens entre alimentation et fonctions cognitives.

Examen des dossiers de candidature : Une 1^{ère} sélection sur dossier sera effectuée fin février 2018. Les candidats seront informés par mail de la décision du jury (membres du Groupe de Travail Recherche Nutrition Santé du CNIEL). Les candidats retenus seront auditionnés en mars 2018.

Le projet de recherche fera l'objet d'un contrat qui prendra nécessairement la forme d'un partenariat de recherche (ou contrat de collaboration) et qui ne pourra en aucun cas se limiter à un contrat de financement.

Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière
Association Loi 1901 n° 74/489
42 rue de Châteaudun – 75314 PARIS CEDEX 09 – Tél : 33 (0)1 49 70 71 11 – www.cniel.com

Source : Archives personnelles d'un des chercheurs interviewés

Conjointement au financement de la recherche, les acteurs de la filière laitière visent à occuper le champ scientifique en diffusant leurs propres recherches. Ils peuvent publier des articles dans des revues scientifiques via les chercheurs qui travaillent pour l'industrie (cf. document 2), financer des numéros hors-séries de revues scientifiques ou organiser des ateliers dans des congrès. La revue *Cahiers de diététique et nutrition*, revue scientifique de l'Association française de nutrition, a publié à deux reprises des numéros hors-séries proposés et entièrement financés par Danone. Ils peuvent aussi créer leurs propres revues scientifiques. Dans la filière laitière, la revue *Annales* est une revue scientifique appartenant à Nestlé, publiée comme supplément de la revue scientifique *Annales de nutrition et métabolisme*, et indexée dans les bases de données scientifiques médicales Medline et PubliMed⁷.

⁷ <https://www.nestlenutrition-institute.org/region/francophone/librairie/series-de-publications/publications/ANNESTFR>

Document 2 : Article publié par des chercheurs de l'Institut Danone dans la revue BMJ

Open access Research

BMJ Open Impact of bacterial probiotics on obesity, diabetes and non-alcoholic fatty liver disease related variables: a systematic review and meta-analysis of randomised controlled trials

Hana Koutnikova,¹ Bernd Genser,^{2,3} Milena Monteiro-Sepulveda,⁴ Jean-Michel Faurie,¹ Salwa Rizkalla,⁴ Jürgen Schrezenmeir,² Karine Clément^{4,6}

ABSTRACT
Objective To systematically review the effect of oral intake of bacterial probiotics on 15 variables related to obesity, diabetes and non-alcoholic fatty liver disease.
Design Systematic review and meta-analysis.
Data sources Medline, EMBASE and COCHRANE from 1990 to June 2018.
Eligibility criteria Randomised controlled trials (>14 days) excluding hypercholesterolaemia, alcoholic liver disease, polycystic ovary syndrome and children <3 years.
Results One hundred and five articles met inclusion criteria, representing 6826 subjects. In overweight but not obese subjects, probiotics induced improvements in: body weight (k=25 trials, d=-0.94 kg mean difference, 95% CI -1.17 to -0.70, P=0.0%), body mass index (k=32, d=-0.55 kg/m², 95% CI -0.86 to -0.23, P=91.9%), waist circumference (k=13, d=-1.31 cm, 95% CI -1.79 to -0.83, P=14.5%), body fat mass (k=11, d=-0.96 kg, 95% CI -1.21 to -0.71, P=0.0%) and visceral adipose tissue mass (k=5, d=-6.30 cm², 95% CI -9.05 to -3.56, P=0.0%). In type 2 diabetics, probiotics reduced fasting glucose (k=19, d=-0.66 mmol/L, 95% CI -1.00 to -0.31, P=27.7%), glycated haemoglobin (k=13, d=-0.28 pp, 95% CI -0.46 to -0.11, P=54.1%), insulin (k=13, d=-1.66 mIU/L, 95% CI -2.70 to -0.61, P=37.8%) and homeostatic model of insulin resistance (k=10, d=-1.05 pp, 95% CI -1.48 to -0.61, P=18.2%). In subjects with fatty liver diseases, probiotics reduced alanine (k=12, d=-10.2 U/L, 95% CI -14.3 to -6.0, P=93.50%) and aspartate aminotransferases (k=10, d=-9.9 U/L, 95% CI -14.1 to -5.8, P=96.1%). These improvements were mostly observed with bifidobacteria (*Bifidobacterium breve*, *B. longum*), *Streptococcus salivarius* subsp. *thermophilus* and lactobacilli (*Lactobacillus acidophilus*, *L. casei*, *L. delbrueckii*) containing mixtures and influenced by trials conducted in one country.
Conclusions The intake of probiotics resulted in minor but consistent improvements in several metabolic risk factors in subjects with metabolic diseases.
Trial registration number CRD42016033273.

Strengths and limitations of this study

- We underscored food grade bacterial probiotics' inherent effects, analysed a large panel of variables and performed subgroup explorations analysis to detect a disease stage severity dependence.
- We performed, for the first time, subgroup explorations to detect bacterial species contribution.
- We integrated both exploratory and secondary outcomes, 43 trials conducted in one country, trials with small sample size, heterogeneous study populations, incomplete information on drug treatment, dietary and physical activity records.
- For some trials, parameters necessary for the estimation of effect sizes were unknown and we had to base our calculations on assumptions that could be only in part derived from the data at hand.

INTRODUCTION
The high prevalence of obesity, diabetes and non-alcoholic fatty liver disease (NAFLD) is a global health problem resulting in considerable healthcare costs. Lifestyle changes are regarded as cornerstones in the management of these tightly linked disorders that progress over an individual's lifetime.
The rapid progression of these diseases is linked to changes in a myriad of environmental factors interacting with genetic and epigenetic factors. The gut microbiota is a key player at the interface between environmental changes and host biology. Metabolic traits, such as obesity, diabetes and non-alcoholic steatohepatitis are associated with changes in gut microbiota diversity and composition.^{1,2} Gut microbiota profile is also associated with specific dietary patterns³ and respond to dietary^{4,5} and therapeutic interventions.⁶ However, until recently, causal roles of the gut microbiota in the development and

To cite: Koutnikova H, Genser B, Monteiro-Sepulveda M, et al. Impact of bacterial probiotics on obesity, diabetes and non-alcoholic fatty liver disease related variables: a systematic review and meta-analysis of randomised controlled trials. *BMJ Open* 2019;9:e017995. doi:10.1136/bmjopen-2017-017995

► Prepublication history and additional material for this paper are available online. To view these files, please visit the journal online (<http://dx.doi.org/10.1136/bmjopen-2017-017995>).

HK and BG contributed equally.

Received 8 June 2017
Revised 20 December 2018
Accepted 7 February 2019

Check for updates

© Author(s) (or their employer(s)) 2019. Re-use permitted under CC BY-NC. No commercial re-use. See rights and permissions. Published by BMJ.

For numbered affiliations see end of article.

Correspondence to
Dr Karine Clément,
karine.clement@psl.aphp.fr

BMJ Koutnikova H, et al. *BMJ Open* 2019;9:e017995. doi:10.1136/bmjopen-2017-017995 1

Funding Danone Nutricia Research, Palaiseau, France. The work of BGStats Consulting was funded by Danone Research, Palaiseau, France. Danone Research supported collaborative work of the Institute of Cardiometabolism and Nutrition. JS received consultancy fee from Danone Research.

Source : Koutnikova, Hana & Genser, Bernd & Monteiro-Sepulveda, Milena & Faurie, Jean-Michel & Rizkalla, Salwa & Schrezenmeir, Juergen & Clément, Karine. (2019). Impact of bacterial probiotics on obesity, diabetes and non-alcoholic

fatty liver disease related variables: A systematic review and meta-analysis of randomised controlled trials. BMJ Open. 9. e017995. 10.1136/bmjopen-2017-017995

Les acteurs de la filière laitière organisent également des ateliers thématiques lors du rendez-vous scientifiques. Lors de l'édition de 2019, des ateliers intégrés au programme scientifique des journées étaient par exemple proposés par Nestlé, le CERIN ou encore l'Institut Danone (cf. document 3). Diverses institutions de la filière participent de manière régulière à des congrès scientifiques. Les matériaux et informations recueillis au cours de l'enquête permettent d'en saisir l'importance et la diversité : les Journées Francophones Nutrition, les Journées Nationales Médecine Générale, les Entretiens de l'Institut Pasteur de Lille, la Journée d'études AFDN, la Journée d'études CEDE, les Rencontres Scientifiques Nutrition, les Journées Nutrition Clinique, le Symposium Allergies de la CICBAA, les Journées Francophones Hepato-grastroentorologie, les Journées interactives de réalité pédiatrique, les Journées nationales de néonatalogie, les Journées nationales des sages-femmes, les Journées nationales de médecine fœtale, la Conférence européenne sur la recherche sensorielle et de consommation, le Congrès sur la nutrition clinique et le métabolisme, Prébiotiques et probiotiques en journées pédiatriques.

Document 3 : Acteurs de la filière dans les Journées francophones de nutrition 2018

Atelier Nestlé France : Quel rôle joue le plaisir pour faire évoluer les comportements alimentaires ?

Session satellite

Mercredi 27 novembre 2019 | 12:30 - 13:30 | Le Belvédère - Niveau 2

Modérateur(s) : Sylvie WILLEMIN (Noisiel)

Accès limité à 150 personnes

-
- **Introduction : Importance du goût dans le développement et l'amélioration continue des produits Nestlé**
Sylvie WILLEMIN (Noisiel)
 - **Données scientifiques**
Sandrine MONNERY-PATRIS (Dijon)
 - **Mise en pratique**
Stève LOLLIVER (Béthune)

Symposium CERIN : Transition alimentaire vers une alimentation durable : les français sont-ils en marche ?

Session satellite

Mercredi 27 novembre 2019 | 12:30 - 13:30 | Le Carré - Niveau -2

Modérateur(s) : Sophie BERTRAND (Paris)

-
- **Introduction : qu'est-ce qu'une alimentation durable ? Entre définition et résultats de sondages**
Sophie BERTRAND (Paris)
 - **Focus nutrition : quelle direction prendre ? Entre Eat Lancet et études françaises**
Florent VIEUX (Marseille)
 - **Focus environnement : comment garder l'équilibre ? Entre idées reçues et « fake news »**
Jean-Louis PEYRAUD (Rennes)
 - **Conclusion**

Atelier Institut Danone et le Grand Forum des Tout Petits : La sédentarité, une menace silencieuse de santé publique

Session satellite

Jeudi 28 novembre 2019 | 12:30 - 13:30 | Les Dortoirs - Niveau 1

Modérateur(s) : Mohamed MERDJI (Nantes)

Accès limité à 100 personnes

- **Activité physique et sédentarité : impact sur la santé, de quoi parle-t-on ?**
Audrey BERGOUIGNAN (Strasbourg)
- **Comportements d'activité : quelle implication dès le plus jeune âge ?**
David THIVEL (Clermont-Ferrand)

Source : Programme scientifique Journées francophones nutrition, édition 2019. Publié en ligne et consultable ici : <https://www.lesjfn.fr/print-full>

Au total, les organisations mentionnées sont présentes dans quinze événements scientifiques en leur nom propre. A cette participation à des rencontres scientifiques s'ajoutent des partenariats entre les différents acteurs de la filière et des sociétés savantes, tels que le Groupe francophone d'hépatologie et gastro-nutrition pédiatriques, la Société francophone de nutrition clinique et métabolisme (SFNCM), la Société européenne d'oncologie médicale, la Société européenne de gériatrie et l'Académie européenne des allergies et de l'immunologie cliniques.

Les établissements publics de l'enseignement supérieur sont aussi investis par les acteurs de la filière. Le système des chaires est un moyen utilisé pour promouvoir l'émergence de certains savoirs et pour leur assurer une légitimité. En 2010, Danone a signé un partenariat avec l'école d'ingénieurs AgroParisTech par l'intermédiaire de son institut de recherche, Danone Nutricia Research, afin de mettre en place la chaire Alimentation Nutrition Comportement Alimentaire (ANCA)⁸. De telles chaires promeuvent la recherche et l'enseignement de thèmes définis lors de la mise en place du partenariat. La chaire ANCA est spécialisée dans les questions d'alimentation saine et durable, ce qui permet à la marque de participer à la définition du concept d'« alimentation saine et durable ».

Une autre activité des institutions chargées de produire des connaissances et éventuellement de l'ignorance et du doute consiste à vulgariser des connaissances scientifiques favorables aux

⁸ L'adresse internet du site de la Chaire est : <https://chaire-anca.org/la-chaire-anca/qui-sommes-nous/>

intérêts du secteur et de ses entreprises. A cet effet, les organisations créent des portails web dédiés aux professionnels de la santé et de la nutrition. Ce travail de vulgarisation ne se contente pas de rendre certaines connaissances scientifiques plus facilement accessibles ou compréhensibles par le grand public. Il conduit aussi à opérer certains choix d'informations (*Cherry pick data*) ou à renforcer certains biais, pour mettre en avant des résultats favorables aux intérêts du secteur. Peuvent être identifiés dans cette catégorie des portails tels que Nestlé Nutri pro⁹, Unilever pro santé¹⁰, Les produits laitiers¹¹, ainsi que des publications numériques ou sur support papier associées à ces portails, telles que Chloé-Doc, Nutri-doc et Infosnutrition du CERIN.

⁹ <https://www.nutripro.nestle.fr/>

¹⁰ <https://www.unilever-pro-nutrition-sante.fr/tag/fondation/>

¹¹ <https://www.produits-laitiers.com/laitquilibre/nutrition-et-regime-equilibre>

Document 4 : Exemples de « cherry pick data » (Décembre 2018-Juin 2019)

cerin @CERINnutrition · 6 févr.
Une étude australienne a étudié les effets d'une alimentation méditerranéenne supplémentée en produits laitiers sur des adultes à risque cardiovasculaire. Ce régime serait bénéfique pour diminuer le risque CV chez les populations à risque. bit.ly/2BmTUU1



🗨️ 🔄 2 📌

cerin @CERINnutrition · 17 déc. 2018
Une méta-analyse montre que les régimes végétarien et végétalien sont associés une DMO plus basse. Le végétalisme est associé à un risque plus élevé de fractures. Brève Cerin.org bit.ly/2BmOgAl

✗ Les auteurs ne déclarent aucun conflit d'intérêt ✗



🗨️ 🔄 4 📌 6 📌

cerin @CERINnutrition · 19 févr.
La consommation de #fromage est-elle bénéfique sur le risque d' #allergies ? 🍌

Cette étude prospective met en avant les effets bénéfiques d'une consommation de fromages sur les risques allergiques. En savoir plus bit.ly/2InuGuE



🗨️ 🔄 1 📌 3 📌

cerin @CERINnutrition · 18 déc. 2018
Actualités - Une alimentation riche en fromage dès le plus jeune âge protégerait des allergies

Le CHU de Besançon et l' [@Inra_France](https://twitter.com/Inra_France) ont mis en évidence l'intérêt d'une alimentation riche en fromage dès le plus jeune âge. bit.ly/2ST5pbW



🗨️ 🔄 3 📌 3 📌

Source : Compte Twitter Cerin (@CerinNutrition)

La production de doute n'est pas un phénomène anonyme et impersonnel. Elle est aussi portée par des acteurs scientifiques liés à l'industrie agroalimentaire. C'est ce qu'illustrent les interventions de certains experts en nutrition, relayées par des acteurs de l'industrie laitière. Dans

une vidéo publiée par le Cerin, le Professeur Jean Michel Lecerf s'en prend par exemple au Nutri-score en critiquant ses fondements scientifiques et nutritionnels. Selon le chercheur, nous ne mangeons pas de nutriments mais des aliments au sein d'un régime. C'est ce qui est appelé l'effet matrice. Cette thèse se base sur l'idée que c'est l'ensemble des interactions entre les nutriments au sein d'un aliment qui a des effets bénéfiques ou négatifs pour la santé. En vertu de cette thèse, il n'y a pas de nutriments foncièrement « mauvais » et le Nutri-score serait dès lors fondé sur une base scientifique erronée :

Document 5 : Vidéo chercheur sur l' « effet matrice »



Source : <https://www.cerin.org/interviews/ne-mangeons-nutriments-aliments/>

Un dernier exemple illustre des critiques récurrentes adressées à l'épidémiologie nutritionnelle en tant que discipline scientifique permettant de fonder des recommandations nutritionnelles, non seulement au sein de la filière laitière mais plus généralement dans le secteur agroalimentaire. Une scène observée lors d'une conférence organisée par le Fonds Français Alimentation Santé sur le thème « *Forces et faiblesses de l'épidémiologie nutritionnelle* » en mars 2019, dans le contexte de débats relatifs à la publication de recommandations nutritionnelles, illustre ce type de critiques, qui introduisent des éléments de doute à propos de contributions scientifiques jugées peu favorables aux intérêts industriels.

Comme le fait remarquer en introduction le modérateur de la conférence, la séance trouve sa raison d'être dans le fait que le public pense que les recommandations nutritionnelles sont établies à partir de « preuves scientifiques », alors que selon lui il n'en est rien puisque l'épidémiologie ne fait que trouver des associations, sans liens de causalité, et ne peut en conséquence faire que des suggestions. Et l'orateur de souligner que l'alimentation est un domaine très complexe qui rend d'autant plus difficile l'élaboration de conclusions, voire de recommandations claires :

« L'idée de cette conférence est venue du fait que dans un passé récent, pas si lointain, de nombreuses études épidémiologiques sont parues qui ont donné lieu à des manifestations médiatiques, parfois excessives, parce que semble-t-il, on n'a pas compris dans certains milieux que l'épidémiologie est une force de recherche pour mettre en lien certains aliments ou modes alimentaires et la santé, mais qu'elle a aussi un certain nombre de faiblesses car on prend souvent des associations pour des preuves et des vérités. C'est important parce que, comme vous le savez, la plupart des recommandations en matière d'alimentation sont fondées sur ces études, ce qui peut conduire non pas à discuter des faits, mais à discuter de leur interprétation, qui est encore plus importante, et peut conduire certains à tenir pour acquise une preuve alors qu'en fait c'est simplement une suggestion qu'un lien pourrait exister²³. De plus comme vous le savez dans le domaine de l'alimentation, l'évaluation est bien plus complexe que dans d'autres domaines de la science, le médicament par exemple [...] »

Source : Enregistrement de la conférence publié par le FFAS et consultable à l'adresse suivante : <https://www.youtube.com/watch?v=De0KsAALsq>

Recadrer le débat

Le recadrage des débats est une pratique visant à déplacer l'intérêt de questions scientifiques vers d'autres types d'enjeux, impossibles à argumenter sur le terrain de preuves ou d'arguments scientifiques. Cette pratique est particulièrement utile lorsque ces preuves et arguments s'avèrent défavorables aux intérêts de l'industrie, qui a alors tout intérêt à changer de terrain, en passant d'un terrain scientifique à un autre, ou du domaine scientifique à d'autres considérations, sans rapport avec des enjeux scientifiques. Cette pratique politique regroupe les actions visant à mettre en avant des problèmes techniques, juridiques, économiques, sociétaux ou moraux qu'une potentielle régulation pourrait entraîner. La filière laitière met en place trois manières de recadrer les débats sur les questions de nutrition et santé afin de s'opposer à des régulations affectant l'offre alimentaire.

Une première modalité de recadrage, également présente dans d'autres secteurs et dans d'autres pays, consiste à situer le débat sur les régulations liées à l'alimentation et à la nutrition sur le

terrain moral et idéologique de la liberté. Il s'agit pour les acteurs du secteur agroalimentaire, d'identifier la régulation du domaine à une « limitation des choix et de la liberté individuelle » (Cortinas et Benamouzig 2019 : 47)¹².

Une deuxième modalité des pratiques de recadrage consiste à produire de nouveaux thèmes de recherche, qui permettent de déplacer la focale de la thématique des risques pour la santé de certains aliments ou produits alimentaires vers d'autres thèmes : le plaisir de l'acte de manger, les dimensions sociologiques et anthropologiques de la nourriture etc. L'objectif est de répandre l'idée que les décisions publiques en matière de nutrition seraient réductrices, voire inefficaces, si elles ne prenaient pas en compte la dimension « culturelle » de l'alimentation. En 2017, l'Institut Danone organise par exemple, lors des Journées Francophones de la nutrition, un atelier sur le « plaisir » liée à l'alimentation (cf. Document 6). Le message clé de l'atelier est qu'une focalisation sur la qualité nutritionnelle des aliments pour bâtir des politiques publiques en nutrition est réductrice. La thématique fortement tire parti de connaissances proposées par des sociologues et anthropologues ayant bénéficié d'un programme de recherche de la fondation Nestlé nommé « Réenchanter la cantine¹³ ». La promotion d'un thème comme le plaisir permet de déplacer le débat, et de produire ainsi un contrefeu aux arguments, notamment scientifiques, promus ailleurs par les défenseurs d'une politique publique en matière de nutrition.

Document 6 : Atelier Danone « la plaisir allié ou ennemi d'une alimentation favorable à la santé »

¹² Est exemplaire à ce propos le texte paru en 2014 dans une des publications du think tank de l'interprofessionnelle laitière : https://www.cerin.org/wp-content/uploads/woocommerce_uploads/2016/06/140-manger-tranquille.pdf

¹³ Voir : <http://www.lefigaro.fr/actualite-france/2016/02/18/01016-20160218ARTFIG00029-reenchanter-la-cantine-un-programme-pour-restaurer-le-plaisir-de-passer-a-table.php>



2017

LE PLAISIR : ALLIÉ OU ENNEMI D'UNE ALIMENTATION FAVORABLE À LA SANTÉ ?

Atelier organisé par l'Institut Danone France le 13 décembre 2017 à Nantes dans le cadre des Journées Francophones de Nutrition. Cet atelier était composé de 2 interventions :

Le plaisir de la pensée incarnée par Roland JOUVENT (psychiatre, professeur à l'Université Pierre et Marie Curie, Paris VI, chef du service psychiatrie à l'hôpital de la Pitié Salpêtrière)

La représentation du plaisir est aussi importante que le plaisir lui-même car ce sont les mêmes neurones qui sont activés dans les deux cas. Se représenter un plaisir c'est déjà le ressentir grâce à la sécrétion de dopamine. Ainsi penser c'est faire !

Comment le plaisir sensoriel influence notre alimentation ? par Pierre CHANDON (professeur de marketing, directeur du Centre multidisciplinaire des sciences comportementales, Sorbonne Universités – INSEAD, titulaire de la Chaire L'Oréal en marketing, innovation et créativité).

Se focaliser uniquement sur la qualité nutritionnelle des aliments empêche de se préoccuper de la quantité alors que c'est primordial. Le plaisir est un argument qui peut faire préférer une portion plus petite.

Vous pouvez consulter un document synthétisant les travaux de R Jouvent et P Chandon sur ces thématiques sur le site de la Chaire Unesco Alimentations du monde ainsi que les vidéos de leurs interventions.

Source : Institut Danone

Une troisième manière de recadrer le débat consiste à le déplacer d'enjeux relatifs à l'épidémiologie nutritionnelle et aux liens entre alimentation et santé, vers des arguments qui cherchent à rendre ces liens toujours plus « complexes ». Cette stratégie de complexification des résultats obtenus par l'épidémiologie nutritionnelle se fait, dans le cas de la filière laitière, à travers diverses thématiques, dont la mise en avant conduit à relativiser ou à recadrer les débats relatifs aux résultats obtenus par l'épidémiologie nutritionnelle. Une première thématique alternative identifiée est la précarité et la mauvaise alimentation. L'idée sous-jacente est qu'une « mauvaise alimentation » est plus liée à une question d'inégalité sociale face à l'alimentation qu'à l'offre alimentaire elle-même. Autrement dit, les classes populaires mangent mal du fait de leur position sociale. L'offre alimentaire n'y est pas pour grande chose. Cette thématique est notamment portée par le FFAS, qui dispose d'un groupe thématique sur cette question : le groupe thématique alimentation et précarité. Une deuxième thématique permettant de dévier l'attention sur le besoin

de réguler l'offre alimentaire est celle de la diversité alimentaire¹⁴. Une troisième thématique chère à l'industrie consiste à promouvoir l'éducation au goût comme alternative à la régulation, cette stratégie de recadrage permet de déplacer la responsabilité du côté des comportements, plus ou moins éduqués au goût, plutôt que du côté de l'offre. Une quatrième thématique fréquemment mobilisée par les acteurs de la filière est celle de l'activité physique, qui présente le double avantage de déplacer les enjeux en direction des comportement individuels, plutôt que du côté de l'offre alimentaire, d'une part, et de déplacer les enjeux sanitaires du terrain de l'alimentation vers des terrains qui n'en relèvent pas¹⁵.

¹⁴ Voir : <https://alimentation-sante.org/conference-ffas-la-diversite-alimentaire-introduction/>

¹⁵ <http://www.lemangeur-ocha.com/ouvrage/mieux-manger-pour-marquer/>

Document 7 : Publication OCHA sur Activité physique et santé

The screenshot shows the OCHA website interface. At the top, the OCHA logo is displayed with the text 'observatoire Cniel des Habitudes Alimentaires' and the website URL 'www.lemangeur-ocha.com'. Navigation links for 'Actualités', 'Agenda', and 'Comité scientifique de l'Ocha' are visible. Below the navigation bar, there are three main menu items: 'ACCES PAR THÈME', 'QUOI DE NEUF SUR L'OCHA', and 'BASE DE CONNAISSANCES Recherche avancée'. A search bar labeled 'Rechercher' is also present. The main content area is titled 'OUVRAGES' and features a book recommendation for 'Mieux manger pour marquer!'. The book cover shows a soccer player and the text '13 champions'. The description states: 'Le monde du football encourage depuis longtemps les hommes et les femmes de tous âges à pratiquer une activité physique. Il veut maintenant également les inciter à manger mieux.' Below this, it mentions that the book is about football and food, and was conceived to raise awareness among young people about healthy eating and physical activity. A quote from the book is also included: '« Un style de vie sain est aussi basé sur une nourriture saine. » Ce message est transmis par un groupe de treize footballeuses et footballeurs internationaux, de nationalités et de cultures diverses, qui présentent leurs plats préférés.' To the right of the book recommendation, there is a section for 'L'AUTEUR DU JOUR' featuring a portrait of Jean-Löic Le Quellec, a prehistorian and anthropologist, and a link to 'CONTACTER L'ESPACE PRESSE'.

Source : *Ouvrage publié par l'observatoire OCHA*

Finalement, les acteurs de la filière luttent contre des actions en matière de politique nutritionnelle qui leur sont défavorables en essayant de recentrer le débat sur les besoins nutritionnels moyens à la place des questions relatives aux risques que certains aliments présentent pour la santé. Ainsi lors des débats sur les repères nutritionnels pour la période 2017-2021, la filière laitière, via le Cniel, met en cause les recommandations du HCSP du fait qu'elle n'aurait pas pris en compte lors de sa décision les besoins nutritionnels moyens en calcium. En d'autres termes, selon le Cniel réduire la consommation de produits laitiers de trois à deux par jour entrainerait des carences en calcium. Cet argument implique ou assume que le rôle du HCSP est, entre autres, d'assurer les besoins nutritionnels moyens de la population. Cependant, les responsables des questions nutritionnelles au sein du HCSP considèrent que leur rôle est d'étudier les liens entre aliments et maladies chroniques (cf. Document 8).

Document 8 : Lettre du CNIEL au Directeur général de la santé



Monsieur Jérôme SALOMON
Directeur Général de la Santé
Ministère des Solidarités et de la Santé
14 avenue Duquesne
75 350 PARIS

Paris le 9 février 2018,

Monsieur le Directeur Général,

Dans un récent courrier je vous ai informé de nos échanges avec votre prédécesseur et des questions que posent à la filière laitière l'avis consultatif du HCSP relatif à la révision des repères alimentaires pour les adultes du futur Programme National Nutrition Santé. J'ai reçu depuis un courrier de votre Direction daté du 11 janvier 2018.

Ce dernier aborde les trois points de litiges que soulève cet avis :

- la mention sanitaire associant produits laitiers et contaminants chimiques,
- l'absence de références scientifiques ayant accompagné la publication de l'avis pour justifier la proposition de réduction du repère de consommation des produits laitiers,
- la difficulté de ce nouveau repère à couvrir les besoins de la population en calcium.

La demande de retrait de la mention sanitaire (« compte tenu des risques liés aux contaminants, veiller à varier les produits laitiers ») reste sans réponse. Je ne peux que renouveler ma demande de consultation de l'Anses qui possède tous les éléments pour démontrer que cette allégation n'est pas justifiée. Je ne peux pas croire que les Pouvoirs Publics entendent participer sciemment à la dégradation de l'image des produits laitiers si une telle mention dénuée de fondement scientifique devait figurer dans la communication de Santé Publique France.

Le Cniel a étudié attentivement les 16 références scientifiques postérieures à l'analyse bibliographique de l'Anses, et étayant en partie l'avis du HCSP. Je vous remercie de cette bibliographie mais, pour les raisons synthétisées en annexe à ce courrier, elle ne permet pas de justifier scientifiquement les divergences de conclusions entre l'Anses et le HCSP.

Enfin, le Cniel a fait la démonstration que la couverture des besoins de la population en calcium ne serait plus assurée si le repère de consommation des produits laitiers du PNNS devait baisser. Je comprends de la réponse de vos services qu'il ne s'agirait plus d'un objectif prioritaire de la nouvelle politique nutritionnelle de santé, ce que la filière laitière regrette.

Je reste à votre disposition pour échanger et reprendre ce dossier avec vous. Dans cette attente, je vous prie d'agréer, Monsieur le Directeur Général, l'expression de mes sincères salutations.

Thierry ROQUEFEUIL
Président

Centre National Interprofessionnel de l'Economie Laitière
Association Loi 1901 n° 74/489
42 rue de Châteaudun – 75314 PARIS CEDEX 09 – Tél : 33 (0)1 49 70 71 11 – www.cniel.com

Source : Archives personnelles d'un des chercheurs interviewés

2.1.2 Les acteurs des pratiques cognitives de la filière laitière

Les acteurs collectifs

Dans la filière laitière, les activités politiques de nature cognitive sont essentiellement le fait de *think tanks*, c'est-à-dire d'organismes créés ou financés par des entreprises du secteur avec pour objectif de produire des idées, des arguments, des thèmes utiles aux intérêts de l'industrie. Le nombre de *think tanks* intervenant au sein de la filière est particulièrement important puisque l'enquête a permis d'identifier dix-huit *think tanks* actifs dans le domaine des pratiques cognitives (cf. Tableau 2). Certaines entreprises et organisations de représentation d'intérêts mettent aussi en œuvre des pratiques cognitives de façon autonome, sans passer par des organismes spécialisés. Elles sont néanmoins bien moins nombreuses que les *think tanks*. Plus précisément, sept entreprises et cinq organisations de représentation des intérêts de la filière laitière développent aussi ce type de pratiques (cf. Tableau 2).

Dans le groupe des *think tanks* chargés de développer des pratiques cognitives, peuvent être distingués ceux qui sont créés et dirigés par une entreprise ou une organisation interprofessionnelle et ceux dont l'origine et la gouvernance associent plusieurs entreprises ou des acteurs issus d'autres univers sociaux. Dans la première catégorie figurent le CERIN, l'Institut Danone, la Fondation Nestlé, l'Institut Olga Triballat, le Nestlé Institute of Health Science, le Nestlé Nutrition Institute, le Nutricia Research, le Nestlé Nutripro, l'OCHA et l'Unilever Pro Nutrition. Dans la seconde catégorie peuvent être mentionnés le FFAS, la Chaire Unesco Food, le Collectif pour le Petit Déjeuner, le Collectif de lutte contre la Dénutrition, la Fondation pour l'innovation et la transmission du goût (FITG) et la Chaire Anca de l'AgroParisTech.

Tableau 2 : Les acteurs des pratiques cognitives

Entreprises	Representants intérêts	Think tanks
Groupe Bel	CNIEL	Fondation Bel
Triballat	FNIL	CERIN
Ingredia Propsérité Fermière	FNPL	Chaire Anca
Lactalis	Syndifrais	Institut Danone
Triskalia	FCD	FFAS
Auchan		Fondation Nestlé
Danone		Institut Olga Tribalat
		Nestlé Health Science
		Nestlé Nutrition Institute
		Nutricia Rserach
		Nestlé Nutri Pro
		OCHA
		Unesco Chair Food
		Unilever Pro Nutrition
		Think tank Agroalimentaire
		Collectif du Petit Déjeuner
		Collectif Lutte Contre Dénutrition
		Fondation pour l'innovation et la transmission du gout (FITG)

Source : Auteurs

Les activités mises en œuvre par chaque type d'organisations sont différentes, et traduisent une forme de division du travail politique. Certaines organisations sont tout d'abord impliquées dans la production de connaissance, d'ignorance et de doute à travers la mobilisation de travaux

scientifiques de haut niveau, produits par des chercheurs employés par les *think tanks* spécialisés ou associés à leurs comités d'experts. Cette catégorie d'organisations comprend, nous l'avons indiqué, le CERIN, l'Institut Danone, l'Institut Olga Triballat, le Nestlé Institute of Health Science, le Nestlé Nutrition Institute, le Nutricia Research institute, le Nestlé Nutri pro et Unilever pro nutrition santé.

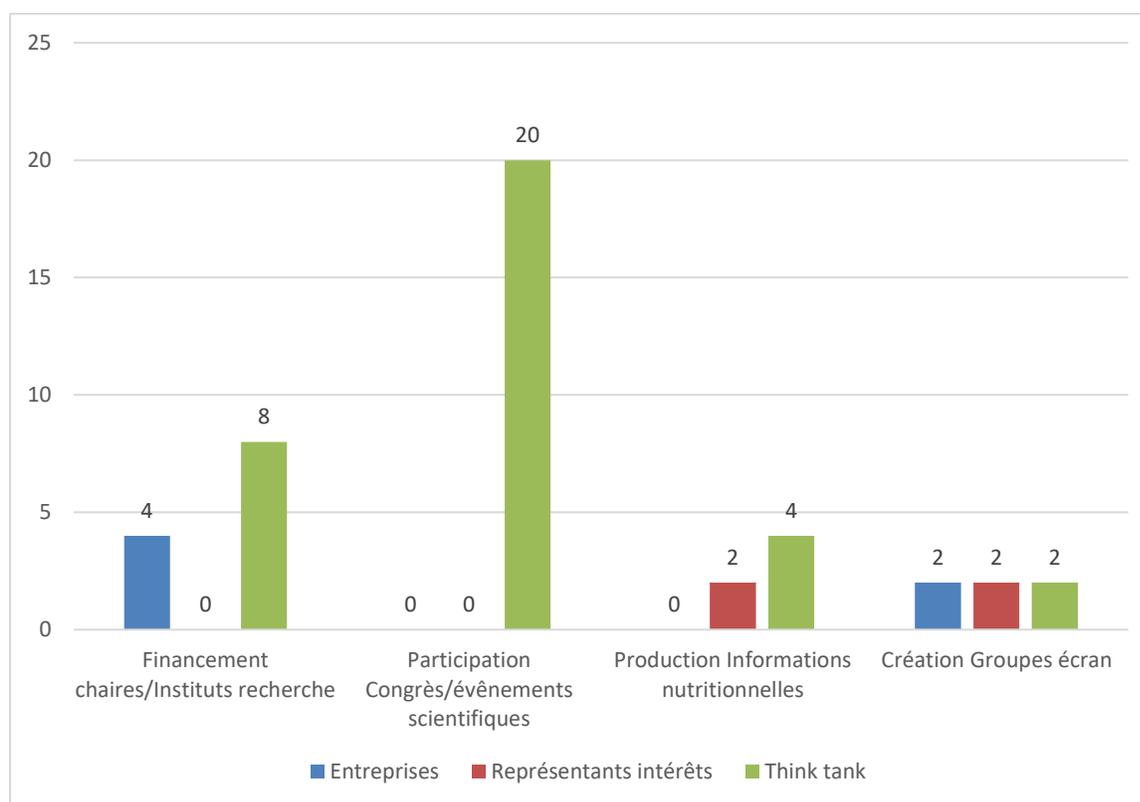
D'autres organisations sont impliquées dans la promotion de thématiques alternatives permettant de « recadrer le débat ». On trouve dans cette seconde catégorie d'organisations, le FFAS, la Chaire Unesco Food, le Collectif pour le Petit Déjeuner, le Collectif de lutte contre la Dénutrition, la Fondation pour l'innovation et la transmission du goût (FITG), la Chaire Anca de l'AgroParisTech et l'OCHA. Ces organisations participent à l'organisation de conférences, de débats et d'activités d'intervention sociale, qui conduisent souvent à promouvoir des thématiques alternatives appréciées par le secteur laitier, comme le plaisir et la convivialité liés à l'acte de manger comme vecteurs de santé, la diversité alimentaire comme clé de la bonne santé, le problème de la malnutrition et la précarité en France comme éléments des politiques alimentaires, et enfin l'éducation au goût comme clef des comportements alimentaires sains.

Parmi le groupe d'organisations chargées de promouvoir ces questions, l'OCHA, comme cela a déjà été mentionné, est un observatoire créé et dirigé par le secteur interprofessionnel laitier, tandis que les autres organisations associent d'autres acteurs économiques. La Chaire Anca est une chaire universitaire financée par Danone en collaboration avec l'équipe de recherche en physiologie nutritionnelle et comportement alimentaire d'AgroParisTech à Paris. Cette chaire est impliquée dans la promotion de l'éducation au goût. La Fondation pour l'innovation et la transmission du goût est aussi chargée de promouvoir cette thématique. Le FFAS est une structure mixte en termes de gouvernance, et associe des scientifiques, des entreprises agroalimentaires et des représentants des autorités publiques. Le FFAS participe aux activités de recadrage du débat par le biais de conférences, de publications et de financement de projets d'intervention sociale. La Chaire Unesco Food de Montpellier AgroSup joue un rôle similaire à celui du FFAS mais, tout en étant plus spécialisé dans les questions relatives au système alimentaire mondial et à sa durabilité.

Le Collectif du Petit déjeuner est une organisation essentiellement créée et dirigée par des acteurs interprofessionnels liés aux produits du petit déjeuner (pain, céréales, jus, lait). Cette organisation promeut aussi la thématique de l'éducation au goût et ainsi que le thème du plaisir lié à l'acte de manger comme levier d'une bonne santé. Enfin, le Collectif de lutte contre la dénutrition est une organisation surtout composée d'experts en nutrition et en santé ainsi que de représentants des autorités publiques mais qui compte sur l'appui FFAS. L'objectif de cette organisation est de sensibiliser les pouvoirs publics et la société au problème de la malnutrition en France.

La plupart des activités cognitives sont menées par les *think tanks* que nous venons d'étudier. Le rôle des entreprises et des représentants d'intérêt dans ces activités est essentiellement centré sur le financement de chaires universitaires et d'instituts de recherche ou le soutien, souvent financier, d'organismes extérieurs dont la mission est de promouvoir des thématiques d'intérêt pour le secteur (voir graphique 2).

Graphique 2 : Nombre d'activités d'ordre cognitif par type acteur et par type de pratique

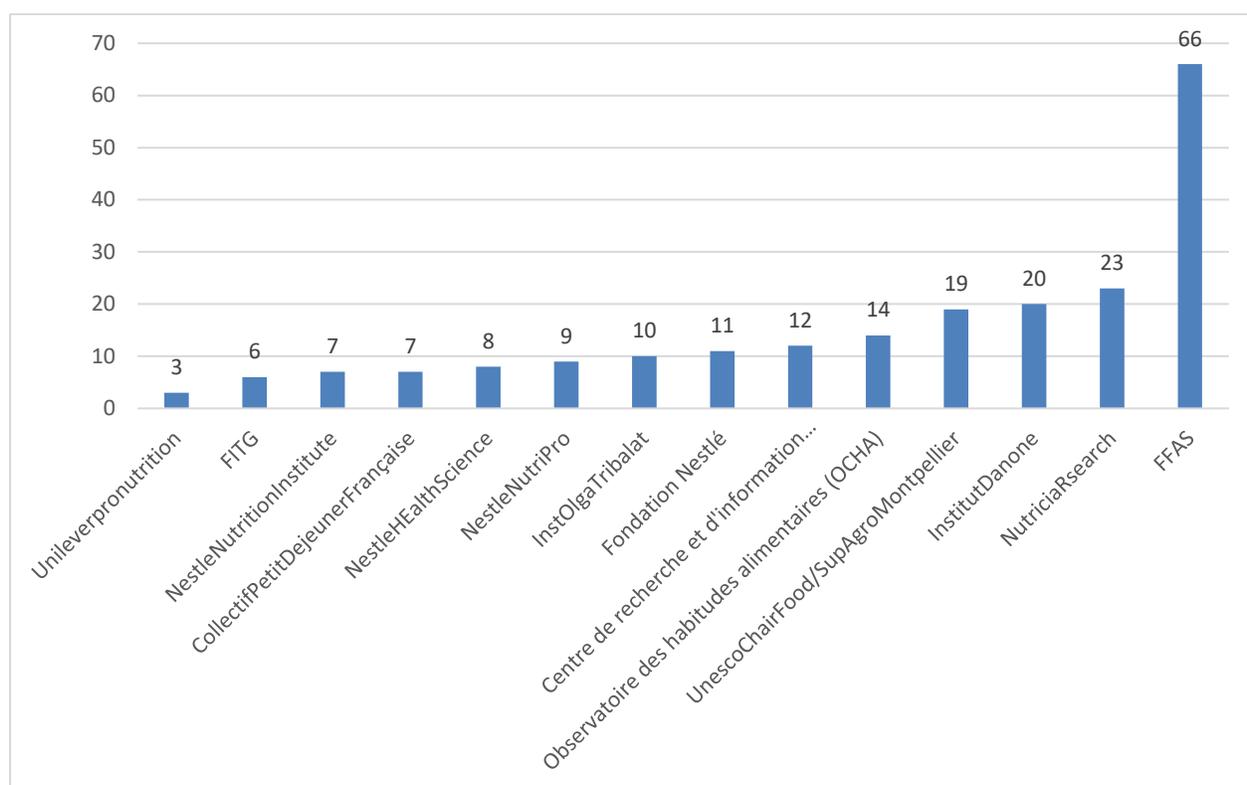


Source : Auteurs

Une analyse détaillée des *think tanks* apporte des éléments complémentaires. L'importance des *think tanks* peut être estimée quantitativement à partir du nombre de relations institutionnelles de chacun d'entre eux, en tenant compte des acteurs qui les financent, les dirigent ou les gouvernent, ainsi que du nombre de liens générés par ces *think tanks* (liens avec des scientifiques, des institutions étatiques, etc.). Le FFAS est de loin le *think tank* qui concentre le plus grand nombre

de liens, entrants et sortants. Un deuxième élément à souligner est l'importance de deux *think tanks* liés à Danone, *Nutricia research* et l'Institut Danone. Enfin, deux *think tanks* de l'interprofession laitière arrivent en troisième position, le CERIN et l'OCHA (cf. Graphique 3).

Graphique 3 : Nombre de liens entrant et sortant des think tanks

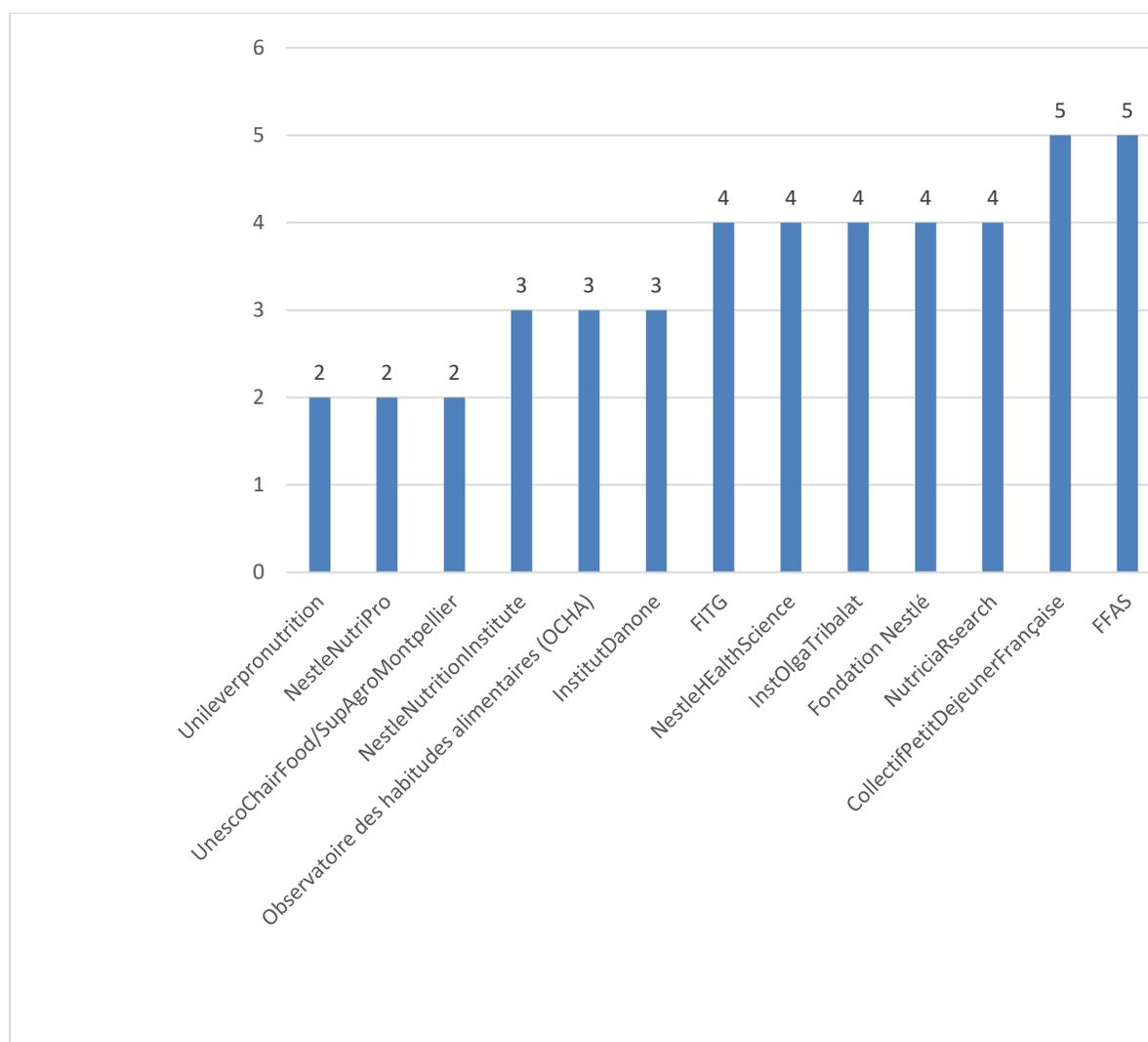


Source : Auteurs

Si l'on passe de la centralité des *think tanks* à la diversité de leurs liens (cf. Graphique 4), c'est-à-dire le nombre d'univers sociaux avec lesquels ils interagissent, le FFAS apparaît toujours en tête de liste. Apparaissent aussi des acteurs tels que le Collectif pour le petit déjeuner à la française, la Fondation Nestlé ou la Fondation pour l'innovation et la transmission du goût. Ces *think tanks* génèrent non seulement des produits cognitifs mais développent aussi des pratiques d'intervention sociale dans le domaine de la nutrition, qui leur permettent de diversifier le type d'acteurs avec lesquels ils travaillent. La fondation Nestlé, par exemple, accorde des subventions

destinées à promouvoir des thèmes liés aux dimensions sociologiques de l'alimentation. Elles lui permettant d'entrer en contact avec des scientifiques, qu'elle associe à son comité d'experts. Parallèlement, elle signe des accords avec l'Education nationale pour participer à des programmes d'intervention dans les écoles en matière d'éducation alimentaire et au goût.

Graphique 4 : Diversité d'univers sociaux investis par les think tanks



Source : Auteurs

Les acteurs individuels

Pour assurer une présence dans le champ scientifique, les acteurs du secteur agroalimentaire s'appuient sur des experts académiques qui agissent comme intermédiaires entre le monde économique et celui de la recherche. Ces « scientifiques intermédiaires » permettent aux acteurs économiques de prendre connaissance de savoirs contradictoires ou de se renseigner sur des controverses scientifiques. Une bonne connaissance de ces débats peut permettre de produire une critique de certains travaux jugés défavorables à partir de travaux contradictoires, ou en mettant en avant le caractère non abouti des débats et le caractère incertain des conclusions. La fréquentation de ces espaces intermédiaires permet aussi aux acteurs économiques de solliciter des chercheurs pour écrire des tribunes favorables aux intérêts industriels dans les organes de communication de l'industrie ou sur d'autres types de supports.

Dans le cadre de l'enquête, nous avons identifié quatre-vingt-sept scientifiques et/ou praticiens hospitaliers ayant au moins un lien institutionnel formel avec des acteurs de la filière, en tant que membres officiels d'instances de gouvernance créées, dirigées et/ou financées totalement ou partiellement par ces acteurs. Ces scientifiques siègent le plus souvent dans des comités d'experts ou des comités scientifiques d'organisations ayant un lien institutionnel ou financier avec des entreprises ou des organisations de représentation d'intérêts. Soulignons à nouveau que ces liens ne prennent pas en compte les financements de projets de recherche, par ailleurs très nombreux. Faute de données publiques, ne sont pas non plus pris en compte les comités d'experts et les comités scientifiques mis en place par des acteurs industriels eux-mêmes, leur composition n'étant généralement pas publique.

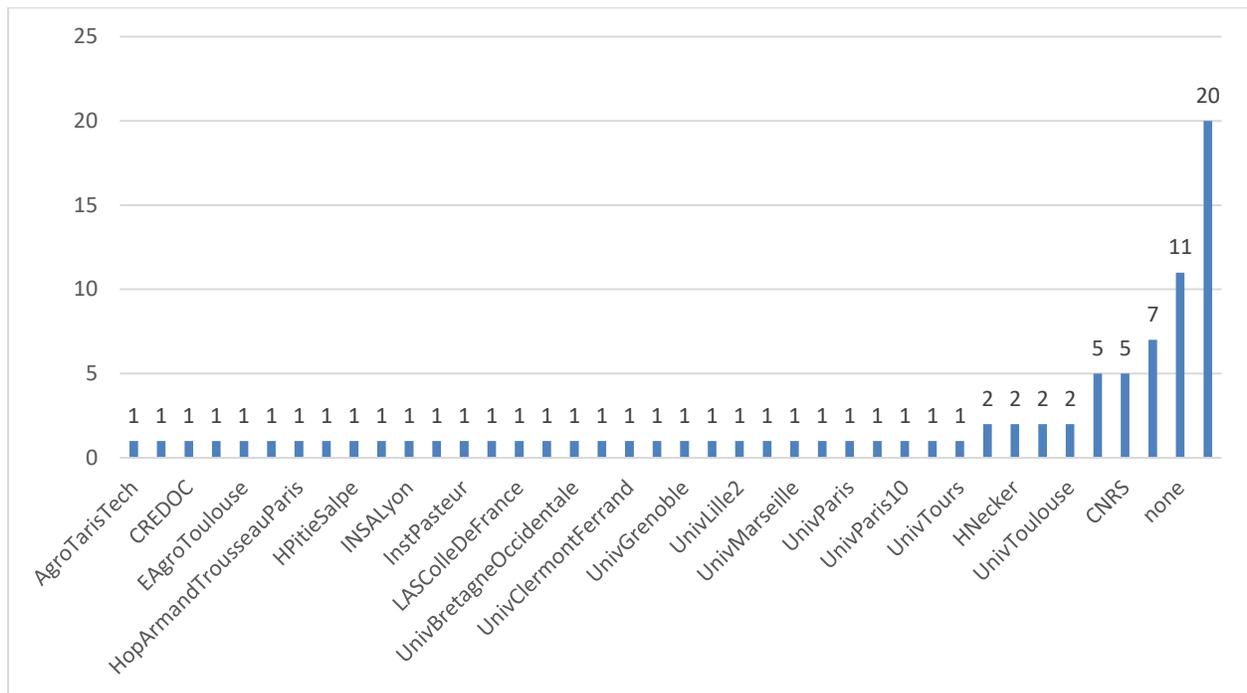
La grande majorité de ces scientifiques (74/87) exercent à titre professionnel dans des institutions publiques de recherche. Onze n'ont pas d'institution de rattachement académique. Il s'agit de sociologues indépendants, d'écrivains ou de nutritionnistes exerçant en libéral. Enfin, dans deux cas il s'agit de chercheurs exerçant dans des institutions de recherche d'un type particulier : le CREDOC et l'Institut Pasteur de Lille. Le premier est un organisme d'études placé sous la tutelle du ministère chargé de la consommation, principalement financé par des contrats privés, et n'a pas le rang d'organisme de recherche. Le second est une fondation de droit privé impliquée dans la recherche médicale.

