

Lobbying bruxellois : le cas de l'industrie sucrière

L'ONG Corporate Europe Observatory ([CEO](#)) s'attache à décrire l'action des lobbies sur les institutions européennes. Si l'Union Européenne essaie de limiter la consommation de sucre, c'est pour des raisons de santé publique sur lesquelles il est inutile d'insister. Mais les aliments et boissons riches en sucre sont trop profitables pour que les acteurs économiques du secteur y renoncent.

Comment les industries agro-alimentaires s'y prennent-elles pour éviter ces réglementations ?

Dans un rapport de 34 pages très denses, intitulé '[A spoonful of sugar](#)', (merci [Mary Poppins](#) *), CEO montre comment, au prix de 21,3 millions € par an, douze organisations utilisent cinq stratégies pour anéantir les effets des réglementations européennes, où à défaut, si l'on ose dire, les édulcorer.



* Dans la version française, la cuillère de sucre en poudre est remplacée par un morceau de sucre mais la fonction est la même, aider à faire passer le médicament.

Les stratégies sont les suivantes :

- Pousser à la conclusion d'accords de libre-échange qui permettent de dissuader les Etats de limiter l'usage du sucre. Ainsi, dans le cadre du NAFTA, le Mexique a-t-il dû payer des amendes pour avoir taxé le fructose tiré du maïs : la mesure

visait à privilégier le sucre de canne national. En 2014, une taxe sur tous les soft drinks a été votée. Reste à voir si les entreprises américaines essaieront d'utiliser l'[Investor State Dispute Settlement](#) pour punir le Mexique.

- Attaquer les réglementations nationales ou les contourner via le niveau communautaire : des taxes sur le sucre ont été annulées par l'Union Européenne suite à des plaintes d'industriels, et les nouvelles réglementations européennes sur l'étiquetage des produits alimentaires empêchent de mentionner les sucres ajoutés, ce qui entre autres ne permettra pas la mise en place prévue par la France de cette mention au niveau national.
- Prendre le contrôle des instances de réglementation : en 2010, l'European Food Standards Authority (EFSA) a émis l'opinion qu'il n'y avait pas assez de preuves scientifiques permettant de justifier une limitation des sucres ajoutés. Quatre des cinq études ayant servi à élaborer cette opinion avaient été payées par l'industrie...

(Rien de surprenant pour qui suit les travaux de la journaliste indépendante [Stéphane Horel](#), qui a travaillé sur les [conflits d'intérêts des experts de l'EFSA](#) dans le cas des réglementations sur les perturbateurs endocriniens)

- Promouvoir les activités sportives et les programmes d'éducation physique, pour se donner une image de bonne santé, même si l'exercice physique ne suffit pas à compenser les effets néfastes d'une consommation excessive de sucre.
- Financer la recherche scientifique sur des sujets tels que l'obésité et le diabète. L'accent mis sur les aliments gras et les calories détourne l'attention des impacts du sucre. Ainsi, l'[European Hydration Institute](#), mis en place par Coca Cola, publie-t-il des résultats de recherche compatibles avec la vente de soft drinks.
- Soutenir les schémas d'action volontaire de l'industrie au détriment de la réglementation, tels que la [Roadmap for Action on Food Product Improvement](#) mise en place par la présidence néerlandaise au premier semestre 2016, qui propose des réductions volontaires mises en place en accord avec l'industrie.
- Intervenir agressivement et à grands frais contre les projets de réglementations qui pourraient être efficaces : l'association Food Drink Europe a dépensé environ un milliard € dans une campagne couronnée de succès contre un projet de réglementation sur les informations contenues par les emballages de produits alimentaires. Sans préjudice du travail de persuasion au jour le jour des fonctionnaires et des députés européens.

Ce travail d'influence est accompli par une douzaine d'organisations professionnelles :

- [Caobisco](#), les chocolatiers, (Mars, Nestlé, Ferrero) budget de 1 million€ dont le tiers en actions de lobbying. Membre de CIUS et de FoodDrinkEurope.
- [European Breakfast Cereal Association](#) (CEEREAL), les corn flakes (Kellogg's) et le sucre qui va avec. Entre 200 et 300 000€ en actions de lobbying. Membre de FoodDrinkEurope, mais aussi de l'European Federation of Dietitians.
- [Comité Européen des Fabricants de Sucre](#) (CEFSI), les producteurs. Pas de grande marque, des associations nationales. Hostile aux importations extra-européennes, donc en contradiction avec d'autres associations professionnelles, mais, comme elles, hostile à toute taxation du sucre. Entre 100 et 200 000 € en

actions de lobbying. Membre de FoodDrink Europe. Représente ses membres au [Codex Alimentarius](#) .

