



61 | 2019

Dissidences alimentaires

Contestations et réarrangements

La politisation de l'alimentation ordinaire par le marché

The Market's Politicization of Ordinary Food

OLIVIER LEPILLER ET CHELSIE YOUNT-ANDRÉ

p. 26-35

Résumés

Français English

Les grandes entreprises de l'alimentation de masse font aujourd'hui face à des critiques, à une défiance croissante et à un tassement de leurs parts de marché. Si les dimensions politiques de l'*assiette engagée* des militants et de l'*assiette caritative* des pauvres et des aidés ont été pointées dans la littérature, celles de l'*assiette ordinaire* de la consommation de masse ont été peu abordées. Cet article dépeint l'évolution de la défiance, en France et aux États-Unis, depuis une cinquantaine d'années, et ses effets visibles dans les transformations de l'offre alimentaire, à travers le recyclage, par les industriels, des critiques à leur endroit. L'article donne à voir un processus qui conduit à une visibilité croissante des dimensions politiques de l'alimentation industrielle de masse – au sens de la multiplication des choix par lesquels l'alimentation connecte et insère les mangeurs dans un système social et technique. En effet, le recyclage de la critique conduit à une diversification des qualités : modes de production, origine et nature des matières premières. Cette diversification souligne indirectement l'opacité des marques historiques et de l'alimentation de masse. La contingence des choix qui guident leur production en devient plus apparente. Le rapport critique, voire conflictuel, à l'alimentation industrielle de masse devient ainsi moteur d'une politisation de l'alimentation ordinaire. Cette réintroduction du politique dans le marché témoigne de la dimension constructive de la défiance.

The world's largest food corporations have been losing market share, faced with criticism and mounting consumer mistrust. While previous scholarship has demonstrated the political dimensions of, what we call, the *engaged plate* of food activists and the *charitable plate* offered to the poor, the politics of the *ordinary plate* of mass consumption have been largely overlooked. This article considers the evolution of distrust in France and the United States over the past 50 years, analyzing the visible effects which these transformations have had on the food supply, as the food industry has recycled the critiques it has received. The article investigates a process through which the political nature of eating has become increasingly visible within the mass industrial food system – in the sense that choices have multiplied regarding how food connects eaters and concretely positions them in social and technical systems. The food industry's responses to criticism have resulted in the diversification of labels advertising production methods and the origin of ingredients. This diversification indirectly highlights the opacity of the historically powerful food companies. The contingency of the choices that guides their production becomes more apparent. The critical, or even conflictual relationship between eaters and the food industry has thus become a driving force behind the politicization of everyday eating. This reintroduction of the political dimension into the market is proof of the constructive nature of distrust.

Entrées d'index

Mots-clés : alimentation, défiance, produits industriels, politisation, marché

Keywords : food and eating, distrust, industrial products, politicization, market

Texte intégral

- 1 Dans les sociétés post-industrielles, le constat d'une défiance croissante vis-à-vis des institutions – politiques, économiques, médiatiques, scientifiques – qui organisent et régulent le cours de la vie collective est largement partagé (Algan, Cahuc 2016).
- 2 Dans le domaine alimentaire, la défiance prend notamment la forme d'une critique du système industriel de masse et peut se traduire par l'émergence d'alternatives (Murdoch, Miele 1999 ; Kjærnes, Harvey, Warde 2007). Défiance et alimentation entretiennent des liens étroits, l'incorporation des aliments étant toujours potentiellement problématique pour l'omnivore humain (Rozin 1976). Outre la peur du manque qui lui est historiquement associée (Levenstein 2003), la consommation alimentaire fait encourir le risque de l'intoxication. Elle est ainsi

fondamentalement inquiète, ce dont témoigne l'histoire des peurs alimentaires (Ferrières 2002). Des systèmes de normes diététiques et culinaires, qui prennent des formes diverses selon les contextes, régulent cette inquiétude (Fischler 1988 ; Poulain 2019). Entre autres exemples, citons les normes sanitaires et nutritionnelles des sociétés modernes, les diététiques galénique, hippocratique, ayurvédique, chinoise, hébraïque ou islamique, qui contiennent toutes des prescriptions et des proscriptions, indiquant des bonnes et des mauvaises manières de s'alimenter, encadrant ainsi l'incorporation des aliments.

3 L'interprétation dominante de la défiance réduit cette dernière à une regrettable absence de confiance¹ dont la cause est toute trouvée : internet ou la circulation horizontale des informations, qui détruit le contrôle vertical du savoir et des informations par les institutions traditionnelles. La connexion généralisée favoriserait l'expression collective et le renforcement de biais cognitifs qui font mal penser les foules (Bronner 2013). L'importance du rôle des technologies de communication numériques dans le développement de la défiance est à prendre au sérieux. Dans le domaine alimentaire, un approfondissement des recherches sur cet objet apparaît aujourd'hui nécessaire². La connexion généralisée joue sans aucun doute un rôle important dans les épisodes de crises alimentaires qui adviennent régulièrement depuis une vingtaine d'années. Souvenons-nous cependant qu'à la fin des années 1990 et au tout début des années 2000, la crise majeure dite de la vache folle s'est déroulée dans un contexte où, certes, l'accès domestique à internet commençait à se généraliser, mais où les *smartphones* et les réseaux sociaux numériques n'existaient pas encore.

4 Nous reprenons à notre compte le constat d'une défiance exacerbée. En revanche, nous prenons nos distances avec la lecture restreinte à l'échelle individuelle, qui donne une place prépondérante à la démarche explicative des sciences cognitives et délaisse l'approche compréhensive, négligeant la dimension collective, politique et réflexive de la défiance. À partir d'une analyse des transformations de ce que nous proposons d'appeler l'*assiette ordinaire* – saisies à travers les évolutions de l'offre depuis une cinquantaine d'année –, et de sa critique en France et aux États-Unis³, nous chercherons au contraire à montrer que la défiance possède une dimension politique même lorsqu'elle est de basse intensité. Cette *assiette ordinaire* renvoie à l'alimentation industrielle, qui concerne une part majeure de l'alimentation consommée aujourd'hui dans ces deux pays⁴. Par « alimentation industrielle », nous entendons une alimentation 1) qualifiée comme telle par ses critiques ; 2) qui répond à une logique « industrielle » (discours et pratiques fondés sur la recherche permanente d'une efficacité concrète, mesurée, objectivée) ; 3) qui est produite en grandes séries par des entreprises non artisanales, avec une diffusion de masse ; 4) dont la production s'appuie systématiquement sur les capacités d'action offertes par les sciences et techniques, dans une perspective d'ingénierie modernisatrice et d'accroissement du profit ; 5) qui est en général produite par des entreprises capitalistes distributrices de dividendes. Les critiques de l'alimentation industrielle peuvent porter sur l'agriculture, la transformation, la restauration, la distribution.

5 L'alimentation connecte les mangeurs à des systèmes alimentaires : à des êtres vivants mangés, à des acteurs et des techniques impliqués dans la fabrication des aliments et à un environnement qui permet leur production. Elle relie les mangeurs, notamment à travers le partage de repas. Appadurai écrivait il y a plus de trente ans que « l'alimentation présuppose et réifie les arrangements technologiques, les rapports de production et d'échange, les conditions des champs et du marché, et les réalités d'abondance et de manque » (Appadurai 1981 : 494). Ce faisant, il posait le cadre du concept de « gastro-politique », qui a fait carrière (Appadurai 1981 ; Holtzman 2002 ; Watson, Caldwell 2005 ; DeSoucey 2016). Ce concept permet d'appréhender l'alimentation dans son rôle politique d'intermédiaire de tensions, de véhicule de la défiance et de messagère de conflits. En matière d'alimentation, la vie quotidienne elle-même peut devenir « un espace de conflit (avec l'agro-industrie) et de construction de soi », comme le note Pleyers (2011a : 245) à propos des collectifs de « consommation critique ». Même saisies au niveau plus individuel de la conduite diététique de soi, les « morales alimentaires » et les « incorporations réflexives » des mangeurs hyper-adhérents aux diverses formes d'alimentation-santé témoignent d'un « mouvement permanent de dissidence et de conformité, d'inclusion et d'exclusion », la mise en pratique de ces régimes conduisant à marquer des différences par rapport aux normes et pratiques communes (Adamiec 2016 : 19). Dans cet article, plutôt que de nous centrer sur les moments de conflictualité et les mouvements de dissidence vis-à-vis du système agro-industriel dominant comme les modes de consommation alternatifs – dont traite la plupart des travaux dans le sillon d'Appadurai –, nous nous intéresserons à une tension de fond, à une défiance à bas bruit, qui témoigne également de ce rôle politique de l'alimentation. Nous proposons, en somme, de retracer un processus de politisation de l'alimentation de masse *par* des acteurs de l'espace public de l'alimentation (scientifiques, médiatiques, politiques, entreprises, consommateurs engagés), sous l'effet de la défiance, afin d'étayer l'hypothèse d'une politisation *de* la consommation et des mangeurs ordinaires.

