

L'alimentation, un fait culturel



Faire progresser les familles vers la nutrition-santé et la prévention, en favorisant la transmission des bonnes pratiques, anime la fondation Nestlé France depuis sa création.

Entretien avec Richard Girardot*



Fondation Nestlé France

Cette année, la fondation Nestlé France va fêter ses 10 ans, quelle est sa mission depuis sa création ?

Richard Girardot : Créée en 2008, la fondation Nestlé France se consacre à l'étude de l'évolution de la culture alimentaire française, pour mieux la comprendre et la partager. Depuis son origine, elle s'est donné comme mission d'appréhender les comportements alimentaires pour favoriser la transmission de bonnes pratiques, en ce qu'elles induisent d'effets bénéfiques pour notre santé. Cela s'illustre, par exemple, par le « passer à table ensemble », les valeurs de convivialité, de partage et de plaisir de notre modèle alimentaire. Fidèle à l'esprit visionnaire et engagé de son fondateur, Henri Nestlé, pharmacien suisse qui inventa en 1866 les premières farines lactées pour nourrissons, Nestlé s'est toujours fixé comme ligne directrice

l'attention portée à la nutrition, à la santé et au bien-être des individus. Fort de cet héritage, Nestlé France a créé, il y a 10 ans, une fondation d'entreprise ayant pour objet de contribuer à faire progresser les familles vers la nutrition-santé et la prévention. Face à l'enjeu sociétal que constitue aujourd'hui la nutrition-santé, face à la perplexité qu'on peut parfois ressentir quand il s'agit de choisir le contenu de son assiette, Nestlé a eu à cœur d'accentuer son action en contribuant notamment à l'amélioration de l'équilibre alimentaire et nutritionnel des familles. Ainsi, la fondation Nestlé France poursuit l'engagement historique du groupe Nestlé en mettant au service des Français son savoir et son expérience.

** Président de la fondation Nestlé France*

Quelles ont été les principales étapes de son développement au cours de ces 10 dernières années ?

R. G. : Pendant les cinq premières années, la fondation a particulièrement axé ses actions sur la reconnaissance et la valorisation du « passer à table » à la française. En effet, plus de 93 % des Français considèrent que les repas sont avant tout des moments de convivialité indispensables à leur quotidien¹. Puis elle a élargi son champ d'investigation à un nouvel axe militant, lié à la reconnaissance de la culture alimentaire française. Car manger est bien un acte culturel, lié à des traditions pérennes nationales, territoriales, locales. Ces traditions évoluent, poussées par les contraintes socio-économiques, les innovations technologiques, les influences nourries des voyages et des migrations... Reconnaître l'alimentation comme un fait culturel permet aussi de responsabiliser tous les acteurs, de la fourche à la fourchette, à la hauteur de l'enjeu, pour le bien-être de tous.

Comment se compose la gouvernance de la fondation et de quels moyens dispose-t-elle ?

R. G. : En toute indépendance de pensée et d'action vis-à-vis de l'activité commerciale de Nestlé, la fondation s'est donné comme cap d'étudier l'évolution des modes de vie et des comportements alimentaires dans toute leur diversité, explorant leurs dimensions sociales, économiques, biologiques, médicales, historiques, etc. La fondation s'est ainsi entourée d'universitaires de renom, d'experts, d'acteurs de terrain et de collaborateurs pour faire avancer la recherche et la compréhension de ces domaines pluridisciplinaires. Elle finance la recherche scientifique sur ces dimensions, soutient des actions solidaires en favorisant les initiatives locales qui promeuvent les comportements alimentaires bénéfiques auprès des familles. Sa mission est définie par son conseil d'administration, composé de personnalités externes qualifiées et de représentants et salariés de Nestlé. La fondation s'est également dotée d'un comité de sept membres, experts pluridisciplinaires (sociologue, physiologiste, historien, médecin, nutritionniste, psychologue, économiste), chacun spécialisé dans une discipline et un environnement propres, gage d'une réflexion collective enrichie. Elle s'appuie également sur un réseau d'ambassadeurs, collaborateurs de Nestlé en France, afin de faire vivre la fondation au sein de nos propres équipes, de promouvoir les activités développées aussi bien en interne qu'en externe. Les ambassadeurs sont à la fois des porte-parole auprès des collaborateurs et un maillon pour valoriser et expliquer la mission de la fondation à l'extérieur. Le budget alloué au programme d'actions pluriannuel de la fondation sur trois ans est de trois millions d'euros.

