

## Communiquer sur la qualité sanitaire des aliments en France : enjeux et perspectives

Si l'alimentation est spontanément associée au plaisir et à la convivialité, la sécurité sanitaire des aliments peut en revanche être une préoccupation pour les consommateurs français. Bien que globalement mieux informés et plus avertis dans leurs actes d'achat, ils peuvent avoir du mal à cerner le sens et les contours de la « qualité sanitaire ». C'est pour disposer d'informations plus précises sur ce sujet que le ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt (MAAF) a commandé une étude dont les principaux résultats sont présentés dans cette note. Ce travail a notamment permis de dégager les conditions et les éléments clés d'une communication efficace. Six supports de communication ont également été testés auprès de groupes de consommateurs.

**L**a sécurité sanitaire des aliments relève de la responsabilité de plusieurs intervenants privés et publics. Les entreprises agroalimentaires réalisent leurs propres contrôles et doivent s'assurer qu'elles mettent sur le marché des produits sûrs et conformes au cadre réglementaire<sup>1</sup>. Les pouvoirs publics ont eux pour mission de surveiller la conformité des aliments vis-à-vis d'agents chimiques, physiques et biologiques. Ces dispositifs génèrent une masse considérable de données relatives aux niveaux de contamination des aliments, collectées à chaque étape de la chaîne de production et de commercialisation.

La diffusion des informations relatives à la qualité sanitaire des aliments doit être maîtrisée et fondée sur des outils de communication adaptés. C'est la raison pour laquelle a été créée la Section sanitaire de l'Observatoire de l'alimentation, dispositif public original qui a pour but, en dehors des situations de crise, d'objectiver le niveau de qualité sanitaire des aliments et de suivre son évolution, grâce à un ensemble d'indicateurs permettant d'éclairer les acteurs économiques et les pouvoirs publics.

Dans ce contexte, le ministère de l'Agriculture a lancé en 2014 une étude sur la définition d'un nouveau dispositif d'information, hors situations de crise. Ce travail, réalisé par l'agence Nutrifizz en collaboration avec la société TNS Sofres, pose les conditions d'une communication régulière, auprès des consommateurs, sur le niveau de contamination des aliments.

Cette note tire d'abord quelques conclusions de l'analyse bibliographique relative à la perception par les consommateurs de la qualité sanitaire des aliments, puis elle dégage les principaux résultats des groupes de discussion réunissant consommateurs et leaders d'opinion. Ces groupes se sont notamment exprimés sur six dispositifs de communication. Enfin, les principales recommandations de l'étude sont synthétisées.

### 1 - Les informations sur la qualité sanitaire des aliments : aperçu de l'existant

Toute action de communication doit tenir compte de plusieurs éléments essentiels, dont le contexte socio-politique général dans lequel s'insère cette communication, le degré de réceptivité du public cible, la pertinence des modalités de diffusion, le niveau de confiance accordée à la source, etc. Cette première partie dresse un rapide tableau de ces éléments, en s'appuyant sur une analyse documentaire.

#### Une perception de la qualité influencée par l'allongement des chaînes de production

D'après différents baromètres nationaux et européens<sup>2</sup>, la présence de résidus chimiques dans les aliments (pesticides ou contaminants de type mercure), constitue le risque jugé prioritaire par les consommateurs français et celui pour lequel l'information disponible n'est pas considérée comme satisfaisante (voir la figure n° 1 qui présente les princi-

pales préoccupations, sanitaires ou non, liées à l'alimentation dans les pays d'Europe).

Plus généralement, l'étude de Nutrifizz montre que les consommateurs ont une assez faible capacité d'évaluation et d'objectivation des différents risques (chimiques, bactériologiques, etc.). Des recherches en sociologie indiquent que leurs inquiétudes à l'égard du contenu de leur assiette, et la hiérarchisation des risques qu'ils formulent, traduit une perte globale de confiance, qui s'expliquerait surtout par l'éloignement entre le consommateur et ses aliments : localisation des aires de production, multiplication des étapes de transformation, nombreux intermédiaires entre les produits bruts et les plats consommés, etc.

