

Soin, Sens et Santé

ISSN : 3073-3707

: THALIM - Université Sorbonne Nouvelle

2 | 2025

Alimentation et santé

Alimentation, poids et normes : quand les archives du web nous parlent des pratiques promotionnelles du lobby du sucre

Food, Weight, and Standards: When Web Archives Tell Us About the Promotional Practices of the Sugar Lobby

15 October 2025.

Christian Bonah, Solène Lellinger Caroline Sala

DOI : 10.58335/revue3s.239

🔗 <https://preo.ube.fr/revue3s/index.php?id=239>

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous [Licence CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

Christian Bonah, Solène Lellinger Caroline Sala, « Alimentation, poids et normes : quand les archives du web nous parlent des pratiques promotionnelles du lobby du sucre », *Soin, Sens et Santé* [], 2 | 2025, 15 October 2025 and connection on 24 June 2026. Copyright : Le texte seul, hors citations, est utilisable sous [Licence CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.. DOI : 10.58335/revue3s.239. URL : <https://preo.ube.fr/revue3s/index.php?id=239>

PREO

Alimentation, poids et normes : quand les archives du web nous parlent des pratiques promotionnelles du lobby du sucre

Food, Weight, and Standards: When Web Archives Tell Us About the Promotional Practices of the Sugar Lobby

Soin, Sens et Santé

15 October 2025.

2 | 2025

Alimentation et santé

Christian Bonah, Solène Lellinger Caroline Sala

DOI : 10.58335/revue3s.239

 <https://preo.ube.fr/revue3s/index.php?id=239>

Le texte seul, hors citations, est utilisable sous [Licence CC BY 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>). Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

Introduction

Alimentation, poids et sucres au 20^e siècle

Un regard à travers un corpus de collecte du web Français, 2021-2022

 Méthodologie de la collecte et description du corpus

 Quel producteur associe le triptyque poids-santé-alimentation ?

Les récurrences d'un acteur : Cultures-sucre

 Associations poids et sucre

 Voir c'est croire : La place centrale des visuels et audiovisuels comme outils de promotion du sucre

Le savoir-faire ancien d'une information-promotion orientée de longue date

 Le Cedus : de la promotion du sucre à l'information nutrition santé par l'industrie

 Changer d'ère et de support communicationnel sans changer de stratégie et de message : de la télévision au web

Conclusion

Introduction

- 1 En préparant le projet de loi de financement de la Sécurité sociale (PLFSS) 2025, les députés ont voté, puis retiré la proposition d'une taxe sur les produits alimentaires transformés à forte teneur de sucre¹. Le ministère de l'Agriculture, en soutien à la filière agro-alimentaire, s'est opposé à ceux de l'Économie et de la Santé, favorables à une taxation au titre de la santé publique. L'Agence nationale de sécurité de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES) a publié en mars 2024 un bilan de l'utilisation des sucres et édulcorants dans les aliments transformés qui établit des évolutions contrastées avec une baisse du nombre des ingrédients sucrants sans que cela se traduise par des aliments globalement moins sucrés². Le ministre du Budget Laurent Saint-Martin commenta la séquence : « La ministre de la Santé a raison de dire qu'il y a aujourd'hui un vrai fléau qui est le sucre, les produits transformés, la malbouffe... sur lesquels on doit pouvoir s'attaquer aussi par la fiscalité »³. En deçà de ces débats de santé publique et d'économie existait et existe une communication large qui fait la promotion du sucre au nom des planteurs de betteraves et des fabricants de sucre. « Vous informer sur le sucre » consiste ici à faire valoir le sucre comme « Ingrédient du quotidien, partenaire des moments de fêtes, reflet d'un formidable patrimoine culinaire... Derrière l'incontournable petit domino blanc se cache un savoir-faire unique ! »⁴.
- 2 Avec le lancement en 2001 du premier Programme national nutrition santé (PNNS) l'État a cherché à devenir « propriétaire » de la question de la nutrition par la production et la diffusion de recommandations nutritionnelles qualifiées de « pragmatiques, atteignables, mesurables »⁵. Les campagnes d'éducation à la santé « La santé vient en mangeant » furent légitimées par les enjeux de santé publique dans lesquels les facteurs nutritionnels sont impliqués, à savoir en particulier les maladies cardiovasculaires, les cancers, l'obésité, l'ostéoporose et le diabète avant tout. Leur pragmatisme s'est traduit par des recommandations simples, par exemple la sixième recommandation concernant les « produits sucrés » dont il fut recommandé d'en limiter la consommation en faisant attention particulièrement aux boissons sucrées et aux aliments gras et sucrés à la fois⁶.

- 3 À la croisée entre socio-histoire du web alimentaire et des savoirs nutritionnels, professionnels et profanes, cette contribution s'interroge sur le rôle des nouveaux espaces publics sur internet (et des réseaux sociaux). Qui sont les acteurs qui produisent des contenus web sur le sujet des savoirs nutritionnels ? Quelles sont leurs thématiques privilégiées pour aborder l'alimentation ? La WebSphere produit-elle des nouvelles configurations des normes du triptyque alimentation, poids et santé ? Et inversement quelle est la place des questions concernant le poids et le surpoids sur le WWW. À partir d'une collecte large et à froid du web français conduite en 2021 et 2022 nous analyserons d'abord la place des cinq grandes catégories d'acteurs dans les données collectées, à savoir les professionnels médicaux et de nutrition ; l'État et l'action publique ; l'industrie agro-alimentaire ; les individus, ONGs et auteur·e·s s'exprimant au nom de leurs cultures et mobilisations alimentaires et finalement la presse professionnelle. En individualisant un acteur saillant de la WebSphere alimentaire, le site *cultures-sucre.com*, nous cherchons ensuite à mieux comprendre le positionnement de cet acteur et les stratégies communicationnelles du premier organisme interprofessionnel de l'agroalimentaire né en France en 1932 et qui prend en 2019 le nom et l'identité de *cultures-sucre.com*⁷. Notre approche sera particulièrement attentive à la stratégie de communication visuelle et audiovisuelle de l'organisme interprofessionnel des planteurs de betteraves et des fabricants de sucre. Enfin, la contribution propose de replacer les formes communicationnelles actuelles et la production redistribuée ou non de normes par la WebSphere dans une perspective de longue durée du lobbying « informationnel »⁸ de l'organisme interprofessionnel qui jadis portait le nom de Centre d'études et de documentation du sucre (CEDUS).

Alimentation, poids et sucres au 20^e siècle

- 4 Les sucres jouent un rôle important dans l'histoire culturelle, médicale et sanitaire de l'alimentation, entre la condamnation religieuse et morale de la gourmandise, la valorisation des apports caloriques du sucre à la sortie des deux guerres mondiales et le rôle du sucré dans la vie sociale pour célébrer l'individu dans un contexte de rareté⁹. À

partir de la seconde partie du 19^e siècle, l'essor de la production industrielle de la betterave sucrière permet une « démocratisation » de l'accès au sucre¹⁰. Le sucre est idéalisé par les nouvelles sciences nutritionnelles en tant qu'aliment nutritif et hygiénique et promu dans les programmes éducatifs réformateurs d'alimentation rationnelle¹¹.

Figure 1. Buvard publicitaire « J'escalade n'importe quoi », Série *Muscles*, Centre d'Études du Sucre (135 mm x 210 mm), vers 1955



Collection de buvards faite dans son enfance par Jean-François Patin (1943-1978). Musée National de l'éducation, 1986.00186.54. Nous remercions Amélie Kratz pour cette image.

- 5 Dans les années 1950, après les périodes de rationnement liées à la Seconde Guerre mondiale, la consommation du sucre augmente rapidement en France en passant de 26 kg/habitant/an en 1953 à 35 kg/habitant/an au début des années 1970¹² pour devenir signe et symptôme de l'abondance alimentaire occidentale grâce aux procédés industriels de sa production, transformation, distribution et promotion. Dans les années 1960, dans le cadre de grandes études épidémiologiques, les médecins et nutritionnistes commencent à mettre en cause une trop importante consommation de sucres, souvent associée à une consommation importante de graisses et l'absence d'activité physique. Dans le cadre de la prévention naissante contre les

maladies chroniques et dites de « civilisation », dont la question du poids et du surpoids prend une importance grandissante depuis les années 1960, des campagnes d'information et d'éducation voient le jour. En parallèle, le développement de traitements médicamenteux du surpoids devient un enjeu pour l'industrie pharmaceutique en ciblant ce qui prend progressivement le nom de facteurs de risques.

6 « L'obésité ne fait plus le poids »¹³ tel est le slogan des Laboratoires Servier pour promouvoir leur traitement anorexigène, le Pondéral® à la fin des années 1960. L'obésité devient un problème de santé publique. Si elle est surtout vue sous l'angle esthétique et social, la réception des premiers résultats de l'étude de Framingham change progressivement la donne¹⁴. À partir de ces travaux d'épidémiologie, une nouvelle manière de percevoir et de concevoir les maladies émerge, celle-ci passe par l'« approche des facteurs de risques »¹⁵. Dans les années qui suivent, l'obésité est perçue comme n'étant plus « une disgrâce et une gêne ; c'est véritablement une maladie, lourde de menaces et qu'il convient de traiter, ou mieux encore, de prévenir »¹⁶. La médicalisation de la prise en charge de l'obésité passe par des traitements médicamenteux, dérivés de l'amphétamine dès les années 1960¹⁷ ou plus récemment des analogues du GLP-1. Ces derniers étant vus par les médias comme une « molécule miracle »¹⁸, mais faisant l'objet d'un suivi rapproché de la part des autorités de santé¹⁹. En parallèle, la prise en charge de l'obésité se fait également par la chirurgie (anneau gastrique, *sleeve*, *by-pass*).

7 La sociologie de l'alimentation et de l'obésité²⁰ a décrit les liens étroits entre les habitudes alimentaires et l'obésité ainsi que l'influence des contextes sociaux (notamment la précarité) sur la prévalence de cette maladie. Le regard sur le poids est fortement lié aux contextes sociaux, aux habitudes alimentaires et plus largement aux (bons) comportements des individus. Ces habitudes et ces comportements font l'objet d'un intérêt marqué dans la presse et à la télévision. Les régimes et autres astuces favorisant la perte de poids sont vantés dans les magazines féminins. Si ce phénomène s'observe depuis les années 1940 en lien avec l'essor du prêt-à-porter ainsi que la référence aux actrices notamment hollywoodiennes qui imposent une vision d'un corps féminin svelte²¹, il se perpétue tout au long du 20^e siècle dans un discours nutritionnel qui se médicalise, critiquant

les excès et notamment la consommation de sucre pour ses effets néfastes sur la santé.

- 8 L'essor de nouveaux médias sociaux et du WWW au début du 21^e siècle inaugure de nouveaux espaces publics et de nouvelles formes de communication. Qui sont les acteurs qui investissent ces nouveaux espaces sur le sujet de l'alimentation ? Quelles sont leurs formes de communication ? Quelle est la place des visuels et des audiovisuels dans cette communication ? Et pour quels messages ?