¹ - Sondage Toluna réalisé pour la fondation Nestlé, en novembre 2017, auprès de 1 029 personnes représentatives de la population française.

Sous l'égide de son comité d'experts scientifiques, la fondation encourage et participe à la réflexion sur les comportements alimentaires en soutenant activement la recherche scientifique.

Trois pôles au service d'une ambition, comment se complètent-ils ?

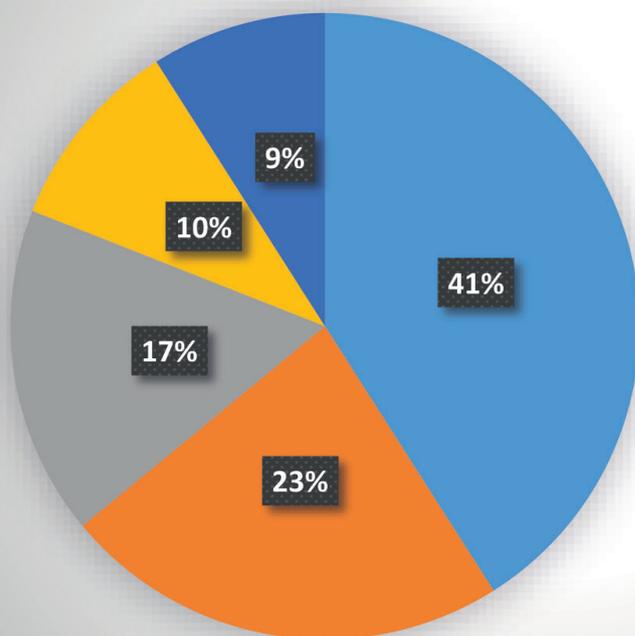
R. G. : L'organisation de la fondation est articulée autour de trois pôles : Comprendre – ou Recherche scientifique –, Agir et Dire. Les travaux qui sont menés ont vocation à faire émerger des connaissances sur les rituels, les lieux, la durée ou encore le contenu des repas. Ils révèlent ainsi des enseignements qui, eux-mêmes, conduisent à des actions en faveur de la santé.

Pôle Comprendre : sous l'égide de son comité d'experts scientifiques, la fondation encourage et participe à la réflexion sur les comportements alimentaires en soutenant activement la recherche scientifique. Plus d'une vingtaine de projets de recherche ont été soutenus et plus d'une trentaine de bourses de recherche ont été accordées depuis sa création, portant sur des thématiques variées, qui couvrent tous les axes définis par la fondation (sociologie, nutrition, histoire, économie, médecine ou psychologie).

Pôle Agir : priorité au bien-être des familles. Il s'agit de les encourager à adopter des habitudes de vie et des comportements alimentaires bons pour leur santé, car c'est par la famille que se transmet la culture alimentaire. L'action est articulée autour de trois objectifs :

- *Transmettre et éduquer :* depuis 10 ans, nous organisons le concours « Les enfants à table » auprès de classes de primaire. Les classes gagnantes bénéficient d'une journée pédagogique ludique dédiée à la nutrition, au goût et à la découverte du patrimoine alimentaire. La fondation est également partenaire du programme « Vivons en forme », dont l'objectif est de lutter contre l'obésité infantile en agissant sur l'ensemble de l'environnement de l'enfant et en mobilisant les familles, notamment les plus défavorisées, pour qu'elles adoptent des comportements bénéfiques.

PROJETS et BOURSES de RECHERCHE



- Pathologies liées à la nutrition (obésité, cancers, diabète..)
- Dimensions socio-culturelles du comportement alimentaire
- Alimentation pour des populations particulières (enfant, autiste..)
- Régime alimentaire pré-historique
- Etude pluri-disciplinaire du comportement alimentaire

• **Sauvegarder** : par son soutien à la Mission française du patrimoine et des cultures alimentaires, qui a fait inscrire par l'Unesco le « repas gastronomique des Français » au patrimoine culturel immatériel de l'humanité et qui a également permis la création de quatre « cités de la gastronomie » : Paris-Rungis, Tours, Dijon et Lyon.