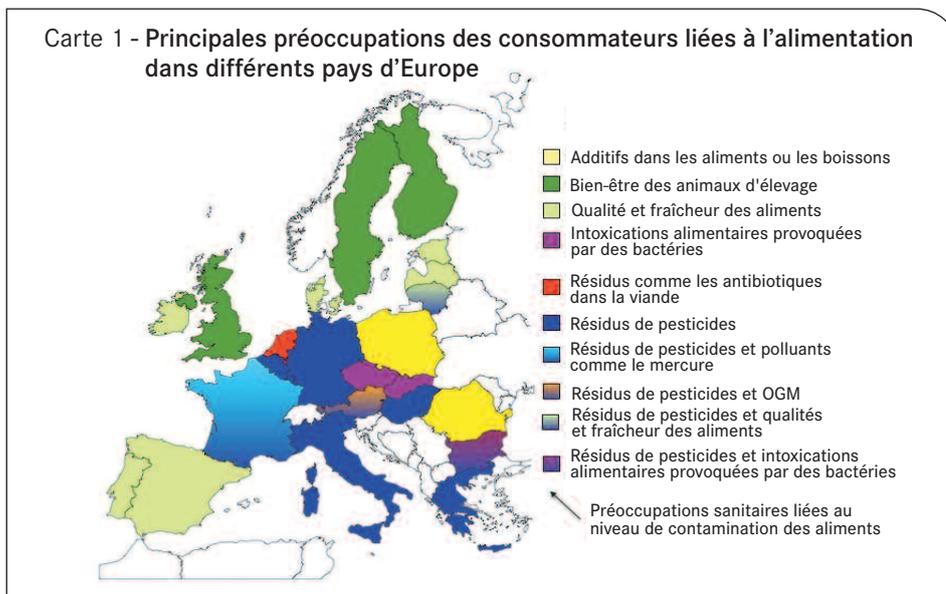
Cette question de la confiance des consommateurs a fait l'objet d'un avis du Conseil National de l'Alimentation (CNA)<sup>3</sup>, qui rappelle la complexité du rapport du mangeur à son alimentation, ainsi que les mécanismes de perception de l'information diffusée dans le domaine public. Le CNA souligne que le risque sanitaire est une « construction sociale »

1. Voir les orientations et disposition du paquet hygiène, qui se compose de six textes : Règlement (CE) n° 178/2002, Règlement (CE) n° 853/2004, Règlement (CE) n° 882/2004, Règlement (CE) n° 852/2004, Règlement (CE) n° 854/2004, Règlement (CE) n° 1831/2003.

2. Baromètre Alimentation 2011, CRÉDOC ; Eurobaromètre 354 « Risques liés aux aliments » 2010, Commission européenne ; Baromètre de confiance des fruits et légumes frais en 2014, FranceAgriMer-Ctifl-Interfel-TNS-Sofres.

3. Avis n° 73 adopté le 11 décembre 2014. Conseil National de l'Alimentation.

Carte 1 - Principales préoccupations des consommateurs liées à l'alimentation dans différents pays d'Europe



Source : Nutrifizz, adapté de l'Eurobaromètre 2010, rapport final page 12

et que l'appropriation de l'information comporte toujours des biais cognitifs, liés à la présentation des messages ou à la tendance à confirmer des idées préconçues. Dans la lignée de la « société du risque » d'Ulrich Beck<sup>4</sup>, l'avis rappelle aussi le caractère paradoxal du rapport au danger : plus un risque devient faible, moins ce risque résiduel est accepté.

### Une communication publique active mais insuffisamment perçue par les consommateurs

Les auteurs de l'étude rappellent qu'il existe divers canaux et modalités d'information sur la qualité sanitaire des aliments, mobilisés par les autorités compétentes, et tout d'abord par les propres services de communication des ministères concernés : Agriculture, Économie et Santé. Chacun de ces services dispose de l'expertise d'agences, à commencer par l'ANSES et l'InVS. Ces diverses structures sont habilitées à communiquer avec les consommateurs à travers leurs sites Internet, lors de rencontres régulières avec des organes de presse ou des associations de consommateurs, sur des stands de salons thématiques (Salon International de l'Agriculture, par exemple), etc. Toutefois, cette communication est généralement plus active en temps de crise qu'en « période de paix », et il apparaît qu'elle n'est dans l'ensemble pas autant et aussi bien perçue par les consommateurs qu'elle le devrait.