Un regard à travers un corpus de collecte du web Français, 2021-2022

Méthodologie de la collecte et description du corpus

- 9 Les archives nativement numériques représentent de nouvelles sources pour l'histoire contemporaine. Pour l'historien du web Niels Brügger « les historiens qui, à l'avenir, voudront comprendre notre époque devront probablement comprendre le web »²². La place que prennent en particulier les médias du web et les médias sociaux doit être prise en compte dans les recherches en socio-histoire de l'alimentation et de la santé contemporaine. Compte tenu de la présence croissante de visuels et d'audiovisuels sur le web depuis 2005, stimulée par des outils comme Flickr (2004), Vimeo (2004) ou YouTube (2005), une attention particulière à ces sources semble justifiée.
- 10 Cette enquête s'appuie sur une collecte ciblée du web, à froid et programmée en deux étapes. Nous avons mis en place une collecte des données de sites web d'intérêts, sans que cela soit lié à une situation événementielle spécifique²³. Elle a été réalisée via une collaboration entre le projet de recherche BodyCapital²⁴ financé par l'European Research Council, le service du dépôt légal du web de la Bibliothèque nationale de France (BNF) et la Bibliothèque nationale universitaire de Strasbourg (BNUS)²⁵. La collecte a été réalisée entre le 9 et le 12 mars 2021 à partir de 158 URLs en lien avec l'alimentation et la santé. L'équipe du projet BodyCapital a sélectionné ces URLs en partenariat

avec le service du dépôt légal numérique et le département sciences et techniques de la BNF. Nous avons défini les URLs d'intérêts pour notre thématique à partir des URLs faisant déjà partie de la collecte courante de la BNF dans leur démarche de patrimonialisation du web. Cette liste a été enrichie en fonction de nos besoins thématiques. S'appuyer sur l'expertise de la BNF nous a permis d'être accompagnés pour définir le périmètre de la collecte et nous assurer de son adéquation avec la structure des archives du web existantes et donc d'assurer la pérennité de ces archives et leur réutilisation. Cela nous permet également d'avoir une certaine profondeur historique d'analyse pour les sites ayant été sauvegardés précédemment. Pour chaque URL cible, deux niveaux de profondeurs ont été collectés en plus (Page+2) avec une limite de 50 000 URLs par site web²⁶. Les producteurs propriétaires de ces sites web sont de différente nature. Il y a des sites gouvernementaux, des sites institutionnels, de blogs de particuliers, des sites de médias, des sites d'entreprises, des sites associatifs (majoritairement d'associations professionnelles). Plus d'1 million d'URLs ont été collectées lors de cette première étape (soit 88,17 Go de données). Les fichiers générés lors de la collecte ont été importés dans une application web, SolrWayback²⁷ sur un poste informatique dédié à la BNUS. Cette application permet, via une interface, d'analyser le corpus avec une attention particulière aux images et aux audiovisuels. Grâce à cet outil de consultation, nous avons pu identifier plus de 560 000 images. En revanche, nous avons pu identifier seulement 1 718 vidéos intégrées dans les sites web, ce qui est relativement peu. Beaucoup de sites web recourent dans les années 2020 à un hébergement externe de leurs contenus vidéo sous forme de liens. Dans ce cas, les contenus audiovisuels visibles sur un site ne sont pas collectés et il n'apparaît dans les données collectées que le lien vers le lieu d'hébergement de la vidéo. La deuxième étape de notre collecte a consisté ainsi à collecter, en juin 2022, à partir de ces liens et de manière ciblée sur YouTube des vidéos pour compléter les lacunes audiovisuelles de la première collecte. YouTube héberge les vidéos des producteurs de contenus que nous avons identifiés lors de l'étape 1. Nous avons collecté sur YouTube 34 chaînes identifiées à partir de la collecte 1, soit 24 427 vidéos. Cette collecte a donné lieu à la création d'un parcours guidé hébergé à la BNF²⁸. Il s'agit d'une sélection thématique de ressources nativement numériques archivées qui sont structurées pour en faciliter l'exploration des archives du

web conservées par la BNF. Un parcours présente ainsi une sélection de sites, accompagnée d'une description et d'un lien direct vers les pages archivées depuis un poste de consultation soit à la BNF soit dans une bibliothèque partenaire.

- 11 La collecte recueillie correspond en quelque sorte à une photographie panoramique du web français au sujet de l'alimentation à un instant T, au printemps 2021. L'identification, à partir de mots-clés, du triptyque alimentation – poids – santé au sein de notre corpus montre un nombre d'occurrences significatif pour alimentation (180 570), six fois plus fréquent que les autres termes du triptyque. Les requêtes via l'outil de consultation à partir d'associations de termes présents sur les pages web collectées montrent que l'association poids-ET-santé est presque aussi fréquente que les deux termes seuls et dix fois supérieure aux associations poids-santé-(alimentation). Les domaines et producteurs de contenu web les plus actifs selon les mots-clés relèvent de toutes les catégories d'acteurs : Docteurclic.com (<https://www.docteurclic.com/>) est un site d'accompagnement médical conçu par des médecins urgentistes en 2001 (et depuis 1987 sur minitel) destiné au grand public et labélisé Health on the Net (HON) et Haute Autorité de Santé (HAS) ; Cultures-sucre.com (<https://www.cultures-sucre.com/>) est le site web de l'organisme interprofessionnel des planteurs de betteraves et des fabricants de sucre actif sous ce nom depuis 2019 ; Santelog.com (<https://www.santelog.com/>) est un site web produit par la société AlliedHealth qui s'adresse aux professionnels de santé francophones sous forme d'articles de formation avec validation éditoriale ; Openfoodfacts.org (<https://world.openfoodfacts.org/>), créé en 2012 par deux informaticiens français, représente une ONG collaborative qui constitue une base de données libre et ouverte sur les produits alimentaires commercialisés à échelle mondiale pour mieux connaître la composition des produits alimentaires ; et enfin Sante-et-nutrition.com (<http://sante-et-nutrition.com/>) et Topsante.com (<https://www.topsante.com/>) représentent deux acteurs média, le premier correspondant à une forme de blog proposant des conseils en matière de santé et nutrition « selon un regard holistique et critique » dirigé par une équipe de professionnels de santé (nutritionniste, médecin biologiste, pharmacienne et un coach sportif), alors que Topsante correspond à un magazine traditionnel qui traite l'actualité santé et bien-être avec comme lectorat cible un public féminin et

dont la présence sur le web correspond à une extension sur le web de son activité de presse traditionnelle. Le corpus de la collecte représente ainsi par ses domaines phares avec le plus de résultats un éventail complet des acteurs du web dont nous pouvons synthétiser les résultats de la manière suivante (tableau 1).

Tableau 1. Répartition du nombre de résultats, du nombre d'images et du domaine le plus présent, le type de site web dont il est question ainsi que ses thématiques principales dans une série de requêtes.

Requête	Total de résultats	Nombre d'images*	Domaine avec le plus de résultats	Type de site Web	Thématiques principales
Poids	33 350	1 712	docteur-clic.com (http://www.docteur-clic.com/)	Informationnel (santé)	Santé – alimentation ; nutrition ; maladies
Sur-poids	11 189	669	cultures-sucre.com (http://www.cultures-sucre.com/)	blog (interprofessionnel - associatif)	Sucre – alimentation ; santé ; information ; interprofession du secteur betterave, canne, sucre en France ;
obes*	4 122	1 366	santelog.com (https://www.santelog.com/)	blog (cible : professionnels de la santé)	Santé – nutrition ; régimes alimentaires ; maladies
aliment*	180 570	18 693	openfood-facts.org (http://world.openfoodfacts.org/)	Associatif – collaboratif Alimentation – base de données ; nutrition ; information	
Sante	29 598	9 261	topsante.com (https://www.topsante.com/)	magazine	Santé – alimentation ; régimes alimentaires ; bien manger ; nutrition ; recettes
Poids AND sante	3 653	19	sante-et-nutrition.com (https://www.sante-et-nutrition.com/)	blog	Santé – alimentation ; nutrition ; sport ; recettes

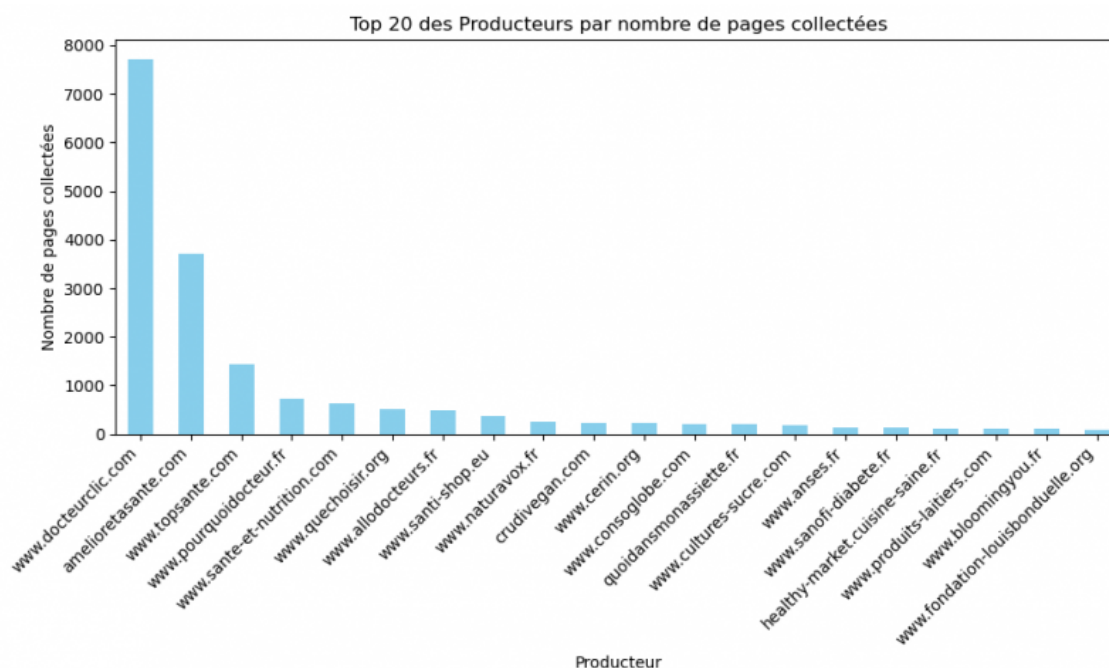
poids AND aliment*	26 685	88	docteurcllic.com (https://www.docteurcllic.com/).	Informationnel (santé)	Santé – alimentation ; nutrition ; maladies
poids AND sante AND aliment*	3 130	0	sante-et-nutrition.com (https://www.sante-et-nutrition.com/).	blog	Santé – alimentation ; nutrition ; sport ; recettes

*par
content_type_norm

Quel producteur associe le triptyque poids-santé-alimentation ?

