

# Colloque

## CONSOMMATION NUMÉRIQUE

Montreuil  
2 octobre  
2024

### lumière sur l'arrière-boutique



Accompagnés de différents experts, nous avons tenté de décrypter un système et de percevoir quelle place est réservée au consommateur. Avec ses multiples outils, le numérique n'est-il qu'un moyen de faire ses achats, de remplir ses formalités administratives ou d'échanger avec d'autres personnes ?

N'y a-t-il pas une volonté omniprésente et surpuissante de placer le consommateur seul et unique responsable de ses actes? Les affirmations répétées que c'est lui qui «fait le marché», que ce dernier «ne fait que répondre à ses attentes» sont-elles si exactes ?

Nous avons essayé de comprendre quelles intentions politiques ont construit l'espace numérique et de regarder ce qui subsiste de « l'espace commun émancipateur » proclamé à l'aube de sa création.

Le consommateur, dans cet espace, est-il encore l'Humain qui se tient devant l'écran, ou est-il devenu un produit comme un autre qu'il faut évaluer, classer, orienter, surveiller, pour que prospère le Dieu Business, sacro-saint objectif de nos gouvernants? Et ceux-là sont-ils ceux que nous avons le plus à redouter ? Notre colloque a exploré tous ces aspects passionnants mais aussi la façon dont INDECOSA-CGT s'organise pour apporter des solutions, pour défendre et

informer ses membres et le grand public. Salué par les participants comme un colloque particulièrement instructif et éclairant, ce colloque propose désormais un prolongement que vous pourrez lire dans ces pages. Chaque intervenant.e a été sollicité.e pour y contribuer et apporter son regard sur le thème. Ainsi nous pouvons continuer d'explorer ce sujet avec vous. Nous remercions sincèrement tous nos contributeurs, et souhaitons poursuivre nos réflexions et actions dans ce domaine. Pour cela, nous aurons besoin de l'implication de l'ensemble de nos membres, qu'ils disposent d'une expertise technique ou tout simplement d'une expertise de vie, le numérique étant désormais omniprésent dans nos vies.

Bonne lecture.

## QUELLE INTENTION POLITIQUE derrière le développement du numérique ?

Cette seconde partie quittait les sentiers battus de la consommation et du numérique pour emprunter ceux moins connus des intentions politiques qui se cachent derrière l'outil. Quelle effrayante démonstration, quelques mois plus tard, quand Elon Musk mettait sa puissance numérique au service de la candidature de Donald Trump, puis s'invitait sans ménagement au coeur même des politiques européennes...

Le numérique n'est qu'un outil certes, mais un outil au service de quoi ?

De quelle idéologie ? De quelle idée de notre société ?

Avec quelles intentions plus ou moins masquées ?

### Intervenants

- **Nicolas Bricas**, agronome et socio-économiste, spécialiste des systèmes alimentaires en aval de la production, c'est-à-dire la distribution, la commercialisation, les comportements alimentaires, à l'international (Afrique, Asie, Amérique Latine) et spécialiste de l'alimentation durable en France, titulaire de la Chaire Unesco « Alimentations du monde » au Cirad, Centre de coopération internationale en recherche agronomique pour le développement.
- **Pascal Debay**, depuis janvier 2024, mandaté au Conseil Économique et Social Européen à Bruxelles pour la CGT et membre de la direction confédérale de la CGT (2009 - 2023), en charge de la lutte contre les idées d'extrême droite durant 10 ans.
- **Quentin Censier**, influenceur, fondateur et animateur de la chaîne Youtube « Sur le champ » (intervention pré enregistrée).