### Une communication des entreprises axée sur la « naturalité » et la « santé »

L'analyse documentaire réalisée par Nutrifizz montre que les acteurs privés, responsables de l'offre alimentaire, ne diffusent pas séparément et de manière continue des informations à destination des consommateurs relatives à la qualité sanitaire des produits. Ils peuvent en revanche se regrouper en organisations interprofessionnelles pour le faire. Citons par exemple les initiatives de l'Association Nationale des Industries Alimentaires (ANIA) qui a créé en 2013 deux

sites Internet : [Alimexpert](#) et [Alimévolution](#), destinés à dialoguer avec les consommateurs.

Dans un contexte de relative crise de confiance, les entreprises et fédérations professionnelles ciblent plus volontiers leur communication sur les moyens qu'elles mettent en œuvre : traçabilité, respect des règles d'hygiène, etc. Elles favorisent également des messages globaux, notamment en faveur d'aliments plus « naturels ». C'est le cas des entreprises qui commercialisent des viandes portant la mention « sans antibiotique ». Des acteurs de la grande distribution développent aussi des actions dans ce sens, pour faire connaître leur positionnement Bio. La communication négative « sans pesticides » n'est pas clairement affichée mais est souvent présente en filigrane de la communication positive « Bio ».

### Une importance croissante des médias et des relais d'opinion

Les données rendues publiques sont susceptibles d'être récupérées, analysées et rediffusées. Il faut donc prendre en compte les relais qui peuvent interpréter les informations sources, rediffuser et déformer les messages, voire sélectionner certains résultats au risque d'orienter les conclusions. Il faut aussi considérer que tout consommateur peut, selon sa maîtrise des technologies numériques et ses champs de compétences, accéder à ces informations et devenir leader d'opinion, prescripteur, voire détracteur. Ainsi, un certain nombre de blogs qui diffusent régulièrement des actualités au sujet de l'hygiène et de la sécurité sanitaire des aliments, bénéficient d'une réelle notoriété.

## 2 - La perception de dispositifs de communication innovants

La plupart des études sur les comportements des consommateurs se focalisent sur leur perception du risque et sur l'association qu'ils établissent entre niveau de contamination des aliments et état de santé. L'originalité de l'étude voulue par le MAAF et confiée à

Nutrifizz réside dans le fait qu'elle était plutôt centrée sur la perception des modalités d'informations relatives à la qualité sanitaire des aliments mis sur le marché.

Des consommateurs ont ainsi été interrogés, lors des réunions de quatre groupes représentatifs de différentes catégories socio-professionnelles, originaires de Paris et de la région d'Angers. Ces groupes, d'une dizaine de personnes, ont été composés à partir des bases de sondage de TNS Sofres : un groupe dit « pointu » à la recherche active d'informations ; un groupe de « mères de famille » se considérant comme « très concernées » ; un groupe de « jeunes » moyennement concernés ; enfin un groupe étalon de « Français moyens ». Les discussions étaient animées par un psychosociologue expérimenté, sur la base d'un guide validé avec le comité de pilotage de l'étude. Si des spécificités ressortent de chacun des groupes, nous retenons dans les développements qui suivent les conclusions communes à tous.

### La qualité sanitaire n'est pas spontanément prioritaire

L'alimentation a été directement associée, par les membres des groupes, au plaisir ou au bien-être, à la convivialité ou encore à un besoin vital. La qualité sanitaire proprement dite n'est pas un critère qui apparaît de prime abord.