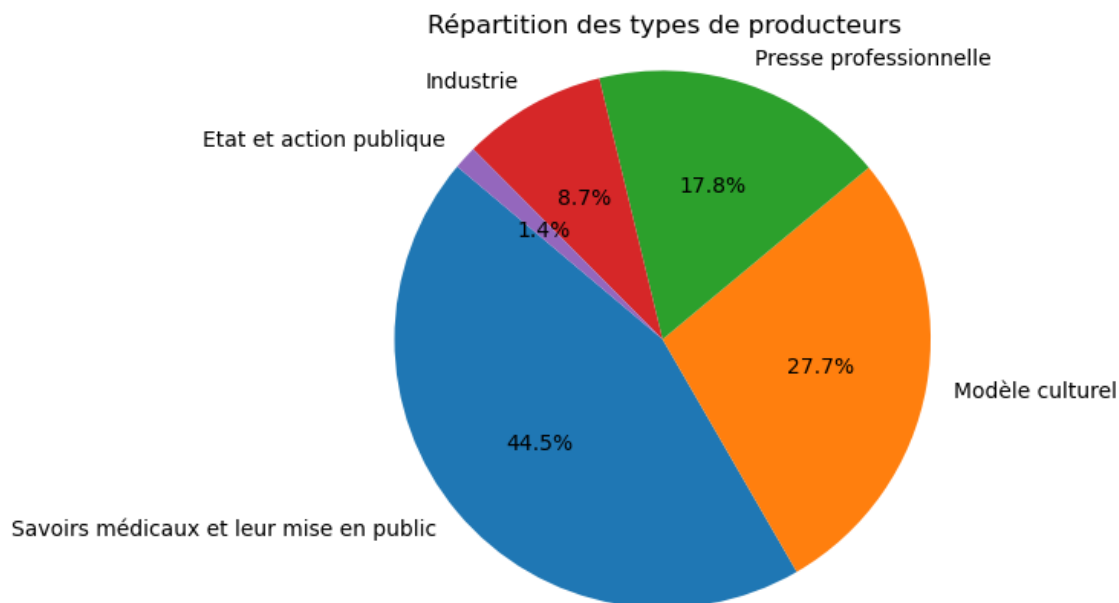
12 Afin de nous orienter davantage dans notre corpus et de préciser notre enquête, à savoir qui parle d'alimentation, de poids et de santé, nous avons cherché à identifier les auteurs et producteurs de contenu web à l'interface de ces trois termes. Nous avons analysé de manière plus détaillée²⁹ la requête ciblée par mots-clés associant les termes de poids, aliment* (permettant d'avoir des résultats pour aliment, alimentation(s), alimentaire(s), etc.) et santé. Une analyse de ce corpus permet d'identifier les producteurs les plus présents dans la requête (Figure 2).

Figure 2 : Nombre de pages collectées pour les 20 principaux producteurs de la requête poids AND aliment* AND sante.



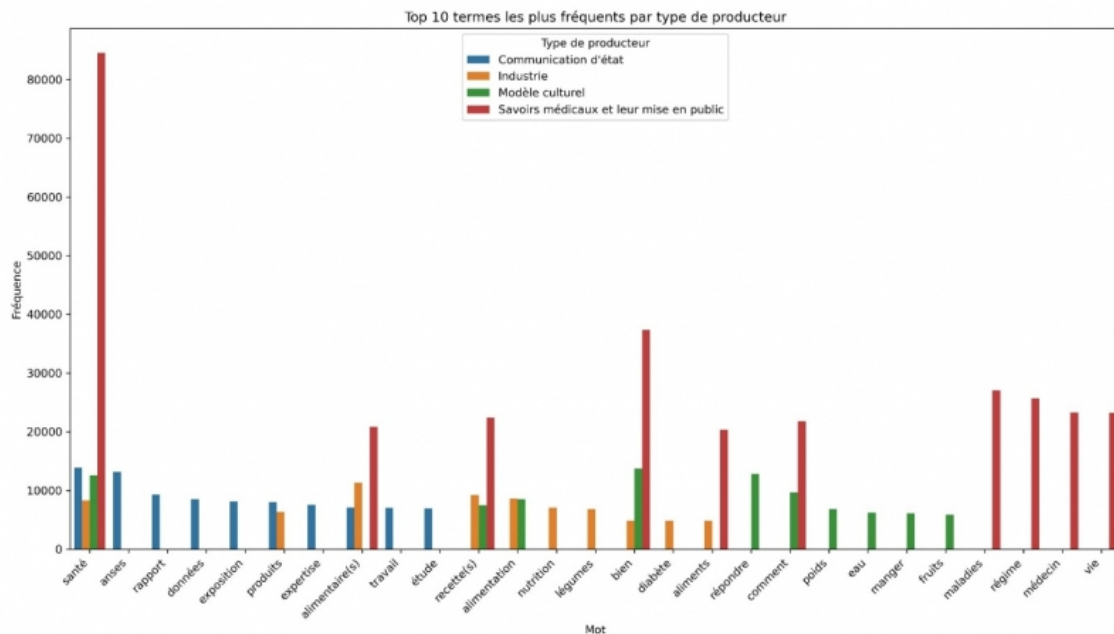
- 13 Il apparaît que les producteurs les plus présents sont les médias spécialisés en santé (ex : [TopSanté](https://www.topsante.com/) (<https://www.topsante.com/>), [AlloDocteur](https://allodocteur.fr/) (<https://allodocteur.fr/>)), des sites d'information de professionnels de la santé et de la nutrition (ex : [docteurclic.com](https://www.docteurclic.com/) (<https://www.docteurclic.com/>), site de partage d'information pour les professionnels de santé), des sites d'information associatifs et militants (ex : [Naturavox](https://www.naturavox.fr/) (<https://www.naturavox.fr/>)) ou des blogs (ex : [crudivegan](https://www.crudivegan.com/)).
- 14 Une typologie socio-professionnelle des auteurs, producteurs de contenus, des sites web de notre collecte permet d'envisager les groupes d'intérêts qui nous parlent d'alimentation, de poids et de santé. Nous avons catégorisé ces producteurs selon les cinq grandes catégories énoncées en introduction (Figure 3). Les professionnels médicaux et de nutrition sont regroupés sous le terme de « Savoirs médicaux et leur mise en public ». Ils correspondent aux voix académiques et n'incluent ni les savoirs diététiques « alternatives » ni les discours diététiques au sens anthropologique du terme.³⁰ La catégorie « État et action publique » regroupe les sites gouvernementaux, les sites en lien avec des campagnes de santé publique et autres communications institutionnelles. Le groupe « industrie » regroupe aussi bien les sites internet de certaines entreprises agroalimentaires que des associations professionnelles, des lobbys ou autres groupements interprofessionnels. Les individus, ONGs et auteur·e·s s'exprimant au nom de leurs cultures et mobilisations alimentaires sont rassemblés sous la bannière « modèle culturel » et incluent les voix prônant une approche diététique « alternative ». Enfin, un dernier groupe rassemble la presse professionnelle (et donc les sites de médias).

Figure 3. Répartition des types de producteurs de contenus web sur les sujets alimentation, poids et santé.



- 15 Avec un total de 19 134 pages étudiées dans cette requête, nous pouvons observer que la majeure partie relève des savoirs médicaux et de leur mise en public (44,5 %), ce qui est peu surprenant compte tenu de la place occupée par Docteurclic dans les résultats. Vient ensuite avec 27,7 % des résultats ce que l'on peut rassembler sous le terme de « modèle culturel » regroupant les discours associatifs, profanes et promouvant certaines pratiques de bien-être ou certains régimes alimentaires (crudivorisme, véganisme par exemple) et la presse professionnelle avec 17,8 % des résultats. Le groupe des industries et groupements professionnels (associations professionnelles, lobby) suit ce groupe de près avec 8,7 % des résultats. En termes quantitatifs, les sites que l'on peut catégoriser comme représentant l'État et l'action publique sont marginaux avec seulement 1,4 % des résultats.
- 16 Parmi les lobbys industriels, nous pouvons souligner la présence des lobbys des produits laitiers et celui du sucre. Ce dernier, présent sous la bannière « Cultures sucre » est par ailleurs, curieusement, le site le plus présent pour la requête « surpoids » (voir tableau 1) et figure en même temps dans les sites avec le plus d'occurrences pour l'association poids-&-aliment* & santé.

Figure 4. Termes et sujet les plus fréquents selon la répartition des types de producteurs.



- 17 Pour cerner davantage les préoccupations des acteurs majeurs selon notre typologie énoncée dès l'introduction l'analyse des termes les plus fréquents par catégorie de producteur montre que le terme le plus fréquent est « santé » comme nous l'évoquions précédemment (figure 4). Nous pouvons constater que les dix termes les plus fréquents dans les contenus textuels des sites du groupe représentant l'État sont des termes liés à l'expertise et qui sont par ailleurs souvent associés ensemble (ex : « anses », « rapport », « exposition », « expertise »). Les termes les plus présents dans les contenus textuels des industriels renvoient aux produits (sains) et à leurs usages. Nous pouvons par exemple relever en dehors des termes revoyant aux déclinaisons d'aliment (alimentaire(s), alimentation) que l'on retrouve des termes ayant une connotation plutôt positive « bien », « nutrition », « légumes » ainsi que le terme « produit » renvoyant à une dimension commerciale. Enfin, la question de la santé apparaît également avec le terme « diabète ». Le groupe de producteurs rassemblé sous la bannière « modèle culturel » fait plutôt appel au registre des astuces « comment », « recettes » pour une alimentation saine illustré par les termes « fruits », « eau », « bien » par exemple. Enfin, le groupe rassemblant les « savoirs médicaux et leur mise en public » mobilise

les pratiques de contrôle alimentaire (ex : « régime ») et conseils (« recette ») mais encadré par des professionnels de santé (« médecin »).

Les récurrences d'un acteur : Cultures-sucre

Associations poids et sucre

- 18 Une étude plus approfondie des URLs nous apprend que les contenus associés aux mots-clés de la requête poids & alimen* & sante sont principalement issus du dossier dédié aux professionnels de santé (à 65,6 %). Vient ensuite en deuxième position avec 8,8 % le domaine des industriels et en particulier le contenu des sites de l'organisme interprofessionnel des planteurs de betteraves et des fabricants de sucre.
- 19 Le positionnement original, paradoxal et visible de cet organisme interprofessionnel des planteurs de betteraves et des fabricants de sucre dans plusieurs résultats de requête au sein de notre collecte justifie que l'on s'y intéresse de plus près (tableau 2).

