

Structure, conjoncture et conjectures La consommation de viande en France depuis la "crise de la vache folle"

Geneviève Cazes-Valette¹

Depuis le soir du 20 mars 1996, date du déclenchement médiatique de la "crise de la vache folle" suite à l'annonce par le ministre de la Santé britannique de la possible transmissibilité de l'Encéphalite Spongiforme Bovine, ESB², à l'homme, les médias intensifient les émissions affolées et affolantes sur la nourriture en général et la viande en particulier. On pouvait imaginer que cette propagande déclenche un abandon massif du bœuf (potentiellement fou), voire d'autres types de viande (poulet à la dioxine ou charcuterie à la listéria). D'aucuns ont même prédit une montée significative du végétarisme en France. Or il n'en est rien.

Notre contribution consiste à faire le point sur l'évolution réelle des comportements d'achat et de consommation de viande de bœuf. Nous verrons que leur apparente stabilité cache de profonds bouleversements tant structurels que conjoncturels. Nous proposerons une double grille de lecture : les points de vue anthropologique et économique seront envisagés avant de conclure sur la supériorité de l'anthropologie pour expliquer les choix, conscients ou inconscients, des acteurs économiques en matière alimentaire.

¹ École Supérieure de Commerce, Toulouse, 20, boulevard de Lascrosses, BP 7010, Toulouse cedex 31068 ; Centre d'Anthropologie URM 8555 CNRS-EHESS - Université Toulouse 2 et Université Toulouse 3, France.

² Encéphalite Spongiforme Bovine : maladie dégénérative du cerveau des bovins provoquant pertes d'équilibres, troubles du comportement (d'où son nom vulgaire de maladie de la "vache folle") et aboutissant, sans aucun traitement possible, à la mort du sujet.

Les faits sont têtus : le mangeur français reste omnivore

La consommation de viande, toutes espèces confondues, et sous toutes ses formes (viande fraîche ou surgelée, charcuterie, plats cuisinés à base de viande ou repas à base de viande pris en restauration commerciale ou collective) ne baisse guère en France depuis le début des années 80, même s'il est extrêmement complexe de rassembler des données fiables et comparables. Il n'est pas possible ici de rendre compte de l'ensemble des évolutions ayant affecté la consommation des différentes espèces animales. Nous nous limiterons donc à étudier le cas de la viande bovine, cas typique dans la mesure où la "crise de la vache folle" avait toutes les raisons d'en perturber la consommation. Pourtant la chute des ventes ne fut pas aussi évidente que l'on aurait pu l'imaginer.

Les statistiques issues des données relevées par le panel de consommateurs SECODIP³ permettent de convaincre. Ainsi l'examen des Figures 1 et 2, portant sur la consommation globale de viande fraîche avant et après 1996, font ressortir une baisse structurelle de la consommation de viande "brute" c'est-à-dire non élaborée.

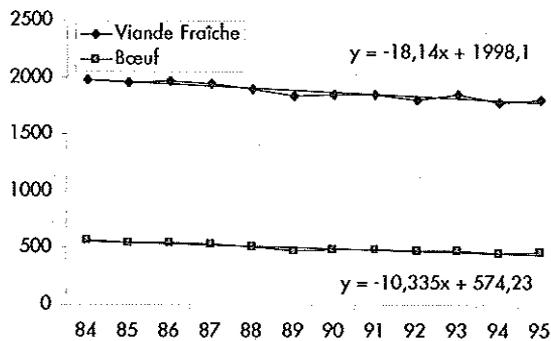


Figure 1. Quantités achetées en milliers de tonnes par an, de 1984 à 1995

Les équations de tendance portées sur les graphiques permettent de calculer les pourcentages de variation sur une longue période. Ainsi, la tendance est à une baisse globale de la consommation de viande fraîche

³ SECODIP, société spécialisée dans le recueil et le traitement de données de consommation de produits destinés aux ménages. Les données de SECODIP sont relevées auprès d'un échantillon permanent de plus de 4000 ménages déclarant l'ensemble de leur achats dans certaines catégories de produits. Cette procédure permet de disposer non seulement de statistiques instantanées sur tel ou tel marché mais d'étudier les modifications de comportement au fil du temps. Ces données sont accessibles sur abonnement payant. Pour notre travail, nous avons eu accès aux résultats achetés par l'OFIVAL (Office National Interprofessionnel des Viandes de l'élevage et de l'Aviculture).

de 1 % par an de 1984 à 1995 et 2 % pour le bœuf (Figure 1). Après la crise, de juin 1996 à décembre 1999, les choses ne changent pas fondamentalement, comme l'illustre la figure 2. La baisse globale décélère, 0,5 % par an; celle du bœuf aussi, 1,8 % par an. Nous constatons donc que la possible transmissibilité de l'ESB à l'homme a produit à long terme beaucoup plus de remous dans les médias que dans les assiettes, du moins au niveau des quantités globalement consommées.