- [Committee of the European Sugar Users](#) (CIUSI), les IAA concernées, Coca-Cola, Pepsi, Unilever, Ferrero, Kellogg's. Milite pour l'abolition des quotas d'importation de sucre. Environ. 170 000 € en actions de lobbying.
- [European Snacks Association](#) (ESA) les chips et autres cacahuètes salées. « *Savoury snacks can be part of a balanced diet* ». Entre 25 et 50 000€ en actions de lobbying. Membre de FoodDrinkEurope.
- [European Food Information Council](#) (EUFIC) Pas considéré comme un lobby. Think tank fournissant "*a science-based information on nutrition and health, food safety and quality*". Cofinancé par la Commission et l'industrie : Coca Cola, Ferrero, Mars, Nestlé, Unilever. Participe à la Platform for Action on Diet, Physical Activity and health
- [FoodDrinkEurope](#) (FDE) Organisation regroupant les multinationales du secteur de l'alimentation. « *There is no good/bad foods, only good/bad/diets* » Emploie quatre consultants, Landmark Europe, Weber Shanwick, BRM Europe, Archimede.
Préside ou a présidé les groupes d'experts [Healthy Diet for a Healthy Life](#), [Platform for Action on Diet Physical Activity and Health](#), etc.
- [International Food and Beverage Alliance](#) (IFBA). Pas considéré comme un lobby par l'Union Européenne. On y trouve les mêmes entreprises qu'à FDE et EUFIC. « *Collaborating, educating and innovating to help consumers achieve balanced diets and active healthy lifestyles* » S'est manifesté contre une recommandation de l'OMS de taxer le sucre pour prévenir l'obésité infantile. Envisagerait de gagner de l'influence au sein de l'OMS, [selon le Times of India](#).
- [International Life Sciences Institute Europe](#) (ILSI Europe). Fondé en 1978 par un ancien cadre de Coca Cola, avec l'aide de Pepsi et autres. Soutien une recherche pro-business et pratique le lobbying. Epinglé en 2012 par CEO pour [conflits d'intérêts avec l'EFSA](#) . A cependant huit projets, dont des projets de recherche, en collaboration avec la Commission.
- [Specialised Nutrition Europe](#) (SNE). Les producteurs d'aliments pour bébés, enfants, personnes maladies ou allergiques. Parmi les membres, Nestlé et Danone. Entre 50 et 100 000 en actions de lobbying. A fait campagne auprès des institutions européennes pour autoriser jusqu'à 30% de ressource énergétique provenant du sucre dans les aliments pour bébé à base de céréales.
- [Union of European Soft Drinks Associations](#) (UNESDA). Coca-Cola, Red Bull et les autres. 700 000€ en actions de lobbying. Le cabinet Fleishman-Hillard a realize pour l'UNSEDA le site "[Why food & drink taxes won't work](#) ". Membre de FoodDrink Europe, du think tank [European Policy Center](#) , de la [Platform for Action on Diet Physical Activity and Health](#).
- [World Sugar Research Organisation](#) (WSRO), branche de l'US Sugar Association, financée par 37 entreprsies sucrières à travers le monde. Pas considérée comme un lobby. Spécialisée dans une recherche qui se transforme vite en argumentaire contestant les impacts négatifs du sucre. (*Sugar is not just good flavor : it's good food*). Statut d'observateur au Codex Alimentarius.

Pour conclure, la journaliste indépendante Katharine Ainger, co-auteur du rapport de CEO, estime que *“ de très nombreuses études scientifiques montrent un lien clair entre une consommation excessive de sucre et de graves risques sanitaires. Mais le fait qu’il n’y ait toujours pas de consensus sur les dangers du sucre parmi les régulateurs européens montre à quel point le lobby des industries agro-alimentaires est puissant. Un point de vue étayé par la science est occulté par les milliards d’euros que pèse le lobby sucrier. Dans sa malhonnêteté et son mépris de la santé publique, les industries agro-alimentaires rivalisent avec l’industrie du tabac. »*