Tableau 2. Présence de Cultures-sucre.com (<https://www.cultures-sucre.com/>) dans les requêtes

Requête	Nombre de résultats pour Cultures-sucre.com	Total de résultats	Place de Cultures-sucre.com parmi le top 15 des producteurs
Poids	1 008	33350	6
Surpoids	3 023	11189	1
Poids AND sante	435	3 653	3
Sante	2 251	29598	4
obes*	276	4 122	6
aliment*	5 640	180 570	7
poids AND ali-ment*	469	26685	11
poids AND sante AND aliment*	381	3 130	3

- 20 En effet, nous pouvons constater que parmi nos requêtes, Cultures-sucre est toujours présent dans le top 15 des producteurs les plus fréquents et même à plusieurs reprises dans le top 3 pour les requêtes « surpoids », « poids AND sante », « poids AND sante AND aliment* ». Nous pouvons analyser la dernière ligne de ce tableau en regard de la figure 3. Bien que les industriels ne représentent que 8,7 % des producteurs de contenu de web, Cultures-sucre est néanmoins le troisième site le plus présent. Autrement dit, l'impact de la communication sur le web de l'organisme interprofessionnel des planteurs de betteraves et des fabricants de sucre est d'autant plus fort que la part des producteurs industriels de contenus reste seulement à 8.7 %. Ceci indique que l'activité éditoriale de Cultures-sucre est fortement organisée, dense et régulière au point de devenir très présent sur le web indépendamment des techniques de référencement. Elle témoigne de la grande expertise stratégique du groupe et de leur site.
- 21 Une analyse textuelle dans le contenu des pages de ce seul producteur de contenu web à partir de la requête « poids, aliment* et santé » (figure 5) et après avoir nettoyé la collecte (retrait par exemple des termes de navigation internet, des articles et mots de liaison, etc.) permet d'observer sans surprise une place centrale des termes associés au(x) sucre(s) (nous avons regroupé ici « sucre », « sucres », « sucré », mais aussi « glucose », « glucides »).

- 24 Les termes les plus fréquemment associés au poids sont ses variations (« prise », « perte », « effet(s) », « gain », « changements »), termes qui apparaissent plus d'une centaine de fois. Cela apparaît comme une préoccupation sociale majeure autour du contrôle du poids. Cela peut aussi refléter une responsabilisation accrue des individus, les incitant à modifier leurs habitudes alimentaires pour atteindre ou maintenir un poids idéal.
- 25 Les termes associés à la nutrition viennent ensuite (« nutrition » avec près de 80 occurrences, « aliments », « alimentaire »). Puis une troisième catégorie concerne des termes d'ordre médical (« sanguins », « lipides », « risque »). Le poids est abordé sous un angle médical moins fréquemment que sous des angles comportementaux ou nutritionnels. Cette observation semble indiquer que l'aspect médical est souvent traité en complément des préoccupations plus quotidiennes et en lien avec les pratiques individuelles. L'association avec le surpoids est peu présente. Cela peut s'expliquer par le fait qu'une priorité est donnée à des concepts comme la gestion du poids ou la prévention, plutôt qu'à la condition elle-même. Cette invisibilisation du terme « surpoids » s'effectue dans un contexte où les discours s'orientent davantage vers des normes idéalisées, comme la perte de poids sur un site cherchant à défendre un ingrédient – le sucre – souvent assimilé à la prise de poids et au surpoids.

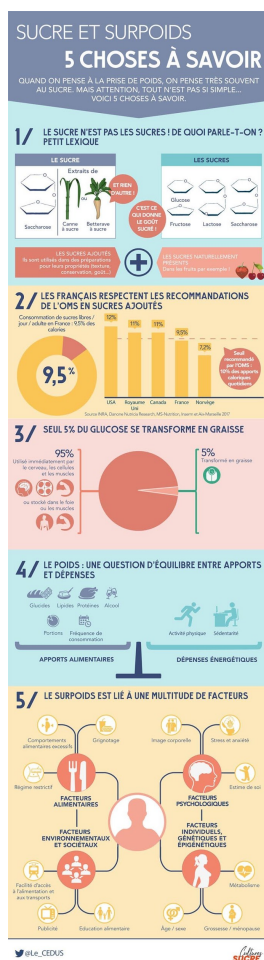
Voir c'est croire : La place centrale des visuels et audiovisuels comme outils de promotion du sucre

- 26 Outre la centralité et la fréquence des messages du site Cultures-sucre.com sur le web alimentaire français, la communication visuelle et audiovisuelle importe beaucoup aux professionnels de la filière agro-alimentaire du sucre. Parmi les 464 images collectées sur le site Cultures-sucre.com qui sont de différentes natures, la majeure partie correspond à des photographies mises en scène du sucre ou de représentation du sucre et des individus. Les représentations du carré de sucre sont très présentes, de même que les autres états du sucre (cristal, caramel, etc.). Les sucres transformés sont également très utilisés dans l'illustration des pages web. Ils sont représentés dans des illustrations de recettes, des représentations de friandises ou de

scènes de la vie quotidienne (au foyer, au supermarché). Dans ces mises en scène, il n'y a pas de diversité ethnique. Nous voyons essentiellement des femmes (jeunes et minces) et des enfants. Ils sont majoritairement dans une situation de tentation, dans une situation suggérant la gourmandise. Les rares représentations masculines présentent, par exemple, un homme dans un supermarché, qui semble lire les informations nutritionnelles à l'arrière d'un emballage alimentaire. Une autre photographie sur laquelle on peut voir un homme illustre l'article de 2017 intitulé : « Sucre et surpoids : 5 choses à savoir »³¹. Dans cette situation, un homme au premier plan et une femme au second plan sont dans une forêt et pratiquent une activité physique. La femme semble avoir une corpulence plus importante que l'homme au premier plan.

27 Ces photographies sont complétées par des infographies. Elles portent principalement sur les différents moyens de production du sucre ainsi que sur le lien sucre et santé. À ce titre, la question du poids et du surpoids est évoquée (figure 7).

Figure 7. Infographie « Sucre et surpoids : 5 choses à savoir » CEDUS, 2017.



28 Formules chimiques du glucose, saccharose, fructose ; référence à l'OMS ; taux de transformation du glucose en graisses (5 %) ; la conclusion est claire : « le surpoids est lié à une multitude de facteurs » psychologiques, génétiques, environnementaux, sociétaux et alimentaires. L'argument est simple : le sucre est un produit naturel, nous n'en consommons pas trop, sa transformation en graisses est marginale et surtout le surpoids dépend d'une multitude de facteurs dont le sucre ne représente qu'une infime partie (et encore celle-ci dépend de nos comportements). Cette infographie répond à une modalité de production de doutes ou d'ignorance – aussi appelé agnotologie – d'après le cadrage proposé par Robert Proctor et Londa Schiebinger³². Ce concept désigne les mécanismes par lesquels l'ignorance est intentionnellement créée, maintenue ou diffusée au sein de la société. Les études et la documentation du CEDUS/Cultures-sucre rassemblées au sein de cette infographie peuvent aisément circuler no-

tamment sur les réseaux sociaux, en particulier Twitter, comme l'indiquent la présence du logo de l'application et le compte de l'association interprofessionnelle en bas à gauche. L'accroche indique « quand on pense à la prise de poids, on pense très souvent au sucre. Mais attention, tout n'est pas si simple... ». Les « 5 choses à savoir » sont ensuite énoncées. Elle met en avant des éléments comme l'équilibre nutritionnel et la diversité des facteurs influençant le poids dans une approche se voulant pédagogique. Ce visuel accompagne un discours nuancé, soulignant que la prise de poids ne se réduit pas simplement à la consommation de sucre, mais à un ensemble d'interactions complexes. La première énonce une différence chimique entre « le sucre » (le saccharose issu de l'agriculture) et « les sucres » (où l'on retrouve également le glucose, le fructose, le lactose). Cela introduit l'idée que les différents sucres n'ont pas les mêmes propriétés ni les mêmes conséquences. Le deuxième élément présenté est une comparaison de la consommation de sucre des Français avec celles d'autres pays où la France, contrairement aux USA, au Royaume-Uni et au Canada est en dessous du seuil fixé par l'Organisation mondiale de la Santé (« 10 % des apports caloriques quotidiens »). Ceci laisse entendre au lecteur que sa consommation n'est pas déraisonnable. Le troisième point qui est non seulement au centre, mais dans les tons rouges est que « seul 5 % du glucose se transforme en graisse » et que les 95 % restant sont utilisés par l'organisme pour fonctionner. Cela permet de dissocier le sucre de la problématique de la prise de poids et donc du surpoids. Le quatrième élément pointe du doigt les habitudes de vie du lecteur et le responsabilise dans sa prise de poids, mettant en balance les apports alimentaires et les dépenses énergétiques. La responsabilisation individuelle face à l'industrialisation de l'alimentation s'accélère à partir des années 1980-90 avec le phénomène de « nutritionnalisation » de l'alimentation, produisant une « symétrisation de la critique » jusqu'alors plutôt portée vers les industriels. Enfin, le dernier point renforce l'idée que le surpoids est « lié à une multitude de facteurs » duquel le sucre en lui-même est effacé. C'est la section prenant le plus de place sur l'infographie. L'individu se trouve au carrefour d'un ensemble de facteurs « alimentaires », « environnementaux et sociaux », « psychologiques » et « individuels, génétiques et épigénétiques ». Les produits alimentaires en eux-mêmes sont remplacés par des comportements inappropriés, y

compris dans la branche de facteurs alimentaires (« régime restrictif », « grignotage », « comportements alimentaires excessifs »).

- 29 Notre collecte répertorie en 2022 la présence de 152 productions audiovisuelles liées au site [Cultures-sucre.com](https://www.cultures-sucre.com/) (<https://www.cultures-sucre.com/>) et hébergées pour la plupart sur la chaîne Youtube [LeSucreEnVideo](https://www.youtube.com/@LeSucreEnVideo) (<https://www.youtube.com/@LeSucreEnVideo>). Créée le 3 septembre 2012, la chaîne contient 172 vidéos, compte en octobre 2024 environ 9 000 abonnés et capitalise plus de 2,2 millions de vues. Cette présence audiovisuelle importante sur le web francophone associe des recettes culinaires comportant du sucre (*La tarte au sucre*, *Le flan-pâtissier*, *Les cannelés* [tous 2024], etc.), des reportages du *Championnat de France du Dessert*, des documentaires sur la production du sucre (*De la betterave au sucre*, *le procédé sucrier* [2020], *Zoom sur le sucre : d'où vient-il ?* [2020], etc.) et des informations causeries du type *Et si on parlait du sucre ?* (2018) dont le générique affirme : « Parce que nous sommes convaincus qu'il ne faut pas tomber dans les excès, dans l'alimentation comme dans les discours, nous encourageons une consommation raisonnée et vous proposons ces 3 minutes pour parler du sucre... de façon un peu dépassionnée. »³³.
- 30 Les vidéos les plus plébiscitées concernent des documentaires qui traitent la transformation du sucre dans l'organisme humain (tableau 3).

Tableau 3. Vidéos les plus vues de la chaîne YouTube *LeSucreEnVideo* liée au site Cultures-sucre (au 16 octobre 2024).