• **Partager** : depuis 2008, la fondation a favorisé le développement, au sein du réseau de la Croix-Rouge française, d'espaces bébé parents, au nombre de 23 sur tout le territoire. Ces dispositifs d'accompagnement à la parentalité sont adaptés aux difficultés spécifiques rencontrées par les familles en situation de vulnérabilité (précarité, isolement social, parcours de migration...).



Il y également 10 ans, la fondation a créé le concours des Nids d'Or, qui récompense des associations ou collectivités valorisant auprès des familles et des enfants la transmission de la culture alimentaire française : passer à table, faire la cuisine, partager les repas, redécouvrir des saveurs oubliées, cultiver le plaisir du manger bien, favoriser les cultures durables, faciliter l'accès à l'alimentation saine... Convaincue que les acteurs locaux occupent un rôle fondamental dans cette transmission, la fondation s'engage à soutenir et encourager des initiatives locales exemplaires et modélisables, avec des actions terrains concrètes, au plus proche des familles. Cette année, les lauréats ont été :

- Parti Poétique, pour Zone Sensible, dernière ferme maraîchère à Saint-Denis transformée en permaculture,
- Groupe SOS pour le Silver Fourchette Tour, un concours culinaire au profit de résidents d'EHPAD,

La fondation Nestlé soutient de nombreuses initiatives pour la bonne alimentation et le bien-être des familles

- Sens et Savoirs, pour son action de prévention du surpoids et de l'obésité dans les crèches
- SYTEC¹, pour sa démarche contre le gaspillage alimentaire dans les cantines scolaires.

Pôle Dire : il permet de prendre la parole sur les sujets relevant des projets de la fondation au travers de débats, colloques, publication d'ouvrages, de bulletins scientifiques, afin de communiquer auprès du grand public et de la communauté scientifique. Ainsi la fondation est-elle devenue un lieu privilégié de rencontres et d'échanges, où se côtoient chefs de toutes générations, universitaires, institutionnels publics, start-uppers... comme l'ont illustré nos dernières assises consacrées au questionnement de notre modèle alimentaire français, entre rémanence et évolution, ou notre colloque scientifique 2018 sur le thème du traitement de l'obésité et de ses conséquences sur la sensibilité gustative des patients opérés, ainsi que l'influence de la pleine conscience sur l'impulsivité alimentaire et l'activité physique chez le patient obèse.

1 - Syndicat des Territoires de l'Est Cantal

Comment la fondation Nestlé France se projette-t-elle dans les années futures ?

R. G. : Actrice majeure de l'alimentation en France, la fondation a la volonté de nous engager chaque jour aux côtés des individus, des familles, des communautés et de la planète pour promouvoir une alimentation plus responsable, qui profite à toutes les générations, actuelles et futures. Cette responsabilité élargie est inscrite dans notre raison d'être au quotidien : améliorer la qualité de vie et contribuer à un avenir plus sain, articulée autour d'une valeur centrale, le respect de soi-même, des autres, de la diversité et de l'avenir. C'est notre raison d'être et la promotion de cette alimentation plus responsable qui vont continuer à animer la fondation dans le futur proche. Cette responsabilité de l'amont à l'aval, sur l'ensemble de la chaîne de valeur, englobe des enjeux environnementaux et sociaux qui touchent de près le contenu de nos assiettes. Et c'est le lien entre alimentation, santé et environnement que la fondation aura à cœur d'étudier, attachée à en promouvoir les aspects bénéfiques pour contribuer à améliorer le bien-être des individus. En cela, elle participe pleinement à la responsabilité sociétale de l'entreprise. ■

NOUVEAUTÉ POUR LES ABONNÉS

Un accès illimité aux articles de la Revue et à une revue de presse « spéciale Marques » en vous connectant sur l'espace abonné de www.prodimarques.com

VENEZ NOMBREUX !

Matière à réflexion

Découvrez sur notre site internet,
une base de données exceptionnelle sur les grandes marques de fabricants



Abonnez-vous en quelques clics sur :

www.prodimarques.com

(Information et paiement en ligne sécurisés)



PRODIMARQUES
l'engagement des marques