6 Ce processus de politisation désigne la visibilité croissante des enjeux politiques de la consommation alimentaire. Au cours de ce processus, les produits alimentaires et leurs modes de production deviennent des indices des jeux de pouvoir, des positions asymétriques, des inégalités de ressources et des effets au niveau collectif qui sont au cœur des relations entre les producteurs et les mangeurs, entre les acteurs de la production eux-mêmes ou entre les catégories de mangeurs. Ce processus rend manifestes les enjeux politiques du système alimentaire : enjeux de la relation des mangeurs au système d'acteurs qui produit les aliments, enjeux de la relation entre consommation alimentaire, environnement, et animaux mangés, enjeux biopolitiques et sanitaires des conduites alimentaires. Le thème des produits ultra-transformés est un bon exemple de politisation de l'alimentation. Leur critique met en cause des modes de production (les techniques de fractionnement des matières premières, l'utilisation d'arômes et additifs), le système d'acteurs qui les produit (les grands groupes agroalimentaires), les inégalités face à leur consommation (l'exposition des populations socialement vulnérables) et leurs conséquences pour la santé (le lien avec le développement des maladies non transmissibles).

7 Dans une première section, nous aborderons le traitement des implications politiques de l'alimentation dans la littérature. Puis nous retracerons l'histoire sociale de la défiance en France et aux États-Unis, avant d'analyser, dans une troisième section, les conséquences politiques de son recyclage par les acteurs de l'offre alimentaire.

Lectures des dimensions politiques de l'alimentation

8 Les ethnographies classiques ont appréhendé l'alimentation comme une entrée pour comprendre les systèmes politiques des sociétés. En Afrique, des travaux ont montré comment la préparation et la distribution des aliments reflétaient des droits et devoirs asymétriques et complémentaires entre sexes et générations (Firth 1934 ; Richards 1939). En Mélanésie, l'étude du stockage et de la redistribution de nourriture a permis de mettre au jour le fonctionnement politique des chefferies et des échanges entre les îles (Mauss 2009 ; Munn 1986 ; Lemonnier 1990).

- 9 À partir des années 1980, des pratiques alimentaires du quotidien ont été prises comme objets de lecture de processus politiques plus larges. Goody (1982) s'est intéressé aux liens entre pratiques culinaires, stratification sociale et distribution du pouvoir. Mintz (1985) a étudié le sucre pour dresser une histoire du capitalisme. Depuis ces travaux pionniers, l'imprégnation politique des interactions alimentaires du quotidien a été plusieurs fois soulignée (Counihan, Kaplan 1998 ; Watson, Caldwell 2005 ; Forson, Counihan 2012). Les inégalités liées à la colonisation et aux migrations, par exemple, se retrouvent à table (Calvo 1997 ; Ray 2004, Crenn *et al.* 2010 ; Yount-André 2018). L'alimentation a été prise comme lieu de lecture des reconfigurations politiques qui ont conduit à l'effondrement de l'Union Soviétique (Caldwell 2002) ou à la globalisation culturelle et économique (Watson 1997 ; Bestor 2001).
- 10 Cependant, la dimension politique de l'alimentation analysée du point de vue des mangeurs a été peu explorée, avec deux exceptions notables : celle de l'*assiette engagée*, dont la dimension politique est revendiquée par des mangeurs militants (Chessel, Cochoy 2004 ; Dubuisson-Quellier 2009 ; Pleyers 2011b) ; celle de l'*assiette caritative*⁵, dont la dimension politique est soulignée par d'autres que ceux qui en bénéficient directement, la participation et la prise de parole des bénéficiaires n'étant souvent pas prévue dans les dispositifs d'aide (César et Institut de veille sanitaire 2007 ; Paturel, Ramel 2017).
- 11 Il existe une riche littérature sur ce que nous appelons l'*assiette engagée*. Aux États-Unis, l'alimentation domestique s'est politisée avec le mouvement féministe des années 1970 et son slogan « le privé est politique ». Militantisme et recherche se sont nourris mutuellement sur ce terrain (Ashley *et al.* 2004). Dans les années 1990, les craintes d'uniformisation culturelle après la chute du Rideau de Fer ont inspiré de nouveaux mouvements militants, comme Slow Food (Wilk 2006 ; Siniscalchi 2014 ; Donati 2005). Parmi les « systèmes alimentaires alternatifs » (Le Velly 2017) qui permettent ces engagements en les ancrant dans des territoires, on peut citer les AMAPs (Lamine 2005) ou les circuits courts (Maréchal 2008). La consommation d'aliments biologiques peut aussi prendre une forme militante (Leroux 2006). Le végétarisme peut aussi posséder une dimension politique forte. En témoignent ses liens anciens avec l'anarchisme (Ouedraogo 1998) ou la création d'un parti écologiste antispéciste dans le sillage d'un succès de librairie⁶.
- 12 La dimension politique de l'*assiette caritative* est quant à elle visible aussi bien dans les pays du Nord que dans ceux du Sud. Les travaux pionniers de Sen (1981) ont montré comment économie politique et accessibilité des aliments étaient intimement liées dans les famines. Les « émeutes de la faim » de 2007-2008 ont réactualisé la pertinence de ces analyses. Au Nord (Dickinson 2016), comme au Sud (Trapp 2016), l'accès à l'aide alimentaire est l'objet de jugements moraux qui ont partie liée à des enjeux politiques. Par ailleurs, les dispositifs d'aide sont de plus en plus reliés à des thèmes politiques, comme celui de la « démocratie alimentaire » (Lang 1998).
- 13 Alors que l'alimentation des militants et des pauvres concerne des populations plutôt minoritaires pour lesquelles la dimension politique de l'alimentation quotidienne est manifeste (contester un système dominant *versus* accompagner les plus démunis), la dimension politique de l'*assiette ordinaire*, de l'alimentation de masse, est à première vue moins évidente. L'histoire de la défiance envers l'alimentation industrielle et de ses effets suggère pourtant que celle-ci se politise à petit feu.
- 14 La première, socio-historique, se fonde sur une analyse thématique des critiques de l'alimentation industrielle circulant dans l'espace public, ce qui a permis d'en proposer une typologie et une périodisation (Lepiller 2012). Dans ce cadre, les publications d'un journal – *Le Nouvel Observateur* – et celles d'une revue de nutrition – *Les Cahiers de nutrition et de diététique* – ont été analysées exhaustivement entre 1968 et 2010. Deux autres corpus ont été analysés, sur la même période : la littérature en sciences humaines et sociales de l'alimentation publiée en France et les livres de « diététiques alternatives ». Des entretiens d'experts, une observation participante de la construction d'une campagne publicitaire autour du « naturel » chez un industriel ainsi que l'analyse d'un corpus d'arguments de vente de produits industriels emballés complétaient ce dispositif et permettaient de saisir les effets, sur l'offre, de cette circulation des critiques. La seconde recherche, plus ethnographique, est conduite depuis deux ans dans le cadre d'un partenariat entre une institution de recherche – le Cirad – et un service recherche d'une des plus grandes entreprises agroalimentaires mondiales. Il s'agit à proprement parler d'une observation participante : montage conjoint d'enquêtes qualitatives sur l'alimentation réalisées en partenariat avec des chercheurs locaux dans différents pays du monde, collaborations autour de projets éditoriaux et de manifestations scientifiques, participation à des séminaires d'entreprises, réunions conjointes, etc. Nos analyses de la communication des grandes entreprises du secteur agroalimentaire se basent sur une veille active ciblant les campagnes de communication institutionnelle des grandes entreprises industrielles et les prises de parole publiques des dirigeants.