Titre	Date	Durée	Vues
L'Odyssée du sucre 1 : Le voyage du sucre dans le corps humain	04/09/2012	5'46	533 631
Le parcours des glucides dans l'organisme	29/08/2016	3'06	339 386
Au cœur d'une sucrerie	10/02/2015	6'23	130 545
Recette de glace à la crème fraîche	04/09/2012	3'46	53 869
Fast'Huitre (1997)	15/05/2014	0'32	50 174
Le sucre blanc est-il raffiné ?	08/01/2014	2'04	40 219

- 31 Ce tableau regroupe les vidéos de plus de 40 000 vues. Concentrons-nous sur les messages véhiculés par les deux vidéos capitalisant les

plus de vues dont nous pouvons souligner au passage le fait que les commentaires ne sont pas activés. Dans *Odyssée du sucre 1 : Le voyage du sucre dans le corps humain*³⁴ (mise en ligne en 2012, mais datée de 2008 dans le générique) nous voyons tout d'abord un générique avec des bonbons et des carrés de sucre qui tournent sur eux-mêmes sur un arrière-plan coloré et acidulé. La vidéo est ensuite animée par une femme en blouse blanche sur la poche de laquelle on peut lire « Diététicienne » apportant une caution scientifique féminine au message véhiculé. Elle n'est pas présentée ni introduite par un bandeau. Plusieurs termes sont ensuite imprimés pour mentionner le lien entre « plaisir lié au goût », « convivialité », « partage », « équilibre alimentaire », « bien-être ». L'introduction précise que nous pourrions découvrir ce qu'il arrive aux aliments avant d'expliquer que nous allons suivre un morceau de sucre « produit de la nature ». L'enchaînement des informations permet d'introduire l'idée que le carré de sucre est un aliment. Aliment qui est naturel. Nous entrons ensuite par un GPS (dispositif technique de plus en plus courant pour les particuliers pour s'orienter lorsque l'on voyage vers l'inconnu). Le spectateur est miniaturisé, jouant sur les codes des émissions de vulgarisation scientifique telles que la saga « Il était une fois... La vie » de la fin des années 1980. Au sein de l'organisme, la manière dont le sucre est décomposé est présentée (découpage en saccharose et fructose, passage de la paroi intestinale vers le sang, glycémie, stockage sous forme de glycogène, lien avec l'insuline). Le sucre est présenté comme le « carburant » de l'organisme permettant au cerveau et aux muscles qui s'expriment avec des voix d'hommes dans les images animées. La représentation de l'individu est masculine et les exemples d'efforts nécessitant du « carburant » sont un exercice de mathématiques pour lequel le cerveau a besoin d'énergie et une séance de football pour représenter les besoins des muscles pour l'exercice physique.

32 Comme pour l'infographie présentée précédemment, la vidéo responsabilise le consommateur. La vidéo conclut que « c'est à chacun de nous d'être responsable de ce qu'il mange et d'adapter ses apports alimentaires à son mode de vie ». Le message de prévention de la campagne manger/bouger est lui écrit au début du générique de fin.

33 *Le parcours des glucides* (2016)³⁵ est conçu comme un « Draw my life ». Ce format de vidéo était populaire il y a quelques années sur

YouTube. Les vidéastes faisaient une vidéo biographique en dessin avec des feutres sur un tableau blanc. La vidéo présente les glucides avec une voix-off là encore féminine. Opérant tout d'abord une distinction entre les glucides simples : lactose (en précisant son origine laitière), glucose, fructose, saccharose (en précisant leur présence dans les fruits). Le carré de sucre est là aussi présent pour illustrer le saccharose. Les sucres simples sont représentés comme des petits bonshommes avec des capes. Les glucides complexes sont décrits comme des « molécules complexes » que l'on trouve dans les céréales. Le parcours dans l'organisme est ensuite décrit (ingestion, rôle des enzymes, transformation en glucose, passage dans le sang). La vidéo tente de déconstruire « des idées reçues » sur le fait que les sucres simples seraient des sucres rapides et les sucres complexes des sucres lents. Ce qui est présenté comme responsable d'une augmentation plus ou moins rapide est le rôle de la structure physique du sucre (en exemple : jus d'orange *versus* orange). La représentation de l'individu est une nouvelle fois une représentation masculine et accentue une nouvelle fois le rôle du sucre comme « carburant de l'organisme », l'activité physique étant représentée cette fois-ci par un haltère. Les mêmes données de consommations par le cerveau (60 %) sont énoncées. Est ajoutée la référence aux « recommandations françaises » expliquant que les glucides « doivent représenter 50 % de notre apport quotidien en énergie » ainsi que « on peut rester gourmand tout en évitant les excès ». Ces excès ne sont pas spécifiés de même que les risques qu'ils entraînent.

- 34 D'après les éléments visuels et audiovisuels analysés et leur mise en relation avec les contenus des pages web, nous pouvons souligner une représentation genrée très marquée. L'acteur sucre, présenté comme un aliment d'origine naturelle, pilier d'une alimentation équilibrée, ressource d'énergie pour un organisme qui ne pourrait pas fonctionner sans lui. Ses risques pour la santé sont partiellement évoqués. Mais ce risque n'est pas présenté comme émanant de la substance, mais de sa consommation qui ne serait pas raisonnable. Par ce mécanisme, le consommateur (et surtout la consommatrice) est responsabilisé, c'est-à-dire selon le renversement néo-libéral et d'autonomie individuelle habituelle de la gestion sociale des facteurs de risque, la charge de la responsabilité incombe désormais aux individus usagers et non plus au produit ou son producteur. Tout devient

une question de comportement individuel et de soi-disant choix. En même temps, les liens avec les questions de santé et de surpoids sont fortement minorés dans l'information proposée par le CEDUS. Les liens avec le diabète par exemple sont eux aussi orientés vers une articulation entre l'individu et ses pratiques : des comportements sur lit de prédispositions familiales³⁶. L'analyse des contenus des pages web renforce l'idée d'une communication axée sur l'agentivité des individus : ils ont le pouvoir d'agir sur leur poids, comme en témoigne le nombre d'occurrences des termes renvoyant aux variations.

Le savoir-faire ancien d'une information-promotion orientée de longue date

Le Cedus : de la promotion du sucre à l'information nutrition santé par l'industrie

- 35 Dans une interview en 2012, le directeur du Centre d'études et de documentation du sucre (CEDUS) Bertrand du Cray évoque les 80 ans du premier organisme interprofessionnel de l'agroalimentaire né en France³⁷. Il y explique que la filière betterave-sucre a lancé une « démarche pionnière donnant naissance au premier organisme interprofessionnel du secteur agroalimentaire en France ». Dans les années 1960, le CEDUS a, selon son directeur, « décidé de faire des questions de nutrition et de santé l'une de ses priorités ». Ceci dans un contexte, qui, comme nous l'avons rappelé, amène à considérer les facteurs de risques de survenue de certaines pathologies notamment métaboliques et cardiovasculaires. Le directeur rappelle par ailleurs l'engagement du CEDUS dans diverses formes de communications, en lien avec les évolutions des époques qu'il traverse, il indique que ce groupement professionnel est « très impliqué dans toutes les technologies de l'information et de la communication ». Que cela soit avec la création de son site internet « [lesucre.com](https://www.lesucre.com/) (<https://www.lesucre.com/>) » en 1998 qui a connu des évolutions successives, mais aussi une présence sur des médias sociaux tels que Facebook ou des plateformes

de partage de contenus audiovisuels tels que YouTube. Cherchant à promouvoir une « consommation raisonnée du sucre », il cherche à « produire des contenus pédagogiques pour aider les consommateurs à les mettre en pratique ». Ces contenus, comme nous l'avons vu, cherchent avant tout à placer le spectateur-consommateur en position de responsabilité d'arbitrer librement sa consommation de sucre et d'adapter ses pratiques d'activités physiques et son alimentation.

36 Amandine Dandel analyse la stratégie publicitaire du CEDUS des années 1960 aux années 1980³⁸ liant en particulier l'évolution des représentations du sucre et celle de l'histoire des femmes. Pour Dandel, « les campagnes publicitaires du lobby offrent une iconographie riche pour tracer la représentation de la femme liée au produit sucre »³⁹. Elle décrit trois périodes : les années 1960 comme période du « sucre force », les années 1970 qu'elle analyse comme le « sucre doute » et enfin le « sucre ennemi » dans les années 1980. Les évolutions durant les différentes périodes sont corrélées avec les évolutions des perceptions du poids dans la société que nous avons évoquées précédemment. Outre les considérations esthétiques, les femmes sont particulièrement ciblées par l'information-promotion du CEDUS selon Dandel car ce sont elles qui gèrent les ressources alimentaires du foyer. À partir de cette étude, nous pouvons relever que les représentations différenciées des hommes et des femmes dans les communications visuelles et audiovisuelles récentes du CEDUS sont ancrées de longue date dans leurs stratégies communicationnelles et que les messages portés sont d'une remarquable stabilité et continuité. La tension entre représentation du sucre, représentation du corps (et de la séduction) et enjeux de santé est de plus en plus présente au fur et à mesure des périodes présentées. Apparaît alors l'orientation vers les pratiques individuelles et notamment l'adéquation entre activité physique et consommation de sucre. Plutôt que d'avoir une orientation vers la réduction de la consommation de sucre, la balance penche plus du côté de l'augmentation des dépenses énergétiques pour arriver à l'équilibre.

37 L'histoire de longue durée de la propagande de l'industrie sucrière montre également les différents publics visés par les diverses communications, comme celle du rôle des médiateurs de cette information : la presse (tel que décrit par Dandel), les professionnels de santé (comme nous pouvons le voir via l'analyse de leur site internet), les

enseignants. L'orientation étant de s'adresser soit aux adultes, en particulier les femmes, mais aussi aux consommateurs de demain, souvent attirés par les produits sucrés : les enfants. À ce titre, nous pouvons par exemple souligner leur initiative de créer la semaine du Goût dans les années 1990, mais aussi plus récemment, en 2013 la signature d'un accord-cadre de coopération pour une durée de cinq ans⁴⁰ entre le ministère de l'Éducation nationale et le CEDUS. Cet accord-cadre est rédigé dans une volonté de « renforcer sa coopération avec le monde professionnel »⁴¹. Il prévoit que :

« Les actions conduites concernent en particulier l'élaboration et la diffusion de supports d'information, notamment en partenariat avec l'Office national d'information sur les enseignements et les professions (ONISEP), la réalisation d'actions d'information, l'organisation de conférences et de visites d'entreprises, l'accueil de jeunes et d'enseignants dans le cadre de manifestations publiques. »⁴²

- 38 En parallèle, d'une volonté d'offrir des ressources diversifiées en lien direct avec les enseignants, ils créent deux sites internet lesucre.com et sucre-info.com. Seul le second existe toujours, le nom de domaine du premier a été récupéré.