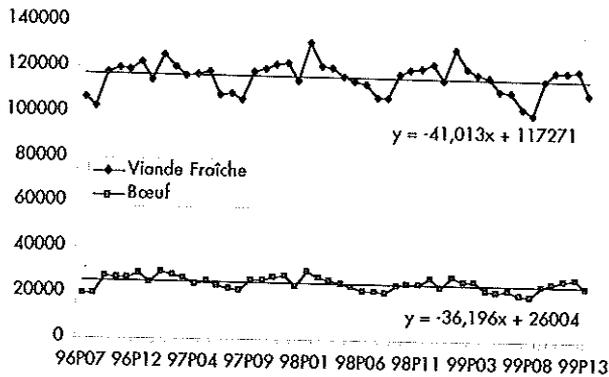


Figure 2. Quantités achetées en tonnes par périodes de 4 semaines, de juin 1996 à décembre 1999.

Si nous approfondissons l'analyse au niveau des quantités achetées par ménage acheteur (QA/NA) et du pourcentage de ménages acheteurs (NA), nous obtenons les résultats présentés dans la figure 3. Les équations linéaires portées sur ces graphiques permettent d'estimer la baisse des quantités achetées par ménage acheteur à 2,5 % par an. La baisse du pourcentage de ménages acheteurs est de 0,3 % par an.

Il s'agit donc d'une baisse des quantités achetées par les ménages plus que d'un abandon massif de la consommation de viande de bœuf, face aux risques médiatiquement brandis de contracter la maladie de Creutzfeldt-Jakob. Ne disposant pas ici de données par individu, il est impossible de trancher entre deux hypothèses: soit la quantité moyenne par personne dans le ménage a baissé, soit certains membres du ménage ont cessé toute consommation.

Ces premières données tendent donc à prouver que les quantités achetées de viande fraîche diminuent structurellement depuis au moins 15 ans. Cependant, il convient de compléter cette information sur les viandes fraîches brutes par quelques données sur les viandes surgelées et transformées.

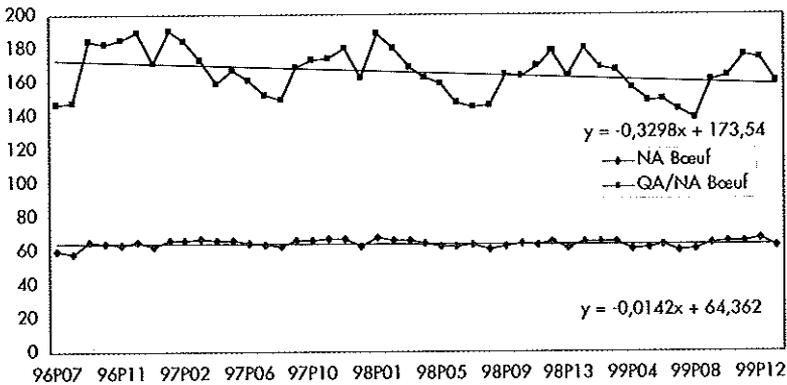


Figure 3. QA/NA et NA en viande de bœuf par périodes de 4 semaines de juin 1996 à décembre 1999.

Ainsi, la consommation, récente, de plats cuisinés frais connaît une croissance soutenue, comme en témoigne la figure 4. Les courbes de tendance permettent d'estimer la croissance des plats à base de viande de boucherie (dont le bœuf, car les données dont nous disposons ne permettent pas de l'isoler) à 18,6 % par an. Certes, les quantités concernées sont faibles et ne compensent pas les tonnages perdus en viande fraîche mais la tendance est significative.