Manifestations de la défiance : éléments socio-historiques

- 15 L'industrialisation de l'alimentation a introduit, en Europe et Amérique du Nord à partir du XIX^e siècle, une distanciation croissante entre les mangeurs et leurs aliments (Fischler 1990). Les connexions agricoles et culinaires des aliments sont devenues de plus en plus opaques avec l'urbanisation, le déclin démographique agricole et l'extériorisation de la cuisine hors du foyer domestique. Ces changements ont généré une défiance dans le système alimentaire industrialisé qui a entraîné la construction d'appareils juridiques encadrant la production alimentaire (Nestlé 2002 ; Stanziani 2005), ainsi que l'émergence d'organisations de défense des consommateurs et la professionnalisation du contrôle de la qualité des aliments (Canu, Cochoy 2004). Ces transformations ont aussi favorisé le développement du système des marques, dont la principale fonction est d'assurer l'identification de la qualité des produits, tout en sécurisant la relation entre production et consommation (Goody 1982 ; Blay-Palmer 2008). Pour assurer cette fonction, les acteurs de ce système s'appuient sur des dispositifs de médiation marchande (Cochoy 1999) et de construction de la réputation (Beuscart *et al.* 2015).
- 16 À partir des années 1960 et 1970, la défiance a gagné un large espace d'expression, dans un contexte d'émergence d'une contre-culture critique de la consommation de masse. Cette période de diffusion de la défiance, documentée dans les cas américain (Belasco 2007 ; Levenstein 2003) et français (Lepiller 2012), s'est caractérisée par des préoccupations diverses : produits chimiques polluants et nocifs pour la santé, « calories vides », pollutions liées au productivisme, pouvoir hégémonique des firmes de l'« *agrobusiness* » et, plus spécifiquement en France, disparition de la paysannerie, perte de sens et d'identité due à la standardisation des produits.
- 17 Mais à partir des années 1980, cette défiance contre-culturelle a perdu du terrain face, notamment, à la *nutritionnalisation* de l'alimentation (Poulain 2009 ; Fournier 2011 ; Lepiller 2012). Les connaissances en épidémiologie et en physiologie se sont accumulées et ont objectivé des liens entre régime alimentaire et santé : les

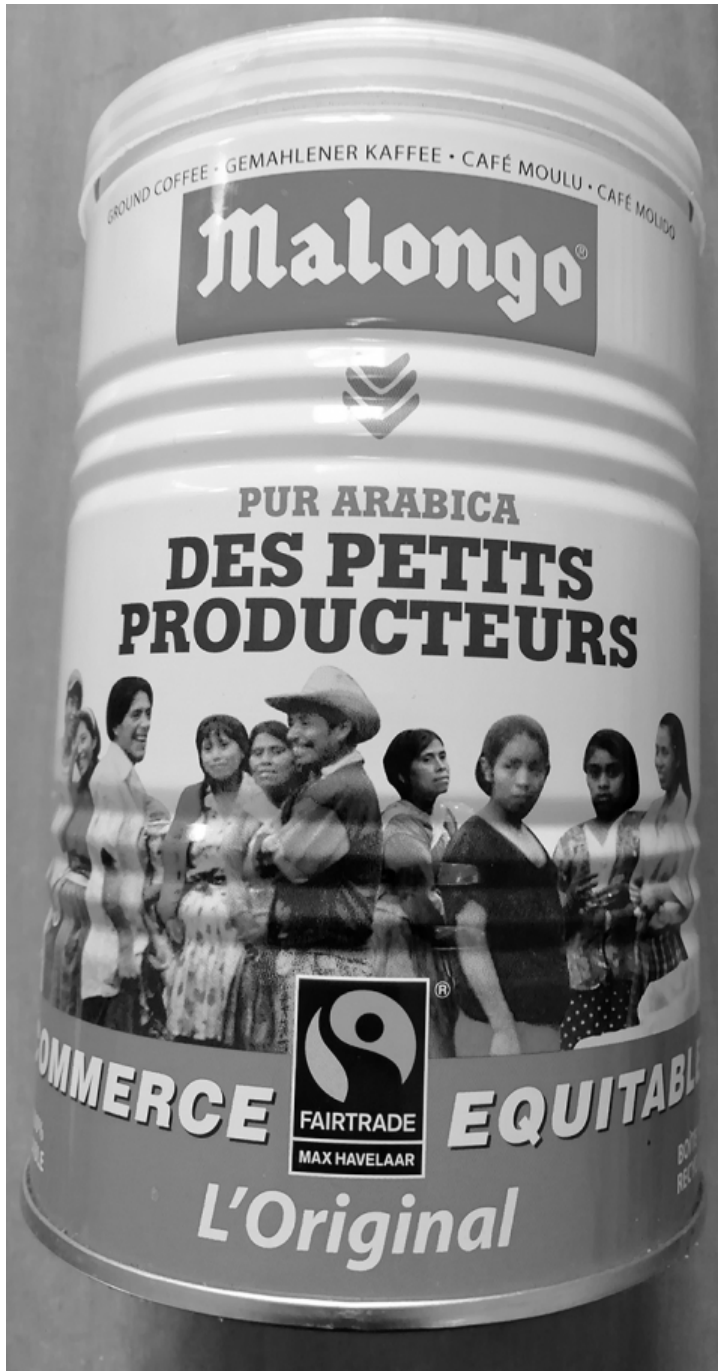
maladies cardiovasculaires d'abord, certains cancers ensuite. Cette tendance s'est inscrite dans un tournant préventif plus large en santé publique, avec le passage à une « éducation pour la santé » (Berlivet 2000)⁷. Elle correspond aussi à la diffusion d'une culture diététique dans les médias, qui, relayant les dernières découvertes scientifiques, ont dramatisé les uns après les autres différentes substances alimentaires : sel, cholestérol, graisses, sucre. Le marché a suivi ces évolutions, avec l'apparition d'arguments de vente tels que « réduit en sel », « sans cholestérol », « allégés en graisse » (Lupton 1996).

- 18 Au cours des années 1980 et début 1990, ces innovations marchandes ont favorisé un affaiblissement de la défiance, dans un contexte où celle-ci était tournée vers les aliments plus que vers l'industrie alimentaire et ses produits. Elles ont permis aux industriels de signifier que l'industrialisation allait dans le bon sens, grâce à la maîtrise techno-scientifique des processus et des formulations de produits (Belasco 2007 ; Lepiller 2013). Cette *nutritionnalisation*, a conduit à une responsabilisation des mangeurs dans la gestion de leurs consommations, ce que l'on peut resituer plus largement par rapport à la diffusion d'une idéologie néolibérale (Fouilleux, Jobert 2017) : à chacun de mieux gérer son alimentation, de mieux la choisir⁸. La responsabilisation individuelle a eu un effet de *symétrisation* de la critique : il revenait tout autant aux mangeurs de bien choisir qu'aux producteurs de bien produire.
- 19 Les choses ont changé à partir du milieu des années 1990. En France, le renforcement de la défiance est très sensible à partir de la première crise dite de la vache folle, fin 1996 début 1997, qui signe l'entrée dans le contexte critique contemporain, où les affaires et scandales alimentaires se succèdent. Même si cette crise a moins directement concerné l'Amérique du Nord, elle a aussi vivifié la défiance et la périodisation proposée vaut aussi pour les États-Unis (Blay-Palmer 2008 ; Levenstein 2012).
- 20 Forgé dans *La Mal bouffe* de S. et J. de Rosnay (1979), le concept de « malbouffe » illustre la montée de cette nouvelle vague de défiance. Le terme a d'abord désigné une alimentation industrialisée, ultra-transformée, hyper-carnée, mauvaise pour la santé, polluante et consommatrice de ressources naturelles. Puis le concept a été oublié, avant de réapparaître dans la presse fin 1999, et d'entrer très rapidement dans les dictionnaires en 2001. Le Coca-Cola et McDonald's étaient alors érigés en symboles d'une mondialisation néolibérale néfaste pour la santé publique, pour les économies nationales et les cultures alimentaires locales (Fischler 1996 ; Foster 2008 ; Ritzer 2010 ; Poulain 2013). Popularisée par le syndicaliste José Bové et la Confédération Paysanne à l'occasion du démontage du restaurant McDonald's de Millau, le concept de malbouffe a alors pris un sens de « mauvaise alimentation liée aux conditions de production dans la société industrielle » (Boussidan *et al.* 2010), puis d'opposition aux OGM. Par la suite, la construction de l'obésité comme « épidémie mondiale » (Poulain 2009) a conféré au terme une signification sanitaire⁹.
- 21 Ce contexte critique s'est aussi traduit par une mise en cause croissante de l'expertise scientifique et de la décision politique. Pendant la crise dite de la vache folle, des scientifiques qui n'avaient pas lancé l'alerte et des décideurs qui n'avaient pas écouté les alertes néanmoins lancées ont été accusés de collusion avec les intérêts industriels (Chateauraynaud, Torny 1999 ; Raude 2008). Dans les années 2000, des recherches académiques ont décrit la force d'influence des lobbies de l'industrie agro-alimentaire sur la décision politique, au détriment du bien commun et de la protection des consommateurs/citoyens (Nestle 2002). Aux États-Unis, les critiques de l'« *agricultural-industrial complex* » (Schlosser 2001 ; Pollan 2006) ont renforcé cette idée d'un gouvernement complice des grandes entreprises, en introduisant la comparaison avec le « système militaro-industriel ».
- 22 Au cours des années 2000, les discours de défiance ont finalement atteint un public très large des deux côtés de l'Atlantique, aussi bien à travers des publications journalistiques qu'à travers de nombreux films : *Supersize me* (2004), *Our Daily Bread* (2005), *We Feed the World* (2005), *Fast Food Nation* (2006) *Food Inc.* (2008), *Le monde selon Monsanto* (2008), *Nos enfants nous accuseront* (2008), *Notre poison quotidien* (2010).
- 23 Depuis la fin des années 2000, la généralisation de la communication numérique et l'avènement des réseaux sociaux, ont outillé la circulation de la défiance, mais aussi la construction de la confiance, en favorisant par exemple l'émergence de modes de consommation alternatifs et le tissage de nouveaux liens entre producteurs et consommateurs.