Le nombre d'universités et de centres de recherche auxquels appartiennent les scientifiques identifiés est très important. Au total, nous avons identifié trente-neuf universités et centres de recherche (cf. Graphique 5). Les cinq institutions les plus représentées en termes de nombre de scientifiques ayant des liens institutionnels avec des acteurs du secteur laitier sont, par ordre d'importance, l'INRA (20 scientifiques), SupAgro Montpellier (7 scientifiques), le CNRS (5) et le Cirad (5).

En ce qui concerne les disciplines académiques d'appartenance des chercheurs identifiés, cinq grandes catégories peuvent être distinguées (cf. Graphique 6). La première catégorie, la plus représentée puisqu'elle regroupe trente chercheurs de notre échantillon est la biochimie et la médecine. Cette catégorie comprend des scientifiques spécialisés en physiologie nutritionnelle, qui étudient les mécanismes biologiques de la métabolisation des nutriments et leurs effets sur la santé. Le deuxième groupe disciplinaire le plus représenté (n=20) est constitué par les sciences humaines et, plus particulièrement, la sociologie, la psychologie, l'anthropologie et l'éthique. Ce sont les experts qui travaillent sur les dimensions socioculturelles de l'alimentation et des comportements alimentaires. Le troisième groupe disciplinaire est constitué des connaissances économiques et géographiques. Il regroupe seize experts du système alimentaire en tant qu'activité productive et commerciale.

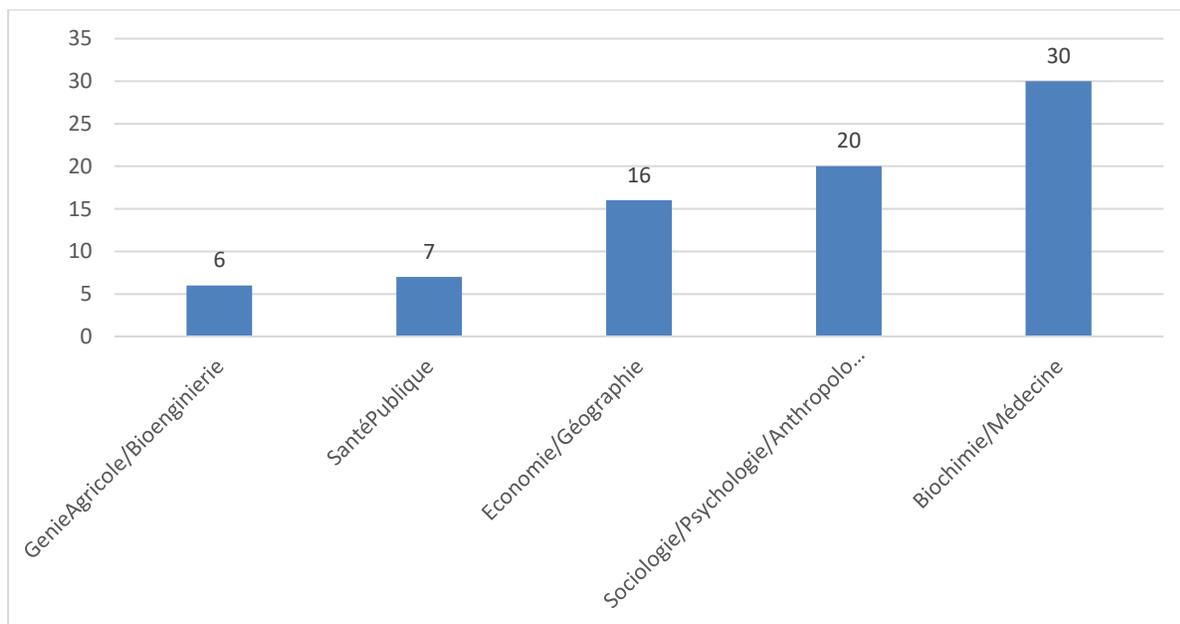
Les disciplines les moins représentées parmi les experts liés au secteur laitier sont les chercheurs en santé publique, plus particulièrement les experts en épidémiologie. Il est intéressant de mentionner que parmi les 87 chercheurs identifiés liés au secteur laitier, plus de la moitié (n=45) ont ou ont récemment eu des responsabilités de direction d'institutions académiques. Le secteur laitier n'est pas seulement sensible aux connaissances scientifiques mais aussi au pouvoir institutionnel des chercheurs dont il s'associe la collaboration.

Graphique 5 : Nombre chercheurs par institution académique



Source: Auteurs

Graphique 6 : Nombre chercheurs par spécialité disciplinaire



Source : Auteurs

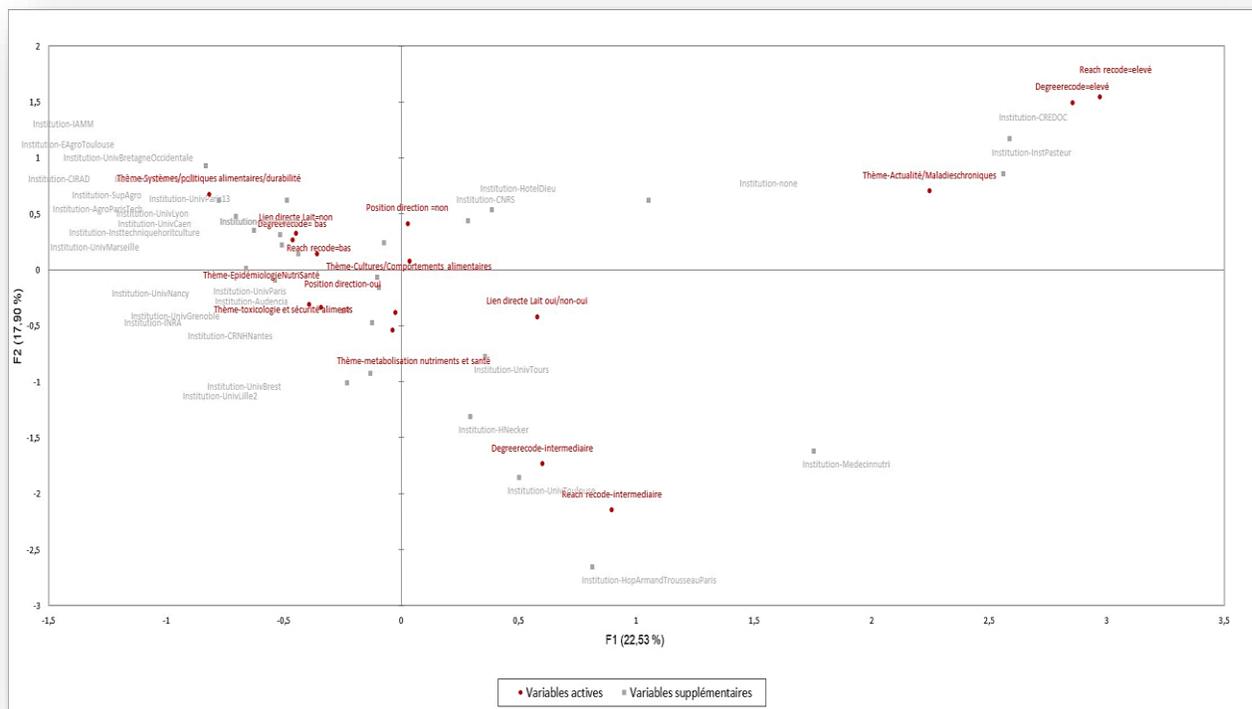
Une analyse de correspondances multiples (ACM) de l'ensemble des experts identifiés permet d'élaborer une catégorisation assez complète de ces experts. Cette ACM a été réalisée sur la base de cinq variables. Trois variables font référence aux profils professionnels et aux types de relations des experts avec l'industrie laitière. Plus spécifiquement, sont prises en compte la spécialité scientifique des experts, leur position institutionnelle au sein des instances académiques (s'ils occupent ou non un poste de direction) et leur appartenance ou non à un comité d'experts d'un *think tank* directement lié au secteur laitier. Les deux autres variables font référence au profil relationnel des experts en tant que membres du réseau d'acteurs. Plus spécifiquement, sont pris en compte le degré de centralité et de connectivité des experts au sein du réseau d'acteurs. Le degré de centralité fait référence au nombre de liens d'un acteur au sein du réseau. Ces liens peuvent être entrants, lorsque d'autres acteurs entrent en contact avec l'expert, ou sortants lorsque l'expert contacte d'autres acteurs. Le degré de connectivité fait référence au pourcentage du réseau couvert par les liens associés à un acteur. L'ACM permet de distinguer trois groupes d'experts aux profils et aux activités relativement distincts.

Les modalités des variables regroupées à l'extrême droite du premier axe du graphique symétrique de l'ACM font apparaître un premier élément d'observation intéressant (cf. Graphique 7). Une corrélation apparaît entre le fait d'être un expert travaillant dans une institution dépendant

fortement de financement externes (CREDOC, Institut Pasteur de Lille) ou un expert travaillant comme professionnel libéral (institution- none) et les degrés élevés de centralité et de connectivité dans le réseau (modalités : Degree recode : élevé, reach recode = élevé). En d'autres termes, dans notre échantillon, les individus ayant le moins d'ancrage institutionnel dans les institutions scientifiques publiques ont le plus de liens avec les autres acteurs du réseau. Ces experts intermédiaires se caractérisent en outre par une forte présence dans les médias et par un faible degré de spécialisation thématique. Ces experts peuvent donner un avis sur une multitude de sujets liés à la nutrition et sont très prolixes sur leur exposition médiatique (thème= actualité/maladies chroniques). Même si ces informations consistent en une série de corrélations statistiques, et non des liens de causalité, elles semblent confirmer le fait que moins les experts disposent d'autonomie dans le domaine de la nutrition, plus ils sont associés à des acteurs d'autres univers sociaux, notamment économiques, et plus ils ont tendance à jouer le rôle de représentant médiatique du secteur industriel.

Ce premier profil d'experts se distingue nettement d'un groupe de chercheurs se trouvant à l'extrémité gauche du premier axe du graphique symétrique. Ces derniers ont par opposition le degré le plus faible de centralité et de connectivité au sein du réseau et occupent des positions plus marginales en tant qu'intermédiaires entre les espaces scientifique, économique, étatique et médiatique. Finalement, un troisième groupe d'experts se situe plutôt en bas de l'axe 2 du graphique symétrique. Cette partie de l'axe indique une corrélation entre les degrés intermédiaires de centralité et de connectivité dans le réseau, la présence de positions de direction dans le monde universitaire et une spécialisation thématique dans le domaine de la médecine et de la nutrition du point de vue de la physiologie nutritionnelle. En d'autres termes, cette partie du graphique symétrique indique l'existence d'un groupe d'acteurs académiques ayant un fort poids institutionnel dans le domaine scientifique et médical et des liens importants avec les acteurs du secteur laitier. Ces éléments nous suggèrent l'importance que la création de liens avec le secteur laitier peut avoir pour le fonctionnement d'unités publiques de recherche à dominante médicale. Ces acteurs circulent beaucoup moins intensément que les acteurs du premier groupe dans le réseau d'acteurs généré par le secteur laitier. Enfin, bien qu'ils ne relèvent pas de spécialités médicales ou de la nutrition, deux sociologues ont des profils comparables aux experts de ce troisième groupe : ils occupent ou ont récemment occupé des positions institutionnelles dans le monde académique, siègent dans les comités d'experts des organes dirigés par des acteurs du secteur laitier, et ont un degré important de centralité et de connectivité dans le réseau d'acteurs.

Graphique 7 : Graphique symétrique axes 1 et 2 (F1 et F2 : 40,43%)



Source : Auteurs

Au-delà des liens entre ces experts et des acteurs économiques de la filière laitière, il importe de souligner que les acteurs économiques impliqués dans des activités politiques d'ordre cognitif au sein de la filière laitière associent à leur fonctionnement, très souvent dans des fonctions de direction, des personnels disposant d'une formation académique de haut niveau. Ces professionnels peuvent se prévaloir de doctorats d'universités prestigieuses, dans les domaines de connaissance intéressant les *think tanks* au sein desquels ils travaillent. La directrice de l'OCHA est par exemple une anthropologue dont la thèse a été soutenue à l'EHESS. Elle a opté pour ces fonctions après avoir été classée seconde à un concours d'entrée au CNRS pour lequel il n'existait qu'une seule place. Le CERIN, de son côté, compte dans son équipe un docteur en nutrition de l'Université de Columbia aux USA. Ces exemples pourraient être multipliés. Ce type de profils professionnels à la tête des *think tanks* est un élément clé pour comprendre leur fonctionnement. D'une part, le fait que les professionnels en charge des *think tanks* aient une

formation académique confère une légitimité scientifique de grande valeur à une institution dont le rang académique est presque nul. D'autre part, ces professionnels disposent d'un réseau de contacts dans le monde académique qui leur permet de multiplier les liens entre les *think tanks* et le monde scientifique. Troisièmement, ces professionnels connaissent les codes de l'univers scientifique, son langage et ses logiques. Ils sont aussi familiers de ses traditions et de ses controverses, de ses chapelles et de ses spécialités, ainsi que des épistémologies des disciplines avec lesquelles ils agissent. Ces acteurs jouent un rôle essentiel dans l'établissement et la stabilisation de relations régulières entre acteurs économiques et scientifiques.

2.2 Les activités d'ordre relationnel de la filière laitière

Les activités politiques d'ordre relationnel font référence aux pratiques qui visent à augmenter la recevabilité des arguments produits par l'industrie à travers le déploiement de relations auprès d'acteurs impliqués dans la décision publique en matière nutritionnelle et alimentaire. Elles se traduisent concrètement par des relations directes, susceptibles d'être observées, avec des acteurs impliqués dans la décision publique, au sein de diverses institutions, aussi bien législatives qu'exécutives. Cette section présente et caractérise ces pratiques relationnelles en fonction de leur relative spécificité et de leur intensité, telles qu'elles ont pu être observées au cours de l'enquête. Il met aussi en relation ces pratiques avec les entreprises qui les mettent en œuvre, avec des degrés variables d'implication dans ce type d'activités relationnelles.

2.2.1 Les modalités des activités politiques de représentation d'intérêts

Comme cela avait été établi dans la cartographie des activités politiques dans le secteur agroalimentaire en France, les pratiques relationnelles peuvent être divisées en trois groupes de pratiques (cf. tableau 3). Un premier groupe de pratiques concentre les activités visant à faire circuler les prises de positions des acteurs du secteur auprès d'élus et d'autres acteurs de la décision publique (« mise en circulation des prises de position »). Un deuxième groupe de pratiques renvoie à des activités visant à construire des alliances avec d'autres acteurs, en dehors du champ politique, afin de créer des rapports de forces favorables à l'industrie (« création d'alliances »). Enfin, un troisième groupe de pratiques associe les activités à travers lesquelles des acteurs économiques cherchent à se substituer plus radicalement aux acteurs politiques, en mettant eux-mêmes en œuvre des formes d'action publique (« substitution au politique »). Les

trois modalités d'activités politiques relationnelles sont présentes dans la filière laitière, avec des degrés variables d'implication de certains acteurs.

Tableau 3: Activités politiques relationnelles

Modalités	Activités	Acteurs dédiés
a. Faire circuler les énonc	<ul style="list-style-type: none"> Écrire aux décideurs Fixer des rendez-vous politiques Participer aux auditions parlementaires Siéger dans les instances dédiées Participer aux groupes de concertation Organiser des évènements (salons...) Organiser des visites (usines...) Financer des clubs parlementaires Embaucher des acteurs décisionnaires Relations publiques (avantages, cadeaux...) 	<ul style="list-style-type: none"> Entreprises, Organismes représentants d'intérêts, Responsables affaires réglementaires, Responsables affaires publiques
b. Création d'alliances	<ul style="list-style-type: none"> Alliances avec d'autres acteurs économiques Partenariats de formation des métiers de bouche Organisation de concours professionnels Partenariats avec l'Éducation nationale Partenariat avec des ONG (<i>Healthwashing</i>) Publi-rédactionnel en presse écrite Soutien à des émissions audiovisuelles Voyages de presse thématiques 	<i>Idem</i>
c. Substitution du politique	<ul style="list-style-type: none"> Autorégulation Pressions directes sur des décideurs Activités législatives (rédaction amendements, propositions de loi, animation parlementaire) Activités d'intérêt général (équipements et événements sportifs, animation en cantines, programmes de sensibilisation...) 	<i>Idem</i>

Source : Benamouzig et Cortinas 2019

Mise en circulation des positions et des savoirs dans les arènes de décision

La mise en circulation de prises de positions, d'arguments ou de savoirs favorables aux intérêts industriels est réalisée au sein de cinq espaces politiques différents. En premier lieu, des acteurs de la filière ou leurs représentants sont actifs à l'Assemblée nationale. Cette présence donne lieu à des rencontres ou des réunions avec des députés ou des membres du gouvernement présents à l'Assemblée nationale. Le registre de la Haute autorité pour la transparence de la vie publique fait apparaître vingt-quatre acteurs différents liés au secteur laitier¹⁶. Cette liste regroupe les organisations patronales représentant les différents segments de la filière laitière, les entreprises du secteur ainsi que les acteurs de la grande distribution (cf. tableau 4). Dans cette liste, la présence de groupes coopératifs apparaît très minoritaire au regard de la présence des grandes entreprises multinationales. En deuxième lieu, les acteurs du secteur sont aussi présents dans des instances étatiques sectorielles, au sein desquelles ils siègent : le Conseil national de la consommation, le Conseil national de l'alimentation, l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES) et le Groupement d'Etude des Marchés en Restauration Collective et de Nutrition (GEMRCN). Dans ces quatre instances, seules des organisations de représentation d'intérêts sont officiellement présentes (cf. tableau 4).

Tableau 4 : Acteurs présents dans les instances étatiques

Organisations filière laitière	Type acteur source	Assemblée nationale	CNA	CNC	ANSES	GEMRCN
Alliance 7	Représentants Intérêts	X				
ANIA	Représentants Intérêts	X	X	X	X	X

¹⁶ <https://www.hatvp.fr/le-repertoire/>

Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Représentants Intérêts	X				
Association transformateurs du lait (ATLA)	Représentants Intérêts	X				
Auchan	Entreprise	X				
Carrefour	Entreprise	X				
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Représentants Intérêts	X				
Confédération paysanne	Représentants Intérêts	X	X	X		
Coop De France Métiers du lait	Représentants Intérêts	X	X			
Coordination Rurale	Représentants Intérêts	X	X			
Danone	Entreprise	X				
E. Leclerc	Entreprise	X				
FCD	Représentants Intérêts	X		X	X	
Fédération national éleveurs de chèvres	Représentants Intérêts	X				
Fédération Nationale de l'industrie laitière (FNIL)	Représentants Intérêts	X				
Fédération nationale des producteurs de lait (FNPL)	Représentants Intérêts	X				
FNSEA	Représentants Intérêts	X	X	X	X	
GECOfoodservices	Représentants Intérêts	X				X
Groupe Bel	Entreprise	X				
Lactalis	Entreprise	X				

Les Mousquetaires	Entreprise	X				
Nestlé	Entreprise	X				
Sodiaal Union	COOP	X				
Syndifrais	Représentants Intérêts	X				
Système U	Entreprise	X				

Source : Auteurs

Les acteurs du secteur laitier utilisent également des arènes moins formelles pour communiquer leurs arguments et positions. Différents syndicats professionnels invitent par exemple le ministre de l'Agriculture et d'autres personnalités politiques à leurs assemblées générales, dîners annuels et autres événements réguliers. Le deuxième canal par lequel les acteurs du secteur entrent en contact avec le personnel politique est le club parlementaire connu sous le nom de « Club de la table française ». Créé en 2009 par l'agence de relations publiques Com'Publics, cet organisme est chargé d'organiser des dîners, des déjeuners et des petits-déjeuners au cours desquels des parlementaires et des membres du gouvernement sont invités à échanger sur des sujets liés à l'alimentation, à la nutrition, à la gastronomie ou aux enjeux des politiques alimentaires. Selon les rapports de la Haute autorité pour la transparence de la vie publique, ce club, financé, entre autres acteurs de la filière, par la FNSEA, Nestlé et la Fédération des fromagers de France, comptait en son sein 304 députés en 2016. Il est activement animé par la Sénatrice de Paris Catherine Dumas et par le député de Charente-Maritime Jean-Philippe Ardouin, souvent cités au cours de l'enquête comme des relais importants des intérêts de la filière auprès des parlementaires et du gouvernement.

Parmi les événements organisés par ce club, deux thèmes sont abordés de manière régulière. Le premier concerne la relation entre l'alimentation et la santé (cf. Document 9) et le second se rapporte à la promotion de la gastronomie française. Le nombre et la qualité des participants aux différents événements du club ne laissent aucun doute quant à sa capacité à diffuser et à promouvoir les messages en direction du personnel politique. En 2019, y participent des dizaines de sénateurs et de députés ainsi que plusieurs ministres, comme le ministre de l'Agriculture, le secrétaire d'État auprès du ministre de l'Europe et des affaires étrangères ou le porte-parole du gouvernement. Dans cette activité menée par l'industrie alimentaire, et par le secteur laitier, pour promouvoir la gastronomie française en tant que patrimoine culturel par opposition à une approche strictement nutritionnelle des produits alimentaires,

Le club de la table française ne travaille pas de manière isolée auprès du personnel politique. Il travaille de conserve avec un groupe d'études créé en mai 2019 par des parlementaires : le groupe d'études « Gastronomie », que président les députés Fabrice Brun et Barbara Bassot Ballot (cf. Document 10). Plus modeste que le précédent, ce groupe compte 75 députés, issus de différentes familles politiques¹⁷. Son rôle est de promouvoir la gastronomie française et ses produits en tant que patrimoine national.

¹⁷ <https://www.nosdeputes.fr/organisme/groupe-d-etudes-gastronomie>

Document 9 : Petit-déjeuner organisé par le Club de la table française

juil 3 · 1 min de lecture



PETIT-DÉJEUNER DÉBAT SANTÉ ET ALIMENTATION

*Le 13 mars dernier Le **Cercle Prévention & Santé** et le **Club de la Table française** ont organisé un petit-déjeuner débat sur le thème "**Santé et alimentation : le rôle de la nutrition dans la prévention**" au **Café Louise**.*

Le Club de la Table française et le Cercle Prévention & Santé ont débattu sur le rôle de la nutrition dans la prévention autour de Laurent Duplomb, Sénateur de la Haute-Loire et Président du groupe d'études Agriculture et alimentation.



Merci à Barbara BESSOT BALLOT, Députée de la Haute-Saône; Jean-Marc BOYER, Sénateur du Puy-de-Dôme; Pierre CUYPERS, Sénateur de la Seine-et-Marne;; Michel DELPON, Député de la Dordogne et à Élisabeth LAMURE, Sénateur du Rhône d'avoir participé à cette rencontre.

Source : <https://www.clubtablefrancaise.fr/post/petit-déjeuner-débat-santé-et-alimentation>

Document 10 : Collaboration entre le Club de la table française et le groupe d'études « gastronomie »

avril 7 · 1 min de lecture

⋮

DÉJEUNER-DÉBAT: RENCONTRE AVEC LE GROUPE D'ÉTUDES "GASTRONOMIE"

Mis à jour : juin 18

À l'occasion de la création du groupe d'études "Gastronomie" à l'Assemblée nationale, le Club de la Table française a souhaité organiser une rencontre autour des co-président du groupe d'études: Barbara Bessot Ballot, Députée de Haute Saône et Fabrice Brun Député de l'Ardèche.

Mardi 4 juin 2019 de nombreux partenaires et parlementaires ce sont rassemblés à l'école FERRANDI Paris afin de débattre autour de la place de la gastronomie en France en présence de Catherine DUMAS, Sénatrice de Paris, et de Jean-Philippe ARDOUIN, Député de la Charente-Maritime.

Les thèmes abordés lors de cette rencontre furent nombreux tels que le classement du savoir-faire de la baguette au patrimoine immatériel de l'UNESCO, la place des Spiritueux et du Spiritourisme en France, l'avenir de la viande de porc, l'importance de la prise d'un petit-déjeuner chez les plus jeunes, la place du "bio" dans le marché française, l'importance des appellations afin de protéger les savoir-faire français...



Source: <https://www.clubtablefrancaise.fr/post/déjeuner-débat-rencontre-avec-le-groupe-d-études-gastronomie>

Création d'alliances hors du champ politique

Les activités politiques relationnelles donnent lieu à la création d'alliances. Deux principaux vecteurs permettent de les tisser. Un premier vecteur consiste à devenir un acteur de secteur de l'hôtellerie et de la restauration et à s'impliquer dans des actions de formation. A cet effet, les acteurs de la filière signent des conventions avec l'Education Nationale pour participer à la formation des apprentis des lycées professionnels dédiés à ces secteurs. Le CNIEL a signé une convention avec la Direction régionale de l'alimentation, de l'agriculture, et de la forêt (DRAAF) Grand Est et l'Académie de Strasbourg. Cet accord prévoit que le CNIEL mettra à la disposition de l'Académie une série de professionnels chargés de la formation autour de produits laitiers destinée aux apprentis cuisiniers, pâtisseries et restaurateurs de la région. Dans le même esprit, le CNIEL a signé en février 2019 un accord de collaboration avec l'Office national d'information sur les enseignements et les professions (ONISEP), organisme relevant du ministère de l'Éducation nationale, afin d'améliorer la connaissance de la filière laitière et de ses métiers auprès du grand public. Les acteurs de la filière lait financent directement des écoles de formation pour les professionnels de la restauration ou de l'hôtellerie. L'École Le Nôtre en est un bon exemple et compte parmi ses bienfaiteurs Lactalis et Candia.

Les acteurs économiques de la filière peuvent aussi participer à l'économie symbolique de la restauration, en s'associant à des concours professionnels reconnus. La coopérative Isigny-Sainte-Mère organise par exemple le concours du meilleur croissant de France en collaboration avec l'Association nationale des professeurs de boulangerie (cf. Document 12). A travers sa marque « Président », Lactalis participe régulièrement au prestigieux concours du « Meilleur ouvrier de France » (cf. Document 11). Un autre exemple d'alliance avec les corporations professionnelles de la restauration est la signature de contrats avec des chefs cuisiniers reconnus en vue de tels concours. Le concours annuel « Création de saveurs » associe dans cet esprit Lactalis, le chef étoilé Yannick Alléna et le prestigieux chef pâtissier Christophe Felder, qui le co-président. D'autres professionnels prestigieux comme la pâtissière Nina Métayer, Alexis Bouillet ou le cuisinier étoilé Christophe Coutanceau participent aussi à ce type d'évènements, qui scellent matériellement et symboliquement des alliances entre des acteurs économiques de la filière laitière et des acteurs, souvent prestigieux, de l'hôtellerie et de la restauration.

Document 11 : Participation du groupe Lactalis au concours du Meilleure ouvrier de France



De l'école aux étoiles,
Président Professionnel accompagne les chefs

Président Professionnel est un grand producteur de produits laitiers, mais c'est également un groupe stimulant le domaine de la gastronomie et encourageant les jeunes en organisant différents concours reconnus dans le domaine. Le partenariat entre Président Professionnel et la SniMOF s'est naturellement construit autour des liens forts avec la gastronomie et des valeurs de transmission et d'encouragement des jeunes générations dans la profession. Aujourd'hui les deux partenaires travaillent ensemble sur différents concours de cuisine (finale du concours MAF en cuisine, MOF au jury du concours Ecole étoile, etc.) et événements.

Actions passées :

- > Participation de plusieurs MOF aux jurys des concours organisés par Président Professionnel.
- > Fourniture de produits (beurre, différents types de crème, fromages, etc.) pour la finale nationale du concours Un des Meilleurs Apprentis de France en cuisine froide et pour les repas du jury des évaluations nationales du concours MAF pour métiers notés sur œuvre
- > Démonstrations de MOF et MAF sur le Salon Européen 2016



Source : Site web de Lactalis

Document 12 : Participation de l'entreprise Isigny-Sainte-Mère aux concours du secteur de la restauration



Source : Compte Twitter Isigny Sainte-Mère (@IsignySteMere)

Les acteurs de la filière laitière sont aussi soucieux de nouer des alliances auprès d'acteurs institutionnels extérieurs à leurs propres filières, dans les domaines de l'enseignement supérieur, du sport ou des politiques locales. Ces alliances favorisent la diffusion d'une image positive de la filière et de ses produits d'acteurs influents auprès de divers groupes sociaux, souvent implantés dans les territoires.

Lactalis est par exemple partenaire officiel de l'école de commerce de Nantes Audencia, où l'entreprise organise le *challenge* « Dareforgood » destiné à « réenchanter le lait ». La coopérative Isigny Sainte-Mère fait dans le même esprit partie du conseil d'administration de l'Université de Caen (cf. Document 13).

Document 13 : Partenariats Lactalis et Isigny-Sainte-Mère avec des universités régionales



Source : Comptes Twitter Audencia (@audencia) et Isigny Sainte-Mère (@IsignySteMere)

Comme de nombreuses autres entreprises agroalimentaires, les entreprises du secteur laitier sont aussi présentes dans le monde du sport, souvent au niveau local et régional, en parrainant des clubs, des fédérations ou des événements sportifs (cf. Document 14) :

Document 14 : Activités parrainage sportif des acteurs de la filière lait



Source : Comptes Twitter Isigny Sainte-Mère (@IsignySteMere) et Fromagerie de l'Ermitage (@ermitage)

Enfin, les acteurs du secteur créent des partenariats avec des autorités locales et régionales, en finançant des projets promus par ces acteurs institutionnels. L'un des objectifs des alliances avec des acteurs institutionnels locaux est la patrimonialisation des produits laitiers à travers la valorisation des produits alimentaires en « produits locaux », « régionaux » ou « nationaux ». Dans cet esprit, le Cniel a par exemple signé en avril 2019 un partenariat avec l'Assemblée des Départements de France et Radio France Bleu, afin qu'un producteur ou un artisan local puisse présenter des produits laitiers des régions traversées par le Tour de France (cf. Document 15). Cette opération s'inscrit dans la continuité d'un partenariat existant entre le Cniel et une entité créée par des collectivités locales, « Tourisme et territoires »¹⁸.

Document 15 : Convention de partenariat entre le CNIEL et l'Assemblée départements France

¹⁸ <https://www.tourisme-territoires.net/>



15/04/2019

Appel à projet

« Vélo & Fromages, à la découverte des Départements »

1. Éléments de contexte

Lors de la précédente édition du Tour de France, l'Assemblée des Départements de France (ADF) a lancé une opération intitulée « Au Tour des Fromages », en partenariat avec l'Interprofession des produits laitiers (CNIEL) et Radio France Bleu. Mettant chaque jour à l'honneur un artisan ou un producteur local, cette initiative a permis de valoriser les Départements au travers des produits crémiers-fromagers qui contribuent pleinement au rayonnement de la France.

Dans le prolongement de cette opération, l'ADF et ses partenaires - le CNIEL, Tourisme & Territoires et Vélo & Territoires - souhaitent développer un nouveau concept d'itinéraires cyclables autour du patrimoine fromager « Vélo & Fromages, à la découverte des Départements ».

Ce projet cherche à valoriser les compétences, le patrimoine et les savoir-faire des Départements autour d'un projet fédérateur et positif. Il permet en effet d'évoquer l'action départementale autrement, à partir des compétences transversales souvent peu connues des citoyens :

- Route : aménagement d'itinéraires cyclables sécurisés ;
- Tourisme et attractivité : promotion de circuits touristiques à vélo, valorisation du patrimoine culinaire et des savoir-faire traditionnels ;
- Développement durable : développement des mobilités douces, accent sur les espaces naturels ;
- Éducation, Sport et Santé ;
- Ruralité : mise en valeur des espaces agricoles, développement des circuits-courts, mission des laboratoires départementaux d'analyse ;
- Numérique : cartes interactives et itinéraires géolocalisés.

Faire parler de façon positive des compétences départementales, promouvoir le tourisme, l'engagement des Départements dans le développement des politiques cyclables, sensibiliser aux métiers de l'agriculture, de l'artisanat, de l'agro-alimentaire... plusieurs grands enjeux rassemblés dans un projet unique, fédérateur, novateur et qui correspond aux tendances de déplacements et de consommation.

Source : <http://www.departements.fr/wp-content/uploads/2019/04/Appel-à-projet-Vélo-Fromages-VF.pdf>

La filière laitière crée enfin des alliances auprès d'acteurs de la communication destinée au grand public. La filière utilise tout d'abord les réseaux sociaux pour rapprocher les métiers liés à la production de produits laitiers du grand public. Le Cniel organise des actions de sensibilisation

sur l'élevage dans les grandes villes de France, où peuvent être construites de véritables fermes en centre-ville, comme à Paris, place de la République, ou à Marseille en 2019 (cf. Document 16). Dans un esprit comparable, le groupe Laita a mis en place une démarche appelée « passion du lait » destinée à informer le consommateur des avancées de l'entreprise et des éleveurs en matière de protection de l'environnement¹⁹.

Document 16 : Animations grand public du Cniel



Source : compte Twitter Cniel (@cniel)

Plus innovants, des acteurs de la filière lait ont mis en place des musées dédiés aux produits laitiers. Le groupe Bel a ainsi créé « La maison de la vache qui rit » et Lactalis le « Lactopôle ». Ces deux musées veulent rapprocher l'histoire de leurs marques du grand public, familial en particulier. Dans ces expositions, les produits laitiers sont transformés en objet de mémoire ou d'histoire locale. Cette stratégie de patrimonialisation des produits laitiers apparaît clairement

¹⁹ https://www.youtube.com/watch?v=pJUJvJl_Pww

dans la présentation des musées, consultable sur Internet. A la lecture des présentations, les produits laitiers apparaissent comme des éléments de l'histoire locale et régionale :

Document 17 : Texte de présentation Lactopôle

Présentation du musée

> Sa raison d'être

Depuis 1933, transformer le lait est notre unique vocation. Au fil du temps, nous avons été témoins et acteurs des métamorphoses de ce métier qui d'artisanal et de rural est devenu une activité industrielle de pointe.

Ce musée a pour vocation de montrer aux jeunes générations que les produits laitiers sont le fruit d'une longue histoire, qu'ils sont ancrés dans notre culture et qu'ils font partie de notre patrimoine. Il est également le témoin d'une aventure industrielle sans précédent, celle d'une entreprise née à LAVAL en 1933, qui dans le sillage d'André Besnier son fondateur est devenu un de fleurons de l'industrie française, dont le produits sont désormais présents sur les cinq continents.

Source : <http://www.lactopole.com/musee/presentation-du-musee/>

Document 18 : Texte de présentation de la maison de la "vache qui rit"

LE CONCEPT

Créée en 2009 à l'initiative de Catherine Sauvignat – petite fille de Léon Bel – et Bernard Hanet, La Maison de La Vache qui rit est bâtie sur le site même où est née la marque en 1921, à Lons-le-Saunier, au cœur du Jura. Elle s'offre aujourd'hui une nouvelle jeunesse.

Depuis son ouverture, La Maison de La Vache qui rit est devenue le lieu de référence de la mémoire de la marque. Elle offre ainsi un regard unique sur l'une des aventures industrielles et marketing françaises les plus impressionnantes du 20^e siècle. Au-delà d'un musée, cette maison est aussi l'espace de réinterprétation des valeurs d'une marque.

Elle incarne donc la même générosité, la même capacité d'échanges et de rencontres. Du premier atelier d'affinage de Jules Bel à la rencontre des nouveaux marchés, la scénographie remonte le temps à travers l'histoire publicitaire et industrielle de La Vache qui rit et du Groupe Bel.

Elle s'enrichit de l'évolution et des innovations du Groupe, témoignant ainsi du très grand dynamisme de la marque et des équipes qui la font vivre. Mais la mission de La Maison de La Vache qui rit, à travers sa programmation culturelle et artistique, est aussi de dépasser l'évocation de la marque pour associer ses valeurs à des actions contemporaines, et des événements décalés. À la manière d'un laboratoire d'idées, elle contribue à donner du sens et une profondeur nouvelle à l'évolution du Groupe Bel, en prise avec des questionnements cruciaux pour l'évolution de notre environnement que sont l'intelligence partagée, le développement durable, et le vivre ensemble.

Source : <https://www.lamaisondelavachequirit.com/decouvrir/la-vache-qui-rit-sa-maison/>

Substitution au politique

Les acteurs de la filière laitière mettent aussi en œuvre des activités de « substitution au politique » (Cortinas et Benamouzig, 2019). Ils deviennent alors eux-mêmes des acteurs de la politique nutritionnelle et alimentaire. Il ne s'agit plus alors pour eux de faire circuler des positions qui leur soient favorables dans des arènes législatives ou exécutives, mais de remplacer ces acteurs en devenant des acteurs politiques, parfois même législatif ou exécutif. En la matière, le secteur laitier semble particulièrement actif sur deux fronts.

Une première démarche relève de l'autorégulation. Ce type de pratique consiste à anticiper des projets de régulation émanant des pouvoirs publics en mettant en œuvre des programmes destinés à montrer aux décideurs publics que la filière prend déjà sérieusement en main le problème visé, et qu'il est par conséquent inutile ou contre-indiqué d'envisager une régulation contraignante. Les pratiques d'autorégulation s'appliquent en général aux processus de production et de commercialisation des produits laitiers. Il n'est pas nécessaire, pour que de telles pratiques soient mises en œuvre par anticipation, que le législateur ait déjà exprimé une volonté de régulation. De simples « signaux faibles », comme les appellent des acteurs du secteur, suffisent à engager de telles démarches préventives. Elles commencent à être envisagées lorsque des débats prennent corps dans la société autour de questions mettant en jeu l'alimentation et la santé.

Lors de l'enquête, des pratiques d'autorégulation sont apparues à propos de questions relatives aux impacts environnementaux de l'élevage laitier. Alors que ce thème est débattu, il fait l'objet de pratiques actives de la part d'acteur sectoriels. Il est par exemple au cœur d'un accord associant Ingredia, le Groupe Bel et l'ONG WWF, dans le but d'explorer l'intérêt de pratiques d'élevage respectueuses de l'environnement et des animaux. Dans un esprit comparable, peuvent aussi être mentionnés : l'association Bleu blanc cœur, financée par Triskalia ; le projet Ferme France, financé par le FNPL et Carrefour, la création de la plateforme de financement de projets d'élevage durable « Miimosa.com », financé par Danone, Carrefour et Nestlé ; l'association « Agriculture du vivant », financée par Danone ; la création de l'Institut de l'agriculture et de l'alimentation biologique, financé par Danone. Outre la création ou la signature d'accords avec des associations pour favoriser un changement des modes de production laitière, les acteurs du secteur mettent aussi en pratique leurs propres projets. Il peut s'agir de l'adhésion à une charte de bonnes pratiques d'élevage, comme l'a fait la coopérative Lact'Union, ou du financement de multiples projets « verts », comme le fait le fonds pour l'écosystème Danone²⁰. Ce fonds a créé le programme « agriculture régénératrice », au sein duquel plusieurs initiatives visent la transition écologique des pratiques d'élevage : Horizon 2015²¹, Reine Mathilde²² ou les 2 pieds sur terre²³ :

²⁰ <http://www.charte-elevage.fr/genese>

²¹ <http://ecosysteme.danone.com/projectslists/horizon-2015/>

²² <http://ecosysteme.danone.com/projectslists/reine-mathilde/>

²³ <http://ecosysteme.danone.com/projectslists/les-pieds-sur-terre/>

Document 19 : Projet « L'agriculture régénératrice » de Danone



Source : <https://www.danone.fr/revolution-de-l-alimentation/les-projets-que-nous-soutenons.html#engagés>

Le secteur laitier met en œuvre des actions lui permettant de devenir acteur de la politique nutritionnelle et de santé. Il ne s'agit pas tant ici de modifier ou d'essayer de modifier des pratiques de production et de commercialisation des acteurs sectoriels que de lancer ou de soutenir des activités de promotion de la santé basées sur l'éducation au goût et la promotion du sport. Les acteurs du secteur laitier mettent ainsi en œuvre des actions de sensibilisation et d'éducation à la santé et à l'alimentation de leur propre initiative ou en relation avec des acteurs institutionnels, à

travers une délégation de service public. Le programme « Vivons en Forme » de certaines municipalités vise la promotion de comportements et de modes de vie contribuant à l'amélioration de la santé des populations. La Fondation Nestlé, le Groupe Bel et le Fonds français alimentation Santé en sont partenaires officiels :

Document 20 : Images du programme « Vivons en forme »



Source : Comptes Twitter du programme Vivons en forme (@Vivons_en_forme) et de la Fondation Nestlé (@Fond_Nestlé_Fr)

Le nombre d'initiatives menées de manière autonome par les acteurs du secteur est considérable. Comme d'autres acteurs du secteur agroalimentaire, les acteurs du secteur laitier sont particulièrement actifs dans le domaine du sport et de l'activité physique, ainsi qu'en matière d'éducation au goût. Des tournois sportifs comme la « Coupe des nations » organisée par Danone, ou le programme « Les Athlètes du bien-être » financé groupe Triballat, permettent de multiplier les événements sportifs, tels que des tournois de beach-volley, ou des courses à pied²⁴. De nombreux programmes d'éducation au goût ont parallèlement pour objectif d'éduquer différents groupes de la population afin qu'ils aient une alimentation saine et équilibrée. L'Institut

²⁴ <http://www.athletesdubienetre.fr/trophee-feminin-de-dinard/>

du Goût²⁵ est dédié à l'éducation alimentaire et bénéficie du soutien de l'Institut Danone, de l'Institut Olga Triballat. L'association Sapere poursuit des objectifs proches et bénéficie du soutien du groupe industriel Savencia, de la fondation PileJe, soutenue par le groupe Bel. A la différence des autres associations, le Collectif pour le petit déjeuner », créé par le Cniel et Syndilat, est un groupe écran, c'est-à-dire une organisation défendant les intérêts d'une industrie à travers la promotion d'une cause sociale ou d'intérêt général²⁶. Relèvent du même type de stratégies des programmes lancés par le fonds Danone pour l'écosystème « Bien vieillir »²⁷, « Bien nourrir nos bébés »²⁸, le « Programme malin » du groupe Bel²⁹ ou le programme « Potageons ensemble » d'Unilever :

Document 21 : Programme Malin du Groupe Bel



Source : <http://programme-malin.com/>

Document 22 : Programme "Bien vieillir" du fonds pour l'écosystème de Danone

²⁵ <https://www.institutdugout.fr/qui-sommes-nous/>

²⁶ <https://objectif-petit-dejeuner.fr/qui-sommes-nous>

²⁷ <http://ecosysteme.danone.com/projectslists/bien-vieillir/>

²⁸ <http://ecosysteme.danone.com/projectslists/bien-nourrir-nos-bebes/>

²⁹ <http://programme-malin.com/>

CARING SERVICES

BIEN VIEILLIR

FRANCE | SINCE 12/04/2011

To preserve elderly people's autonomy in France, Bien Vieillir offers appropriate physical training and individual nutritional advice through dedicated physical educators in retirement homes.

DOWNLOAD PDF



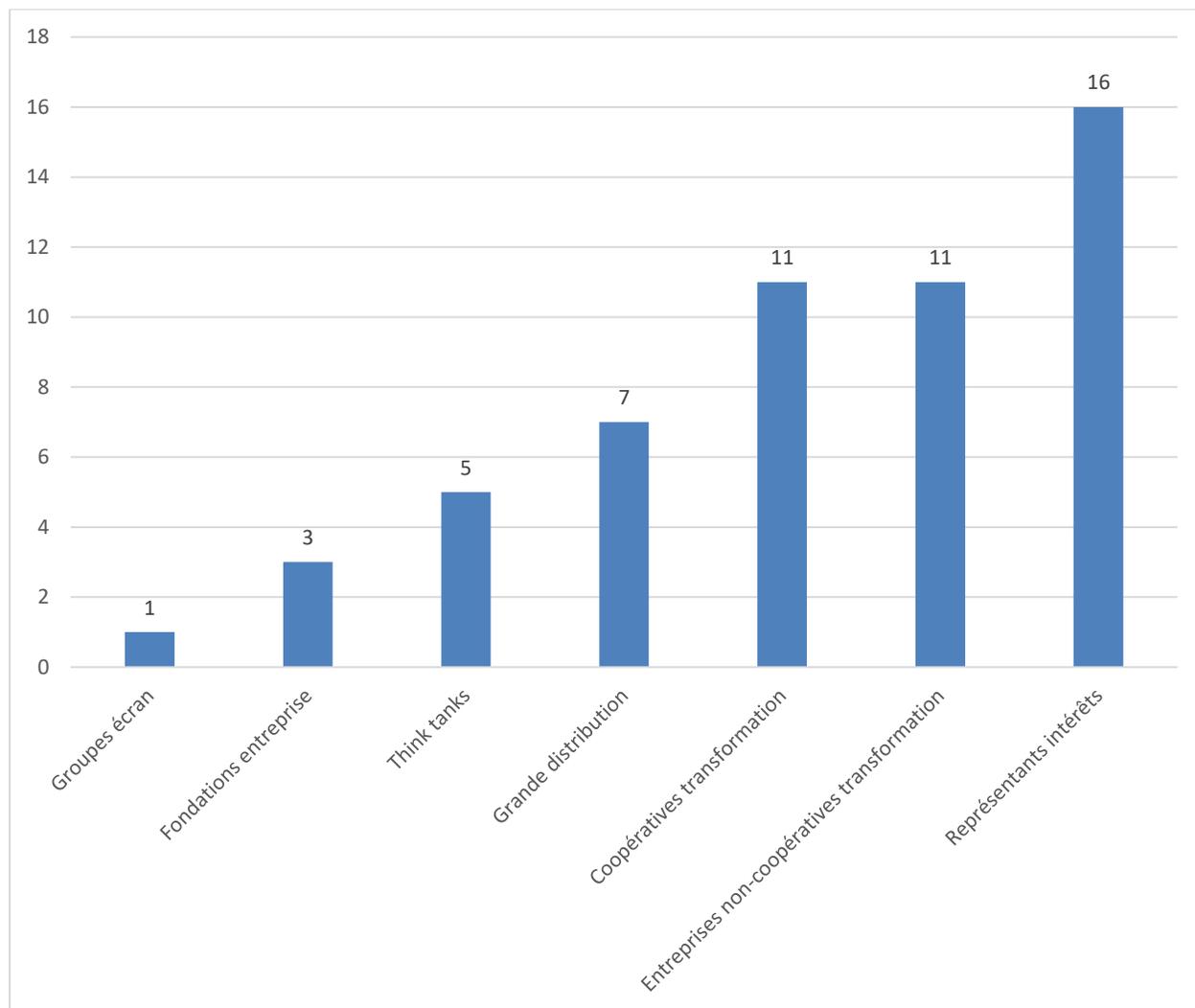
Source : <http://ecosysteme.danone.com/projectslists/bien-vieillir/>

2.2.2 Les acteurs des activités relationnelles de la filière laitière

Les acteurs collectifs

Si les activités cognitives sont surtout le fait de *think tanks* spécialisés, les activités relationnelles ouvrent la voie à des organisations spécialisées dans la représentation d'intérêts. L'enquête a permis de dénombrer seize organisations actives dans le domaine laitier. Ces organisations n'agissent cependant pas seules puisque les entreprises laitières sont aussi très actives en matière de pratiques relationnelles. Au total, vingt-deux entreprises du secteur laitier sont impliquées dans ce type d'activités, auxquelles s'ajoutent sept entreprises de la grande distribution. D'autres types d'organisations, d'ordinaire actives dans des activités d'ordre cognitif ou symbolique, développent aussi des activités relationnelles. C'est le cas de cinq *think tanks*, de trois fondations d'entreprises et d'un groupe écran :

Graphique 8 : Les protagonistes des activités relationnelles par type d'acteur



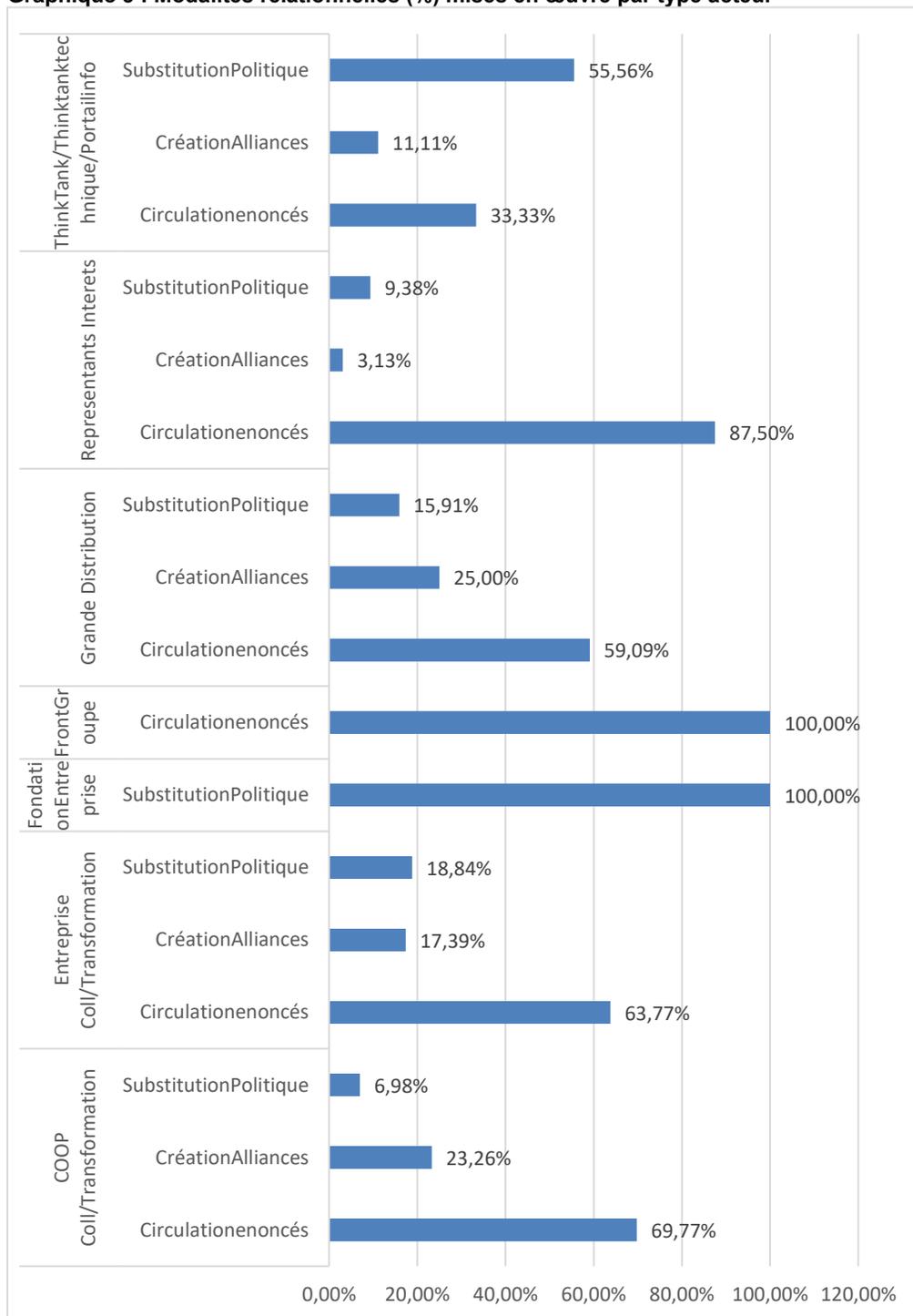
Source : Auteurs

La diversité des organisations impliquées dans des activités relationnelles va de pair avec un certain degré de spécialisation, toutes les organisations n'ayant pas les mêmes pratiques. Les organisations représentant les intérêts et les entreprises du segment de la transformation (coopératives et sociétés à responsabilité limitée) se consacrent massivement à ce que nous qualifions de *circulation d'énoncés*. Leurs efforts visent à contacter des décideurs publics, tels que

des députés, des ministres ou des représentants de l'administration pour faire connaître leurs positions sur la régulation du secteur laitier.