Changer d'ère et de support communicationnel sans changer de stratégie et de message : de la télévision au web

- 39 Une étude des audiovisuels sur la longue durée permet de réinscrire ces stratégies communicationnelles de la part du lobby sucrier. Dans ses travaux en lien avec le même projet de recherche ERC *BodyCapital*, Amélie Kratz⁴³ a étudié la manière dont différentes sources audiovisuelles (films d'éducatifs sanitaires, films de propagande industriels, films amateurs) permettent d'écrire une autre histoire de l'éducation alimentaire au-delà des recommandations nutritionnelles et sanitaires. Elle propose notamment une étude comparée de deux films : l'un du CEDUS et l'autre, une réponse de la Caisse nationale d'assurance maladie des travailleurs salariés (CNAMTS). En effet, l'émission *Le sucre dans l'alimentation* de 1976 intervient comme une réponse au film *Le sucre, richesse nationale* de 1954, produit par le CEDUS pour le compte de l'Éducation nationale. L'émission diffusée

le 23 mars 1976 sur la première chaîne de la télévision française, TF1 entre 13 h 30 et 14 h durant le programme de l'après-midi « Restez donc avec nous le mardi »⁴⁴. Kratz indique que cette émission est un moyen pour la CNAMTS de « [dénoncer] le discours publicitaire qui associe effort sportif et consommation de sucre » et ceci dans un contexte où la consommation de sucre de type saccharose « est jugée dangereuse pour la santé et qualifiée d'« industriel' »⁴⁵. Dans son décryptage, Kratz relève que l'émission reprend des extraits et des images produites par le CEDUS pour déconstruire leur discours promotionnel, notamment la nécessité de consommer du sucre pour l'activité sportive. Pour elle :

« Ce contre-discours vise à mettre en évidence le rôle des industriels sucriers dans la détermination des comportements alimentaires. L'éducation au manger par la nutrition participe ainsi à une critique indirecte de l'industrie sucrière dans la surconsommation de sucre par la reprise de visuels classiques du lobby sucrier dont les émissions d'éducation sanitaire de la CNAMTS changent le sens. »⁴⁶

- 40 Si les messages véhiculés par les images changent avec leur remobilisation par un acteur de la santé publique, le responsable de la consommation de sucre lui ne change pas. Kratz relève en effet que « les émissions d'éducation sanitaire de la CNAMTS visent à changer les pratiques alimentaires individuelles en ciblant avant tout la consommation de sucre »⁴⁷. Le transfert de responsabilité et la culpabilisation des individus que nous avons pu relever dans les communications du CEDUS à travers les différentes époques s'inscrivent ainsi plus largement dans des pratiques de promotion de la santé. D'autres acteurs, notamment de santé publique, empruntent le même discours.

Conclusion

- 41 Un travail avec les archives du web non seulement s'interroge sur les nouveaux espaces publics, mais également sur une ère nouvelle qui laisse derrière elle, si l'historien s'en saisit par la production de ses archives sous la forme de collecte, plus d'informations que jamais produite en partie par des acteurs ou personnes souvent absents des archives papiers anciennes⁴⁸. Notre collecte large et à froid produit

un panorama du web alimentaire français dont les bornes quantitatives sont plus d'1 million de pages web et presque 25 000 vidéos collectés. Dans cet océan informationnel, nous avons recherché de manière systématique les sources digitales natives à l'interface entre l'alimentation, la question du poids et celle de la santé. Si 90 % des producteurs de contenus relèvent des catégories des professionnels médicaux et de nutrition et de leurs conseils, concernent des individus, ONGs et auteur·e·s s'exprimant au nom de leurs cultures et mobilisations alimentaires ou bien appartiennent à la sphère de la presse professionnelle, l'impact fort d'un groupe de producteurs de contenu se singularise : celui des industriels qui communiquent sur le web. Dans le cas de notre étude, cet acteur identifié au sein de notre panorama du web alimentaire français est le CEDUS et sa nébuleuse de productions pour le web autour du site web Cultures-sucre.com, nœud stratégique de la communisation de l'organisme interprofessionnel des planteurs de betteraves et des fabricants de sucre. Dans la perspective d'une analyse de longue durée qui inclut les stratégies de communication papier et télévisuelles de ce groupe de lobbying presque séculaire (créé en 1932) sa forte présence dans la Websphere se nourrit à la fois d'une longue expérience de communication industrielle et témoigne d'une capacité d'adaptation prononcée. Que nous nous trouvons dans la période du « sucre force » des années 1960, celle du « sucre doute » des années 1970, du « sucre ennemi » des années 1980 ou celle de la Websphere des années 2020 les messages du CEDUS circulent et s'adaptent. Depuis les années 1970 et l'essor du cadrage des maladies chroniques par les facteurs de risque, le CEDUS communique autour d'une « consommation raisonnée du sucre ». Raisonnée et raisonnable signifie pour le lobby du sucre dans ce cadre une communication qui déplace le poids de la gestion du risque du produit et du producteur vers l'utilisateur et sa consommation dans le cadre d'une économie néolibérale et d'individus auto-entrepreneurs de soi et de leur santé.⁴⁹ La force de la communication du CEDUS dans cette configuration relève à la fois du savoir-faire construit de longue durée de « stratégies éducatives plurimédiatiques »⁵⁰ et de sa capacité d'adaptation sociétale aux nouveaux contenus et contenants de communication. La place des audiovisuels dans la communication actuelle du CEDUS est parlant à cet égard. Le flot de documents audiovisuels qui a commencé à circuler d'un pays avec l'avènement d'une société des médias, de l'information et des données en sont non

seulement les témoins, mais ils ont aussi contribué et influencé ce phénomène. La santé du corps est devenue progressivement une nouvelle forme de capital⁵¹ : une forme de capital symbolique qui peut être transformé en capital économique, transition dont l'organisme interprofessionnel des planteurs de betteraves et des fabricants de sucre a pris la pleine mesure. Il est temps d'analyser précisément et en profondeur cette édulcoration de l'opinion publique.

Accord-cadre de coopération entre le ministère de l'Éducation nationale et le Centre d'Études et de Documentation du Sucre, 2013. https://web.archive.org/web/20140202104531/https://cache.media.eduscol.education.fr/file/Partenariat_professionnel/29/9/accordCEDUS_291299.pdf#expand.

ANSES. Bilan de l'utilisation des sucres et édulcorants dans les aliments transformés, 19 mars 2024. <https://www.anses.fr/fr/content/bilan-de-lutilisation-des-sucres-et-edulcorants-dans-les-aliments-transformes>. Consulté le 29 octobre 2024.

ANSM. « Analogues du GLP-1 et obésité : nous prenons des mesures pour sécuriser leur utilisation en France », 08 octobre 2024. <https://ansm.sante.fr/actualites/analogues-du-glp-1-et-obesite-nous-prenons-des-mesures-pour-securiser-leur-utilisation-en-france>. Consulté le 06 novembre 2024.

ANSM. « Analogues du GLP-1 : point sur la surveillance des effets indésirables graves et mésusages ». 5 juillet 2024. <https://ansm.sante.fr/actualites/analogues-du-glp-1-point-sur-la-surveillance-des-effets-indesirables-graves-et-mesusages>. Consulté le 06 novembre 2024.

Aronowitz, Robert A. *Les maladies ont-elles un sens ?*. Traduction par Françoise Bouillot. Les empêcheurs de penser en rond, 1999.

Belasco, Warren J. *Appetite for Change: How the Counterculture Took On the Food Industry*. Cornell University Press, 2014. <https://doi.org/10.7591/9780801471278>.

Benamouzig, Daniel et Camille Boubal. « Réguler avec modération : le cas des recommandations nutritionnelles ». *Sociologie* 13, n° 2, 2022. <http://journals.openedition.org/sociologie/10021>. Consulté le 30 octobre 2024.

Bonah, Christian. « In the Service of Industry and Human Health. The Bayer Corporation, Industrial Film and Promotional Propaganda, 1934-1942 ». In *Health Education and Film in the Twentieth Century*, éd. par Christian Bonah, David Cantor, Anja Laukötter. Rochester University Press, 2018, 85-142.

Bonah, Christian, Solène Lellinger et Caroline Sala. « Food, cooking and health in a selected corpus of websites and connected YouTube channels in France. Collecting and archiving the audiovisual web ». In *Exploring the Archived Web during a Highly Transform-*

native Age: Proceedings of the 5th international RESAW conference, Marseille, June 2023, éd. par Sophie Gebeil et Jean-Christophe Peyssard. University Press, 2024, 277-294. <http://dx.doi.org/10.36253/979-12-215-0413-2.24>.

Bourdieu, Pierre. *La distinction : critique sociale du jugement*. Éditions de Minuit, 1979.

Bruegel, Martin. « A bourgeois good? Sugar, Norms of Consumption and the Labouring Classes in Nineteenth-Century France ». In *Food, drink and identity: cooking, eating and drinking in Europe since the Middle Ages*, éd. par Peter Scholliers (dir.), Berg, 2001, 99-118.

Bruegel, Martin. « Pénurie et profusion, de la crise alimentaire à l'alimentation en crise ». In *Profusion et pénurie: les hommes face à leurs besoins alimentaires*, éd. par Martin Bruegel (dir.). Presses universitaires de Rennes, 2009, 9-34. [10.4000/books.pur.235](https://doi.org/10.4000/books.pur.235) (<https://doi.org/10.4000/books.pur.235>).

Brügger, Niels. « When the Present Web is Later the Past: Web Historiography, Digital History, and Internet Studies ». *Historical Social Research / Historische Sozialforschung* 37, n° 4 (142) (2012) : 102-117. <https://doi.org/10.12759/hsr.37.2012.4.102-117>.

Brügger, Niels. *The Archived Web. Doing History in the Digital Age*. MIT Press, 2018. <https://doi.org/10.7551/mitpress/10726.001.0001>.

CEDUS. « Vous informer sur le sucre ». <https://www.cultures-sucre.com>. Consulté le 29 octobre 2024.

CEDUS. *Odyssée du sucre 1 : Le voyage du sucre dans le corps humain*. 2008,

mise en ligne en 2012. Vidéo, 5 min, 45 sec. <https://www.youtube.com/watch?v=aeL8RLKE31s>. Consulté le 19 novembre 2024.

CEDUS. *Le parcours des glucides*. 2016. Vidéo, 3 min, 05 sec. <https://www.youtube.com/watch?v=3nID7mAwqYA>. Consulté le 19 novembre 2024.

CEDUS. « Sucre et surpoids : 5 choses à savoir ». 2017. <https://www.cultures-sucre.com/sucre-et-sante/sucre-et-surpoids-5-choses-a-savoir/>. Consulté le 18 novembre 2024.

CEDUS. « Fiche Sucres et santé n°6 : Les sucres sont-ils responsables du diabète ? ». 2017. <https://www.cultures-sucre.com/pro-de-sante/fiche-sucres-sante-diabete/>. Consulté le 21 novembre 2024.

CEDUS. *Et si on parlait du sucre ?*. 2018. Vidéo, 3 min, 38 sec. <https://www.youtube.com/watch?v=NEalmHnvU1E>. Consulté le 19 novembre 2024.