Les produits de la défiance

- 24 Depuis vingt ans qu'il perdure, le contexte critique contemporain a laissé des traces et marqué les esprits. Le renforcement de la défiance a favorisé le développement de produits et d'innovations marchandes intégrant des réponses à la critique. De plus en plus de transformateurs ont par exemple offert leurs produits phares en version biologique, tandis que les supermarchés ont intégré cette labellisation dans leurs gammes de marques de distributeurs. Il résulte de ce processus une multiplication de produits aux qualités de plus en plus diversifiées. Cette « économie de la qualité » avait commencé à se développer dès les années 1980, avec la saturation des volumes de consommation et la recherche corollaire de nouveaux gisements de croissance, dans l'addition de valeurs qualitatives aux produits (Nicolas, Valceschini 1995). Depuis la fin des années 1990, le contexte critique a favorisé encore davantage cette diversification qui se traduit par un nombre croissant de qualités et d'arguments de vente soulignant comment les produits relient les mangeurs aux autres acteurs, aux êtres vivants et aux techniques agricoles et culinaires. La labellisation équitable (Ill. 1), par exemple, est centrée sur la relation des mangeurs aux agriculteurs et aux fabricants des produits. D'autres arguments traitent de la relation aux animaux (Ill. 2).

Ill. 1 : Une boîte de café labellisé équitable ou « FairTrade »



© Chelsie Yount-André, 2019

III. 2 : Ce jambon porte la mention « Jambon bien élevé. Nos cochons ont grandi sans antibiotique dès la naissance »



© Chelsie Yount-André, 2019

- 25 La qualification biologique repose sur des techniques de production spécifiques, n'utilisant pas d'intrants agricoles ni d'additifs chimiques de synthèse. Elle garantit que les relations, à travers leurs aliments, des mangeurs à l'environnement et à leur propre corps excluent ces substances. Les produits associant plusieurs types de qualités et de réponses à la défiance se sont multipliés (Ill. 3).

Ill. 3 : Ces gaufres surgelées vendues aux États Unis portent les mentions « 8 whole grains », « NO high fructose corn syrup. NO artificial flavors, colors or preservatives » et « NON GMO Verified ».



© Chelsie Yount-André, 2019

- 26 Ceux qui présentent une qualité biologique et équitable sont devenus communs (cafés, thés, chocolats par exemple). D'autres qualifications peuvent être associées, pour certaines institutionnalisées à travers des labellisations réglementées (appellations d'origine, de modes de fabrication traditionnels), pour d'autres relevant de standards privés (standards de durabilité, compatibilité avec les régimes végétariens ou véganes) ou d'arguments de vente plus particuliers (fabrication à base d'ingrédients comme à la maison, sans OGM, nourris à l'herbe, sans sirop de maïs à haute teneur en fructose, sans huile de palme, cf. Ill. 4 et 5).

Ill. 4 : Cette céréale de petit-déjeuner vendue aux États-Unis porte les mentions « Whole Grain is the 1st ingredient », « Made with 100% Real Cinnamon », « Gluten Free », « NO High fructose Corn Syrup. NO Artificial Flavors, Colors or Preservatives ».



© Chelsie Yount-André, 2019

III. 5: Une pâte à tartiner biologique et sans huile de palme, d'une marque de distributeur, souligne l'absence de ces arguments sur la marque historique de pâte à tartiner.



© Chelsie Yount-André, 2019

27 Les réponses à la défiance s'observent dans le travail de requalification de produits existants, à travers la reformulation des stratégies marketing et de communication à leur sujet, voire à travers des changements techniques dans les modes de production. Elles sont aussi de plus en plus souvent intégrées très en amont dans le développement de nouveaux produits, dès leur conception, au point que l'on puisse parler d'innovation par assimilation de la critique.

28 Le lien entre défiance et diversification des qualités est tangible dans les sollicitations que les chercheurs en sciences sociales reçoivent pour interpréter le contexte critique que les industriels tiennent pour acquis et au sein duquel ils souhaitent innover, comme nous avons pu l'observer dans le cadre du partenariat auquel nous participons. Leur conviction d'être la cible de critiques se fonde sur des données économiques telles que l'évolution des ventes, sur des études de type « perceptions des consommateurs » et sur des outils de veille thématique appliqués aux médias et réseaux sociaux. Les termes des sollicitations montrent que les chercheurs en sciences sociales sont perçus comme des experts capables d'aider à ajuster – au sens d'un accroissement de la justice et de la justesse – les communications, les processus de production ou les innovations (Goulet *et al.* 2015).

29 Les choix stratégiques des grands groupes témoignent de ce phénomène de diversification. Danone, par exemple, a acquis en 2017 le numéro un américain des « laits végétaux » de qualité biologique, WhiteWave. Suite à cette acquisition, le département « Produit laitiers » a été renommé « Produits laitiers et d'origine végétale ». Le groupe a également lancé en 2018 des gammes de qualité biologique au sein de plusieurs de ses marques historiques. Ces orientations permettent à Danone, dont l'identité et l'activité sont très attachées aux produits laitiers, de se situer dans un environnement marqué par la critique de la non durabilité des aliments d'origine animale, tout en s'appuyant sur la légitimité de la qualification biologique sur les plans environnementaux et sanitaires. Le groupe a également favorisé le lancement, en France en 2006, de la marque de produits laitiers biologiques Les Deux Vaches, quelques années après avoir pris une participation importante dans le capital du leader du yaourt biologique aux États-Unis, Stonyfield Farm, ce qui en fait un bon exemple d'innovation par assimilation de la critique. Ces choix stratégiques possèdent à notre sens une double dimension politique : d'abord parce que les questions de durabilité de l'alimentation ont été mises à l'agenda politique des institutions internationales et des États depuis une dizaine

d'années (Esnouf, Russel, Bricas 2011), ensuite parce qu'elles se traduisent dans des politiques publiques de « gouvernement des conduites » de consommation qui s'insinuent dans le quotidien des pratiques (Dubuisson-Quellier 2016).

30 Le recyclage – ou endogénéisation – des alternatives correspond à un fonctionnement bien connu de l'économie capitaliste, par lequel les acteurs économiques dominants incorporent les critiques adressées au système d'accumulation du capital, à ses activités et conséquences (Hirschmann 1972 ; Boltanski, Chiapello 1999). Il a été mis en évidence dans le domaine alimentaire (Lepiller 2012, Dubuisson-Quellier 2013). Mais il nous semble que la situation actuelle possède une particularité : le recyclage de la critique est devenu une condition à laquelle les nouveaux entrants sur les marchés alimentaires ont intérêt à se conformer d'emblée.