Au vu des éléments empiriques recueillis au cours de l'enquête, la mise en circulation d'énoncés représente 87,5% de l'activité totale des organisations de représentation d'intérêts, 69,7% des activités totales des sociétés coopératives du secteur de la collecte et de la transformation du lait et 63,77% des activités des sociétés non-coopératives intervenant dans la collecte et la transformation du lait. Les entreprises de la grande distribution consacrent 59% de leurs activités relationnelles à des pratiques de mise en circulation d'énoncés. Les *think tanks* et les fondations d'entreprises se consacrent à des activités de substitution au politique, à travers la mise en place de programmes dédiés à l'éducation au goût ou à la promotion de l'activité physique :

Graphique 9 : Modalités relationnelles (%) mises en œuvre par type acteur



Source : Auteurs

Tous les acteurs n'utilisent pas les mêmes stratégies pour diffuser leurs prises de positions. Le tableau 5 fait apparaître que les entreprises engagées dans la production de produits laitiers comptent beaucoup sur les organisations de représentation d'intérêts pour faire connaître leurs positions dans les arènes politiques. Ainsi, 67% des liens tissés par les entreprises coopératives pour la mise en œuvre d'activités relationnelles passent par des organisations de représentation d'intérêts. De même, les sociétés non-coopératives du segment de la transformation passent par des organisations de représentation d'intérêts à hauteur de 59% des liens établis.

Tableau 5 : Espaces sociaux investis par type acteur de la filière

COOP Coll/Transformation	100,00%
Etat/Agence/ANSenat	4,65%
FederationsSportives/Evenements Sportifs	9,30%
ONG/Association/Musee	4,65%
Representants interets	67,44%
Restauration/Professions	11,63%
ThinkTank/Thinktanktechnique/Portailinfo	2,33%
Entreprise Coll/Transformation	100,00%
Etat/Agence/ANSenat	8,70%
Evenementscommopinionpublic	2,90%
FederationsSportives/Evenements Sportifs	10,14%
FondationEntreprise	2,90%
FrontGroupe	2,90%
ONG/Association/Musee	8,70%
Representants interets	59,42%
ThinkTank/Thinktanktechnique/Portailinfo	4,35%
FondationEntreprise	100,00%
Etat/Agence/ANSenat	75,00%

ONG/Association/Musee	25,00%
FrontGroupe	100,00%
Etat/Agence/ANSenat	100,00%
Grande Distribution	100,00%
Chercheurs/Universités/SocSavantes/Congrès	2,27%
Etat/Agence/ANSenat	22,73%
FederationsSportives/Evenements Sportifs	9,09%
FrontGroupe	2,27%
ONG/Association/Musee	13,64%
Representants interets	43,18%
Restauration/Professions	4,55%
ThinkTank/Thinktanktechnique/Portailinfo	2,27%
Representants Interets	100,00%
Etat/Agence/ANSenat	56,25%
FrontGroupe	6,25%
Representants interets	37,50%
ThinkTank/Thinktanktechnique/Portailinfo	100,00%
Etat/Agence/ANSenat	22,22%
ONG/Association/Musee	55,56%
Representants interets	22,22%

Source : Auteurs

De manière sensiblement différente, les entreprises de la grande distribution diffusent leurs positions non seulement à travers les syndicats patronaux (43% de leurs liens), mais aussi en agissant plus directement elles-mêmes auprès des décideurs publics. Ainsi, 22,73% de leurs activités relationnelles relèvent de relations directes des entreprises avec les acteurs des arènes politiques étudiées (Assemblée nationale, gouvernement, régions, municipalités).

Logiquement, les organisations de représentation d'intérêts ne délèguent pas leurs activités relationnelles à d'autres organismes. Elles interviennent directement dans les arènes politiques et gouvernementales. Ces organismes concentrent 56,25% de leur activité auprès de ces instances (CNA, CNC, AN, GEMRCN, ANSES). Une partie importante des liens tissés par les organismes de représentation d'intérêts sont en outre établis avec d'autres organismes du même type (37,50%). Ceci indique une organisation collective en « poupées russes, caractéristique de la filière en ce qui concerne les organisations de représentation d'intérêts (Cf. tableau 7).

Tableau 6 : Liens entre organisations de représentation d'intérêts de la filière

De	à	Type de relation
Alliance 7	ANIA	Bureau/CA
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	ComitéNatFrFedIntLait(Fil)	Bureau/CA
Confédération paysanne	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA
Confédération paysanne	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA
CoopDefranceMétiersdulait	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA
CoopDefranceMétiersdulait	ANIA	Membre
CoopDefranceMétiersdulait	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA
CoordinationRurale	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA
CoordinationRurale	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA
FedNatCoopLait(FNCL)	SynInterFroPatCuite(SIGF)	Bureau/CA
FedNatCoopLait(FNCL)	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA

FedNatCoopLait(FNCL)	AssTransLait(ATLA)	Bureau/CA
FedNatCoopLait(FNCL)	ComitéNatFrFedIntLait(Fil)	Bureau/CA
FNIL	ComitéNatFrFedIntLait(Fil)	Bureau/CA
FNIL	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA
FNIL	ANIA	Bureau/CA
FNIL	SynInterFroPatCuite(SIGF)	Bureau/CA
FNIL	AssTransLait(ATLA)	Bureau/CA
FNIL	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA
FNPL	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA
FNPL	SynInterFroPatCuite(SIGF)	Bureau/CA
FNPL	FNSEA	Membre
FNPL	CNAOL	Bureau/CA
FNPL	ComitéNatFrFedIntLait(Fil)	Bureau/CA
Le Secteur Français des aliments de l'enfance	Alliance 7	Membre

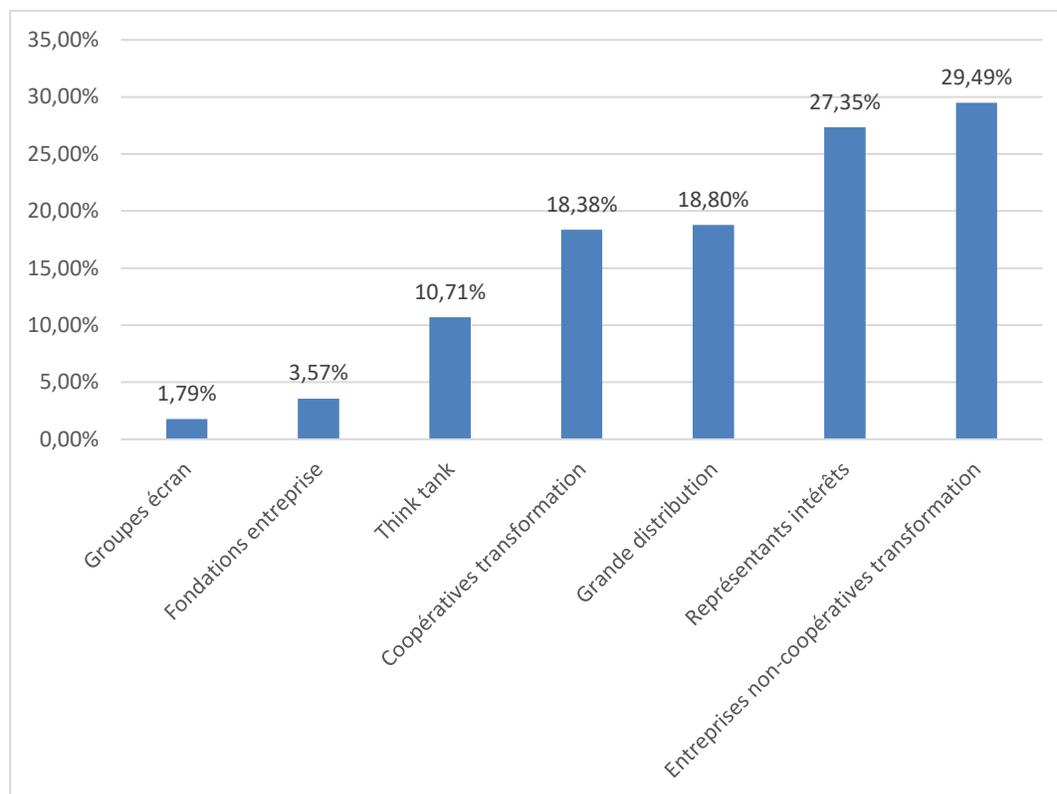
Source : Auteurs

La spécialisation des activités relationnelles selon le type d'acteur ne doit pas faire perdre de vue que les entreprises de collecte et de transformation, qu'elles soient des coopératives ou non, ainsi que les grandes entreprises de distribution et les *think tanks* présentent une grande diversité de pratiques relationnelles. Par exemple, 23% des activités relationnelles des entreprises coopératives sont des activités de *construction d'alliances* (activités de sensibilisation du grand public, accords avec des professionnels et des écoles de restauration), 18,84% des activités relationnelles des entreprises à responsabilité limitée sont des activités de *substitution du politique* (cours d'éducation au goût, promotion de l'activité physique), et 25% des activités relationnelles des entreprises de la Grande distribution sont des activités de *construction d'alliances* (financement de manifestations sportives, fédérations et équipes).

Lorsque l'on examine l'intensité des liens de chaque type d'acteur en matière d'activités relationnelles, les entreprises non coopératives de production de produits laitiers et les

organisations de représentation d'intérêts sont celles qui réalisent l'essentiel de l'activité relationnelle. Plus précisément, les entreprises de transformation non-coopératives concentrent 29,49% de l'ensemble des activités relationnelles. Les organisations de représentation d'intérêts sont responsables de 27,35% du total des activités relationnelles (Cf. graphique 10). Elles sont suivies par ordre décroissant par les entreprises de la grande distribution, avec 18,80% de l'activité relationnelle, par les sociétés coopératives du segment de la collecte et de la transformation, avec 18,38% de l'activité totale, et, loin derrière, par les *think tanks*, les fondations d'entreprises et les groupes écran, moins directement impliqués dans ce type de pratiques.

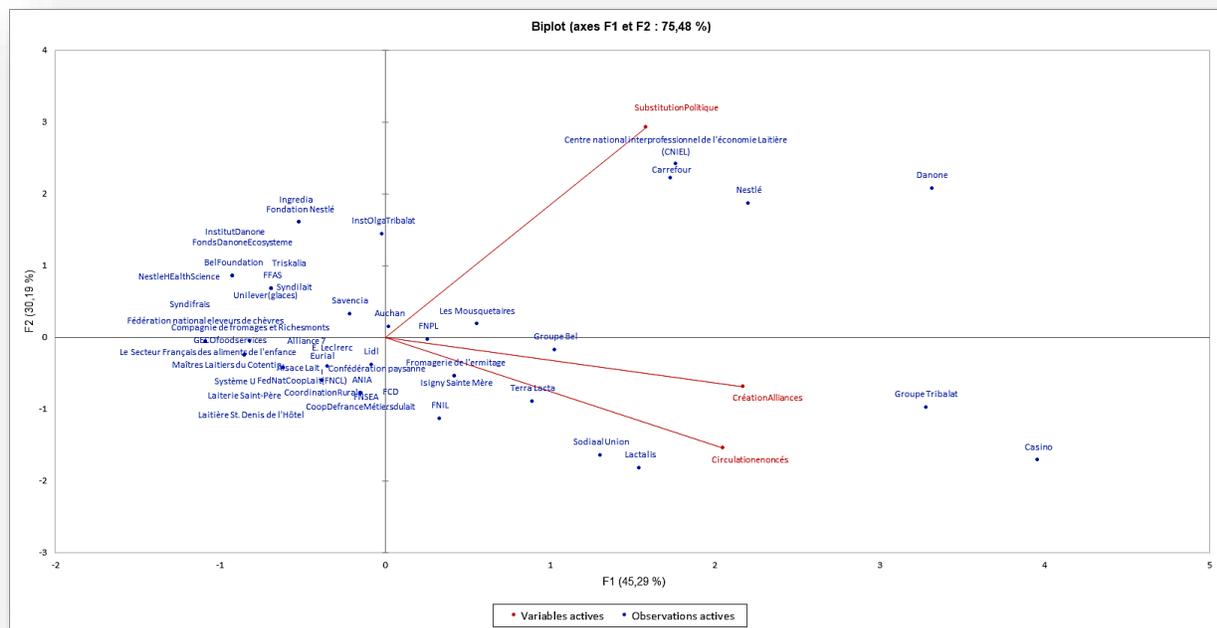
Graphique 10 : Intensité des activités relationnelles par type d'acteur (% du total de la filière)



Source : Auteurs

Enfin, une analyse détaillée des organisations mettant en œuvre des activités relationnelles peut être réalisée à partir d'une analyse de composantes principales (ACP) prenant en compte pour chaque acteur (lignes) le type d'activités réalisées (mise en circulation d'énoncés, création d'alliances, substitution du politique) et la fréquence pour chacune d'elles (Cf. graphique 11).

Graphique 11 : Biplot axes 1 et 2 ACP activités relationnelles



Source : Auteurs

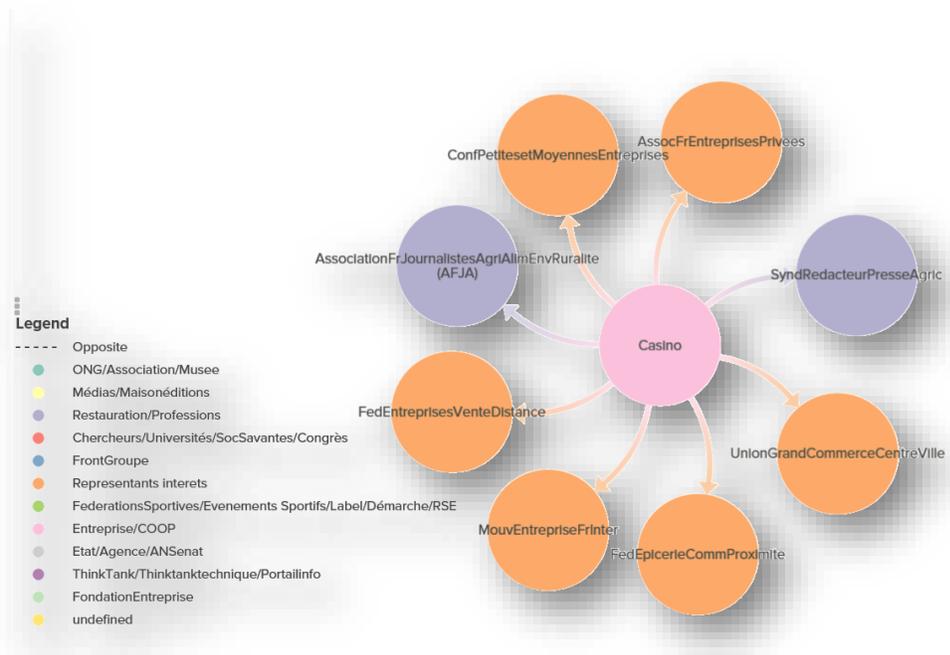
Cette analyse nous révèle plusieurs résultats intéressants. Tout d'abord, il n'y a pas de relation d'indépendance entre les trois modalités d'activités relationnelles. En d'autres termes, les organisations impliquées dans ces pratiques peuvent mettre en œuvre plusieurs modalités d'action. Deuxièmement, si l'on examine les axes 1 et 2, le premier indique l'intensité de l'activité relationnelle des organisations tandis que le second est un indicateur de la qualité de cette activité. Ainsi, ce deuxième axe distingue les organisations selon la modalité relationnelle de préférence mise en pratique par les différentes organisations. A partir de ces deux éléments, peuvent être classées les différentes organisations en fonction du type de modalité relationnelle préférée et de leur intensité.

Si l'on regarde les organisations situées à l'extrême droite de l'axe 1, on obtient un aperçu de celles qui sont les plus actives dans le domaine des activités politiques relationnelles. Il s'agit de Casino, Danone, Nestlé, le groupe Triballat, Lactalis, Sodiaal Union, Carrefour et le CNIEL. Nous constatons qu'en tête de liste se trouvent les entreprises du secteur de la collecte et de la

transformation, ainsi que les entreprises du secteur de la Grande distribution et uniquement l'interprofessionnelle laitière en ce qui concerne les organisations de représentation d'intérêts. Ce groupe de tête se caractérise par l'intensité de ses pratiques relationnelles mais aussi par les modalités mises en œuvre. Casino, Lactalis, Sodial et le Groupe Triballat sont très actives dans les activités de *mise en circulation d'énoncés* et de *construction d'alliances*. Carrefour, le CNIEL, Danone et Nestlé sont pour leur part très actifs dans la *mise en circulation d'énoncés* et dans des activités de *substitution au politique*. Ces sociétés sont membres de multiples organisations de représentation d'intérêts et exercent des activités de représentation d'intérêts de manière autonome auprès de l'Assemblée nationale.

Si tous ces acteurs particulièrement actifs sont membres des organisations patronales du secteur, Carrefour et Casino sont aussi membres d'autres organisations représentant des intérêts ayant peu à voir avec la filière lait. Carrefour fait partie de l'Union des Annonceurs et de l'Association française des entreprises privées. Casino fait partie d'un grand nombre d'organisations liées aux autorités municipales ou au monde de la presse, comme l'Association française des journalistes agricoles alimentation environnement, le Syndicat des rédacteurs de la presse agricole, l'Association des petites villes de France, France Urbaine, l'Association centre-ville en mouvement, l'Association des maires ruraux de France, Ville de France, l'Association des collaborateurs de cabinet de la droite et du centre :

Figure 1 : Liens du groupe Casino avec des organisation de représentation d'intérêts



Source : Auteurs

Au centre des deux axes du biplot se trouve une série d'organisations caractérisées par leur grande activité dans les pratiques de *circulation des énoncés*. Il s'agit des institutions les plus actives dans les pratiques de lobbying politique les plus traditionnelles : visites, réunions et contacts avec des instances gouvernementales, administratives et délibératives ou de concertation. Ce groupe rassemble la plupart des organisations représentatives des intérêts : ANIA, Confédération paysanne, FNPL, FNIL, FNSEA, Coop de France, FCD. Il inclut aussi un certain nombre d'entreprises des secteurs de la grande distribution, de la collecte et de la transformation : Groupe Bel, Auchan, Laita, Savencia, Eurial, Groupe Bel, Terra Lacta, Les Mousquetaires, Isigny Sainte-Mère et Fromagerie de l'Ermitage. Encore une fois, certaines entreprises investissent de façon autonome une grande quantité de ressources dans des activités relationnelles.

Ces deux groupes d'acteurs – ceux qui sont situés à droite de l'axe 1, et dans une moindre mesure ceux qui sont situés à l'intersection des axes 1 et 2, apparaissent comme des « poids lourds » du

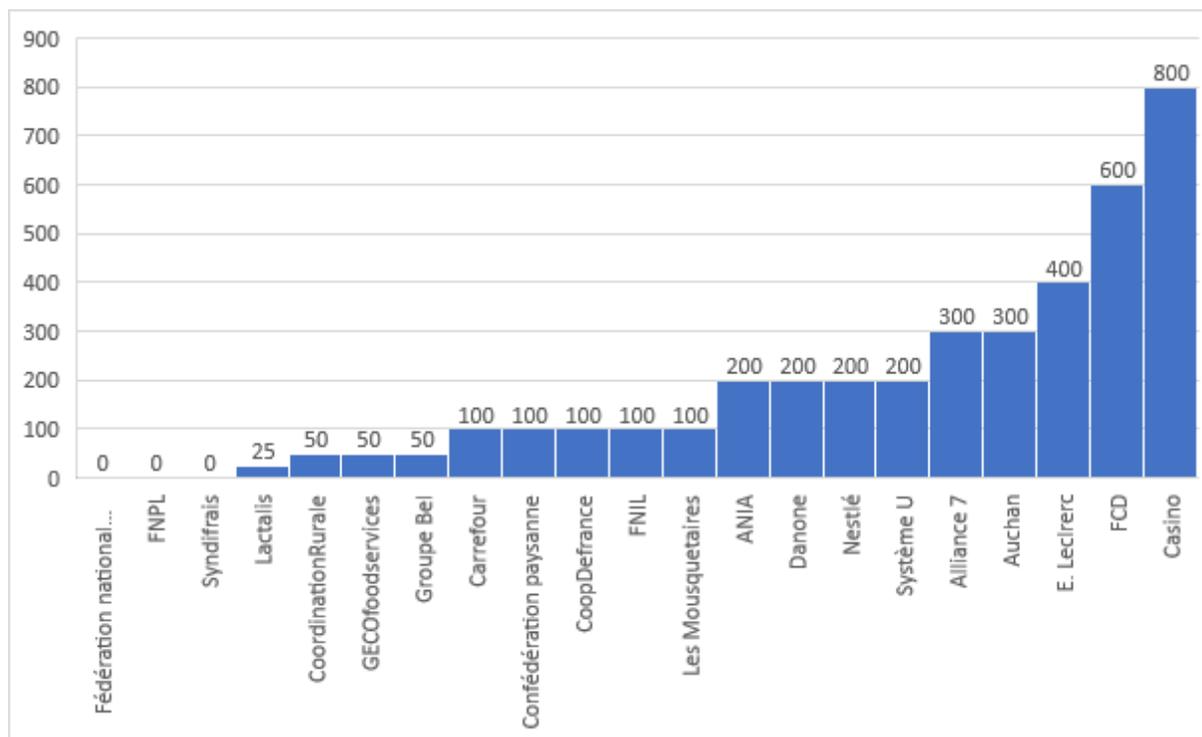
secteur en termes d'activités relationnelles. A gauche de l'axe 1 se trouvent les acteurs relativement moins importants du point de vue de ce type d'activités. Dans ce groupe d'acteurs relativement faibles, se trouvent certaines organisations de représentation d'intérêts du secteur : Syndilait, Syndifrais, le Secteur français des aliments de l'enfance et la fédération nationale des éleveurs de chèvre. Enfin, comme dans le cas des activités cognitives, une série d'entreprises, généralement familiales et de petite ou moyenne taille, ne semblent pas développer d'activité relationnelle. Il s'agit d'entreprises spécialisées dans la production de fromages, de beurre et de crème fraîche : Beurrerie Foissiat Lescheroux, Centurion, Chabert, Flécharde, France Crème, Fromagerie Lincet, Gerentes, Monts Joux, SA Perrin Vermot, Société Coop laitière du Beaufortin.

Le fait que ce type d'entreprises n'ait pas d'activité relationnelle connue signale une certaine segmentation du pouvoir politique des entreprises du secteur en fonction du type de production. Les entreprises spécialisées dans le fromage, le beurre ou la crème se trouvent dans une position très discrète, tandis que les grandes entreprises productrices de toutes sortes de produits laitiers et les grandes entreprises de distribution s'imposent au sein de la filière.

Cette différence semble confirmée par les différences de ressources financières consacrées par ces acteurs aux pratiques de représentation d'intérêts. Les données publiées par la Haute autorité pour la transparence de la vie publique, font apparaître les acteurs ayant consacré au moins cent mille euros au titre d'activités de représentation d'intérêts. En 2018, figuraient dans cette liste les acteurs de la grande distribution (Casino, CDF, E. Leclerc, Auchan, Système U), deux grands groupes dédiés à la transformation (Danone et Nestlé) et deux organisations représentatives des intérêts du secteur (ANIA et Alliance 7). Deux organisations de défense des intérêts des éleveurs (Coop de France et la Confédération paysanne) figuraient aussi dans cette liste. Les petites et moyennes entreprises spécialisées dans la production de crèmes, de beurre ou de fromage sont au contraire absentes de cette liste.

Toutefois, le seuil de cent mille euros correspond aux dépenses consacrées aux activités de représentation d'intérêts pour l'ensemble du secteur agricole, et non seulement pour le secteur laitier. Les dépenses allouées par ces organisations aux questions relatives au secteur des producteurs laitiers sont bien inférieures (cf. Graphique 12).

Graphique 12 : Budget dédié aux activités de représentation d'intérêts par les acteurs de la filière



Source : Répertoire de la Haute Autorité pour la transparence de la vie publique.

Les acteurs individuels

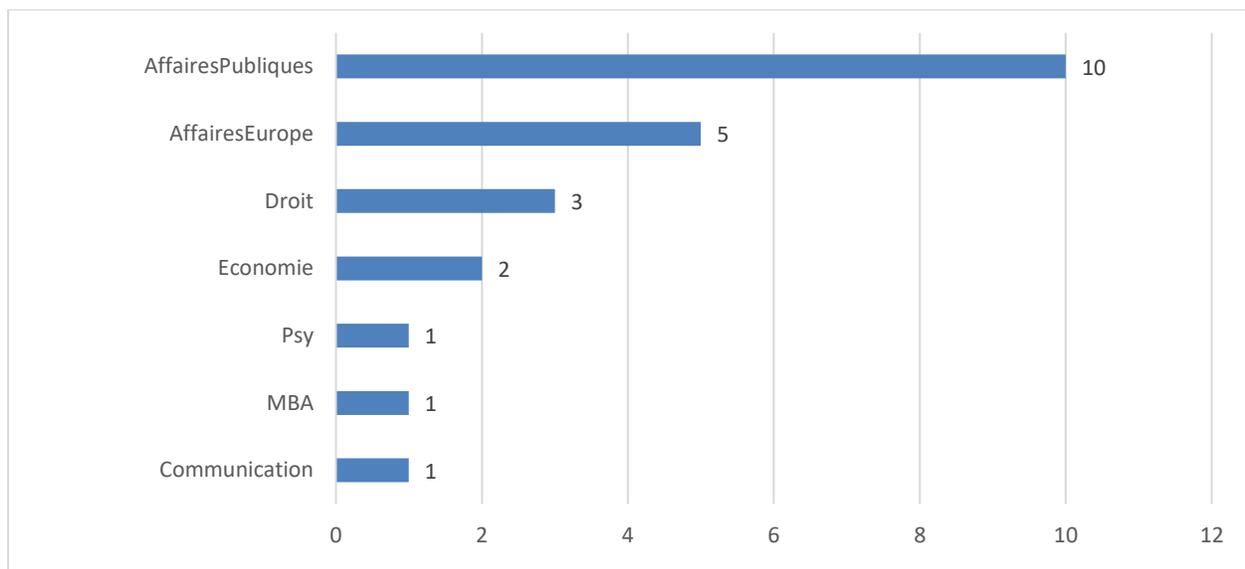
Les activités relationnelles sont mises en œuvre par des professionnels des relations publiques. Ces derniers exercent en tant que responsables des affaires publiques, responsables de la communication ou responsables des affaires institutionnelles. A partir de la liste d'acteurs collectifs impliqués dans des activités relationnelles, nous avons identifié les profils individuels de professionnels chargés de ces activités. Cette recherche a été effectuée à partir des sites internet des différents acteurs collectifs. Le réseau professionnel *LinkedIn* a permis d'identifier vingt-trois personnes travaillant auprès des acteurs les plus actifs en matière d'activités relationnelles. Il a en revanche été impossible de réunir des informations relatives aux responsables des relations publiques d'entreprises moins actives dans ce domaine.

Pour ces vingt-trois professionnels, nous avons recueilli une série d'informations permettant d'établir quelques caractéristiques de leurs profils. Ces informations ont permis de constituer une

base de données anonyme, permettant une comparaison des données. Pour chaque professionnel, nous avons identifié l'université ou le centre d'enseignement supérieur d'obtention du diplôme, ainsi que la spécialité académique de formation au niveau du master. Nous avons cherché à savoir si la personne avait ou non occupé des fonctions dans une instance gouvernemental ou législative, en France ou en Europe. Nous avons cherché à savoir si ces professionnels, même lorsqu'ils n'avaient pas travaillé dans de telles instances, avaient exercé des responsabilités depuis plus d'un an dans des organisations de représentation d'intérêts. Lorsque c'était le cas, il a été considéré que les individus avaient une expérience professionnelle dans des arènes politiques. Dans le cas contraire, il a été considéré qu'ils n'avaient pas une telle expérience. Finalement, le recueil d'informations a permis d'identifier des carrières type à partir des secteurs d'activité par lesquels ces professionnels étaient passés au cours de leur carrière.

La base de données anonymes a permis d'obtenir plusieurs résultats intéressants. Tout d'abord, les responsables en affaires publiques de la filière laitière sont formés en sciences sociales et disposent, pour la plupart, de spécialisations dans le domaine des relations publiques et des affaires européennes. De façon relativement marginale, certains professionnels sont aussi diplômés en droit, en économie, en psychologie, en sciences de la gestion et en communication :

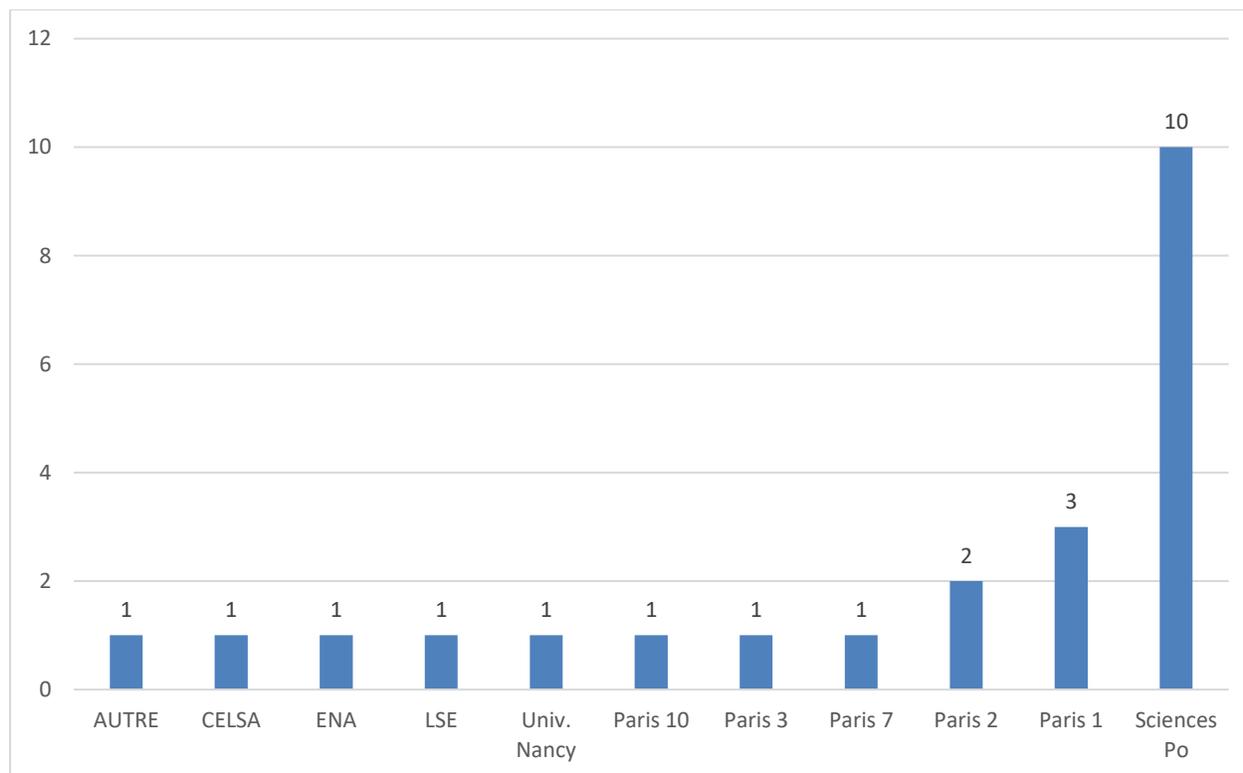
Graphique 13 : Spécialité académique des responsables en affaires publiques lait



Source : Auteurs

D'autre part, près de la moitié des professionnels étudiés ont été formés dans des Instituts d'études politiques (IEP), en Province ou à Paris (Sciences Po). La plupart de ceux qui n'ont pas été formés dans des IEP, ont été formés dans universités ou des centres d'enseignement supérieur parisiens, à l'exception de deux individus.

Graphique 14 : Institution d'obtention du diplôme de Master



Source : Auteurs

La plupart des profils individuels examinés (17 sur 23) ont travaillé au sein d'instances gouvernementales ou législatives. Ces données indiquent une porosité entre les activités de représentation des intérêts du secteur laitier et le monde politique. Dans la majorité des cas, les responsables des relations publiques de la filière laitière ont exercé d'importantes responsabilités dans le domaine politique, souvent auprès de ministres et d'élus.

A titre d'exemple, le responsable des relations publiques de l'ANIA jusqu'en mars 2019 avait été chef de cabinet de Michel Barnier lors des élections européennes de 2009 et chef de cabinet adjoint du ministre de l'intérieur en 2012. Le responsable des relations publiques de la Fédération des industries laitières (FNIL) a été chef de cabinet, adjoint et titulaire, au ministère de l'Agriculture pendant près de cinq ans. Le responsable des affaires publiques de Carrefour France a été conseiller de la Présidence française sur les questions agricoles et agro-alimentaires, conseiller de la Présidence française du G20 ou conseiller de la Commission des affaires économiques de

l'Assemblée nationale pendant trois ans. Le responsable des relations publiques du groupe Casino a été le chef de cabinet de plusieurs députés. Enfin, la responsable des relations publiques de l'organisation patronale de la grande distribution (FCD) a été conseillère du secrétaire d'Etat chargé des relations avec le parlement pendant plus de cinq ans.

Les liens entre les instances étatiques et les acteurs de la filière laitière ne se limitent pas aux responsables des affaires publiques. Elle apparaît aussi dans la composition des conseils d'administration des groupes Casino, Carrefour, Danone et Nestlé, qui font apparaître une multitude d'acteurs ayant exercé des responsabilités, souvent de très haut niveau, auprès d'institutions publiques. Sans être spécifiques à la filière laitière, ni au secteur agroalimentaire en général, cette porosité entre les mondes économique et politiques y trouvent des expressions caractérisées, à travers la circulation de haut commis de l'Etat dans ses conseils d'administration.

En la matière, le groupe Carrefour arrive en tête avec six administrateurs ayant un tel profil politique. Ces administrateurs ont occupé des postes de haut niveau dans des ministères responsables de l'économie, de l'industrie, du commerce extérieur et de l'emploi. Thierry Breton a été ministre de l'Économie entre 2005 et 2007. Deux hauts fonctionnaires issus de la Cour des comptes ont été, respectivement, directeur de cabinet du Premier ministre Edouard Balladur entre 1993 et 1995 et d'Arnaud Montebourg, ministre de l'Economie du gouvernement Ayrault. Deux autres administrateurs ont été conseillers techniques au Ministère de l'Economie, respectivement sous la responsabilité de Thierry Breton (2004) et de Dominique de Villepin (2005).

Danone est la deuxième entreprise en nombre d'administrateurs pouvant se prévaloir d'un profil politique. Son conseil d'administration comprend un haut fonctionnaire ayant vingt-quatre ans de service dans diverses instances gouvernementales liées au commerce, à l'industrie et à l'économie, entre 1982-2006. Cette personne a été administratrice au cabinet du maire de Paris dans les années 1980, chef du bureau du ministère de l'Économie et des Finances responsable des questions relatives à l'Union européenne, directrice du cabinet du ministre de la Solidarité entre les générations et, dans les années 2000, présidente de l'Agence française pour les investissements internationaux. Le même conseil d'administration comprend un haut fonctionnaire ayant exercé pendant vingt-cinq ans dans la fonction publique. Cet Inspecteur des finances a été, dans les années 1980, conseiller technique auprès du ministère de la Coopération et Directeur du développement de ce ministère. Dans les années 1990, il est nommé Directeur de la Banque mondiale pour l'Europe centrale. Entre 2001 et 2010, il dirige l'Agence française de développement. Il reprend ensuite ses fonctions au sein de l'Inspection générale des finances, jusqu'à son passage dans le secteur privé en 2011. Le Conseil d'administration de Danone compte également avec un ex-conseiller du ministre de l'Industrie et du Premier ministre dans les années 1980.

Le conseil d'administration de Casino comprend deux anciens élèves de l'Ecole Nationale d'Administration ayant occupé, respectivement, des postes à responsabilité au ministère de l'Economie et au ministère des Affaires sociales dans les années 1980. Le premier peut se prévaloir d'un état de service remarquable dans le secteur public et dans le secteur privé. Il exerce des responsabilités de conseiller au cabinet du Secrétaire d'Etat au Budget entre 1975 et 1986, puis prend des fonctions de direction dans le secteur privé à partir de 1986, chez Peugeot Citroën, puis devient, dans les années 2000, président d'organisations patronales telles que l'Union des industries et métiers de la métallurgie et le Groupe des fédérations industrielles. Entre 2016 et 2017, il est vice-président du Conseil national de l'industrie, un organe consultatif placé auprès du Premier ministre. Le deuxième administrateur de Casino au profil politique est aussi Inspecteur des finances. Il a été directeur de cabinet d'un ministre de l'Economie et d'un ministre de la Solidarité, avant de rejoindre la banque Rothschild à la fin des années 1980 et d'entamer une carrière d'entrepreneur dans le secteur des fonds d'investissement, ce qui le conduit à acquérir des entreprises dans le secteur de la distribution. Ferme cette liste des hauts fonctionnaires qui, après être passés au secteur privé, siègent au conseil d'administration de sociétés de la filière laitière, l'un des directeurs généraux de Nestlé France. Diplômé de l'ENA à la fin des années 1990, il exerce entre 2000 et 2004 comme sous-préfet avant de prendre un poste de direction chez Nestlé.

2.3 Les activités d'ordre symbolique de la filière laitière

Les activités politiques d'ordre symbolique font référence aux activités visant à renforcer ou à réduire au contraire le crédit symbolique de certains acteurs, selon qu'ils sont jugés favorables ou défavorables aux intérêts de l'industrie. Dans leur volet positif, il s'agit de valoriser, de manière parfois indirecte et implicite, des positions qui mettent en avant le caractère vertueux de certains acteurs économiques. Dans leur volet négatif, ces pratiques visent à entamer la légitimité d'éventuels « opposants », sur lesquels il s'agit de faire porter une forme de discrédit.

Ce chapitre établit une morphologie des pratiques d'ordre symbolique observées dans le secteur laitier, ainsi que les acteurs qui les portent. Plus concrètement, il s'agit d'identifier les organisations à travers lesquelles ces pratiques sont mises en œuvre, notamment certaines associations et organisations non-gouvernementales, auxquelles peuvent être attachées une forme de crédit, ainsi que les principaux domaines d'activité dans lesquelles ces organisations interviennent, comme la lutte contre la pauvreté ou la protection de la santé. Dans un deuxième temps, nous examinons l'implication des acteurs de secteur laitier en charge de ces pratiques d'ordre symbolique. Identifiées dans la cartographie des activités politiques du secteur agroalimentaire,

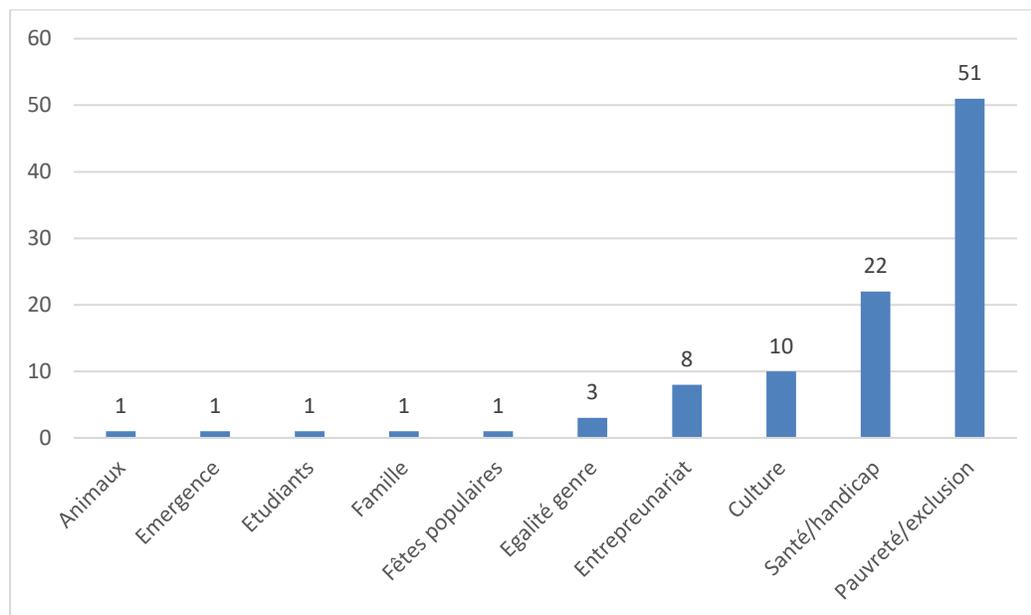
les pratiques de discrédit visant de potentiels opposants ne sont en revanche pas apparues au cours de l'enquête pour la période étudiée, et ne sont donc pas développées.

2.3.1 Les modalités des activités symboliques dans la filière laitière

Les acteurs du secteur laitier mobilisent d'importantes ressources dans l'établissement de relations avec des organismes à but non lucratif dans divers domaines d'action sociale et culturelle. Cette démarche leur permet de bénéficier d'une identité d'acteurs non marchands actifs dans des domaines d'intérêt général en dehors du domaine de la nutrition. Au cours de l'enquête, les informations collectées font apparaître des relations d'acteurs du secteur laitier avec 112 partenaires à but non lucratif ou poursuivant des finalités d'intérêt général.

Sur ces 112 partenaires, 99 sont des associations ou des ONG, 6 des centres de recherche publics, 3 des organismes étatiques, 2 correspondent à des labels ou démarches créés par les industriels eux-mêmes et les 2 derniers correspondent à un *think tank* et à un groupe écran créés par l'industrie elle-même. En ce qui concerne les associations, il convient de noter qu'il s'agit essentiellement d'associations dédiées à la lutte contre la pauvreté et l'exclusion (n=55), à la promotion de la santé et des personnes handicapées (n=22), à la promotion de la culture (n=10) et, enfin, à la promotion de l'entrepreneuriat (n=8). Les associations dédiées à la lutte pour l'égalité des sexes, aux familles monoparentales, aux étudiants, au sauvetage en mer et à la protection des animaux (cf. graphique 15) sont peu représentées.

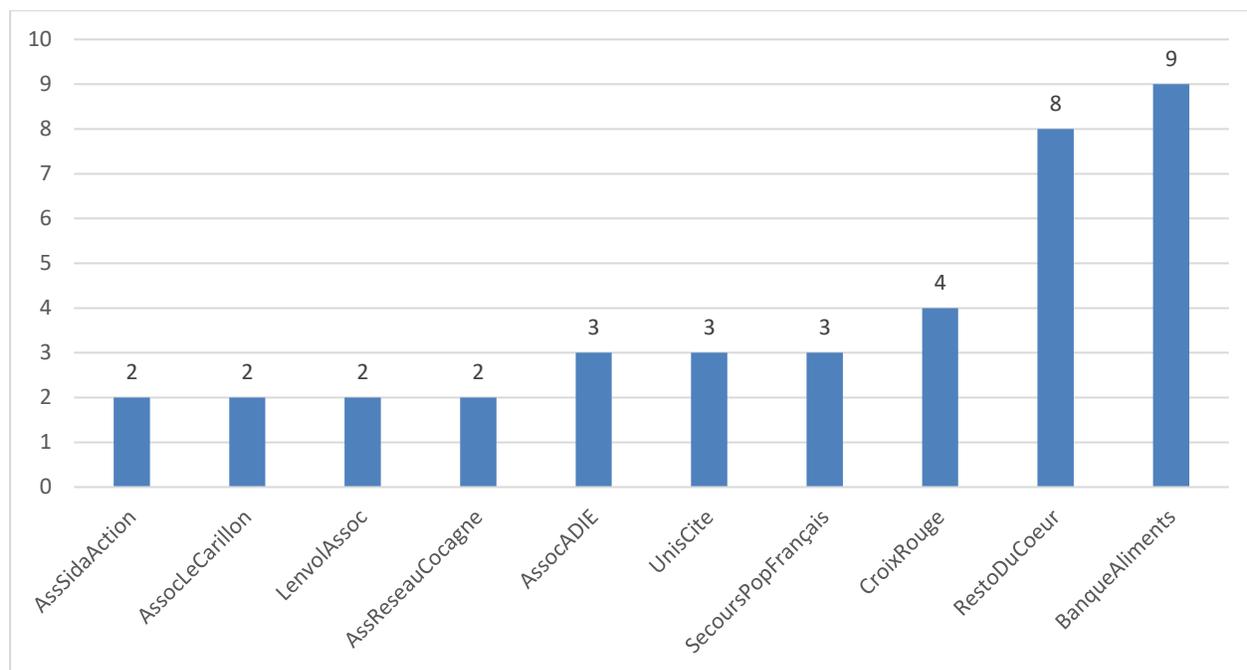
Graphique 15 : Domaine activité associations partenaires des acteurs du secteur lait



Source: Auteurs

La plupart des associations partenaires n'ont de liens qu'avec un seul acteur de la filière. Néanmoins, il existe un petit groupe de partenaires échappant à cette règle. La Banque alimentaire, les Restos du Cœur et la Croix Rouge se distinguent par de nombreux liens avec des acteurs du secteur (cf. Graphique 16). Plus spécifiquement, la Banque alimentaire compte sur la collaboration de Casino, Danone, Nestlé, Sodial Union, Unilever, Leclerc, Carrefour et sa fondation. Les Restos du cœur sont soutenus par Auchan, Danone, Ingredia, Mousquetaires, Lidl, Sodial, Carrefour et sa fondation. Pour sa part, la Croix rouge a des partenariats avec Carrefour et sa fondation, la Fondations Nestlé et Lidl. Il faut noter ici que bien que Lidl soit peu présent dans les activités politiques cognitives et relationnelles, il contribue à des activités d'ordre symbolique.

Graphique 16 : Les associations les plus liées avec les acteurs du secteur lait



Source : Auteurs

Le secteur laitier développe de nombreux partenariats avec des associations travaillant avec les enfants malades. Sur la liste des 112 partenaires soutenus par des acteurs du secteur laitier, figurent six associations dédiées à ce domaine d'intervention. Bénéficient de tels partenariats des associations telles que : « L'envol », « Les amis de Mikhly » et « Le Rire médecin », « Nos enfants ailleurs » et « Mécénat chirurgie cardiaque », qui offrent un soutien médical, social ou récréatif aux enfants atteints de pathologies lourdes, comme le cancer ou l'autisme (cf. Document 23). Certaines associations partenaires ont pour objet de soutenir les familles d'enfants malades, à l'instar de l'association « Tête en l'air » (cf. Document 24).

Document 23 : Les enfants malades et la filière lait



Source: Compte Twitter @LesamisdeMikhly

Document 24 : Les familles des enfants malades et la filière lait



Source : *Compte Twitter association @asso_teteenlair*

Si les associations et les ONG sont les principaux acteurs avec lesquels le secteur laitier travaille à la mise en œuvre de pratiques philanthropiques, un certain nombre de centres universitaires français sont aussi associés à ces pratiques. Des pratiques d'ordre symbolique rejoignent alors des pratiques d'ordre cognitif. Elles gagnent cependant à être appréhendées comme activités symboliques au regard de leur objet, qui dépasse le seul domaine des connaissances pour rejoindre des formes d'engagement pour le bien commun. Le Fonds Danone pour l'écosystème a par exemple signé une série d'accords avec l'Ecole des hautes en sciences sociales (EHESS), le Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement (CIRAD), le CNRS et l'Ecole supérieure des sciences économiques et commerciales (ESSEC). Ces accords ont pour objectif d'associer des chercheurs dans le domaine du développement durable à des projets de développement économique et social financés par le fonds Danone. Plus

spécifiquement, les chercheurs participent à des projets de recherche-action visant à guider l'action du Fonds en matière de développement social et économique dans différents pays. Le Fonds travaille par exemple à la création de coopératives de recyclage dans différents pays dans le but de régulariser la situation socioprofessionnelle des chiffonniers. Dans le cas d'un projet mis en œuvre au Ghana, le Fonds s'est associé au Massachusetts Institute of Technology (MIT) pour mettre au point la technologie nécessaire au recyclage des déchets. Dans le même registre, Carrefour et Leclerc sont partenaires de la Fondation de recherche Alzheimer et de la Fondation pour la recherche sur le cerveau :

Document 25 : Fondation Alzheimer et la filière lait



Source : Compte ONG @Alzh_Fondation

Document 26 : Fondation pour la recherche sur le cerveau et la filière lait

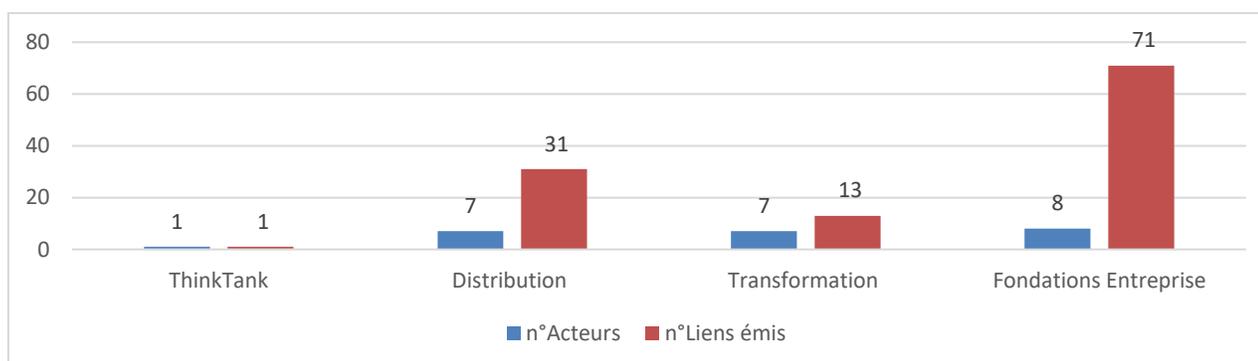


Source : Compte Twitter @frcneurodon

2.3.2 Les acteurs des activités symboliques de la filière lait

Les activités symboliques sont surtout mises en œuvre par des fondations créées par les acteurs du secteur laitier. L'enquête a permis d'en dénombrer huit. Malgré le fait que les entreprises de transformation et de distribution mènent de manière autonome des activités d'ordre symbolique (n=14), ces fondations concentrent la plupart des accords et collaborations (n=71/116) avec les associations et des ONG de la société civile décrites dans la section précédente (cf. graphique 17).

