

**Compte rendu de l'ouvrage de Jocelyn Raude,
'Sociologie d'une crise alimentaire, les consommateurs à
l'épreuve de la maladie de la vache folle'
Olivier Borraz**

► **To cite this version:**

Olivier Borraz. Compte rendu de l'ouvrage de Jocelyn Raude, 'Sociologie d'une crise alimentaire, les consommateurs à l'épreuve de la maladie de la vache folle'. Sociologie du Travail, Association pour le développement de la sociologie du travail, 2009, 51 (3), pp.431 - 432. hal-02355092

HAL Id: hal-02355092

<https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-02355092>

Submitted on 8 Nov 2019

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Sociologie d'une crise alimentaire, les consommateurs à l'épreuve de la maladie de la vache folle, J. Raude. Coll. « Sciences du risque et du danger ». Lavoisier, Paris (2008). 258 pp.

Issu d'une thèse en sociologie sous la direction de Claude Fischler, l'ouvrage de Jocelyn Raude se présente comme une analyse sociologique des deux crises de la vache folle de 1996 et 2000. Quelques remarques préliminaires sont nécessaires afin de mieux situer cette contribution originale à l'étude des risques.

L'auteur s'inscrit dans un courant de recherche sur les risques qui privilégie l'analyse des perceptions individuelles. Ce courant est peu développé en France, contrairement à la situation d'autres pays qui ont depuis longtemps développé des recherches dans le « courant psychométrique ». Toutefois, J. Raude y ajoute une prise en compte des comportements des consommateurs. C'est à l'aide de ces deux approches qu'il entend expliquer la chute brutale, suivie d'une remontée rapide de la consommation de viande de bœuf en 1996, puis la nouvelle chute suivie d'une remontée plus lente et demeurée inachevée, en 2000. L'auteur situe dans des facteurs psychologiques, sociologiques et culturels l'origine des réponses au risque. La « crise » est donc analysée ici à travers le comportement des consommateurs : c'est la chute brutale de consommation de viande de bœuf qui constitue la crise. À peine est-il fait allusion à l'impact économique de cette chute, tant pour la filière élevage que pour la distribution, ou à son impact politique. Ces deux dimensions ne sont pas jugées constitutives de la crise.

L'ouvrage, en se centrant sur une dimension anthropologique, postule que celle-ci peut être appréhendée indépendamment du cadre politique et économique. Aussi, les différences observées d'un pays à l'autre tiennent d'abord à des facteurs culturels.

S'agissant de la France, la conclusion est convaincante. Si la peur ou l'inquiétude constitue le « moteur principal des changements de comportement », celle-ci doit être rapprochée de la préférence pour la viande de bœuf : les plus gros consommateurs de viande de bœuf n'ont réduit que modérément leur consommation, tandis que les consommateurs plus occasionnels, voire ceux qui n'en consommaient que très rarement l'ont réduit significativement, voire ont arrêté d'acheter de la viande rouge. Ce résultat est resitué dans un contexte de baisse continue, depuis la décennie 1980, de la consommation de bœuf au profit d'autres produits carnés (pour un ensemble de motifs qui sont bien analysés dans l'ouvrage). Plus important, l'auteur montre que la place qu'occupe la viande de bœuf dans le système culinaire de chaque individu détermine le comportement de ce dernier lorsque survient la crise : si cette place est centrale, alors il y a peu de chance pour que l'individu tienne compte des messages d'alerte ; il continuera à consommer un aliment qui a une « importance symbolique et empirique » pour lui. En revanche, si cette place est marginale, alors l'individu s'inquiètera des messages d'alerte et réduira sa consommation à la hauteur de l'importance que revêt cet aliment.

Ce résultat est d'autant plus important qu'il permet à l'auteur de suggérer qu'il est possible à partir de là de développer des modèles prédictifs. Il insiste, en effet, sur le fait que le comportement des consommateurs est à la fois systémique et prévisible. Aussi les gestionnaires du risque feraient-ils bien d'ouvrir les scènes de l'expertise aux sciences sociales s'ils veulent se donner les moyens de mieux gérer, dans l'avenir, les risques émergents.

Toutefois, ce résultat soulève une question de fond : y a-t-il eu crise ? Dès l'instant, en effet, où :

- la consommation de viande rouge est en baisse régulière depuis plusieurs décennies avant la première « crise » ;

- ceux qui auraient cessé de toute manière d'en consommer le font probablement un peu plus tôt ;
- ceux qui tiennent à la viande de bœuf, soit maintiennent leur niveau de consommation, soit après une pause reviennent à leur niveau de consommation initial ;
- les changements alimentaires dus à la « crise » ont été, selon les termes de l'auteur, « provisoires, partiels et contingents ».

Où se trouve la crise ? Elle n'est clairement pas du côté des consommateurs ! Si crise il y a, elle se situe bien du côté des acteurs économiques, qui ont subi des pertes importantes et ont dû réorganiser les filières, et au sein de l'État, avec la réforme du dispositif de la sécurité sanitaire. Et il semble évident que le comportement des acteurs économiques et politiques a eu un impact direct sur l'attitude des consommateurs, que ce soit d'abord pour les inquiéter, ensuite pour les rassurer. Mais la crise de la vache folle, avec toutes ses répercussions et son coût économique et social, n'est corrélée, ni avec les conséquences sanitaires humaines (demeurées réduites), ni avec le comportement des consommateurs. Il y a une amplification considérable de la crise par les autorités publiques et privées qui ne peut pas s'analyser uniquement en fonction de l'attitude des consommateurs mais qui nécessite que l'on intègre d'autres dimensions.

Cette contribution est par conséquent fondamentale mais incomplète. Elle participe d'une extension originale des recherches sur les risques en France qui combine un intérêt pour les perceptions *et* les comportements. Ce faisant, elle démontre que la perception des risques alimentaires se distingue de la perception des autres risques en raison des propriétés culturelles, économiques et sociales de l'alimentation. Mais elle néglige tout un ensemble d'autres recherches qui auraient permis de mieux analyser le déroulement et la nature même de la crise.

Olivier Borraz
*CNRS-Sciences Po, centre de sociologie des organisations,
19, rue Amélie, 75007 Paris, France
Adresse e-mail : olivier.borraz@sciences-po.org*