31 Le recyclage de la défiance produit un effet trop rarement souligné. L'existence des produits biologiques, par exemple, rappelle aux consommateurs que d'autres productions utilisent des substances chimiques de synthèse, tandis que les indications d'origine rappellent l'indifférenciation géographique de l'origine de certains produits. Ainsi, le recyclage de la défiance questionne la consommation de masse et les grandes marques qui ne disaient rien, historiquement, de la manière dont elles relient les mangeurs au système alimentaire – l'exemple le plus emblématique étant celui du Coca-Cola. Cette opacité, désormais, se situe dans un environnement marchand qui la souligne et la distingue : *a minima*, elle ne va plus de soi, quand elle n'est pas clairement ciblée par la critique. Très concrètement, les marques historiques sont placées au sein d'une diversité d'alternatives sur les étagères des distributeurs. La contingence du système industriel de masse s'en retrouve mise à nu : il apparaît de plus en plus comme un choix qui a été fait, qui donc peut être défait.

32 Dans ce contexte, la dimension politique de l'*assiette ordinaire* se manifeste de plus en plus évidemment. Elle apparaît sur les emballages et dans les discours commerciaux. Même pour les mangeurs « ordinaires », ceux qui ne sont pas spécialement militants, il est devenu possible de mettre en pratique la défiance au quotidien, de se détourner de l'opacité des marques historiques, puisque des options alternatives sont disponibles¹⁰. Certaines de ces alternatives se situent en dehors du système industriel dominant, à l'instar des magasins de producteurs locaux ou des boutiques spécialistes des produits biologiques. D'autres ont été intégrées à ce système, comme le montre le cas de WhiteWave désormais contrôlé par Danone. D'autres, enfin, sont développées par les acteurs du système, dominants en son sein. C'est le cas, par exemple, des gammes biologiques aujourd'hui proposées par la grande distribution, sous ses propres marques, à des prix attractifs. Ce phénomène constitue un processus particulièrement abouti de recyclage de la critique. Son origine se situe dans la défiance envers l'alimentation industrielle, puisque l'alimentation biologique s'est historiquement institutionnalisée contre l'industrialisation. Mais son moteur est aussi celui d'une recherche de confiance au sein du système industriel, puisque les mangeurs, en consommant ces produits biologiques sous marques de distributeurs, valident en quelque sorte, intentionnellement ou non d'ailleurs, des compromis entre qualité alternative et accessibilité économique. Ainsi, l'*assiette ordinaire* se politise même en dehors des formes théorisées et proclamées d'engagement politique.

33 Certains industriels assument aujourd'hui publiquement une désaffection envers l'alimentation industrielle de masse, qu'ils mesurent à travers les évolutions de leurs chiffres de vente¹¹. Depuis quelques années, ils interprètent cette désaffection en termes de défiance. Des médias évoquent ainsi une « War on Big Food » (Kowitt 2015), qui ne serait pas qu'une construction journalistique. Les industriels prennent ces interprétations au sérieux. Pour preuve, citons la multiplication des forums et plateformes dites « précompétitives » affichant l'objectif d'une reconquête de la confiance des consommateurs¹². Un autre exemple est celui du distributeur Carrefour, récemment confronté à des difficultés financières liées à la crise du modèle de l'hypermarché, et de sa campagne « Act for Food », qui met en scène des consommateurs sceptiques vis-à-vis des efforts du distributeur, afin de mieux justifier les réponses qu'il leur propose¹³.

34 Dans ce contexte, une des stratégies actuelles des grands groupes industriels passe par le rachat et l'hébergement (plutôt que l'absorption) d'entreprises innovantes créées depuis la fin des années 1990 dans le contexte critique contemporain. Les valeurs attachées à ces produits sont orthogonales à l'alimentation de masse et à son opacité gérée par les marques. Un premier exemple est celui du fabricant britannique de boissons aux fruits Innocent, dont le nom-même prend son sens en référence tacite aux mises en accusation des grandes marques de boissons. Innocent, qui affiche la devise « boissons délicieuses et 100 % naturelles pour gens sympas », est aujourd'hui propriété de Coca-Cola, actionnaire depuis 2009, majoritaire depuis 2010 (Ill. 6).

III. 6 : Jus de fruits et smoothies de la marque Innocent



© Chelsie Yount-André, 2019

- 35 Un autre exemple est celui de l'entreprise de pâtisserie Michel et Augustin, qui affiche des compositions « à partir d'ingrédients que l'on peut trouver dans n'importe quelle cuisine, sans additifs ni colorants¹⁴ » (Ill. 7). Depuis 2016, Danone a pris possession de 40 % de son capital.

Ill. 7 : Ces biscuits de la marque Michel et Augustin porte les mentions « Nos recettes sont secrètes, pas nos ingrédients. Ils sont simples et de qualité », « pur beurre » et « sucre roux de canne ».



© Chelsie Yount-André, 2019

- 36 Dans ce contexte, une nouvelle question de recherche émerge. Si l'adoption de nouveaux produits et de nouvelles qualités commence à être bien documentée, son envers, autrement dit l'abandon, par les mangeurs, de produits emblématiques du système alimentaire industriel, a en revanche été peu étudié. Or, on peut y voir une forme de critique *exit* sourde (Hirschman 1972), qui mérite une étude plus détaillée : s'il s'agit de se déconnecter d'un système, l'abandon possède un sens tout autant politique que l'adoption d'un autre.

Conclusion

- 37 L'histoire de la défiance envers l'alimentation industrielle et de son recyclage par les acteurs de l'offre montre l'accélération de ces phénomènes depuis une vingtaine d'années. La diversification des produits et des qualités qui en résulte conduit à révéler la possibilité d'autres systèmes alimentaires que celui basé sur l'industrie de masse, le productivisme et l'opacité des marques historiques. Nous voyons dans ce processus une politisation à petit feu, par le marché, de l'*assiette ordinaire*. Le teneur concrète de cette politisation dans les activités de consommation ordinaires, du point de vue des mangeurs, appelle à des investigations plus poussées.
- 38 Ce processus interroge d'ailleurs jusqu'à l'idée elle-même d'une assiette qui serait *ordinaire*. Présentée comme apolitique au motif qu'elle ne ferait que répondre à des besoins à la fois individuels et partagés par tous, la consommation alimentaire de masse se trouve en effet dépouillée de son caractère d'évidence. Elle manifeste alors le cœur du projet politique sur lequel elle repose : celui de la minimisation des coûts et de la maximisation des profits des entreprises industrielles capitalistes qui la produisent. La diversification des qualités et l'endogénéisation de la critique par ces entreprises conduisent ainsi à une politisation de l'*assiette ordinaire* qui repose elle-même sur un processus de dénaturalisation marchande.
- 39 Par ce terme, nous désignons le rapatriement de dimensions politiques dans le marché, et par le fonctionnement du marché. En l'espèce, la dénaturalisation marchande procède de deux phénomènes liés : la visibilité croissante de la dimension politique de l'alimentation industrielle de masse et l'incorporation progressive de nouvelles valeurs politiques au sein de cette dernière. Nous proposons ce concept en écho à la « naturalisation marchande » analysée par Cheyns (2009) dans la construction du marché de l'huile de palme durable. L'auteur montre comment l'exigence de profit et la croissance de la demande globale ont peu à peu été naturalisés – c'est-à-dire qualifiés d'inéluctables et rendus indiscutables – au cours de la construction, au sein d'« initiatives multi-parties prenantes », de standards de durabilité. Ce processus de dépolitisation implique un resserrement du pluralisme des valeurs de durabilité et a conduit à une définition de l'huile de palme durable subordonnée à la légitimité marchande et industrielle. La dénaturalisation marchande est un processus dirigé dans le sens inverse de cette naturalisation marchande. En rendant plus manifestes les choix opérés par les producteurs de l'alimentation industrielle de masse ainsi que l'opacité qui les accompagnent, il conduit à une politisation de l'*assiette ordinaire*. Ces choix contribuent à relier les mangeurs à un système alimentaire industriel qui ne va plus de soi, du fait qu'il apparaît de plus en plus comme une option parmi d'autres.
- 40 Dans le domaine alimentaire, comme dans la vie civique et politique (Rosanvallon 2006) ou dans les activités les plus quotidiennes (Carey, Renault, Allard 2016), la défiance apparaît constructive : d'une part, parce qu'elle conduit au développement de nouveaux produits plus politisés par recyclage de la critique ; d'autre part, parce qu'elle participe à la reconfiguration du paysage agroalimentaire, en forçant les entreprises multinationales à faire face à des pertes de parts de marchés et à faire avec le desserrement de leur hégémonie.