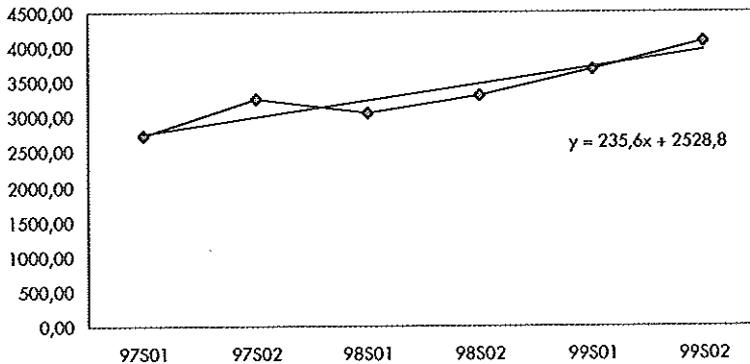


Figure 4. Quantités achetées de plats cuisinés frais à base de viande de boucherie par semestre en tonnes, de 1997 à 1999.

Les statistiques concernant les produits surgelés donnent des résultats allant dans le même sens (Figure 5). La viande hachée et les boulettes augmentent de 4,8 % par an, les plats cuisinés à base de viande de 8,5 %

par an. Là encore, les tonnages ne compensent pas les tonnages perdus en produits frais, cependant la tendance à l'utilisation de produits transformés se confirme.

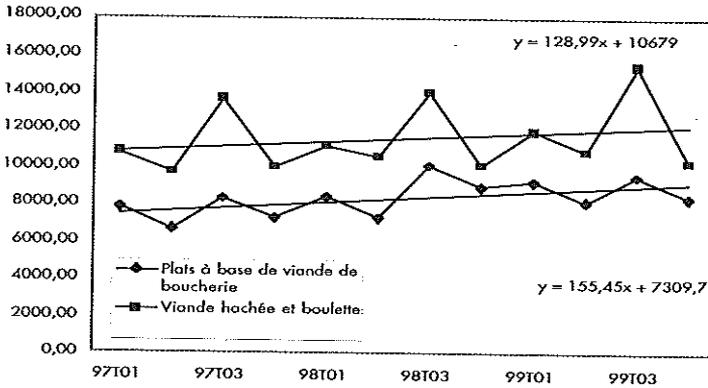


Figure 5. Quantités achetées en surgelés par trimestre en tonnes, de 1997 à 1999.

Seuls, les produits appertisés connaissent une relative désaffection : les raviolis stagnent presque (+ 0,2 % par an), mais les viandes en sauce connaissent une progression de 39,5 % par an (Figure 6).

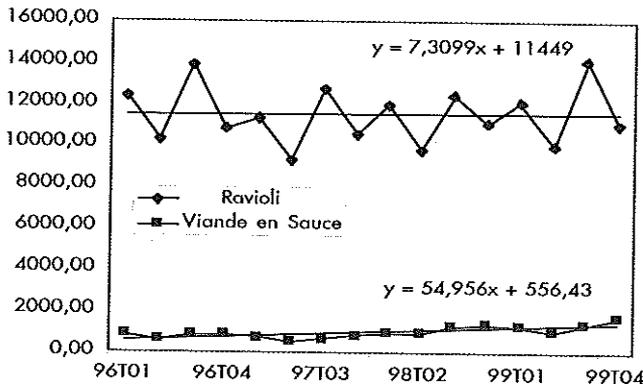


Figure 6. Quantités achetées de viande en sauce et raviolis appertisés par trimestre en tonnes, de 1996 à 1999.

Ces données générales, si elles permettent de relativiser la crise de la viande, et celle du bœuf en particulier, d'un point de vue économique global, cachent cependant des bouleversements en termes de circuits d'approvisionnement ; or on ne peut bien comprendre le comportement de consommation si l'on exclut l'acte qui le précède : l'achat. Ainsi pour le

bœuf, nous pouvons observer dans la figure 7 une nette prise de part de marché des hypermarchés (+ 3,9 % par an) et dans une moindre mesure, des bouchers (+ 1,6 % par an) au détriment principal des supermarchés (- 3 % par an). À eux trois, ces circuits de distribution couvrent près de 90 % des besoins et devraient encore accentuer leur emprise. Les 10 % restants sont constitués des marchés, des magasins spécialités en produits surgelés et de l'achat direct à la ferme, circuits pour lesquels nous ne disposons malheureusement pas de données détaillées.