## La numérisation de l'alimentation appelle un débat démocratique

Texte de Nicolas Bricas

On peut appeler « modèle agro-alimentaire » la façon dont on produit la nourriture, dont on la transforme, la commercialise et la distribue et dont on la consomme. Historiquement ce modèle a été profondément transformé à partir de la fin du XIX<sup>ème</sup> siècle, et surtout et de façon accélérée, depuis la seconde guerre mondiale. C'est ce qu'on a appelé la « modernisation » de l'agriculture ou encore l'industrialisation du modèle agro-alimentaire. Cette transformation s'est faite par l'usage généralisé d'énergie non renouvelable (charbon, pétrole, gaz, uranium) pour remplacer le travail humain et animal et transformer l'azote de l'air en engrais, par le recours aux ressources minières – phosphate et potasse – pour fertiliser les sols. Cette révolution technologique a permis l'extension des surfaces cultivées, la spécialisation, la production de masse, et conduit à un accroissement considérable de la productivité de la terre (le rendement) et du travail. La production alimentaire a augmenté plus vite que la population jusqu'à une surproduction mondiale de nourriture depuis les années 80. Ce ne sont donc pas des innovations internes à l'agriculture qui ont été motrices de ces changements, mais des innovations externes : la chimie, la génétique et les biotechnologies, le génie mécanique, l'industrie minière.

Aujourd'hui, le modèle agro-alimentaire est en passe d'être à nouveau transformé par des innovations externes, issues cette fois des progrès du numérique. Les changements sont déjà à l'œuvre dans plusieurs pays du monde, y compris en France, et suscitent à la fois intérêt et méfiance. La numérisation révolutionne les modes de production agricole, les procédés de l'industrie de transformation des aliments, la commercialisation, mais nous nous intéresserons ici plus à ce qu'elle change pour les consommateurs.



En premier lieu, elle change la façon de s’informer. Pour acheter un produit, l’information que l’on obtenait du vendeur, on l’obtient désormais par quelques données sur les emballages. Mais arrive aujourd’hui la possibilité d’en savoir beaucoup plus par le recours aux données disponibles sur internet. Les applications se multiplient pour nous fournir plus de détails, d’indicateurs, de notation sur des produits plus nombreux pour nous aider à mieux choisir, selon nos préférences. Mieux choisir ou mieux nous embarrasser ?

Comme l’a montré Barry Schwartz dans son ouvrage sur « Le paradoxe du choix », plus de choix entraîne plus de questions que de réponses, plus de perplexité et d’incertitudes et plus de frustration : celle de ne pas avoir sans doute pas réussi, finalement, à choisir la solution optimale. L’embarras est d’autant plus grand que se multiplient les controverses et les alertes : sur les risques des OGM, des pesticides, des résidus d’antibiotiques, des aliments ultra-transformés, des emballages plastiques, des PFAS, etc. Comment rester serein quand on pousse chaque individu à devoir faire « le bon choix » face à des injonctions contradictoires et face à de tels risques ? La numérisation accélère ce processus d’individualisation en accroissant le volume d’information et de choix possibles. Mais elle ouvre aussi la porte à la manipulation de cette information car la régulation de sa diffusion s’avère très difficile tant les sources sont nombreuses et tant la vitesse de circulation des données est rapide. Il n’est pas très compliqué de publiciser son produit en faisant poster des avis positifs par des entreprises spécialisées dans la multiplication des « like » ou, à l’inverse, de décrédibiliser ses concurrents par la multiplication d’avis négatifs. Le phénomène des fake news est aussi l’illustration des limites de ce support d’information non régulé qu’est devenu le web.

Mais la façon de s’informer évolue aussi avec la création de groupes associant des individus qui ne se rencontrent pas physiquement. Les réseaux sociaux sont le support d’échanges de bonnes pratiques (les vidéos « retour de course » ou le réseau social « Gestion budgétaire, entraide et minimalisme »), de diffusion de savoir-faire (les « tutos » culinaires) ou de nouveaux modes de consommation (comment manger vegan, sans gluten, etc.). Le numérique à la fois individualise et relie. Mais il relie aussi dans des bulles cognitives, confortant ce qu’on l’on veut lire ou entendre par la multiplication d’avis similaires au sein de communautés qui deviennent hermétiques à d’autres avis.