Bibliographie

- Anses (2017), *Étude individuelle nationale des consommations alimentaires 3* (INCA 3), Maisons-Alfort, Anses.
- Adamiec C. (2016), *Devenir sain. Des morales alimentaires aux écologies de soi*, Rennes, Tours, PUR, PU François Rabelais de Tours.
- Ashley B., Hollows J., Jones S., Taylor B. (2004), *Food and Cultural Studies*, Londres, Routledge.
- Algan Y., Cahuc P. (2016), *La société de défiance : comment le modèle social français s'autodétruit*, Paris, Éditions Rue d'Ulm.
- Appadurai A. (1981), « Gastro-Politics in Hindu South Asia », *American Ethnologist*, 8, p. 494-511.
- Belasco W.J. (2007), *Appetite for Change. How the Counterculture Took on the Food Industry, Second Updated Edition*, New York, Cornell University Press.

- Berlivet L. (2000), De l'éducation sanitaire à la promotion de la santé : la santé publique face aux accusations de moralisme », in Garrigou A. (éd.), *La santé dans tous ses états*, Biarritz, Atlantica, p. 243-270.
- Bestor T.C. (2001), « Supply-side sushi: commodity, market, and the global city », *American Anthropologist*, 103, 1, p. 76-95.
- Beuscart J.-S., Chauvin P.-M., Jourdain A., Naulin S. (2015) « La réputation et ses dispositifs », *Terrains & Travaux*, 26, 1, p. 5-22.
- Blay-Palmer A. (2008), *Food Fears: From Industrial to Sustainable Food Systems*, Aldershot, Ashgate.
- Boltanski L. (2009), *De la critique. Précis de sociologie de l'émancipation*, Paris, Gallimard.
- Boltanski L., Chiapello E. (1999), *Le nouvel esprit du capitalisme*, Paris, Gallimard.
- Boussidan A., Lupone S., Ploux S. (2010), La malbouffe : Un cas de néologie et de glissement sémantique fulgurants, in Slodzian M., Valette M. (dir.), *Actes de La 8^e Conférence internationale Terminologie et intelligence artificielle. CEUR Workshops Proceedings*, p. 1-9.
- Bronner G. (2013), *La démocratie des crédules*, Paris, PUF.
- Brumfiel E.M. (2004), Materiality, feasts, and figured worlds in Aztec Mexico, in DeMarrais E., Gosden C., Renfrew C. (dir.), *Rethinking Materiality: The Engagement of Mind with the Material World*, Cambridge, McDonald Institute for Archaeological Research, p. 225-238.
- Caldwell M.L. (2002), « The Taste of Nationalism: Food Politics in Postsocialist Moscow », *Ethnos*, 67, 3, p. 295-319.
- Calvo E. (1997), « Toujours Africains et déjà Français : la socialisation des migrants vue à travers leur alimentation », *Politique Africaine*, 67, p. 48-55.
- Canu R., Cochoy F. (2004), « La loi de 1905 sur la répression des fraudes : un levier décisif pour l'engagement politique des questions de consommation », *Sciences de la société*, 62, p. 69-92.
- Cardon P. (2015), « Gouverner de l'intérieur. La prévention nutritionnelle comme mode de gestion publique du maintien des personnes âgées à domicile », *Questions de communication*, 27, p. 63-77.
- Carey M. (2017), *Mistrust. An Ethnographic Theory*, Chicago, HAU Books.
- Carey M., Renault R., Allard O. (dir.) (2016), « Méfiance », *Tracés*, 31, Lyon, ENS Éditions.
- César c., Institut de veille sanitaire (2007), *Etude Abena 2004-2005 – Comportements alimentaires et situations de pauvreté : Aspects socio-anthropologiques de l'alimentation des personnes recourant à l'aide alimentaire en France*, Paris, Institut de Veille Sanitaire.
- Chateaufrenay F., Tornay D. (1999), *Les sombres précurseurs : une sociologie pragmatique de l'alerte et du risque*, Paris, Éditions de l'EHESS.
- Chessel M.-A., Cochoy F. (dir.) (2004), « Marché et politique : Autour de la consommation engagée », *Sciences de la société*, 62, Toulouse, PUM.
- Cheyns E. (2009), « Naturalisation marchande, rationalité technique et (dé-)politisation du bien commun. Les standards agricoles "durables" dans les "Initiatives multi partie prenante" », *3^{èmes} Journées de recherches en sciences sociales*, Montpellier, INRA-SFER-Cirad, 9-11 déc. <<http://agritrop.cirad.fr/552682/>>.
- Cochoy F. (1999), *Une histoire du marketing : discipliner l'économie de marché*, Paris, La Découverte.
- Counihan C.M., Kaplan S.L. (dir.) (1998), *Food and Gender: Identity and Power*, Amsterdam, Harwood Academic Publisher.
- Crenn C., Hassoun J.-P., Medina F.-X. (2010), « Introduction : Repenser et réimaginer l'acte alimentaire en situations de migration », *Anthropology of food*, 7. <<http://journals.openedition.org/aof/6672>>.
- DeSoucey M. (2016), *Contested Tastes: Foie Gras and the Politics of Food*, Princeton, Princeton University Press.
- Donati K. (2005), « The pleasure of diversity in slow food's ethics of taste », *Food, Culture & Society*, 8, 2, p. 227-242.
- Dickinson M. (2016), « Working for Food Stamps: Economic Citizenship and the Post-Fordist Welfare State in New York City », *American Ethnologist*, 43, 2, p. 270-281.
- Dubuisson-Quellier S. (2009), *La consommation engagée*, Paris, Les Presses de Sciences Po.
- Dubuisson-Quellier S. (2013), « A Market Mediation Strategy: How Social Movements Seek to Change Firms' Practices by Promoting New Principles of Product Valuation », *Organization Studies*, 34, 5-6, p. 683-703.
- Dubuisson-Quellier S. (dir.) (2016), *Gouverner les conduites*, Paris, Les Presses de Sciences Po.
- Escouff C., Russel M., Bricas N. (dir.) (2011), *Pour une alimentation durable : Réflexion stratégique duALIne*, Versailles, Quae.
- Federation of American Societies for Experimental Biology (FASEB) (2015), « Highly processed foods dominate U. S. grocery purchases », *ScienceDaily*, 29 March. <www.sciencedaily.com/releases/2015/03/150329141017.htm>.
- Ferrières M. (2002), *Histoire des peurs alimentaires. Du Moyen-Âge à l'aube du xx^e siècle*, Paris, Seuil.
- Firth R. (1934), « The Sociological Study of Native Diet », *Africa*, 7, p. 401-414.
- Fischler C. (1988), « Food, self and identity », *Social Science Information*, 27, 2, p. 275-292.
- Fischler C. (1990), *L'omnivore*, Paris, Odile Jacob.
- Fischler C. (1996), La « macdonaldisation » des mœurs, in Flandrin J.-L., Montanari M. (dir.), *Histoire de L'alimentation*, Paris, Fayard, p. 859-879.
- Forson P.W., Counihan C. (dir.) (2012), *Taking food public: Redefining foodways in a changing world*, London, Routledge.
- Foster R.J. (2008), *Coca-Globalization: Following Soft Drinks from New York to New Guinea*, New York, Palgrave MacMillan.
- Fouilleux E., Jobert B. (2017), « Le cheminement des controverses dans la globalisation néo-libérale », *Gouvernement et action publique*, 3, p. 9-36.
- Fournier T. (2011), *Une Sociologie de la décision alimentaire. L'observance diététique chez des mangeurs hypercholestérolémiques*, thèse de sociologie, Toulouse, Université de Toulouse II-Le Mirail, 2011.
- Goulet F., Sauvegrain S.-A., Arcienigas L., Bricas N. (2015), « Innover de façon plus juste ? De la place des connaissances dans un dispositif de coopération sciences sociales – industrie », *Innovations*, 47, p. 33-54.
- Goody J. (1982), *Cooking, Cuisine and Class: A Study in Comparative Sociology*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Greenflex (2017), *Le 12^{ème} baromètre Greenflex. Les Français et la consommation responsable*, Paris, Greenflex. <<https://info.greenflex.com/les-francais-et-la-consommation-responsable-2017>>.
- Hirschman A.O. (1972), *Face au déclin des entreprises et des institutions*, Paris, Editions Ouvrières.
- Holtzman J. (2002), « Politics and Gastropolitics: Gender and the Power of Food in Two African Pastoralist Societies », *Journal of the Royal Anthropological Institute*, 8, 2, p. 259-278.
- Kjærnes U., Harvey M., Warde A. (2007), *Trust in food: A comparative and institutional analysis*, Basingstoke, New York, Palgrave Macmillan.
- Kowitz B. (2015) « Special Report: The War on Big Food » *Fortune.com*, 21 mai, <<http://fortune.com/2015/05/21/the-war-on-big-food/>>.
- Lemonnier P. (1990), *Guerres et festins : paix, échanges et compétition dans les Highlands de Nouvelle-Guinée*, Paris, MSH.
- Lepiller O. (2012), *Critiques de l'alimentation industrielle et valorisations du naturel : sociologie historique d'une « digestion » difficile (1968-2010). Thèse de sociologie*, Toulouse, Université de Toulouse II-Le Mirail.