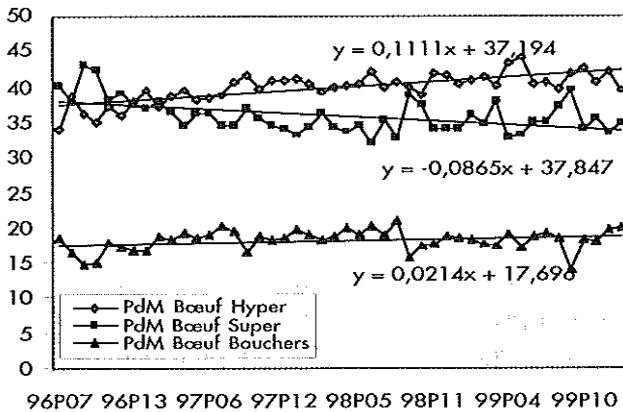


Figure 7. Parts de marché de différents circuits de distribution en viande de bœuf par périodes de 4 semaines, de juin 1996 à décembre 1999.

Pour être complet dans la description des différents circuits de commercialisation et de consommation de la viande, un dernier canal doit être évoqué : celui de la restauration, collective ou commerciale (Figure 8). Dans ce secteur, où l'on note d'autre part une baisse de 2 % du nombre de repas servis entre 1990 et 1997 (Anonyme, 1998), la baisse de consommation de produits carnés est générale : - 2,9 % pour la viande de boucherie, la viande de bœuf connaissant la même décroissance.

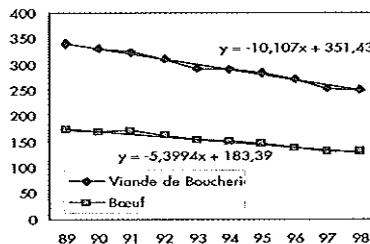


Figure 8. Quantités consommées en restauration hors foyer par an en milliers de tonnes, de 1989 à 1998.

Ce rapide tour d'horizon des variations de la consommation de viande confirme bien que les évolutions tiennent à la fois de l'effet structurel pour les quantités et les types de produits consommés et de l'effet conjoncturel pour les circuits d'approvisionnement. Malgré les diverses alertes lancées par les médias, le mangeur français reste donc omnivore. Pour expliquer cet état de fait, deux pistes se proposent à l'observateur : le point de vue anthropologique et le point de vue économique.

Point de vue anthropologique: des mangeurs dont le rapport à la Nature et à la Technologie détermine le comportement

Une étude (Cazes-Valette, 1997) des comportements de consommation de viande de bœuf, réalisée dans l'année qui a suivi la "crise de la vache folle" conduit à penser que les comportements des mangeurs (et des non-mangeurs) de viande s'ancrent dans leur idéologie, et plus précisément, se fondent sur l'épisode du mythe prométhéen (Détienne et Vernant, 1979) auquel ils se sont arrêtés.

Sur le plan méthodologique, ces assertions s'appuient sur deux types de données. D'une part, des données qualitatives, issues d'une étude exploratoire. L'analyse du contenu des déclarations des sujets interrogés après la crise sur leur réaction à celle-ci, a permis de déceler dans leur discours une idéologie sous-jacente. La réaction des répondants n'a d'intérêt que décodée au filtre de la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957). En effet, chacun "entend" l'information comme il souhaite l'entendre, comme cela dérange le moins ses structures cognitives. Il fut ainsi possible de déceler que les différents types de réactions à l'annonce que des vaches pouvaient devenir folles pour avoir été nourries de farines fabriquées à partir de cadavres de leurs propres congénères dépendaient du rapport à la Nature des interlocuteurs. D'autre part, des données quantitatives, issues d'une étude "confirmatoire". L'analyse statistique de données recueillies en février 1997 auprès de 400 consommateurs toulousains sur leurs pratiques en matière de consommation de viande de bœuf et mises en relation avec leur rapport à la Nature a permis de vérifier l'existence d'un lien entre comportement et idéologie.

Il semblerait, sur la base de ces deux études, que les Français se scindent en trois grands types.

Un premier, que nous pourrions qualifier de moderniste, aurait fait sien le projet prométhéen. La Technique doit permettre à l'Homme de maîtriser la Nature et ainsi d'égaliser les dieux. Ceux que nous appellerons les *Maîtres*

attribueraient le problème de la crise de la vache folle à un dysfonctionnement d'origine humaine que plus de contrôles et rigueur permettraient de corriger, sans remettre en cause fondamentalement l'agriculture productiviste et l'industrie agroalimentaire.