La mise en base de données d’informations normalisées sur les produits alimentaires entraîne, en second lieu, un changement dans la façon de s’approvisionner. Car ces bases de données sont au cœur des dispositifs de vente en ligne. La plupart de nos aliments sont désormais standardisés. Il n’est plus forcément nécessaire de voir, sentir, toucher le produit pour l’évaluer, surtout pour des achats réguliers d’un panier routinier. On peut plus facilement les choisir sur la base des informations fournies par les bases de données, avec, de plus, la possibilité de retrouver la liste de ses courses précédentes. Avec la commande en ligne, se développe la livraison, dans les « drives », à domicile voire demain, comme en Chine, dans de grandes boîtes à colis en pieds d’immeubles que l’on peut ouvrir avec un code reçu sur son smartphone.



■ ■ ■ Les confinements de la Covid ont accéléré l'apprentissage de cette pratique d'approvisionnement. Elle est souvent complétée par des courses en magasins de proximité, mais elle menace quand même l'avenir de ces magasins. Or ceux-ci ne sont pas de seuls lieux d'approvisionnement. Ce sont aussi des lieux sociaux, des espaces de vie de quartier, des moyens de s'informer. Les hypermarchés de périphérie urbaine ont déjà refaçonné les paysages alimentaires des quartiers. La commande en ligne et la livraison peuvent accentuer cette tendance à ne faire des commerces de proximité que des commerces d'appoint.

Il en est de même avec la restauration puisqu'on voit se multiplier des possibilités de commander en ligne et de se faire livrer des plats de restaurants ou de « dark kitchen ». Chacun de ces ateliers culinaires est spécialisé dans la confection d'un met, n'assure pas de service à table, et livre ses commandes par une armée de coursiers et bientôt de robots autonomes. Dans certains pays comme au Brésil, les réseaux sociaux permettent de publiciser une production domestique dont une partie est mise en marché.

On cuisine pour un peu plus que pour sa famille et on vend via les réseaux sociaux quelques portions pour des clients, voisins qui peuvent venir chercher leur commande pour le dîner. La confiance règne puisque le plat a aussi été préparé pour la famille de la cuisinière. La marchandisation de cette dernière étape restée longtemps domestique qu'est la cuisine, ne profite donc pas qu'aux chaînes internationales de restauration. Elle peut aussi être une opportunité de nouvelles activités marchandes à domicile, avec pour quasi seul investissement, ses propres ustensiles culinaires. Elle peut aussi modifier les rapports de genre dans l'alimentation. Moins de gestion de stocks, moins de courses, moins de cuisine, moins de charge mentale en particulier pour les femmes qui restent encore, malgré quelques progrès, en charge de ces tâches. À condition quand même que les hommes investissent aussi cette nouvelle façon de s'approvisionner. Et davantage de tels plats cuisinés « comme à la maison » plutôt que des plats industriels de longue conservation peut aussi signifier des préparations plus saines à base de produits frais et bruts et donc une meilleure nutrition.

Les recherches d'informations sur internet, les achats en ligne, les fournisseurs sollicités, les déplacements pour faire les courses : autant de données qui renseignent sur les individus, leurs intérêts, leurs préoccupations, leurs pratiques alimentaires. Autant de données très utiles pour personnaliser l'offre alimentaire et le ciblage publicitaire. Toutes les traces associées à son adresse IP ou à sa géolocalisation font l'objet désormais de compilations en base de données commercialisées auprès des entreprises agro-alimentaires pour analyser et mieux cibler leur clientèle. Croisées avec des données médicales et d'activité physique, elles peuvent aussi être utilisées pour conseiller les individus pour une « nutrition personnalisée ». Mais elles peuvent, et le sont déjà dans certains pays, servir à repérer les comportements à risque. En Espagne, des populations en précarité alimentaire sont orientées par des travailleurs sociaux dans des épiceries sociales à tarifs subventionnés.