L'analyse des avis exprimés révèle qu'en dehors des périodes de crise, il existe une relative confiance en la qualité sanitaire des produits. C'est un sujet auquel les consommateurs avouent rarement penser de manière spontanée. Ils indiquent qu'ils peuvent toutefois se poser la question au moment d'acheter des aliments frais comme la viande, les poissons, les fruits et légumes, même si les qualités organoleptiques et la fraîcheur apparente restent les premiers critères de jugement. Ils disent que la question peut aussi se poser *a posteriori*, après l'ingestion d'un aliment « douteux » qui les a rendus malades ou après une crise sanitaire importante relayée par les médias.

Les discussions ont confirmé une opposition, assez partagée, entre « l'alimentation industrielle » et « l'alimentation naturelle/artisanale ». Cette dernière, supposée particulièrement saine, incarne un idéal où les produits échapperaient à la transformation systématique et à l'exposition à divers traitements chimiques.

Plus largement, la « qualité sanitaire des aliments » est associée à une notion plus englobante de « qualité des produits », associant divers autres attributs. La fraîcheur et l'image d'un produit sain, pourvu de ses caractères naturels, ont été largement mises en avant et spontanément citées comme des indicateurs fiables de qualité sanitaire. En fin de compte, cette « qualité sanitaire » est associée à une simple qualité générique et

4. Beck U, 1986 (traduction 2001), La société du risque, Paris, Aubier.

globale des produits, reposant sur deux critères : la *présentation*, qui donne confiance ou non, et le *prix*, les membres des groupes considérant que les premiers prix riment rarement avec qualité.

### Quelquefois un sentiment de déficit d'informations

Les discussions des groupes montrent qu'ils comprennent que la qualité sanitaire des aliments justifie des contrôles et un travail d'études en laboratoire pour s'assurer de la conformité à des normes édictées. Pour autant, la teneur et l'objet précis de ces contrôles leur apparaissent très flous.

La première source d'information citée par les groupes est l'étiquetage des produits achetés. Paradoxalement, il est estimé que trop peu d'éléments sont accessibles en dehors de la date limite de consommation (DLC), et dans le même temps les informations disponibles sur la composition des aliments sont jugées très techniques, compliquées et sont peu lues.

La seconde source d'information mentionnée réside dans les médias. Les consommateurs témoignent d'un grand nombre de reportages télévisés « anxigènes » qui associent souvent des filières à des dérives et des risques sanitaires potentiels. Ce biais critique de la sphère médiatique, trop systématique, conduit à banaliser un discours considéré comme « caricatural » par les consommateurs. Cependant, quelques-uns avouent être sensibles aux messages véhiculés, avoir changé leurs habitudes et limité leur consommation de certains produits.

De manière concordante avec la synthèse bibliographique présentée ci-dessus, la demande d'informations exprimée concerne d'abord la fraîcheur et la composition des produits ainsi que leur « naturalité », notamment la présence d'additifs et d'auxiliaires technologiques. L'utilisation de pesticides pour la production de fruits et légumes est également une préoccupation.

### Tests de supports de communication : un exercice délicat

Six supports de communication, relatifs à la qualité sanitaire des aliments, ont ensuite

été présentés aux groupes de consommateurs (voir tableau 1). Ces supports sont inspirés d'initiatives testées ou déployées en France ou à l'étranger. Les participants y ont été confrontés sans préparation préalable, afin de recueillir leurs réactions spontanées.

Deux indicateurs illustratifs de la diversité des supports et des réactions suscitées par ces mises en situation sont présentés dans les encadrés 1 et 2.

Des mises en situations pour les six indicateurs testés, il ressort que les schémas trop complexes (supports 1 et 5) sont jugés peu compréhensibles et globalement rejetés. Quant à l'indicateur 3, qui renseigne sur la pression de contrôle et non sur les résultats des analyses, il s'est révélé frustrant. Des conclusions plus transversales sur ces mises en situation seront présentées en lien avec les recommandations associées (voir partie 3).