Un deuxième, que nous pourrions qualifier de post-moderniste, rêverait d'un retour à l'état pré-prométhéen. L'Homme n'a pas besoin de la Technique, il peut vivre paisiblement en accord avec la Nature dans une bienveillante proximité avec les dieux. Ceux que nous nommerons les *Frères* pensent que la crise de la vache folle est le prix à payer pour avoir voulu violer la loi naturelle et rendre à leur insu des vaches carnivores. Ils s'opposeraient à l'agriculture productiviste et à l'industrialisation de l'alimentation. Ils compteraient dans leurs rangs, pour les plus fraternels, des végétariens convaincus, ou, à tout le moins, de faibles consommateurs de viande.

Un troisième enfin, que nous pourrions qualifier de traditionaliste, serait imprégné des retombées du mythe prométhéen. L'Homme a voulu dominer la Nature par la Technique, mais il ne peut se prétendre l'égal des dieux ; il doit travailler pour extraire de la Nature ce que les dieux lui ont concédé. Pour ceux que nous qualifierons d'*Intendants*, la crise de la vache folle serait le fruit d'une erreur de prométhéens qui sont allés trop loin dans leur usage de la technique. Ce constat les inciterait à souhaiter un retour à des pratiques ancestrales d'exploitation modérée de la nature par l'homme et à se méfier des grosses structures déshumanisées et donc incontrôlables.

Quel que soit le type auquel nous nous référons, l'acte alimentaire est d'autant plus chargé de lourdes implications qu'il s'agit en l'occurrence, d'absorber de la viande et donc d'assumer en même temps le meurtre alimentaire. Il semblerait que ce dernier renvoie plus ou moins consciemment les acteurs à leur manière d'envisager leur propre mort, encore une fois liée à l'idéologie sous-jacente.

Les *Maîtres*, séduits par le projet prométhéen d'immortalité, refusent la mort, la leur et l'idée de meurtre alimentaire, ce qui les conduit à réifier l'animal et à le considérer comme une source de protéines plus que comme un être vivant que l'on a dû tuer. Ils se sentent parfaitement en droit d'exploiter le règne animal à condition de ne pas en parler. Nous retrouvons là les "sarcophages" de Vialles (1987), mangeurs de chair non identifiable à l'animal dont elle est issue.

Les *Frères*, rêvant d'un retour à l'état quasi édénique d'avant la "faute" de Prométhée, songent plus ou moins confusément à une symbiose entre les espèces (l'idée de réincarnation n'est pas éloignée). Hommes et

animaux, frères avant tout, sont destinés à mourir pour revivre. Ce type de consommateurs, soit refuse le meurtre et est végétarien, soit l'accepte comme une contrainte biologique inhérente à la nature omnivore de notre espèce en se préoccupant de traiter "humainement" l'animal : bien-être durant sa vie, précautions particulières quant à l'abattage, consommation de viande parcimonieuse et recueillie, et éventuellement remerciements au frère animal pour se donner en nourriture⁴.

Les *Intendants* enfin, résignés sans joie à la condition mortelle des humains, conçoivent comme tout aussi naturelle celle de l'animal dont, conformément aux textes de l'Ancien Testament (Anonyme, 1975), ils se sentent autorisés à user pour leur nourriture. Ils sont les "zoophages" de Vialles, mangeurs d'animaux, donc acceptant de se représenter l'animal dont est issue la viande qu'ils absorbent.

Les réactions de chaque type de mangeur aux différentes alertes lancées par les médias ont été cohérentes avec leur système de pensée.

Les *Maîtres*, déstabilisés dans un premier temps, ont trouvé dans les différents signes de réassurance certifiés par l'Etat les moyens de juguler le risque perçu. Ils ont aussi accordé leur confiance aux grandes enseignes de la distribution et aux marques reconnues, garanties à leurs yeux d'un respect irréprochable des règles d'hygiène et de bon approvisionnement : *Les grands magasins n'ont pas intérêt à tuer leurs clients, on peut avoir confiance*⁵.

Les *Frères* ont été presque satisfaits des différentes crises : *Il fallait bien que ça arrive un jour ou l'autre, à force de leur donner à manger toute cette m...*⁶. Certains, quasi végétariens, ont basculé complètement dans le végétarisme à l'occasion de la crise de la vache folle ; d'autres se sont tournés vers l'approvisionnement en direct ou vers les produits biologiques, rassurés par la connaissance personnelle de l'éleveur ou par l'idéologie sous-jacente au choix de ceux qui pratiquent l'agriculture biologique.