Cray (du), Bertrand. « Le Cedus : de la promotion du sucre à la nutrition santé ». Interview par H. Garnier. *L'Action agricole Picardie*, 18 octobre 2012. <https://www.action-agricole-picarde.com/le-cedus-de-la-promotion-du-sucre-la-nutrition-sante>.

Csergo, Julia. « De l'idéalisation à l'interdit du sucre, XIX^e-début XX^e siècle ». In *Le goût du sucre. Plaisir et consommation*, dir. par Marie-Sylvie Billaux. Autrement, 2010, 28-43.

Dandel, Amandine. « La représentation des femmes dans la société française à travers les publications du Cédus (années 1960-1980) ». *Histoire, médecine et santé* 17 (2020) : 73-85, <https://doi.org/10.4000/hms.3839>.

Dawber, T. R., G. F. Meadors et F. E. Moore. « Epidemiological Approaches to Heart Disease: The Framingham Study ». *American Journal of Public Health and the Nation's Health* 41, n° 3 (mars 1951) : 279-286.

Decourt, Jacques et Michel Périn. *L'obésité*. Presses Universitaires de France, 1982.

Drouard, Alain. « Sugar Production and Consumption in France in the Twentieth Century ». In *The Rise of Obesity in Europe*, Peter Atkins et Derek J. Oddy (dir.), Routledge, 2009, 117-129.

Fischler, Claude. « Les images changeantes du sucre: saccharophilie et saccharophobie ». *Journal d'agriculture traditionnelle et de botanique appliquée* 35, n° 1 (1988) : 241-260. https://www.persee.fr/doc/jatba_0183-5173_1988_num_35_1_6689.

Fouilleux, Ève et al. « Le cheminement des controverses dans la globalisation néo-libérale. Pour une approche agonistique des politiques publiques ». *Gouvernement et action publique* 6, n° 3 (2017) : 9-36. <https://doi.org/10.3917/gap.173.0009>.

Gebeil, Sophie. « Quand l'historien rencontre les archives du Web ». *Revue de la BNF* 53, n° 2 (2016) : 185-191. <https://doi.org/10.3917/rbnf.053.0185>.

Gebeil, Sophie. *Website story : histoire, mémoires et archives du web*. INA, 2021.

Gilman, Sander L. *Obesity: The Biography*. Oxford University Press, 2010.

INPES. *La santé vient en mangeant. Le guide alimentaire pour tous*. 2002. https://sante.gouv.fr/IMG/pdf/guide_alimentaire_tous.pdf.

Kratz, Amélie. *Au-delà de l'éducation nutritionnelle : l'éducation au manger des enfants à travers les audiovisuels en France et en République fédérale d'Allemagne (1950-1980)*. Thèse de doctorat. Université de Strasbourg, 2024. <https://theses.hal.science/tel-04684992>.

Laboratoires Servier. *Problèmes de l'obésité*. Laboratoires Servier, 1964.

Lellinger, Solène. *Innovation thérapeutique et accident médicamenteux. Sociogénèse du scandale du benfluorex (Mediator®) et conditions de reconnaissance d'une pathologie émergente : les valvulopathies médicamenteuses*. Thèse de doctorat. Université de Strasbourg, 2018. <https://theses.hal.science/tel-02426018>.

Lepiller, Olivier et Chelsie Yount-André. « La politisation de l'alimentation ordinaire par le marché ». *Revue des sciences sociales* 61, n° 1 (2019) : 26-35.

Libération et AFP. « Fléau Alimentation : le sucre est encore partout, mais l'utilisation des édulcorants diminue ». *Libération*, 19 mars 2024. https://www.liberation.fr/environnement/alimentation/alimentation-le-sucre-est-encore-partout-mais-lutilisation-des-edulcorants-diminue-20240319_MAPYHNNEL5GF5PJLK64CPA7UOI/. Consulté le 29 octobre 2024.

Libération et AFP. « Taxe sur les produits sucrés : les ministres de la Santé et du Budget s'opposent à la ministre de l'Agriculture ». *Libération*, 27 octobre 2024. https://www.liberation.fr/societe/sante/taxe-sur-les-produits-sucres-les-ministres-de-la-sante-et-du-budget-sopposent-a-la-ministre-de-lagriculture-20241027_EZULTR2A5RHWBQN-

[DC76SGMDS4/](#). Consulté le 29 octobre 2024.

Meyer, Jean. *Histoire du sucre*. Desjonquières, 1989.

Milligan, Ian. « Historiography and the Web ». In *The SAGE Handbook of Web History*, éd. par Niels Brügger et Ian Milligan. SAGE, 2018, 3-15.

Nowak Mathieu. « EDITO. La “molécule miracle” GLP-1, à découvrir dans le n° 931 de Sciences et Avenir chez vos marchands de journaux ». *Sciences et Avenir*, 29 août 2024. https://www.sciencesetavenir.fr/decouvrir/agenda/edito-la-molecule-miracle-glp-1-a-decouvrir-dans-le-n-931-de-sciences-et-avenir-chez-vos-marchands-de-journaux_180441.

Poulain, Jean-Pierre. *Sociologie de l'obésité*. Presses Universitaires de France, 2009. <https://doi.org/10.3917/puf.poula.2009.01>.

Poulain Jean-Pierre, *Sociologies de l'alimentation: les mangeurs et l'espace social alimentaire*. Presses Universitaires de France, 2013 (3^e édition).

Proctor, Robert et Londa L. Schiebinger (éd.). *Agnology: the making and unmaking of ignorance*. Stanford University Press, 2008.

Quellier, Florent. *Gourmandise : histoire d'un péché capital*. Armand Colin, 2010.

Schäfer, Valérie, Francesca Musiani et Marguerite Borelli. « Negotiating the web of the past ». *French Journal for Media Research* 6 (2016). <https://frenchjournalformediaresearch.com/lodel-1.0/main/index.php?id=952>.

Stearns, Peter N. *Fat History: Bodies and Beauty in the Modern West*. New York University Press, 1997.

Teuteberg, Hans Jürgen. « Der Beitrag des Rübenzuckers zur „Ernährungsrevolution“ des 19. Jahrhunderts ». In *Unsere tägliche Kost*. Universitäts- und Landesbibliothek Münster, 1988, 153-162.

Walvin, James. *Histoire du sucre, histoire du monde*. Traduit par Philippe Pignarre. La Découverte, 2020.

1 Libération et AFP, « Taxe sur les produits sucrés : les ministres de la Santé et du Budget s'opposent à la ministre de l'Agriculture », Libération, 27 octobre 2024, https://www.liberation.fr/societe/sante/taxe-sur-les-produits-sucres-les-ministres-de-la-sante-et-du-budget-sopposent-a-la-ministre-de-lagriculture-20241027_EZULTR2A5RHWBQND76SGMDS4/, consulté le 29 octobre 2024.

2 ANSES, *Bilan de l'utilisation des sucres et édulcorants dans les aliments transformés*, 19 mars 2024, <https://www.anses.fr/fr/content/bilan-de-lutilisation-des-sucres-et-edulcorants-dans-les-aliments-transformes>, consulté le 29 octobre 2024.

- 3 Libération et AFP, « Fléau Alimentation : le sucre est encore partout, mais l'utilisation des édulcorants diminue », Libération, 19 mars 2024), http://www.liberation.fr/environnement/alimentation/alimentation-le-sucre-est-encore-partout-mais-lutilisation-des-edulcorants-diminue-20240319_MAPYHNNEL5GF5PJLK64CPA7UOI/, consulté le 29 octobre 2024.
- 4 CEDUS, « Vous informer sur le sucre », <https://www.cultures-sucre.com>, consulté le 29 octobre 2024.
- 5 Daniel Benamouzig, Camille Boubal, « Réguler avec modération : le cas des recommandations nutritionnelles », *Sociologie* 13, n° 2, 2022, <http://journals.openedition.org/sociologie/10021>, consulté le 30 octobre 2024.
- 6 INPES, *La santé vient en mangeant. Le guide alimentaire pour tous*, 2002, 6-7 https://sante.gouv.fr/IMG/pdf/guide_alimentairetous.pdf.
- 7 Bertrand du Cray, « Le Cedus : de la promotion du sucre à la nutrition santé », interview par H. Garnier, *L'Action agricole Picardie*, 18 octobre 2012, <https://www.action-agricole-picarde.com/le-cedus-de-la-promotion-du-sucre-la-nutrition-sante>.
- 8 Christian Bonah, « In the Service of Industry and Human Health. The Bayer Corporation, Industrial Film and Promotional Propaganda, 1934-1942», in *Health Education and Film in the Twentieth Century*, éd. par Christian Bonah, David Cantor, Anja Laukötter (Rochester University Press, 2018), 85-142.
- 9 Florent Quellier, *Gourmandise : histoire d'un péché capital* (Armand Colin, 2010) ; Jean Meyer, *Histoire du sucre* (Desjonquières, 1989) ; James Walvin, *Histoire du sucre, histoire du monde*, traduit par Philippe Pignarre (La Découverte, 2020).
- 10 Hans Jürgen Teuteberg, « Der Beitrag des Rübenzuckers zur „Ernährungsrevolution“ des 19. Jahrhunderts », in *Unsere tägliche Kost* (Universitäts- und Landesbibliothek Münster, 1988), 153-162.
- 11 Claude Fischler, « Les images changeantes du sucre : saccharophilie et saccharophobie », *Journal d'agriculture traditionnelle et de botanique appliquée* 35, n° 1 (1988) : 241-260, https://www.persee.fr/doc/jatba_0183-5173_1988_num_35_1_6689 ; Julia Csergo, « De l'idéalisation à l'interdit du sucre, XIX^e-début XX^e siècle », in *Le goût du sucre. Plaisir et consommation*, dir. par Marie-Sylvie Billaux (Autrement, 2010), 28-43 ; Martin Bruegel, « Pénurie et profusion, de la crise alimentaire à l'alimentation en crise », in *Profusion et pénurie : les hommes face à leurs besoins alimentaires*, éd. par Martin Bruegel

(dir.) (Presses universitaires de Rennes, 2009), 12. [10.4000/books.pur.235](https://doi.org/10.4000/books.pur.235) (<https://doi.org/10.4000/books.pur.235>). James Walvin, *Histoire du sucre*.

12 Amélie Kratz, *Au-delà de l'éducation nutritionnelle : l'éducation au manger des enfants à travers les audiovisuels en France et en République fédérale d'Allemagne (1950-1980)*, thèse de doctorat (Université de Strasbourg, 2024), 473, <https://theses.hal.science/tel-04684992>. Alain Drouard, « Sugar Production and Consumption in France in the Twentieth Century », in *The Rise of Obesity in Europe*, Peter Atkins et Derek J. Oddy (dir.) (Routledge, 2009), 117-129 ; Martin Bruegel, « A bourgeois good? Sugar, Norms of Consumption and the Labouring Classes in Nineteenth-Century France », in *Food, drink and identity: cooking, eating and drinking in Europe since the Middle Ages*, éd. par Peter Scholliers (dir.) (Berg, 2001), 99-118.