### Compléments tirés des entretiens et retours d'expériences auprès des leaders d'opinion

En sus des « groupes consommateurs », une dizaine d'entretiens individuels ont été réalisés avec des leaders d'opinion (journalistes, associations environnementales, associations de consommateurs, enseignants, professionnels de santé). Ces leaders ont unanimement témoigné du grand décalage entre les perceptions des acteurs (professionnels de l'agroalimentaire et services publics) ou des experts, et celles du « grand public ». Les leaders d'opinion considèrent que les risques sont globalement maîtrisés et que le système de gestion est efficace, alors que le public se dit préoccupé par divers risques croissants.

En ce qui concerne les indicateurs de la qualité sanitaire des aliments, le recours à des critères qualifiés de « scientifiques » tels que tableaux, histogrammes, graphiques a surpris les leaders d'opinion. Selon eux, ces outils très parlants pour des spécialistes sont moins appropriés pour les consommateurs, qui n'auraient pas les connaissances ou l'expérience suffisante pour interpréter correctement de telles données brutes. Il pourrait en résulter des surinterprétations et des réactions dispropor-

tionnées par rapport à la réalité objective du danger. À ce stade, les leaders d'opinion sont réservés sur les indicateurs proposés, doutant de leur capacité à redonner confiance et faisant valoir un besoin de pédagogie et de simplification vis-à-vis du grand public.

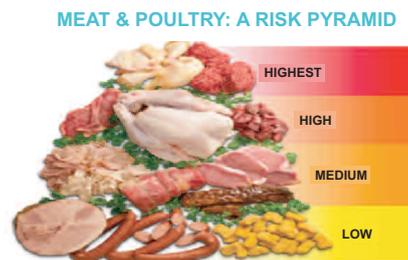
Il en ressort également que si le MAAF est considéré par ces leaders d'opinion comme l'acteur étatique majeur du système de sécurité alimentaire (puisque'il a dans son champ de compétences des actions qui concernent l'ensemble des producteurs et des filières), le grand public en revanche tend souvent à identifier la DGCCRF comme garante de la qualité des aliments mis sur le marché.

5. Center for Science in the Public Interest, 2013, Risky Meat. A CSPI Field Guide to Meat & Poultry Safety.

6. Avis du CNA n° 42 adopté le 19 novembre 2002, Conseil National de l'Alimentation.

#### Encadré 1 - Exemple d'indicateur qualitatif concernant les risques liés aux produits carnés : échelle « Risky Meat »

Figure 1 - Illustration de l'indicateur « Risky Meat »



Source : Nutrifizz

En 2013, le Center for Science in the Public Interest<sup>5</sup> (CSPI) a examiné 12 catégories de viande sur la base de rapports sanitaires établis entre 1998 et 2010. Il s'est basé sur 33 000 cas d'intoxications alimentaires et a évalué les risques pour chaque viande selon une échelle qui va du plus haut au plus faible risque.

La présentation de cet indicateur aux groupes s'est révélée visuellement assez déroutante pour les participants. Le message d'ensemble a été difficilement compris et a conduit à des interprétations hasardeuses.

Cette conclusion est cohérente avec l'avis du CNA qui souligne que l'utilisation inconditionnelle d'échelles de risques peut générer des conflits supplémentaires plutôt qu'aider à résoudre une controverse<sup>6</sup>. De plus, ces échelles sont trop souvent considérées comme la seule représentation valable des risques, ce qui conduit à masquer les choix opérés dans la sélection des critères, des indicateurs et des méthodes d'évaluation utilisées pour leur élaboration. Ce type de support de communication a donc été plutôt rejeté par les consommateurs des groupes.

Tableau 1 - Présentation des supports de communication testés dans le cadre de l'étude qualitative

Nature du risque et catégorie d'aliment retenu pour introduire le support		Représentation visuelle du support
1	Micro-organismes dans des rillettes, fromages, végétaux crus et charcuterie	Graphique représentant les courbes de contamination entre 1993 et 2013
2	Mercure dans le poisson	Graphique représentant la courbe de contamination par rapport à la valeur du seuil réglementaire et <i>smiley</i> (figure 2)
3	Nombre de prélèvements réalisés lors de contrôles officiels	Histogramme du nombre de prélèvements effectués lors de contrôles officiels toutes filières confondues
4	Pesticides dans des fruits du verger	Tableau avec données qualitatives et quantitatives de contamination et <i>smileys</i>
5	Salmonelles analysées sur toute la filière, de l'alimentation animale à l'aliment destiné au consommateur	Différents graphiques et illustrations selon les origines de contamination
6	Germes classiques d'intoxications alimentaires dans les viandes et produits carnés	Pyramide qualitative (figure 1) du moindre risque au risque le plus élevé