Les *Intendants* ont, eux aussi, vu l'occasion de prôner le retour aux produits traditionnels, du terroir et se sont tournés vers les produits fermiers, les labels régionaux et vers leur boucher de proximité, plus rassurant car supposé connaître parfaitement la provenance de la viande

⁴ Cas avéré chez un moine bouddhiste tibétain d'origine occidentale, observé et interrogé lors d'un repas.

⁵ Propos tenus par un de nos interlocuteurs en phase exploratoire.

⁶ Idem note 5.

qu'il commercialise. *Mon boucher, si ça se trouve, il a même vu dans le pré le bœuf qu'il me vend, il l'a choisi sur pied*⁷.

Ainsi chaque type, après une période de flottement de quelques semaines immédiatement après la crise, a peu ou prou repris ses habitudes quantitatives de consommation de viande de bœuf. Mais le poids relatif de chaque famille n'est pas identique et les *Frères* sont largement minoritaires, ce qui explique la faiblesse de la baisse de consommation de viande en France.

Cependant, des transferts ont probablement eu lieu de type à type contigu. Ainsi des *Intendants* ont pu se muer en *Frères* et des *Maîtres* en *Intendants*. Nous constatons en effet une perte de crédibilité des sciences et techniques comme source de bienfait pour l'humanité : selon une série d'études financées par le ministère de la Recherche, le pourcentage de Français pensant que la science apporte à l'homme plus de bien que de mal est passé de 56 % en 1972 à 39 % en 1999 (Anonyme, 2000). Les *Maîtres* se raréfieraient donc.

En tout état de cause, le sens que les mangeurs donnent à leur pratique et la vision du monde qui le sous-tend semblent bien capables d'aider à comprendre leur persistance à manger de la viande au mépris des annonces des médias. Mais nous avons vu qu'ils avaient eu cependant besoin de réassurance et que, si leur comportement de consommation n'avait guère changé, leur comportement d'achat avait, lui, largement évolué.

Point de vue économique : des acteurs réactifs tout au long de la filière viande

La loi économique de l'offre et de la demande a, ces dernières années, joué à plein pour produire le nouvel équilibre que nous pouvons observer. Agriculteurs, abatteurs, distributeurs de gros et de détail, industriels transformateurs, pouvoirs publics et associations de consommateurs ont tous contribué à profondément remodeler la filière viande à travers les modifications qu'ils ont apportées à leur offre pour répondre à ce qu'ils pressentaient dans les modifications de la demande.

Le premier signal de réassurance a été émis par le ministère de l'Agriculture sous la forme de l'apposition du logo VBF (Viande Bovine

⁷ Idem note 5.

Française). Intéressant signal ethnocentrique, totalement illusoire d'un point de vue rationnel, et qui a parfaitement fonctionné tant il est vrai que "l'enfer, c'est les autres". Notons que dans tous les pays d'Europe, y compris en Grande-Bretagne, le même type de signal a été employé avec le même succès.

Ce signal ne fut cependant pas suffisant, surtout lorsque l'on apprit que des importations clandestines de farines de viande anglaises avaient lieu, et que de nouveaux cas d'ESB se déclaraient en France sur des animaux nés après la date officielle d'interdiction d'importation de ces farines.

Diverses manœuvres stratégiques se déployèrent donc pour restaurer ou renforcer la confiance.

L'Etat activa la mise en place d'un nouveau signe officiel de qualité : le CQC (Critères Qualité Contrôlés) permettant de garantir, sous le contrôle d'organismes indépendants, l'observance d'exigences qualitatives supérieures aux minima prévus par la loi. Il imposa d'autre part, sous la pression des associations de consommateurs, un étiquetage informatif⁸ sur les barquettes de viande prédécoupée et dans les rayons à la coupe en boucherie artisanale ou en grande distribution.

Les organisations professionnelles agricoles (groupements de producteurs, coopératives, Chambres d'Agriculture...) activèrent, grâce à diverses incitations, la mise en place de pratiques d'élevage susceptibles de mériter les divers signes de qualité existants.

Certaines grandes enseignes de la distribution créèrent le concept de filière d'approvisionnement, garantissant, sous leur seule signature, la traçabilité des produits ("Elevages de France" chez Promodès Continent, Filière Qualité Carrefour), d'autres (Auchan) renforcèrent leur approvisionnement en Label Rouge⁹ et Label Agriculture Biologique, tous deux signes officiels de qualité, garantis par l'Etat et des organismes indépendants.