- Lepiller O. (2013), La bouffe industrielle à la casserole. Les effets de la critique de l'alimentation industrielle par la nutrition et les diététiques alternatives (1965-1985), in Depecker T., Lhuissier A., Maurice A. (dir.) (2013), *La Juste mesure. Une sociologie historique des normes alimentaires*, Rennes, Tours, PUR, Presses Universitaires François Rabelais de Tours, p. 115-144.
- Lamine C. (2005), « Settling Shared Uncertainties: Local Partnerships Between Producers and Consumers », *Sociologia Ruralis*, 45, 4, p. 324-345.
- Lang T., Towards a food democracy, in Griffiths S., Wallace J. (dir.) (1998), *Consuming Passions: Cooking and Eating in the Age of Anxiety*, Manchester, Manchester University Press, p. 13-24.
- Leroux B. (2006), « Entre la bio et le bio... Quelles normes alimentaires ? Le projet transversal de l'agrobiologie française depuis l'après-guerre », *Journal des anthropologues*, 106-107, p. 43-60.
- Le Velly R. (2017), *Sociologie des systèmes alimentaires alternatifs. Une promesse de différence*, Paris, Presses de l'École des Mines.
- Levenstein H.A. (2003), *Paradox of plenty : a social history of eating in modern America*, Berkeley, University of California press.
- Levenstein H.A. (2012), *Fear of food: A history of why we worry about what we eat*, Chicago, University of Chicago Press.
- Lofstedt R. (2013), « Communicating Food Risks in an Era of Growing Public Distrust: Three Case Studies », *Risk Analysis*, 2013, 33, 2, p. 192-202.
- Lupton D. (1996), *Food, the Body and the Self*, London, Sage.
- Maréchal G. (dir.) (2008), *Les circuits courts alimentaires : bien manger sur les territoires*, Dijon, Educagri.
- Mathiot L. (2015), « Manger comme un grand. La régulation des pratiques alimentaires », *Ethnologie française*, 154, 4, p. 685-692.
- Mauss M. (2009), « Essai sur le don », in *Sociologie et anthropologie*, Paris, PUF, p. 143-279.
- Mintz S.W. (1985), *Sweetness and Power: The Place of Sugar in Modern History*, New York, Penguin.
- Munn N.D. (1986), *The Fame of Gawa: A Symbolic Study of Value Transformation in a Massim (Papua New Guinea) Society*, Cambridge, Cambridge University Press.
- Murdoch J., Miele M. (1999), « "Back to Nature": Changing "Worlds of Production" in the Food Sector », *Sociologia Ruralis*, 39, 4, p. 465-483.
- Nestle M., *Food Politics: How the Food Industry Influences Nutrition and Health, Revised and Expanded Edition*, Berkeley, University of California Press.
- Valceschini E. (dir.) (1995), *Agro-alimentaire : une économie de la qualité*, Paris, Economica.
- Orange Ravachol D., Kovacs S., Orange C. (2018), « Éducation nutritionnelle et acculturation scientifique : quelles circulations de normes et de savoirs dans les discours adressés aux jeunes ? », *Éducation et socialisation*, 48. <<http://journals.openedition.org/edso/2939>>.
- Ouedraogo A.P. (1998), « Assainir la société. Les enjeux du végétarisme », *Terrain*, 31, p. 59-76.
- Paturel D., Ramel M. (2017), « Éthique du care et démocratie alimentaire : les enjeux du droit à une alimentation durable », *Revue française d'éthique appliquée*, 4, 2, p. 49-60.
- Pleyers G. (2011a), S'engager autrement pour consommer autrement, in Pleyers G. (dir.), *La consommation critique. Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire*, Paris, Desclée de Brouwer, p. 241-254.
- Pleyers G. (dir.) (2011b), *La consommation critique : Mouvements pour une alimentation responsable et solidaire*, Paris, Desclée de Brouwer.
- Pollan M. (2006), *The Omnivore's Dilemma: A Natural History of Four Meals*, Penguin, New York.
- Poulain J.-P. (2009), *Sociologie de l'obésité*, Paris, PUF.
- Poulain J.-P. (2013), Affirmation des particularismes individuels et évolution des modèles alimentaires, in Fischler C. (dir.), *Les alimentations particulières*, p. 248-259.
- Poulain J.-P. (2019), Concluding Remarks: Anxiety as Invariant of Human Relation to Food, in Ehlert J., Faltmann N.K. (dir.), *Food Anxiety in Globalising Vietnam*, Singapore, Springer Singapore, p. 301-320.
- Raude J. (2008), *Sociologie d'une crise alimentaire : les consommateurs à l'épreuve de la maladie de la « vache folle »*, Paris, Tec et Doc.
- Ray K. (2004), *The Migrants Table: Meals And Memories in Bengali-American Households*, Philadelphia, Temple University Press.
- Régnier F., Masullo A. (2009), « Obésité, goûts et consommation », *Revue française de sociologie*, 2009, 50, 4, p. 747-773.
- Richards A.I. (1939), *Land, Labour and Diet in Northern Rhodesia: An Economic Study of the Bemba Tribe*, Oxford, Oxford University Press.
- Ritzer G. (dir.) (2010), *McDonaldization: the Reader*, Thousand Oaks, Pine Forge Press.
- Rodet D. (2015), « L'économie solidaire comme mouvement social : des dispositifs de qualité pour s'identifier, agir et mobiliser », *Revue Française de Socio-Economie*, 15, p. 193-212.
- Rosanvallon P. (2006), *La contre-démocratie : la politique à l'âge de la défiance*, Seuil, Paris.
- Rosnay (de) S., Rosnay (de) J. (1979), *La Mal bouffe*, Paris, Olivier Orban.
- Rozin P. (1976), « The selection of foods by rats, humans, and other animals », *Advances in the Study of Behavior*, 6, p. 21-76.
- Sen A., (1981), *Poverty and Famines: An Essay on Entitlement and Deprivation*, Oxford, Oxford University Press.
- Siniscalchi V. (2014), Slow food activism between politics and economy, in Counihan C., Siniscalchi V. (dir.), *Food Activism. Agency, Democracy and Economy*, Londres, Bloomsbury Academic, p. 225-241.
- Schlosser E. (2001), *Fast Food Nation: The Dark Side of the All-American Meal*, Boston, Houghton Mifflin Harcourt, Boston.
- Smith A.F. (2006), *Fast Food and Junk Food: An Encyclopedia of What We Love to Eat*, Westport, Greenwood Press.
- Stanziani A. (2005), *Histoire de la qualité alimentaire : XIXe-XXe siècle*, Paris, Seuil.
- The PLoS Medicine Editors (2012), « PLoS Medicine Series on Big Food: The Food Industry Is Ripe for Scrutiny », *PLOS Medicine*, 9, 6. <<https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1001246>>.
- Trapp M.M. (2016), « You-Will-Kill-Me-Beans : Taste and the Politics of Necessity in Humanitarian Aid », *Cultural Anthropology*, 31, 3, p. 412-437.
- Watson J.L. (dir.) (1997), *Golden Arches East: McDonald's in East Asia*, Stanford, Stanford University Press.
- Watson J.L., Caldwell M. (dir.) (2005), *The cultural politics of food and eating: a reader*, Oxford, Blackwell Publishing.
- Wilk R. (dir.) (2006), *Fast food/slow food: the cultural economy of the global food system*, Plymouth, Altamira.
- Yount-André C. (2018), « Empire's leftovers: Eating to integrate in secular Paris », *Food and Foodways*, 26, 2, p. 124-145.