Graphique 17 : n° acteurs et liens émis par segment/métier

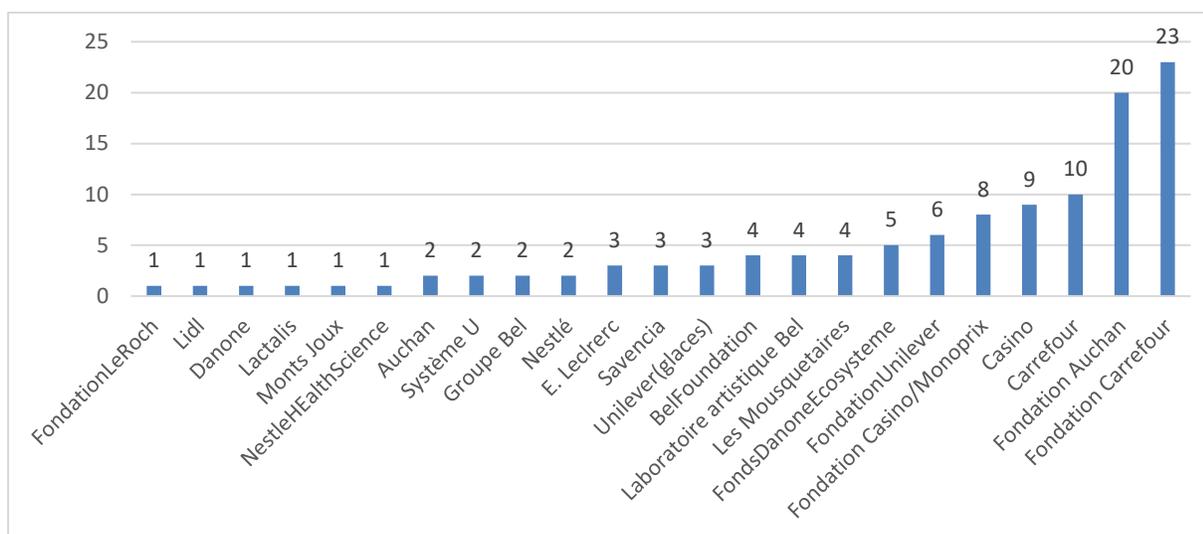


Source : Auteurs

Si l'on examine les acteurs les plus actifs dans ce type de pratiques politiques (cf. Graphique 18), les fondations des distributeurs Carrefour et Auchan apparaissent comme les plus actives dans ce type de pratiques, avec respectivement 23 et 20 accords de collaboration signés avec des entités philanthropiques. Elles sont suivies par la Fondation Casino/Monoprix (n=8). Parmi les enseignes de la Grande distribution, Casino et Carrefour sont les plus actifs dans la mise en œuvre de stratégies d'ordre symbolique. De manière générale, les entreprises de la Grande distribution sont celles qui investissent le plus dans ces pratiques. Cependant, le poids spécifique de deux entreprises du secteur de la transformation doit être souligné. Le Groupe Bel, par l'intermédiaire de sa fondation et de son laboratoire artistique, est responsable de dix partenariats avec le secteur associatif ; tandis que Danone a développé des collaborations avec six associations en France par le biais du Fonds Danone pour l'écosystème³⁰.

Graphique 18 : Collaborations des acteurs de la filière lait avec des organisations philanthropiques

³⁰ Pour ce travail, il a été décidé de ne pas inclure dans les calculs de l'intensité de l'activité symbolique des différents acteurs les accords de collaboration que ces acteurs ont développé avec des entités situées dans d'autres pays que la France. Le fait de ne mentionner que les partenariats qui existent en France permet de comparer les différents acteurs sur des bases communes. En outre, l'étude de ces pratiques vise à cerner leur importance du point de vue des prises de décision publiques en France. En ce sens, et ce choix méthodologique peut être discuté, nous considérons que le fait qu'une entreprise, développe, par exemple, des projets en Indonésie n'est pas un élément pesant sur la décision publique en France.



Source : Auteurs

Enfin, si la plupart des pratiques d'ordre symbolique mises en œuvre pour les acteurs de la filière relèvent de la lutte contre la pauvreté, de la protection de la santé et de l'aide au handicap, certaines spécificités qui méritent d'être soulignées. Une série d'acteurs de la filière mettent en œuvre des pratiques d'ordre symbolique qui associent aux objectifs sociaux, et dans des proportions variées, des finalités culturelles, sociétales ou environnementales.

La Fondation Casino/Monoprix est spécialisée dans la promotion du théâtre et des arts du spectacle. Elle développe des projets théâtraux avec des écoles de quartiers populaires. Elle met des artistes à la disposition d'écoles pour le développement de projets théâtraux avec des élèves. Le Laboratoire artistique Bel, créé par le Groupe Bel, se présente comme un acteur au service de la création artistique et de la promotion de l'art contemporain. Il organise des expositions d'artistes contemporains, des concerts et des événements liés aux expressions artistiques contemporaines. Dans le même registre, la Fondation Hélène et Edouard Leclerc pour la culture participe à l'organisation d'événements artistiques dans l'espace Les Capucins du village de Landerneau.³¹

La Fondation Carrefour, la Fondation Le Roch, issue du groupe Les Mousquetaires, et Savencia, mettent en œuvre des projets dans le domaine de la promotion de l'entrepreneuriat. L'objectif est de promouvoir l'esprit d'entreprise en soutenant des initiatives telles que celles lancées par l'association ADIE, qui fournit un soutien technique et matériel à des personnes souhaitant créer une entreprise et n'ayant pas les connaissances ou les ressources pour le faire. Dans le même

³¹ <https://www.fonds-culturel-leclerc.fr/Pr%C3%A9sentation-818-0-0-0.html>

ordre d'idées, l'Association 100 pour entreprendre encourage les jeunes à devenir entrepreneurs.³²

Danone et son Fonds pour l'écosystème sont pour leur part spécialisés dans la promotion d'initiatives liées à l'économie circulaire et à des projets justes sur les plans social et environnemental. En France, cette démarche donne lieu, par exemple, au soutien de l'initiative « Pousses d'avenir ». Avec l'association Réseau de cocagne, Danone finance la création d'un centre de production de légumes biologiques destiné à promouvoir ce type de culture et à aider les chômeurs en leur offrant une formation dans ce domaine. Le projet « Lemon aide », également soutenu par Danone, valorise une transition écologique socialement juste à travers la création d'un circuit de collecte et de recyclage du plastique dans lequel les chômeurs de la région sont employés en priorité.³³

La gouvernance des fondations d'entreprise et les profils des acteurs qui y participent permettent de mieux comprendre leurs modalités d'intervention. En premier lieu, leurs activités de mécénat ne permettent pas seulement aux entreprises de bénéficier de dispositifs de défiscalisation. Elles leur permettent de participer à la définition de l'agenda du secteur social par l'intermédiaire d'appels d'offres à destination d'associations, orientés vers des thématiques telles que l'alimentation solidaire, la promotion de l'entrepreneuriat ou l'art contemporain. En deuxième lieu, ces fondations sont le plus souvent gérées par des cadres dirigeants des entreprises qui les ont créées. Les équipes exécutives des fondations sont généralement composées de deux à trois personnes, sauf pour le Fonds Danone pour l'écosystème, qui dispose d'une équipe de direction plus étoffée afin de développer des activités à l'échelle internationale.

Les profils professionnels des équipes exécutives, souvent issues d'écoles de commerce, relèvent davantage du marketing, de la gestion et de la communication que de profils d'acteurs ayant une connaissance ou une expérience préalable de l'intervention sociale ou du développement. A titre d'exemple, le Directeur général du Fonds Danone pour l'écosystème est titulaire d'un diplôme en gestion des affaires du MIT. Sa carrière professionnelle l'a conduit des secteurs pharmaceutique et agroalimentaire, en tant que responsable de la stratégie commerciale et du marketing dans différents pays, jusqu'aux fonctions de Directeur exécutif du Fonds Danone. La Directrice générale de la Fondation Monoprix est diplômée d'HEC, avec une spécialisation en marketing. Après neuf ans d'expérience dans la gestion de l'image de marque chez Kraft Foods, elle devient responsable de la Responsabilité sociale d'entreprise (RSE) chez Monoprix. La Directrice générale de la Fondation Le Roch est diplômée du Centre de formation des journalistes et effectue l'essentiel de sa carrière auprès de la Fédération des entreprises de propreté, comme

³² <http://www.100journspourentreprendre.fr/qui-sommes-nous/>

³³ <http://ecosysteme.danone.com/projectslists/lemon-aide/>

Directrice de la communication et des relations publiques. Après une période de deux ans dans une agence de communication numérique, elle prend la direction générale de la Fondation Le Roch. Ces professionnels maîtrisent les enjeux de positionnement des marques pour lesquelles ils travaillent et assurent, à travers des activités d'intervention sociale, une cohérence entre les priorités définies par les marques et les interventions qu'elles financent.

3. LES CAPACITES POLITIQUES DE LA FILIERE LAITIERE

3.1 Les ressources structurelles dans la filière laitière

Les capacités politiques des acteurs de la filière laitière peuvent d'abord être appréhendées à partir du poids économique, plus ou moins important, de certains acteurs. La notion de capital structurel permet de quantifier et de comparer le poids économique des acteurs à partir de données objectives. Elle traduit aussi le fait que le poids économique de différents acteurs constitue pour eux une ressource, qu'ils peuvent mobiliser et faire valoir dans le cadre d'activités politiques. Concrètement, ils pourront évoquer les répercussions de certaines décisions sur leur filière ou sur leur entreprise, en faisant valoir des effets en termes de revenu ou d'emploi par exemple. La prise en compte du capital structurel donne une indication sur les capacités politiques des acteurs économiques, sans permettre d'établir un lien direct entre leurs poids économiques et leurs activités politiques, et moins encore entre leurs poids économiques et les effets de ces activités politiques, plus ou moins couronnées de succès. En un mot, le capital structurel est un indicateur quantifiable des capacités politiques des acteurs économiques, sans permettre de caractériser l'efficacité de ces capacités, variables d'un acteur ou d'un type d'acteur à l'autre. A l'instar des travaux de Cox (Cox 1987), Gill and Law (Gill and Law 1989) et Fagre et Wells (Fagre et Wells 1982), nous retenons trois indicateurs quantitatifs pour déterminer la distribution du capital structurel au sein de la filière laitière.

Le premier indicateur correspond au nombre d'emplois directs générés par le secteur. Nous supposons, d'après les travaux mentionnés, que la création d'un volume significatif d'emplois sur un territoire constitue une variable susceptible de peser lors des processus de prise de décision politique concernant la filière. Le deuxième indicateur correspond au chiffre d'affaires des acteurs économiques. Nous supposons que lorsque le poids économique d'un acteur augmente, son poids politique augmente aussi. Le volume du chiffre d'affaires (CA) agit à deux niveaux. D'une part, le simple fait que l'acteur économique en question génère un chiffre d'affaires important peut peser dans une prise de décision politique. D'autre part, le fait de générer un grand volume

d'affaires permet aux acteurs économiques d'investir des ressources dans la mise en œuvre d'activités politiques. Le troisième indicateur correspond à la concentration du pouvoir structurel au sein du secteur. Nous supposons que si les deux premiers indicateurs – nombre d'emplois et chiffre d'affaires – sont élevés et sont également concentrés auprès de quelques acteurs, ces derniers auront une capacité politique accrue pour deux raisons. Premièrement, un petit nombre d'acteurs est susceptible de réagir plus rapidement pour défendre une position cohérente face aux décideurs politiques. Deuxièmement, la concentration des capacités économiques et démographiques, en termes d'emplois, augmente les capacités d'action : elles mettent à disposition des acteurs qui en bénéficient davantage de ressources pour mettre en œuvre des activités politiques.

La distribution du capital structurel de la filière laitière est d'abord analysée par rapport à d'autres secteurs économiques. Elle est ensuite analysée à l'échelle des segments de la filière, et enfin à l'échelle plus détaillée des acteurs économiques eux-mêmes.

3.1.1 Des ressources structurelles importantes mais inégales selon les segments³⁴

La filière laitière compte quatre segments. Le premier est composé par les producteurs laitiers. Il est lui-même divisé en trois catégories, en fonction du type de lait produit : le lait de vache (24 milliards de litres en 2017), le lait de chèvre (487 323 litres en 2017), le lait de brebis (285 999 litres en 2017). Le deuxième segment est celui des collecteurs de lait. Ce segment est également divisé en fonction du type de lait collecté. Le troisième concerne les établissements en charge de la transformation du lait en un ensemble de produits dérivés. Au total, dix-huit types de produits sont dérivés du lait : le lait conditionné, le lait infantile, le beurre, la crème fraîche conditionnée, la crème longue conservation, les fromages blancs et petits suisses, les yaourts et laits fermentés, les desserts lactés frais, les fromages frais, les fromages à pâte molle, les fromages à pâte pressée cuite (PPC), les fromages à pâte pressée non-cuite (PPNC), les fromages à pâte filée,

³⁴ Tous les chiffres présentés dans ce chapitre ont été élaborés par les auteurs à partir de quatre sources de données :

- a) Insee (2017). Principales caractéristiques des entreprises en 2016. A consulter ici : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/3560241?sommaire=3560277&q=esane>
- b) CNIEL, 2018. *L'économie laitière en chiffres*.
- c) Institut de l'élevage, 2018. *Ovins 2018 : Productions lait et viande*.
- d) Institut de l'élevage, 2017. *Caprins 2017 : Productions lait et viande*.
- e) FranceAgrimer, 2018. *La transformation laitière française : évolutions récentes*

la poudre grasse, la poudre de lait écrémé, la poudre de lactosérum, la poudre de lait infantile, les glaces et sorbets. Le quatrième segment de la filière est constitué par les distributeurs détaillants de produits laitiers.

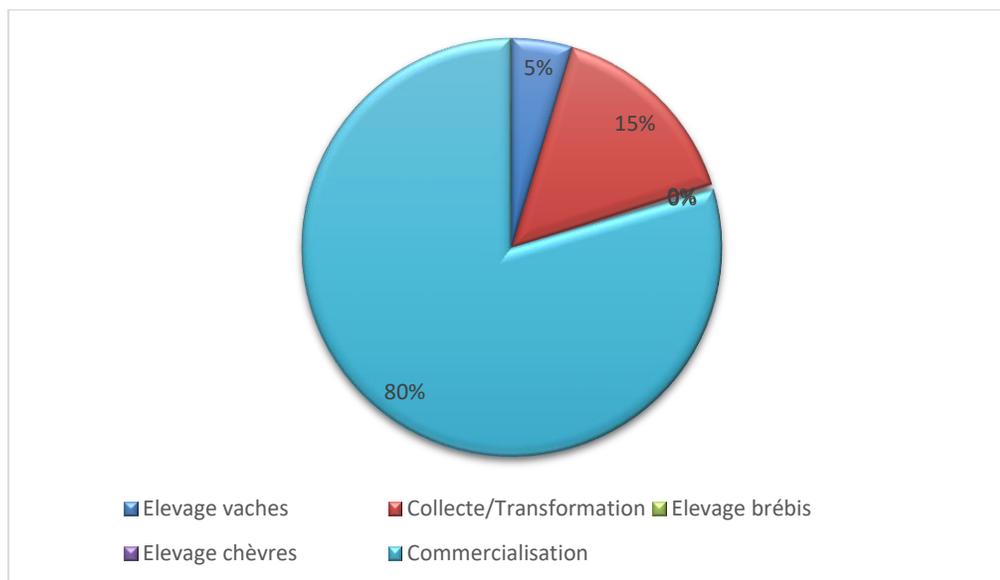
En France, le secteur laitier est un secteur économique pouvant se prévaloir d'un capital structurel important. En prenant en compte les revenus générés par les activités d'élevage de bovins, d'ovins et de caprins, la collecte et la transformation du lait en produits manufacturés et la commercialisation de ces produits, le secteur donne lieu à un chiffre d'affaires d'environ 40 milliards d'euros annuels. En 2018, les quatre segments du secteur laitier étudiés représentaient environ le 1,5 % du Produit intérieur brut national. Le nombre d'emplois directement associés aux entreprises de la filière est de près de huit cent mille (799 563).

Les capacités structurelles ne sont pas uniformément distribuées entre les différents segments. Ainsi, le segment des producteurs laitiers ne génère que 1% du chiffre d'affaires de la filière, bien qu'il représente parallèlement 15% du nombre d'emplois total (cf. Graphique 19 et 20). Dans le cas des producteurs, la plupart des emplois se concentrent dans la production de lait de vache. Cette production concentre environ 90 000 emplois alors que les emplois liés à la production de lait de brebis se situent entre 7000 et 10 000 et ceux liés à la production de lait de chèvre entre 6000 et 8000³⁵.

Les acteurs de la collecte et de la transformation du lait représentent 16% du chiffre d'affaires de la filière, mais seulement 8% de ses emplois. Enfin, la Grande distribution, qui représente 90 % des ventes au détail de produits laitiers en France, représente 83 % du chiffre d'affaires du secteur et 77 % des emplois. Ces données font apparaître des capacités structurelles inégales selon les segments. Le secteur des producteurs de lait n'a de capacités qu'en fonction du nombre de personnes qui dépendent de cette activité économique. Le secteur de la collecte et de la transformation dispose de capacités très concentrées, liées aux revenus générés, alors que le secteur de la distribution est l'acteur structurellement le plus puissant de la filière.

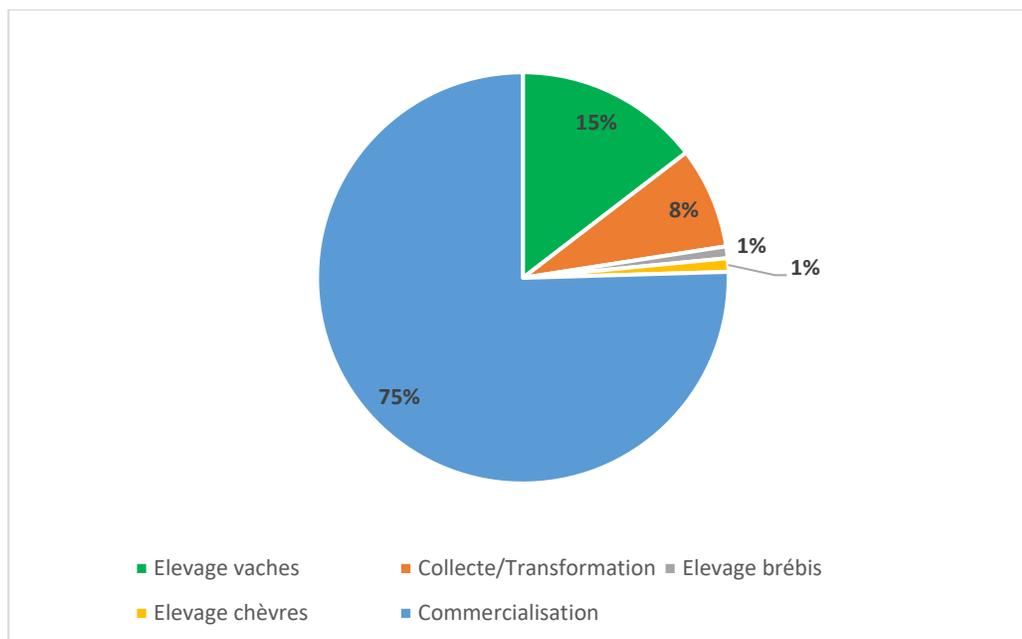
³⁵ En l'absence de données spécifiques à ce sujet, nous avons estimé le nombre d'emplois liés à la production de lait de chèvre et de brebis de la même manière que pour le lait de vache. Le nombre moyen d'emplois dans les fermes laitières était de 2 selon les données du CNIEL. En partant de cette moyenne nous avons multiplié le nombre de fermes pour chaque type de production par deux et obtenu ainsi une estimation des emplois par type de production.

Graphique 19 : Chiffre d'affaires monde en millions d'euros par segment de la filière laitière



Source : Auteurs à partir des données de l'Insee : Insee (2017). « Principales caractéristiques des entreprises en 2016 »

Graphique 20 : Emplois associés aux acteurs de la filière laitière en France

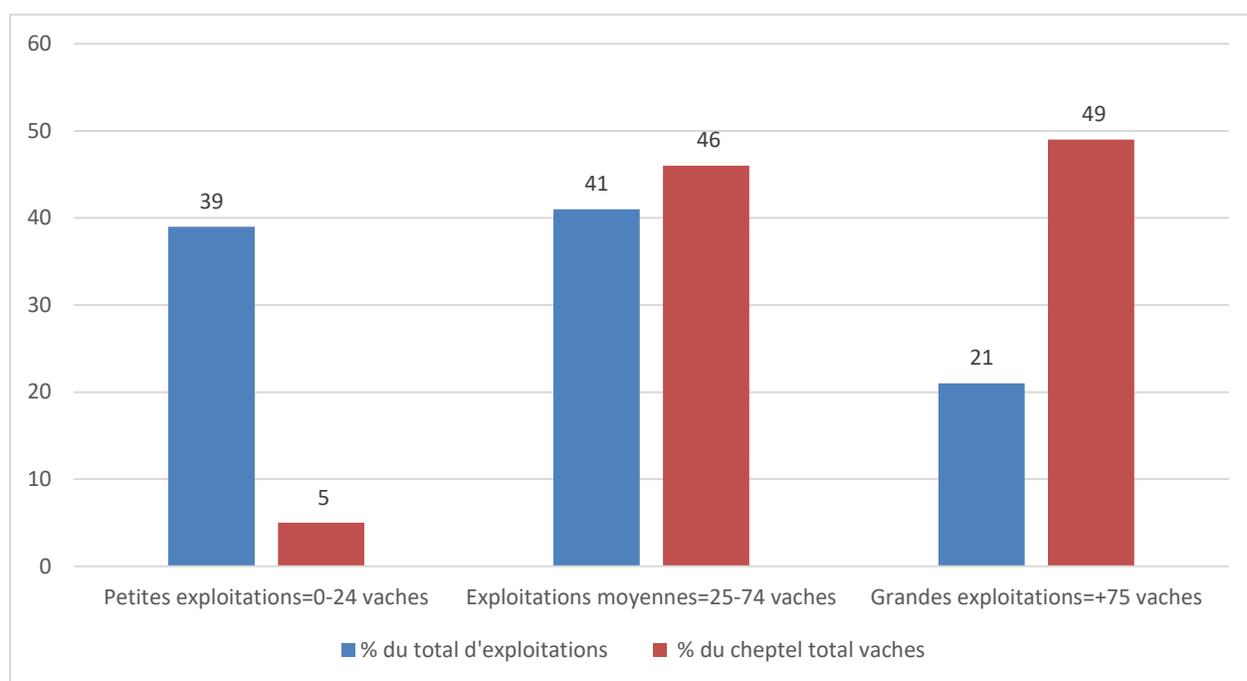


Source : Auteurs à partir des données du CNIEL : « L'économie laitière en chiffres 2018 »

Des ressources structurelles très concentrées vers l'aval de la filière

Il est possible de calculer la concentration du segment des producteurs de lait à partir de la taille des exploitations. Comme le fait apparaître le graphique 21, 60 % des fermes concentrent 95 % de la production laitière. Ces exploitations correspondent à des unités de taille moyenne, comprise entre 25 et 74 vaches, et des unités de grande taille, comprenant plus de 75 vaches. Cependant, 39% des exploitations correspondent à de petites exploitations, comprenant entre 1 et 24 vaches, et qui ne possèdent que 5% du nombre total de vaches en France. La production laitière, ainsi que ses revenus et son niveau d'emploi, sont concentrés dans les moyennes et grandes exploitations. Mais ces dernières sont elles-mêmes dispersées. Le nombre d'exploitations indépendantes de taille moyenne, comptant entre 25 et 74 vaches, est de 34 411. Le nombre de grandes fermes, comprenant plus de 75 vaches, est de 17 326.

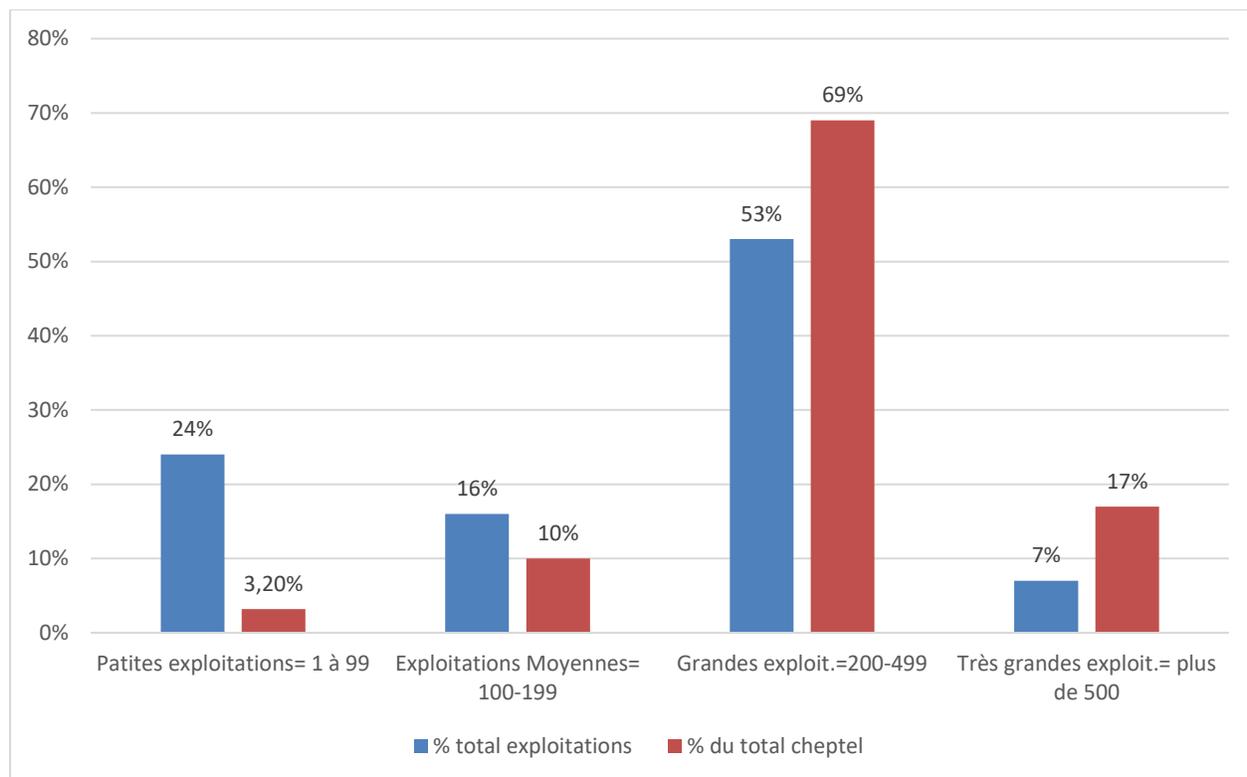
Graphique 21 : Concentration production lait vache



Source : CNIEL, *L'économie laitière en chiffres 2018*, p. 24

Cette dynamique peut aussi être observée pour la production de lait de brebis et de chèvre (cf. graphique 22 et 23). Dans le premier cas, la production laitière est concentrée dans les grandes exploitations, qui représentent 53 % du nombre d'exploitations existantes. Ces dernières comprennent 69 % des brebis existant en France Mais le nombre de grandes exploitations est de 3320, ce qui témoigne d'une forte dispersion de l'emploi et des revenus dans ce type de production. Pour le lait de chèvre, les exploitations de plus de 200 chèvres ne représentent que 26% du nombre total d'exploitations. Elles possèdent 60% des chèvres en France. Et le nombre d'exploitation de ce type est de 1339.

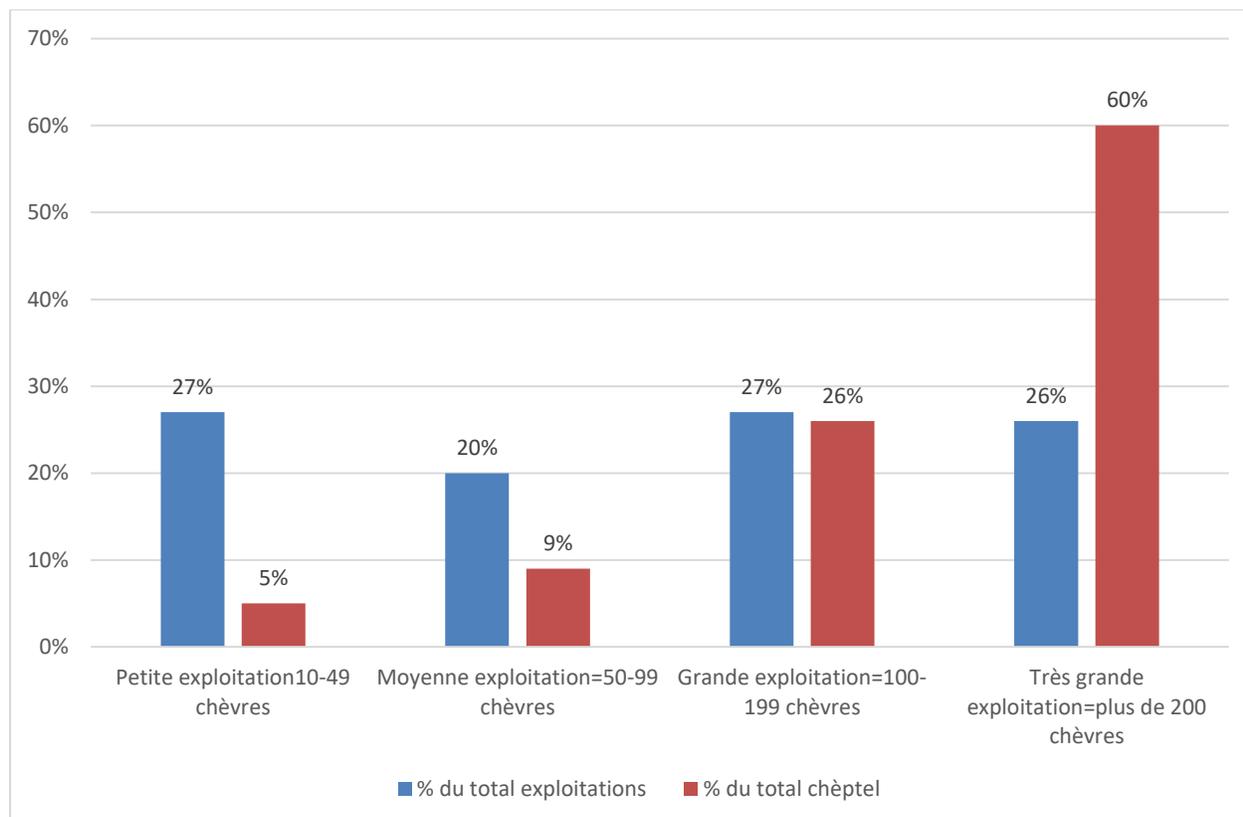
Graphique 22 : Concentration production lait de brebis³⁶



Source : Auteurs à partir des données de l'Institut de l'élevage, 2018, « Ovins : productions lait et viande »

³⁶ Données de 2013, date du dernier recensement agricole en France.

Graphique 23 : Concentration production lait de chèvre³⁷

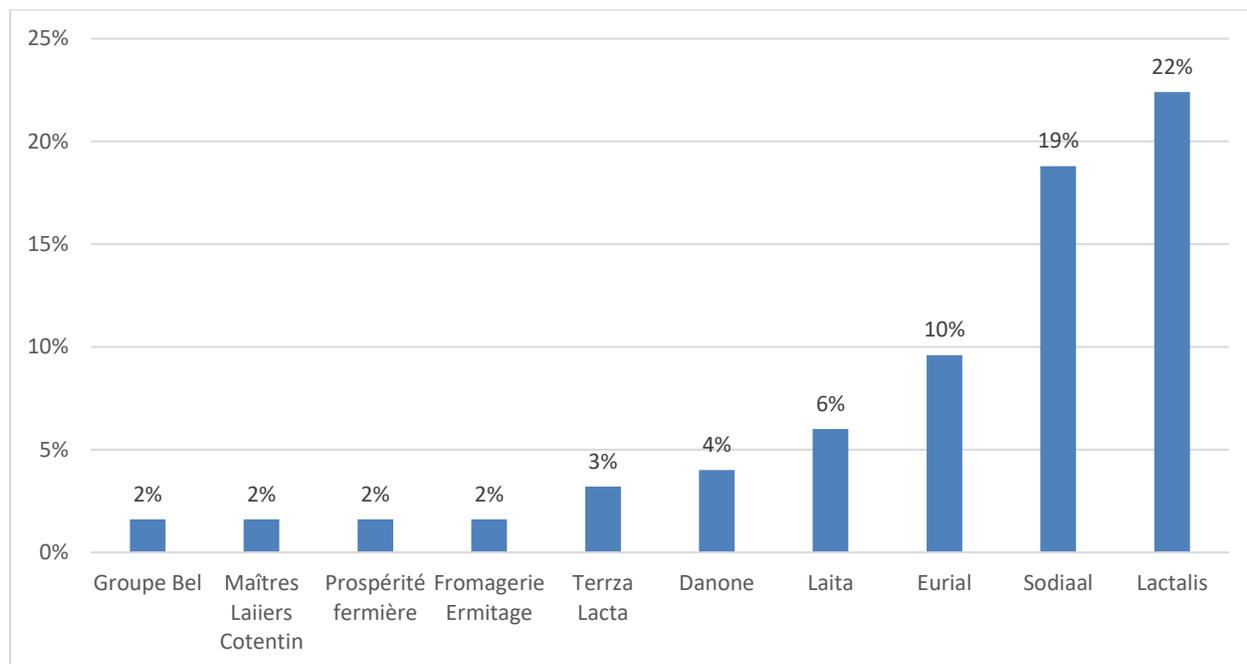


Source : Auteurs à partir des données de l'Institut de l'élevage, 2017, « Caprins : production lait et viandes »

Le segment de la collecte du lait présente un visage très différent en termes de concentration. Dix acteurs collectent 70% du lait produit en France, qu'il s'agisse de lait de vache, de brebis ou de chèvre (soit 25 milliards de litres par, voir graphique 24). Et ces dix acteurs représentent seulement 2,2 % du nombre d'établissements de collecte (10 sur 450), ce qui signifie que près de 98 % des établissements de collecte se partagent 30 % de la collecte laitière. Ce haut niveau de concentration en termes de volume de collecte apparaît renforcé lorsque l'on l'associe au nombre d'emplois et au chiffre d'affaires. Ces dix acteurs emploient 40 550 personnes et génèrent un chiffre d'affaires annuel de 42,7 milliards d'euros (cf. tableau 7).

³⁷ Données de 2013, date du dernier recensement agricole en France.

Graphique 24 : Les 10 acteurs économiques qui concentrent le 70% de la collecte de lait (tous laits confondus)



Source : Auteur à partir de Ministère de l'Agriculture, juillet 2018, « Enquête annuelle laitière 2017 » et des informations contenues dans les sites des acteurs présents dans le graphique 6

Tableau 7 : Emplois et chiffres d'affaires monde des dix premiers collecteurs de lait en France

Groupe	Emplois France	en CA monde (millions €)
<i>Prospérité fermière</i>	460	400
<i>Terra Lacta</i>	560	700
<i>Fromagerie Ermitage</i>	660	400
<i>Maîtres Laitiers du Cotentin</i>	800	1900
<i>Danone</i>	2300	12000
<i>Laita</i>	2670	1300
<i>Eurial</i>	4000	2000
<i>Groupe Bel</i>	5000	2900

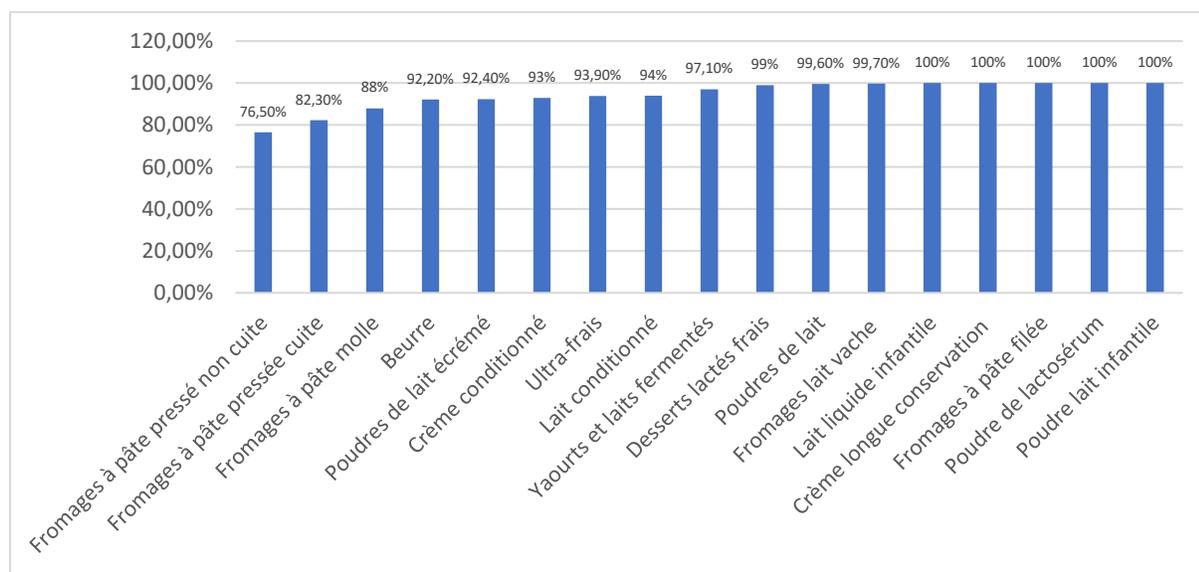
<i>Sodiaal</i>	9100	5100
<i>Lactalis</i>	15000	16000
<i>Totaux</i>	40550	42700

Source : Auteurs à partir des données des sites web des acteurs listés

Cette forme de concentration peut aussi être observée dans le segment de la transformation. Si l'on regarde l'ensemble des produits transformés (cf. graphique 25), tous les produits sauf trois (les fromages à pâte pressée non cuite, les fromages à pâte pressée cuite et les fromages à pâte molle) sont produits à plus de 90% par dix acteurs de la filière seulement. Pour les trois types de fromages mentionnés, les dix acteurs les plus importants assurent plus de 75% de la production.

Le deuxième élément indiquant un degré élevé de concentration est que les mêmes acteurs apparaissent dans le top 10 des différents produits. En fait, trente-huit entreprises sont responsables de 94,57 % de la production totale de toutes les gammes de produits à base de lait. Ces trente-huit sociétés concentrent plus de 70 000 emplois et génèrent un chiffre d'affaires annuel de plus de 153 milliards d'euros (cf. Tableaux 9 et 10). Ce degré de concentration dans le segment des transformateurs est amplifié si l'on se focalise sur les entreprises ayant les plus grandes parts de marché du segment. Huit entreprises concentrent à elles-seules 83,5 % des emplois du segment et représentent 91,6 % du chiffres d'affaires des activités de transformation.

Graphique 25 : Volume de production en % par type de produit laitier des dix plus grandes entreprises du secteur de la transformation



Source : Auteurs à partir de Ministère de l'Agriculture, 2018. « La transformation laitière : les évolutions récentes »

Tableau 8 : Les 39 sociétés qui assurent le 94,5% de la production de produits laitiers en France

Sociétés	Nombre de présences parmi les 10 plus gros producteurs par type produit laitier	Emplois France	CA monde (millions €)
Alsace Lait	3	250	97
Beurreiie Lescheroux	1	14	3
Foissiat			
Centurion	1	350	12
Chabert	2	100	87
Compagnie des fromages et Richesmonts	3	100	630
Danone	4	9000	24000
Eurial	10	4600	2200
Flécharde	1	100	189
France Crème	1	50	16
Fromagerie Lincet	1	130	22

Fromagerie Milleret	2	175	66
Fromageries de l'Ermitage	3	660	400
Fromageries Henri Hutin	2	400	108
Gerentes	2	100	40
Groupe Bel	3	5000	2900
Ingredia Prospérité fermière	3	460	342
Isigny Sainte Mère	4	710	280
Lactalis	14	15000	18000
Lact'Union	5	880	90
Laita	11	2830	1300
Laiterie de Montaigu	4	250	132
Laiterie Saint-Père	1	317	233
Laiterie Saint-Denis de l'Hôtel	2	500	448
Les Maîtres Laitiers du Cotentin	9	800	1900
Monts Joux	1	10	9
Nestlé	3	13000	90000
Novandie	2	1200	550
SA Perrin Vermot	1	200	39
SAS Vaubernier	1	200	53
Savencia	10	8000	4862
Schreiber	1	800	5000
Sill	2	1364	464
Soc Coop laitière du Beaufortin	1	50	17
Sodiaal	10	9100	5100
Synutra	1	280	166
Terra Lacta	1	560	392
Tribalat	2	800	270
Yoplait	2	1300	844
Totaux		79640	161261

Source : Auteurs, à partir de Ministère de l'Agriculture, 2018, « La transformation laitière : les évolutions récentes » et des données offertes par les sites web des entreprises concernées

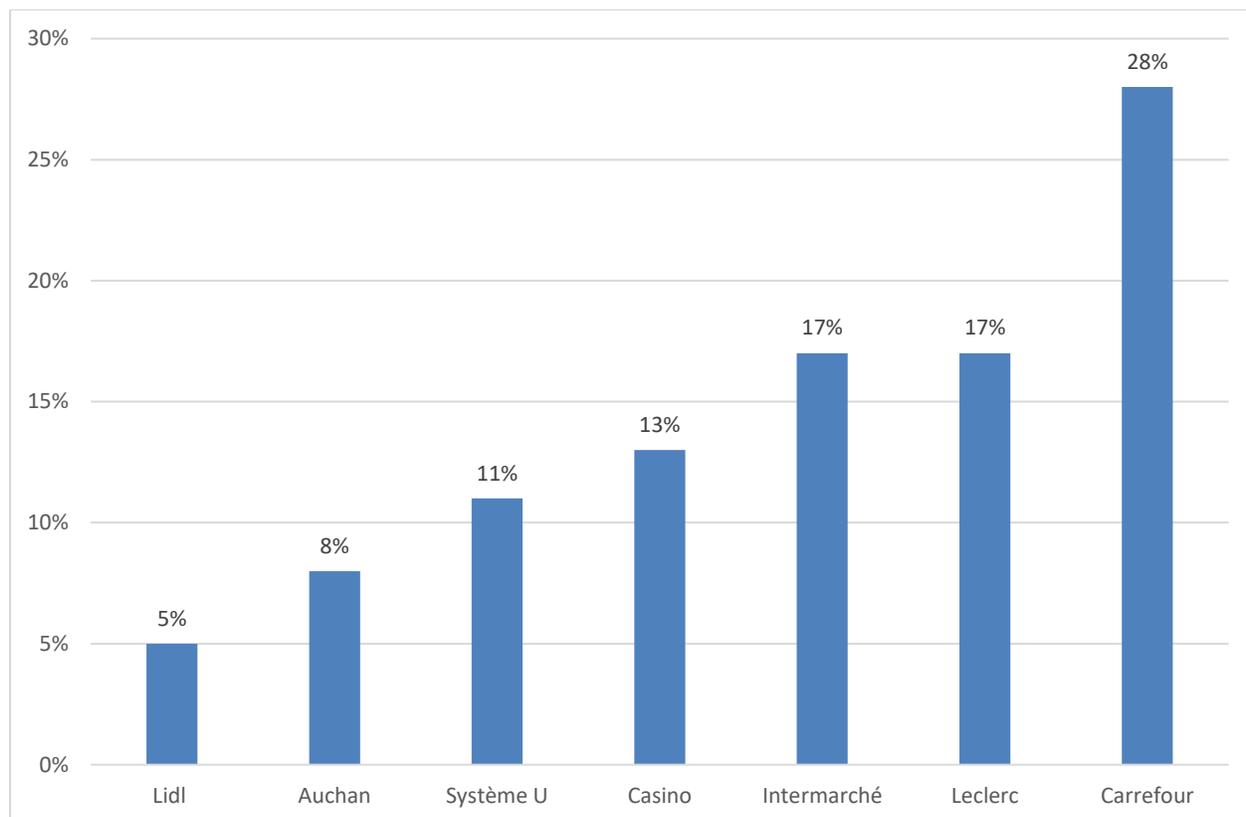
Tableau 9 : % d'emplois et CA monde des top 8 des sociétés de la transformation sur l'ensemble d'emplois et CA du segment

Société	% Emplois sur l'ensemble d'emplois segment	% CA Millions euros Monde sur l'ensemble du CA segment
Laita	3,6%	0,8%
Eurial	5,8%	1,4%
Groupe Bel	6,3%	1,9%
Savencia	10,0%	3,2%
Danone	11,3%	15,7%
Sodiaal	11,4%	3,3%
Nestlé	16,3%	53,5%
Lactalis	18,8%	11,7%
Totaux	83,5%	91,6%

Source : Auteurs à partir des sites web des entreprises concernées

Le segment de la distribution laitière suit le même schéma de concentration que celui de la transformation. Neuf groupes distribuent à eux-seuls 90% des produits laitiers vendus en France. Il s'agit des supermarchés, hypermarchés et distributeurs *hard discount*. Il est à souligner que les groupes Intermarché, Leclerc et Carrefour comptent chacun plus de 100 000 salariés. Viennent ensuite les groupes Casino et Système U avec plus de 60 000 salariés, Auchan avec plus de 50 000 emplois en France, puis enfin Lidl (30 000) (cf. graphique 26).

Graphique 26 : Distribution en % du volume total des salariés de la Grande distribution en France par groupe³⁸.

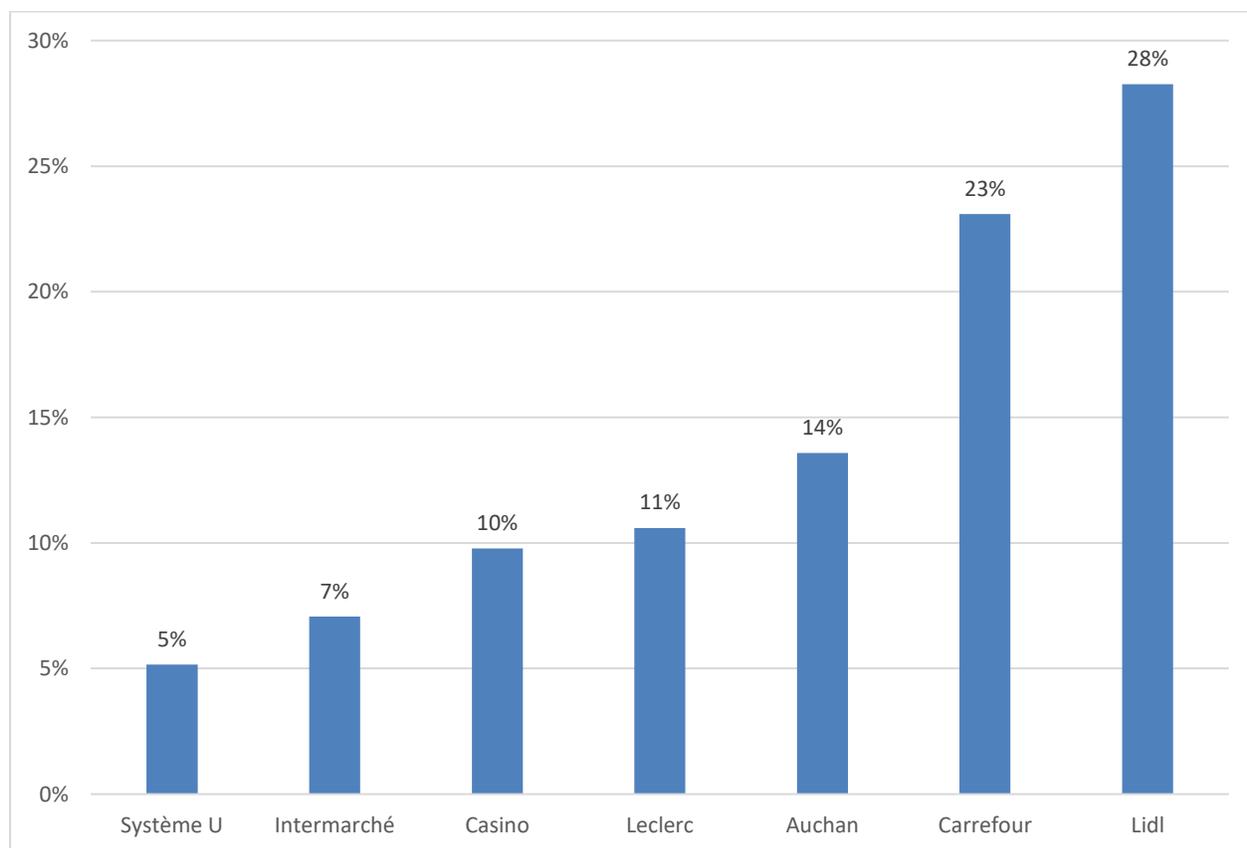


Source : Auteurs à partir des sites web des distributeurs

La capacité économique de ces groupes mesurée à partir de leur chiffre annuel, fait apparaître deux géants, Carrefour et Lidl, avec des chiffres d'affaires mondiaux supérieurs à 80 milliards d'euros. Auchan, Leclerc et Casino peuvent se prévaloir de 35 milliards d'euros de chiffres d'affaires chacun. Intermarché et Système U génèrent chacun des chiffres d'affaires supérieurs à 19 milliards d'euros (cf. graphique 27).

³⁸ Nous avons décidé de prendre comme chiffre le nombre d'emplois total plutôt que de calculer un ratio qui correspondrait aux employés générés à la vente de produits laitiers. Cette décision est essentiellement théorique et répond au fait que nous nous intéressons au pouvoir structurel des acteurs. Ce qui nous intéresse est le poids d'un acteur face aux décideurs publiques. La grande distribution pèse dans les régulations concernant le lait ou tout autre produit non parce qu'un certain nombre d'employés est lié à la vente de ces produits, d'ailleurs un nombre sans doute très difficile à estimer, mais parce que ces distributeurs représentent un volume total d'emplois en France extrêmement important.

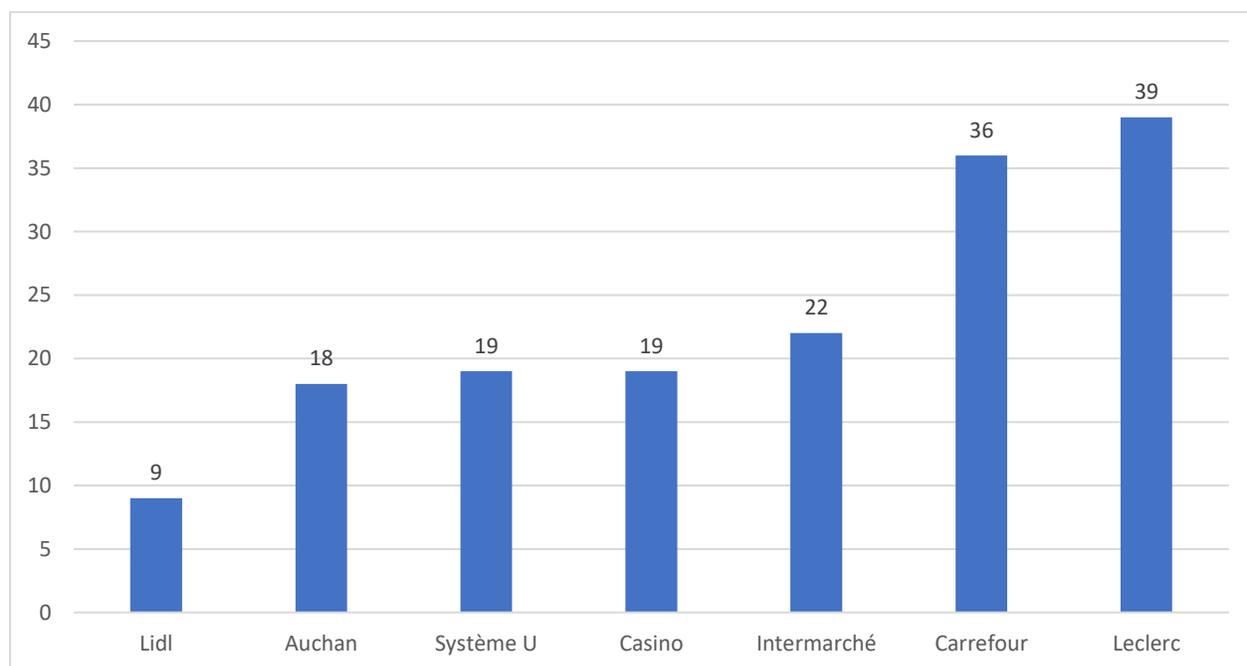
Graphique 27 : Distribution du chiffre d'affaires en % par groupe (top 8) du secteur de la Grande distribution



Source : Auteurs à partir des sites web des groupes analysés

Lorsqu'on regarde les revenus générés sur le territoire français, le classement subit de légères modifications. Lidl perd alors le leadership et apparaît en bas de la liste. Leclerc quitte la zone médiane et devient leader à l'échelle nationale, suivi de Carrefour. Intermarché, Casino, Système U et Auchan (cf. graphique 28) apparaissent dans la zone médiane avec des chiffres d'affaires plus homogènes que lorsque l'on prend en compte le chiffre d'affaires monde.