13 Laboratoires Servier, *Problèmes de l'obésité* (Laboratoires Servier, 1964), 7.

14 T. R. Dawber, G. F. Meadors, et F. E. Moore, « Epidemiological Approaches to Heart Disease: The Framingham Study », *American Journal of Public Health and the Nation's Health* 41, n° 3 (mars 1951) : 279-286.

15 Robert A. Aronowitz, *Les maladies ont-elles un sens ?*, traduction par Françoise Bouillot (Les empêcheurs de penser en rond, 1999), 225.

16 Jacques Decourt et Michel Périn, *L'obésité* (Presses Universitaires de France, 1982), 3.

17 Voir Solène Lellinger, *Innovation thérapeutique et accident médicamenteux. Socio-genèse du scandale du benfluorex (Mediator®) et conditions de reconnaissance d'une pathologie émergente : les valvulopathies médicamenteuses*, thèse de doctorat (Université de Strasbourg, 2018), <https://theses.hal.science/tel-02426018>. Principalement le chapitre 1.

18 Mathieu Nowak, « EDITO. La "molécule miracle" GLP-1, à découvrir dans le n° 931 de Sciences et Avenir chez vos marchands de journaux », *Sciences et Avenir*, 29 août 2024. https://www.sciencesetavenir.fr/decouvrir/agenda/edito-la-molecule-miracle-glp-1-a-decouvrir-dans-le-n-931-de-sciences-et-avenir-chez-vos-marchands-de-journaux_180441.

19 ANSM, « Analogues du GLP-1 : point sur la surveillance des effets indésirables graves et mésusages », 5 juillet 2024, <https://ansm.sante.fr/actualites/analogues-du-glp-1-point-sur-la-surveillance-des-effets-indesirables-graves-et-mesusages>, consulté le 06 novembre 2024 ; ANSM, « Analogues du GLP-1 et obésité : nous prenons des mesures pour sécuriser leur utilisation

[u-glp-1-et-obesite-nous-prenons-des-mesures-pour-securiser-leur-utilisation-en-france](#), consulté le 06 novembre 2024.

20 Jean-Pierre Poulain, *Sociologie de l'obésité* (Presses Universitaires de France, 2009), <https://doi.org/10.3917/puf.poula.2009.01> ; Jean-Pierre Poulain, *Sociologies de l'alimentation: les mangeurs et l'espace social alimentaire* (Presses Universitaires de France, 2013 [3^e édition]). Georges Vigarello, *Les métamorphoses du gras. Histoire de l'obésité. Du Moyen Âge au xx^e siècle*, Paris, Seuil, 2010.

21 Peter N. Stearns, *Fat History: Bodies and Beauty in the Modern West* (New York University Press, 1997) ; Sander L. Gilman, *Obesity: The Biography* (Oxford University Press, 2010).

22 Niels Brügger, « When the Present Web is Later the Past: Web Historiography, Digital History, and Internet Studies », *Historical Social Research / Historische Sozialforschung* 37, n° 4 (142) (2012) : 102. <https://doi.org/10.12759/hsr.37.2012.4.102-117>. Voir aussi Niels Brügger, *The Archived Web. Doing History in the Digital Age* (MIT Press, 2018), <https://doi.org/10.7551/mitpress/10726.001.0001> ; Sophie Gebeil, « Quand l'historien rencontre les archives du Web », *Revue de la BNF* 53, n° 2 (2016) : 185, <https://doi.org/10.3917/rbnf.053.0185> ; Sophie Gebeil, *Website story : histoire, mémoires et archives du web* (INA, 2021).

23 En effet, de nombreuses recherches sur les archives nativement numériques s'organisent autour de situations spécifiques telles que la pandémie du Covid-19 ou encore lors de périodes électorales.

24 Pour plus d'informations sur le projet voir : <http://bodycapital.unistra.fr>.

25 Nous remercions Alexandre Faye, Sara Aubry, Isabelle Degrange, et Leslie Bellony de la BNF, et Jérôme Schweitzer et Madeleine Hubert de la BNUS pour leur aide et leurs conseils.

26 Christian Bonah, Solène Lellinger, et Caroline Sala, « Food, cooking and health in a selected corpus of websites and connected YouTube channels in France. Collecting and archiving the audiovisual web », in *Exploring the Archived Web during a Highly Transformative Age: Proceedings of the 5th international RESAW conference, Marseille, June 2023*, éd. par Sophie Gebeil et Jean-Christophe Peyssard (University Press, 2024), 277-294, <http://dx.doi.org/10.36253/979-12-215-0413-2.24>.

27 SolRWayback permet de faciliter l'accès, la recherche et la visualisation des archives du web. Elle est conçue pour gérer de grandes quantités de données issues d'archives web et permet aux utilisateurs de naviguer à tra-

vers les contenus des pages web, de générer des requêtes par mots clés et d'affiner l'analyse pour identifier les images et les vidéos ainsi que de mener quelques analyses sur les URLs principales (nuages de mots, liens entrants et sortants). Pour en savoir plus sur les pratiques d'archivage du Web, voir Valérie Schäfer, Francesca Musiani, Marguerite Borelli (2016) « Negotiating the web of the past ». *French Journal for Media Research* 6 (2016). <https://frenchjournalformediaresearch.com/lodel-1.0/main/index.php?id=952>.

28 Celui-ci est consultable uniquement depuis l'interface de consultation des archives du web à la BNF ou dans une bibliothèque disposant d'un accès aux archives de l'Internet, via le lien suivant : <https://archivesinternet.bnf.fr/parcours/18-vidéos/projetrecherche/bodycapital>.

29 L'analyse des données a été réalisée à partir d'une extraction de la requête à partir de la SolRwayback. Nous avons généré un fichier .csv que nous pouvons analyser à partir de Jupyter Notebook.

30 Le corpus collecté permettrait d'affiner et de creuser la question à savoir si la WebSphere contribue à atténuer la frontière entre l'académisme nutritionnel et les voix complémentaires ou « alternatives » et de participer à limiter l'autorité diététique du monde médical académique.

31 Le CEDUS, « Sucre et surpoids : 5 choses à savoir », 2017, <https://www.cultures-sucre.com/sucre-et-sante/sucre-et-surpoids-5-choses-a-savoir/>, consulté le 18 novembre 2024.

32 Robert Proctor et Londa L. Schiebinger, éd., *Agnology: the making and unmaking of ignorance* (Stanford University Press, 2008).

33 CEDUS, *Et si on parlait du sucre ?*, 2018, vidéo, 3 min, 38 sec, <https://www.youtube.com/watch?v=NEalmHnvU1E>, consulté le 19 novembre 2024.

34 CEDUS, *Odyssée du sucre 1 : Le voyage du sucre dans le corps humain*, 2008, mise en ligne en 2012, vidéo, 5 min, 45 sec, <https://www.youtube.com/watch?v=aeL8RLKE31s>, consulté le 19 novembre 2024.

35 CEDUS, *Le parcours des glucides*, 2016, vidéo, 3 min, 05 sec, <https://www.youtube.com/watch?v=3nID7mAwqYA>, consulté le 19 novembre 2024.

36 CEDUS, « Fiche Sucres et santé n°6 : Les sucres sont-ils responsables du diabète ? », 2017, <https://www.cultures-sucre.com/pro-de-sante/fiche-sucres-sante-diabete/>, consulté le 21 novembre 2024.

37 Bertrand du Cray, « Le Cedus ».

38 Amandine Dandel, « La représentation des femmes dans la société française à travers les publications du Cédus (années 1960-1980) », *Histoire, mé-*

decine et santé 17 (2020) : 73-85, <https://doi.org/10.4000/hms.3839>.

39 Amandine Dandel, « La représentations des femmes », 76.

40 *Accord-cadre de coopération entre le ministère de l'Éducation nationale et le Centre d'Études et de Documentation du Sucre*, 2013. https://web.archive.org/web/20140202104531/https://cache.media.eduscol.education.fr/file/Partenariat_professionnel/29/9/accordCEDUS_291299.pdf#expand, consulté le 19 novembre 2024.

41 *Accord-cadre*, 2.

42 *Accord-cadre*, 2.

43 Amélie Kratz, *Au-delà de...*

44 *Le sucre dans l'alimentation* (1976), émission de la Caisse nationale de l'assurance maladie des travailleurs salariés, série « Objectif Santé », production et réalisation FAC Films A. Champeaux. Information de diffusion : catalogue Inathèque.

45 Amélie Kratz, *Au-delà de...*, 509.

46 Amélie Kratz, *Au-delà de...*, 509-510.

47 Amélie Kratz, *Au-delà de...*, 510.

48 Ian Milligan, « Historiography and the Web », in *The SAGE Handbook of Web History*, éd. par Niels Brügger et Ian Milligan (SAGE, 2018), 3.

49 Warren J Belasco, *Appetite for Change: How the Counterculture Took On the Food Industry* (Cornell University Press, 2014), <https://doi.org/10.7591/9780801471278>. Fouilleux, Ève. et al. « Le cheminement des controverses dans la globalisation néo-libérale. Pour une approche agonistique des politiques publiques », *Gouvernement et action publique* 6, n° 3 (2017) : 9-36. <https://doi.org/10.3917/gap.173.0009>. Olivier Lepiller and Chelsie Yount-André, “La politisation de l'alimentation ordinaire par le marché”, *Revue des sciences sociales* 61, n° 1 (2019) : 26-35.

50 Amélie Kratz, *Au-delà de...*, 611.

51 Bourdieu, Pierre, *La distinction : critique sociale du jugement* (Éditions de Minuit, 1979).

Français

À la croisée entre une socio-histoire du web alimentaire et celle des savoirs nutritionnels (professionnels et profanes) cet article interroge sur le rôle

d'internet (et des réseaux sociaux) dans les nouvelles configurations des normes du triptyque alimentation-poids-santé. À partir d'une double collecte des archives du web français (sites internet et chaînes YouTube), il explore en particulier l'influence du lobby du sucre sur les pratiques alimentaires et les normes de santé publique.

English

This article stands at the intersection of social history of food and nutritional knowledge (both professional and lay). It interrogates the role of the internet and social media in the reconfiguration of the food-weight-health triptych. Drawing on a dual corpus of French web archives (both websites and YouTube channels), it pays particular attention to the influence of the sugar lobby on dietary practices and on public health norms.

Mots-clés

archives du web, alimentation, poids, audiovisuels, web alimentaire, sucre

Keywords

web archives, food, weight, audiovisuels, food web, sugar

Christian Bonah

Laboratoire SAGE UMR7363, Université de Strasbourg (France)
IDREF : <https://www.idref.fr/034951865>

Solène Lellinger

Laboratoire SPHERE UMR7219, Université Paris Cité (France)
IDREF : <https://www.idref.fr/23577748X>

Caroline Sala

Laboratoire SAGE UMR7363, Université de Strasbourg (France)
IDREF : <https://www.idref.fr/297063243>