Les produits y sont étiquetés selon leur qualité nutritionnelle pour aider ces populations, statistiquement plus sujettes au surpoids et à l'obésité ou aux maladies cardiovasculaires, à mieux choisir leurs produits. Et les tickets de caisse, qui révèlent ces choix, sont automatiquement transmis aux travailleurs sociaux qui peuvent, lors d'une rencontre ultérieure, les discuter avec les personnes qui auraient un comportement considéré à risque.

De là à moduler les tarifs d'assurance maladie, d'imposer des cours d'éducation nutritionnelle et donc de contrôler, « pour leur bien », les populations, on n'est pas loin. Il y a près d'un demi-siècle, Michel Foucault a théorisé la gouvernance des conduites sous le terme de « gouvernementalité ». Et Gilles Deleuze a mis en lumière l'émergence des « sociétés de contrôle ». Ces travaux apparaissent aujourd'hui visionnaires tant ils trouvent, avec la numérisation, une forte résonance. Ils posent la question de nos libertés et de leurs régulations, et la question du pouvoir des acteurs qui prennent ainsi plus de contrôle sur les individus. Certains de ces acteurs tirent seulement parti d'opportunités technologiques de ces nouveaux fronts du capitalisme sans pour autant un projet construit de société. Mais quelques autres sont porteurs d'une volonté de nouvelles conquêtes du monde et de franchissement des frontières : géographiques pour capter de nouvelles ressources ou biologiques avec les manipulations du vivant et anthropologiques avec le dépassement des limites du corps humain que propose le transhumanisme. Dans le domaine alimentaire, certains acteurs du numérique investissent dans une alimentation sans élevage, voire sans agriculture, avec l'expérimentation de la production hors sol de nutriments industriels : « viande » in vitro à partir de cellules souches ; protéines d'insectes, de bactéries fermentées ou de levures ; protéines et lipides d'algues obtenues dans des tanks industriels. Même si les coûts énergétiques et la rentabilité de ces innovations sont loin d'être maîtrisés, la puissance financière des acteurs qui investissent dans ces innovations rend possible la mise en œuvre de projets potentiellement disruptifs. C'est, au-delà de l'alimentation, le risque du techno-féodalisme qui signerait même la fin du capitalisme que dénoncent des auteurs comme Cédric Durand ou Yánis Varoufákis.



Ces tendances peuvent-elles être régulées ? On constate à quel point l'Europe s'y essaye avec difficulté dans sa bataille contre les GAFAM. Pourtant les effets de la numérisation sur nos sociétés sont tels qu'ils appellent à un débat démocratique. Et pour s'y engager, quel meilleur domaine que l'alimentation ? Car tous les citoyens, sans exception, achètent de la nourriture, cuisinent et mangent tous les jours. Ils se sentent tous légitimes à débattre de la façon dont ils veulent manger aujourd'hui et permettre demain à leurs enfants de le faire. La façon dont nous produisons, acquérons, préparons, consommons la nourriture définit notre relation au monde. Car l'alimentation est à la fois un moyen de nous relier à nous même (plaisir, santé), aux autres (confiance en ceux qui nous nourrissent, liens créés du partage de nourriture, appartenance culturelle) et à la biosphère (relations aux animaux et paysages).

Face à la prise de conscience des limites du modèle industriel se multiplient des initiatives pour expérimenter de nouvelles façons de produire, acheter et vendre et consommer, plus écologiques, plus justes, plus saines. Certaines de ces initiatives s'inscrivent en opposition avec la numérisation de l'alimentation ; d'autres utilisent déjà ses outils, révélant que la relation à la numérisation n'est pas d'être pour ou contre, mais plutôt de comment et avec quelle capacité de l'approprier. Mais malgré cela, il est sans doute temps de mettre ces évolutions en débat avec les citoyens. Pour cela, il s'agit de multiplier les espaces de démocratie alimentaire, dans les quartiers, dans les cantines, dans les entreprises, pour qu'émerge une parole citoyenne qui ne laisse pas aux seules forces économiques et financières le façonnement de notre alimentation et donc de notre rapport au monde.