Graphique 28 : Chiffre d'affaires France (Mds Euros) des huit groupes les plus importants du secteur de la Grande distribution



Source : Auteurs à partir des sites web des sociétés analysées

Ainsi, la distribution du capital structurel au sein de la filière laitière peut être appréhendée à partir des segments qui la composent. Cette distribution fait apparaître des capacités structurelles inégales au sein du secteur laitier, et cette inégalité correspond à une logique de concentration ascendante, de l'amont vers l'aval de la filière.

3.1.2 La distribution du capital structurel entre acteurs de la filière laitière

Au fur et à mesure que l'on passe de l'amont vers l'aval de la filière, le nombre d'acteurs économiques qui concentrent les emplois et le chiffre d'affaires associés aux produits laitiers diminue. Cette section analyse cette distribution à l'échelle des acteurs du secteur. Elle prend en compte les acteurs de chaque segment qui concentrent le plus gros volume de capital structurel, mesuré à partir des emplois, du chiffre d'affaires et des parts de marché. Pour réaliser cette

analyse, une liste d'acteurs concentrant le pouvoir structurel est d'abord dressée. Ces acteurs sont en nombre varié selon que l'on se situe en amont ou en aval de la filière, du côté des producteurs ou des distributeurs, ce qui requiert quelques choix méthodologiques permettant la comparaison. Comme indiqué dans la section précédente, le segment des producteurs laitiers est caractérisé par une grande dispersion. Il n'est pas possible d'identifier pour ce segment un nombre limité et raisonnable d'acteurs en vue de réaliser une analyse quantitative de la distribution du capital structurel. Pour surmonter les difficultés méthodologiques liées à cette dispersion, les unités retenues dans l'analyse sont les organisations de représentation des intérêts des éleveurs bovins, ovins et caprins. Dans le segment de la collecte et de la transformation du lait, une poignée d'acteurs concentre 90% de la production et plus de 90% des emplois et du chiffre d'affaires du segment. Plus précisément, 39 sociétés concentrent le pouvoir structurel du segment de la transformation, et peuvent faire l'objet d'une analyse. Enfin, dans le segment de la commercialisation des produits laitiers, nous prenons pour objet d'analyse huit distributeurs se partageant 90% du marché laitier en France. Au total, tous segments confondus, une liste de 49 acteurs peut être établie (cf. tableau 10).

Pour chaque acteur de cette liste, sont notés le nombre d'emplois et le chiffre d'affaires monde. Le résultat compose une base de données à quatre colonnes (cf. Tableau 10). La première colonne contient le nom des entreprises, la seconde le nombre d'emplois, la troisième le chiffre d'affaires monde et la quatrième le segment d'appartenance de l'acteur (producteur, collecteur, transformateur et distributeur). Les variables nombre d'emplois et chiffre d'affaires sont considérées comme les variables indépendantes. Afin de pouvoir réaliser une analyse avec l'ensemble des acteurs, malgré la grande dispersion des valeurs prises par ces derniers pour chacune des deux variables indépendantes, nous avons recodé ces deux variables continues afin de les transformer en variables discrètes. Une Analyse de correspondances multiples (ACM) réalisée à partir de cette base de données permet d'obtenir un graphique bidimensionnel positionnant les acteurs en fonction de leur proximité et de leurs différences par rapport à deux variables actives (nombre d'emplois en France et chiffres d'affaires monde). La variable relative au segment de chaque acteur est intégrée comme variable supplémentaire. A partir des résultats obtenus avec cette ACM, nous avons effectué une analyse ascendante hiérarchique (CAH) qui permet de regrouper les différents acteurs en groupes de similitude en termes de pouvoir structurel.

Tableau 10 : Base de données ACM pouvoir structurel acteurs filière laitière

Acteur	CA France/Monde (Millions €)	CA classes France/Monde (Millions €)	Emplois	Emplois classes	Type
Eleveurs bovins	7000	5000-10000	90000	50000 et plus	Elevage
Eleveurs ovins	229	200-500	7000	5000-10000	Elevage
Eleveurs Caprins	438	200-500	8000	5000-10000	Elevage
Beurrerie Foissiat Lescheroux	3	moins de 50	14	0-200	Collecte/Transformation
Centurion	12	moins de 50	350	200-1000	Collecte/Transformation
Flécharde	189	50-200	100	0-200	Collecte/Transformation
France Crème	16	moins de 50	50	0-200	Collecte/Transformation
Fromagerie Lincet	22	moins de 50	130	0-200	Collecte/Transformation
Laiterie Saint-Père	233	200-500	317	200-1000	Collecte/Transformation
Monts Joux	9	moins de 50	10	0-200	Collecte/Transformation
SA Perrin Vermot	39	moins de 50	200	0-200	Collecte/Transformation
SAS Vaubernier	53	50-200	200	0-200	Collecte/Transformation
Schreiber	5000	1000-5000	800	200-1000	Collecte/Transformation
Soc. Coop laitière du Beaufortin	17	moins de 50	50	0-200	Collecte/Transformation
Synutra	166	50-200	280	200-1000	Collecte/Transformation
Terra Lacta	392	200-500	560	200-1000	Collecte/Transformation
Chabert	87	50-200	100	0-200	Collecte/Transformation
Fromagerie Milleret	66	50-200	175	0-200	Collecte/Transformation
Fromageries Henri Hutin	108	50-200	400	200-1000	Collecte/Transformation
Gerentes	40	moins de 50	100	0-200	Collecte/Transformation
Laiterie Saint-Denis de l'Hôtel	448	200-500	500	200-1000	Collecte/Transformation

Novandie	550	500-1000	1200	1000-5000	Collecte/Transformation
Sill	464	200-500	1364	1000-5000	Collecte/Transformation
Tribalat	270	200-500	800	200-1000	Collecte/Transformation
Yoplait	844	500-1000	1300	1000-5000	Collecte/Transformation
Alsace Lait	97	50-200	250	200-1000	Collecte/Transformation
Compagnie des fromages et Richesmouts	630	500-1000	100	0-200	Collecte/Transformation
Fromageries de l'Ermitage	400	200-500	660	200-1000	Collecte/Transformation
Groupe Bel	2900	1000-5000	5000	1000-5000	Collecte/Transformation
Ingredia Prospérité fermière	342	200-500	460	200-1000	Collecte/Transformation
Isigny Sainte Mère	280	200-500	710	200-1000	Collecte/Transformation
Laiterie de Montaigu	132	50-200	250	200-1000	Collecte/Transformation
Lact'Union	90	50-200	880	200-1000	Collecte/Transformation
Les Maîtres Laitiers du Cotentin	1900	1000-5000	800	200-1000	Collecte/Transformation
Eurial	2200	1000-5000	4600	1000-5000	Collecte/Transformation
Savencia	4862	1000-5000	8000	5000-10000	Collecte/Transformation
Sodiaal	5100	5000-10000	9100	5000-10000	Collecte/Transformation
Laita	1300	1000-5000	2830	1000-5000	Collecte/Transformation
Nestlé	82000	10000 et plus	13000	10000-50000	Collecte/Transformation
Danone	24000	10000 et plus	9000	5000-10000	Collecte/Transformation
Lactalis	18000	10000 et plus	15000	10000-50000	Collecte/Transformation
Intermarché	26000	10000 et plus	100000	50000 et plus	Distribution
Carrefour	85000	10000 et plus	170000	50000 et plus	Distribution
Auchan	50000	10000 et plus	50000	10000-50000	Distribution
Système U	19000	10000 et plus	65000	50000 et plus	Distribution
Leclerc	39000	10000 et plus	100000	50000 et plus	Distribution
Casino	36000	10000 et plus	75000	50000 et plus	Distribution
Dia	9000	5000-10000	7500	5000-10000	Distribution
Lidl	104000	10000 et plus	30000	10000-50000	Distribution

Source : Auteurs

Un capital structurel concentré chez les distributeurs

Le premier élément mis en évidence par l'ACM et la CAH est la présence de cinq classes d'acteurs, différenciés en fonction de leurs capacités structurelles (cf. graphique 29). Une première classe, située dans le quadrant supérieur droit du graphique regroupe les acteurs qui concentrent les plus gros volumes de capital structurel (n=11). Il s'agit d'entreprises générant un chiffre d'affaires monde de plus de 10 milliards d'euros et employant au moins 10 000 personnes. Cette classe regroupe tous les distributeurs, ce qui indique la concentration des capacités structurelles dans le segment aval de la filière. Cette première classe d'acteurs comprend aussi quatre entreprises de transformation : Nestlé, Danone, Lactalis et Sodial. Dans cette première classe, se trouve l'ensemble des producteurs de lait de vache.

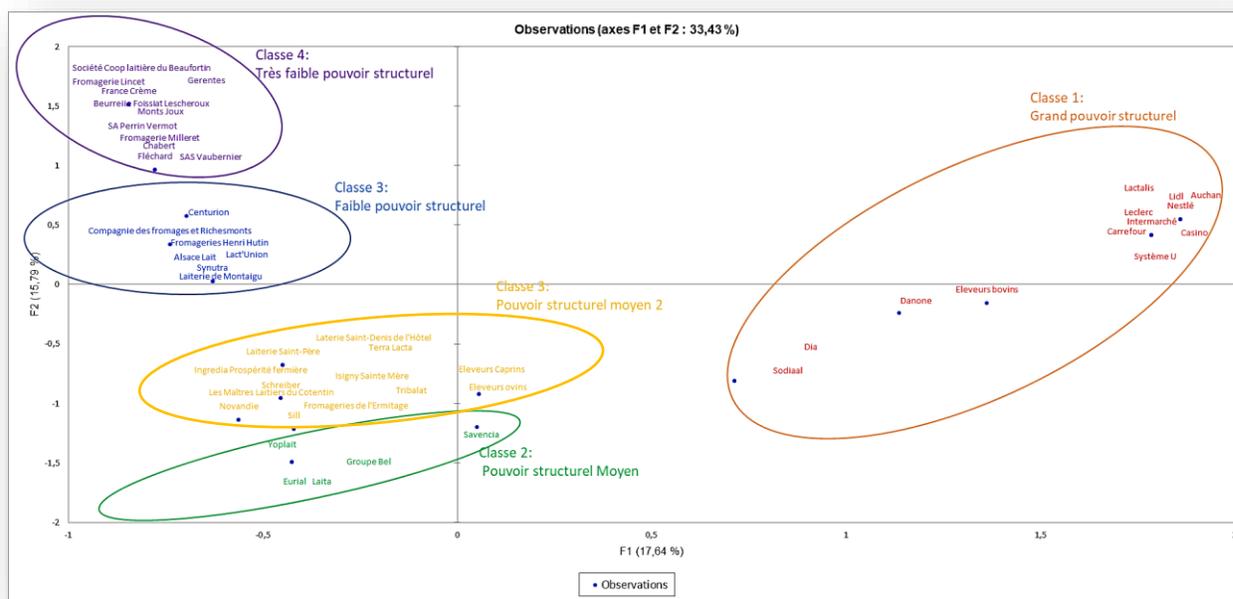
Une deuxième classe d'acteurs économiques est composée d'acteurs dont le capital structurel peut être qualifié de moyen. Ce petit groupe d'acteurs (n=4) se caractérise par des volumes de capital structurel importants, mais inférieurs à ceux des acteurs de classe précédente en termes de nombre d'emplois et de chiffre d'affaires monde. Plus précisément, ces acteurs génèrent individuellement entre un et cinq milliards d'euros de chiffre d'affaires annuel et emploient au minimum 1000 personnes. Ce groupe d'acteurs est composé de quatre grandes entreprises de transformation : Eurial, Laita, Savencia et le Groupe Bel.

La troisième classe est composée d'acteurs dont le capital structurel reste élevé mais demeure inférieur à celui de la classe précédente. Ces acteurs emploient au moins 200 personnes et génèrent un chiffre d'affaires de 200 millions d'euros. Dans cette classe, la spécificité de deux acteurs doit être soulignée : les éleveurs ovins et caprins. Ces deux acteurs collectifs se caractérisent par un déséquilibre entre les emplois associés et le chiffre d'affaires. Malgré plus de 5 000 emplois associés, leurs chiffres d'affaires sont inférieurs à 500 millions d'euros. Les autres acteurs de cette troisième classe sont des entreprises de transformation : Laiterie Saint-Père, Schreiber, Terra Lacta, Laiterie Saint-Denis de l'Hôtel, Novandie, Sill, Tribalat, Yoplait, Fromageries de l'Ermitage, Ingredia Prospérité fermière, Isigny Sainte Mère, Les Maîtres Laitiers du Cotentin.

Les deux dernières classes, situées dans le quadrant supérieur gauche du graphique 29, sont les entreprises dont le pouvoir structurel est faible. Ce groupe peut être divisé en deux sous-groupes. Le premier (n = 7) concentre les entreprises qui génèrent entre 50 et 200 millions de chiffre d'affaires et emploient entre 200 et 1 000 personnes. Le deuxième sous-groupe (n = 11) se compose d'entreprises comptant moins de 200 employés et générant moins de 50 millions d'euros

de revenu annuel. Le premier sous-groupe est composé des sociétés suivantes : Centurion, Synutra, Fromageries Henri Hutin, Alsace Lait, Compagnie des fromages et Richesmonts, Laiterie de Montaigu, Lact'Union. Le deuxième sous-groupe d'entreprises, qui dispose du moins de pouvoir structurel, est constitué par : Beurrerie Foissiat Lescheroux, Flécharde, France Crème, Fromagerie Lincet, Monts Joux, SA Perrin Vermot, SAS Vaubernier, Société Coop laitière du Beaufortin, Chabert, Fromagerie Milleret, Gerentes.

Graphique 29 : Plans 1 et 2 observations par classe



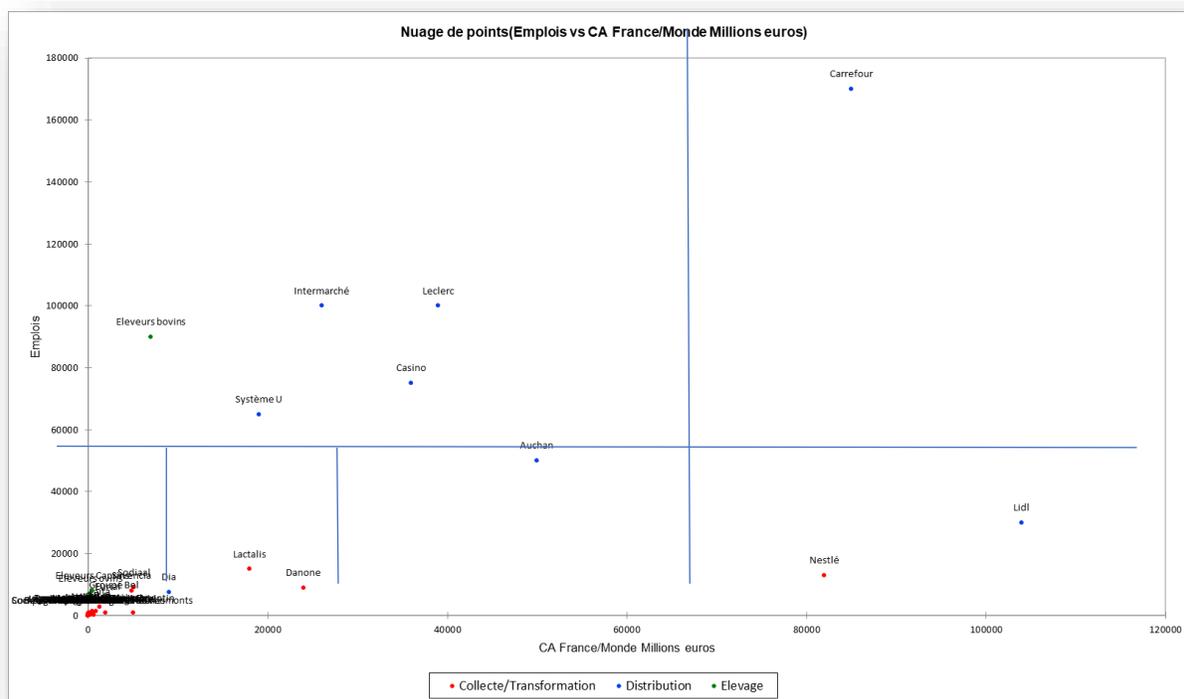
Source : Auteurs

Bien que l'ACM et la CAH permettent de distinguer cinq classes d'acteurs, des variations très importantes peuvent être observées entre quelques acteurs dominants et le reste de l'échantillon pour chacune des deux variables analysées. La dispersion entre les valeurs associées à certains acteurs mérite d'être détaillée car elle indique que quelques acteurs possèdent un capital structurel très supérieur, voire extrême par rapport aux autres acteurs de la filière.

Le nuage de points du graphique 30 associe aux distributeurs des valeurs extrêmes en nombre d'emplois sur le territoire français. Tous et chacun d'entre eux ont plus de 40 000 salariés alors que la moyenne au sein de la filière est de 15 962 emplois par acteur économique. Tous les distributeurs présentent un niveau d'emploi au moins trois fois supérieur à la moyenne, et le groupe Carrefour peut se prévaloir d'un niveau d'emploi dix fois supérieur à la moyenne. Il en va de même pour le chiffre d'affaires. Alors que le chiffre d'affaires moyen des acteurs de l'échantillon est de 10,7 milliards d'euros annuels, trois acteurs ont un chiffre d'affaires huit à dix fois supérieurs. Ces trois acteurs sont Nestlé, Lidl et Carrefour. Enfin, les valeurs extrêmes de Danone et Lactalis, bien qu'inférieures à celles de ces trois acteurs méritent d'être aussi mentionnées.

En résumé, le segment de la distribution concentre un capital structurel élevé au sein de la filière laitière. Cette concentration apparaît même extrême au regard des différences relatives entre les valeurs associées à ces acteurs et celles qui sont associées aux autres acteurs de la filière. Trois entreprises du secteur de la transformation, Nestlé, Lactalis et Danone, présentent des valeurs proches de celles qui sont observées dans la distribution.

Graphique 30 : Nuage de points acteurs filière laitière selon leur pouvoir structurel



Source : Auteurs avec le logiciel Xlstat 2019.2.1

3.2 Les ressources instrumentales dans la filière laitière

Dans cette section, nous cherchons à quantifier la capacité de certains acteurs à exercer un pouvoir politique auprès d'acteurs intervenant dans chacun des trois grands domaines d'activités politiques des entreprises identifiés, à savoir des activités d'ordre respectivement cognitif, relationnel et symbolique. Un certain nombre d'acteurs sont actifs dans chacun de ces trois grands domaines d'activités politiques, avec un degré affirmé de spécialisation. Il s'agit de se demander quelles sont les capacités spécifiques de certaines entreprises à intervenir auprès de ces acteurs, pour favoriser la mise en œuvre d'activités politiques, quelle que soit leur nature. Toutes les entreprises du secteur laitiers n'ont pas les mêmes capacités d'intervention ou d'organisation, directe ou indirecte, de ces activités. Quelques unes ont des capacités d'intervention à la fois importantes et relativement directes, tandis que la plupart se tiennent plus en retrait, avec des

capacités moindres et plus indirectes à intervenir dans des activités politiques, quelles que soient leurs natures.

Pour caractériser ces capacités inégales, nous introduisons la notion de ressource instrumentale, qui prend en compte les ressources financières et humaines que certaines entreprises peuvent consacrer à ces activités d'une part, et les formes plus ou moins directes de leurs interventions auprès d'acteurs spécialisés dans la mise en œuvre d'activités politiques, qu'elles soient cognitives, relationnelles ou symboliques, d'autre part. La notion de capital instrumental complète la notion de capital structurel, en se concentrant sur la capacité inégale des acteurs économiques à développer des activités politiques. Comme la notion de capital structurel, la notion de capital instrumental permet de quantifier des capacités politiques, sans présager de leur efficacité. Elle est aussi fondée sur une estimation de ressources économiques, quoique de manière non exclusive. A la différence de la notion de capital structurel, la notion de capital instrumental associe les capacités politiques des entreprises aux formes spécifiques des activités politiques qu'elles privilégient, qu'elles soient cognitives, relationnelles ou symboliques.

Pour quantifier le capital instrumental des acteurs de la filière laitière, une démarche idéale pourrait consister à prendre en compte les ressources financières et humaines effectivement consacrées par les entreprises du secteur laitier à la mise en œuvre d'activités politiques, qu'elles que soient leur nature, cognitive, relationnelle ou symbolique. Il s'agirait d'étudier les budgets et les ressources humaines consacrées par chaque acteur du secteur à la production de connaissances scientifiques, à la représentation d'intérêts ou à des activités philanthropiques. Ces données ne sont cependant pas disponibles. Les rares données existantes figurent au répertoire de la Haute autorité pour la transparence de la vie publique. Elles ne concernent que les entreprises exerçant des activités de représentation d'intérêts à l'Assemblée Nationale. Ces données ne prennent pas en compte les acteurs intervenant dans d'autres activités, cognitives et symboliques en particulier, ainsi que les activités relationnelles d'acteurs inscrits au répertoire mais développant ce type d'activités hors des cercles parlementaires. Enfin, les données du répertoire HATPV sont formulées sur la base d'auto-déclarations, ce qui fragilise leur robustesse.

En raison de ces limites, nous caractérisons le capital instrumental des entreprises de la filière à partir de trois variables qui échappent aux limites mentionnées. Pour chaque acteur économique de notre échantillon, nous identifions et quantifions ses liens avec des acteurs intervenant dans chacun des trois univers où des activités politiques sont mises en œuvre, c'est-à-dire dans des arènes respectivement scientifiques, administratives ou politiques, ainsi qu'auprès d'associations, d'ONG ou de fondations. Rappelons que les liens dénombrés sont toujours des liens institutionnels officiels entre les acteurs économiques étudiés et des organisations ou des individus intervenant dans les différents mondes mentionnés : il s'agit d'accords partenariaux signés par les entreprises avec des institutions universitaires, des associations ou des entités

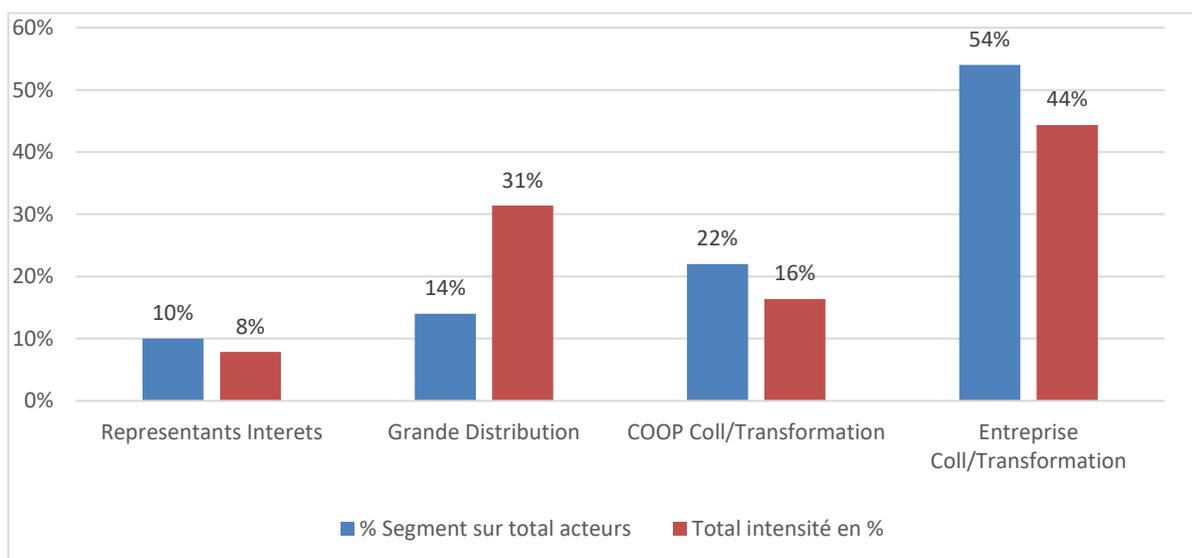
gouvernementales, d'une appartenance d'entreprises à des organisations de représentation des intérêts, d'une présence directe des entreprises dans des organismes administratifs. Le nombre de liens ainsi calculé pour chaque acteur économique permet de quantifier une première variable, que nous appelons « Intensité liens ».

Le nombre de liens de chaque entreprise avec divers organismes intervenant dans les trois mondes mentionnés est complété de deux autres variables, qui permettent d'affiner l'analyse et de rendre compte de la notion de capital instrumental. La première variable présente des relations directes, permettant aux acteurs économiques d'intervenir de manière effective auprès de ces acteurs, à travers une participation aux instances des acteurs avec lesquels des liens officiels sont établis. Nous avons appelé cette variable « Total Bureau/CA ». La seconde variable quantifie la fréquence des liens moins privilégiés de chaque acteur économique avec des organismes scientifiques, gouvernementaux et associatifs. Ces liens ne permettent pas à l'acteur laitier d'intervenir directement dans les instances de gouvernement de ces acteurs. Il s'agit d'accords de collaborations temporaires. Nous avons appelé cette variable « Total Financement/Partenariat ». L'analyse de ces trois variables permet de caractériser la distribution du capital instrumental au sein de la filière laitière. Les résultats de cette analyse sont présentés en deux temps, par segments de la filière d'abord, puis à l'échelle des acteurs économiques eux-mêmes.

3.2.1 La concentration des ressources instrumentales : entreprises non coopératives et Grande distribution

Les liens établis par les entreprises avec des organismes intervenant dans différentes activités politiques sont différents d'un segment à l'autre. Les capacités des entreprises se concentrent dans les segments de la collecte, de la transformation et de la distribution des produits laitiers, par opposition à la production. Dans les segments aval de la filière, les entreprises non coopératives de transformation concentrent en termes absolus la plupart des instruments disponibles pour mettre en œuvre des activités politiques (cf. Graphique 31). Il est à noter que les acteurs de la Grande distribution cumulent 31% des liens avec des instances scientifiques, gouvernementales et associatives du secteur, alors qu'ils ne représentent que 14% des acteurs étudiés. Ce chiffre fait des grandes entreprises de la distribution et des entreprises non coopératives de transformation les acteurs ayant les plus gros volumes de capital instrumental en matière d'activités politiques au sein de la filière.

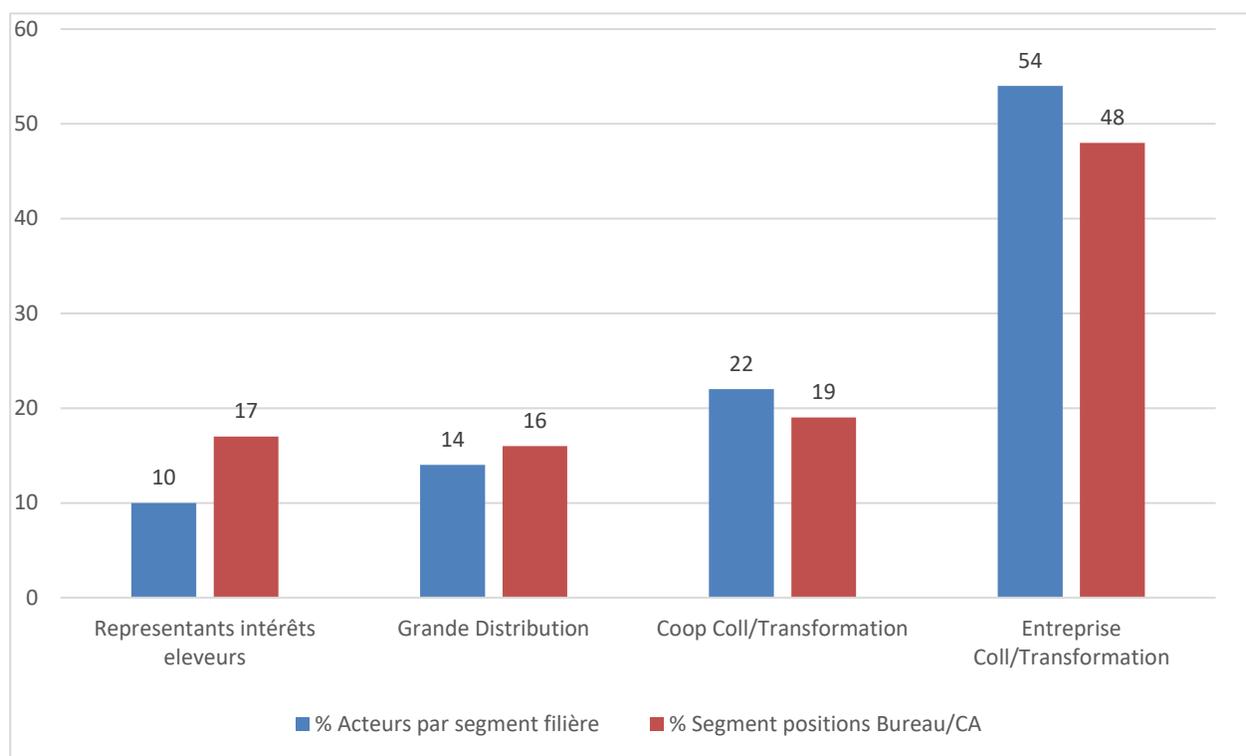
Graphique 31 : Distribution intensité liens par segment filière



Source : Auteurs

Si l'on considère la qualité des liens établis, à travers une appartenance des entreprises aux instances des organismes intervenant dans des activités politiques, quelle que soit leur nature, scientifique, administrative et associative, on retrouve un même effet de concentration des ressources auprès des entreprises non coopératives de collecte et de transformation (cf. Graphique 32). Il faut cependant noter que les organisations représentant les intérêts des producteurs sont aussi très actives dans ce domaine car, bien qu'elles ne représentent que 10% des acteurs de la filière, elles parviennent à concentrer 17% de leur présence dans les instances des organisations avec lesquelles elles sont en contact. De plus, presque tous leurs liens sont établis avec des instances administratives ou avec d'autres organisations représentant des intérêts. Cela ne signifie pas tant une capacité remarquable des éleveurs qu'une absence d'activité politique autonome de ces organisations dans les activités d'ordre cognitif et symbolique. En d'autres termes, les éleveurs semblent être le segment de la filière le plus spécialisé dans des activités politiques classiques, d'ordre relationnel.

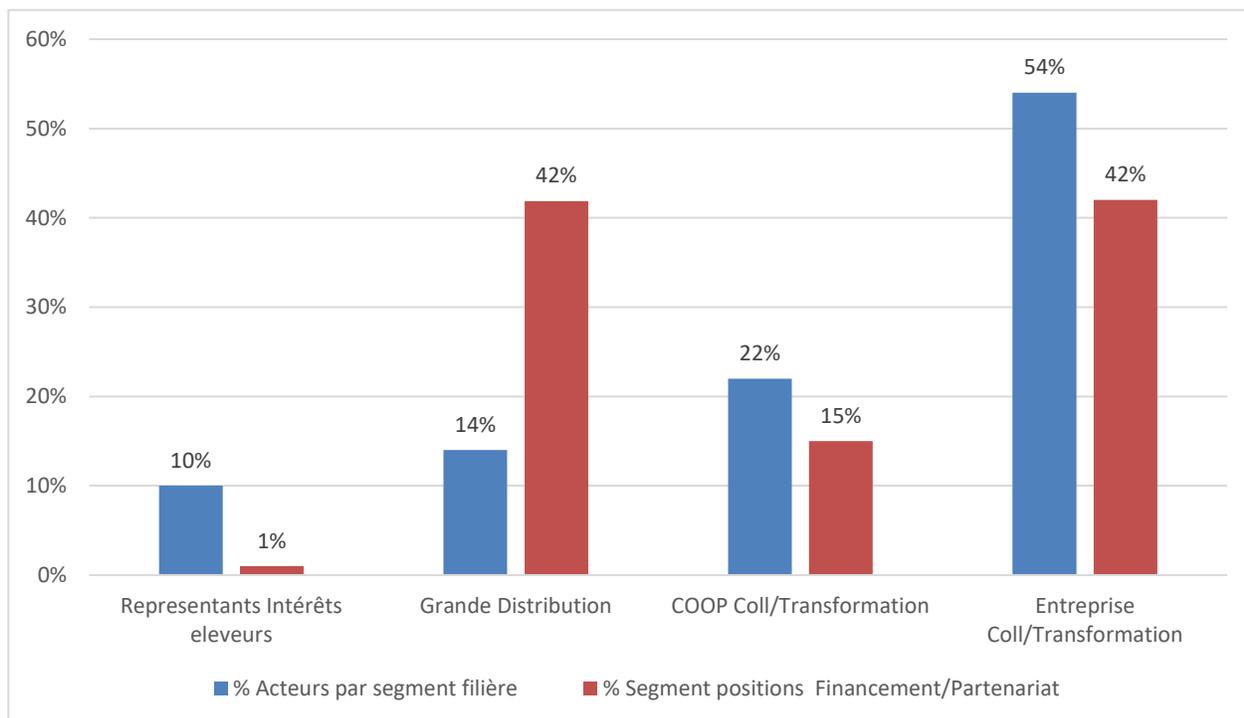
Graphique 32 : Distribution positions Bureau/CA par segments de la filière



Source : Auteurs

Le graphique 33 confirme que les organisations représentant les intérêts des éleveurs n'établissent des accords de collaboration que de façon marginale. Ces accords correspondent, dans notre base de données, à des liens établis avec des acteurs du monde scientifique ou associatif. Ces relations semblent au contraire être très prisées des acteurs de la Grande distribution. Ce segment de la filière concentre 42% de ce type de liens alors qu'il ne représente que 14% du total des acteurs analysés.

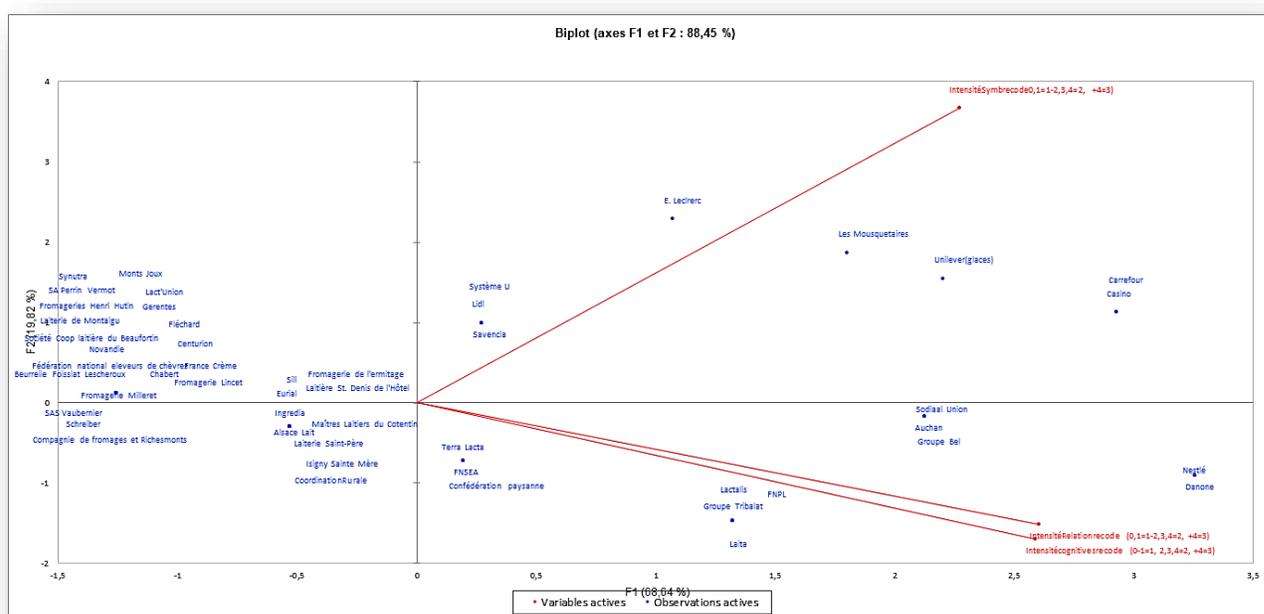
Graphique 33 : Distribution positions Financement/Partenariat par segments de la filière



Source : Auteurs

Une Analyse en composantes principales (ACP) permet d'affiner ces résultats (cf. graphique 34). L'axe vertical du bi-plot permet de distinguer les acteurs ayant une préférence pour les activités politiques d'ordre symbolique, qui apparaissent dans la partie supérieure de l'axe vertical, de ceux qui ont une préférence pour les activités politiques d'ordre relationnel et d'ordre cognitif, qui apparaissent dans la partie inférieure de l'axe vertical. Les organisations représentant les intérêts des éleveurs sont placées à la hauteur du vecteur qui représente les activités de type relationnel. En revanche, une grande partie des acteurs de la Grande distribution sont situés dans la partie supérieure droite du biplot, où se trouve le vecteur représentant les APE de type symbolique.

Graphique 34 : Biplot axes 1 et 2 types APE par acteur de la filière lait



Source : Auteurs

3.2.2 Les ressources instrumentales des acteurs économiques de la filière laitière

Le capital instrumental peut être analysé à l'échelle des acteurs économiques de la filière. Sur la base des trois variables construites, une Analyse en composantes principales (ACP) permet de visualiser la position des acteurs concentrant le plus grand nombre d'instruments d'action en matière d'activités politiques, en termes d'intensité et de capacité, à participer aux orientations stratégiques d'instances mettant en œuvre des activités politiques, qu'elles soient d'ordre cognitif, relationnel ou symbolique.

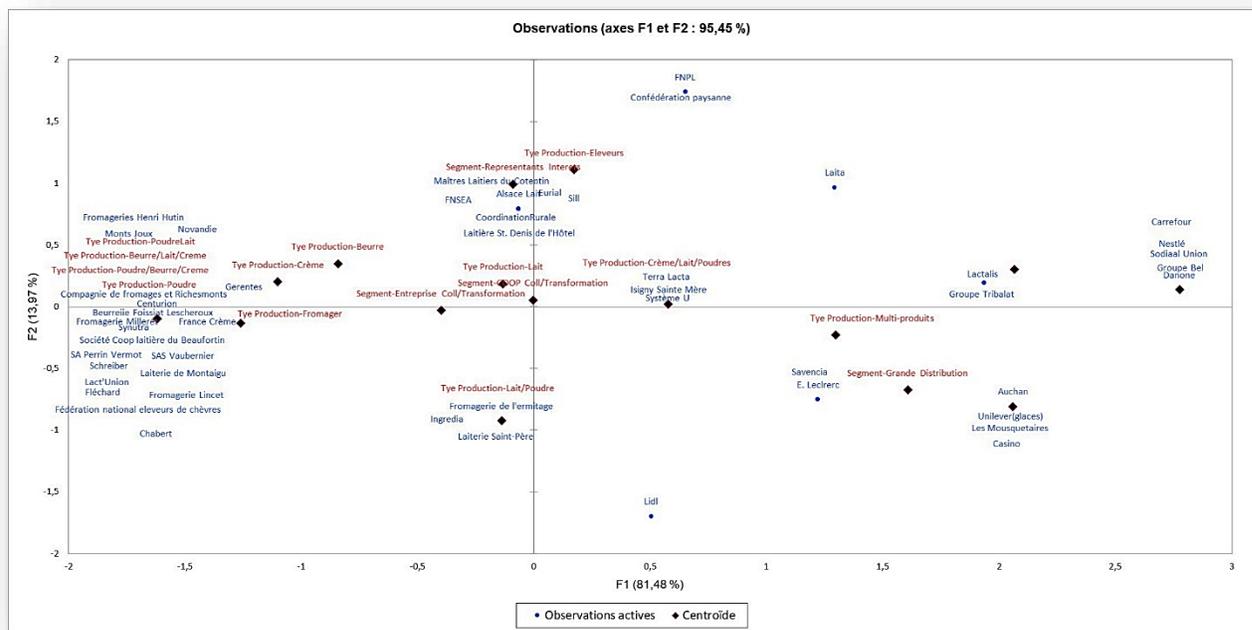
Pour réaliser cette analyse, nous avons construit une base de données dans laquelle nous avons placé en ligne les 51 acteurs du secteur laitier qui composent notre échantillon et en colonnes les valeurs prises par les trois variables analysées pour chacun d'eux, à savoir les variables « Total Intensité de liens », « Total Bureau/CA » et « Total Financement/Partenariat ». A ces trois variables actives, nous avons ajouté deux variables qualitatives, analysées comme variables complémentaires. Il s'agit de la variable « Type de production » et de la variable « Segment ». La

première a pour objectif d'identifier s'il existe une distinction en fonction du type de production ou de la diversité des produits fabriqués (fromages, crèmes fraîches, poudre de lait, lait, etc...). La seconde variable complémentaire permet d'analyser le rôle des segments dans la structure du capital instrumental.

Un premier élément d'analyse apparaît dans le biplot de l'ACP (cf. graphique 35). L'axe horizontal représente l'intensité des ressources dont disposent les acteurs analysés. Dans la partie droite de l'axe se trouvent les acteurs qui disposent du plus de ressources et dans la partie gauche de l'axe ceux qui disposent des ressources les plus faibles pour mettre en oeuvre des activités politiques. Les modalités complémentaires, en rouge sur le graphique, sont particulièrement intéressantes. Seules deux modalités des deux variables complémentaires apparaissent à l'extrémité droite de l'axe horizontal. Il s'agit des modalités « Grande Distribution » de la variable complémentaire « Segment » et de la modalité « Multi-produits » de la variable complémentaire « Type de production ». Le fait de ne trouver que la modalité « Grande Distribution » pour la variable complémentaire « Segments » à l'extrême droite de l'axe horizontal indique que seul ce segment est homogène en termes de volume de ressources disponibles pour l'action. En d'autres termes, presque tous les acteurs de ce segment disposent d'un grand volume de capital instrumental.

La présence de la modalité « Multi-produits » sur le côté droit de l'axe horizontal indique un autre élément clé. Cette modalité correspond aux entreprises du segment de la collecte et de la transformation, qui produisent une grande diversité de produits laitiers. Ce sont des entreprises de grande taille réalisant des chiffres d'affaires élevés. Pour le segment de la collecte et de la transformation, les plus grandes entreprises concentrent les plus gros volumes de capital instrumental. Par opposition à ce type d'entreprises, les entreprises spécialisées dans la production d'un ou deux produits laitiers (crème, poudre de lait, fromage, beurre...) apparaissent à l'extrémité gauche de l'axe horizontal.

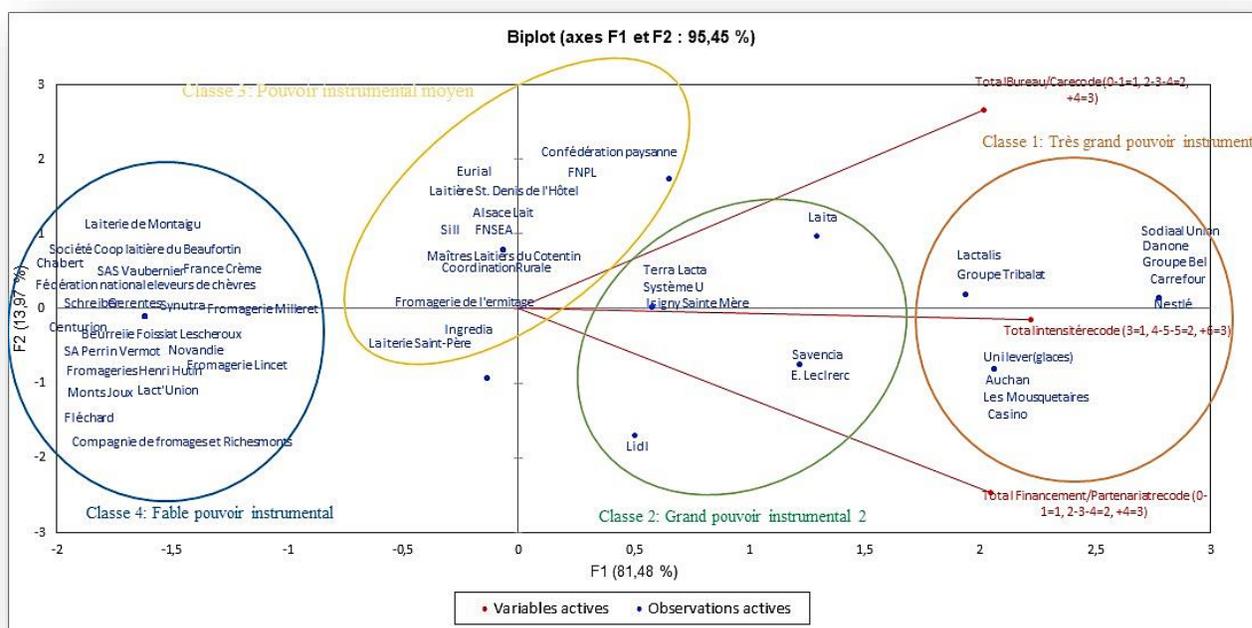
Graphique 35 : Biplot axes 1 et 2 variables supplémentaires ACP pouvoir instrumental des entreprises



Source : Auteurs

Le capital instrumental des acteurs de la filière laitière apparaît concentré parmi les acteurs de la Grande distribution et parmi les grandes entreprises de la collecte et du traitement. La liste de ce groupe est composée d'onze sociétés : Auchan, Carrefour, Casino, Danone, Groupe Bel, Triballat, Lactalis, Intermarché/Les Mousquetaires, Nestlé, Sodiaal Union et Unilever. Au sein de ce groupe de tête, l'axe horizontal permet d'isoler un plus petit sous-groupe, en fonction de sa capacité à faire partie d'instances de gouvernement d'acteurs impliqués dans des activités politiques. Ce groupe leader est composé d'acteurs situés au-dessus de l'axe horizontal : Sodiaal Union, Danone, Groupe Bel, Carrefour et Nestlé (cf. Graphique 36).

Graphique 36 : Biplot axes 1 et 2 variables actives et observations ACP pouvoir instrumental



Source : Auteurs

Ce premier groupe est suivi d'un deuxième groupe d'acteurs, qui interviennent dans le segment de la collecte et de la transformation et dans celui de la grande distribution, dont les moyens d'action sont encore très importants mais restent inférieurs à ceux du groupe leader : ce sont des entreprises moyennes en termes de taille, d'emplois et de revenus dans le secteur de la transformation : Isigny Sainte-Mère, Laita, Savencia, Terra Lacta. Ce groupe est accompagné des distributeurs E. Leclerc, Lidl et Système U. Dans ce groupe Savencia, E. Leclerc et Lidl sont situés dans la partie inférieure de l'axe 2 et ont un profil plus modeste en termes de capacité d'influence, car ils sont moins présents dans les instances des institutions dans lesquelles ils concentrent leurs efforts pour mettre en œuvre des activités politiques.

Un troisième groupe d'acteurs rassemble les organisations représentant les intérêts des éleveurs et un groupe d'entreprises du secteur de la transformation de taille moyenne : Alsace Lait, Fromagerie de l'Ermitage, Ingridia, Maîtres laitiers du Cotentin et Laiterie Saint Père. Ils se distinguent par leur présence multiple dans les instances des organisations auxquelles ils

participent : FNPL, FNSEA, Confédération paysanne, Coordination rurale, Eurial, Sill et Laiterie St. Denis de l'Hôtel.

Enfin, figurent à l'extrémité gauche du biplot un groupe d'acteurs ayant un faible volume de capital instrumental. Ce groupe est composé de petites sociétés de collecte et de transformation spécialisées dans un ou deux types de production très spécifiques (beurre, crème, fromage, poudre de lait) : Beurrerie Foissiat Lescheroux, Centurion, Chabert, Compagnie de fromages et Richesmonts, Fédération national éleveurs de chèvres, Flécharde, France Crème, Fromagerie Lincet, Fromagerie Milleret, Fromageries Henri Hutin, Managers, Lact'Union, Laiterie de Montaigu, Monts Joux, Novandie, SA Perrin Vermot, SAS Vaubernier, Schreiber, Société Coop laitière du Beaufortin, Synutra.

3.3 Le capital social dans la filière laitière

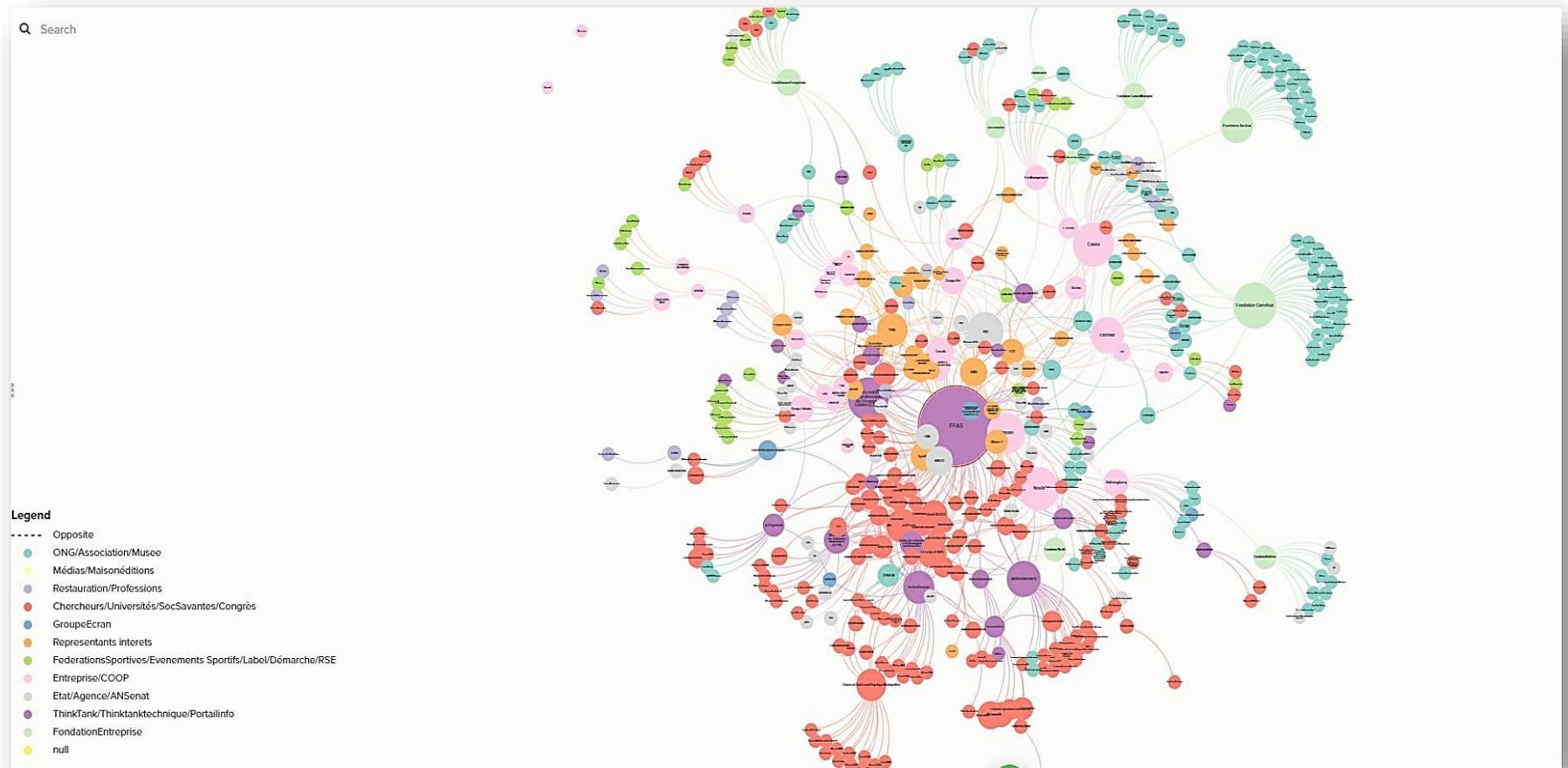
Pour quantifier le capital social d'un acteur, ainsi que ses composantes, il est nécessaire de le situer dans le cadre plus large du réseau de relations au sein duquel il évolue (Lévesque et White 2001 ; Forsé 1997). Dans notre cas, la place de chaque acteur doit être évaluée au regard des relations de chaque acteur avec d'autres acteurs de la filière laitière ou d'acteurs concourant aux activités politiques de la filière, que ces dernières soient d'ordre cognitif, relationnel ou symbolique.