Du côté des industriels de la viande en gros et transformée, on mita sur la marque (Charal) et/ou sur les labels officiels (Label Rouge, Label AB, CQC).

⁸ Doivent être précisés l'origine (si l'animal est né, élevé et abattu dans un seul pays celui-ci apparaît), le type racial (race laitière, race mixte ou race à viande) et la catégorie de l'animal (jeune bovin, génisse, jeune vache, vache, bœuf ou taureau).

⁹ Le Label agricole a été créé par le Ministère de l'Agriculture en 1960 et a donné naissance au Label Rouge et à son logotype en 1973. *Le Label agricole s'applique aux produits alimentaires attestant que le produit qui en bénéficie possède un ensemble distinct de qualités et de caractère spécifique*, Loi du 05-08-1960, art. 28.

Bref, l'ensemble des opérateurs du secteur, conscients du risque de détérioration de leur revenu, ont réagi en envoyant des signaux de réassurance au public. Nous noterons cependant que ces signaux que nous avons identifiés sont variés et correspondent plus ou moins bien selon les cas aux préoccupations des différents types de consommateurs, ce qui expliquerait les variations de part de marché des divers circuits de distribution.

Ainsi, la restauration, qu'elle soit collective ou commerciale, n'a utilisé et n'utilise encore que très rarement des signes (officiels ou non) de qualité, et nous avons vu précédemment que c'est dans ce circuit que la baisse de consommation est la plus sensible (pour le bœuf consommé en restauration hors domicile, -2,9 % par an contre - 1,8 % pour celui consommé à domicile¹⁰).

De même, les grandes enseignes de supermarchés (Intermarché, Leclerc, Champion...) se sont moins engagées que les enseignes d'hypermarchés dans la sécurisation. Elles en payent le prix en perte de parts de marché (-3 % par an) au profit des bouchers (+ 1,6 % par an) et des hypermarchés (+ 3,9 % par an).

Une dynamique a donc bien joué sur le marché, cohérente avec la théorie économique et avec le principe de base du marketing d'adaptation de l'offre à la demande, qui explique à la fois la faible baisse globale de consommation et les modifications de circuits d'approvisionnement.

Quand l'anthropologie explique l'économie

Cependant, comme nous l'avons vu dans la partie consacrée à l'analyse anthropologique de la consommation de viande, plusieurs demandes coexistaient, émanant de plusieurs types de mangeurs. Nous pouvons donc nous interroger sur la manière dont les opérateurs économiques ont "su" identifier ces différentes demandes et y apporter une réponse adaptée, alors même qu'aucune étude approfondie du rapport de l'Homme à la viande n'avait été entreprise à notre connaissance.

De notre point de vue, fondé sur une longue immersion dans le milieu, les choix de réassurance plus modernistes (marques, CQC) ou traditionalistes (Labels, identification personnelle de l'éleveur) faits par les différents opérateurs relèvent moins d'un choix rationnel, visant à toucher

¹⁰ La différence entre 2,9 % et 1,8 % est statistiquement significative au risque de 5 % en terme d'indépendance des intervalles de confiance, sachant que les tests ont été effectués sur la base d'un échantillon de 4000 ménages.

tel ou tel type de consommateur cible, que d'un choix "intuitif", correspondant à l'idéologie personnelle des acteurs économiques concernés.

Il n'est en effet pas neutre que les grandes surfaces (formes modernes de distribution) aient plus joué sur les marques et les bouchers (distributeurs traditionnels) plus sur la proximité et les labels liés au terroir. Nous pouvons donc augurer une consolidation à long terme de la relation producteur/transformateur/distributeur/consommateur, fondée sur un partage en profondeur de convictions dépassant la simple relation marchande.

L'analyse *a contrario* d'un cas fondé sur la seule rationalité économique peut étayer le raisonnement. Il s'agit du marché des produits biologiques, en pleine expansion depuis quelques années.

Ce secteur a en effet enregistré récemment une augmentation de reconversions (au sens technique du terme), reconversions purement opportunistes qui ne correspondent pas à de réelles conversions (au sens idéologique) aux valeurs écologistes et fraternelles qui originellement sous-tendaient ces choix tant pour les agriculteurs que pour les distributeurs ou transformateurs qui y adhéraient.