Notes

1 Pour une critique de cette lecture, voir Carey, Renault et Allard, 2016 et Carey, 2017.

2 Il nous semble qu'un effort de recherche au moins aussi conséquent est à produire sur l'objet symétrique, encore moins exploré, de la construction de la confiance. Avec la connexion généralisée, la confiance se construit sous des formes potentiellement nouvelles, remettant en question le rôle des institutions qui la garantissent habituellement.

3 Nous avons choisi ces deux contextes nationaux moins pour les mettre en comparaison et identifier leurs différences – qui sont notables –, que pour illustrer les effets de la défiance dans l'alimentation industrielle, à partir de deux cas relativement bien renseignés de sociétés post-industrielles, où exercent les mêmes entreprises multinationales.

4 En France, 49,7 % des aliments consommés par les 18-79 ans et 68,3 % de ceux consommés par les 0-17 ans ont une « origine de préparation ou de production » industrielle (Anses 2017). Aux États-Unis, en 2012, plus que 60 % des calories achetées provenaient des produits « ultra-transformés » et plus que 80 % des calories étaient achetées en forme « prêt-à-manger » ou « prêt-à-chauffer » (FASEB 2015).

5 Nous utilisons cette distinction entre *assiette engagée*, *caritative* et *ordinaire* avant tout comme une « expérience de pensée » pour formuler notre problématique (Boltanski, 2009). Au niveau des pratiques de consommation concrètes, ces catégories s'hybrident, et c'est un des enjeux de l'article que de montrer que l'*assiette ordinaire* tend à intégrer des éléments provenant historiquement de l'*assiette engagée*, via le recyclage des critiques.

6 Celui du livre du journaliste militant Aymeric Caron : *Antispéciste*, Paris, Don Quichotte, 2016.

7 Même si leur réception prend des formes différenciées selon les catégories sociales, la diffusion des savoirs, normes et discours nutritionnels – sous l'effet notamment des politiques de santé publique –, concerne aujourd'hui l'ensemble de la société, en France (Régnier, Masullo 2009) comme aux États-Unis (Belasco 2007). En témoigne, par exemple, leur diffusion en direction des publics aux deux extrémités de la vie : chez les jeunes (Mathiot 2015, Orange Ravachol, Kovacs, Orange 2018), comme chez les personnes âgées (Cardon 2015).

8 On retrouve cette éthique de la responsabilité individuelle sous des formes parfois très théorisée dans certaines morales alimentaires contemporaines à visée de santé (Adamiec 2016).

9 En anglais, le terme « *junk food* » a été popularisé dans la presse au cours des années 1970 (Smith 2006). Il ne constitue pas un équivalent parfait de « malbouffe », puisqu'il est plus centré sur la composition des produits et les pratiques individuelles de consommation. Il n'implique pas nécessairement la dimension systémique au moins implicite de « malbouffe ». Cette dimension systémique est plutôt portée par le terme « *Big Food* », dont la carrière critique, dans la presse puis la littérature académique, débute dans les années 2000 (The PLoS Medicine Editors, 2012).

10 Les indices sont nombreux d'une « défiance publique croissante » en Europe comment aux États-Unis (Lofstedt 2013). Parmi ces indices, nous pouvons ranger la croissance continue de la consommation de produits biologiques, et plus largement de la consommation de produits à signes de qualité et d'origine, en France comme aux États-Unis depuis une vingtaine d'année ; le développement des mouvements de consommation « alternative » et leur hybridation avec des formes marchandes plus conventionnelles (Rodet 2015) ; ou encore les enquêtes quantitatives qui objectivent le faible niveau de confiance des consommateurs envers les grandes marques industrielles (voir par exemple Greenflex 2017).





11 Pour illustration, lors du *Consumer Goods Forum* de 2017, un réseau réunissant des dirigeants d'entreprises, le PDG de Danone Emmanuel Faber a par exemple donné un discours remarqué, déclarant : « les consommateurs quittent nos magasins. Ils se détournent de nos marques et trouvent leurs propres alternatives. Ils les cherchent sans nous, sans l'industrie agroalimentaire. » (Discours d'Emmanuel FABER au *Consumer Goods Forum*, 22 juin 2017) <<https://www.youtube.com/watch?v=PhuEtyH6SK4>> consulté le 16/04/18.

12 Nous pensons par exemple à la plateforme précompétitive Trust in Food <<https://www.trustinfood.com/>>, ainsi qu'au forum ReThink Eat !, ce dernier proposant une session au titre évocateur : « Trust – dealing with the runaway consumer » <<https://www.rethink-eat.fr/>>. Sites consultés le 10/10/2018.

13 Le distributeur s'engage par exemple à bannir « cent substances controversées » de ses produits en marque de distributeur. À un consommateur, mis en scène en train de réagir à cette annonce (« Vous appliquez la loi, quoi ! »), la voix off porte-parole de Carrefour répond : « Non, on prend les devants, en bannissant des substances légales, mais qui font débat » <<https://www.youtube.com/watch?v=Q49kw38oVC8>>. Consulté le 11/10/2018.

14 Site officiel : <www.micheletaugustin.com> consulté le 22/11/17.

Table des illustrations

	Titre	Ill. 1 : Une boîte de café labellisé équitable ou « FairTrade »
	Crédits	© Chelsie Yount-André, 2019
	URL	http://journals.openedition.org/revss/docannexe/image/3901/img-1.png
	Fichier	image/png, 638k
	Titre	Ill. 2 : Ce jambon porte la mention « Jambon bien élevé. Nos cochons ont grandi sans antibiotique dès la naissance »
	Crédits	© Chelsie Yount-André, 2019
	URL	http://journals.openedition.org/revss/docannexe/image/3901/img-2.png
	Fichier	image/png, 329k
	Titre	Ill. 3 : Ces gaufres surgelées vendues aux États Unis portent les mentions « 8 whole grains », « NO high fructose corn syrup. NO artificial flavors, colors or preservatives » et « NON GMO Verified ».
	Crédits	© Chelsie Yount-André, 2019
	URL	http://journals.openedition.org/revss/docannexe/image/3901/img-3.png
	Fichier	image/png, 244k
	Titre	Ill. 4 : Cette céréale de petit-déjeuner vendue aux États-Unis porte les mentions « Whole Grain is the 1st ingredient », « Made with 100% Real Cinnamon », « Gluten Free », « NO High fructose Corn Syrup. NO Artificial Flavors, Colors or Preservatives ».
	Crédits	© Chelsie Yount-André, 2019
	URL	http://journals.openedition.org/revss/docannexe/image/3901/img-4.png
	Fichier	image/png, 264k
	Titre	Ill. 5 : Une pâte à tartiner biologique et sans huile de palme, d'une marque de distributeur, souligne l'absence de ces arguments sur la marque historique de pâte à tartiner.
	Crédits	© Chelsie Yount-André, 2019
	URL	http://journals.openedition.org/revss/docannexe/image/3901/img-5.png
	Fichier	image/png, 332k
	Titre	Ill. 6 : Jus de fruits et smoothies de la marque Innocent
	Crédits	© Chelsie Yount-André, 2019
	URL	http://journals.openedition.org/revss/docannexe/image/3901/img-6.png
	Fichier	image/png, 297k
	Titre	Ill. 7 : Ces biscuits de la marque Michel et Augustin porte les mentions « Nos recettes sont secrètes, pas nos ingrédients. Ils sont simples et de qualité », « pur beurre » et « sucre roux de canne ».
	Crédits	© Chelsie Yount-André, 2019

URL	http://journals.openedition.org/revss/docannexe/image/3901/img-7.png
Fichier	image/png, 218k

Pour citer cet article

Référence papier

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

Référence électronique

Olivier Lepiller et Chelsie Yount-André, « La politisation de l'alimentation ordinaire par le marché », *Revue des sciences sociales* [En ligne], 61 | 2019, mis en ligne le 13 juin 2019, consulté le 15 juin 2019. URL : <http://journals.openedition.org/revss/3901>

Auteurs

Olivier Lepiller

Cirad, UMR MOISA
Université de Montpellier
[olivier.lepiller\[at\]cirad.fr](mailto:olivier.lepiller[at]cirad.fr)

Chelsie Yount-André

Montpellier SUPAGRO
Cirad, UMR MOISA
Université de Montpellier
[chelsie.yount\[at\]cirad.fr](mailto:chelsie.yount[at]cirad.fr)

Droits d'auteur

Revue des sciences sociales