Source : auteurs de la présente note

## Encadré 2 - Exemple d'indicateur de tendance d'une information quantitative et positionnement par rapport à une valeur seuil

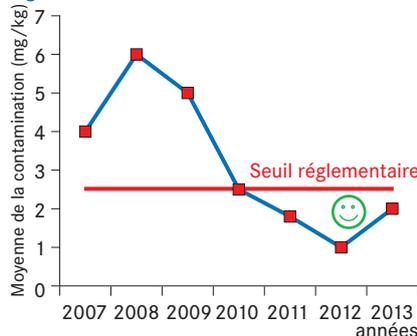
Dans l'exemple fictif présenté ci-dessous, le schéma alliant évolution dans le temps et comparaison à un seuil de risque, jugé simple et clair, a fait l'unanimité et a été considéré comme attirant et très accessible pour une information facilitée du consommateur. En revanche, l'absence de précisions concernant les chiffres proposés a interpellé. Comment ces chiffres ont-ils été produits ? Qui a effectué les contrôles ou prélèvements ? Sur quelles populations ? À quels endroits ? À quelles dates ?

D'autre part, si la notion de « seuil réglementaire » est appréciée et attendue, la question du « seuil de dangerosité » s'est logiquement posée dans les discussions des groupes.

Le dépassement éventuel du seuil réglementaire peut engendrer des changements de comportement chez les consommateurs

inquiets. Un certain nombre de personnes ont ainsi indiqué qu'elles limiteraient fortement leur consommation de l'aliment concerné, voire qu'elles n'en consommeraient plus au moins temporairement.

Figure 2



Source : ANSES, document de travail 2015

### 3 - Les recommandations formulées

Les résultats de cette étude permettent de dégager trois axes de recommandations pour un nouveau dispositif d'information concernant la qualité sanitaire des aliments.

#### Cibler les informations et le moment

L'opinion publique ne semble pas spontanément intéressée par la qualité sanitaire des aliments, hormis certaines populations sensibles (femmes enceintes par exemple) et à l'exception notable de certains sujets clés comme les pesticides. Quant aux leaders d'opinion, ils prônent une explicitation des risques associés évalués par des indicateurs. Ces deux constats mettent en évidence les différences de sensibilité à l'information des divers publics.

Cette capacité d'attention limitée doit notamment obliger les pouvoirs publics à cibler et optimiser les conditions de la réception de l'information. Le prestataire recommande en particulier de :

- communiquer à des périodes clés, lorsque le consommateur est plus captif, attentif ou sensibilisé : au moment des achats, après une crise sanitaire, pendant la prise de repas en restauration collective, etc. ;
- commencer par communiquer au sujet des principaux contaminants déjà identifiés : pesticides (fruits et légumes), polluants (poisson) ou produits perçus comme sensibles (plats préparés).

#### Expliquer le combien et le comment de manière précise

Les groupes de consommateurs interrogés sont demandeurs d'une information qui ne soit pas trop générale ou agrégée, mais au contraire précise et assez exhaustive. Lorsque des données sont diffusées, des explications sont fréquemment demandées sur la manière dont elles ont été obtenues, sur la population visée, les endroits où ont été réalisés les contrôles et dans quel but. La communication doit

concerner autant le niveau de risque estimé, à travers des indicateurs, que le procédé de mesure et de contrôle associé. Les deux sont importants pour diffuser un message positif concernant la qualité sanitaire des aliments. Cette information doit, de plus, s'accompagner d'explications des termes utilisés, qui apparaissent parfois trop compliqués.