Ce décalage manifeste a rapidement transparu aux yeux de consommateurs *Frères* d'autant moins crédules qu'ils se caractérisent, nous l'avons vu, par un attachement particulier à la "moralité" du producteur et du distributeur avec qui ils échangent. Ils émettent donc de sérieux doutes quant à la qualité de cette nouvelle vague de production et persistent à s'approvisionner dans leurs canaux habituels: magasins spécialisés, marchés et vente directe à la ferme.

En revanche, ces nouveaux produits biologiques, essentiellement distribués dans les grandes surfaces, rencontrent une nouvelle clientèle, plus préoccupée de sa santé que de l'environnement ou du bien-être des animaux, issue vraisemblablement de la catégorie des *Maîtres*, récemment devenus méfiants envers l'agriculture productiviste lorsque celle-ci met en péril leur projet d'immortalité.

Vont-ils pour autant se convertir en *Frères*? Rien n'est moins sûr. Ils persistent à penser le monde en dominants, ayant simplement évolué quant à la domination à exercer sur les techniques agronomiques. La logique reste identique: il faut maîtriser les opérations et exercer un contrôle institutionnel sur les appellations.

On voit d'ailleurs apparaître dans les grandes surfaces et chez certains industriels un nouveau concept qui pourrait bien supplanter à court terme

la nouvelle agriculture biologique auprès de ce type de clients, celui d' "agriculture raisonnée". Il s'agit d'une agriculture supposée n'utiliser les traitements sanitaires qu'à titre curatif et non systématiquement, comme c'est le cas en agriculture conventionnelle. Ce concept de gestion agronomique basée sur la raison, la réflexion, paraît parfaitement adapté aux attentes (santé) et aux convictions (rationalité) des *Maîtres*, momentanément attirés par l'agriculture biologique, mais fondamentalement indifférents, voire opposés à l'idéologie sous-jacente.

Nous voyons donc bien, à travers le cas de l'agriculture biologique, que l'anthropologie non seulement explique les choix économiques mais les guide à long terme en exerçant sur les opérateurs, qu'ils soient acheteurs ou vendeurs, la contrainte des convictions qui sous-tendent tous les actes de leur vie.

Cette réflexion sur la pertinence comparée des grilles de lecture anthropologique et économique pour décoder un phénomène de consommation ouvre des perspectives de recherche extrêmement fécondes dans les deux champs disciplinaires et à l'interface des deux domaines. C'est dans ce sens que, pour nous, il est impératif de s'appuyer sur les apports fondamentaux de la connaissance des hommes et du sens qu'ils donnent, consciemment ou non, à leur pratique, si nous voulons avoir de bonnes chances de comprendre une de leurs activités spécifique, l'échange marchand.

Il ne faut cependant pas perdre de vue que notre raisonnement se fonde sur l'analyse d'un phénomène singulier, celui de la consommation de viande. Le caractère de "fait humain total" (Poulain, 1985) que revêt l'alimentation en général et l'alimentation carnée en particulier, via le meurtre alimentaire associé, peut exacerber la prégnance du regard anthropologique sur l'économique. C'est un point qui mériterait probablement une recherche dont l'objet pourrait être l'étude comparative de l'influence de l'idéologie dans différents choix de consommation et d'approvisionnement sur des marchés alimentaires et non alimentaires.

Bibliographie

ANONYME, 1975, *La Bible*, traduction œcuménique, Edition du Cerf, Paris.

ANONYME, 1998, *Le marché des produits carnés. Bilan 1997. Tendances 1998, France et Union Européenne*, OFIVAL, Paris.

ANONYME, 2000, Une grande enquête du CNRS sur les attentes du public vis-à-vis de la science, *CNRS Info*, n° 381.

CAZES-VALETTE G., 1997, *La "crise de la vache folle". Contribution à une anthropologie de l'alimentation dans la France contemporaine*, Mémoire de DEA d'Anthropologie sociale et historique de l'Europe, EHESS.

DETIENNE M., VERNANT J.P., 1979, *La cuisine du sacrifice en pays grec*, NRF, Gallimard, Paris.

FESTINGER L., 1957, *A Theory of cognitive dissonance*, Tavistock, London.

POULAIN J.P., 1985, *Anthroposociologie de la cuisine et des manières de table*, Thèse pour le Doctorat de Sociologie, Université Paris VII-Jussieu.

VIALLES N., 1987, *Le sang et la chair. Les abattoirs du Pays de l'Adour*, Maison des Sciences de l'Homme, Paris.