Pour chaque acteur de notre échantillon, nous avons quantifié les relations institutionnelles qu'il entretenait avec les différents acteurs de la filière et avec des acteurs des univers scientifiques, administratifs et associatifs impliqués dans les activités politiques. Chaque relation avec un acteur de ces trois mondes constituait une ligne dans notre base de données. Pour chaque acteur lié à une entreprise du secteur laitier, nous avons recherché des relations possibles avec d'autres acteurs du monde scientifique, gouvernemental et associatif. Chacune de ces relations que l'on peut appeler indirectes ou dérivées constitue une ligne dans la base de données nécessaire à la construction du réseau. Là encore, les relations prises en compte sont des liens institutionnels.

Le résultat de la collecte d'informations constitue une base de données de 870 lignes, figurant autant de relations, dans laquelle dans la première colonne figure l'acteur racine, c'est-à-dire l'acteur qui est à l'origine de la relation, et dans la deuxième colonne l'acteur « contacté » par l'acteur racine. Cette base de données a servi à la construction du réseau de relations des entreprises du secteur laitier en matière d'activités politiques. Le logiciel en ligne Kumu.io a permis de transformer la base de données en un réseau graphique (cf. Figure 2). Cette représentation est composée de nœuds (cercles) et d'arcs (flèches). Les premiers représentent les acteurs du

réseau et les seconds leurs relations. Le type d'acteurs (entreprises, fondations, associations, chercheurs) est différencié par des couleurs variées. En rouge apparaissent les chercheurs et centres de recherche scientifiques, en bleu-vert les ONG et associations philanthropiques, en orange les représentants d'intérêts, en rose les entreprises coopératives et non-coopératives des métiers de la transformation laitière ainsi que les entreprises de la grande distribution, en gris les arènes gouvernementales, en violet les *think tanks*, en vert clair les fondations d'entreprises, en jaune clair les médias et journalistes et en bleu les groupes écran. Enfin, l'ensemble des acteurs est dimensionné en fonction de son capital social. La taille de chaque acteur dans le réseau est un indicateur de sa capacité à diffuser ses points de vue à l'ensemble des acteurs du réseau.

Figure 2 : Réseau des acteurs de la filière laitière et leurs APE



Source : Auteurs via le logiciel Kumu.io

Une fois le réseau construit, le capital social de chaque acteur peut être quantifié. Les calculs susceptibles d'être réalisés à partir des informations composant le réseau, ou métriques dans le langage de l'analyse de réseau, sont très variés. Dans notre cas, il importait de savoir dans quelle mesure les différents acteurs étaient capables d'interagir directement ou indirectement avec l'ensemble des acteurs composant le réseau. L'hypothèse implicite du raisonnement est que les acteurs auront d'autant plus de chances de succès dans la défense de leurs intérêts qu'ils parviennent à faire connaître leurs intérêts et leurs positions auprès d'un grand nombre d'acteurs du réseau. En matière d'analyse de réseaux, la capacité d'un acteur à pouvoir contacter la plupart des acteurs du réseau peut être obtenue par deux mesures.

La première mesure est appelée « Centralité de proximité » (*Closeness centrality*) et la seconde est connue sous le nom de « Portée » (*Reach*). La première permet d'obtenir la proximité d'un élément du réseau avec les autres éléments du réseau. La seconde permet de calculer la part du réseau auquel un acteur donné peut accéder à partir de ses relations de premier (direct) et de second degrés (les relations directes des acteurs en relation directe avec l'acteur étudié). Les acteurs ayant les valeurs les plus élevées pour chacune de ces mesures sont ceux dont le capital social est le plus important au sein du réseau. Une fois estimées ces deux métriques pour les 51 acteurs de notre échantillon, une analyse CAH peut utiliser ces deux métriques comme variables discriminantes. L'analyse fait apparaître quatre classes d'acteurs, hiérarchisées en fonction de leur capital social.

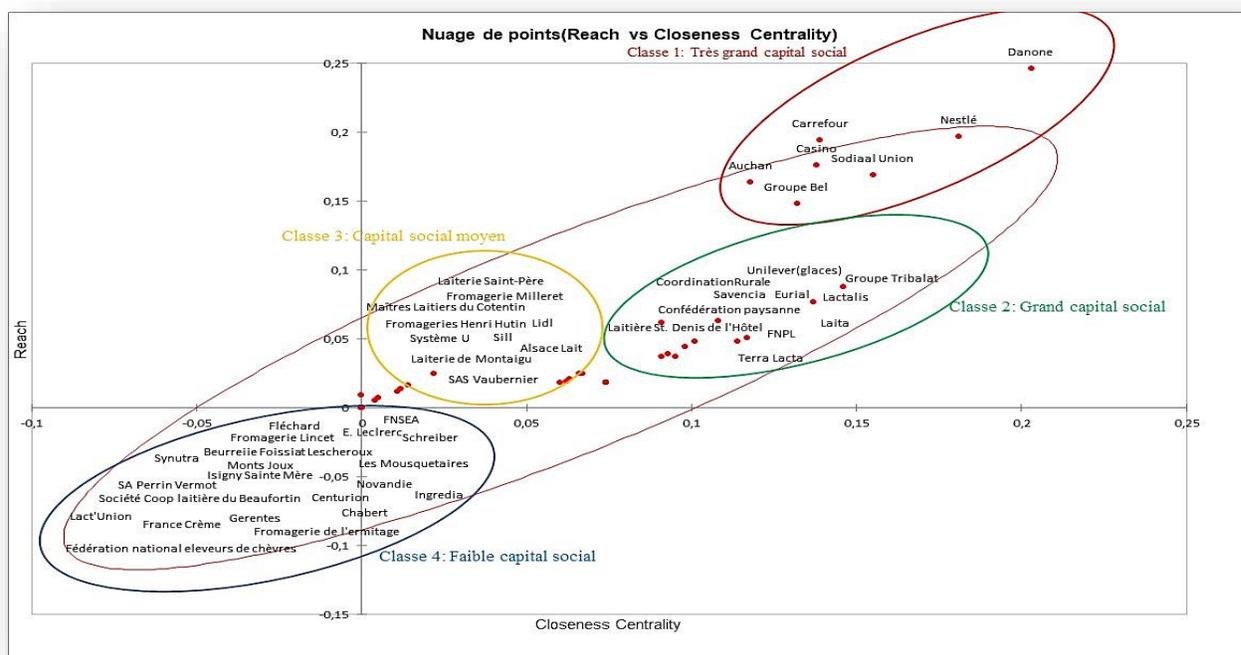
3.3.1 La Grande distribution et les éleveurs les segments les mieux connectés

Le CAH permet enfin d'obtenir une vue d'ensemble des différents acteurs individuels en fonction du volume de leur capital social (cf. graphique 37). La première classe d'acteurs, ceux qui ont le plus grand volume de capital social, est composée des acteurs habituels de la Grande distribution et de la transformation : Auchan, Carrefour, Casino, Danone, Groupe Bel, Nestlé, Sodial Union. Ce groupe de tête est suivi d'une série d'acteurs moins habituels. Il s'agit d'un groupe d'acteurs très bien connectés, dans lequel apparaissent les représentants des intérêts des éleveurs : Confédération paysanne, Coordination Rurale, FNPL. Se trouvent aussi dans ce groupe des grandes entreprises telles que Eurial, Lactalis, Unilever, Laita, Triballat et Savencia, ainsi que deux entreprises de taille moyenne : Laitière St. Denis de l'Hôtel et Terra Lacta. Une troisième classe d'acteurs rassemble des acteurs disposant d'un capital social moyen. Elle comprend des entreprises spécialisées et en positions de leaders pour un type de produits (crèmes, beurre, fromages) : Fromagerie Milleret, Fromageries Henri Hutin, SAS Vaubernier, Laiterie Saint Père et Sill. Dans une moindre mesure, on trouve des entreprises moins spécialisées : Laiterie Montaigu,

Alsace Lait et Maîtres Laitiers du Cotentin. Il est à noter que les distributeurs Lidl et Système U font partie de ce groupe.

Enfin, une quatrième et dernière classe rassemble un grand groupe de 22 entreprises, caractérisées par leur faible capital social. Ce groupe est surtout composé de petites entreprises spécialisées dans certains produits laitiers (crème, beurre, fromage) : Beurrerie Foissiat Lescheroux, Centurion, Chabert, Compagnie de fromages et Richesmonts, Flécharde, France Crème, Fromagerie de l'ermite, Fromagerie Lincet, Gerentes, Monts Joux, Novandie, SA Perrin Vermot, Schreiber, Coop laitière du Beaufortin et Synutra. Trois sociétés de taille conséquente ont aussi un faible capital social. Il s'agit d'Ingredia, d'Isigny Sainte Mère et de Lact'Union. Enfin, apparaissent dans ce groupe les distributeurs E. Leclerc et Intermarché/Les Mousquetaires. Leur faible capital social indique que ces deux distributeurs privilégient des stratégies autonomes en matière d'activités politiques. La FNSEA et la Fédération nationale des éleveurs de chèvre clôturent cette liste. Dans l'analyse, la FNSEA est desservie par rapport à d'autres syndicats professionnels par le fait de ne pas être un syndicat sectoriel. Elle n'est pas spécifiquement positionnée par rapport aux acteurs du réseau laitier.

Graphique 37 : Nuage de points Reach et Closeness acteurs filière lait



Source : Auteurs

A partir des quatre classes d'acteurs issues du CAH, une série d'analyses de corrélations permet d'identifier des relations significatives entre le capital social des acteurs économiques et leur appartenance aux différents segments de la filière (éleveurs transformateurs, distributeurs). Pour réaliser ces analyses, un tableau de contingence est élaboré avec, en lignes, le nombre d'acteurs de chacune des quatre classes d'acteurs, et en colonnes le nombre d'acteurs par segments de la filière. Le résultat est un tableau à double entrée dans lequel il est possible de voir combien d'acteurs de chaque segment appartiennent à chacune des quatre classes. Ces classes sont figurées par les quatre premières lettres de l'alphabet, en fonction de leur volume de capital social : la lettre « a » correspond à la classe contenant les acteurs ayant le plus grand capital social, la lettre « d » à la classe d'acteurs ayant le plus modeste capital social.

L'analyse du tableau de contingence permet de souligner deux résultats intéressants. Le premier, n'est pas très surprenant et confirme les résultats antérieurs : le segment de la Grande distribution

a une relation positive avec la classe « a ». Ce segment, dans sa quasi-totalité, se situe dans le groupe des acteurs ayant le capital social le plus élevé. Ainsi, le tableau des résidus ajustés (cf. tableau 11) montre que les résidus ajustés correspondant à la Grande distribution pour la classe « a » sont positifs et statistiquement significatifs (apparaissent en gras). Moins attendu, le second résultat fait apparaître que les organisations de représentation d'intérêts des éleveurs, à l'exception du cas des éleveurs caprins, présentent aussi une relation positive et statistiquement significative avec les acteurs de la classe « b ». En d'autres termes, ces organisations font partie du deuxième groupe d'acteurs ayant le plus grand volume de capital social. En fin de compte, il convient de noter que pour le reste des segments, il n'y a pas de corrélation significative entre le volume de capital social et l'appartenance à un segment de filière.

Tableau 11 : Résidus ajustés volume capital social et segment

	COOP Coll/Transformation	Entreprise Coll/Transformation	Grande Distribution	Représentants Intérêts
a	-0,531	-0,638	2,373	-0,951
b	-0,346	0,041	-1,515	2,162
c	-0,171	0,426	0,611	-1,179
d	0,798	0,069	-0,887	-0,190
<i>Les valeurs affichées en gras sont significatives au seuil alpha=0,05</i>				

Source : Auteurs

Les relations entre le volume du capital social et le type de production des entreprises (cf. tableaux 12 et 13) est aussi à noter. L'analyse du tableau de contingence montre ici aussi deux éléments intéressants. Premièrement, contrairement à ce que l'on observe pour les relations entre le volume du capital social et l'appartenance à un segment de la filière, il existe une association statistiquement significative entre le volume du capital social et les différents types de production.

Tableau 12 : Test indépendance Classe recode/type produit

Test d'indépendance entre les lignes et les colonnes (Classerecode / Type Produit) :

Khi ² (Valeur observée)	22,577
Khi ² (Valeur critique)	21,026
DDL	12
p-value	0,032 ³⁹
alpha	0,05

H0 : Les lignes et les colonnes du tableau sont indépendantes.

Ha : Il existe un lien entre les lignes et les colonnes du tableau.

Ces éléments font apparaître une relation positive entre le volume de capital social et le fait d'être une entreprise concentrant des activités de fabrication et de commercialisation d'un grand nombre de produits laitiers (multi-produits). D'autre part, les entreprises qui se consacrent à la production d'un nombre réduit de produits laitiers (crème, beurre, fromage) ont un capital social très faible. La segmentation des volumes de capital social des entreprises semble reproduire la segmentation de la structure de production de produits laitiers, plus ou moins concentrée.

Tableau 13 : Résidus ajustés type de production et capital social

Résidus (Ajustés) (Classerecode / Type Produit) :

	Beurre/Creme/Fromage	Eleveurs	Glaces	Multi-produits	Yaourts/lait/Desserts
a	-1,815	-0,951	-0,408	2,759	0,023
b	-2,096	2,162	1,902	0,700	-0,531
c	0,284	-1,179	-0,505	0,157	0,611
d	2,790	-0,190	-0,895	-2,640	-0,066

³⁹ Etant donné que la p-value calculée est inférieure au niveau de signification alpha=0,05, on doit rejeter l'hypothèse nulle H0, et retenir l'hypothèse alternative Ha.

3.4 Les capacités politiques des acteurs de la filière laitière

Pour finir, l'étude des capacités politiques des acteurs du secteur laitier peut être complétée par deux éléments. Le premier a trait aux relations entre les trois types de capitaux à partir desquelles les capacités politiques des acteurs économiques ont été étudiées. Plus concrètement, il s'agit de voir dans quelle mesure les trois types de capitaux, respectivement structurel, instrumental et social, sont liés entre eux, comme il est apparu dans différents développements. Le second vise à situer les acteurs et les segments de la filière laitière dans l'espace géométrique formé par les trois capitaux étudiés. Ce positionnement permet de situer différents profils d'acteurs en fonction des volumes de capitaux préalablement quantifiés.

Pour procéder à ce travail de synthèse, une base de données est construite à partir des classes issues des classifications ascendantes réalisées tout au long du travail pour chacun des trois capitaux étudiés, respectivement structurel, instrumental et social. Pour chaque capital, quatre classes d'acteurs correspondant à quatre volumes de capital ont été distinguées. Pour chaque type de capital, la classe d'acteurs en ayant le plus grand volume est identifiée par la lettre « a », la seconde par le « b » et ainsi de suite. Le résultat de cette codification compose une base de données de 51 acteurs analysés en lignes et de trois colonnes correspondant au capital structurel, instrumental et social. Dans chaque cellule figure la classe d'appartenance de chaque acteur pour chacun des capitaux.

Deux variables complémentaires sont ajoutées à cette base de données. La première correspond au segment auquel appartient chaque acteur au sein de la filière laitière (éleveurs, coopérative de transformation, entreprise non-coopérative de transformation, distributeur et représentants d'intérêts). La deuxième variable complémentaire correspond au nombre de produits laitiers pour lesquels l'acteur en question est l'un des dix premiers producteurs en France. L'objectif de cette variable est d'identifier les relations potentielles entre le pouvoir des entreprises et le degré de concentration du secteur. Cette base de données de 51 lignes et cinq colonnes sert à réaliser une analyse des correspondances multiples (ACM), qui permet d'identifier les corrélations existantes entre les variables analysées. Une analyse de classification ascendante hiérarchique est enfin réalisée à partir du tableau des principales coordonnées issues de l'ACM, afin de regrouper les différents acteurs en fonction de leurs capacités politiques.

Le premier résultat frappant de l'ACM est la corrélation des trois variables actives analysées. Dans le graphique asymétrique (cf. graphique 38), les axes 1 et 2 ne sont pas définis par des variables uniques (vecteurs rouges) mais par l'ensemble des trois vecteurs. Les trois vecteurs rouges sont

très proches les uns des autres dans chacun des quadrants selon les modalités correspondantes. Ainsi, le quadrant supérieur droit est défini par l'agrégation des valeurs les plus élevées prises par les trois capitaux analysés, les quadrants supérieur et inférieur gauche sont définis par les valeurs les plus basses des trois capitaux et le quadrant inférieur droit par les valeurs moyennes de trois capitaux. En bref, lorsqu'un acteur possède un volume élevé de capital structurel, il possède aussi des volumes élevés de capital instrumental et social. Inversement, lorsqu'un acteur possède peu de capital structurel, ses ressources instrumentales et sociales sont aussi limitées. En termes plus qualitatifs, les acteurs de la filière laitière qui concentrent le plus d'emplois et les chiffres d'affaires les plus élevés sont aussi ceux qui disposent des ressources les plus importantes pour défendre leurs intérêts, ainsi que le plus grand nombre et le meilleur type de relations permettant de défendre ces intérêts.

Une observation plus attentive de l'ACM offre d'autres éléments d'analyse synthétique. Lorsqu'on examine la variable complémentaire « leader/n°produits », il apparaît que la modalité « fort » se situe à droite de l'axe horizontal tandis que la modalité « faible » apparaît à gauche du même axe. Cette variable résume la puissance d'un acteur au sein de la filière. Elle indique le nombre de produits laitiers pour lesquels l'acteur fait partie du « top 10 » en termes de volumes de production. Si un acteur est l'une des dix entreprises qui contrôlent la majeure partie de la production de plus de cinq produits laitiers, on lui attribue une valeur « fort ». Si cet acteur est un leader dans la production de trois à cinq produits, on lui attribue la valeur « moyen » et la valeur « faible » s'il est leader d'un ou deux produits seulement. L'ACM indique que, statistiquement, en plaçant la modalité « fort » dans le quadrant supérieur droit de l'ACM, les acteurs du secteur les plus puissants sont aussi les acteurs qui contrôlent la production d'une large gamme de produits laitiers. Ce groupe d'acteurs est composé de seulement neuf acteurs, dont la plupart relèvent de la Grande distribution et, dans une moindre mesure, de la transformation : Auchan, Carrefour, Casino, Danone, Groupe Bel, Lactalis, Intermarché/Les Mousquetaires, Nestlé, Sodial Union.

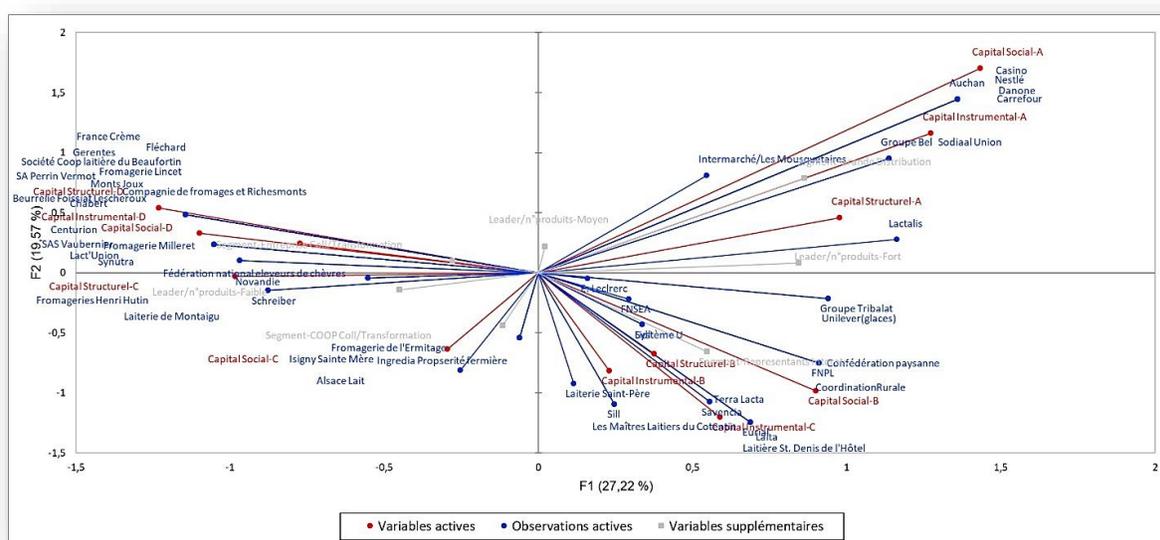
Lorsque l'on examine la deuxième variable complémentaire projetée dans le graphique asymétrique, la variable « Segment », la seule modalité de cette variable statistiquement significative est la modalité « Grande distribution ». Cela signifie que non seulement une poignée de neuf acteurs concentrent les capacités politiques de la filière, mais qu'un segment du secteur laitier accumule une grande partie de ces capacités. Cette information permet de penser que si les acteurs d'un segment partagent les mêmes propriétés structurelles (contrôle de la distribution de la majorité des produits, capacités politiques importantes), ils pourraient agir de manière coordonnée et redoubler d'efficacité dans leurs activités politiques.

A l'extrême gauche du premier axe de l'ACM se trouvent les acteurs dont les volumes de chaque type de capital sont les plus bas. Du fait de la corrélation entre les capitaux, il s'agit de petites entreprises aux revenus relativement faibles, disposant de peu de capacités politiques et

relationnelles. Il s'agit pour la plupart d'entreprises de transformation leaders sur un ou deux produits du secteur : Beurrerie Foissiat Lescheroux, Chabert, Flécharde, France Crème, Fromagerie Lincet, Managers, Monts Joux, Novandie, SA Perrin Vermot, Schreiber, Société Coop laitière du Beaufortin.

L'axe vertical de l'ACM permet d'identifier les deux derniers groupes d'acteurs. Cet axe distingue les acteurs ayant des volumes de capital moyens par rapport aux volumes du premier groupe. A partir de l'ensemble des acteurs situés dans la partie inférieure du deuxième axe, il est possible de distinguer les acteurs qui ont un volume important ou très important de capital structurel mais des volumes plus faibles pour les deux autres types de capitaux, de ceux qui sont situés dans les niveaux moyen et bas pour les trois capitaux étudiés. Figurent dans le premier groupe : la Confédération paysanne, la Coordination Rurale, Eurial, FNPL, FNSEA, Fromagerie de l'Ermitage, Groupe Tribalat, Ingredia Prosperité fermière, Isigny Sainte Mère, Laita, Laiterie Saint-Père, Laitière St Denis de l'Hôtel, Lidl, Les Maîtres Laitiers du Cotentin, Savencia, Sill, Système U, Terra Lacta, Unilever. Figurent dans le second groupe : Alsace Lait, Centurion, Compagnie de fromages et Richesmonts, Fromagerie Milleret, Fromageries Henri Hutin, Lact'Union, Laiterie de Montaigu, SAS Vaubernier et Synutra.

Graphique 38 : Graphique asymétrique Axes 1 et 2 Pouvoir des entreprises



Source : Auteurs.

4. CONCLUSION

Ce travail propose un état des lieux des pratiques politiques de la filière laitière en France. Ces pratiques visent à peser sur les politiques publiques en matière de nutrition. Le travail identifie les pratiques politiques des acteurs de la filière laitière et en propose une typologie raisonnée. Les activités politiques des entreprises de la filière sont présentées et analysées dans une première partie, tandis qu'une seconde partie s'attache à distinguer les capacités politiques inégales des acteurs du secteur à partir de d'indicateurs quantifiés, construits à dessein.

Pour identifier les activités politiques de l'industrie laitière en France, ainsi que la distribution des capacités d'action politique dans cette industrie, nous avons utilisé deux méthodes distinctes, à la fois qualitative et quantitative. Des entretiens semi-directifs ont permis de recueillir des informations sur les pratiques de l'industrie dans différents espaces sociaux (scientifique, politique et associatif). Des données recueillies sur internet sur les différents sites des acteurs de la filière laitière ainsi qu'à travers leurs réseaux sociaux (Twitter et Facebook) ont permis de construire une base de données comprenant les liens de chacun des acteurs de la filière avec des acteurs du monde politique, scientifique et associatif.

Pour défendre leurs intérêts, les acteurs économiques de la filière laitière développent trois principaux types d'activités politiques, d'ordre respectivement cognitif, relationnel et symbolique. Ces pratiques relèvent de registres d'action mis en œuvre par d'autres filières au sein du secteur agroalimentaire (Benamouzig, Cortinas 2019).

Pour développer des activités d'ordre cognitif, les acteurs de la filière laitière interviennent dans des espaces scientifiques pour produire des savoirs, de l'ignorance ou du doute. Ils diffusent leurs propres recherches ou financent d'autres recherches. Ils peuvent notamment publier des articles dans des revues scientifiques par l'intermédiaire de chercheurs travaillant pour l'industrie, financer des numéros hors-séries de revues académiques ou organiser des ateliers lors de congrès scientifiques. La filière laitière met aussi en place des pratiques de « recadrage des débats », qui visent à déplacer l'intérêt de questions scientifiques vers d'autres types d'enjeux, impossibles à argumenter sur le terrain des preuves ou arguments scientifiques. La filière laitière met en place trois manières de recadrer les débats : elle situe les débats sur la régulation sur un terrain moral et idéologique relatif à la liberté, elle déplace la focale de la thématique des risques pour la santé vers des thèmes culturels tels que le plaisir de l'acte de manger ou fait émerger de nouveaux thèmes présentés comme plus urgents, comme les liens entre précarité et alimentation par exemple. Dans la filière laitière, les activités politiques de nature cognitive sont surtout le fait de *think tanks*. Dix-huit *think tanks* liés à la filière sont actifs dans ce domaine. Ils s'appuient sur des experts académiques et agissent comme intermédiaires entre le monde économique et celui de la recherche. Quatre-vingt-sept scientifiques et/ou praticiens hospitaliers ont pu être identifiés au cours de l'enquête au titre des liens officiels qu'ils entretiennent avec au moins un acteur de la filière laitière, en tant que membres d'instances de gouvernance créées, dirigées et ou financées totalement ou en partie par ces acteurs.

Les acteurs de la filière laitière mettent parallèlement en œuvre des activités politiques d'ordre relationnel. Elles leur permettent d'entrer en contact avec des acteurs publics, notamment administratifs et politiques, associés à la régulation du secteur. Les acteurs de la filière sont présents dans cinq arènes gouvernementales : Assemblée nationale, le Conseil national de la consommation, le Conseil national de l'alimentation, l'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES) et le Groupement d'Etude des Marchés en Restauration Collective et de Nutrition (GEMRCN). Le deuxième canal par lequel les acteurs du secteur entrent en contact avec le personnel politique est le club parlementaire connu sous le nom de « Club de la table française ». Les activités politiques relationnelles peuvent donner lieu à la création d'alliances stratégiques avec d'autres acteurs économiques. Deux principaux vecteurs permettent de tisser ces liens. Un premier vecteur consiste à devenir un acteur de secteur de l'hôtellerie et de la restauration, en s'impliquant en particulier dans des actions de formation. Les acteurs économiques de la filière laitière participent aussi à l'économie symbolique de la restauration, en s'associant à des concours professionnels reconnus. Ils créent également

des partenariats avec des autorités locales et régionales, en finançant des projets promus par ces acteurs institutionnels. L'un des objectifs des alliances avec des acteurs institutionnels locaux est la patrimonialisation des produits laitiers à travers la valorisation des produits alimentaires en « produits locaux », « régionaux » ou « nationaux ». Plus innovants, des acteurs de la filière lait mettent en place des musées dédiés aux produits laitiers. Le groupe Bel a créé « La maison de la vache qui rit », Lactalis le « Lactopôle ». Dans le cadre de ces activités relationnelles, les acteurs de la filière laitière mettent parfois en œuvre des activités de « substitution au politique » : ils deviennent alors eux-mêmes des acteurs de la politique nutritionnelle et alimentaire. Dans la filière laitière, ces pratiques se concentrent sur les impacts environnementaux de l'élevage laitier. Les acteurs du secteur laitier mettent aussi en œuvre des actions de sensibilisation et d'éducation à la santé et à l'alimentation de leur propre initiative ou en relation avec des acteurs institutionnels, à travers une délégation de service public.

Si les activités cognitives sont surtout le fait de *think tanks* spécialisés, les activités relationnelles ouvrent la voie à un autre type d'organisations, les organisations spécialisées dans la représentation d'intérêts. L'enquête a permis de dénombrer seize organisations actives dans le domaine laitier. Ces organisations n'agissent cependant pas seules puisque les entreprises laitières sont aussi très actives en matière de pratiques relationnelles. Au total, vingt-deux entreprises du secteur laitier sont impliquées dans ce type d'activités, auxquelles s'ajoutent sept entreprises de la grande distribution. Les acteurs les plus actifs dans les activités d'ordre relationnel sont : Casino, Danone, Nestlé, le groupe Triballat, Lactalis, Sodial Union, Carrefour et le CNIEL.

Enfin, les acteurs du secteur laitier développent des activités politiques d'ordre symbolique, qui visent à augmenter le crédit en termes d'image dont peuvent bénéficier les acteurs de la filière. Pour ce faire, ces derniers mobilisent d'importantes ressources dans l'établissement de relations avec des organismes à but non lucratif dans divers domaines d'action sociale et culturelle. Ces démarches leur permettent de bénéficier d'une identité d'acteurs non marchands, actifs dans des domaines d'intérêt général en dehors du domaine de la nutrition. Au cours de l'enquête, les informations collectées font apparaître des relations d'acteurs du secteur laitier avec 112 partenaires à but non lucratif ou poursuivant des finalités d'intérêt général. Ces activités symboliques sont surtout mises en œuvre par des fondations créées par les acteurs du secteur laitier. L'enquête a permis d'en dénombrer huit. Les fondations des distributeurs Carrefour et Auchan apparaissent comme les plus actives dans ce type de pratiques. Elles sont suivies par la Fondation Casino/Monoprix. De manière générale, les entreprises de la Grande distribution sont celles qui investissent le plus dans ces pratiques. Cependant, le poids spécifique de deux entreprises du secteur de la transformation doit être souligné. Le Groupe Bel, par l'intermédiaire de sa fondation et de son laboratoire artistique, est responsable de dix partenariats avec le secteur

associatif ; tandis que Danone a développé des collaborations avec six associations en France par le biais du Fonds Danone pour l'écosystème.

Les capacités politiques des acteurs de la filière laitière sont mesurées à partir de trois types de ressources distinctes, quoique liées entre elles. Ces ressources sont respectivement structurelles, instrumentales et relationnelles. La notion de capital structurel permet de quantifier et de comparer le poids économique des différents acteurs à partir de données objectives ; la notion de capital instrumental fait référence aux ressources financières et humaines effectivement mobilisées par les acteurs de la filière laitière pour peser sur les politiques publiques en matière de nutrition. Les ressources relationnelles font enfin référence à la capacité des différents acteurs d'interagir, de manière directe ou indirecte, avec l'ensemble des acteurs participant à la production des politiques nutritionnelles.

L'analyse de la distribution des ressources structurelles au sein de la filière laitière (nombre d'emplois, chiffre affaires et nombre d'entreprises par segment) fait apparaître des capacités inégales au sein du secteur. Cette inégalité correspond à une logique de concentration ascendante, de l'amont (production) vers l'aval (transformation et distribution) de la filière. Les acteurs ayant le plus gros volume de ressources structurelles sont Lidl, Casino, Carrefour, Intermarché, Leclerc, Système U, Auchan, Lactalis, Nestlé, Sodiaal, Eurial, Savencia, Laita et le Groupe Bel. Les entreprises de la transformation et de la distribution des produits laitiers sont celles qui investissent le plus de ressources instrumentales, c'est-à-dire dans les ressources humaines et financières dédiées à des activités politiques. Auchan, Carrefour, Casino, Danone, Groupe Bel, Triballat, Lactalis, Intermarché/Les Mousquetaires, Nestlé, Sodiaal Union et Unilever arrivent en tête de classement. Enfin les acteurs disposant du volume de capital social le plus élevé sont de nouveau des acteurs de la Grande distribution et de la transformation : Auchan, Carrefour, Casino, Danone, Groupe Bel, Nestlé, Sodiaal Union. Ce groupe de tête est suivi par des acteurs assez bien connectés, disposant d'un capital social significatif, parmi lesquels apparaissent les représentants des intérêts des éleveurs : Confédération paysanne, Coordination Rurale, FNPL.

Une analyse agrégée de la distribution des trois types de ressources selon les acteurs et les segments de la filière permet de mettre en évidence une corrélation positive entre la distribution des différentes ressources. En d'autres termes, les acteurs de la filière laitière qui concentrent le plus d'emplois et les chiffres d'affaires les plus élevés sont aussi ceux qui investissent le plus haut niveau de ressources pour défendre leurs intérêts et ceux qui disposent des relations les plus nombreuses leur permettant de défendre leurs intérêts. De plus, les acteurs du secteur les plus puissants, qui cumulent les plus grands volumes des trois types de ressources, sont aussi ceux qui contrôlent la production ou la vente d'une large gamme de produits laitiers. Cet ensemble

d'acteurs regroupe : Auchan, Carrefour, Casino, Danone, Groupe Bel, Lactalis, Intermarché/Les Mousquetaires, Nestlé, Sodiaal Union. En contrepoint, peuvent être identifiés des acteurs dont les volumes de chaque type de ressources sont plus faibles. Il s'agit de petites entreprises aux revenus relativement faibles, disposant de peu de capacités politiques. Ce sont pour la plupart des entreprises de transformation leaders sur un ou deux produits du secteur (cf. Beurrerie Foissiat Lescheroux, Chabert, Fléchar, France Crème, Fromagerie Lincet). Les représentants des producteurs de lait (la Coordination rurale, Fédération nationale des producteurs de lait et la Confédération paysanne) occupent quant à eux des positions intermédiaires quant aux volumes cumulés des trois types des ressources. L'analyse des ressources permet finalement d'établir un lien robuste entre les capacités politiques des acteurs de la filière laitière et la diversité de leurs activités politiques, telles que décrites dans la première partie du travail.

5. BIBLIOGRAPHIE

- Baysinger, B. (1984). « Domain maintenance as an objective of business political activity: an expanded typology », *Academy of Management Review*, 9, 248–258.
- Benamouzig D., & Cortinas J (2019). « Les stratégies politiques des entreprises en santé publique : le cas de l'agroalimentaire en France », *Revue française des affaires sociales*, p. 189-208.
- Boubal, C. (2019), « L'art de ne pas gouverner les conduites : étude de la conception des campagnes de prévention en nutrition », *Revue Française de Sociologie*, Vol.60, n°3.
- Boubal, C. & Benamouzig, D. (2020). Les relations entre acteurs publics et privés autour des nouvelles recommandations nutritionnelles. Rapport de recherche (non-publié), 109 p.
- Clapp, J., & Fuchs, D. A. (Eds.). (2009). *Corporate power in global agrifood governance*. Boston: MIT Press.
- Cortinas, J. & Benamouzig, D. (2019). *Les activités politiques des entreprises de l'agroalimentaire en France : une cartographie*. Rapport de recherche (non-publié), 218 p.
- Cox, Robert. 1987. *Production, Power, and World Order*. New York: Columbia University Press.
- Dedieu, F. & Jouzel, J. (2015). « Comment ignorer ce que l'on sait : La domestication des savoirs inconfortables sur les intoxications des agriculteurs par les pesticides », *Revue française de sociologie*, vol. 56(1), 105-133.
- Déplaud, M. O. (2014). « Les infortunes de la vertu. Sociologie d'un répertoire d'action patronal », *Sociologie du travail*, 56(4), 411-434.
- Fagre, N. & Wells, L. (1982). « Bargaining Power of Multinationals and Host Governments », *Journal of International Business Studies* 13 (2): 9–23.
- Forsé, M. (1997). « Capital social et emploi », *L'Année sociologique (1940/1948-)*, 143-181.
- Fuchs, D. (2007). *Business Power in Global Governance*. Boulder: Lynne Rienner.
- Gill, S. & Law, D. (1989). « Global Hegemony and the Structural Power of Capital », *International Studies Quarterly* 33 (4): 475–499.

- Hamani, J. (2019) *Sans repères ? Pouvoir conceptuel et politiques nutritionnelles en France*, mémoire de master de sociologie, Sciences Po, direction Daniel Benamouzig, 120 p.
- Hernández-Aguado, I., & Chilet-Rosell, E. (2018). « Pathways of undue influence in health policy-making: a main actor's perspective ». *Journal Epidemiol Community Health*, 72(2), 154-159.
- Hillman, A.J. & Hitt, M.A. (1999). « Corporate political strategy formulation: a model of approach, participation and strategy decisions », *Academy of Management Review*, 24, 825–842.
- Hillman, A.J., Keim, G.D. & Schuler, D. (2004). « Corporate political activity: a review and research agenda », *Journal of Management*, 30, 837–857.
- Jouzel, J. (2019). *Pesticides: Comment ignorer ce que l'on sait*. Paris: Presses de Sciences Po.
- Lawton, T., McGuire, S. & Rajwani, T. (2013). « Corporate political activity: A literature review and research agenda », *International Journal of Management Reviews*, 15(1), 86-105.
- Lévesque, M., & White, D. (2001). « Capital social, capital humain et sortie de l'aide sociale pour des prestataires de longue durée », *Canadian Journal of Sociology/Cahiers canadiens de sociologie*, 167-192.
- Levy, D. & Egan, D. (1998). « Capital Contests: National and Transnational Channels of Corporate Influence on the Climate Change Negotiations ». *Politics and Society* 26 (3): 337–361.
- Lukes, S. [1974] (2004). *Power, a Radical View*. London: Palgrave Macmillan.
- MacMillan, Tom. 2005. *Power in the Food System: Understanding Trends and Improving Accountability*. Background Paper. Food Ethics Council.
- McCambridge, J., Mialon, M., & Hawkins, B. (2018). « Alcohol industry involvement in policymaking: a systematic review », *Addiction*, 113(9), 1571-1584.
- Mercklé, P. (2011). *Sociologie des réseaux sociaux*. La découverte.
- Mialon, M. A. M., & Mialon, J. (2017). « Corporate political activity of the dairy industry in France: an analysis of publicly available information », *Public health nutrition*, 1-8.

- Mialon, M., & da Silva Gomes, F. (2019). « Public health and the ultra-processed food and drink products industry: corporate political activity of major transnationals in Latin America and the Caribbean », *Public health nutrition*, 22(10), 1898-1908.
- Mialon, M., & Mialon, J. (2018). « Analysis of corporate political activity strategies of the food industry: evidence from France. *Public health nutrition*, 21(18), 3407-3421.
- Mialon, M., Swinburn, B., & Sacks, G. (2015). A proposed approach to systematically identify and monitor the corporate political activity of the food industry with respect to public health using publicly available information », *Obesity reviews*, 16(7), 519-530.
- Mialon, M., Swinburn, B., Allender, S., & Sacks, G. (2016). « Systematic examination of publicly-available information reveals the diverse and extensive corporate political activity of the food industry in Australia », *BMC Public Health*, 16(1), 283.
- Mialon, M., Swinburn, B., Allender, S., & Sacks, G. (2017). « Maximising shareholder value': a detailed insight into the corporate political activity of the Australian food industry », *Australian and New Zealand journal of public health*, 41(2), 165-171.
- Michaels, D. (2008). *Doubt is their product*. New York: Oxford University.
- Newell, P., & Paterson, M. (1998). « A Climate for Business: Global Warming, the State and Capital », *Review of International Political Economy* 5 (4): 679–704.
- Sacks, G., Swinburn, B., Kraak, V., Downs, S., Walker, C., Barquera, S., Kumanyika, S. (2013). « A proposed approach to monitor private-sector policies and practices related to food environments, obesity and non-communicable disease prevention », *Obesity Reviews*, 14(S1), 38-48.
- Savell, E., Gilmore, A. B., & Fooks, G. (2014). « How does the tobacco industry attempt to influence marketing regulations? A systematic review », *PLoS One*, 9(2), e87389.
- Shaffer, B. (1995). « Firm level responses to government regulation: theoretical and research approaches », *Journal of Management*, 21, 495–514.

6. TABLE DES ILLUSTRATIONS

6.1 Tableaux

Tableau 1 : Les APE d'ordre cognitif et leurs modalités	21
Tableau 2 : Les acteurs des pratiques cognitives	40
Tableau 3: Activités politiques relationnelles	52
Tableau 4 : Acteurs présents dans les instances étatiques	53
Tableau 5 : Espaces sociaux investis par type acteur de la filière	76
Tableau 7 : Liens entre organisations de représentation d'intérêts de la filière	78
Tableau 7 : Emplois et chiffres d'affaires monde des dix premiers collecteurs de lait en France	110
Tableau 9 : Les 39 sociétés qui assurent le 94,5% de la production de produits laitiers en France	112
Tableau 10 : % d'emplois et CA monde des top 8 des sociétés de la transformation sur l'ensemble d'emplois et CA du segment	114
Tableau 10 : Base de données ACM pouvoir structurel acteurs filière laitière.....	119
Tableau 11 : Résidus ajustés volume capital social et segment	141
Tableau 12 : Test indépendance Classe recode/type produit	142
Tableau 13 : Résidus ajustés type de production et capital social	142
Tableau 14 : Coordonnées standard ACM chercheurs	161
Tableau 15 : Contribution variables ACM chercheurs et scientifiques.....	163
Tableau 16 : Valeurs test (Variables).....	164
Tableau 17 : Acteurs individuels protagonistes des activités relationnelles.....	166
Tableau 18 : Coordonnées des variables ACP acteurs par modalités activités relationnelles..	168
Tableau 19 : Cosinus carrés des variables ACP acteurs par modalité activités relationnelles .	168
Tableau 20 : Coordonnés des observations ACP acteurs par modalité activités relationnelles	168
Tableau 21 : Classes d'acteurs en fonction de l'intensité et qualité de leurs activités relationnelles	171
Tableau 22 : Liste association en partenariat avec acteurs filière lait.....	174
Tableau 23 : Top 10 producteurs par type produit laitiers	177
Tableau 24 : Données sur la concentration du segment de la transformation.....	181
Tableau 25 : CA France/Monde et n° Emplois Grande distribution : hypermarchés, supermarchés, hard discount.....	183
Tableau 26 : Résultats par classe CAH Capital structurel.....	184

Tableau 27 : Coordonnées standard Variables ACM capital structurel acteur filière	185
Tableau 28 : Valeurs test Variables ACM capital structurel acteurs filière	186
Tableau 29 : Coordonnées standard observations ACM capital structurel acteurs filière	187
Tableau 30 : Coordonnées des variables ACP capital instrumental acteurs filière laitière	190
Tableau 32 : Contributions des variables (%)	190
Tableau 32 : Classes d'acteurs CAH capital instrumental filière laitière	191
Tableau 33 : Métriques réseau acteurs filière laitière.....	193
Tableau 34 : Classes acteurs CAH capital social.....	197
Tableau 35 : Valeurs test (Variables) ACM pouvoir des entreprises	199
Tableau 36 : Coordonnées standard (variables) pouvoir entreprises filière laitière	200
Tableau 37 : Classes acteurs CAH pouvoir des entreprises de la filière laitière.....	201
Tableau 38 : Base de données complète acteurs et APE de la filière lait	203

6.2 Graphiques

Graphique 1: Personnes interviewées par institution principale d'appartenance (auteurs).....	15
Graphique 2 : Nombre d'activités d'ordre cognitif par type acteur et par type de pratique.....	42
Graphique 3 : Nombre de liens entrant et sortant des think tanks.....	43
Graphique 4 : Diversité d'univers sociaux investis par les think tanks.....	44
Graphique 5 : Nombre chercheurs par institution académique	47
Graphique 6 : Nombre chercheurs par spécialité disciplinaire	48
Graphique 7 : Graphique symétrique axes 1 et 2 (F1 et F2 : 40,43%)	50
Graphique 8 : Les protagonistes des activités relationnelles par type d'acteur	73
Graphique 9 : Modalités relationnelles (%) mises en œuvre par type acteur	75
Graphique 10 : Intensité des activités relationnelles par type d'acteur (% du total de la filière)..	81
Graphique 11 : Biplot axes 1 et 2 ACP activités relationnelles.....	82
Graphique 12 : Budget dédié aux activités de représentation d'intérêts par les acteurs de la filière	86
Graphique 13 : Spécialité académique des responsables en affaires publiques lait	88
Graphique 14 : Institution d'obtention du diplôme de Master	89
Graphique 15 : Domaine activité associations partenaires des acteurs du secteur lait	93
Graphique 16 : Les associations les plus liées avec les acteurs du secteur lait.....	94
Graphique 17 : n° acteurs et liens émis par segment/métier.....	98
Graphique 18 : Collaborations des acteurs de la filière lait avec des organisations philanthropiques	99

Graphique 19 : Chiffre d'affaires monde en millions d'euros par segment de la filière laitière ..	105
Graphique 20 : Emplois associés aux acteurs de la filière laitière en France	106
Graphique 21 : Concentration production lait vache	106
Graphique 22 : Concentration production lait de brebis	108
Graphique 23 : Concentration production lait de chèvre	109
Graphique 24 : Les 10 acteurs économiques qui concentrent le 70% de la collecte de lait (tous laits confondus).....	110
Graphique 25 : Volume de production en % par type de produit laitier des dix plus grandes entreprises du secteur de la transformation	112
Graphique 26 : Distribution en % du volume total des salariés de la Grande distribution en France par groupe.	115
Graphique 27 : Distribution du chiffre d'affaires en % par groupe (top 8) du secteur de la Grande distribution	116
Graphique 28 : Chiffre d'affaires France (Mds Euros) des huit groupes les plus importants du secteur de la Grande distribution	117
Graphique 29 : Plans 1 et 2 observations par classe	122
Graphique 30 : Nuage de points acteurs filière laitière selon leur pouvoir structurel	124
Graphique 31 : Distribution intensité liens par segment filière.....	127
Graphique 32 : Distribution positions Bureau/CA par segments de la filière	128
Graphique 33 : Distribution positions Financement/Partenariat par segments de la filière	129
Graphique 34 : Biplot axes 1 et 2 types APE par acteur de la filière lait.....	130
Graphique 35 : Biplot axes 1 et 2 variables supplémentaires ACP pouvoir instrumental des entreprises	132
Graphique 36 : Biplot axes 1 et 2 variables actives et observations ACP pouvoir instrumental	133
Graphique 37 : Nuage de points Reach et Closeness acteurs filière lait.....	140
Graphique 38 : Graphique asymétrique Axes 1 et 2 Pouvoir des entreprises	146

6.3 Documents

Document 1 : Appel à candidatures santé cognitive CNIEL, février 2018	23
Document 2 : Article publié par des chercheurs de l'Institut Danone dans la revue BMJ	26
Document 3 : Acteurs de la filière dans les Journées francophones de nutrition 2018.....	27
Document 4 : Exemples de « cherry pick data » (Décembre 2018-Juin 2019).....	31
Document 5 : Vidéo chercheur sur l' « effet matrice »	32
Document 6 : Atelier Danone « la plaisir allié ou ennemi d'une alimentation favorable à la santé »	34

Document 7 : Publication OCHA sur Activité physique et santé.....	37
Document 8 : Lettre du CNIEL au Directeur général de la santé	37
Document 9 : Petit-déjeuner organisé par le Club de la table française.....	57
Document 10 : Collaboration entre le Club de la table française et le groupe d'études « gastronomie ».....	58
Document 11 : Participation du groupe Lactalis au concours du Meilleure ouvrier de France....	60
Document 12 : Participation de l'entreprise Isigny-Sainte-Mère aux concours du secteur de la restauration	61
Document 13 : Partenariats Lactalis et Isigny-Sainte-Mère avec des universités régionales	62
Document 14 : Activités parrainage sportif des acteurs de la filière lait.....	63
Document 15 : Convention de partenariat entre le CNIEL et l'Assemblée départements France	63
Document 16 : Animations grand public du Cniel	Erreur ! Signet non défini.
Document 17 : Texte de présentation Lactopôle	66
Document 18 : Texte de présentation de la maison de la "vache qui rit".....	67
Document 19 : Projet « L'agriculture régénératrice » de Danone.....	69
Document 20 : Images du programme « Vivons en forme »	70
Document 21 : Programme Malin du Groupe Bel	71
Document 22 : Programme "Bien vieillir" du fonds pour l'écosystème de Danone	71
Document 23 : Les enfants malades et la filière lait.....	95
Document 24 : Les familles des enfants malades et la filière lait	96
Document 25 : Fondation Alzheimer et la filière lait	97
Document 26 : Fondation pour la recherche sur le cerveau et la filière lait	97

6.4 Figures

Figure 1: Liens du groupe Casino avec des organisation de représentation d'intérêts.....	84
Figure 2: Réseau les acteurs de la filière laitière et leurs APE.....	136

6.5 Listes

Liste 1: Acteurs source filière laitière	158
--	-----

7. ANNEXES

7.1 Annexe Chapitre 1

Liste 1 : Acteurs source filière laitière

Acteurs Source	Type Acteur
Compagnie de fromages et Richesmots	Entreprise
Confédération paysanne	Representants Interets
CoopDefranceMétiersdulait	Representants Interets
CoordinationRurale	Representants Interets
Danone	Entreprise
Eurial	COOP
Fédération national éleveurs de chèvres	Representants Interets
FNPL	Representants Interets
FNSEA	Representants Interets
Fromagerie de l'ermitage	COOP
Groupe Bel	Entreprise
Groupe Triballat	Entreprise
Ingredia	COOP
Isigny Sainte Mère	COOP
Lactalis	Entreprise
Lact'Union	COOP
Laita	COOP
Laitière St. Denis de l'Hôtel	Entreprise
Maîtres Laitiers du Cotentin	COOP

Nestlé	Entreprise
Savencia	Entreprise
Sill	Entreprise
Sodiaal Union	COOP
Terra Lacta	COOP
Triskalia	COOP
Unilever(glaces)	Entreprise
Auchan	Entreprise
Carrefour	Entreprise
Casino	Entreprise
E. Leclerc	Entreprise
Lidl	Entreprise
Système U	Entreprise
Beurrerie Foissiat Lescheroux	Entreprise
Centurion	Entreprise
France Crème	Entreprise
Fromagerie Lincet	Entreprise
Laiterie Saint-Père	Entreprise
Monts Joux	Entreprise
SA Perrin Vermot	Entreprise
SAS Vaubernier	Entreprise
Schreiber	Entreprise
Société Coop laitière du Beaufortin	Entreprise
Synutra	Entreprise
Chabert	Entreprise
Fromagerie Milleret	Entreprise
Fromageries Henri Hutin	Entreprise

Gerentes	Entreprise
Novandie	Entreprise
Laiterie de Montaigu	Entreprise
Les Mousquetaires	Entreprise

7.2 ANNEXE CHAPITRE 2

Tableau 14 : Coordonnées standard ACM chercheurs

	F1	F2	F3
Position direction oui/non.-non	0,039	0,657	-1,457
Position direction oui/non.-oui	-0,036	-0,613	1,360
Degreerecode, 2-3=bas, 4-8=int, 10 et plus=elevé-bas	-0,657	0,430	0,114
Degreerecode, 2-3=bas, 4-8=int, 10 et plus=elevé-elevé	4,056	2,377	1,172
Degreerecode, 2-3=bas, 4-8=int, 10 et plus=elevé-intermediaire	0,853	-2,762	-0,968
Reach recode! 0=bas0,012-0,019=inter/0,024-0,04=elevé-bas	-0,511	0,223	0,147
Reach recode! 0=bas0,012-0,019=inter/0,024-0,04=elevé-elevé	4,221	2,460	1,529
Reach recode! 0=bas0,012-0,019=inter/0,024-0,04=elevé-intermediaire	1,271	-3,421	-2,192
Lien directe Lait oui/non-non	-0,636	0,521	-0,420
Lien directe Lait oui/non-oui	0,820	-0,671	0,542
Thème-Actualité/Maladieschroniques	3,192	1,120	-1,637
Thème-Cultures/Comportements alimentaires	0,049	0,123	-1,469
Thème-EpidémiologieNutriSanté	-0,484	-0,532	2,600
Thème-Systèmes/politiques alimentaires/durabilité	-1,161	1,075	0,103
Thème-metabolisation nutriments et santé	-0,052	-0,858	1,314
Thème-toxicologie et sécurité aliments	-0,559	-0,492	0,814