Pour faciliter l'accès à l'information, le prestataire recommande de plus de recourir à des repères et symboles qui facilitent grandement la lecture et la compréhension rapide des points clés : les jeux de couleurs, les flèches et les smileys sont très appréciés par les lecteurs. La présentation doit s'adapter au consommateur (plusieurs niveaux de lecture possible), offrir un confort et une facilité d'interprétation : elle ne doit pas obliger le lecteur à fournir un effort important de décryptage qui le détournera, dans une majorité de cas, de l'indicateur proposé.

L'information doit aussi faire écho à la consommation quotidienne des Français, en opérant un lien avec un risque potentiel associé. Ceci implique, au préalable ou en parallèle, un travail pédagogique de sensibilisation pour expliciter le concept de « qualité sanitaire » des aliments.

Enfin, l'interprétation des indicateurs et de leurs dynamiques doit être formulée clairement par l'émetteur, elle doit mettre en avant les efforts effectués pour assurer la sécurité sanitaire par les industriels comme par les services de contrôle, et expliciter les réussites comme les reculs.

#### Valoriser et impliquer

Selon le prestataire qui a réalisé l'étude, Nutrifizz, la chaîne de responsabilité (producteurs, distributeurs, pouvoirs publics, consommateurs) doit être mise en avant pour aider les Français à mieux comprendre les enjeux de la filière alimentaire et redonner confiance dans l'engagement des acteurs en présence. Une démarche de co-construction

des messages, en partenariat avec les associations consoméristes et environnementales, qui vont jouer un rôle de médiateurs et de relais citoyen, semble judicieuse. Un programme de formation destiné aux opérateurs pourrait également être conçu pour présenter le dispositif de suivi de la qualité sanitaire des aliments et leur apporter des notions de base. Enfin, des actions de communication pourraient mobiliser des professionnels de santé, catégorie d'acteurs auxquels les consommateurs accordent le niveau de confiance le plus élevé.

Imparfaitement informés sur leur exposition aux risques et peu au fait des notions clés de la « sécurité sanitaire des aliments », les consommateurs sont dans l'attente d'informations fiables sur les procédés et contrôles de la chaîne alimentaire. Ces informations doivent être ciblées, proches de leurs habitudes de consommation et elles doivent préciser le degré de risque encouru. Le principe d'un dispositif visant à mutualiser les données publiques et privées relatives au niveau de contamination des aliments, et à les communiquer de manière synthétique, est bien perçu par ces consommateurs, qui acceptent l'absence de « risque zéro » dès lors qu'elle leur est clairement expliquée.

Si l'étude n'a pas permis de dégager le « dispositif parfait » de communication hors périodes de crise, elle a débouché sur des recommandations dont la mise en œuvre devrait pouvoir se faire en concertation étroite entre le MAAF, les autres administrations et les parties prenantes. Le dispositif de communication adéquat doit en effet être intégré dans une politique plus large coordonnée nationalement. La mise en place d'une communication plus englobante, prenant en compte d'autres critères, nutritionnels ou environnementaux par exemple, est à ce titre une perspective intéressante à envisager.

**Émilie Chanséaume**

Co-gérante Nutrifizz

**Aurélié Bouillot**

Directrice de clientèle, TNS-Sofres

**Madeleine Lesage**

Centre d'études et de prospective

**Corinne Danan**

DGAL, sous-direction de la sécurité sanitaire des aliments

Ministère de l'Agriculture, de l'Agroalimentaire et de la Forêt

Secrétariat Général

Service de la statistique et de la prospective

Centre d'études et de prospective

3 rue Barbet de Jouy

75349 PARIS Cedex 07 SP

Sites Internet : [www.agreste.agriculture.gouv.fr](http://www.agreste.agriculture.gouv.fr)

[www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr)

Directrice de la publication : Béatrice Sédillot

Rédacteur en chef : Bruno Héralt

Mel : [bruno.herault@agriculture.gouv.fr](mailto:bruno.herault@agriculture.gouv.fr)

Tél. : 01 49 55 85 75

Composition : SSP Beauvais

Dépôt légal : À parution © 2015