Institution-AgroParisTech	-0,889	0,557	0,192
Institution-Audencia	-0,135	-0,258	0,545
Institution-CIRAD	-1,101	0,992	-0,109
Institution-CNRS	0,402	0,696	-0,265
Institution-CREDOC	3,676	1,867	2,464
Institution-CRNHNantes	-0,176	-0,756	2,734
Institution-EAgroToulouse	-1,181	1,475	-1,191
Institution-HAvicenne	-0,105	0,387	-1,671
Institution-HNecker	0,416	-2,087	0,787
Institution-HPitieSalpe	-0,176	-0,756	2,734
Institution-HopArmandTrousseauParis	1,153	-4,227	0,044
Institution-HotelDieu	0,546	0,854	-0,343
Institution-IAMM	-1,181	1,475	-1,191
Institution-INRA	-0,325	-0,564	0,455
Institution-INSALyon	-0,176	-0,756	2,734
Institution-INSERM	-0,176	-0,756	2,734
Institution-InstPasteur	3,635	1,369	4,653
Institution-Insttechniquehoriculture	-0,623	0,225	1,781
Institution-LASColleDeFrance	-0,105	0,387	-1,671
Institution-Medecinnutri	2,492	-2,578	-4,492
Institution-SupAgro	-1,000	0,757	0,171
Institution-UnivBrest	-0,186	-1,471	-0,672
Institution-UnivBretagneOccidentale	-0,692	0,992	-2,427
Institution-UnivCaen	-0,723	0,347	-0,211
Institution-UnivClermontFerrand	-0,176	-0,756	2,734
Institution-UnivDauphine	-0,105	0,387	-1,671
Institution-UnivGrenoble	-0,350	-0,591	3,744

Institution-UnivJeanJaurès	-0,105	0,387	-1,671
Institution-UnivLille2	-0,328	-1,606	2,137
Institution-UnivLyon	-0,733	0,494	-0,238
Institution-UnivMarseille	-0,938	0,015	2,988
Institution-UnivNancy	-0,764	-0,151	1,977
Institution-UnivParis	-0,146	-0,111	0,518
Institution-UnivParis1	-0,105	0,387	-1,671
Institution-UnivParis10	-0,692	0,992	-2,427
Institution-UnivParis13	-0,733	0,494	-0,238
Institution-UnivToulouse	0,711	-2,960	-0,328
Institution-UnivTours	0,504	-1,234	-2,521
Institution-none	1,492	0,991	-1,770

Tableau 15 : Contribution variables ACM chercheurs et scientifiques

	F1	F2	F3
Position direction oui/non-non	0,015	4,164	20,506
Position direction oui/non-oui	0,014	3,886	19,139
Degreerecode, 2-3=bas, 4-8=int, 1à et plus=elevé-bas	6,349	2,725	0,191
Degreerecode, 2-3=bas, 4-8=int, 1à et plus=elevé-elevé	26,468	9,095	2,211
Degreerecode, 2-3=bas, 4-8=int, 1à et plus=elevé-intermediaire	2,678	28,054	3,448
Reach recode! 0=bas0,012-0,019=inter/0,024-0,04=elevé-bas	4,316	0,821	0,355
Reach recode! 0=bas0,012-0,019=inter/0,024-0,04=elevé-elevé	24,570	8,347	3,225

Reach recode! 0=bas0,012-0,019=inter/0,024-0,04=elevé-intermediaire	3,344	24,217	9,937
Lien directe Lait oui/non-non	4,555	3,054	1,988
Lien directe Lait oui/non-oui	5,873	3,937	2,563
Thème-Actualité/Maladieschroniques	16,398	2,020	4,313
Thème-Cultures/Comportements alimentaires	0,015	0,098	13,896
Thème-EpidémiologieNutriSanté	0,216	0,260	6,214
Thème-Systèmes/politiques alimentaires/durabilité	4,958	4,247	0,039
Thème-metabolisation nutriments et santé	0,018	4,907	11,517
Thème-toxicologie et sécurité aliments	0,215	0,167	0,457

Tableau 16 : Valeurs test (Variables)

	F1	F2	F3
Position direction oui/non. -non	0,246		-6,585
Position direction oui/non.-oui	-0,246	-3,693	6,585
Degreerecode, 2-3=bas, 4-8=int, 1à et plus=elevé-bas	-7,154	4,179	0,888
Degreerecode, 2-3=bas, 4-8=int, 1à et plus=elevé-elevé	7,832	4,093	1,621
Degreerecode, 2-3=bas, 4-8=int, 1à et plus=elevé-intermediaire	2,644	-7,630	-2,150
Reach recode! 0=bas0,012-0,019=inter/0,024-0,04=elevé-bas	-7,304	2,839	1,501
Reach recode! 0=bas0,012-0,019=inter/0,024-0,04=elevé-elevé	7,499	3,897	1,946
Reach recode! 0=bas0,012-0,019=inter/0,024-0,04=elevé-intermediaire	2,819	-6,764	-3,482
Lien directe Lait oui/non-non	-4,714	3,441	-2,231

Lien directe Lait oui/non-oui	4,714	-3,441	2,231
Thème-Actualité/Maladieschroniques	6,165	1,929	-2,265
Thème-Cultures/Comportements alimentaires	0,218	0,494	-4,734
Thème-EpidémiologieNutriSanté	-0,694	-0,680	2,669
Thème-Systèmes/politiques alimentaires/durabilité	-3,598	2,969	0,228
Thème-metabolisation nutriments et santé	-0,241	-3,531	4,347
Thème-toxicologie et sécurité aliments	-0,690	-0,542	0,719
Institution-AgroParisTech	-1,097	0,613	0,170
Institution-Audencia	-0,095	-0,162	0,275
Institution-CIRAD	-1,775	1,425	-0,125
Institution-CNRS	0,648	1,001	-0,306
Institution-CREDOC	2,588	1,172	1,243
Institution-CRNHNantes	-0,124	-0,475	1,379
Institution-EAgroToulouse	-0,831	0,926	-0,601
Institution-HAvicenne	-0,074	0,243	-0,843
Institution-HNecker	0,417	-1,863	0,564
Institution-HPitieSalpe	-0,124	-0,475	1,379
Institution-HopArmandTrousseauParis	0,811	-2,653	0,022
Institution-HotelDieu	0,384	0,536	-0,173
Institution-IAMM	-0,831	0,926	-0,601
Institution-INRA	-1,161	-1,793	1,163
Institution-INSALyon	-0,124	-0,475	1,379
Institution-INSERM	-0,124	-0,475	1,379
Institution-InstPasteur	2,559	0,859	2,347
Institution-Insttechniquehoriculture	-0,439	0,141	0,898
Institution-LASColleDeFrance	-0,074	0,243	-0,843
Institution-Medecinnutri	1,755	-1,618	-2,265

Institution-SupAgro	-1,932	1,304	0,236
Institution-UnivBrest	-0,187	-1,314	-0,482
Institution-UnivBretagneOccidentale	-0,487	0,623	-1,224
Institution-UnivCaen	-0,509	0,218	-0,107
Institution-UnivClermontFerrand	-0,124	-0,475	1,379
Institution-UnivDauphine	-0,074	0,243	-0,843
Institution-UnivGrenoble	-0,247	-0,371	1,888
Institution-UnivJeanJaurès	-0,074	0,243	-0,843
Institution-UnivLille2	-0,231	-1,008	1,078
Institution-UnivLyon	-0,516	0,310	-0,120
Institution-UnivMarseille	-0,660	0,009	1,507
Institution-UnivNancy	-0,538	-0,095	0,997
Institution-UnivParis	-0,103	-0,070	0,261
Institution-UnivParis1	-0,074	0,243	-0,843
Institution-UnivParis10	-0,487	0,623	-1,224
Institution-UnivParis13	-0,516	0,310	-0,120
Institution-UnivToulouse	0,712	-2,643	-0,235
Institution-UnivTours	0,355	-0,775	-1,272
Institution-none	3,705	2,195	-3,150
<i>Les valeurs affichées en gras sont significatives au seuil $\alpha=0,05$</i>			

Tableau 17 : Acteurs individuels protagonistes des activités relationnelles

Eurial	Alliance 7
Fromagerie de l'ermitage	ANIA
Ingredia	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine
Isigny Sainte Mère	AssTransLait(ATLA)

Lact'Union	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)
Laita	Confédération paysanne
Maîtres Laitiers du Cotentin	CoopDefranceMétiersdulait
Sodiaal Union	CoordinationRurale
Terra Lacta	FCD
Triskalia	Fédération national eleveurs de chèvres
Alsace Lait	FedNatCoopLait(FNCL)
Compagnie de fromages et Richesmonts	FNIL
Danone	FNPL
Groupe Bel	FNSEA
Groupe Tribalat	GECOfoodservices
Lactalis	Le Secteur Français des aliments de l'enfance
Laiterie Saint-Père	Syndifrais
Laitière St. Denis de l'Hôtel	Syndilait
Nestlé	FFAS
Savencia	Fondation Nestlé
Sill	InstitutDanone
Unilever(glaces)	InstOlgaTribalat
FondationEntreprise	NestleHEalthScience
BelFoundation	NutriciaRsearch
FondsDanoneEcosysteme	Systeme U
CollectifPetitDejeunerFrançaise	
Auchan	
Carrefour	

Tableau 18 : Coordonnées des variables ACP acteurs par modalités activités relationnelles

	F1	F2	F3
Circulationenoncés	0,679	-0,048	0,733
CréationAlliances	0,583	0,725	-0,368
SubstitutionPolitique	0,604	-0,645	-0,468

Tableau 19 : Cosinus carrés des variables ACP acteurs par modalité activités relationnelles

	F1	F2	F3
Circulationenoncés	0,461	0,002	0,537
CréationAlliances	0,339	0,525	0,135
SubstitutionPolitique	0,365	0,416	0,219

Les valeurs en gras correspondent pour chaque variable au facteur pour lequel le cosinus carré est le plus grand

Tableau 20 : Coordonnés des observations ACP acteurs par modalité activités relationnelles

	F1	F2	F3
Alliance 7	-0,391	0,059	0,571
Alsace Lait	-0,391	0,059	0,571
ANIA	0,168	0,015	1,262
Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	-0,951	0,104	-0,119
AssTransLait(ATLA)	-0,951	0,104	-0,119
Auchan	-0,150	-0,537	-0,236
BelFoundation	-0,710	-0,493	-0,927

Carrefour	-0,671	0,082	0,226
Casino	-0,951	0,104	-0,119
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	2,420	-1,002	-2,348
Compagnie de fromages et Richesmonts	-0,728	0,821	-0,828
Confédération paysanne	0,168	0,015	1,262
CoopDefranceMétiersdulait	0,168	0,015	1,262
CoordinationRurale	-0,112	0,037	0,917
Danone	3,615	-3,143	-0,012
E. Leclerc	-0,951	0,104	-0,119
Eurial	-0,112	0,037	0,917
FCD	0,168	0,015	1,262
Fédération national eleveurs de chèvres	-0,951	0,104	-0,119
FedNatCoopLait(FNCL)	-0,112	0,037	0,917
FFAS	-0,430	-0,515	-0,582
FNIL	0,728	-0,029	1,953
FNPL	0,690	-0,603	0,800
FNSEA	-0,112	0,037	0,917
Fondation Nestlé	-0,189	-1,111	-1,389
FondsDanoneEcosysteme	-0,710	-0,493	-0,927
Fromagerie de l'ermitage	0,557	2,189	-1,208
GECOfoodservices	-0,671	0,082	0,226
Groupe Bel	0,913	0,114	0,092
Groupe Tribalat	3,707	3,567	-1,378
Ingredia	-0,189	-1,111	-1,389
InstitutDanone	-0,710	-0,493	-0,927
InstOlgaTribalat	0,314	-0,416	-1,752

Isigny Sainte Mère	0,557	2,189	-1,208
Lactalis	1,511	0,644	1,936
Lact'Union	-0,951	0,104	-0,119
Laita	-0,112	0,037	0,917
Laiterie Saint-Père	-0,671	0,082	0,226
Laitière St. Denis de l'Hôtel	-0,391	0,059	0,571
Le Secteur Français des aliments de l'enfance	-0,671	0,082	0,226
Les Mousquetaires	-0,951	0,104	-0,119
Lidl	-0,448	0,799	-0,482
Maîtres Laitiers du Cotentin	-0,391	0,059	0,571
Nestlé	2,534	-2,481	-0,241
NestleHEalthScience	-0,430	-0,515	-0,582
NutriciaRsearch	-0,951	0,104	-0,119
Savencia	0,130	-0,559	0,109
Sill	-0,951	0,104	-0,119
Sodiaal Union	1,791	0,622	2,281
Syndifrais	-0,951	0,104	-0,119
Syndilait	-0,710	-0,493	-0,927
Système U	-0,671	0,082	0,226
Terra Lacta	1,117	2,145	-0,517
Triskalia	-0,430	-0,515	-0,582
Unilever(glaces)	-0,430	-0,515	-0,582

Tableau 21 : Classes d'acteurs en fonction de l'intensité et qualité de leurs activités relationnelles

Classe	1	2	3	4
Objets	33	15	4	2
Somme des poids	33	15	4	2
Variance intra-classe	2,697	4,076	9,417	13,000
Distance minimale au barycentre	0,829	0,359	0,829	2,550
Distance moyenne au barycentre	1,477	1,475	2,326	2,550
Distance maximale au barycentre	3,029	4,816	3,832	2,550
	Alliance 7	ANIA	Carrefour	Casino
	Alsace Lait	Auchan	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Groupe Tribalat
	BelFoundation	Confédération paysanne	Danone	
	Compagnie de fromages et Richesmonts	CoopDeFranceMétiersdulait	Nestlé	
	E. Leclerc	CoordinationRurale		

	Fédération national eleveurs de chèvres	Eurial		
	FFAS	FCD		
	Fondation Nestlé	FedNatCoopLait(FNCL)		
	FondsDanoneEco systeme	FNIL		
	Fromagerie de l'ermitage	FNPL		
	GECOfoodservices	FNSEA		
	Groupe Bel	Lactalis		
	Ingredia	Laita		
	InstitutDanone	Savencia		
	InstOlgaTribalat	Sodiaal Union		
	Isigny Sainte Mère			
	Lact'Union			
	Laiterie Saint-Père			
	Laitière St. Denis de l'Hôtel			
	Le Club de la table française			
	Le Secteur Français des aliments de l'enfance			

	Les Mousquetaires			
	Lidl			
	Maîtres Laitiers du Cotentin			
	NestleHEalthScience			
	NutriciaRsearch			
	Sill			
	Syndifrais			
	Syndilait			
	Système U			
	Terra Lacta			
	Triskalia			
	Unilever(glaces)			

Tableau 22 : Liste association en partenariat avec acteurs filière lait

<u>1</u>	RestoDuCoeur	26	Ecole2Chance	51	FondCresus	76	AsoAurore
<u>2</u>	LMPetitPas	27	AdaptEquit	52	Fond2emechance	77	FeteVoisins
<u>3</u>	LenvolAssoc	28	CentreSocialBelencourt	53	FondMereuApr opae	78	NosEnfantsAilleurs
<u>4</u>	UnisCite	29	EnergieJeunes	54	FondMotivation	79	Association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées
<u>5</u>	SecoursPopFrançais	30	LaFermeMajor	55	AssocLesPaniersdelaMer	80	Alliance4Youth
<u>6</u>	AssSidaAction	31	Biblioref	56	AssocLuluDansMaRue	81	CollectifLutteDenutrition
<u>7</u>	Association Rose	32	EcoleMusique Mozart	57	AssocMarseille Solutions	82	PlaNetFrance
<u>8</u>	Association Rêves de Gosse	33	EntreprendrePourApprendre	58	AssocSOSVillageEnfants	83	PlaneteUrgence
<u>9</u>	CroixRouge	34	Solidaresto	59	AssocTicketForChange	84	VaincreNorma
<u>10</u>	Association Fête Le Mur	35	KafeteMomes	60	AssocUnisCite	85	ActionContreLa Faim
<u>11</u>	FRRechercheMedicale	36	CEIDTapaj	61	AssReseauCocagne	86	SecoursPopulaire

<u>12</u>	BouclesduCoeur	37	FondFrederic Gaillane	62	AssocANDES	87	Emmaus
<u>13</u>	Association Les Amis de Mikhy	38	PasaPart	63	Oxfam	88	Kurgences
<u>14</u>	AFDiabetiques	39	Apfee	64	Acumen	89	Handichiensco m
<u>15</u>	BanqueAliments	40	AssocADIE	65	FordFoundatio n	90	LeReseauAsso
<u>16</u>	Association La Cloche	41	Assoc100pour Entreprendre	66	SaveTheChildr en	91	OdeonTheatre
<u>17</u>	AssocLeCarillon	42	AgenceDonNa ture	67	PopulationSer vicesInternatio nal	92	VoxPopuli
<u>18</u>	UNICEF	43	AssocAlfaSol	68	FACE	93	KaleidoScope
<u>19</u>	FondsELeclercP ourLaCulture	44	AssocARCA	69	LeRireMedecin	94	TheatreBARaqu e
<u>20</u>	LesEnfantsAnim ateursSevres	45	Caritas	70	Laboratoire artistique Bel	95	Aatreuil
<u>21</u>	TeteEnAir	46	AssocTZCLD	71	104Paris	96	LeREfuge
<u>22</u>	ParlezCités	47	FondDesPossi bles	72	CNEAI	97	Générationavis ée
<u>23</u>	CentreSocialAs phalte	48	AssocADA	73	MaisonLouisC arre	98	FondationRaja
<u>24</u>	LogIns	49	FAGE	74	MusseBeauxA rtsDole	99	MecenatChirur gieCardique
<u>25</u>	LFMRadio	50	FondCapucine	75	StopHunger	100	1001Fontaines
						101	SocNatSauvet eursMer

7.3 ANNEXE CHAPITRE 3

Tableau 23 : Top 10 producteurs par type produit laitiers

Lait liquide	Lait liquide infantile	Beurre	Crème fraîche conditionnée	Crème longue conservation	Fromages Blancs et petits suisses	Yaourts et laits fermentés	Fromages frais	Fromages à pâte molle	Fromages à pâte pressée cuite (PPC)	Fromages à pâte pressée non cuite	Fromages à pâte filée	Poudre grasse	Poudre Lait écrémé	Poudre de lactosérum	Poudre de lait infantile
Laitière Sait-Denis de l'Hôtel	Danone	Lactalis	Eurial	Lactalis	Yoplait	Danone	Savencia	Lactalis	Sodial	Sodiaal	Eurial	Lactalis	Lactalis	Sodiaal	Nestlé
Lact'Union	Sodiaal	Sodiaal	Yoplait	Savencia	Maîtres Laitiers du Cotentin	Yoplait	Bel	Compagnie des fromages et Richesmonts	Lactalis	Bel	Lactalis	Ingredia Prospérité fermière	Savencia	Lactalis	Danone

Laiterie Saint-Père	Lactalis	Laita	Lactalis	Sodiaal	Danone	Lactalis	Laita	Savencia	Laita	Lactalis	Compagnie des Fromages et Richesmonts	Sill	Laita	Savencia	Isigny Sainte-Mère
Terra Lacta	Lact'Union	Savencia	Maîtres laitiers du Cotentin	Laiterie Saint-Denis de l'Hôtel	Eurial	Novandie	Lactalis	Fromageries de l'Ermitage	Fromageries de l'Ermitage	Compagnie des fromages et Richesmonts		Savencia	Sodiaal	Laita	Sodiaal
Maîtres laitiers du Cotentin	Maîtres Laitiers du Cotentin	Eurial	Alsace Lait	Les Maîtres Laitiers du Cotentin	Alsace Lait	Eurial	Maîtres Laitiers du Cotentin	Fromageries Henri Hutin	Compagnie des fromages et Richesmonts	Savencia		Nestlé	Eurial	Groupe Bel	Laiterie de Montaigu
Eurial		Lact'Union	Lact'Union	Laiterie de Montaigu	Lactalis	Maîtres Laitiers du Cotentin	Maîtres Laitiers du Cotentin	Fromagerie Milleret	Fromagerie Milleret	Fromageries de l'Ermitage		Sodiaal	Nestlé	Fléchar d	Laita

Laita		Sill	Laterie Saint Père	France Crème	Novan die	Laita	Fromag erie Henri Hutin	SAS Vauberni er	Centurio n	Schreibe r		Synutr a	Flécha rd	Eurial	
Ingrédi a		Isigny Sainte Mère	Savencia	Lact'Unio n	Tribalat	Tribalat	Eurial	Laita	Monts Joux	Chabert		Eurial	Ingrédi a Prospé rité Fermiè re	Maîtres laitiers du cotentitn	
Prospé rité Fermiè re		Laiterie de Montai gu	Isigny Sainte- Mère	Alsace Lait	Laita		Fromag erie Lincet	Eurial	Chabert	Monts Joux		Laiteri e de Montai gu	Laiteri e de Montai gu	Gerente s	
				Sa Gerentes	Savenc ia		Beurreii e Foissiat Lescher oux	Sodiaal	Société Coop laitière du Beauforti n	SA Perrin Vermot		Isigny Sainte Mère			
								Maîtres laitiers				Laita			

								du cotentin							
--	--	--	--	--	--	--	--	----------------	--	--	--	--	--	--	--

Tableau 24 : Données sur la concentration du segment de la transformation

Société	Présences dans le « top ten » pour l'ensemble des produits	Emplois France	*emplois France %	CA Millions euros monde	CA Millions Euros %
Alsace Lait	3	250	0,31%	97	0,06%
Beurreïe Foissiat Lescheroux	1	14	0,02%	3	0,00%
Centurion	1	350	0,44%	12	0,01%
Chabert	2	100	0,13%	87	0,06%
Compagnie des fromages et Richesmots	3	100	0,13%	630	0,41%
Danone	4	9000	11,30%	24000	15,66%
Eurial	10	4600	5,78%	2200	1,44%
Flécharde	1	100	0,13%	189	0,12%
France Crème	1	50	0,06%	16	0,01%
Fromagerie Lincet	1	130	0,16%	22	0,01%
Fromagerie Milleret	2	175	0,22%	66	0,04%
Fromageries de l'Ermitage	3	660	0,83%	400	0,26%
Fromageries Henri Hutin	2	400	0,50%	108	0,07%
Gerentes	2	100	0,13%	40	0,03%
Groupe Bel	3	5000	6,28%	2900	1,89%

Ingredia Prospérité fermière	3	460	0,58%	342	0,22%
Isigny Sainte Mère	4	710	0,89%	280	0,18%
Lactalis	14	15000	18,83%	18000	11,74%
Lact'Union	5	880	1,10%	90	0,06%
Laita	11	2830	3,55%	1300	0,85%
Laiterie de Montaigu	4	250	0,31%	132	0,09%
Laiterie Saint- Père	1	317	0,40%	233	0,15%
Laiterie Saint- Denis de l'Hôtel	2	500	0,63%	448	0,29%
Les Maîtres Laitiers du Cotentin	9	800	1,00%	1900	1,24%
Monts Joux	1	10	0,01%	9	0,01%
Nestlé	3	13000	16,32%	82000	53,50%
Novandie	2	1200	1,51%	550	0,36%
SA Perrin Vermot	1	200	0,25%	39	0,03%
SAS Vaubernier	1	200	0,25%	53	0,03%
Savencia	10	8000	10,05%	4862	3,17%
Schreiber	1	800	1,00%	5000	3,26%
Sill	2	1364	1,71%	464	0,30%

Société Coop laitière du Beaufortin	1	50	0,06%	17	0,01%
Sodiaal	10	9100	11,43%	5100	3,33%
Synutra	1	280	0,35%	166	0,11%
Terra Lacta	1	560	0,70%	392	0,26%
Tribalat	2	800	1,00%	270	0,18%
Yoplait	2	1300	1,63%	844	0,55%

Tableau 25 : CA France/Monde et n° Emplois Grande distribution : hypermarchés, supermarchés, hard discount

Société/Groupe	CA France en Milliards EUR	CA Monde en Milliards EUR	Emplois France
Intermarché	22	26	100000
Carrefour	36	85	170000
Auchan	18	50	50000
Système U	19	19	65000
Leclerc	39	39	100000
Casino	19	36	75000
Dia	9	9	7500
Lidl	9	104	30000
Totaux	171	368	597500

Tableau 26 : Résultats par classe CAH Capital structurel

Résultats par classe :				
Classe	1	2	3	4
Objets	11	20	11	7
Somme des poids	11	20	11	7
Variance intra-classe	0,149	0,252	0,089	0,058
Distance minimale au barycentre	0,099	0,193	0,215	0,134
Distance moyenne au barycentre	0,276	0,439	0,274	0,193
Distance maximale au barycentre	0,865	1,005	0,377	0,458
	Eleveurs bovins	Eleveurs ovins	Beurreiie Foissiat Lescheroux	Centurion
	Nestlé	Eleveurs Caprins	Flécharde	Synutra
	Danon	Laiterie Saint-Père	France Crème	Fromageries Henri Hutin
	Lactalis	Schreiber	Fromagerie Lincet	Alsace Lait
	Intermarché	Terra Lacta	Monts Joux	Compagnie des fromages et Richesmonts
	Carrefour	Laiterie Saint-Denis de l'Hôtel	SA Perrin Vermot	Laiterie de Montaigu
	Auchan	Novandie	SAS Vaubernier	Lact'Union

	Système U	Sill	Société Coop laitière du Beaufortin	
	Leclerc	Tribalat	Chabert	
	Casino	Yoplait	Fromagerie Milleret	
	Lidl	Fromageries de l'Ermitage	Gerentes	
		Groupe Bel		
		Ingredia Prospérité fermière		
		Isigny Sainte Mère		
		Les Maîtres Laitiers du Cotentin		
		Eurial		
		Savencia		
		Sodiaal		
		Laita		
		Dia		

Tableau 27 : Coordonnées standard Variables ACM capital structurel acteur filière

	F1	F2	F3
CA France/Monde Millions euros-1000-5000	-0,366	-1,459	1,034
CA France/Monde Millions euros-10000 et plus	1,804	0,463	0,235

CA France/Monde Millions euros-200-500	-0,355	-0,899	-1,134
CA France/Monde Millions euros-50-200	-0,716	0,509	-0,666
CA France/Monde Millions euros-500-1000	-0,640	-0,744	2,697
CA France/Monde Millions euros-5000-10000	0,958	-0,687	-0,834
CA France/Monde Millions euros-moins de 50	-0,851	1,604	0,399
Emploi classes-0-200	-0,838	1,416	0,408
Emploi classes-1000-5000	-0,484	-1,530	2,128
Emploi classes-10000-50000	1,917	0,628	0,408
Emploi classes-200-1000	-0,542	-0,458	-1,018
Emploi classes-5000-10000	0,468	-0,943	-0,771
Emploi classes-50000 et plus	1,768	0,368	0,099
Type-Collecte/Transformation	-0,402	-0,011	0,053
Type-Distribution	1,721	0,339	0,107
Type-Elevage	0,507	-0,768	-0,961

Tableau 28 : Valeurs test Variables ACM capital structurel acteurs filière

	F1	F2	F3
CA France/Monde Millions euros-1000-5000	-0,934	-3,519	2,376
CA France/Monde Millions euros-10000 et plus	6,235	1,513	0,733
CA France/Monde Millions euros-200-500	-1,227	-2,939	-3,532
CA France/Monde Millions euros-50-200	-2,317	1,558	-1,943
CA France/Monde Millions euros-500-1000	-1,115	-1,227	4,236
CA France/Monde Millions euros-5000-10000	1,670	-1,132	-1,311
CA France/Monde Millions euros-moins de 50	-2,566	4,575	1,084
Emploi classes-0-200	-3,256	5,207	1,430
Emploi classes-1000-5000	-1,234	-3,691	4,890

Emploi classes-10000-50000	3,902	1,209	0,749
Emploi classes-200-1000	-2,456	-1,965	-4,158
Emploi classes-5000-10000	1,194	-2,274	-1,772
Emploi classes-50000 et plus	4,506	0,887	0,228
Type-Collecte/Transformation	-5,105	-0,128	0,609
Type-Distribution	5,190	0,966	0,292
Type-Elevage	0,884	-1,267	-1,510

Les valeurs affichées en gras sont significatives au seuil $\alpha=0,05$

Tableau 29 : Coordonnées standard observations ACM capital structurel acteurs filière

	F1	F2
Eleveurs bovins	1,383	-0,171
Eleveurs ovins	0,058	-0,988
Eleveurs Caprins	0,058	-0,988
Beurreïe Foissiat Lescheroux	-0,857	1,621
Centurion	-0,707	0,615
Fléchard	-0,788	1,033
France Crème	-0,857	1,621
Fromagerie Lincet	-0,857	1,621
Laiterie Saint-Père	-0,455	-0,728
Monts Joux	-0,857	1,621
SA Perrin Vermot	-0,857	1,621
SAS Vaubernier	-0,788	1,033
Schreiber	-0,461	-1,029
Société Coop laitière du Beaufortin	-0,857	1,621
Synutra	-0,638	0,027
Terra Lacta	-0,455	-0,728

Chabert	-0,788	1,033
Fromagerie Milleret	-0,788	1,033
Fromageries Henri Hutin	-0,638	0,027
Gerentes	-0,857	1,621
Laterie Saint-Denis de l'Hôtel	-0,455	-0,728
Novandie	-0,570	-1,220
Sill	-0,426	-1,304
Tribalat	-0,455	-0,728
Yoplait	-0,570	-1,220
Alsace Lait	-0,638	0,027
Compagnie des fromages et Richesmonts	-0,750	0,361
Fromageries de l'Ermitage	-0,455	-0,728
Groupe Bel	-0,432	-1,604
Ingredia Prospérité fermière	-0,455	-0,728
Isigny Sainte Mère	-0,455	-0,728
Laiterie de Montaigu	-0,638	0,027
Lact'Union	-0,638	0,027
Les Maîtres Laitiers du Cotentin	-0,461	-1,029
Eurial	-0,432	-1,604
Savencia	0,052	-1,289
Sodiaal	0,724	-0,875
Laita	-0,432	-1,604
Nestlé	1,889	0,585
Danone	1,153	-0,258
Lactalis	1,889	0,585
Intermarché	1,813	0,446

Carrefour	1,813	0,446
Auchan	1,889	0,585
Système U	1,813	0,446
Leclerc	1,813	0,446
Casino	1,813	0,446
Dia	0,724	-0,875
Lidl	1,889	0,585

Tableau 30 : Coordonnées des variables ACP capital instrumental acteurs filière laitière

	F1	F2	F3
TotalBureau/Carecode (0-1=1, 2-3-4=2, +4=3)	0,868	0,475	-0,145
Total Financement/Partenariatrecode (0-1=1, 2-3-4=2, +4=3)	0,881	-0,439	-0,174
Totalintensitérecode (3=1, 4-5-5=2, +6=3)	0,956	-0,026	0,292

Les résultats correspondant aux variables supplémentaires sont affichés dans la seconde partie du tableau

Tableau 31 : Contributions des variables (%)

	F1	F2	F3
TotalBureau/Carecode (0-1=1, 2-3-4=2, +4=3)	30,828	53,804	15,368
Total Financement/Partenariatrecode (0-1=1, 2-3-4=2, +4=3)	31,779	46,032	22,189
Totalintensitérecode (3=1, 4-5-5=2, +6=3)	37,393	0,164	62,443

Tableau 32 : Classes d'acteurs CAH capital instrumental filière laitière

Résultats par classe :				
Classe	1	2	3	4
Objets	10	11	20	9
Somme des poids	10	11	20	9
Variance intra-classe	0,333	0,418	0,000	0,528
Distance minimale au barycentre	0,316	0,407	0,000	0,556
Distance moyenne au barycentre	0,477	0,588	0,000	0,676
Distance maximale au barycentre	1,140	0,895	0,000	0,868
	Alsace Lait	Auchan	Beurreiie Foissiat Lescheroux	E. Leclerc
	Confédération paysanne	Carrefour	Centurion	Fromagerie de l'ermitage
	CoordinationRurale	Casino	Chabert	Ingredia
	Eurial	Danone	Compagnie de fromages et Richesmonts	Isigny Sainte Mère

	FNPL	Groupe Bel	Fédération national éleveurs de chèvres	Laiterie Saint-Père
	FNSEA	Groupe Tribalat	Flécharde	Lidl
	Laita	Lactalis	France Crème	Savencia
	Laitière St. Denis de l'Hôtel	Les Mousquetaires	Fromagerie Lincet	Système U
	Maîtres Laitiers du Cotentin	Nestlé	Fromagerie Milleret	Terra Lacta
	Sill	Sodiaal Union	Fromageries Henri Hutin	
		Unilever(glaces)	Gerentes	
			Lact'Union	
			Laiterie de Montaigu	
			Monts Joux	
			Novandie	
			SA Perrin Vermot	
			SAS Vaubernier	
			Schreiber	
			Société Coop laitière du Beaufortin	
			Synutra	

Tableau 33 : Métriques réseau acteurs filière laitière

Acteur	Closeness Centrality	Reach	Type Production	Segment
Alsace Lait	0,062	0,019	Yaourts/lait/Desserts	COOP Coll/Transform ation
Auchan	0,118	0,164	Multi-produits	Grande Distribution
Beurreiie Foissiat Lescheroux	0	0	Beurre	COOP Coll/Transform ation
Carrefour	0,139	0,194	Multi-produits	Grande Distribution
Casino	0,138	0,176	Multi-produits	Grande Distribution
Centurion	0	0	Fromager	Entreprise Coll/Transform ation
Chabert	0	0	Fromager	Entreprise Coll/Transform ation
Compagnie de fromages et Richesmonts	0	0	Fromager	Entreprise Coll/Transform ation
Confédération paysanne	0,093	0,039	Eleveurs	Representants Interets
CoordinationR urale	0,091	0,037	Eleveurs	Representants Interets
Danone	0,203	0,246	Yaourts/lait/Desserts	Entreprise Coll/Transform ation
E. Leclerc	0,014	0,016	Multi-produits	Grande Distribution

Eurial	0,114	0,048	Multi-produits	Entreprise Coll/Transformation
Fédération nationale éleveurs de chèvres	0,0002	0	Lait	Representants Interets
Flécharde	0	0	PoudreLait	Entreprise Coll/Transformation
FNPL	0,101	0,048	Lait	Representants Interets
FNSEA	0,005	0,007	Eleveurs	Representants Interets
France Crème	0	0	Crème	Entreprise Coll/Transformation
Fromagerie de l'ermitage	0	0,009	Fromager	COOP Coll/Transformation
Fromagerie Lincet	0	0	Fromager	Entreprise Coll/Transformation
Fromagerie Milleret	0,074	0,018	Fromager	Entreprise Coll/Transformation
Fromageries Henri Hutin	0,074	0,018	Fromager	Entreprise Coll/Transformation
Gerentes	0	0	Crème	Entreprise Coll/Transformation

Groupe Bel	0,132	0,148	Fromage/Poudre lacto serum	Entreprise Coll/Transformation
Groupe Tribalat	0,146	0,088	Fromager	Entreprise Coll/Transformation
Ingredia	0,012	0,014	Lait/Poudre	COOP Coll/Transformation
Isigny Sainte Mère	0,011	0,012	Crème/Lait/Poudres	COOP Coll/Transformation
Lactalis	0,137	0,077	Multi-produits	Entreprise Coll/Transformation
Lact'Union	0,004	0,005	Beurre/Lait/Crème	COOP Coll/Transformation
Laita	0,117	0,051	Multi-produits	COOP Coll/Transformation
Laiterie de Montaigu	0,074	0,018	Poudre/Beurre/Crème	Entreprise Coll/Transformation
Laiterie Saint-Père	0,06	0,018	Lait	Entreprise Coll/Transformation
Laitière St. Denis de l'Hôtel	0,095	0,037	Crème	Entreprise Coll/Transformation
Les Mousquetaires	0,022	0,025	Multi-produits	Grande Distribution
Lidl	0,066	0,025	Multi-produits	Grande Distribution

Maîtres Laitiers du Cotentin	0,063	0,021	Multi-produits	COOP Coll/Transformation
Monts Joux	0	0	Fromager	Entreprise Coll/Transformation
Nestlé	0,181	0,197	Yaourts/lait/Desserts	Entreprise Coll/Transformation
Novandie	0	0	Fromager	Entreprise Coll/Transformation
SA Perrin Vermot	0	0	Fromager	Entreprise Coll/Transformation
SAS Vaubernier	0,074	0,018	Fromager	Entreprise Coll/Transformation
Savencia	0,108	0,063	Multi-produits	Entreprise Coll/Transformation
Schreiber	0	0	Fromager	Entreprise Coll/Transformation
Sill	0,074	0,018	Beurre	Entreprise Coll/Transformation
Société Coop laitière du Beaufortin	0	0	Fromager	COOP Coll/Transformation
Sodiaal Union	0,155	0,169	Yaourts/lait/Desserts	COOP Coll/Transformation

Synutra	0	0	Poudre	Entreprise Coll/Transform ation
Système U	0,067	0,025	Multi-produits	Grande Distribution
Terra Lacta	0,098	0,044	Lait	COOP Coll/Transform ation
Unilever(glaces)	0,091	0,062	Glaces	Entreprise Coll/Transform ation

Tableau 34 : Classes acteurs CAH capital social

Résultats par classe :				
Classe	1	2	3	4
Objets	10	7	22	11
Somme des poids	10	7	22	11
Variance intra-classe	0,000	0,002	0,000	0,001
Distance minimale au barycentre	0,006	0,016	0,001	0,008
Distance moyenne au barycentre	0,006	0,035	0,007	0,020

Distance maximale au barycentre	0,009	0,079	0,028	0,051
	Alsace Lait	Auchan	Beurreiie Foissiat Lescheroux	Confédération paysanne
	Fromagerie Milleret	Carrefour	Centurion	CoordinationRurale
	Fromagerie s Henri Hutin	Casino	Chabert	Eurial
	Laiterie de Montaigu	Danone	Compagnie de fromages et Richesmots	FNPL
	Laiterie Saint-Père	Groupe Bel	E. Leclerc	Groupe Tribalat
	Lidl	Nestlé	Fédération national eleveurs de chèvres	Lactalis
	Maîtres Laitiers du Cotentin	Sodiaal Union	Flécharde	Laita
	SAS Vaubernier		FNSEA	Laitière St. Denis de l'Hôtel
	Sill		France Crème	Savencia
	Système U		Fromagerie de l'ermitage	Terra Lacta
			Fromagerie Lincet	Unilever(glaces)
			Gerentes	
			Ingredia	
			Isigny Sainte Mère	
			Lact'Union	

			Les Mousquetaires	
			Monts Joux	
			Novandie	
			SA Perrin Vermot	
			Schreiber	
			Société Coop laitière du Beaufortin	
			Synutra	

Tableau 35 : Valeurs test (Variables) ACM pouvoir des entreprises

	F1	F2	F3
Capital Structurel-A	4,264	2,002	1,379
Capital Structurel-B	1,967	-3,538	-3,067
Capital Structurel-C	-2,776	-0,092	4,864
Capital Structurel-D	-4,575	2,007	-2,016
Capital Instrumental-A	4,732	4,314	-0,032
Capital Instrumental-B	0,756	-2,675	-2,306
Capital Instrumental-C	2,062	-4,207	2,001
Capital Instrumental-D	-6,278	1,885	0,202
Capital Social-A	4,048	4,808	0,644
Capital Social-B	3,345	-3,661	-1,276
Capital Social-C	-1,031	-2,233	4,329
Capital Social-D	-4,791	1,494	-2,874
Segment-COOP Coll/Transformation	-0,431	-1,635	-0,968
Segment-Entreprise Coll/Transformation	-2,105	0,733	0,034
Segment-Grande Distribution	2,436	2,226	0,761
Segment-Representants Interets	1,275	-1,534	0,400
Leader/n°produits-Faible	-3,148	-1,016	-0,791
Leader/n°produits-Fort	3,508	0,332	0,204
Leader/n°produits-Moyen	0,083	0,849	0,716

Les valeurs affichées en gras sont significatives au seuil $\alpha=0,05$

Tableau 36 : Coordonnées standard (variables) pouvoir entreprises filière laitière

	F1	F2	F3
Capital Structurel-A	1,081	0,599	0,496
Capital Structurel-B	0,415	-0,879	-0,916
Capital Structurel-C	-1,088	-0,043	2,702
Capital Structurel-D	-1,362	0,704	-0,851
Capital Instrumental-A	1,409	1,515	-0,014
Capital Instrumental-B	0,255	-1,065	-1,103
Capital Instrumental-C	0,652	-1,569	0,897
Capital Instrumental-D	-1,216	0,430	0,055
Capital Social-A	1,586	2,222	0,358
Capital Social-B	0,996	-1,285	-0,538
Capital Social-C	-0,326	-0,833	1,940
Capital Social-D	-0,854	0,314	-0,727
Segment-COOP			
Coll/Transformation	-0,128	-0,574	-0,409
Segment-Entreprise			
Coll/Transformation	-0,307	0,126	0,007
Segment-Grande Distribution	0,954	1,029	0,423
Segment-Representants Interets	0,605	-0,858	0,269
Leader/n°produits-Faible	-0,498	-0,189	-0,177
Leader/n°produits-Fort	0,936	0,104	0,077
Leader/n°produits-Moyen	0,023	0,282	0,286

Tableau 37 : Classes acteurs CAH pouvoir des entreprises de la filière laitière

Classe	1	2	3	4	5
Objets	9	9	13	12	7
Somme des poids	9	9	13	12	7
Variance intra-classe	1,052	0,499	0,318	0,548	0,570
Distance minimale au barycentre	0,535	0,522	0,338	0,449	0,562
Distance moyenne au barycentre	0,871	0,631	0,475	0,691	0,685
Distance maximale au barycentre	1,920	1,138	1,280	0,864	0,900
	Alsace Lait	Auchan	Beurreiie Foissiat Lescheroux	Confédération n paysanne	Fromagerie de l'Ermitage
	Centurion	Carrefour	Chabert	Coordination Rurale	Groupe Tribalat
	Compagnie de fromages et Richesmonts	Casino	E. Leclerc	Eurial	Ingredia Propserité fermière
	Fromagerie Milleret	Danone	Fédération national	FNPL	Isigny Sainte Mère

			éleveurs de chèvres		
	Fromageries Henri Hutin	Groupe Bel	Flécharde	FNSEA	Savencia
	Lact'Union	Lactalis	France Crème	Laita	Terra Lacta
	Laiterie de Montaigu	Intermarché/Les Mousquetaires	Fromagerie Lincet	Laiterie Saint-Père	Unilever(glaces)
	SAS Vaubernier	Nestlé	Gerentes	Laitière St. Denis de l'Hôtel	
	Synutra	Sodiaal Union	Monts Joux	Lidl	
			Novandie	Les Maîtres Laitiers du Cotentin	
			SA Perrin Vermot	Sill	
			Schreiber	Système U	
			Société Coop laitière du Beaufortin		

7.4 ANNEXE GENERALE

Tableau 38 : Base de données complète acteurs et APE de la filière lait

From	To	Type	APE
Acocaul/Nutritionniste	MarieFrance	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	LePoint	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	OuestFrance	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	Atlantico	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	LeFigaro	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	LeTélégrammeBretagne	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	LeProgrès	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	SciencesetAvenir	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	ParisMatch	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	ParticulierSanté	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	LeMaineLibre	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	Aujourd'huiEnFrance	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	LExpress	Médias	Cognitives
Acocaul/Nutritionniste	LaMontagne	Médias	Cognitives

ADupuy/UnivJeanJaurès	OPNALIM	Expert	Cognitives
Alliance 7	Oqali	Membre	Représentation intérêts
Alliance 7	Alliance française pour une huile de palme durable (AFHPD)	Membre	Symbolique
Alliance 7	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts
Alliance 7	ANIA	Bureau/CA	Représentation intérêts
Alsace Lait	Syndifrais	Bureau/CA	Représentation intérêts
Alsace Lait	CoopDeFrance	Bureau/CA	Représentation intérêts
Alsace Lait	Syndilait	Membre	Représentation intérêts
AMartin/UnivLyon	ANSES	Expert	Cognitives
ANIA	CNA	Siège	Représentation intérêts
ANIA	CNC	Siège	Représentation intérêts
ANIA	FFAS	Bureau/CA	Cognitives

ANIA	GEMRCN	Siège	Représentation intérêts
ANIA	ThinkTank Agroalimentaire	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Cognitives
ANIA	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts
ANIA	ANSES	Siège	Représentation intérêts
ANIA	Alliance française pour une huile de palme durable (AFHPD)	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
APériket/UnivToulouse	ANSES	Expert	Cognitives
APériket/UnivToulouse	Interfel	Expert	Cognitives
Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts
AssTransLait(ATLA)	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts
Auchan	InstPasteur	Financement/Partenariat	Cognitives
Auchan	FFAS	Financement/Partenariat	Cognitives
Auchan	ThinkTank Agroalimentaire	Membre	Cognitives
Auchan	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts

Auchan	RestoDuCoeur	Financement/Partenariat	Symboliques
Auchan	Fondation pour l'innovation et la transmission du gout (FITG)	Financement/Partenariat	Cognitives
Auchan	Fondation Auchan	Directeur/Propriétaire	Symboliques
Auchan	FCD	Bureau/CA	Représentation intérêts
Auchan	FedEntreprisCommerceDistrib	Membre	Représentation intérêts
Auchan	FedEpicerieCommProximite	Membre	Représentation intérêts
BelFoundation	InstitutPasteurLille	Partenariat	Cognitives
BelFoundation	FondationPileJe	Partenariat	Symboliques
BelFoundation	LMPetitPas	Partenariat	Symboliques
BelFoundation	Hopital ArmandTrousseau	Partenariat	Symboliques
BelFoundation	LenvolAssoc	Partenariat	Symboliques
BelFoundation	SportDansLaVille	Partenariat	Symboliques
BelFoundation	ProgrammeMalin	Partenariat	Symboliques
BelFoundation	UnisCite	Partenariat	Symboliques
BelFoundation	BDarcy/INRA	Expert	Cognitives

BGuyGrand/HotelDieu	CahiersDietetiqueNutrition	Comitéredaction	Cognitiv es
BHervieu/CGA	AcademAgriculture	Bureau/CA	Cognitiv es
BLaquièrez/EAgroToulouse	AcademAgriculture	Membre	Cognitiv es
Carrefour	FCD	Bureau/CA	Represe ntation interets
Carrefour	SecoursPopFrançais	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Carrefour	AssSidaAction	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Carrefour	Association Rose	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Carrefour	Fondation WWF	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Carrefour	Fondation Recherche Cerveau	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Carrefour	TerresInnov	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Carrefour	Association Rêves de Gosse	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Carrefour	CroixRouge	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Carrefour	Association Fête Le Mur	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Carrefour	FRechercheMedicale	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Carrefour	FFAS	Membre Bureau/CA	Cognitiv es

Carrefour	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts
Carrefour	ThinkTank Agroalimentaire	Membre	Cognitives
Carrefour	BouclesduCoeur	Directeur/Propriétaire	Symboliques
Carrefour	Fondation Carrefour	Directeur/Propriétaire	Symboliques
Carrefour	Wellfarm	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Carrefour	FermeFrance	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Carrefour	Miimosa.fr	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Carrefour	RestoDuCoeur	Financement/Partenariat	Symboliques
Carrefour	FedEntreprisesVenteDistance	Membre	Représentation intérêts
Carrefour	UnionAnnonces	Membre	Représentation intérêts
Carrefour	AssocFrEntreprisesPrivées	Membre	Représentation intérêts
Casino	ThinkTank Agroalimentaire	Membre	Cognitives
Casino	FCD	Bureau/CA	Représentation intérêts

Casino	Ville de Paris	Financement/Partenariat	Symboliques
Casino	Association Les Amis de Mikhy	Financement/Partenariat	Symboliques
Casino	Plan Climat Paris	Financement/Partenariat	Symboliques
Casino	AFDiabetiques	Financement/Partenariat	Symboliques
Casino	Baliments	Financement/Partenariat	Symboliques
Casino	Association La Cloche	Financement/Partenariat	Symboliques
Casino	SecoursPopFrançais	Financement/Partenariat	Symboliques
Casino	AssocLeCarillon	Financement/Partenariat	Symboliques
Casino	FFAS	Financement/Partenariat	Cognitives
Casino	Fondation Casino/Monoprix	Directeur/Propriétaire	Symboliques
Casino	AssociationFrJournalistesAgriAlimEnvRuralite (AFJA)	Membre	Représentation interets
Casino	AN	LobbyPolitique	Représentation interets
Casino	AssocPetitesVillesFrance	Membre	Représentation interets
Casino	FranceUrbaine	Membre	Représentation interets

Casino	AssocCentresVilleEnMouvement	Membre	Repre ntation interets
Casino	ConfPetitesetMoyennesEntreprises	Membre	Repre ntation interets
Casino	AssocCollCabinetDroiteCentre	Membre	Repre ntation interets
Casino	FedEpicerieCommProximite	Membre	Repre ntation interets
Casino	FedEntreprisesVenteDistance	Membre	Repre ntation interets
Casino	MouvEntrepriseFrInter	Membre	Repre ntation interets
Casino	UnionGrandCommerceCentreVille	Membre	Repre ntation interets
Casino	SyndRedacteurPresseAgric	Membre	Repre ntation interets
Casino	AssocFrEntreprisesPrivees	Membre	Repre ntation interets
Casino	AssocMairesRurauxFr	Membre	Repre ntation interets
Casino	CIWF	Financement/Pa rtenariat	Repre ntation interets

Casino	Handichienscom	Financement/Partenariat	Symboliques
Casino	Uniscite	Financement/Partenariat	Symboliques
Casino	LeReseauAsso	Financement/Partenariat	Symboliques
Casino	WWF	Financement/Partenariat	Symboliques
Centre de recherche et d'information nutritionnelles	Ateliers Nutrition InstPasteur Lille	Partenariat	Cognitives
Centre de recherche et d'information nutritionnelles	JourneesFrancophonesNutrition	Partenariat	Cognitives
Centre de recherche et d'information nutritionnelles	Journées Nationales Médecine Générale	Partenariat	Cognitives
Centre de recherche et d'information nutritionnelles	Entretiens Inst Pasteur Lille	Partenariat	Cognitives
Centre de recherche et d'information nutritionnelles	JourneeetudesAFDN	Partenariat	Cognitives
Centre de recherche et d'information nutritionnelles	NDarmon/MoisalINRA	Expert	Cognitives
Centre de recherche et d'information nutritionnelles	JourneeetudesCEDE	Partenariat	Cognitives
Centre de recherche et d'information nutritionnelles	JMLecerf/InstPasteur	Expert	Cognitives

Centre de recherche et d'information nutritionnelles	XBigard/SocFrMedecineSport	Expert	Cognitives
Centre de recherche et d'information nutritionnelles	JPCorbeau/UnivTours	Expert	Cognitives
Centre de recherche et d'information nutritionnelles	VRousseau/INSEP	Expert	Cognitives
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	CollectifPetitDejeunerFrançaise	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	CMALPUECHBRUGÈRE/UnivClermontFerrand	Expert	Cognitives
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Cognitives
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	DRegionAlimenEst	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	EducNation	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Centre national interprofessionnel de	GIS ElevageDemain/INRA	Financement/Partenariat	Cognitives

l'économie Laitière (CNIEL)			
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Fondation pour l'innovation et la transmission du gout (FITG)	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	LesProduitslaitiers.com	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	ONISEP	Partenariat	Représentation intérêts
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Réseau ADT	Partenariat	Représentation intérêts
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	VéloTerritoires	Partenariat	Représentation intérêts
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Revue Laitière Française	Partenariat	Cognitives
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	ComitéNatFrFedIntLait(Fil)	Bureau/CA	Représentation intérêts
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	FFAS	Membre	Cognitives

Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Ecoles nationales industrie laitiere	Partenariat	Repre ntation interets
Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Centre de recherche et d'information nutritionnelles	Directeur/Propié taire/Fondateur	Cognitiv es
CFischler/CNRS	CNA	Expert	Cognitiv es
CFischler/CNRS	LeMonde	Expert	Cognitiv es
CFischler/CNRS	LaCroix	Expert	Cognitiv es
CFischler/CNRS	LeFigaro	Expert	Cognitiv es
CFischler/CNRS	LesEchos	Expert	Cognitiv es
CFischler/CNRS	LExpress	Expert	Cognitiv es
CFischler/CNRS	SciencesetAvenir	Expert	Cognitiv es
CFischler/CNRS	OuestFrance	Expert	Cognitiv es
CFischler/CNRS	LeParisien	Expert	Cognitiv es
CFischler/CNRS	ProcessAlimentaire	Expert	Cognitiv es
CFischler/CNRS	FranceInter	Expert	Cognitiv es
CFischler/CNRS	Franceculture	Expert	Cognitiv es

CFischler/CNRS	PublicSenat	Expert	Cognitives
CFischler/CNRS	LCI	Expert	Cognitives
ChaireAnca/AgroParisTech	DTomé/AgroParisTech	Expert	Cognitives
ChaireAnca/AgroParisTech	NDarcel/AgroParisTech	Expert	Cognitives
CMalenfant/CNRS	SportEtCitoyenneté	Expert	Cognitives
CMALPUECHBRUGÈRE /UnivClerMontFerrand	ANSES	Expert	Cognitives
CMALPUECHBRUGÈRE /UnivClerMontFerrand	CahiersDietetiqueNutrition	Comitéredaction	Cognitives
CollectifPetitDejeunerFrançaise	JPCorbeau/UnivTours	Expert	Cognitives
CollectifPetitDejeunerFrançaise	JGuedj/ConseilEssone	Bureau/CA	Cognitives
CollectifPetitDejeunerFrançaise	GGomez	Expert	Cognitives
CollectifPetitDejeunerFrançaise	THanh/Medecin	Expert	Cognitives
CollectifPetitDejeunerFrançaise	MTRoux/MedecinEducNationale	Expert	Cognitives
Compagnie de fromages et Richesmonts	FedFrançaiseSki	Partenariat	Representation interets
Confédération paysanne	AN	LobbyPolitique	Representation interets
Confédération paysanne	CNA	Membre	Representation interets

Confédération paysanne	CNC	Siège	Représentation intérêts
Confédération paysanne	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA	Représentation intérêts
Confédération paysanne	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Représentation intérêts
CoopDeFranceMétiersdu lait	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Représentation intérêts
CoopDeFranceMétiersdu lait	ANIA	Membre	Représentation intérêts
CoopDeFranceMétiersdu lait	LesProduitslaitiers.com	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
CoopDeFranceMétiersdu lait	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts
CoopDeFranceMétiersdu lait	CNA	Membre	Représentation intérêts
CoopDeFranceMétiersdu lait	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA	Représentation intérêts
CoopDeFranceMétiersdu lait	AgroParisTech	Partenariat	Représentation intérêts
CoordinationRurale	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Représentation intérêts

CoordinationRurale	CNA	Membre	Repre ntation interets
CoordinationRurale	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA	Repre ntation interets
CoordinationRurale	AN	LobbyPoliique	Repre ntation interets
CSerfaty-Lacrosniere	LeParisien	Expert	Cognitiv es
CSerfaty-Lacrosniere	MarieClaire	Expert	Cognitiv es
CSerfaty-Lacrosniere	Psychologies	Expert	Cognitiv es
CSerfaty-Lacrosniere	Medisite	Expert	Cognitiv es
CSerfaty-Lacrosniere	FemmeActuelle	Expert	Cognitiv es
CSerfaty-Lacrosniere	Femina	Expert	Cognitiv es
CSerfaty-Lacrosniere	LeJournaldeMonCorps	Expert	Cognitiv es
CSerfaty-Lacrosniere	AlloDocteurs	Expert	Cognitiv es
CSerfaty-Lacrosniere	QuestionsdeFEmmes	Expert	Cognitiv es
Danone	AN	LobbyPoliique	Repre ntation interets
Danone	FNIL	Bureau/CA	Repre ntation interets

Danone	ANIA	Bureau/CA	Représentation intérêts
Danone	Syndifrais	Bureau/CA	Représentation intérêts
Danone	NutriciaRsearch	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Cognitives
Danone	DanoneNationsCup	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Danone	FondationGoodPlanet	Partenariat	Symbolique
Danone	AgirPourMieuxManger	Partenariat	Représentation intérêts
Danone	GECOfoodservices	Membre	Représentation intérêts
Danone	Miimosa.fr	Partenariat	Représentation intérêts
Danone	Alliance 7	Membre	Représentation intérêts
Danone	RestoDuCoeur	Partenariat	Symbolique
Danone	Agriduvivant	Partenariat	Représentation intérêts
Danone	WWF	Partenariat	Représentation intérêts

Danone	FFAS	Financement/Partenariat	Cognitives
Danone	ITABInstitute	Partenariat	Représentation intérêts
Danone	BeeFriendly	Partenariat	représentation intérêts
Danone	JourneesFrancophonesNutrition	Partenariat	Cognitives
Danone	CollectifLutteDenutrition	Partenariat	Symbolique
Danone	ClubEuropéendesDiététiciensdel'Enfance	Partenariat	Cognitives
Danone	BanqueAliments	Partenariat	Symbolique
Danone	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Représentation intérêts
Danone	Syndifrais	Bureau/CA	Représentation intérêts
Danone	Semainedu Gout	Partenariat	Représentation intérêts
Danone	Jesaisjagis	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Danone	UNICEF	Partenariat	Symbolique
Danone	InstitutDanone	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts

Danone	AssocFrEntreprisesPrivees	Membre	Repre ntation interets
Danone	UnionAnnonceurs	Membre	Repre ntation interets
DCassuto/nutritionniste	Psychologies	Expert	Cognitiv es
DCassuto/nutritionniste	Gros	Expert	Cognitiv es
DCassuto/nutritionniste	Franceculture	Expert	Cognitiv es
DCassuto/nutritionniste	Elle	Expert	Cognitiv es
DCassuto/nutritionniste	LeFigaro	Expert	Cognitiv es
DCassuto/nutritionniste	LaCroix	Expert	Cognitiv es
DCassuto/nutritionniste	NouvelObs	Expert	Cognitiv es
DCassuto/nutritionniste	JournaldesFemmes	Expert	Cognitiv es
DCassuto/nutritionniste	Libération	Expert	Cognitiv es
DCassuto/nutritionniste	FranceInter	Expert	Cognitiv es
DParentMassin/UnivBrest	AcademAgriculture	Bureau/CA	Cognitiv es
DPature/INRA	OPNALIM	Expert	Cognitiv es
E. Leclerc	AN	LobbyPolitique	Repre ntation interets

E. Leclerc	AssSidaAction	Financement/Partenariat	Symboliques
E. Leclerc	Baliments	Financement/Partenariat	Symboliques
E. Leclerc	FondationHLeclercPourLaCulture	Directeur/Propriétaire	Symboliques
E. Leclerc	FedEnseignesCommeAssocie	Membre	Représentation intérêts
E. Leclerc	FondationRechercheAlzheimer	Financement/Partenariat	Symboliques
E. Leclerc	MecenatChirurgieCardique	Financement/Partenariat	Symboliques
E. Leclerc	TourFrance	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
EBirlouez/SociologueIn dep	FranceInter	Expert	Cognitives
EBirlouez/SociologueIn dep	France3	Expert	Cognitives
EBirlouez/SociologueIn dep	Europe1	Expert	Cognitives
EBirlouez/SociologueIn dep	FranceCulture	Expert	Cognitives
EBirlouez/SociologueIn dep	France5	Expert	Cognitives
EBirlouez/SociologueIn dep	France2	Expert	Cognitives
Eurial	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Membre	Représentation intérêts

Eurial	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Représentation intérêts
Eurial	CoopDeFrance	Bureau/CA	Représentation intérêts
Eurial	Syndifrais	Bureau/CA	Représentation intérêts
FCaillavet/INRA	ANSES	Expert	Cognitives
FCaillavet/INRA	OPNALIM	Expert	Cognitives
FCD	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts
FCD	ThinkTank Agroalimentaire	Membre	Cognitives
FCD	CNC	Siege	Symboliques
FCD	ANSES	Bureau/CA	Symboliques
FCD	FFAS	Bureau/CA	Cognitives
FCD	Interbev	Membre	Représentation intérêts
FCD	INAPORC	Membre	Représentation intérêts
FCD	GranPRixESSEC	Financement/Partenariat	Symboliques

FCD	CNA	Siege	Repre ntation interets
FCD	Anses	Siege	Repre ntation interets
Fédération national eleveurs de chèvres	AN	LobbyPoliique	Repre ntation interets
FedNatCoopLait(FNCL)	SynInterFroPatCuite(SIGF)	Bureau/CA	Repre ntation interets
FedNatCoopLait(FNCL)	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA	Repre ntation interets
FedNatCoopLait(FNCL)	AssTransLait(ATLA)	Bureau/CA	Repre ntation interets
FedNatCoopLait(FNCL)	ComitéNatFrFedIntLait(Fil)	Bureau/CA	Repre ntation interets
FFAS	VivonvsEnForme	Financement/Pa rtenariat	Repre ntation interets
FFAS	BDarcy/INRA	Expert	Repre ntation interets
FFAS	JDelaRue/UnivBrest	Expert	Repre ntation interets
FFAS	PDehaumont/DGAL	Expert	Repre ntation interets

FFAS	CFischler/CNRS	Expert	Repre ntation interets
FFAS	PCaron/INRA	Expert	Repre ntation interets
FFAS	FCollard/Unantes	Expert	Repre ntation interets
FFAS	Jlucas (Ordremedecins)	Expert	Repre ntation interets
FFAS	AMartin/UnivLyon	Expert	Repre ntation interets
FFAS	MMambrini/INRA	Expert	Repre ntation interets
FFAS	SMartin/PubAutoritéregPub	Expert	Repre ntation interets
FFAS	VMicard/SupAgro	Expert	Repre ntation interets
FFAS	GTrystam/AgroParisTech	Expert	Repre ntation interets
FFAS	JLSMarco/UnivMarseille	Expert	Repre ntation interets
FFAS	NDarmon/MoisalINRA	Expert	Repre ntation interets

FFAS	SLahlou/LSE	Expert	Repre ntation interets
FFAS	JPCorbeau/UnivTours	Expert	Repre ntation interets
FFAS	CEsnouf/INRA	Expert	Repre ntation interets
FFAS	MAPiquet/UnivCaen	Expert	Repre ntation interets
FFAS	BGuyGrand/HotelDieu	Expert	Repre ntation interets
FFAS	CNA	Membre	Repre ntation interets
FFAS	DGAL	Expert	Repre ntation interets
FFAS	PBourlioux/UnivParis	Expert	Repre ntation interets
FFAS	GCorthier/INRA	Expert	Repre ntation interets
FFAS	DHermier/INRA	Expert	Repre ntation interets
FFAS	Gkanny/UnivNancy	Expert	Repre ntation interets

FFAS	BLaquièze/EAgroToulouse	Expert	Repre ntation interets
FFAS	DParentMassin/UnivBrest	Expert	Repre ntation interets
FFAS	GPascal/INRA	Expert	Repre ntation interets
FFAS	BSchmitt/CHULorient	Expert	Repre ntation interets
FFAS	PVelt/DGCCRF	Expert	Repre ntation interets
FFAS	MJAmiotCarlin/INRA	Expert	Repre ntation interets
FFAS	DCassuto/nutritionniste	Expert	Repre ntation interets
FFAS	JMChardigny/INRA	Expert	Repre ntation interets
FFAS	MFerry/UnivParis13	Expert	Repre ntation interets
FFAS	AGiboreau/PaulBocuse	Expert	Repre ntation interets
FFAS	JLLambert/Sociologueindy	Expert	Repre ntation interets

FFAS	CMalenfant/CNRS	Expert	Repre ntation interets
FFAS	EMasson/UnivBretagneOccidentale	Expert	Repre ntation interets
FFAS	NRigal/UnivParis10	Expert	Repre ntation interets
FFAS	NDarcel/AgroParisTech	Expert	Repre ntation interets
FFAS	PCombris/INRA	Bureau/CA	Repre ntation interets
FFAS	VMasdoua/CNRS	Expert	Repre ntation interets
FFAS	MMerdji/Audencia	Expert	Repre ntation interets
FFAS	NPolitzer/InstDuGout	Membre	Repre ntation interets
FFAS	VValla/DGAL	Membre	Repre ntation interets
FFAS	PClaus/EducNat	Membre	Repre ntation interets
FFAS	DDuret/sociologueindy	Expert	Repre ntation interets

FFAS	CGladine/INRA	Expert	Repre ntation interets
FFAS	FCaillavet/INRA	Expert	Repre ntation interets
FFAS	ADupuy/UnivJeanJaurès	Expert	Repre ntation interets
FFAS	JPCorbeau/UnivTours	Expert	Repre ntation interets
FFAS	MRomon/UnivLille2	Expert	Repre ntation interets
FFAS	JLaplace/INRA	Expert	Repre ntation interets
FFAS	PHébel/CREDOC	Expert	Repre ntation interets
FFAS	VPardo/OCHA	Expert	Repre ntation interets
FNIL	AN	LobbyPoliique	Repre ntation interets
FNIL	ComitéNatFrFedIntLait(Fil)	Bureau/CA	Repre ntation interets
FNIL	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Repre ntation interets

FNIL	ANIA	Bureau/CA	Repre ntation interets
FNIL	SynInterFroPatCuite(SIGF)	Bureau/CA	Repre ntation interets
FNIL	AssTransLait(ATLA)	Bureau/CA	Repre ntation interets
FNIL	LesProduitslaitiers.com	Directeur/Propié taire/Fondateur	Repre ntation interets
FNIL	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA	Repre ntation interets
FNPL	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Repre ntation interets
FNPL	AN	LobbyPolitique	Repre ntation interets
FNPL	SynInterFroPatCuite(SIGF)	Bureau/CA	Repre ntation interets
FNPL	FNSEA	Membre	Repre ntation interets
FNPL	FermeFrance	Directeur/Propié taire/Fondateur	Repre ntation interets
FNPL	LesProduitslaitiers.com	Directeur/Propié taire/Fondateur	Repre ntation interets

FNPL	CNAOL	Bureau/CA	Repre ntation interets
FNPL	ComitéNatFrFedIntLait(Fil)	Bureau/CA	Repre ntation interets
FNPL	InstElevage	Bureau/CA	Repre ntation interets
FNSEA	CNA	Siège	Repre ntation interets
FNSEA	CNC	Siège	Repre ntation interets
FNSEA	ANSES	Siège	Repre ntation interets
Fondation Auchan	LesEnfantsAnimateursSevres	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Fondation Auchan	TeteEnAir	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Fondation Auchan	ParlezCités	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Fondation Auchan	CentreSocialAsphalte	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Fondation Auchan	LogIns	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Fondation Auchan	CharlyCoop	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Fondation Auchan	LFMRadio	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues

Fondation Auchan	Ecole2Chance	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	AdaptEquit	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	CentreSocialBelencourt	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	EnergieJeunes	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	LaFermeMajor	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	Biblionef	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	EcoleMusiqueMozart	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	EntreprendrePourApprendre	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	Solidaresto	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	KafeteMomes	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	CEIDTapaj	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	FondFredericGaillane	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	PasaPart	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Auchan	Apfee	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	Baliments	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocADIE	Financement/Partenariat	Symboliques

Fondation Carrefour	XEmmanueli/SAMU	Expert	Symboliques
Fondation Carrefour	Assoc100pourEntreprendre	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AgenceDonNature	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocAlfaSol	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocARCA	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	Baliments	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	Caritas	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocTZCLD	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocFermesAvenir	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	FondDesPossibles	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocADA	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	RestoDuCoeur	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	CroixRouge	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	FAGE	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	FondCapucine	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	FondCresus	Financement/Partenariat	Symboliques

Fondation Carrefour	Fond2emechance	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	FondExit	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	FondMereuApropae	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	FondMotivation	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocLeCarillon	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocLesPaniersdeLaMer	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocLuluDansMaRue	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocMarseilleSolutions	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	SecoursPopFrançais	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocSOSVillageEnfants	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocTicketForChange	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocUnisCite	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	Fondation WWF	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssReseauCocagne	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Carrefour	AssocANDES	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Casino/Monoprix	OdeonTheatre	Financement/Partenariat	Symboliques

Fondation Casino/Monoprix	VoxPopuli	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Casino/Monoprix	ATC	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Casino/Monoprix	KaleidoScope	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Casino/Monoprix	TheatreBAraque	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Casino/Monoprix	Aatreuil	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Casino/Monoprix	LenvolAssoc	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Casino/Monoprix	Uniscite	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Casino/Monoprix	Baliments	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Casino/Monoprix	LeREfuge	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Casino/Monoprix	Générationavisée	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Casino/Monoprix	FondationRaja	Financement/Partenariat	Symboliques
Fondation Nestlé	VivonvsEnForme	Financement/Partenariat	Représentation interets
Fondation Nestlé	PSerog/Medecinnutri	Expert	Représentation interets
Fondation Nestlé	JPPoulain/UnivToulouse	Expert	Représentation interets

Fondation Nestlé	CFischler/CNRS	Expert	Repre ntation interets
Fondation Nestlé	JPLaplace/INRA	Expert	Repre ntation interets
Fondation Nestlé	PCombris/INRA	Expert	Repre ntation interets
Fondation Nestlé	RLevy/Dauphine	Expert	Repre ntation interets
Fondation Nestlé	POry/UnivParis1	Expert	Repre ntation interets
Fondation Nestlé	EducNat/LesEfantsaTable	Financement/Pa rtenariat	Repre ntation interets
Fondation Nestlé	CroixRouge	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Fondation pour l'innovation et la transmission du gout (FITG)	JEpstein/Psychologue	Membre	Repre ntation interets
Fondation pour l'innovation et la transmission du gout (FITG)	GGarot/CNA	Membre	Repre ntation interets
Fondation pour l'innovation et la transmission du gout (FITG)	JMLecerf/InstPasteur	Membre	Repre ntation interets
Fondation pour l'innovation et la	PHébel/CREDOC	Membre	Repre ntation interets

transmission du gout (FITG)			
FondationLeRoch	SocNatSauveteursMer	Financement/Partenariat	Symboliques
FondationUnilever	ONUFemes	Financement/Partenariat	Symboliques
FondationUnilever	Oxfam	Financement/Partenariat	Symboliques
FondationUnilever	Acumen	Financement/Partenariat	Symboliques
FondationUnilever	FordFoundation	Financement/Partenariat	Symboliques
FondationUnilever	FondsInternationalDeveloppement Agricole	Financement/Partenariat	Représentation interets
FondationUnilever	GIZ	Financement/Partenariat	Représentation interets
FondationUnilever	RainforestAlliance	Financement/Partenariat	Symboliques
FondationUnilever	GlobalAllianceForImprovedNutrition	Financement/Partenariat	Représentation interets
FondationUnilever	SaveTheChildren	Financement/Partenariat	Symboliques
FondationUnilever	PopulationServicesInternational	Financement/Partenariat	Symboliques
FondsDanoneEcosysteme	BienNourriNosbebes	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation interets
FondsDanoneEcosysteme	BienViellir	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation interets

FondsDanoneEcosyste me	Horizon2015	Directeur/Propié taire/Fondateur	Represe ntation interets
FondsDanoneEcosyste me	FACE	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
FondsDanoneEcosyste me	Les2Pieds	Directeur/Propié taire/Fondateur	Represe ntation interets
FondsDanoneEcosyste me	ReseauCocagne	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
FondsDanoneEcosyste me	ReineMAthilde	Directeur/Propié taire/Fondateur	Represe ntation interets
FondsDanoneEcosyste me	CommCommunesEvian	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
FondsDanoneEcosyste me	ADIE	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
FondsDanoneEcosyste me	CNRS	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
FondsDanoneEcosyste me	CIRAD	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
FondsDanoneEcosyste me	ESSEC	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
FondsDanoneEcosyste me	EHESS	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
FondsDanoneEcosyste me	InstElevage	Financement/Pa rtenariat	Represe ntation interets
Fromagerie de l'ermitage	EpinalHAndball	Financement/Pa rtenariat	Represe ntation interets

Fromagerie de l'ermitage	CoopDeFrance	Bureau/CA	Repre ntation interets
Fromagerie de l'ermitage	TraildesTerroirs	Financement/Pa rtenariat	Repre ntation interets
Fromagerie de l'ermitage	FouléeVosgesVittel	Financement/Pa rtenariat	Repre ntation interets
Fromagerie Milleret	FNIL	Bureau/CA	Repre ntation interets
Fromageries Henri Hutin	FNIL	Bureau/CA	Repre ntation interets
GCorthier/INRA	AcademAgriculture	Membre	Repre ntation interets
GCorthier/INRA	AcademAgriculture	Membre	Repre ntation interets
GECOfoodservices	GEMRCN	Siège	Repre ntation interets
GECOfoodservices	AN	LobbyPoliique	Repre ntation interets
GGomez	CuisiniersDeLaRepublique	Bureau/CA	Repre ntation interets
Gkanny/UnivNancy	ANSES	Expert	Repre ntation interets

GPascal/INRA	AcadémieTechnologies	Membre	Repre ntation interets
GPascal/INRA	AcademAgriculture	Membre	Repre ntation interets
Groupe Bel	UN	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Groupe Bel	FFAS	Bureau/CA	Repre ntation interets
Groupe Bel	FNIL	Bureau/CA	Repre ntation interets
Groupe Bel	ANIA	Bureau/CA	Repre ntation interets
Groupe Bel	GECOfoodservices	Membre	Repre ntation interets
Groupe Bel	InstitutPasteurLille	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
Groupe Bel	WWF	Financement/Pa rtenariat	Repre ntation interets
Groupe Bel	ESSEC	Financement/Pa rtenariat	Repre ntation interets
Groupe Bel	LeRireMedecin	Financement/Pa rtenariat	Symboliq ues
Groupe Bel	AN	LobbyPoliique	Repre ntation interets

Groupe Bel	Laboratoire artistique Bel	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Groupe Bel	ThinkTank Agroalimentaire	Bureau/CA	Représentation intérêts
Groupe Bel	LaMaisonDeVacheQuiRit	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Groupe Bel	UnionAnnonceurs	Membre	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	athletesdubienetre	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	Evenementssportifs	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	FedFrançaiseCyclisme	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	FNIL	Bureau/CA	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	FedFrançaiseVoile	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	GECOfoodservices	Membre	Représentation intérêts

Groupe Tribalat	Syndifrais	Bureau/CA	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	FedFrançaiseHandball	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	FedFrançaiseCourseàpied	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	FedFrançaiseAthletisme	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	FedFRançaiseFootbal	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA	Représentation intérêts
Groupe Tribalat	InstOlgaTribalat	Directeur/Propriétaire/ Fondateur	Représentation intérêts
GTrystam/AgroParisTech	CNA	Bureau/CA	Représentation intérêts
GTrystam/AgroParisTech	AcademAgriculture	Membre	Représentation intérêts
Ingredia	Wellfarm	Directeur/Propriétaire/ Fondateur	Représentation intérêts
Ingredia	WWF	Financement/Partenariat	Représentation intérêts

Ingredia	FoodMattersLive	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Ingredia	Université Nancy	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Ingredia	RestoDuCoeur	Financement/Partenariat	Symboliques
Ingredia	Lactium	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Ingredia	MDellière	Expert	Représentation intérêts
Institut Danone	EBruckert/HPitieSalpe	Expert	Représentation intérêts
Institut Danone	DConaré/ChaireAlimentation	Expert	Représentation intérêts
Institut Danone	ADupuy/UnivJJeanJaurès	Expert	Représentation intérêts
Institut Danone	OGoulet/Hnecker	Expert	Représentation intérêts
Institut Danone	PHébel/CREDOC	Expert	Représentation intérêts
Institut Danone	LMarlier/CNRS	Expert	Représentation intérêts

InstitutDanone	JLaplace/INRA	Bureau/CA	Repre ntation interets
InstitutDanone	MMerdji/Audencia	Bureau/CA	Repre ntation interets
InstitutDanone	JPCorbeau/UnivTours	Expert	Repre ntation interets
InstitutDanone	NDarmon/MoisalINRA	Expert	Repre ntation interets
InstitutDanone	GReach/Havicenne	Bureau/CA	Repre ntation interets
InstitutDanone	JourneesFrancophonesNutrition	Financement/Par tenariat	Cognitiv es
InstitutDanone	RencontresScientifiquesNutrition	Directeur/Proprié taire/Fondateur	Repre ntation interets
InstitutDanone	InstitutGout	Financement/Par tenariat	Repre ntation interets
InstitutDanone	SNicklaus/INRA	Bureau/CA	Repre ntation interets
InstitutDanone	GGoude/CNRS	Bureau/CA	Repre ntation interets
InstitutDanone	PBourlioux/UnivParis	Expert	Repre ntation interets
InstitutDanone	UnescoChairFood/SupAgroMontpelli er	Financement/Par tenariat	Cognitiv es

Institut Danone	Chaire ANCA/AgroParisTech	Financement/Partenariat	Cognitives
Inst Olga Tribalat	VCoxam/INRA	Expert	Représentation intérêts
Inst Olga Tribalat	Mkrempf/CRNH Nantes	Expert	Représentation intérêts
Inst Olga Tribalat	JMLecerf/Inst Pasteur	Expert	Représentation intérêts
Inst Olga Tribalat	EBirlouez/Sociologue Indep	Expert	Représentation intérêts
Inst Olga Tribalat	CBitaud/Inst technique horiculture	Expert	Représentation intérêts
Inst Olga Tribalat	JMChardigny/INRA	Expert	Représentation intérêts
Inst Olga Tribalat	Institut Gout	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Inst Olga Tribalat	FedADM RCharente	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Inst Olga Tribalat	EcoloCRéche	Financement/Partenariat	Symboliques
Isigny Sainte Mère	SMCaen	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Isigny Sainte Mère	ABouillet	Financement/Partenariat	Représentation intérêts

Isigny Sainte Mère	Assises Normandie	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Isigny Sainte Mère	CoopDeFrance	Bureau/CA	Représentation intérêts
Isigny Sainte Mère	TopChefM6	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Isigny Sainte Mère	ConcoursMeilleurocroissant	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
JDelaRue/UnivBrest	SFN	Bureau/CA	Représentation intérêts
JDelaRue/UnivBrest	ConseimNatEndoDiaMeta	Bureau/CA	Représentation intérêts
JDelaRue/UnivBrest	CahiersDietetiqueNutrition	Comitéredaction	Représentation intérêts
JDelaRue/UnivBrest	HAS	Expert	Représentation intérêts
JDelaRue/UnivBrest	FedFrNutrition	Bureau/CA	Représentation intérêts
JGuedj/ConseilEssone	ConseilDeptEssone	Conséiller	Représentation intérêts
JLBresson/Hnecker	SFN	Bureau/CA	Représentation intérêts

JLBresson/Hnecker	CahiersDietetiqueNutrition	Comitéredaction	Represe ntation interets
JLBresson/Hnecker	ANSES	Expert	Represe ntation interets
JLBresson/Hnecker	CNA	Membre	Represe ntation interets
JLRastoin/SupAgro	OPNALIM	Expert	Represe ntation interets
JLRastoin/SupAgro	AcademAgriculture	Membre	Represe ntation interets
JMChardigny/INRA	SFN	Bureau/CA	Represe ntation interets
JMChardigny/INRA	ANSES	Expert	Represe ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	SFN	Bureau/CA	Represe ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	ANSES	Expert	Represe ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	LaCroix	Expert	Represe ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	Figaro	Expert	Represe ntation interets

JMLecerf/InstPasteur	LeTélégrammeBretagne	Expert	Repre ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	LesEchos	Expert	Repre ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	Libération	Expert	Repre ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	ParisMatch	Expert	Repre ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	20Minutes	Expert	Repre ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	LSA	Expert	Repre ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	LaVoixDuNord	Expert	Repre ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	FranceInter	Expert	Repre ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	RFI	Expert	Repre ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	BFMTv	Expert	Repre ntation interets
JMLecerf/InstPasteur	France3	Expert	Repre ntation interets

JMLecerf/InstPasteur	LeParisien	Expert	Repre ntation interets
JPCorbeau/UnivTours	OPNALIM	Expert	Repre ntation interets
JPCorbeau/UnivTours	CNA	Expert	Repre ntation interets
JPLaplace/INRA	AcadémieMedecine	Membre	Repre ntation interets
JPPoulain/UnivToulous e	OPNALIM	Expert	Repre ntation interets
JPPoulain/UnivToulous e	LeQuotidienDuMedecin	Expert	Repre ntation interets
JPPoulain/UnivToulous e	LeFigaro	Expert	Repre ntation interets
JPPoulain/UnivToulous e	SciencesHumaines	Expert	Repre ntation interets
JPPoulain/UnivToulous e	FranceInter	Expert	Repre ntation interets
JPPoulain/UnivToulous e	FranceCulture	Expert	Repre ntation interets
Laboratoire artistique Bel	104Paris	Financement/Par tenariat	Symboliq ues
Laboratoire artistique Bel	CNEAI	Financement/Par tenariat	Symboliq ues

Laboratoire artistique Bel	MaisonLouisCarre	Financement/Partenariat	Symboliques
Laboratoire artistique Bel	MusseBeauxArtsDole	Financement/Partenariat	Symboliques
Lactalis	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts
Lactalis	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Représentation intérêts
Lactalis	FNIL	Bureau/CA	Représentation intérêts
Lactalis	Alliance 7	Membre	Représentation intérêts
Lactalis	JourneesNutritionClinique	Financement/Partenariat	Cognitives
Lactalis	Le Secteur Français des aliments de l'enfance	Membre	Représentation intérêts
Lactalis	GECOfoodservices	Membre	Représentation intérêts
Lactalis	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA	Représentation intérêts
Lactalis	InstitutPasteurLille	Financement/Partenariat	Cognitives
Lactalis	InstProLaitConso(IPLC)	Membre	Représentation intérêts

Lactalis	Syndifrais	Bureau/CA	Représentation intérêts
Lactalis	Lactopolis	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Lactalis	StopHunger	Financement/Partenariat	Symboliques
Lactalis	AgroParisTech	Financement/Partenariat	Cognitives
Lactalis	SyndProDefenseProd et Transfor	Membre	Représentation intérêts
Lactalis	InterproSaintNectaire	Membre	Représentation intérêts
Lact'Union	CoopDeFrance	Bureau/CA	Représentation intérêts
Lact'Union	CharteBonnespratiqueslevage	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Laita	PassionduLait	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Laita	CoopDeFrance	Bureau/CA	Représentation intérêts
Laita	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Représentation intérêts
Laita	Syndilait	Bureau/CA	Représentation intérêts

Laita	InstProLaitConso(IPLC)	Membre	Repre ntation interets
Laita	Syndifrais	Bureau/CA	Repre ntation interets
Laiterie de Montaigu	FNIL	Bureau/CA	Repre ntation interets
Laiterie Saint-Père	Syndilait	Membre	Repre ntation interets
Laiterie Saint-Père	Syndifrais	Membre	Repre ntation interets
Laitière St. Denis de l'Hôtel	FNIL	Bureau/CA	Repre ntation interets
Laitière St. Denis de l'Hôtel	InstProLaitConso(IPLC)	Membre	Repre ntation interets
Laitière St. Denis de l'Hôtel	Syndilait	Bureau/CA	Repre ntation interets
Laitière St. Denis de l'Hôtel	ANIA	Bureau/CA	Repre ntation interets
Laitière St. Denis de l'Hôtel	InstProLaitConso(IPLC)	Membre	Repre ntation interets
Laitière St. Denis de l'Hôtel	WWF	Financement/Pa rtenariat	Repre ntation interets

Le Secteur Français des aliments de l'enfance	Oqali	Siège	Représentation intérêts
Le Secteur Français des aliments de l'enfance	Alliance 7	Membre	Représentation intérêts
Les Mousquetaires	CircuitCourt	Directeur/Propriétaire	Représentation intérêts
Les Mousquetaires	FondationLeRoch	Directeur/Propriétaire	Représentation intérêts
Les Mousquetaires	EnsemblePourLeClimat	Financement/Partenariat	Symboliques
Les Mousquetaires	AgroCampusOuest	Financement/Partenariat	Cognitives
Les Mousquetaires	AssoAurore	Financement/Partenariat	Symboliques
Les Mousquetaires	RestoDuCoeur	Financement/Partenariat	Symboliques
Les Mousquetaires	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts
Les Mousquetaires	FedEnseignesCommeAssocie	Membre	Représentation intérêts
Les Mousquetaires	EDHECBusinessSchool	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Les Mousquetaires	1001Fontaines	Financement/Partenariat	Symboliques
Les Mousquetaires	CoupeMondeFootFemmes	Financement/Partenariat	Représentation intérêts

Les Mousquetaires	PourLeClimat	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Lidl	FCD	Bureau/CA	Représentation intérêts
Lidl	RestoDuCoeur	Financement/Partenariat	Symboliques
Lidl	FFHandball	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Lidl	CroixRouge	Financement/Partenariat	Symboliques
Lidl	FeteVoisins	Financement/Partenariat	Symboliques
Lidl	TourFrance	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
LTibère/UnivJeanJaurès	OPNALIM	Expert	Représentation intérêts
Maîtres Laitiers du Cotentin	CoopDeFrance	Bureau/CA	Représentation intérêts
Maîtres Laitiers du Cotentin	InstProLaitConso(IPLC)	Membre	Représentation intérêts
Maîtres Laitiers du Cotentin	Syndifrais	Bureau/CA	Représentation intérêts
Maîtres Laitiers du Cotentin	Syndilait	Bureau/CA	Représentation intérêts

Mâîtres Laitiers du Cotentin	InstProLaitConso(IPLC)	Membre	Repre ntation interets
MFerry/UnivParis13	ANSES	Expert	Repre ntation interets
MJAmiotCarlin/INRA	ANSES	Expert	Repre ntation interets
MRomon/UnivLille2	SFN	Membre	Repre ntation interets
MRomon/UnivLille2	ANSES	Expert	Repre ntation interets
MRomon/UnivLille2	CahiersDitetiqueNutrition	Comitéredaction	Repre ntation interets
NDarmon/MoisalNRA	FAO	Expert	Repre ntation interets
NDarmon/MoisalNRA	CNA	Expert	Repre ntation interets
NDarmon/MoisalNRA	OPNALIM	Expert	Repre ntation interets
NDarmon/MoisalNRA	SPF	Expert	Repre ntation interets
Nestlé	AN	LobbyPoliique	Repre ntation interets

Nestlé	CICBAASymposiumAllergies	Financement/Partenariat	Cognitives
Nestlé	Syndifrais	Bureau/CA	Représentation intérêts
Nestlé	JournéesNutritionClinique	Financement/Partenariat	Cognitives
Nestlé	Association de gestion du fonds pour l'insertion professionnelle des personnes handicapées	Financement/Partenariat	Symboliques
Nestlé	NestleNutriPro	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Nestlé	NestleNutritionInstitute	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Nestlé	NestleHealthScience	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Nestlé	Fondation Nestlé	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Nestlé	JournéesFrancophonesHépatogastroentérologie/Groupefrancophone hépatologie	Financement/Partenariat	Cognitives
Nestlé	Journées Interactives de Réalité Pédiatriques	Financement/Partenariat	Cognitives
Nestlé	Journées Nationales de Néonatalogie /SocFrançaiseNeonatalogie	Financement/Partenariat	Cognitives
Nestlé	JournéesMédecineFoetale/	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts

Nestlé	Le Secteur Français des aliments de l'enfance	Membre	Représentation intérêts
Nestlé	Assises Nationales des Sages-Femmes / Association Professionnelle des Sages-Femmes des Facultés de Médecine de Paris	Financement/Partenariat	Cognitives
Nestlé	JourneeetudesAFDN	Financement/Partenariat	Cognitives
Nestlé	VivonsEnForme	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Nestlé	BanqueAliments	Financement/Partenariat	Symboliques
Nestlé	WorldCocaFoundation	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Nestlé	GroupeFrancophoneHepatoGastroNutritionPediatriques	Financement/Partenariat	Cognitives
Nestlé	Alliance 7	Membre	Représentation intérêts
Nestlé	FFAS	Financement/Partenariat	Cognitives
Nestlé	CahiersDietiqueNutrition	Comitéredaction	Représentation intérêts
Nestlé	Miimosa.fr	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Nestlé	InstitutEconomiePositive	Financement/Partenariat	Représentation intérêts

Nestlé	JourneesFrancophonesNutrition	Financement/Partenariat	Cognitives
Nestlé	WWF	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Nestlé	Alliance4Youth	Financement/Partenariat	Symboliques
Nestlé	Terracycle	Financement/Partenariat	Symboliques
Nestlé	UnionAnnonceurs	Membre	Représentation intérêts
NestleHEalthScience	AssocPromotionAutonomieSante	Financement/Partenariat	Symboliques
NestleHEalthScience	CollectifLutteDenutrition	Financement/Partenariat	Symboliques
NestleHEalthScience	Société Francophone de Nutrition Clinique et Métabolisme (SFNCM)	Financement/Partenariat	Cognitives
NestleHEalthScience	Alliance 7	Membre	Représentation intérêts
NestleHEalthScience	JourneesNutritionClinique	Financement/Partenariat	Cognitives
NestleHEalthScience	GroupeFrancophoneHepatologieGastroNutritionPediatriques	Financement/Partenariat	Cognitives
NestleHEalthScience	JourneesFrancophonesNutrition	Financement/Partenariat	Cognitives
NestleNutriPro	RGruman/Nutritionniste	Expert	Représentation intérêts
NestleNutriPro	APériquet/UnivToulouse	Expert	Représentation intérêts

NestleNutriPro	Acocaul/Nutritionniste	Expert	Repre ntation interets
NestleNutriPro	JMLecerf/InstPasteur	Expert	Repre ntation interets
NestleNutriPro	CSerfaty-Lacrosniere	Expert	Repre ntation interets
NestleNutriPro	SHalimi/UnivGrenoble	Expert	Repre ntation interets
NestleNutriPro	PSerog/Medecinnutri	Expert	Repre ntation interets
NestleNutriPro	PTounian/HopArmandTrousseauPari s	Expert	Repre ntation interets
NestleNutritionInstitute	NNINews	Directeur/Propié taire/Fondateur	Repre ntation interets
NestleNutritionInstitute	NestleNutritionWorkshop	Directeur/Propié taire/Fondateur	Repre ntation interets
NestleNutritionInstitute	TheNEst	Directeur/Propié taire/Fondateur	Repre ntation interets
NestleNutritionInstitute	AnnalesNutritionetmtebolisme	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NestleNutritionInstitute	NestleNutritionWorkshop	Directeur/Propié taire/Fondateur	Repre ntation interets
NutriciaRsearch	FondationRechercheMedicale	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es

NutriciaRsearch	Syndifrais	Membre	Repre ntation interets
NutriciaRsearch	INRA	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	ChaireAnca/AgroParisTech	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	UtrechtUniversity	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	WageningenUniversity	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	UniversityAmsterdam	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	GroningenUniversity	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	TopInstituteFoodNutrition	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	LipiDiDietProject	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	JourneesNutritionClinique	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	GlobalCoalitionAging	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	FoodAllergyandAnaphylaxisMeeting	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	European Society of Medical Oncology	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	EuropeanGeriatricMedicineSociety	Financement/Pa rtenariat	Cognitiv es
NutriciaRsearch	Alliance 7	Membre	Repre ntation interets

NutriciaRsearch	EuropeanConferenceonSensoryand ConsumerResearch	Financement/Partenariat	Cognitives
NutriciaRsearch	Congressonclinicalnutritionandmetabolism	Financement/Partenariat	Cognitives
NutriciaRsearch	EuropeanAcademyofAllergyandClinicalImmunology	Financement/Partenariat	Cognitives
NutriciaRsearch	AnnualCongressofESPGHAN	Financement/Partenariat	Cognitives
NutriciaRsearch	PrebioticsandProbioticsinPediatricconference	Financement/Partenariat	Cognitives
Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	MApfelbaum/INSERM	Expert	Représentation interets
Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	JLaplace/INRA	Expert	Représentation interets
Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	MChristineClement/ecrivaine	Expert	Représentation interets
Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	JPCorbeau/UnivTours	Expert	Représentation interets
Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	ADrewnovski/UniWashington	Expert	Représentation interets
Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	CFischler/CNRS	Expert	Représentation interets
Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	AGrieco/UnivHarvard	Expert	Représentation interets
Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	BHervieu/CGA	Expert	Représentation interets

Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	JMLecerf/InstPasteur	Expert	Représentation intérêts
Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	VPardo/OCHA	Expert	Représentation intérêts
Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	JPPoulain/UnivToulouse	Expert	Représentation intérêts
Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	NVialles/LASColleDeFrance	Expert	Représentation intérêts
Observatoire des habitudes alimentaires (OCHA)	PLegrand/INRA	Expert	Représentation intérêts
OGoulet/Hnecker	HAS	Expert	Représentation intérêts
OLepiller/MOISACIRAD	CahiersDietetiqueNutrition	Comitéredaction	Représentation intérêts
PBourlioux/UnivParis	AcadémiePhramacie	Membre	Représentation intérêts
PCaron/INRA	HLPE/UN	Expert	Représentation intérêts
PCombris/INRA	OPNALIM	Expert	Représentation intérêts
PCombris/INRA	AcademAgriculture	Membre	Représentation intérêts

PHébel/CREDOC	OPNALIM	Expert	Repre ntation interets
PHébel/CREDOC	DGCCRF	Expert	Repre ntation interets
PHébel/CREDOC	AcademAgriculture	Membre	Repre ntation interets
PHébel/CREDOC	LeQuotidienDuMedecin	Expert	Repre ntation interets
PHébel/CREDOC	LesEchos	Expert	Repre ntation interets
PHébel/CREDOC	LeTélégrammeBretagne	Expert	Repre ntation interets
PHébel/CREDOC	SciencesetAvenir	Expert	Repre ntation interets
PHébel/CREDOC	LeSoir	Expert	Repre ntation interets
PHébel/CREDOC	SudOuest	Expert	Repre ntation interets
PHébel/CREDOC	LeFigaro	Expert	Repre ntation interets
PHébel/CREDOC	Lobs	Expert	Repre ntation interets

PHébel/CREDOC	LaCroix	Expert	Repre ntation interets
PHébel/CREDOC	LaMontagne	Expert	Repre ntation interets
PLegrand/INRA	SFN	Bureau/CA	Repre ntation interets
PLegrand/INRA	LeFigaro	Expert	Repre ntation interets
PLegrand/INRA	OuestFrance	Expert	Repre ntation interets
PLegrand/INRA	LeTélégrammeBretagne	Expert	Repre ntation interets
PSerog/Medecinnutri	Europe1	Expert	Repre ntation interets
PSerog/Medecinnutri	RCJ	Expert	Repre ntation interets
PSerog/Medecinnutri	LeFigaro	Expert	Repre ntation interets
PSerog/Medecinnutri	PublicSenat	Expert	Repre ntation interets
PSerog/Medecinnutri	France5	Expert	Repre ntation interets

PSerog/Medecinnutri	France2	Expert	Repre ntation interets
PTounian/HopArmandTr ousseauParis	OuestFrance	Expert	Repre ntation interets
PTounian/HopArmandTr ousseauParis	LeQuotidienDuMedecin	Expert	Repre ntation interets
PTounian/HopArmandTr ousseauParis	LeFigaro	Expert	Repre ntation interets
PTounian/HopArmandTr ousseauParis	HuffPost	Expert	Repre ntation interets
PTounian/HopArmandTr ousseauParis	SciencesetAvenir	Expert	Repre ntation interets
PTounian/HopArmandTr ousseauParis	Atlantico	Expert	Repre ntation interets
PTounian/HopArmandTr ousseauParis	LaCroix	Expert	Repre ntation interets
RDucluzeau/INRA	AcademAgriculture	Membre	Repre ntation interets
RGruman/Nutritionniste	BFMtv	Expert	Repre ntation interets
RGruman/Nutritionniste	France2	Expert	Repre ntation interets

RGruman/Nutritionniste	RTL	Expert	Repre ntation interets
RGruman/Nutritionniste	Europe1	Expert	Repre ntation interets
RGruman/Nutritionniste	FranceDimanche	Expert	Repre ntation interets
RGruman/Nutritionniste	TopSante	Expert	Repre ntation interets
RGruman/Nutritionniste	FemmeActuelle	Expert	Repre ntation interets
RGruman/Nutritionniste	Cosmopolitan	Expert	Repre ntation interets
RGruman/Nutritionniste	LaDepeche	Expert	Repre ntation interets
RGruman/Nutritionniste	LCI	Expert	Repre ntation interets
RGruman/Nutritionniste	LeParisien	Expert	Repre ntation interets
SAS Vaubernier	FNIL	Bureau/CA	Repre ntation interets
Savencia	ANIA	Bureau/CA	Repre ntation interets

Savencia	NutriAcademy	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Savencia	FNIL	Bureau/CA	Représentation intérêts
Savencia	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Représentation intérêts
Savencia	ADIE	Financement/Partenariat	Symboliques
Savencia	PlaNetFrance	Financement/Partenariat	Symboliques
Savencia	PlaneteUrgence	Financement/Partenariat	Symboliques
Savencia	VaincreNorma	Financement/Partenariat	Symboliques
Savencia	AssocSapere	Financement/Partenariat	Symboliques
SHalimi/UnivGrenoble	Société Française Diabète	Bureau/CA	Représentation intérêts
Sill	FNIL	Bureau/CA	Représentation intérêts
Sill	FNIL	Bureau/CA	Représentation intérêts
Sodiaal Union	RestoDuCoeur	Financement/Partenariat	Symboliques
Sodiaal Union	BanqueAliments	Financement/Partenariat	Symboliques

Soditaal Union	FNIL	Bureau/CA	Repre ntation interets
Soditaal Union	GECOfoodservices	Membre	Repre ntation interets
Soditaal Union	FFAS	Financement/Pa rtenariat	C
Soditaal Union	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Repre ntation interets
Soditaal Union	CoopDeFrance	Bureau/CA	Repre ntation interets
Soditaal Union	Le Secteur Français des aliments de l'enfance	Membre	Repre ntation interets
Soditaal Union	Alliance 7	Membre	Repre ntation interets
Soditaal Union	Syndifrais	Bureau/CA	Repre ntation interets
Soditaal Union	Syndilait	Bureau/CA	Repre ntation interets
Soditaal Union	AN	LobbyPolique	Repre ntation interets
Soditaal Union	InstProLaitConso(IPLC)	Membre	Repre ntation interets

Sodiaal Union	EcoleLeNotre	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Syndifrais	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts
Syndifrais	JLBresson/Hnecker	Expert	Représentation intérêts
Syndifrais	RDucluzeau/INRA	Expert	Représentation intérêts
Syndifrais	GCorthier/INRA	Expert	Représentation intérêts
Syndifrais	NutriciaResearch	Expert	Représentation intérêts
Syndifrais	NestleNutritionInstitute	Expert	Représentation intérêts
Syndilait	CollectifPetitDejeunerFrançaise	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Système U	ThinkTank Agroalimentaire	Membre	Représentation intérêts
Système U	FCD	Bureau/CA	Représentation intérêts
Système U	ActionContreLaFaim	Financement/Partenariat	Symboliques

Système U	BleuBlancCoeur	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Système U	AN	LobbyPolitique	Représentation intérêts
Système U	MieuxManger	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Système U	DuoDay	Financement/Partenariat	Symboliques
Système U	FedEnseignesCommeAssocie	Membre	Représentation intérêts
Terra Lacta	MeilleureapprentiFrance	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Terra Lacta	Centre national interprofessionnel de l'économie Laitière (CNIEL)	Bureau/CA	Représentation intérêts
Terra Lacta	Syndilait	Bureau/CA	Représentation intérêts
Terra Lacta	Association Nationale Interprofessionnelle Caprine	Bureau/CA	Représentation intérêts
Terra Lacta	ChCoutanceau	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Terra Lacta	InstProLaitConso(IPLC)	Membre	Représentation intérêts

Terra Lacta	Nmetayer/Restauration	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
THanh/Medecin	Psychologies	Expert	Représentation intérêts
THanh/Medecin	AntiAgeMagazine	Expert	Représentation intérêts
THanh/Medecin	MarieClaire	Expert	Représentation intérêts
THanh/Medecin	Femina	Expert	Représentation intérêts
Triskalia	PlanètePositive	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Triskalia	CoopDeFrance	Bureau/CA	Représentation intérêts
Triskalia	ChaireAgriAgroUnivBrest	Financement/Partenariat	Cognitives
Triskalia	ENSSAT	Financement/Partenariat	Cognitives
Triskalia	FondationUBO	Financement/Partenariat	Cognitives
Triskalia	BleuBlancCoeur	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	MJAmiotCarlin/INRA	Expert	Représentation intérêts

UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	Savallone/IRCSupAgro	Expert	Representation interests
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	BDaviron/CIRAD	Expert	Representation interests
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	CFischler/CNRS	Expert	Representation interests
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	EFouilleux/CIRAD	Expert	Representation interests
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	SFournier/SupAgro	Expert	Representation interests
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	MHoldsworth/UnivSheffield	Expert	Representation interests
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	Mkessari/IAMM	Expert	Representation interests
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	OLepiller/MOISACIRAD	Expert	Representation interests
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	SLouafi/CIRAD	Expert	Representation interests
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	EMalézieux/CIRAD	Expert	Representation interests
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	DPaturel/INRA	Expert	Representation interests

UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	DPlanchot/INRA	Expert	Représentation intérêts
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	JLRastoin/SupAgro	Expert	Représentation intérêts
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	LSireix/SupAgro	Expert	Représentation intérêts
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	CSoulard/INRA	Expert	Représentation intérêts
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	LTemri/SupAgro	Expert	Représentation intérêts
UnescoChairFood/SupAgroMontpellier	LTibère/UnivJeanJaurès	Expert	Représentation intérêts
Unilever(glaces)	Unileverpronutrition	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Unilever(glaces)	ANIA	Bureau/CA	Représentation intérêts
Unilever(glaces)	UNICEF	Financement/Partenariat	Symboliques
Unilever(glaces)	BanqueAliments	Financement/Partenariat	Symboliques
Unilever(glaces)	SecoursPopulaire	Financement/Partenariat	Symboliques
Unilever(glaces)	Emmaus	Financement/Partenariat	Symboliques
Unilever(glaces)	Kurgences	Financement/Partenariat	Symboliques

Unilever(glaces)	PotageonsEnsemble	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Unilever(glaces)	RoundTableOnSustainableOil	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Unilever(glaces)	JourneeetudesAFDN	Financement/Partenariat	Cognitives
Unilever(glaces)	JourneesFrancophonesNutrition	Financement/Partenariat	Cognitives
Unilever(glaces)	FondationUnilever	Directeur/Propriétaire/Fondateur	Représentation intérêts
Unilever(glaces)	WWF	Financement/Partenariat	Représentation intérêts
Unilever(glaces)	AFISE	Financement/Partenariat	Symboliques
Unileverpronutrition	MLagarde/INSALyon	Expert	Représentation intérêts
Unileverpronutrition	CCalzada/CNRS	Expert	Représentation intérêts
XBigard/SocFrMedecine Sport	ANSES	Expert	Représentation intérêts
XBigard/SocFrMedecine Sport	SociétéPhysiologie	Bureau/CA	Représentation intérêts
XBigard/SocFrMedecine Sport	INPES	Bureau/CA	Représentation intérêts

SciencesPo
CHAIRE SANTÉ

28, rue des Saints-Pères
75007 Paris